

كيف تبدأ مشروع مقهى في سلطنة عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع المقهى في سلطنة عُمان هو مشروع مقهى تقليدي (محل قائم بذاته) يركز على تقديم قهوة عالية الجودة، ومشروبات متنوعة، وأطعمة خفيفة في بيئة مريحة، عصرية، ومتوافقة مع الثقافة المحلية. يستهدف المقهى ثقافة المقاهي المتنامية بسرعة في عُمان، والمدفوعة بفئة الشباب، والموظفين، والعاملين عن بُعد، والتجمعات الاجتماعية.

يعتمد المفهوم على الجمع بين تجربة قهوة متميزة وأسعار مناسبة، بحيث يتم تموضع المقهى كوجهة يومية لأسلوب الحياة، وليس كمكان فاخر فقط. سيركز المقهى على الثبات في الجودة، والأجواء، والجاهزية الرقمية، وتجربة الزبون بشكل عام.

1.2 الهيكل القانوني وإجراءات التسجيل

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان من خلال مركز سند كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للمقاهي ذات المالك الواحد وتكلفتها التأسيسية أقل. - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسع مستقبلية.

التكلفة التقديرية للتسجيل والإجراءات الحكومية: - المؤسسة الفردية: 100 - 300 ريال عُماني - الشركة ذات المسؤولية المحدودة: 300 - 500 ريال عُماني (لا تشمل التأشيرات، إيجار المحل، أو الاستشارات المتقدمة).

1.3 المنتجات والخدمات

- قهوة مختصة (إسبريسو، لاتييه، كابتشينو، أمريكانو)
- قهوة باردة ومشروبات مثلجة
- شاي ومشروبات غير قائمة على القهوة
- معجنات وحلويات طازجة
- وجبات خفيفة (سندويشات، كرواسون)
- خدمات الطلب الخارجي والجلوس داخل المقهى

1.4 السوق المستهدف

- طلبة الجامعات
- الموظفون والعاملون في المكاتب
- العاملون عن بُعد والمستقلون
- العائلات والمجموعات الاجتماعية
- السياح (حسب موقع المقهى)

1.5 الميزة التنافسية

- أجواء مريحة وجودة جلوس عالية
- ثبات في جودة القهوة
- اختيار مواقع استراتيجية

- أسعار يومية مناسبة
- حضور قوي على المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي

1.6 لمحة مالية (ملخص)

- تكلفة التأسيس التقديرية: 25,000 - 60,000 ريال عُُماني
- متوسط الإيرادات الشهرية: 4,000 - 12,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 18 - 24 شهرًا
- رؤية النمو خلال 5 سنوات: افتتاح عدة فروع أو إنشاء علامة مقاهي تجارية

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن يكون المقهى وجهة قهوة محلية موثوقة، وعلامة تجارية معروفة في سلطنة عُمان.

الرسالة: تقديم قهوة عالية الجودة في بيئة مريحة، مع خلق تجربة متسقة ولا تُنسى للزبائن.

2. تفاصيل المشروع - المفهوم، الأهداف، عرض القيمة، المنتجات، المعدات وهيكل الموظفين

2.1 مفهوم المقهى والطابع العام

سيتم تموضع المقهى كمقهى حي عصري يجمع بين جودة القهوة المختصة والأسعار المناسبة. ستكون الأجواء هادئة ومريحة ومناسبة للعمل، مما يجعله مناسبًا للزيارات السريعة وكذلك الجلسات الطويلة.

مركزات المفهوم: - جودة قهوة ثابتة وعالية - جلسات مريحة وبيئة مناسبة للوحي فاي - تصميم داخلي عصري ومحاذ مع لمسات ثقافية محلية - مناسب للاجتماعات، المذاكرة، والتجمعات الاجتماعية

أنماط فرعية محتملة (يتم تحديدها حسب الموقع): - مقهى حضري بسيط - مقهى مجتمعي للحي - مقهى مناسب للدراسة والعمل - مقهى قهوة مختصة بطابع بوتيك

2.2 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - تسجيل وترخيص المقهى عبر مركز سند - تأمين موقع واضح وذو حركة مرتفعة - بدء التشغيل وتحقيق مبيعات يومية مستقرة خلال 3-6 أشهر - بناء قاعدة زبائن مخلصين ومتكررين

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3): - تحسين القائمة والتسعير بناءً على بيانات المبيعات - إدخال مشروبات موسمية ومنتجات مميزة - تحسين الهوامش عبر التفاوض مع الموردين - تعزيز التعرف على العلامة التجارية محليًا

الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5): - افتتاح فرع ثانٍ أو مقهى بنظام كشك - تطوير نموذج تشغيل موحد - استكشاف فرص الامتياز التجاري أو الشراكات

2.3 عرض القيمة

يقدم المقهى قهوة ذات مذاق ممتاز وبجودة ثابتة في بيئة مريحة وبأسعار مناسبة للاستهلاك اليومي.

محركات القيمة الأساسية: - باريستا محترفون ومعايير تحضير ثابتة - مشروبات ومعدات تُحضّر طازجة - جلسات مريحة وأجواء مناسبة - تسعير واضح وقائمة سهلة - خدمة ودّية وشخصية

2.4 المنتجات واستراتيجية القائمة

فئات المشروبات الأساسية

القهوة الساخنة: - إسبريسو - أمريكانو - كابوتشينو - لاتييه - فلات وايت

القهوة الباردة والمشروبات الخاصة: - لاتييه مثلج - كولد برو - قهوة مثلجة بنكهات

الشاي والمشروبات غير القائمة على القهوة: - شاي كرك - شاي أخضر وأعشاب - شوكولاتة ساخنة - عصائر طازجة (بشكل محدود)

الأطعمة والإضافات: - كرواسون ومعدات - مافن وكيك - سندويتشات خفيفة

متوسط أسعار البيع: - القهوة: 1.200 - 2.200 ريال عُُماني - المشروبات الخاصة: 2.000 - 3.000 ريال عُُماني - الأطعمة: 0.800 - 2.500 ريال عُُماني

2.5 المعدات وتجهيز المقهى

معدات القهوة (تكاليف تقديرية): - ماكينة إسبريسو: 4,000 - 10,000 ريال عُُماني - طاحونة قهوة (عدد 2): 800 - 1,500 ريال عُُماني - نظام تنقية المياه: 300 - 600 ريال عُُماني - ماكينة تحضير قهوة: 250 - 600 ريال عُُماني - ثلاجات ومبرّدات: 800 - 1,500 ريال عُُماني - ثلاجة عرض: 600 - 1,200 ريال عُُماني - نظام نقاط البيع: 300 - 600 ريال عُُماني

التجهيز الداخلي: - الكاونتر ومنطقة التحضير الخلفية - الطاولات والجلسات - الإضاءة والديكور - الأعمال الكهربائية والسباكة

تكلفة التجهيز التقديرية: 8,000 - 20,000 ريال عُُماني (حسب الموقع والمساحة)

2.6 هيكل الموظفين والموارد البشرية

الهيكل الوظيفي المبدئي: - المالك / المدير: - إدارة العمليات اليومية والالتزام بالأنظمة - إدارة الموردين والمخزون - الإشراف على الموظفين

- باريستا (عدد 2):
- تحضير القهوة والمشروبات
- التعامل مع الزبائن
- الالتزام بالنظافة والجودة
- مساعد / كاشير (اختياري):
- استقبال الطلبات ونظام الدفع
- ترتيب الطاولات والخدمة الأساسية

التكلفة الشهرية التقديرية للرواتب: - باريسا: 200 - 280 ريال عُمانى - كاشير / مساعد: 160 - 220 ريال عُمانى - إجمالى الرواتب: 400 - 800 ريال عُمانى

3. تحليل SWOT - مشروع المقهى (سياق سلطنة عُمان)

3.1 نقاط القوة

نمو ثقافة القهوة تشهد سلطنة عُمان نموًا متسارعًا في ثقافة المقاهي، خصوصًا بين فئة الشباب، والموظفين، والعاملين عن بُعد، مما يدعم الطلب اليومي المستمر.

طبيعة الشراء المتكرر القهوة منتج استهلاكي يومي أو شبه يومي، ما يساهم في رفع قيمة الزبون على المدى الطويل وتحقيق مبيعات متوقعة ومستقرة.

مرونة القائمة وهوامش ربح جيدة عادة ما تحقق مشروبات القهوة هوامش ربح قوية، خاصة عند دمجها مع المعجنات والأطعمة الخفيفة.

الجاذبية الاجتماعية ونمط الحياة تُعد المقاهي أماكن للاجتماعات والمذاكرة والتواصل الاجتماعي، مما يزيد من مدة الزيارة ومتوسط قيمة الطلب.

قابلية التوسع عند توحيد العمليات والمعايير، يمكن تكرار نموذج المقهى بسهولة في مواقع أخرى أو تحويله إلى امتياز تجاري.

3.2 نقاط الضعف

ارتفاع تكلفة التجهيز الأولية تتطلب ماكينات الإسبريسو، والطواحين، والتصميم الداخلي استثمارًا أوليًا مرتفعًا.

الاعتماد الكبير على الموقع يتأثر الأداء البيعي بشكل مباشر بحركة الزوار وسهولة الوصول إلى الموقع.

الحاجة إلى عمالة ماهرة يعتمد ثبات الجودة بشكل كبير على مهارة الباريسا، مما يزيد من متطلبات التوظيف والتدريب.

تعقيد العمليات التشغيلية تتطلب إدارة المخزون، وصيانة المعدات، وضبط الجودة إدارة دقيقة ومنضبطة.

3.3 الفرص

تزايد الطلب على القهوة المختصة يتجه الزبائن بشكل متزايد إلى حبوب قهوة عالية الجودة وطرق تحضير مميزة ومشروبات خاصة.

انتشار ثقافة العمل والدراسة من المقاهي يزيد استخدام المقاهي كمساحات عمل من مدة الجلوس وتكرار الطلبات.

المشروبات الموسمية والمميزة تساهم المنتجات المؤقتة والموسمية في جذب الانتباه وزيادة التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الطلبات المؤسسية والجماعية توفر الشركات والمكاتب والفعاليات فرصًا للتوريد والطلبات المسبقة.

توسّع العلامة التجارية يمكن للمقاهي الناجحة التوسع إلى أكشاك، أو خدمات الطلب السريع، أو بيع حبوب القهوة بالتجزئة.

3.4 التهديدات

المنافسة الشديدة وجود سلاسل عالمية ومقاهٍ محلية مختصة يفرض ضغطًا على التسعير والتميز.

ارتفاع الإيجارات تؤثر الإيجارات المرتفعة في المواقع المميزة على الربحية.

حساسية الأسعار رغم التوجه نحو الجودة، لا يزال جزء كبير من الزبائن حساسًا للأسعار.

تقلبات سلسلة التوريد قد تتأثر أسعار حبوب القهوة وتكاليف الاستيراد بعوامل خارجية.

3.5 الدلالات الاستراتيجية لتحليل SWOT

تشير نقاط القوة والفرص إلى استراتيجية تميز تركز على التجربة وجودة الخدمة والثبات.

وتتطلب نقاط الضعف اختيار مواقع مدروسًا، واستثمارًا في تدريب الموظفين، وضبط التكاليف.

أما التهديدات فتؤكد أهمية بناء علامة تجارية قوية، وبرامج ولاء فعالة، وكفاءة تشغيلية عالية.

4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية وتوقعات 5 سنوات (مشروع مقهى)

جميع الأرقام تقديرية ومحافطة ومُعبر عنها بالريال العُماني، ومبنية على ظروف السوق في سلطنة عُمان. يعتمد الأداء الفعلي على الموقع، والإيجار، والتسعير، وكفاءة الإدارة.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار المبدئي)

أولاً: التسجيل التجاري والإجراءات القانونية - حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عُماني (وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار) - السجل التجاري: 30 - 150 ريال عُماني (رسوم مخفضة) - عضوية غرفة تجارة وصناعة عُمان: 100 - 200 ريال عُماني (لمدة 1-2 سنة) - رسوم خدمات سند: 50 - 100 ريال عُماني (تختلف حسب المركز) - الرخصة البلدية: 50 - 150 ريال عُماني (حسب النشاط)

إجمالي تكلفة التسجيل: 100 - 500 ريال عُماني (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة)

ثانيًا: تجهيز المحل، المعدات والأثاث - ماكينة إسبريسو: 4,000 - 10,000 ريال عُماني - مطاحن قهوة (عدد 2): 800 - 1,500 ريال عُماني - نظام تنقية المياه: 300 - 600 ريال عُماني - ثلاجات ومبردات: 1,400 - 2,700 ريال عُماني - نظام نقاط البيع: 300 - 600 ريال عُماني - معدات وأدوات صغيرة: 600 - 1,200 ريال عُماني - الأثاث والجلسات: 2,000 - 5,000 ريال عُماني - التشطيبات الداخلية والديكور: 6,000 - 15,000 ريال عُماني - اللوحات والعلامة التجارية: 300 - 800 ريال عُماني

الإجمالي الفرعي - التجهيز والمعدات: 15,700 - 37,400 ريال عُماني

ثالثاً: ما قبل الافتتاح والمخزون الأولي - حبوب القهوة والمواد الأساسية: 400 - 800 ريال عُُماني - معجنات ومخزون الطعام: 300 - 600 ريال عُُماني - التغليف والمستهلكات: 200 - 400 ريال عُُماني - البطاقات الصحية والفحوصات الطبية للموظفين: 100 - 200 ريال عُُماني - التسويق قبل الافتتاح: 300 - 600 ريال عُُماني - مخصص الطوارئ: 800 - 1,500 ريال عُُماني

الإجمالي الفرعي - ما قبل الافتتاح: 2,400 - 4,600 ريال عُُماني

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية: - الحد الأدنى: حوالي 25,000 ريال عُُماني - الحد الأعلى: حوالي 60,000 ريال عُُماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- إيجار المحل: 600 - 1,500 ريال عُُماني
- رواتب الموظفين: 400 - 800 ريال عُُماني
- المواد الخام (تكلفة البضاعة المباعة): 700 - 1,500 ريال عُُماني
- الكهرباء والمياه: 120 - 250 ريال عُُماني
- الإنترنت ورسوم نقاط البيع: 40 - 80 ريال عُُماني
- الصيانة والتنظيف: 100 - 200 ريال عُُماني
- التسويق والعروض الترويجية: 150 - 300 ريال عُُماني
- مصروفات متنوعة: 100 - 200 ريال عُُماني

إجمالي المصروفات الشهرية: 2,210 - 4,830 ريال عُُماني

4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط سعر بيع المشروب: 1.800 ريال عُُماني
- متوسط عدد الزبائن اليومي:
- متحفظ: 70 زبوناً
- متوقع: 120 زبوناً
- متفائل: 180 زبوناً
- عدد أيام التشغيل: 30 يومًا شهريًا
- تزيد الأتعمة والإضافات من قيمة الفاتورة بنسبة تقريبية 20-30%

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

- السيناريو المتحفظ: حوالي 3,800 ريال عُُماني
- السيناريو المتوقع: حوالي 6,500 ريال عُُماني
- السيناريو المتفائل: حوالي 10,000 ريال عُُماني

4.5 صافي الربح الشهري التقديري

- متحفظ: إيرادات 3,800 - مصروفات 3,700 = صافي ربح 100 ريال عُُماني
- متوقع: إيرادات 6,500 - مصروفات 3,200 = صافي ربح 3,300 ريال عُُماني
- متفائل: إيرادات 10,000 - مصروفات 4,800 = صافي ربح 5,200 ريال عُُماني

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 2,500 - 3,500 ريال عُُماني
- تكلفة التأسيس: 25,000 - 60,000 ريال عُُماني

🕒 فترة الوصول إلى نقطة التعادل التقديرية: 18 - 24 شهرًا

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 70,000 - 80,000 | صافي ربح 15,000 - 22,000 ريال عُُماني
- السنة الثانية: إيرادات 90,000 - 110,000 | صافي ربح 22,000 - 32,000 ريال عُُماني
- السنة الثالثة: إيرادات 120,000 - 150,000 | صافي ربح 35,000 - 50,000 ريال عُُماني
- السنة الرابعة: إيرادات 170,000 - 200,000 | صافي ربح 55,000 - 70,000 ريال عُُماني
- السنة الخامسة: إيرادات 230,000+ | صافي ربح 80,000 - 110,000 ريال عُُماني

تفترض السنوات 3-5 تحسين القائمة، وبناء ولاء قوي، وافتتاح فرع ثانٍ أو كشك.

5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، السلوك، الاحتياجات والتقسيم (مشروع مقهى)

5.1 نظرة عامة على السوق (سياق المقاهي في سلطنة عُمان)

تطوّر سوق المقاهي في سلطنة عُمان من الاستهلاك التقليدي للقهوة إلى ثقافة مقاهٍ قائمة على التجربة. لم تعد المقاهي مجرد أماكن لبيع المشروبات، بل أصبحت مساحات اجتماعية، ومناطق عمل، ووجهات لأسلوب الحياة.

تُظهر المراكز الحضرية مثل مسقط، الخوض، العذبية، القرم، السيب، وصحار طلبًا يوميًا ثابتًا على المقاهي.

الخصائص الرئيسية للسوق: - طلب قوي في فترات الصباح والمساء المتأخر - معدل شراء متكرر مرتفع - اهتمام كبير بالأجواء، والواي فاي، وراحة الجلوس - تأثير قوي لصورة العلامة التجارية على قرار الاختيار

5.2 الخصائص السكانية للعملاء

أولاً: التقسيم العمري

18-24 سنة (الطلبة والشباب): - استخدام مكثف للمقاهي - حساسية للسعر مع وعي بالعلامات التجارية - تفضيل للمشروبات المثلجة والمقاهي الجاذبة لوسائل التواصل الاجتماعي

25-40 سنة (الموظفون والعاملون عن بُعد): - الشريحة الأساسية للإيرادات - استخدام المقاهي للاجتماعات والعمل - استعداد للدفع مقابل الراحة والثبات في الجودة

41-55 سنة (العائلات والبالغون): - تفضيل البيئات الهادئة - اهتمام بالنظافة والنكهات المألوفة - زيارات غالبًا في المساء وعطلة نهاية الأسبوع

ثانيًا: التقسيم حسب الدخل - دخل منخفض (أقل من 400 ريال عُُماني): حساسية عالية للسعر والعروض - دخل متوسط (400 - 900 ريال عُُماني): تركيز على القيمة والراحة - دخل فوق المتوسط (900+ ريال عُُماني): تركيز على التجربة والجودة

5.3 تحليل سلوك العملاء

محفزات الشراء: - طعم القهوة وثبات الجودة - راحة الجلسات والأجواء العامة - توفر الواي فاي ومخارج الكهرباء - سرعة الخدمة - صورة العلامة التجارية والانطباع الاجتماعي

أوقات الشراء: - الصباح: 7:00 - 10:00 صباحًا - منتصف اليوم: 12:00 - 3:00 مساءً - المساء: 6:00 - 11:00 مساءً

معدل الزيارات: - الطلبة: 3-5 مرات أسبوعيًا - الموظفون: 4-6 مرات أسبوعيًا - العائلات: 1-2 مرة أسبوعيًا

5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياجات الأساسية: - جودة قهوة موثوقة - جلسات مريحة للإقامات الطويلة - تسعير عادل للاستهلاك اليومي - بيئة هادئة ونظيفة

نقاط الألم التي يعالجها هذا المشروع: - الازدحام في المقاهي الكبيرة - عدم ثبات الجودة في بعض المقاهي الصغيرة - نقص الجلسات المناسبة للعمل - أسعار مرتفعة مقابل جودة متوسطة

5.5 تقسيم العملاء

الشريحة 1: الطلبة - الموقع: بالقرب من الجامعات والكليات - المنتجات المفضلة: مشروبات مثلجة وقهوة منكهة - الاستجابة للعروض: الخصومات وبرامج الولاء

الشريحة 2: الموظفون والعاملون عن بُعد - الموقع: المناطق التجارية والسكنية - المنتجات المفضلة: القهوة الساخنة والمشروبات الخاصة - الاستجابة للعروض: الراحة، الواي فاي، والهدوء

الشريحة 3: العائلات والمجموعات الاجتماعية - الموقع: الأحياء السكنية والمجمعات التجارية - المنتجات المفضلة: المشروبات الكلاسيكية والحلويات - الاستجابة للعروض: النظافة وتوفر الجلسات

5.6 شخصيات العملاء (نماذج توضيحية)

الشخصية 1 - سارة (طالبة جامعية، 22 سنة): - تزور المقاهي للدراسة والتواصل الاجتماعي - حساسة للسعر لكنها مخلص للعلامات التي تفضلها

الشخصية 2 - خالد (عامل عن بُعد، 34 سنة): - يستخدم المقاهي كمساحة عمل بديلة - يهتم بالواي فاي، ومخارج الكهرباء، والأجواء الهادئة

الشخصية 3 - عائشة (أم عاملة، 42 سنة): - تزور المقاهي في المساء وعطلات نهاية الأسبوع - تفضل البيئات النظيفة والمناسبة للعائلات

6. خطة التسويق المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو (مشروع مقهى)

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

بيان تموضع العلامة التجارية: مقهى عصري ومرحّب يقدم مشروبات عالية الجودة بثبات في بيئة مريحة مناسبة للعمل والتواصل الاجتماعي، وبأسعار ملائمة للزيارات اليومية.

شخصية العلامة التجارية: - ودودة وقريبة من الزبون - عصرية مع احترام القيم والثقافة المحلية - هادئة، موثوقة، ومجتمعية

عناصر الهوية: - اسم علامة بسيط وسهل التذكر (مناسب بالعربية والإنجليزية) - ألوان محايدة مع درجات دافئة - توزيع جلسات مريح ومتنوّع - تصميم موحّد للكواب، الأكمام، ومواد التغليف

6.2 استراتيجية الاستهداف

الشريحة	الهدف	الرسالة الأساسية
الطلبة	حجم مبيعات وولاء	أسعار مناسبة، طابع عصري واجتماعي
الموظفون	زيارات يومية متكررة	قهوة موثوقة، مساحة هادئة
العاملون عن بُعد	جلسات طويلة	واي فاي، راحة، إنتاجية
العائلات	حركة مسائية	بيئة نظيفة، مريحة ومرحّبة

6.3 استراتيجية التسعير

نموذج التسعير: تسعير قائم على القيمة مع فئات متعددة - القهوة الكلاسيكية: 1.200 - 1.800 ريال عُُماني - المشروبات الخاصة والمميزة: 2.000 - 3.000 ريال عُُماني - المعجنات والحلويات: 0.800 - 2.500 ريال عُُماني

تكتيكات التسعير: - عروض باقة (قهوة + معجنات) - حوافز الفترات الصباحية وخارج الذروة - ثبات الأسعار لتعزيز العادة اليومية

6.4 قنوات التسويق

أولاً: التسويق الرقمي (الأساسي) - إنستغرام وتيك توك: - قصص يومية وتحديثات الموقع - مقاطع تحضير المشروبات - إعادة نشر محتوى العملاء

- خرائط جوجل والتقييمات:
- تحسين صفحة النشاط التجاري
- تحفيز التقييمات الإيجابية
- واتساب للأعمال:
- مشاركة القائمة

• استقبال الطلبات المسبقة والكميات

ثانيًا: التسويق المحلي وغير الرقمي - اللوحات الخارجية وقوائم العرض - توزيع منشورات في الجامعات والمكاتب - المشاركة في الفعاليات المحلية - شراكات مع الأنشطة التجارية المجاورة

6.5 العروض وبرامج الولاء

مرحلة الإطلاق (أول 90 يومًا): - خصومات أسبوع الافتتاح - ترقية مجانية على المشروعات - فعاليات تذوق مع المؤثرين والمجتمع المحلي

العروض المستمرة: - بطاقات ولاء (اشتر 9 واحصل على العاشر مجانًا) - مشروب مميز شهري - عروض خاصة للطلبة خلال أيام الأسبوع

6.6 الشراكات والمشاركة المجتمعية

- مكاتب وشركات لعروض الاجتماعات
- جامعات وكليات لعروض الطلبة
- مخازن محلية لمنتجات مشتركة
- مجموعات ثقافية وفنية لإقامة فعاليات

6.7 خارطة طريق المبيعات والنمو (5 سنوات)

السنة	التركيز	النتيجة
السنة 1	تأسيس العلامة	مبيعات يومية مستقرة
السنة 2	الولاء والتحسين	تحسين الهوامش
السنة 3	فرع ثانٍ أو كشك	توسيع السوق
السنة 4	التوحيد القياسي	كفاءة تشغيلية
السنة 5	امتياز أو سلسلة	علامة قابلة للتوسع

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية: 120 - 180 ريال عُُماني / شهريًا
- التعاون مع المؤثرين: 60 - 120 ريال عُُماني / شهريًا
- العروض غير الرقمية: 30 - 60 ريال عُُماني / شهريًا

7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ (بصورة عامة)

المرحلة	المدة التقديرية
تسجيل النشاط التجاري	1-2 أسبوع

المرحلة	المدة التقديرية
اختيار الموقع وتوقيع عقد الإيجار	2-4 أسابيع
أعمال التجهيز وتركيب المعدات	6-10 أسابيع
التراخيص والموافقات النهائية	2-4 أسابيع
التشغيل التجريبي	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر الرابع

7.2 الملاحظات الختامية

يوضح هذا المشروع لمقهى القهوة نموذجًا تجاريًا قابلاً للتنفيذ والتوسع والاستدامة، ومصممًا ليتماشى مع نمط حياة المستهلكين المتطور في سلطنة عُمان. ومن خلال اختيار الموقع بعناية، وضمان ثبات الجودة، وتنفيذ خطة تسويق منضبطة، يمكن للمقهى تحقيق الربحية خلال فترة تتراوح بين 18 و24 شهرًا، مع إمكانية النمو إلى علامة تجارية متعددة الفروع مستقبلاً.