

# كيف تبدأ مشروع متجر أثاث خشبي في سلطنة عُمان

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع متجر الأثاث الخشبي في سلطنة عُمان هو مشروع بيع بالتجزئة مع جانب تصنيع شبه مخصص، يركز على بيع أثاث خشبي عالي الجودة للمنازل والمكاتب والمقاهي والمساحات التجارية الصغيرة. سيقدم المتجر مزيجًا من الأثاث الجاهز والمنتجات الخشبية المصنّعة حسب الطلب، مع التركيز على المتانة والحرفية والتصاميم العصرية التي تناسب نمط الحياة العُماني.

يستجيب هذا المشروع للطلب المتزايد الناتج عن: - التوسع السكني ومشاريع الإسكان الجديدة - تزايد تفضيل الخشب الصلب على منتجات MDF المستوردة - زيادة تجهيز المقاهي والمطاعم والمكاتب - الطلب المتنامي على حلول الأثاث المخصصة

سيعمل المتجر من خلال صالة عرض فعلية، مع ورشة صغيرة أو شراكة مع ورشة نجارة، مما يوفر مرونة بين مبيعات التجزئة وتنفيذ الطلبات الخاصة.

### 1.2 أهداف المشروع

- تأسيس صالة عرض لأثاث خشبي بعلامة تجارية واضحة في موقع يتمتع برؤية عالية
- تقديم أثاث خشبي متين، محلي الصنع ومستورد
- خدمة العملاء السكنيين والتجاربيين وقطاع الضيافة
- بناء ثقة طويلة الأمد مع العملاء من خلال الجودة وخدمات ما بعد البيع
- تحقيق الربحية خلال أول 18 إلى 24 شهرًا

### 1.3 الهيكل القانوني والتسجيل (سلطنة عُمان)

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان عبر أحد مراكز سند، تحت أحد الهيكلين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC) - مناسبة للمشاريع ذات المالك الواحد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) - مناسبة للشراكات أو خطط التوسع المستقبلية

التكلفة التقديرية للتسجيل والرسوم الحكومية (باستثناء التأشيرات والإيجار): - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عُماني

تشمل هذه التكاليف حجز الاسم التجاري، السجل التجاري، عضوية غرفة التجارة، الترخيص البلدي، ورسوم خدمات سند.

### 1.4 نظرة عامة على المنتجات والخدمات

- أثاث غرف المعيشة (كنب، طاولات قهوة، وحدات تلفاز)
- أثاث غرف النوم (أبصرة، خزائن، طاولات جانبية)
- أثاث غرف الطعام (طاوولات، كراسي، خزائن)
- أثاث المكاتب (مكاتب عمل، رفوف، وحدات تخزين)
- أثاث خشبي مُصنّع حسب الطلب

• خدمات الإصلاح، التلميع، وأعمال التجديد البسيطة

## 1.5 السوق المستهدف

- ملاك المنازل والمستأجرون
- مشترى الشقق والفلل الجديدة
- المكاتب والشركات الصغيرة
- المقاهي والمطاعم والمتاجر
- مصممو الديكور والمقاولون

## 1.6 الميزة التنافسية

- تركيز قوي على جودة الخشب الصلب
- خيارات التخصيص من حيث الحجم والتشطيب والتصميم
- حرفة محلية مع سرعة في التسليم
- أسعار تنافسية مقارنة بالعلامات التجارية المستوردة
- خدمة عملاء شخصية ومباشرة

## 1.7 لمحة مالية (ملخص)

- التكلفة التقديرية للتأسيس: 25,000 - 50,000 ريال عُُماني
- متوسط الإيرادات الشهرية (السنة الأولى): 4,000 - 8,000 ريال عُُماني
- هامش الربح الإجمالي: 35% - 55%
- فترة الوصول لنقطة التعادل: 18 - 24 شهرًا
- الرؤية لمدة خمس سنوات: افتتاح فروع متعددة أو شراكات توريد بين الشركات

## 1.8 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن تصبح علامة تجارية موثوقة في مجال الأثاث الخشبي في سلطنة عُمان، معروفة بالجودة والحرفة وخيارات التخصيص.

**الرسالة:** تقديم أثاث خشبي متين ومصمم بعناية، يضيف قيمة للمساحات السكنية والعملية، مع تسعير عادل وخدمة موثوقة.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، نطاق المنتجات، المعدات وهيكل الموظفين

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى):** - استكمال تسجيل المشروع والحصول على الموافقات البلدية اللازمة - تأمين موقع صالة عرض يتمتع بمواقف كافية ورؤية واضحة - بناء علاقات مع موردي الأخشاب الصلبة والإكسسوارات - إطلاق خطوط المنتجات الأساسية مع خيارات تخصيص محدودة - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة وبناء الوعي بالعلامة التجارية

**الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3):** - التوسع في تقديم الأثاث المصنَّع حسب الطلب - بناء شراكات مع مصممي الديكور والمقاولين - تحسين كفاءة الإنتاج ودوران المخزون - إدخال مبيعات الشركات (B2B) للمكاتب والمقاهي

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5):** - افتتاح صالة عرض أو ورشة عمل ثانية - تطوير علامة أثاث عُمانية معروفة - استكشاف التجارة الإلكترونية وطلبات التفصيل عبر الإنترنت - توريد الأثاث لمشاريع سكنية أو فندقية كبيرة

## 2.2 القيمة المقترحة

يقدم متجر الأثاث الخشبي أثاثًا متينًا وجذابًا وقابلًا للتخصيص، مصممًا لتلبية احتياجات السوق السكني والتجاري في سلطنة عُمان.

**محركات القيمة الأساسية:** - استخدام الخشب الصلب والإكسسوارات عالية الجودة - تخصيص المقاسات والتشطيبات حسب الطلب - سرعة تسليم أعلى مقارنة بالأثاث المستورد - تسعير شفاف ودعم موثوق لما بعد البيع - توازن بين التصاميم العصرية والتقليدية

## 2.3 نطاق المنتجات واستراتيجية التسعير

**أولاً: الأثاث السكني** - أريكة، خزائن ملابس، طاولات جانبية - كنب، طاولات قهوة، وحدات تلفاز - طاولات وكراسي طعام - نطاق الأسعار: 120 - 1,200 ريال عُماني للقطعة الواحدة

**ثانيًا: أثاث المكاتب** - مكاتب عمل وطاولات اجتماعات - خزائن تخزين ورفوف - كاونترات استقبال - نطاق الأسعار: 150 - 1,500 ريال عُماني للقطعة الواحدة

**ثالثًا: الأثاث التجاري وقطاع الضيافة** - طاولات وكراسي المقاهي - مقاعد المطاعم والكاونترات - وحدات عرض المتاجر - نطاق الأسعار: 200 - 2,500 ريال عُماني حسب متطلبات المشروع

**رابعًا: الأثاث المصنَّع حسب الطلب** - خزائن ملابس حسب القياس - أرفف وخزائن مخصصة - قطع بتصاميم فريدة - نموذج التسعير: التكلفة + هامش ربح (40% - 60%)

## 2.4 متطلبات صالة العرض، الورشة والمعدات

**متطلبات صالة العرض:** - المساحة: 50 - 120 مترًا مربعًا - الإيجار الشهري: 300 - 700 ريال عُماني - إضاءة جيدة وتخطيط عرض فعال - مساحة مخصصة لاستشارات العملاء

**خيارات الورشة:** - ورشة داخلية صغيرة أو شراكة مع ورشة نجارة - المساحة (في حال كانت داخلية): 80 - 150 مترًا مربعًا

**المعدات والأدوات (تكلفة تقديرية):** - آلات تقطيع الخشب: 2,000 - 4,000 ريال عُماني - أدوات الصنفرة والتشطيب: 800 - 1,500 ريال عُماني - أدوات الحفر والتجميع: 500 - 1,000 ريال عُماني - معدات الرش والتلميع: 700 - 1,500 ريال عُماني - أدوات يدوية ومعدات السلامة: 300 - 600 ريال عُماني - إجمالي تكلفة المعدات: 4,300 - 8,600 ريال عُماني

## 2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

**الخطة المبدئية للتوظيف:** - المالك / المدير: المبيعات، تنسيق الموردين، والإشراف على العمليات - نجّار / حرفي (1) - (2) تصنيع وتجميع الأثاث - موظف مبيعات / صالة عرض (1): استقبال العملاء، إعداد العروض والطلبات - مساعد (اختياري): مناولة المواد والتنظيف

**التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين:** - النجّار: 200 - 300 ريال عُماني - موظف المبيعات: 180 - 250 ريال عُماني - المساعد: 120 - 180 ريال عُماني - إجمالي الرواتب: 500 - 900 ريال عُماني شهريًا

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

#### 3.1 نقاط القوة

##### التركيز على الخشب الصلب

الاعتماد على مواد متينة وطويلة العمر يميز المتجر عن المنتجات المستوردة التي تعتمد بشكل كبير على MDF.

##### القدرة على التخصيص

إمكانية تنفيذ المقاسات والتشطيبات والتصاميم حسب الطلب تزيد من رضا العملاء وترفع هوامش الربح.

##### الجرفية المحلية وسرعة التنفيذ

الإنتاج المحلي أو الشراكات مع ورش نجارة محلية تتيح فترات تسليم أقصر مقارنة بالأثاث المستورد.

##### نموذج عمل مرن

الجمع بين البيع بالتجزئة، الطلبات المخصصة، ومبيعات الشركات (B2B) ينوّع مصادر الدخل.

##### خدمة عملاء شخصية

البيع الاستشاري وبناء علاقة مباشرة مع العميل يعزز الثقة ويشجع على تكرار الشراء.

#### 3.2 نقاط الضعف

##### ارتفاع تكلفة القطعة مقارنة بالمستورد منخفض التكلفة

الخشب الصلب والجرفية قد يؤديان إلى أسعار أعلى لبعض الفئات السعرية.

##### ضعف الوعي بالعلامة التجارية في البداية

المشاريع الجديدة تحتاج إلى استثمار إضافي في التسويق وبناء السمعة.

##### الاعتماد على العمالة الماهرة

جودة الإنتاج تعتمد على خبرة النجارين، وأي تغيير في الكوادر قد يؤثر على الأداء.

##### مخاطر تجميد رأس المال في المخزون

التصاميم بطيئة الحركة قد تؤدي إلى حجز السيولة لفترات أطول.

#### 3.3 الفرص

##### نمو قطاع الإسكان والتجديد

زيادة بناء الفلل والشقق وأعمال التجديد ترفع الطلب على الأثاث الخشبي.

##### تجهيز المقاهي والمطاعم

توسع قطاع الأغذية والمشروبات يخلق طلبًا مستمرًا على الأثاث الخشبي المتين.

##### الشراكات مع مصممي الديكور

الطلبات المتكررة عبر المصممين والمقاولين تضمن استمرارية المبيعات.

**توجه العملاء نحو الجودة والاستدامة**  
زيادة الوعي بقيمة المنتجات طويلة العمر والصديقة للبيئة.

**الكتالوج الرقمي والطلبات المخصصة عبر الإنترنت**  
التواجد الرقمي يوسع نطاق الوصول خارج زوار صالة العرض.

### 3.4 التهديدات

**الأثاث المستورد منخفض السعر**  
المنافسة السعرية من المنتجات الجاهزة والمسطحة (Flat-pack).

**تقلب أسعار المواد الخام**  
تغير أسعار الأخشاب والإكسسوارات قد يؤثر على هوامش الربح.

**التباطؤ الاقتصادي**  
قد يتم تأجيل قرارات شراء الأثاث خلال فترات الركود.

**المتطلبات التنظيمية والامتثال**  
الالتزام المستمر بالمعايير البلدية ومتطلبات السلامة.

### 3.5 الآثار الاستراتيجية

- التركيز على المتانة والتخصيص وجودة الخدمة لتبرير التسعير
- اعتماد الإنتاج حسب الطلب لتقليل مخاطر المخزون
- بناء شراكات استراتيجية لتثبيت تدفق الطلبات
- الحفاظ على ضبط التكاليف وتنوع الموردين

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

جميع الأرقام تقديرية ومقدمة بالريال العُماني، وتعتمد على افتراضات محافظة ومتوافقة مع مشاريع متاجر الأثاث الخشبي الصغيرة إلى المتوسطة في سلطنة عُمان.

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

**أولاً: التسجيل والتراخيص** - حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عُُماني - السجل التجاري: 30 - 150 ريال عُُماني - عضوية غرفة التجارة: 100 - 200 ريال عُُماني (1-2 سنة) - رسوم خدمات سند: 50 - 100 ريال عُُماني - الترخيص البلدي: 50 - 150 ريال عُُماني - **إجمالي تكلفة التسجيل:** 100 - 500 ريال عُُماني (مؤسسة فردية / شركة ذات مسؤولية محدودة)

**ثانياً: إعداد صالة العرض والورشة** - إيجار صالة العرض (مقدم + تأمين): 1,500 - 3,000 ريال عُُماني - أعمال التهيئة والتجهيز الأساسية: 2,000 - 4,000 ريال عُُماني - الإضاءة، الأرفف ووحدات العرض: 1,000 - 2,000 ريال عُُماني - تجهيز الورشة أو التقسيم الداخلي: 1,000 - 2,500 ريال عُُماني - عينات عرض الأثاث: 3,000 - 7,000 ريال عُُماني - **إجمالي إعداد الموقع:** 8,500 - 18,500 ريال عُُماني

**ثالثاً: المعدات، الأدوات والأنظمة** - آلات وأدوات النجارة: 4,300 - 8,600 ريال عُُماني - أنظمة شفط الغبار والسلامة: 500 - 1,000 ريال عُُماني - نظام نقاط البيع والبرامج: 300 - 600 ريال عُُماني - معدات مكتبية: 300 - 600 ريال عُُماني - **إجمالي المعدات: 5,400 - 10,800 ريال عُُماني**

**رابعاً: المخزون الأولي وما قبل الافتتاح** - الأخشاب الخام والمواد: 3,000 - 6,000 ريال عُُماني - الإكسسوارات، الدهانات والتشطيبات: 1,000 - 2,000 ريال عُُماني - التسويق وإطلاق العلامة التجارية: 500 - 1,000 ريال عُُماني - استقطاب وتدريب الموظفين: 300 - 600 ريال عُُماني - مخصص الطوارئ: 1,000 - 2,000 ريال عُُماني - **إجمالي ما قبل الافتتاح: 6,800 - 11,600 ريال عُُماني**

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية:** - الحد الأدنى: حوالي 25,000 ريال عُُماني - الحد الأعلى: حوالي 50,000 ريال عُُماني

#### 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- إيجار صالة العرض والورشة: 300 - 700 ريال عُُماني
- رواتب الموظفين: 500 - 900 ريال عُُماني
- المواد الخام والمستهلكات: 800 - 1,500 ريال عُُماني
- الخدمات (الكهرباء والمياه): 120 - 250 ريال عُُماني
- النقل والتوصيل: 100 - 250 ريال عُُماني
- الصيانة والإصلاحات: 80 - 150 ريال عُُماني
- التسويق والعروض الترويجية: 100 - 250 ريال عُُماني
- مصروفات متنوعة: 100 - 200 ريال عُُماني
- **إجمالي المصروفات الشهرية: 2,100 - 4,350 ريال عُُماني**

#### 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط عدد الطلبات الشهرية للبيع بالتجزئة: 15 - 25 طلباً
- متوسط قيمة الطلب (تجزئة): 250 - 500 ريال عُُماني
- مشاريع مخصصة ومبيعات شركات (B2B): 3 - 6 مشاريع شهرياً
- متوسط قيمة المشروع: 800 - 2,000 ريال عُُماني

#### 4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

- سيناريو محافظ: 4,000 - 5,000 ريال عُُماني
- سيناريو متوقع: 6,000 - 8,000 ريال عُُماني
- سيناريو متفائل: 10,000 - 12,000 ريال عُُماني

#### 4.5 صافي الربح الشهري التقديري

- محافظ: إيرادات 4,500 - مصروفات 3,800 - صافي ربح 700 ريال عُُماني
- متوقع: إيرادات 7,000 - مصروفات 3,200 - صافي ربح 3,800 ريال عُُماني
- متفائل: إيرادات 11,000 - مصروفات 4,200 - صافي ربح 6,800 ريال عُُماني

#### 4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 3,000 - 4,000 ريال عُُماني
- إجمالي الاستثمار الأولي: 25,000 - 50,000 ريال عُُماني

• الفترة التقديرية للوصول إلى نقطة التعادل: 18 - 24 شهرًا

#### 4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 70,000 - 90,000 | صافي ربح 20,000 - 30,000 ريال عُُماني
- السنة الثانية: إيرادات 95,000 - 120,000 | صافي ربح 30,000 - 45,000 ريال عُُماني
- السنة الثالثة: إيرادات 130,000 - 160,000 | صافي ربح 45,000 - 65,000 ريال عُُماني
- السنة الرابعة: إيرادات 180,000 - 220,000 | صافي ربح 65,000 - 90,000 ريال عُُماني
- السنة الخامسة: إيرادات 250,000 + | صافي ربح 100,000 + ريال عُُماني

تشير السنوات من الثالثة إلى الخامسة إلى نمو مبيعات الشركات، وتعزيز العلامة التجارية، واحتمالية افتتاح فرع أو ورشة إضافية.

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

#### 5.1 سياق السوق (سلطنة عُمان)

يتأثر سوق الأثاث في سلطنة عُمان بنمو القطاع السكني، وزيادة أعمال التجديد، والتوسع المستمر في المقاهي والمكاتب والمساحات التجارية الصغيرة. ويتجه العملاء بشكل متزايد إلى البحث عن أثاث خشبي متين يوازن بين الجودة والتصميم والسعر، خاصة مع تزايد الوعي بمحدودية متانة منتجات MDF منخفضة التكلفة.

تُعد المناطق الحضرية مثل مسقط، السيب، بوشر، صحر، وصلالة من أكثر المناطق طلبًا، نظرًا للكثافة السكانية العالية، وتطور المشاريع السكنية، ونشاط الأعمال التجارية.

#### 5.2 الخصائص السكانية للعملاء

##### أولًا: العملاء السكنيون

**العائلات الشابة (الأعمار 28-45):** - قاموا بشراء أو استئجار شقق أو فلل حديثًا - يفضلون الأثاث المتين للاستخدام طويل الأمد - يهتمون بالخزائن المصنوعة حسب الطلب، والأسيّرة، وحلول التخزين

**الأسر المستقرة (الأعمار 40-60):** - قدرة شرائية أعلى - يقدّرون الجرفية، الخشب الصلب، والتصاميم الكلاسيكية - مستعدون للاستثمار في قطع أثاث عالية الجودة

##### ثانيًا: العملاء التجاريون

**المكاتب والشركات الصغيرة:** - يحتاجون إلى مكاتب عمل، وحدات تخزين، وطاولات اجتماعات - يركزون على المتانة، والالتزام بمواعيد التسليم، والتكلفة

**المقاهي والمطاعم:** - يطلبون أثاثًا خشبيًا ذا مظهر جذاب - غالبًا ما تكون الطلبات بالجملة لطاولات الجلوس والكاونترات

#### 5.3 تقسيم الدخل وسلوك الإنفاق

- شريحة الدخل المتوسط (400 - 900 ريال عُُماني): تركيز على القيمة مقابل السعر واختيار مدروس
- الشريحة المتوسطة العليا (900 - 1,800 ريال عُُماني): اهتمام بالجودة وخيارات التخصيص

• شريحة الدخل المرتفع (1,800 ريال عُمانِي): تفضيل للتصميم والحرفية العالية

#### 5.4 سلوك الشراء لدى العملاء

**عوامل اتخاذ القرار:** - جودة المواد (خشب صلب مقابل MDF) - جاذبية التصميم - شفافية الأسعار - سرعة التسليم - خدمات ما بعد البيع

**دورة الشراء:** - العملاء السكينيون: مشتريات رئيسية كل 3 - 7 سنوات - العملاء التجاريون: مشتريات حسب المشاريع أو التوسع

#### 5.5 احتياجات العملاء ونقاط الألم

**الاحتياجات الرئيسية:** - أثاث يتحمل ظروف المناخ في سلطنة عُمان - مقاسات مخصصة تتناسب مع المخططات المحلية للمنازل - التزام واضح بمواعيد التسليم - خيارات الإصلاح والصيانة

**نقاط الألم الشائعة:** - ضعف متانة الأثاث المستورد - فترات انتظار طويلة للطلبات الخارجية - محدودية التخصيص لدى المتاجر الكبرى - ضعف خدمات ما بعد البيع

#### 5.6 ملخص تقسيم العملاء

- **ملاك المنازل:** المتانة والملاءمة | أسيّرة، خزائن ملابس
- **المستأجرون:** القيمة والحجم المناسب | أثاث مرن وموديلار
- **المكاتب:** الوظائف العملية | مكاتب ووحدات تخزين
- **المقاهي:** الجاذبية التصميمية | طاولات وكراسي جلوس

#### 5.7 نماذج شخصيات العملاء

**الشخصية 1 - خالد (مالك منزل، 38 عامًا):** يمتلك فيلا، ويقدر الخزائن المصنوعة من الخشب الصلب والأرفف المخصصة. مستعد لدفع سعر أعلى مقابل المتانة طويلة الأمد.

**الشخصية 2 - عائشة (صاحبة مقهى، 33 عامًا):** تحتاج إلى طاولات وكاونترات خشبية ذات مظهر جذاب. تركز على الالتزام بالوقت والأسعار المناسبة للطلبات بالجملة.

**الشخصية 3 - راشد (مدير مكتب، 45 عامًا):** يقوم بشراء مكاتب عمل ووحدات تخزين عملية. يعطي أولوية للمتانة وكفاءة التكلفة.

### 6. خطة تسويق مخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو

#### 6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

**بيان تموضع العلامة التجارية:** متجر أثاث خشبي موثوق يقدم جودة الخشب الصلب، وخيارات التخصيص، وتسعيرًا واضحًا للمنازل والأعمال في سلطنة عُمان.

**قيم العلامة التجارية:** - جودة الحرفية - المتانة والاستدامة - الشفافية في التسعير - التركيز على العميل



**عناصر العلامة التجارية:** - شعار بسيط وأنيق يعكس الخشب والحرفية - لوحة ألوان طبيعية وهادئة - تخطيط موحد لصالة العرض واللافتات - عروض أسعار وفواتير وتغليف بعلامة تجارية واضحة

## 6.2 استراتيجية الاستهداف

- **ملاك المنازل:** طلبات عالية القيمة | رسالة: مبني ليدوم
- **المستأجرون:** حلول عملية | رسالة: جودة ضمن الميزانية
- **المكاتب:** طلبات متكررة B2B | رسالة: عملي ومتميز
- **المقاهي والمطاعم:** مشاريع بالجملة | رسالة: تصميم وقوة
- **مصممو الديكور:** شركات طويلة الأمد | رسالة: تنفيذ موثوق

## 6.3 استراتيجية التسعير

**نموذج التسعير:** قائم على القيمة مع منطق التكلفة + هامش ربح - الأثاث الجاهز: هامش ربح إجمالي 35% - 45% - الأثاث المخصص: هامش ربح إجمالي 45% - 60% - طلبات الشركات بالجملة: خصومات حجم 10% - 20%

**مبادئ التسعير:** - عروض أسعار شفافة - فصل واضح بين تكلفة المواد، العمالة، والتوصيل - تبرير التسعير المتميز من خلال الجودة والخدمة

## 6.4 قنوات التسويق

**أولاً: التسويق الرقمي** - إنستغرام وفيسبوك: عرض مشاريع قبل/بعد، مقاطع من الورشة، وآراء العملاء - ملف نشاط تجاري على Google: تعزيز الظهور المحلي والتقييمات - واتساب للأعمال: مشاركة الكتالوج، التسعير السريع، وتحديثات الطلبات

**ثانياً: التسويق التقليدي وبناء العلاقات** - تجربة صالة العرض للزوار - الإحالات من العملاء الحاليين - عمولات لمصممي الديكور والمقاولين - المشاركة في معارض المنازل والتصميم الداخلي

## 6.5 الاستراتيجية الترويجية

**مرحلة الإطلاق (أول 3 أشهر):** - خصومات افتتاحية على منتجات مختارة - استشارات وقياسات مجانية - عروض خاصة لأول 50 عميلاً

**العروض المستمرة:** - عروض موسمية (العيد، رأس السنة) - أسعار باقات لغرف كاملة - حوافز الإحالة

## 6.6 الشراكات والتحالفات الاستراتيجية

- مصممو الديكور والمهندسون المعماريون
- مطورو العقارات
- شركات تجهيز المقاهي والمطاعم
- موردو أثاث المكاتب للشركات

## 6.7 خارطة طريق المبيعات والنمو (5 سنوات)

- **السنة الأولى:** ترسيخ العلامة التجارية | مبيعات مستقرة في صالة العرض
- **السنة الثانية:** نمو الطلبات المخصصة وB2B | هوامش أعلى

- **السنة الثالثة:** افتتاح ورشة أو فرع ثانٍ | زيادة الطاقة الإنتاجية
- **السنة الرابعة:** كتالوج إلكتروني | توسع في الوصول
- **السنة الخامسة:** عقود كبيرة | ريادة السوق

## 7. الخلاصة وخطة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني العام للتنفيذ

- التسجيل والتراخيص: 1 - 2 أسبوع
- تجهيز صالة العرض: 4 - 6 أسابيع
- تجهيز الورشة: 3 - 5 أسابيع
- إطلاق التسويق: أسبوعان
- التشغيل الكامل: الشهر الثالث

### 7.2 الخلاصة النهائية

توضح خطة عمل متجر الأثاث الخشبي هذه فرصة استثمارية قوية وقابلة للتوسع وملئمة للسوق في سلطنة عُمان. ومن خلال التركيز على جودة الخشب الصلب، وخيارات التخصيص، وبناء علاقات قوية مع العملاء، يمكن للمشروع تحقيق نمو مستدام، وهوامش ربح جيدة، وبناء قيمة طويلة الأمد للعلامة التجارية.