

كيفية بدء بوتيك أزياء تقليدية في عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

بوتيك الأزياء التقليدية هو مشروع تجزئة يركز على بيع الأزياء العُمانية والخليجية التقليدية، مع الجمع بين الموروث الثقافي واللمسة 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 فعلي (داخل مركز تجاري أو في موقع تجاري حيوي)، مع خطط مستقبلية للتوسع في البيع عبر الإنترنت باستخدام إنستغرام وواتساب ومنصات التجارة الإلكترونية. يتماشى هذا المفهوم بشكل قوي مع الهوية الثقافية العُمانية، ونمو السياحة، وقطاع الأعراس، والاهتمام المتزايد بالحرفية المحلية عالية الجودة.

1.2 أهداف المشروع

- إنشاء علامة تجارية معروفة لبوتيك أزياء تقليدية في عُمان
- الحفاظ على الأزياء العُمانية 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 عُمان عبر أحد مراكز سند، وفق أحد الأشكال التالية: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة لإدارة بوتيك بمالك واحد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسع

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

1.4 المنتجات والخدمات

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

1.5 السوق المستهدف

- النساء العُمانية والعائلات
- الموظفون والمهنيون
- العرائس ومشتريات الأعراس
- السياح الباحثون عن أزياء محلية أصيلة

• المشترون للهدايا في المواسم والأعياد

1.6 الميزة التنافسية

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

1.7 لمحة مالية (مستوى عام)

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

1.8 الرؤية والرسالة

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

الرسالة: الاحتفاء بالموارث العُمانية من خلال تقديم أزياء تقليدية عالية الجودة، بتصميم مدروس، ومصادر أخلاقية، وتجربة عميل شخصية ومميزة.

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

2.1 مفهوم المشروع

يتموضع بوتيك الأزياء التقليدية كوجهة ثقافية مختارة للأزياء، تجمع بين الأزياء العُمانية الأصيلة 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 عالٍ (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 بتشكيلة افتتاحية مختارة بعناية - بناء هوية قوية للعلامة وثقة العملاء - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 6 أشهر

الأهداف متوسطة المدى (السنين 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 ثانٍ في مدينة أخرى - تطوير خط ملابس بعلامة خاصة - التوريد لبيوت الأعراس أو متاجر التصدير - تموضع العلامة للاعتراف الإقليمي

2.3 عرض القيمة

يقدم البوتيك أزياء أصيلة وأنيقة متجذرة ثقافيًا، مع تصميم عصري وخدمة متميزة.

محركات القيمة الأساسية: - تصاميم عُمانية 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 عُمانية (للاستخدام اليومي والمناسبات) - عبايات خليجية وفساتين مزخرفة - أزياء الأعراس والخُطة

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

ج. الإكسسوارات والإضافات: - شالات وأوشحة - أحزمة 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 (توسع 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 ولافتات: 500 - 1,200

الإجمالي الفرعي: 6,600 - 13,300

2.8 هيكل الموظفين والتشغيل

الخطوة الأولى للموظفين: - المالك / مدير البوتيك: المشتريات، التنسيق مع الموردين، الإشراف على المبيعات، التسويق وبناء العلامة - بائع/ة (1-2): خدمة العملاء ودعم التنسيق، الفوترة وإدارة المخزون - خياط (خارجي / دوام جزئي - المرحلة الثانية): التعديلات والطلبات الخاصة

التكلفة الشهرية التقديرية للرواتب: - البائع/ة: 180 - 250 ريال عُُماني لكل موظف - إجمالي الرواتب (مبدئيًا): 200 - 500 ريال عُُماني

2.9 سير العمل اليومي

- فتح المتجر وتجهيز العرض
- التفاعل مع العملاء وتقديم التنسيق
- إتمام 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%) مقارنةً بتجارة التجزئة العامة، خصوصًا في القطع الخاصة والمحدودة.

تميّز 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 وولاء طويل الأمد مع العملاء.

مرونة نموذج التوريد

القدرة على التوريد محليًا أو إقليميًا أو عبر التفصيل حسب الطلب تقلل الاعتماد على مورد واحد.

3.2 نقاط الضعف

تجميد رأس المال في المخزون

يتطلب مخزون الأزياء استثمارًا مسبقًا وقد يستغرق وقتًا للتحويل إلى مبيعات فعلية.

تذبذب المبيعات الموسمية

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

الحساسية للموضة والتوجهات

قد تتغير تفضيلات التصميم بسرعة، مما يزيد من مخاطر بقاء مخزون 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 العُمانية الأصلية والهدايا الثقافية.

التوسع 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 المخزون.

التعاون مع المصممين

الشراكات مع مصممين وحرفيين محليين تعزز مكانة العلامة وقيمتها.

3.4 التهديدات

الأزياء السريعة والاستيراد منخفض التكلفة

المنتجات المستوردة الرخيصة تنافس بقوة من حيث السعر.

التقلبات الاقتصادية

انخفاض الإنفاق الاستهلاكي قد يؤثر على مشتريات الأزياء.

ارتفاع تكاليف الإيجار

زيادة إيجارات المراكز التجارية والمواقع المميزة مع مرور الوقت.

تقليد التصميم

قد يتم نسخ التصميم الناجحة بسرعة من قبل المنافسين.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

- التركيز على التشكيلات المحدودة وخيارات التخصيص لتقليل مخاطر المخزون
- الاستفادة من المبيعات الإلكترونية لتخفيف أثر التذبذب الموسمي
- الاستثمار في سرد قصة العلامة وبناء علاقات قوية مع العملاء

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

جميع الأرقام تقديرية وُعبر عنها بالريال العُماني، وتم إعدادها بشكل محافظ وبما يتوافق مع واقع متاجر الأزياء في سلطنة عُمان.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

أ. تسجيل وترخيص النشاط

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

ب. تجهيز المتجر والديكور

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
التشطيب الداخلي والديكور	8,000 - 4,000
الأرفف والطاولات والكاونترات	2,000 - 1,000
المانيكاف والمرايا	1,500 - 800
الإضاءة واللافتات	1,200 - 500
نظام نقاط البيع والبرمجيات	600 - 300
الإجمالي الفرعي	13,300 - 6,600

ج. الاستثمار الأولي في المخزون

الفئة	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
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
إجمالي المخزون	23,000 - 11,000

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
الإجمالي الفرعي	2,100 - 1,000

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
إجمالي المصروفات الشهرية	3,850 - 1,730

4.3 افتراضات الإيرادات

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

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

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

4.5 هامش الربح والربحية

متوسط هامش الربح الإجمالي: 45% - 65%

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

4.6 تحليل نقطة التعادل

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

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

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

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

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

5. تحليل العملاء - الخصائص السكانية، سلوك الشراء والتقسيم

5.1 نظرة عامة على السوق (سياق عُمان)

يُعزى الطلب على الأزياء التقليدية في سلطنة عُمان إلى العادات الاجتماعية، والمناسبات الدينية، والفعاليات الثقافية، ونمو السياحة. ولا تقتصر الأزياء التقليدية على الاستخدام الاحتفالي فقط، بل تُعد جزءًا من الحياة اليومية للعديد من العُمانيين، 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 المحلية

5.2 شرائح العملاء الأساسية

الشريحة الأولى: النساء العُمانية (الشريحة الرئيسية)

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

سلوك الشراء: - اهتمام عالٍ بجودة الأقمشة والتطريز - تفضيل تجربة القطعة داخل المتجر - استعداد لدفع سعر أعلى مقابل الحصرية

متوسط الإنفاق: 25 - 80 ريال عُماني 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 عُماني 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 عُماني 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 وسهلة الإهداء - حساسية أقل للسعر عند التميز

متوسط الإنفاق: 20 - 100 ريال عُُماني للزيارة الواحدة

5.3 احتياجات العملاء وتوقعاتهم

الاحتياج	كيفية تلبيته في البوتيك
تصاميم أصلية	التعاون مع حرفيين محليين ونقوش ثقافية
أقمشة عالية الجودة	توريد مختار بعناية
تفصيل مخصص	خدمات خياطة وتعديل
الثقة والنظافة	بيئة بيع احترافية
المكانة والحصرية	تشكيلات محدودة

5.4 دوافع الشراء

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

5.5 توقيت 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 - تقدّر 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 غالبًا - تقدّر 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 تشكيلات جديدة

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

6.1 تموضع وهوية العلامة التجارية

بيان التموضع:

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

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

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 العُmaniات
تفصيل مثالي حسب الطلب	مبيعات 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 عُماني
- ملابس المناسبات والأعياد: 50 - 180 ريال عُماني
- طلبات الأعراس والتفصيل الخاص: 250 - 1,500 ريال عُماني 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 الإنترنت): - 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 تجريبي للأصدقاء والمؤثرين - جلسات تنسيق وعروض معاينة - تعديلات مجانية لفترة محدودة

العروض المستمرة: - مكافآت ولاء للعملاء المتكررين - معانيات موسمية حصرية لعملاء VIP - تسعير مجعّع 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	هوامش ربح أعلى
السنة الثالثة	المتجر الإلكتروني	توسع في الوصول
السنة الرابعة	فرع ثانٍ	توسع في السوق
السنة الخامسة	علامة خاصة	ريادة العلامة

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية وصناعة المحتوى: 150 - 300 ريال عُُماني شهريًا
- التعاون مع المؤثرين: 100 - 250 ريال عُُماني شهريًا
- المعارض والفعاليات: 1,000 - 3,000 ريال عُُماني سنويًا

7. الخاتمة وجدول التنفيذ

7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل وترخيص النشاط	1-2 أسبوع
استئجار المتجر والتجهيز	4-6 أسابيع

المرحلة	المدة
توريد المخزون	3-5 أسابيع
الافتتاح التجريبي	1-2 أسبوع
بدء التشغيل الكامل	الشهر الثالث

7.2 الخاتمة النهائية

توضح خطة عمل بوتيك الأزياء التقليدية هذه مفهومًا تجاريًا قويًا ثقافيًا، ومجديًا من الناحية المالية، وقابلًا للتوسع في سوق التجزئة العُماني. ومن خلال الدمج بين الموروث الثقافي، والحرفية عالية الجودة، وقنوات التسويق الحديثة، يمكن للبوتيك تحقيق ربحية مستدامة وبناء علامة تجارية قوية على المدى الطويل.