

# **كيفية بدء بوتيك أزياء تقليدية في عمان**

## **1. الملخص التنفيذي**

### **1.1 نظرة عامة على المشروع**

بوتيك الأزياء التقليدية هو مشروع تجزئه يركز على بيع الأزياء العمانية والخليجية التقليدية، مع الجمع بين الموروث الثقافي والملمسة العصرية في التصميم. يقدم البوتيك تشكيلات مختارة من أزياء الرجال والنساء، وأحياناً الأطفال، لتناسب الاستخدام اليومي، والمناسبات، والأعراس، والفعاليات الثقافية.

سيعمل المشروع من خلال متجر فعلى (داخل مركز تجاري أو في موقع تجاري حيوي)، مع خطط مستقبلية للتوسيع في البيع عبر الإنترنت باستخدام إنستغرام وواتساب ومنصات التجارة الإلكترونية. يتماشى هذا المفهوم بشكل قوي مع الهوية الثقافية العمانية، ونمو السياحة، وقطاع الأعراس، والاهتمام المتزايد بالحرفية المحلية عالية الجودة.

### **1.2 أهداف المشروع**

- إنشاء علامة تجارية معروفة لبوتيك أزياء تقليدية في عمان
- الحفاظ على الأزياء العمانية التقليدية والترويج لها بأسلوب عرض حديث
- خدمة الزبائن المحليين والسياح الباحثين عن أزياء أصلية
- تحقيق الربحية خلال أول 18-24 شهراً
- التوسع في التفصيل حسب الطلب، والمبيعات الإلكترونية، وفتح فروع متعددة

### **1.3 الهيكل القانوني والتسجيل**

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عمان عبر أحد مراكز سند، وفق أحد الأشكال التالية: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة لإدارة بوتيك بمالي واحد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسيع

التكلفة التقديرية الأساسية للتسجيل والرسوم الحكومية: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عماني (لا تشمل التأشيرات، إيجار المحل، أو الاستشارات المتميزة)

### **1.4 المنتجات والخدمات**

- فساتين نسائية تقليدية (عمانية وخليجية)
- أزياء رجالية تقليدية (الدشداشة، الصدريريات، والإكسسوارات)
- أزياء المناسبات (الأعراس، الأعياد، والاحتفالات الوطنية)
- شالات وأوشحة وقطع تطريز وإكسسوارات
- خدمات التفصيل حسب الطلب والتصاميم الخاصة (المراحلة الثانية)

### **1.5 السوق المستهدف**

- النساء العمانيات والعائلات
- الموظفون والمهنيون
- العرائس ومشتريات الأعراس
- السياح الباحثون عن أزياء محلية أصلية

- المشترون للهدايا في المواسم والأعياد

## 1.6 العيزة التنافسية

- التخصص في الأزياء التقليدية والثقافية
- تصاميم مختارة مقارنة بال محلات التجارية العامة
- تنسيق شخصي وخيارات تفصيل مخصصة
- هوية قوية تحكي القصة الثقافية للعلامة
- القدرة على مواعدة التصاميم مع الذوق العصري

## 1.7 لمحة مالية (مستوى عام)

- تكلفة التأسيس التقديري: 40,000 - 20,000 ريال عُماني
- متوسط الإيرادات الشهرية المحتملة: 3,000 - 8,000 ريال عُماني
- هامش الربح الإجمالي: %45 - %65
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 18 - 24 شهراً

## 1.8 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** أن يكون البوتيك وجهة موثوقة للأزياء التقليدية الأصلية والأنيقة في سلطنة عُمان.

**الرسالة:** الاحتفاء بالموروث العماني من خلال تقديم أزياء تقليدية عالية الجودة، بتصميم مدروس، ومصادر أخلاقية، وتجربة عمل شخصية ومميزة.

## 2. تفاصيل المشروع - المفهوم، عرض القيمة، مزيج المنتجات وتشغيل المتجر

### 2.1 مفهوم المشروع

يتبع مشروع بوتيك الأزياء التقليدية كوجهة ثقافية مختارة للأزياء، تجمع بين الأزياء العُمانية الأصلية واللمسات العصرية الراقية. وعلى عكس متاجر الملابس ذات الإنتاج الضخم، يركز البوتيك على التشكيلات المحدودة، والحرفية العالية، وجودة الأقمشة، والخدمة الشخصية.

سيبدأ التشغيل بمتجر فعلي واحد في موقع تجاري ذي وضوح عالي (مركز تجاري أو شارع تجاري متميز)، مع دعم قنوات البيع الاجتماعي مثل إنستغرام وواتساب.

### 2.2 أهداف العمل

**الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى):** - استكمال التسجيل والترخيص عبر مركز سند - تأمين موقع تجاري مناسب للمتجر - إطلاق البوتيك بتشكيلية افتتاحية مختارة بعناية - بناء هوية قوية للعلامة وثقة العملاء - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 6 أشهر

**الأهداف متوسطة المدى (السنوات 2-3):** - إدخال خدمات التفصيل حسب الطلب والتصميم الخاص - توسيع نطاق المنتجات بناءً على طلب العملاء - بناء قنوات بيع إلكترونية (متجر إنستغرام / موقع إلكتروني) - التعاون مع مصممين وحرفيين

**الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5):** - افتتاح فرع ثان في مدينة أخرى - تطوير خط ملابس بعلامة خاصة - التوريد لبيوت الأعراس أو متاجر التصدير - تمويع العلامة للاعتراف الإقليمي

### 2.3 عرض القيمة

يقدم البوتيك أزياء أصلية وأيقونة متقدمة ثقافياً، مع تصميم عصري وخدمة متميزة.

**محركات القيمة الأساسية:** - تصاميم عمانية وخليجية أصلية - أقمشة وحرفية عالية الجودة - قطع محدودة (حصرية) - استشارات تنسيق شخصية - خيارات تفصيل حسب الطلب

### 2.4 مزيج المنتجات والتشكيلات

**أ. الأزياء النسائية التقليدية:** - فساتين عمانية (للستخدام اليومي والمناسبات) - عبايات خليجية وفساتين مزخرفة - أزياء الأعراس والخطبة

**ب. الأزياء الرجالية التقليدية:** - دشداشات (קלאسيكية وأقمشة فاخرة) - صديريات وإكسسوارات احتفالية

**ج. الإكسسوارات والإضافات:** - شالات وأوشحة - أذزمة وحقائب مطرزة - مجوهرات (قطع مختارة)

**د. التشكيلات الموسمية:** - تشكيلات العيد - تشكيلات موسم الأعراس - تصاميم خاصة باليوم الوطني

### 2.5 التوريد وسلسلة الإمداد

- خياطون وحرفيون محليون (المصدر الأساسي)
- موردون إقليميون (الإمارات، الهند، تركيا)
- توريد الأقمشة من تجار جملة موثوقين

**استراتيجية التوريد:** - مزيج من الجاهز والتفصيل حسب الطلب - شراء دفعات صغيرة لتقليل مخاطر المخزون - ضبط الجودة في مرحلة التوريد

### 2.6 موقع المتجر والتصميم الداخلي

**استراتيجية الموقع:** - مراكز التسوق (تموضع متميز) - الشوارع التجارية الحيوية - المناطق السياحية (توسيع مستقبلي)

**مناطق توزيع المتجر:** - منطقة العرض والمانيكان - غرف القياس - كاونتر الدفع ونظام نقاط البيع - منطقة التخزين وإدارة المخزون

### 2.7 تجهيزات المتجر والإعداد

**العنصر | التكلفة التقديرية (ريال عُماني):** - تشطيب داخلي وديكور: 4,000 - 8,000 - أرفف وحوامل: 1,000 - 2,000  
مرايا ومانيكان: 800 - 1,500 - نظام نقاط البيع: 300 - 600 - إضاءة ولافاتات: 500 - 1,200

**الإجمالي الفرعي:** 13,300 - 6,600

## 2.8 هيكل الموظفين والتشغيل

**الخطة الأولية للموظفين:** - المالك / مدير البوتيك: المشتريات، التنسيق مع الموردين، الإشراف على المبيعات، التسويق وبناء العلامة - بائع/ة (2-2): خدمة العملاء ودعم التنسيق، الفوترة وإدارة المخزون - خياط (خارجي) / دوام جزئي - المرحلة الثانية: التعديلات والطلبات الخاصة

**التكلفة الشهرية التقديرية للرواتب:** - البائع/ة: 180 ريال عُماني لكل موظف - إجمالي الرواتب (مبديئاً): 200 - 500 ريال عُماني

## 2.9 سير العمل اليومي

- فتح المتجر وتجهيز العرض
- التفاعل مع العملاء وتقديم التنسيق
- إنعام المبيعات والفوترة
- تحديثات المخزون
- مطابقة النقد والمبيعات اليومية

## 3. تحليل SWOT - بوتيك الأزياء التقليدية (سياق عُمان)

### 3.1 نقاط القوة

**الارتباط الثقافي القوي**  
الأزياء التقليدية جزء أصيل من الثقافة العُمانية، مما يضمن وجود طلب مستمر خلال الأعراس، الأعياد، اليوم الوطني، والمناسبات العائلية.

**هوامش ربح مرتفعة**  
عادةً ما تحقق متاجر الأزياء الراقية هوامش ربح أعلى (45%-65%) مقارنة بتجارة التجزئة العامة، خصوصًا في القطع الخاصة والمحدودة.

**تميز المنتجات**  
التصاميم الفريدة، التطريز، جودة الأقمشة، وخيارات التخصيص تميز البوتيك عن المتاجر المتسلسلة والبائعين عبر الإنترنت فقط.

**تجربة عميل شخصية**  
التنسيق الفردي، الاستشارات، وخدمات التفصيل تبني علاقة قوية وولاءً طويلاً للأمد مع العملاء.

**مرونة نموذج التوريد**  
القدرة على التوريد محلياً أو إقليمياً أو عبر التفصيل حسب الطلب تقلل الاعتماد على مورد واحد.

### 3.2 نقاط الضعف

**تجاهد رأس المال في المخزون**  
يتطلب مخزون الأزياء استثماراً مسبيحاً وقد يستغرق وقتاً للتحول إلى مبيعات فعلية.

### **التذبذب المبيعبات الموسمية**

تتركز الإيرادات في مواسم محددة مثل الأعياد ومواسم الأعراس، مع فترات أبطأ فيما بينها.

### **الحساسية للموضة والتوجهات**

قد تتغير تفضيلات التصاميم بسرعة، مما يزيد من مخاطربقاء مذzon غير مباع.

### **النطاق المحدود في البداية**

تشغيل متجر واحد يحد من تنوع مصادر الإيرادات في المراحل الأولى.

## **3.3 الفرص**

### **نمو سوق الأعراس والمناسبات**

ارتفاع الطلب على أزياء الأعراس والخطبة والمناسبات العائلية.

### **نمو السياحة**

تزايد اهتمام السياح بشراء الأزياء العمانية الأصلية والهدايا الثقافية.

### **التوسيع في التجارة الإلكترونية والاجتماعية**

إنستغرام وواتساب ومنصات التجارة الإلكترونية تتيح الوصول إلى عملاء في مختلف مناطق السلطنة.

### **خدمات التفصيل والتخصيص**

الطلبات الخاصة والتفصيل حسب الطلب ترفع الهوامش وتقلل مخاطر المذzon.

### **التعاون مع المصممين**

الشراكات مع مصممين وحرفيين محليين تعزز مكانة العلامة وقيمتها.

## **3.4 التهديدات**

### **الأزياء السريعة والاستيراد منخفض التكلفة**

المنتجات المستوردة الرخيصة تتنافس بقوة من حيث السعر.

### **التقلبات الاقتصادية**

انخفاض الإنفاق الاستهلاكي قد يؤثر على مشتريات الأزياء.

### **ارتفاع تكاليف الإيجار**

زيادة إيجارات المراكز التجارية والموقع المميزة مع مرور الوقت.

### **تقليد التصاميم**

قد يتم نسخ التصاميم الناجحة بسرعة من قبل المنافسين.

## **3.5 الدلالات الاستراتيجية**

• التركيز على التشكيلات المحدودة وخيارات التخصيص لتقليل مخاطر المذzon

• الاستفادة من المبيعات الإلكترونية لتخفيض أثر التذبذب الموسمي

• الاستثمار في سرد قصة العلامة وبناء علاقات قوية مع العملاء

• إدارة صارمة للمخزون والتدفقات النقدية

## 4. التوقعات المالية - تكاليف التأسيس، المخزون، المصاروفات وتوقعات 5 سنوات

جميع الأرقام تقديرية وُمُعَبَّر عنها بالريال العماني، وتم إعدادها بشكل محافظ وبما يتوافق مع الواقع متاجر الأزياء في سلطنة عمان.

### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

#### أ. تسجيل وترخيص النشاط

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عماني)	ملاحظات
جزء الاسم التجاري	20 - 10	وزارة التجارة والصناعة وترويج الاستثمار
السجل التجاري	150 - 30	رسوم مخفضة
غرفة تجارة وصناعة عمان	200 - 100	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	100 - 50	تختلف حسب المركز
رخصة بلدية	150 - 50	نشاط تجزئي
<b>إجمالي تكلفة التسجيل</b>	<b>500 - 100</b>	مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة

#### ب. تجهيز المتجر والديكور

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عماني)
التشطيب الداخلي والديكور	8,000 - 4,000
الأرفف والطاولات والكافورات	2,000 - 1,000
المانيكان والعرابيا	1,500 - 800
الإضاءة واللافتات	1,200 - 500
نظام نقاط البيع والبرمجيات	600 - 300
<b>الإجمالي الفرعي</b>	<b>13,300 - 6,600</b>

#### ج. الاستثمار الأولي في المخزون

الفئة	التكلفة التقديرية (ريال عماني)
الأزياء النسائية التقليدية	12,000 - 6,000
الأزياء الرجالية التقليدية	4,000 - 2,000

الفئة	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
الإكسسوارات والإضافات	2,000 - 1,000
قطع موسمية وملابس أعراس	5,000 - 2,000
<b>إجمالي المخزون</b>	<b>23,000 - 11,000</b>

#### د. ما قبل الافتتاح والاحتياطي

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
التسويق الأولي وحفل الإطلاق	700 - 300
الزي الرسمي والتدريب	400 - 200
احتياطي للطوارئ	1,000 - 500
<b>إجمالي الفرعى</b>	<b>2,100 - 1,000</b>

**إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية** - الحد الأدنى: حوالي 20,000 ريال عُماني - الحد الأعلى: حوالي 40,000 ريال عُماني

## 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

فئة المصروف	التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عُماني)
إيجار المتجر	1,500 - 600
رواتب الموظفين	500 - 200
الكهرباء والإنترنت	150 - 80
التسويق والعروض	300 - 150
إعادة تعبئة المخزون	1,200 - 600
مصروفات متنوعة وصيانة	200 - 100
<b>إجمالي المصروفات الشهرية</b>	<b>3,850 - 1,730</b>

## 4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط سعر البيع للقطعة:
- الملابس اليومية: 15 - 30 ريال عُماني
- ملابس المناسبات: 50 - 150 ريال عُماني
- متوسط عدد العمليات الشهرية: 120 - 200 عملية
- متوسط قيمة السلة الشرائية الشهرية: 35 - 45 ريال عُماني

#### 4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

السيناريو	الإيراد الشهري (ريال عُماني)
محافظ	3,000
متوقع	5,000
متفائل	8,000

#### 4.5 هامش الربح والربحية

متوسط هامش الربح الإجمالي: 65% - 45%

السيناريو	المصروفات	الإيرادات	صافي الربح
محافظ	2,600	3,000	400
متوقع	3,000	5,000	2,000
متفائل	3,800	8,000	4,200

#### 4.6 تحليل نقطة التعادل

- الاستثمار الأولي التقديري: 40,000 - 20,000 ريال عُماني
- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 1,800 - 2,200 ريال عُماني

فترة الوصول إلى نقطة التعادل المتوقعة: 18 - 24 شهراً

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

السنة	الإيرادات (ريال عُماني)	صافي الربح (ريال عُماني)	السنوات
السنة الأولى	60,000 - 45,000	18,000 - 12,000	
السنة الثانية	85,000 - 65,000	28,000 - 18,000	
السنة الثالثة	120,000 - 90,000	45,000 - 28,000	
السنة الرابعة	170,000 - 130,000	65,000 - 45,000	
السنة الخامسة	+180,000	100,000 - 70,000	

تفترض السنوات من الثالثة إلى الخامسة إضافة خدمات التفصيل، والمبيعات الإلكترونية، واحتمال افتتاح فرع ثانٍ.

## **5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، سلوك الشراء والتقطيع**

### **5.1 نظرة عامة على السوق (سياق عمان)**

يعزى الطلب على الأزياء التقليدية في سلطنة عمان إلى العادات الاجتماعية، والمناسبات الدينية، والفعاليات الثقافية، ونمو السياحة. ولا تقتصر الأزياء التقليدية على الاستخدام الاحتفالي فقط، بل تُعد جزءاً من الحياة اليومية للعديد من العمانيين، خاصة في التجمعات الرسمية والاجتماعية والدينية.

يستفيد البوتيك من العوامل التالية: - ارتباط ثقافي قوي بالأزياء التقليدية - دورات طلب منتظمة (الأعياد، الأعراس، اليوم الوطني) - تفضيل واضح للجودة، والتفصيل، والأصالة - اهتمام متزايد من السياح بالأزياء العمانية

### **5.2 شرائح العملاء الأساسية**

#### **الشريحة الأولى: النساء العمانيات (الشريحة الرئيسية)**

**الملف التعريفي:** - العمر: 20-55 سنة - الدخل: متوسط إلى فوق المتوسط - دافع الشراء: الملابس اليومية، المناسبات الاجتماعية، الأعياد، الأعراس

**سلوك الشراء:** - اهتمام عالي بجودة الأقمشة والتطريز - تفضيل تجربة القطعة داخل المتجر - استعداد لدفع سعر أعلى مقابل الحصولية

**متوسط الإنفاق:** 25 - 80 ريال عماني للزيارة الواحدة

#### **الشريحة الثانية: العرائس ومشتريات الأعراس**

**الملف التعريفي:** - العرائس وأفراد العائلة المقربين - عملاء موسميون لكن بقيمة عالية

**سلوك الشراء:** - تفضيل قوي للتخصيص والتفصيل - زيارات متعددة قبل اتخاذ قرار الشراء - حساسية منخفضة للسعر

**متوسط الإنفاق:** 150 - 500 ريال عماني أو أكثر للطلب الواحد

#### **الشريحة الثالثة: المهنيون العاملون**

**الملف التعريفي:** - نساء ورجال عاملون - محدودو الوقت

**سلوك الشراء:** - يفضلون القطع الجاهزة الأنيقة - يقدّرون السرعة والجودة - يميلون لإعادة الشراء عند الرضا

**متوسط الإنفاق:** 30 - 60 ريال عماني للزيارة الواحدة

#### **الشريحة الرابعة: السياح ومشترو الهدايا**

**الملف التعريفي:** - سياح دوليون وإقليميون - زوار خلال مواسم الذروة

**سلوك الشراء:** - البحث عن الأصالة والسرد الثقافي - تفضيل القطع الجاهزة وسهولة الإهداء - حساسية أقل للسعر عند التمييز

**متوسط الإنفاق:** 20 - 100 ريال عماني للزيارة الواحدة

### 5.3 احتياجات العملاء وتوقعاتهم

الاحتياج	كيفية تلبيه في البوتيك
تصاميم أصلية	التعاون مع حرفيين محليين ونقوش ثقافية
أقمشة عالية الجودة	توريد مختار بعناية
تفاصيل مخصص	خدمات خياطة وتعديل
الثقة والنظافة	بيئة بيع احترافية
المكانة والحضرية	تشكيلاً محدودة

### 5.4 دوافع الشراء

- الأهمية الثقافية
- جودة الأقمشة والحرفيّة
- الراحة والمقاس المناسب
- ملائمة القطعة للمناسبة
- سمعة العلامة التجارية

### 5.5 تقويت الشراء والموسمية

- الموسم المرتفع: الأعياد، أشهر الأعراس، اليوم الوطني
- الموسم المتوسط: عطلات نهاية الأسبوع والمناسبات الاجتماعية
- الموسم المنخفض: الأشهر غير الاحتفالية (يُعالج عبر المبيعات الإلكترونية)

### 5.6 شخصيات العملاء (أمثلة توضيحية)

**الشخصية 1 - عائشة (32 سنة، موظفة):** - تتسوق شهريًا - تبحث عن أناقة يومية - تقدر الجودة أكثر من السعر

**الشخصية 2 - مريم (24 سنة، عروس):** - طلبات تفصيل خاصة - قرار شراء عالي المشاركة - تبحث عن التميز والكمال

**الشخصية 3 - سارة (38 سنة، سائحة):** - عملية شراء واحدة غالباً - تقدر الأصالة الثقافية - تتأثر بعرض المتجر وتجربته

### 5.7 استراتيجية الاحتفاظ بالعملاء

- تقديم استشارات تنسيق شخصية
- إنشاء قاعدة بيانات للعملاء والمتابعة الدورية
- عروض معاينة حصرية للعملاء الدائمين
- رسائل واتساب للإبلاغ عن وصول تشكيلاً جديدًا

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

### 6.1 تمويع وهوية العلامة التجارية

**بيان التموضع:**

بتوتيك أزياء تقليدية راقٍ يحتفي بالموروث العماني من خلال تصاميم أنيقة، وأقمشة فاخرة، وخدمة شخصية متميزة.

**شخصية العلامة:** - أنيقة ومرتبطة بالثقافة - موثوقة وذات طابع راقٍ - دافئة وشخصية - عصرية مع الحفاظ على الأصلية

**عناصر الهوية البصرية:** - خطوط مستوحاة من الخط العربي مع لمسات حديثة - لوحة ألوان حيادية مع درجات ذهبية -  
تغليف فاخر (أكياس قماشية، علب بعلامة تجارية)

### 6.2 استراتيجية الاستهداف

الرسالة المحورية	الهدف الأساسي	شريحة العملاء
أناقة تقليدية للاستخدام اليومي	تكرار الشراء	النساء العُمانيات
تفصيل مثالي حسب الطلب	ميّزات عالية القيمة	العرائس والأعراس
أناقة جاهزة بسرعة	سهولة وراحة	المهنيون
أزياء عُمانية أصيلة	جاذبية ثقافية	السياح

### 6.3 استراتيجية التسعير

**فلسفة التسعير:** تسعير قائم على القيمة (الجودة أولاً وليس الخصومات)

- الملابس الجاهزة اليومية: 15 - 40 ريال عماني
- ملابس المناسبات والأعياد: 50 - 180 ريال عماني
- طلبات الأعراس والتفصيل الفاخر: 250 - 1,500 ريال عماني أو أكثر

**أساليب التسعير:** - تشكيلات متدرجة (أساسي / متميز / فاخر) - تسعير مخصص حسب نوع القماش والتطريز - خصومات محدودة للحفاظ على قيمة العلامة

### 6.4 قنوات التسويق

**أ. التسويق الرقمي (التركيز الأساسي):**

**إنستغرام:** - مقاطع Reels لعرض التصاميم وعمليات القياس - محتوى تحولات العرائس - تعاون مع المؤثرين في مجال الأزياء والأعراس

**واتساب للأعمال:** - إشعارات بوصول تشكيلات جديدة - التواصل بخصوص الطلبات الخاصة - بث رسائل حصرية للعملاء المميزين

**ملف النشاط على جوجل:** - إبراز الموقع الجغرافي - تقييمات العملاء وصور المتجر

**ب. التسويق التقليدي (خارج الإنترن特):** - واجهات عرض المتجر - معارض الأعراس وعروض الأزياء - التعاون مع صالونات التجميل وخبراء المكياج ومنظمي الأعراس - عروض المراكز التجارية خلال مواسم الذروة

## 6.5 الاستراتيجية الترويجية

**مرحلة الإطلاق:** - افتتاح تجاري للأصدقاء والمؤثرين - جلسات تنسيق وعروض معاينة - تعديلات مجانية لفترة محدودة

**العروض المستمرة:** - مكافآت ولاء للعملاء المتكررين - معارض موسمية حصرية لعملاء VIP - تسعير محقق لمجموعات الأعراس

## 6.6 الشراكات والتعاون

- منظمو الأعراس وقاعات الاحتفالات
- خبراء المكياج وصالونات التجميل
- الفنادق وشركات السياحة
- المصممون والحرفيون المحليون

## 6.7 خارطة طريق المبيعات والنمو (5 سنوات)

السنة	محور التسويق	النتيجة المتوقعة
السنة الأولى	بناء الوعي بالعلامة	استقرار مبيعات البوتيك
السنة الثانية	التفصيل حسب الطلب	هومايش ربح أعلى
السنة الثالثة	المتجر الإلكتروني	توسيع في الوصول
السنة الرابعة	فرع ثانٍ	توسيع في السوق
السنة الخامسة	علامة خاصة	ريادة العلامة

## 6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية وصناعة المحتوى: 150 - 300 ريال عماني شهرياً
- التعاون مع المؤثرين: 100 - 250 ريال عماني شهرياً
- المعارض والفعاليات: 1,000 - 3,000 ريال عماني سنوياً

## 7. الخاتمة وجدول التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل وترخيص النشاط	2-1 أسبوع
استئجار المتجر والتجهيز	6 أسابيع

المدة	المرحلة
5-3 أسابيع	توريـد المـخزـون
2-1 أسبوع	الافتتاح التجـريـبي
الـشهرـ الثـالـث	بدء التشـغـيلـ الكـامـل

## 7.2 الخاتمة النهائية

توضح خطة عمل بوتيك الأزياء التقليدية هذه مفهوماً تجارياً قوياً ثقافياً، ومجدداً من الناحية المالية، وقابلةً للتتوسيع في سوق التجزئة العماني. ومن خلال الدمج بين الموروث الثقافي، والحرفية عالية الجودة، وقنوات التسويق الحديثة، يمكن للبوتيك تحقيق ربحية مستدامة وبناء علامة تجارية قوية على المدى الطويل.