

# مشروع متجر الزهور الإلكتروني - خطة عمل (عمان)

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع متجر الزهور الإلكتروني هو مشروع بيع بالتجزئة يعتمد على القنوات الرقمية، ويركّز على بيع الزهور الطازجة، الباقات، والتنسيقات الزهرية من خلال منصة تجارة إلكترونية داخل سلطنة عُمان. يعمل المشروع بشكل أساسي عبر الإنترنت، مع مساحة خلفية صغيرة لتحضير الطلبات، إلى جانب شراكات مع خدمات التوصيل للمرحلة الأخيرة.

تستهدف المنصة الطلبات الشخصية، طلبات الشركات، وطلبات المناسبات، مع توفير خدمة التوصيل في نفس اليوم أو التوصيل المجدول إلى المدن الرئيسية مثل مسقط، السيب، صحر، وصلالة.

يعتمد هذا المشروع على عدة عوامل داعمة، من بينها: - تزايد الإقبال على التسوق الإلكتروني في سلطنة عُمان - ارتفاع الطلب على الزهور في المناسبات (أعياد الميلاد، الأعراس، عيد الفطر، عيد الأضحى، عيد الحب، عيد الأم) - الطلب المتنامي من الشركات وقطاع الضيافة على الهدايا الزهرية

### 1.2 نموذج العمل

قنوات البيع: - الموقع الإلكتروني - واتساب للأعمال - منصات التواصل الاجتماعي

نموذج التوصيل: - مندوب توصيل داخلي في المرحلة الأولى أو - الاعتماد على شركات توصيل خارجية

نموذج المخزون: - نموذج هجين (توريد يومي للزهور الطازجة مع تخزين مبرد محدود)

مصادر الإيرادات: - بيع الباقات الفردية - طلبات المناسبات والأعراس - خدمات الزهور للشركات والاشتراكات الدورية

### 1.3 الهيكل القانوني والتسجيل (عمان)

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة لمؤسس واحد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة للشراكات أو التوسع المستقبلي

التكلفة التقديرية للتسجيل والإعداد الأساسي: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عُماني

(لا تشمل التكاليف التأشيرات أو إيجار المكتب/المستودع أو الاستشارات المتقدمة)

### 1.4 المنتجات والخدمات

- باقات زهور طازجة (ورود، زنباق، توليب، باقات مشكلة)
- تنسيقات زهرية مخصصة حسب الطلب
- صناديق زهور وهدايا فاخرة
- إضافات (شوكولاتة، بطاقات تهنئة، بالونات)

• خدمات تنسيق الزهور للشركات والمناسبات

## 1.5 السوق المستهدف

- الأفراد الباحثون عن الهدايا
- منظمو الأعراس والمناسبات
- الشركات والفنادق
- المتسوقون عبر الإنترنت الباحثون عن الراحة والسرعة

## 1.6 الميزة التنافسية

- سهولة الطلب عبر الإنترنت
- توصيل في نفس اليوم
- إمكانية تخصيص الباقات
- تسعير واضح وشفاف
- تجربة رقمية قوية وموثوقة للعملاء

## 1.7 لمحة مالية (مستوى عالٍ)

- تكلفة التأسيس التقديرية: 10,000 - 20,000 ريال عُُماني
- متوسط قيمة الطلب: 15 - 35 ريال عُُماني
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: 3,000 - 8,000 ريال عُُماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 10 - 16 شهرًا

## 1.8 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن يصبح متجر الزهور الإلكتروني علامة تجارية موثوقة ومعروفة في سلطنة عُمان، تتميز بالجودة، الأناقة، والاعتمادية.

**الرسالة:** تقديم زهور طازجة ومنسقة بعناية مع تجربة طلب إلكترونية سلسلة وخدمة توصيل موثوقة لكل مناسبة خاصة.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، المنتجات، التقنية وهيكل الموظفين

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى):** - تسجيل متجر الزهور الإلكتروني في سلطنة عُمان كمؤسسة فردية (SPC) أو شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) عبر مركز سند - إطلاق موقع تجارة إلكترونية متكامل مع بوابات دفع إلكترونية - بناء سلسلة توريد يومية موثوقة للزهور من موردين محليين ومستوردين - تحقيق حضور للعلامة التجارية من خلال التسويق الرقمي - الوصول إلى نقطة التعادل التشغيلي خلال 10 - 16 شهرًا

**الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3):** - توفير خدمة التوصيل في نفس اليوم في المدن الرئيسية - توقيع عقود توريد وهدايا مع الشركات والفنادق - إطلاق خدمات اشتراك الزهور (أسبوعية / شهرية) - تحسين العمليات اللوجستية وتقليل الهدر في الزهور

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5):** - التوسع إلى عدة مدن داخل السلطنة - إنشاء منشأة مركزية للتبريد والتخضير - تطوير تغليف خاص وعلامات فاخرة حصرية - استكشاف فرص الامتياز التجاري أو التوسع الإقليمي

## 2.2 عرض القيمة

يقدم متجر الزهور الإلكتروني باقات وتنسيقات زهرية طازجة وأنيقة وقابلة للتخصيص، مع سهولة الطلب عبر الإنترنت وخدمة توصيل موثوقة.

**محركات القيمة الأساسية:** - الراحة: الطلب في أي وقت ومن أي مكان - الطازجة: توريد يومي وتخزين مراقب - التخصيص: حجم الباقة، نوع الزهور، التغليف، والإضافات - السرعة: توصيل في نفس اليوم أو في موعد محدد - الثقة: تسعير واضح وعرض احترافي

## 2.3 محفظة المنتجات والخدمات

**أولاً: المنتجات الأساسية** - باقات قياسية: ورود، زنباق، قرنفل، باقات مشكلة - نطاق السعر: 10 - 25 ريال عماني - تنسيقات فاخرة ومميزة: - زهور مستوردة، صناديق زهور، تنسيقات مع مزهريات - نطاق السعر: 30 - 80 ريال عماني وأكثر - مجموعات حسب المناسبات: - أعياد الميلاد، المناسبات السنوية، الأعياد، عيد الحب، عيد الأم

**ثانياً: الإضافات ورفع قيمة الطلب** - شوكولاتة - بطاقات تهنئة - بالونات - عطور أو هدايا صغيرة

**ثالثاً: خدمات الشركات والمناسبات** - زهور مكاتب الاستقبال والضيافة - تنسيق زهور الأعراس والمناسبات - اشتراكات زهور دورية للشركات

## 2.4 الإعداد التقني والمنصة

**الموقع الإلكتروني ونظام التجارة الإلكترونية:** - موقع متجاوب (أولوية للجوال) - كتالوج منتجات مع صور وأسعار واضحة - بوابة دفع إلكترونية آمنة (بطاقات محلية ودولية) - اختيار تاريخ ووقت التوصيل

**الأدوات الداعمة:** - واتساب للأعمال لتأكيد الطلبات وخدمة العملاء - تتبع المخزون (نظام بسيط أو جداول في المرحلة الأولى) - نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) للطلبات المتكررة

## 2.5 سير العمليات التشغيلية

- قيام العميل بتقديم الطلب عبر المنصة
- تأكيد الدفع
- تحضير الباقة الزهرية
- فحص الجودة والتغليف
- جدولة التوصيل وإرسال الطلب
- متابعة رضا العميل وجمع الملاحظات

## 2.6 هيكل الموظفين والموارد البشرية

**الهيكل المبدئي للفريق:** - المالك / مدير العمليات: - التنسيق مع الموردين - الإشراف على الطلبات - التسويق وبناء الشراكات - منسق زهور (1-2 موظفين): - تصميم الباقات والتنسيق - ضبط الجودة - مندوب توصيل / لوجستيات (موظف واحد أو متعاقد): - التوصيل للمرحلة الأخيرة - خدمة العملاء (دوام جزئي / المالك): - إدارة واتساب والطلبات

**التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين:** - منسق زهور: 180 - 250 ريال عُُماني - مندوب توصيل: 150 - 220 ريال عُُماني - دعم / إدارة: 100 - 150 ريال عُُماني - إجمالي الرواتب: 430 - 620 ريال عُُماني

---

### 3. تحليل SWOT - نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص والتهديدات

#### 3.1 نقاط القوة

##### نموذج عمل رقمي أولاً

تكاليف تشغيل أقل مقارنة بمحلات الزهور التقليدية، مع قابلية عالية للتوسع بين المدن.

##### منتج عالي الطلب العاطفي

الزهور مرتبطة بالمناسبات، المشاعر، والهدايا، مما يضمن طلباً متكرراً على مدار العام.

##### إمكانية التخصيص ورفع قيمة الطلب

تخصيص الباقات، الإضافات، والتغليف الفاخر يساهم في زيادة متوسط قيمة الطلب.

##### نموذج مخزون مرن

التوريد اليومي يقلل من تخزين الزهور لفترات طويلة ويحد من التلف.

##### قوة التسويق الرقمي

المحتوى البصري على وسائل التواصل الاجتماعي وحملات المناسبات تحقق تفاعلاً عالياً.

#### 3.2 نقاط الضعف

##### مخزون سريع التلف

العمر القصير للزهور يتطلب دقة عالية في التنبؤ بالطلب وإدارة التوريد.

##### حساسية التوصيل

أي تأخير أو سوء تعامل أثناء التوصيل يؤثر مباشرة على جودة المنتج ورضا العميل.

##### تذبذب الإيرادات الموسمية

ارتفاع المبيعات في المواسم مقابل فترات ركود خارج المواسم.

##### الاعتماد على الموردين

جودة وتوفر الزهور مرتبطان بشكل مباشر بموثوقية الموردين.

#### 3.3 الفرص

##### نمو التسويق الإلكتروني في سلطنة عُمان

زيادة ثقة المستهلكين في الشراء عبر الإنترنت، خاصة للهدايا.

##### طلب الشركات وقطاع الضيافة

الفنادق، المكاتب، والمناسبات تحتاج إلى خدمات زهور متكررة.

**الإيرادات القائمة على الاشتراكات**  
الاشتراكات الأسبوعية أو الشهرية توفر تدفقًا نقديًا ثابتًا.

**التسويق القائم على المناسبات**  
الأعياد، الأعراس، عيد الحب، عيد الأم، وحفلات التخرج.

**اتجاه الفخامة**  
زيادة الطلب على صناديق الزهور الفاخرة والزهور المستوردة.

### 3.4 التهديدات

**المنافسة السعرية**  
محلات الزهور المحلية وبائعي وسائل التواصل الاجتماعي.

**تكاليف التوصيل واللوجستيات**  
ارتفاع أسعار الوقود أو نقص المندوبين.

**اضطرابات الاستيراد والتوريد**  
الزهور المستوردة عرضة للتأخير وتقلب الأسعار.

**توقعات العملاء العالية**  
العملاء يتوقعون تطابقًا دقيقًا بين الصور وجودة الزهور عند الاستلام.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

- نقاط القوة والفرص تدعم بناء علامة تجارية فاخرة تعتمد على القنوات الرقمية.
- نقاط الضعف تتطلب استثمارًا في التبريد، تنوع الموردين، ووضع إجراءات تشغيل واضحة للتوصيل.
- التهديدات تؤكد أهمية ضبط الجودة، التميز بالعلامة التجارية، وتجربة العميل.

## 4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المصروفات التشغيلية وتوقعات 5 سنوات

جميع الأرقام تقديرية ومحافطة وبالريال العُماني، وتعتمد النتائج الفعلية على مستوى الطلب، الموسمية، جودة التنفيذ، وكفاءة التوصيل.

### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار الأولي)

**أولاً: التسجيل القانوني وإجراءات التأسيس (عُمان) -** حجز الاسم التجاري: 10 - 20 - السجل التجاري: 30 - 150 (رسوم مخفضة) - عضوية غرفة التجارة: 100 - 200 (سنة إلى سنتين) - رسوم خدمات سند: 50 - 100 (تختلف حسب المركز) - الرخصة البلدية: 50 - 150 (حسب النشاط) - **إجمالي تكلفة التسجيل:** 100 - 500 (مؤسسة فردية / شركة ذات مسؤولية محدودة)

**ثانيًا: الأعداد التقني والرقمي** - تصميم وتطوير موقع التجارة الإلكترونية: 1,200 - 2,500 - إعداد بوابة الدفع الإلكتروني: 50 - 150 - الاستضافة، النطاق، والأمان (السنة الأولى): 80 - 150 - أدوات إدارة الطلبات / CRM: 100 - 300 - إجمالي التقنية: 1,430 - 3,100

**ثالثًا: العمليات، المعدات والتجهيز** - تجهيز مساحة تحضير صغيرة: 1,000 - 2,500 - التبريد / التخزين البارد: 800 - 1,500 - أدوات منسق الزهور ومحطات العمل: 300 - 600 - مواد التغليف (بداية التشغيل): 300 - 600 - الهوية والعلامة التجارية (شعار، تغليف، مواد بصرية): 300 - 700 - إجمالي العمليات: 2,700 - 5,900

**رابعًا: ما قبل الافتتاح ورأس المال العامل** - مخزون الزهور الأولي: 500 - 1,000 - ميزانية إطلاق التسويق: 300 - 700 - الفحوصات الطبية والتهيئة للموظفين: 100 - 200 - احتياطي طوارئ: 500 - 1,000 - إجمالي ما قبل الافتتاح: 1,400 - 2,900

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية:** - الحد الأدنى: 7,500 - 8,500 - الحد الأعلى: 14,000 - 18,000

## 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- رواتب الموظفين: 430 - 620
- توريد الزهور (تكلفة البضاعة المباعة): 800 - 1,600
- الإيجار / مساحة مشتركة: 200 - 400
- تكاليف التوصيل / الوقود: 150 - 300
- الخدمات والإنترنت: 60 - 120
- مواد التغليف والاستهلاكات: 100 - 200
- التسويق والإعلانات: 150 - 300
- رسوم البرمجيات والدفع الإلكتروني: 40 - 80
- مصروفات متنوعة: 100 - 200
- إجمالي المصروفات الشهرية: 2,030 - 3,820

## 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط قيمة الطلب: 20 - 30
- متوسط الطلبات اليومية:
- متحفظ: 5 - 7 طلبات
- متوقع: 10 - 15 طلبًا
- متفائل: 20 طلبًا أو أكثر
- أيام التشغيل: 26 يومًا شهريًا

## 4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

- متحفظ: 2,600 - 3,900
- متوقع: 5,200 - 9,750
- متفائل: 10,400 وأكثر

## 4.5 الربح أو الخسارة الشهرية التقديرية

- متحفظ: إيرادات 3,000 مقابل مصروفات 3,200 (خسارة 200)
- متوقع: إيرادات 7,000 مقابل مصروفات 3,200 (ربح 3,800)
- متفائل: إيرادات 10,400 مقابل مصروفات 3,800 (ربح 6,600)

## 4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 3,000 - 4,000
- الاستثمار الأولي: 8,000 - 18,000
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 10 - 16 شهرًا

## 4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 60,000 - 75,000 | صافي ربح 15,000 - 25,000
- السنة الثانية: إيرادات 90,000 - 120,000 | صافي ربح 25,000 - 40,000
- السنة الثالثة: إيرادات 140,000 - 170,000 | صافي ربح 40,000 - 60,000
- السنة الرابعة: إيرادات 190,000 - 230,000 | صافي ربح 60,000 - 85,000
- السنة الخامسة: إيرادات 260,000 وأكثر | صافي ربح 90,000 - 120,000

تفترض السنوات 3-5 توسع الاشتراكات، عقود الشركات، والتوسع الجغرافي داخل السلطنة.

## 5. تحليل العملاء - الخصائص الديموغرافية، السلوك، الاحتياجات والتقسيم

### 5.1 سياق السوق (سلطنة عُمان)

يعتمد الطلب على الزهور في سلطنة عُمان بشكل أساسي على المناسبات والدوافع العاطفية. تتركز عمليات الشراء حول الاحتفالات، الأعياد الدينية، فعاليات الشركات، ومتطلبات قطاع الضيافة. ومع تزايد الاعتماد على القنوات الرقمية، يفضل العملاء الطلب عبر الإنترنت مع ضمان الطزاجة والتوصيل الموثوق.

**السمات الرئيسية لسوق الزهور في عُمان:** - ارتفاع الطلب خلال الأعياد، عيد الحب، عيد الأم، الأعراس، وحفلات التخرج - نمو طلب الشركات والفنادق على خدمات الزهور - توقعات عالية فيما يخص العرض والطزاجة - استعداد للدفع مقابل الاعتمادية والأناقة

### 5.2 الخصائص الديموغرافية للعملاء

#### أولاً: المستهلكون الأفراد

**الفئات العمرية: - 18-24 سنة (طلبة وشباب):** - شراء الزهور غالباً لأعياد الميلاد والمناسبات الخاصة - حساسية للسعر مع استجابة للعروض - متأثرون بإنستغرام وتوصيات الأصدقاء

#### • 25-40 سنة (موظفون ومتزوجون):

- الشريحة الأساسية للإيرادات
- شراء للزوج/الزوجة، العائلة، والالتزامات الاجتماعية
- يقدّرون الراحة، التوصيل في نفس اليوم، والجودة

#### • 41-60 سنة (بالغون مستقرون):

- معدل شراء أقل

- متوسط قيمة طلب أعلى
- يفضلون التصاميم الكلاسيكية والخدمة الموثوقة

**ثانيًا: عملاء الشركات والمؤسسات** - المكاتب والمقار الإدارية - الفنادق ومنشآت الضيافة - منظمو الفعاليات ومخططي الأعراس

هؤلاء العملاء يركزون على: - الثبات والاحترافية - الفوترة الرسمية - العلاقات طويلة الأمد

### 5.3 تقسيم الدخل وسلوك الإنفاق

- دخل منخفض (> 400 ريال): مشتريات متقطعة تعتمد على العروض
- دخل متوسط (400 - 900 ريال): هدايا منتظمة مع التركيز على القيمة مقابل السعر
- دخل مرتفع (900 ريال فأكثر): باقات فاخرة واشتراكات دورية

### 5.4 سلوك الشراء لدى العملاء

**دوافع الشراء:** - التعبير العاطفي (حب، اعتذار، احتفال) - الالتزامات الاجتماعية والثقافية - العلامة المؤسسية والضيافة

**توقيت الشراء:** - أوقات الذروة: 10 صباحًا - 2 ظهرًا، 6 مساءً - 9 مساءً - أيام الذروة: الخميس، الجمعة، والتواريخ الخاصة

**عوامل اتخاذ القرار:** - جاذبية شكل الباقة - موثوقية التوصيل - شفافية الأسعار - تقييمات العملاء وثقة العلامة التجارية

### 5.5 احتياجات العملاء ونقاط الألم

**الاحتياجات الأساسية:** - زهور طازجة مطابقة للصور المعروضة - توصيل في الوقت المحدد - عملية طلب بسيطة وسريعة - تسعير واضح دون رسوم مخفية

**نقاط الألم (يعالجها هذا المشروع):** - تفاوت الجودة لدى البائعين غير الرسميين - فشل التوصيل في اللحظات الأخيرة - محدودية خيارات التخصيص - ضعف خدمة ما بعد البيع

### 5.6 تقسيم العملاء

- **الشريحة 1: مشتررون حسب المناسبة**
- أعياد الميلاد، المناسبات السنوية، الأعياد
- قيمة طلب متوسطة
- قابلية عالية للتكرار

#### • الشريحة 2: المشتررون الرومانسيون

- عيد الحب، طلبات الزواج
- باقات فاخرة
- حساسية عالية للوقت

#### • الشريحة 3: عملاء الشركات



- مكاتب، فنادق، فعاليات
- طلبات كبيرة ومتكررة
- دفع بالفواتير

#### • الشريحة 4: عملاء الاشتراكات

- توصيل أسبوعي أو شهري
- إيرادات متوقعة
- قيمة عمرية عالية للعميل

### 5.7 شخصيات العملاء (أمثلة توضيحية)

- خالد (موظف، 35 سنة):  
يشترى الزهور شهريًا للمناسبات العائلية  
يقدر السرعة والعرض الأنيق
- يطلب عبر الإنترنت أثناء ساعات العمل

#### • عائشة (طالبة، 22 سنة):

- تشتري أحيانًا للأصدقاء
- متأثرة بوسائل التواصل الاجتماعي
- تستجيب للعروض والخصومات

#### • مسؤول إداري بشركة:

- يدير طلبات بالجملة
- يحتاج إلى الاعتمادية والفوترة
- يركز على الشراكة طويلة المدى

## 6. خطة التسويق المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو

### 6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

**بيان تموضع العلامة التجارية:** متجر زهور إلكتروني أنيق، موثوق، وحديث، يقدم زهورًا طازجة في الوقت المحدد لكل مناسبة ذات معنى في سلطنة عُمان.

**شخصية العلامة التجارية:** - أنيقة وفاخرة - عاطفية وذات ذوق - موثوقة واحترافية - حديثة وتعتمد على القنوات الرقمية

**عناصر العلامة التجارية:** - شعار وألوان نظيفة وفاخرة - صور عالية الجودة للباقات الزهرية - تغليف وعرض متناسق - تواصل ثنائي اللغة (عربي - إنجليزي)

## 6.2 استراتيجية الاستهداف

الرسالة الأساسية	الهدف	شريحة العملاء
جميلة، معبرة، وفي الوقت المحدد	هدايا المناسبات	الأفراد
عبر عن مشاعرك بسهولة	الهدايا الرومانسية	الأزواج
موثوق واحترافي	طلبات متكررة	الشركات
أنيق وقابل للتوسع	مبيعات بكميات كبيرة	الفعاليات
زهور طازجة بانتظام	الاحتفاظ بالعملاء	الاشتراكات

## 6.3 استراتيجية التسعير

**نهج التسعير:** تسعير قائم على القيمة مع مستويات فاخرة - الباقات القياسية: 10 - 25 ريال عُُماني - الباقات الفاخرة والمميزة: 30 - 80 ريال عُُماني وأكثر - تسعير الشركات: حسب العقود - خصومات الاشتراكات: 10% - 20%

**تكتيكات التسعير:** - حزم مضافة (زهور + شوكولاتة) - تسعير مميز حسب المناسبات - رسوم توصيل واضحة دون مفاجآت

## 6.4 قنوات التسويق

**أولاً: التسويق الرقمي (القناة الأساسية)** - إنستغرام وتيك توك: - محتوى بصري (مقاطع قصيرة، قبل/بعد التنسيق) - حملات مرتبطة بالمناسبات - تعاون مع مؤثرين عبر الإهداءات

- بحث جوجل وخرائط جوجل:
- استهداف عبارات مثل "توصيل زهور قريب مني"
- تشجيع التقييمات وبناء السمعة
- واتساب للأعمال:

- تأكيد الطلبات
- استفسارات الشركات والطلبات الكبيرة
- دعم العملاء

**ثانياً: الموقع الإلكتروني وتحسين التحويل** - صور منتجات عالية الجودة - توضيح مواعيد التوصيل - صفحات مخصصة حسب المناسبة - تجربة دفع سهلة وسريعة

## 6.5 الاستراتيجية الترويجية

**مرحلة الإطلاق (أول 90 يوماً):** - توصيل مجاني لأول مرة - حملات فتح الصناديق مع المؤثرين - خصومات افتتاح محدودة المدة

**العروض المستمرة:** - نقاط ولاء أو خصومات للعملاء المتكررين - تذكير بأعياد الميلاد والمناسبات - حوافز الإحالة

## 6.6 استراتيجية مبيعات الشركات والاشتراكات

- تواصل مخصص مع الشركات
- باقات اشتراك أسبوعية أو شهرية
- فواتير مخصصة واتفاقيات مستوى خدمة (SLA)
- عقود طويلة الأجل مع الفنادق والمكاتب

## 6.7 تقويم التسويق القائم على المناسبات

المناسبة	التركيز التسويقي
عيد الحب	باقات رومانسية فاخرة
عيد الأم	محتوى عاطفي وقصصي
الأعياد	باقات عائلية
موسم الأعراس	خدمات تنسيق وفعاليات
التخرج	باقات مخصصة

## 6.8 خارطة النمو لخمس سنوات

السنة	التركيز	النتيجة
1	إطلاق العلامة	دخول السوق
2	الشركات والاشتراكات	تدفق نقدي مستقر
3	التوسع الجغرافي	نمو الإيرادات
4	منشأة مركزية	تحسين التكاليف
5	الامتياز / الإقليمي	توسع العلامة

## 6.9 توزيع ميزانية التسويق

- إعلانات رقمية: 150 - 300 ريال / شهرًا
- مؤثرون ومحتوى: 80 - 150 ريال / شهرًا
- عروض وولاء: 50 - 100 ريال / شهرًا

## 7. الخاتمة وخارطة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني للتنفيذ (مستوى عالٍ)

المرحلة	المدة
تسجيل النشاط التجاري	1 - 2 أسبوع

المرحلة	المدة
تطوير الموقع الإلكتروني	3 - 6 أسابيع
إعداد الموردين	أسبوعان
الإطلاق التجريبي	أسبوعان
التشغيل الكامل	الشهر 2 - 3

## 7.2 الخلاصة النهائية

تقدّم خطة متجر الزهور الإلكتروني نموذجًا رقميًا قابلاً للتوسع وذا تكاليف تشغيل منخفضة، ومتوافقًا مع ثقافة الهدايا في سلطنة عُمان ونمو التجارة الإلكترونية. ومع الالتزام بالتنفيذ المنضبط، وبناء علامة تجارية قوية، وضمان الاعتمادية التشغيلية، يمكن للمشروع تحقيق ربحية مستدامة خلال السنة الأولى والتوسع ليصبح علامة معروفة على مستوى السلطنة.