

كيفية بدء مشروع متجر ألعاب في سلطنة عمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع متجر الألعاب في سلطنة عمان هو مشروع تجزئة يركز على بيع الألعاب التعليمية والترفيهية والمناسبة لمختلف الفئات العمرية للأطفال. يستهدف المتجر العائلات وأولياء الأمور والمدارس ومشتري الهدايا، من خلال تقديم مجموعة مختارة بعناية من الألعاب التعليمية، والألعاب ذات العلامات التجارية، وألعاب الأنشطة الخارجية، بالإضافة إلى منتجات تتناسب مع البيئة المحلية.

سيعمل المشروع في مرحلته الأولى كمتجر تجزئة فعلي، مع التوسع مستقبلاً نحو البيع عبر الإنترنت وخدمات التوصيل. ويتمشى هذا المفهوم مع التركيبة السكانية الشابة في سلطنة عمان، والثقافة الأسرية القوية، والاهتمام المتزايد بتنمية الطفل، وزيادة الإنفاق على الألعاب عالية الجودة والمنتجات التعليمية.

1.2 الهيكل القانوني وتنظيم الأعمال

سيتم تسجيل متجر الألعاب في سلطنة عمان من خلال مركز سند، مع اختيار أحد الهيكلين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة لمالك واحد وتتميز بانخفاض تكاليف التأسيس - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود شركاء أو خطط توسع مستقبلية

التكلفة التقديرية للتسجيل والرسوم الحكومية (بالريال العماني): - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عماني

(لا تشمل التأشيرات أو إيجار المحل أو الاستشارات عالية التكلفة)

1.3 المنتجات والخدمات

- ألعاب تعليمية (STEM، الألغاز، مجموعات التعلم)
- ألعاب للرضع والأطفال الصغار والأطفال (من 0 إلى 12 سنة)
- ألعاب ذات علامات تجارية ومقتنيات خاصة
- ألعاب الأنشطة الخارجية والحركية
- ألعاب الطاولة والألعاب العائلية
- خدمات تغليف الهدايا والباقات الموسمية

1.4 السوق المستهدف

- أولياء الأمور والعائلات
- المدارس ورياض الأطفال
- مشتري الهدايا
- السياح (طلب موسمي)

1.5 الميزة التنافسية

- تركيز مدروس على الألعاب التعليمية
- الاعتماد على علامات تجارية موثوقة وضمان الجودة
- منتجات آمنة للأطفال ومصنفة حسب الفئة العمرية
- تجربة تسوق ودية داخل المتجر
- تسعير تنافسي مع عروض وباقات مجمعة

1.6 لمحة مالية (ملخص)

- التكلفة التقديرية لبدء المشروع: 15,000 - 30,000 ريال عماني
- متوسط الإيرادات الشهرية المتوقعة: 3,000 - 8,000 ريال عماني
- فترة الوصول إلى نقطة التعادل: 12 - 20 شهرًا
- الهدف خلال 5 سنوات: فروع متعددة + متجر إلكتروني

1.7 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن نكون وجهة موثوقة للألعاب عالية الجودة ومنتجات التعلم للأطفال في مختلف أنحاء سلطنة عمان.

الرسالة: دعم تنمية الأطفال وسعادة الأسرة من خلال توفير ألعاب آمنة وتعليمية وممتعة بأسعار مناسبة ومتاحة للجميع.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، عرض القيمة، مزيج المنتجات، إعداد المتجر وهيكل الموظفين

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - تسجيل وترخيص متجر الألعاب في سلطنة عمان من خلال مركز سند - تأمين موقع تجزئة مناسب (في مجمع تجاري أو منطقة تسوق سكنية) - إطلاق العمليات مع تشكيلة مدروسة من الألعاب - تحقيق مبيعات شهرية مستقرة خلال أول 6 أشهر - بناء وعي بالعلامة التجارية لدى أولياء الأمور والمدارس

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3): - توسيع مجموعة المنتجات بناءً على بيانات المبيعات وملاحظات العملاء - إطلاق الطلب عبر الإنترنت وخدمة التوصيل المحلي - عقد شراكات مع المدارس ورياض الأطفال والمراكز التعليمية - تحسين دوران المخزون وشروط التوريد مع الموردين

الأهداف طويلة المدى (السنوات 4-5): - افتتاح فروع إضافية في المدن الرئيسية - تطوير منتجات ألعاب خاصة بالعلامة التجارية أو حصريّة - إنشاء نموذج بيع متعدد القنوات يعتمد على التجارة الإلكترونية - تهيئة العلامة التجارية للتوسع بنظام الامتياز أو التوسع الإقليمي

2.2 عرض القيمة

يقدم متجر الألعاب منتجات آمنة وتعليمية وعالية الجودة تدعم نمو الطفل، مع توفير تجربة تسوق مريحة وموثوقة لأولياء الأمور.

عوامل القيمة الأساسية: - منتجات مناسبة للفئة العمرية ومعتمدة من حيث السلامة - تركيز قوي على الألعاب التعليمية والتنموية - تصنيف واضح للمنتجات حسب العمر ومستوى المهارة - طاقم عمل ودود وملم لتقديم الإرشاد لأولياء الأمور - تسعير تنافسي مع باقات وعروض موسمية

2.3 مزيج المنتجات واستراتيجية العرض

أولاً: فئات المنتجات

• ألعاب الرضع والأطفال الصغار (0-3 سنوات):

- ألعاب حسية
- ألعاب قماشية ولينة
- أدوات تنمية المهارات الحركية

• ألعاب ما قبل المدرسة والتعليم المبكر (3-6 سنوات):

- ألعاب الحروف والأرقام
- مكعبات البناء
- مجموعات اللعب الإبداعي

• ألعاب سن المدرسة (6-12 سنة):

- مجموعات STEM
- ألعاب الطاولة
- مجموعات التركيب والبناء

• ألعاب الأنشطة الخارجية:

- دراجات وسكوترات
- ألعاب رياضية وحركية

• الألعاب ذات العلامات التجارية:

- علامات عالمية معروفة
- ألعاب الشخصيات الكرتونية

• المنتجات الموسمية والهدايا:

- باقات أعياد الميلاد
- عروض ومجموعات المناسبات

ثانياً: هيكل التسعير (تقديري): - الألعاب الصغيرة: 2 - 5 ريال عماني - الأطقم التعليمية: 6 - 15 ريال عماني - الألعاب ذات العلامات التجارية: 10 - 30 ريال عماني - ألعاب الأنشطة الخارجية: 15 - 60 ريال عماني

2.4 إعداد المتجر والمعدات

حجم وموقع المتجر: - المساحة الموصى بها: 40 - 80 مترًا مربعًا - المواقع المفضلة: المجمعات التجارية، مناطق التسوق السكنية، القرية من المدارس

التجهيزات الداخلية والمعدات: - أرفف العرض والحوامل: 800 - 1,500 ريال عماني - نظام نقاط البيع والفوترة: 300 - 600 ريال عماني - كاميرات المراقبة والأمن: 200 - 500 ريال عماني - اللوحات الإعلانية والعلامة التجارية: 300 - 700 ريال عماني - مساحة التخزين وتجهيز المستودع الخلفي: 200 - 400 ريال عماني

2.5 هيكل الموظفين والموارد البشرية

الفريق المبدئي: - مالك / مدير المتجر: - التنسيق مع الموردين - إدارة المخزون - التسويق وبناء الشراكات

- موظف مبيعات (1-2 موظفين):
- خدمة العملاء والمساعدة في الاختيار
- الفوترة وترتيب المنتجات

التكلفة الشهرية التقديرية للموظفين: - موظف المبيعات: 180 - 250 ريال عماني لكل موظف - إجمالي الرواتب: 180 - 500 ريال عماني شهريًا

3. تحليل SWOT - نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات

3.1 نقاط القوة

طلب قوي ومستمر

تُعد الألعاب من الاحتياجات غير الموسمية للأسر التي لديها أطفال، حيث يستمر الطلب عليها بسبب أعياد الميلاد، ومتطلبات المدارس، وثقافة تقديم الهدايا.

سوق عائلي قوي في سلطنة عمان

تدعم القيم الأسرية الراسخة في المجتمع العُماني، إلى جانب التركيبة السكانية الشابة، الإنفاق المستمر على منتجات الأطفال.

التركيز على الألعاب التعليمية

يساهم التركيز على ألعاب التعلم وتنمية المهارات في تمييز المتجر عن البائعين التقليديين للألعاب.

نموذج تشغيل بسيط

يتميز متجر الألعاب بعمليات تشغيل واضحة، وعدم وجود منتجات سريعة التلف، واحتياجات تشغيلية وموارد بشرية قابلة للإدارة.

قابلية التوسع

يمكن توسيع المشروع ليشمل البيع عبر الإنترنت، وافتتاح فروع متعددة، وعقد شراكات مع المدارس، وإطلاق علامات تجارية خاصة.

3.2 نقاط الضعف

الحاجة إلى رأس مال للمخزون

يتطلب المشروع استثمارًا مبدئيًا ومستمرًا في المخزون، مما قد يشكل ضغطًا على التدفقات النقدية في حال ضعف الإدارة.

بطء حركة بعض المنتجات

قد تستغرق بعض الألعاب وقتًا أطول للبيع، مما يزيد من تكاليف التخزين والاحتفاظ بالمخزون.

محدودية التميز في المراحل الأولى

قد يكون التميز محدودًا في البداية قبل بناء العلامة التجارية واكتساب ثقة السوق.

الاعتماد على الاستيراد

تعتمد معظم الألعاب على الاستيراد، مما يعرض المشروع لتأخيرات الشحن وتقلبات أسعار العملات.

3.3 الفرص

ارتفاع الوعي بالألعاب التعليمية

يتجه أولياء الأمور بشكل متزايد إلى تفضيل ألعاب STEM والألعاب التعليمية على الألعاب الترفيهية البحتة.

الشراكات مع المدارس ورياض الأطفال

توفر المبيعات بالجملة للمؤسسات التعليمية دخلًا مستقرًا ومتكررًا.

التوسع في التجارة الإلكترونية وخدمات التوصيل

يساهم إطلاق الطلب عبر الإنترنت والتوصيل المنزلي في توسيع نطاق الوصول خارج موقع المتجر.

ذروة المبيعات الموسمية

تشهد فترات مثل العيد، والإجازات المدرسية، ونهاية العام ارتفاعًا ملحوظًا في المبيعات.

العلامات التجارية الخاصة والمنتجات الحصرية

يساعد تقديم منتجات حصرية أو تحمل العلامة التجارية الخاصة في تحسين الهوامش وبناء الولاء.

3.4 التهديدات

المنافسة من سلاسل التجزئة الكبرى

قد تقدم المتاجر الكبرى والمجمعات التجارية أسعارًا تنافسية على العلامات المشهورة.

المتاجر الإلكترونية العالمية

تنافس منصات التجارة الإلكترونية الدولية من حيث السعر وتنوع المنتجات.

حساسية الأسعار

قد تقلل الأسر من الإنفاق غير الضروري خلال فترات التباطؤ الاقتصادي.

الالتزام باللوائح ومعايير السلامة

تتطلب الألعاب الالتزام الصارم بمعايير السلامة والأنظمة التنظيمية الخاصة بالاستيراد.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

- تدعم نقاط القوة والفرص اعتماد استراتيجية قائمة على الجودة والتركيز التعليمي.
- تبرز نقاط الضعف أهمية التخطيط الدقيق للمخزون وتنويع الموردين.
- تؤكد التهديدات على ضرورة بناء الثقة، والتميز، وتقديم تجربة تسوق قوية داخل المتجر.

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

جميع الأرقام تقديرية وبالريال العُماني، وتعتمد على متاجر التجزئة الصغيرة إلى المتوسطة في سلطنة عمان. وقد تختلف النتائج الفعلية حسب الموقع، وقيمة الإيجار، ومزيج المنتجات، وكفاءة إدارة المخزون.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار المبدئي)

أولاً: التسجيل التجاري والإجراءات القانونية - حجز الاسم التجاري: 10 - 20 ريال عماني - السجل التجاري: 30 - 150 ريال عماني (رسوم مخفضة) - عضوية غرفة تجارة وصناعة عمان: 100 - 200 ريال عماني (لمدة 1-2 سنة) - رسوم خدمات مركز سند: 50 - 100 ريال عماني - الرخصة البلدية: 50 - 150 ريال عماني (حسب النشاط)

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

ثانياً: تجهيز المتجر والمعدات - التجهيز الداخلي والأرفف: 800 - 1,500 ريال عماني - نظام نقاط البيع وقارئ الباركود: 300 - 600 ريال عماني - كاميرات المراقبة والأمن الأساسي: 200 - 500 ريال عماني - اللوحات الإعلانية والعلامة التجارية: 300 - 700 ريال عماني - تجهيز المستودع الخلفي ومساحة التخزين: 200 - 400 ريال عماني - إعداد الإنترنت والأنظمة التقنية: 100 - 200 ريال عماني

إجمالي تجهيز المتجر: 2,200 - 3,900 ريال عماني

ثالثاً: شراء المخزون الأولي - الألعاب التعليمية: 3,000 - 6,000 ريال عماني - الألعاب ذات العلامات التجارية: 3,000 - 6,000 ريال عماني - ألعاب الأنشطة الخارجية: 1,500 - 3,000 ريال عماني - المنتجات الموسمية والهدايا: 1,000 - 2,000 ريال عماني

إجمالي المخزون: 8,500 - 17,000 ريال عماني

رابعاً: تكاليف ما قبل الافتتاح والاحتياطي - التسويق والإطلاق الأولي: 300 - 600 ريال عماني - استقطاب الموظفين والتدريب: 200 - 400 ريال عماني - مخصص احتياطي للطوارئ: 500 - 1,000 ريال عماني

إجمالي ما قبل الافتتاح: 1,000 - 2,000 ريال عماني

إجمالي تكلفة بدء المشروع: - الحد الأدنى: حوالي 15,000 ريال عماني - الحد الأعلى: حوالي 30,000 ريال عماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

- إيجار المحل: 400 - 1,000 ريال عماني
- رواتب الموظفين: 180 - 500 ريال عماني
- الخدمات (كهرباء ومياه): 50 - 120 ريال عماني

- الإنترنت ورسوم نظام نقاط البيع: 30 - 60 ريال عماني
- التسويق والعروض الترويجية: 100 - 250 ريال عماني
- إعادة تزويد المخزون: 800 - 1,500 ريال عماني
- الصيانة والمصروفات المتنوعة: 80 - 150 ريال عماني

إجمالي المصروفات الشهرية: 1,640 - 3,580 ريال عماني

4.3 افتراضات الإيرادات

- متوسط قيمة الفاتورة الواحدة: 6 - 12 ريال عماني
- متوسط عدد العمليات اليومية:
- متحفّظ: 15 عميل يوميًا
- متوقع: 25 عميل يوميًا
- متفائل: 40 عميل يوميًا
- عدد أيام العمل: 26 يومًا شهريًا

4.4 توقعات الإيرادات الشهرية

- السيناريو المتحفّظ: حوالي 2,340 ريال عماني
- السيناريو المتوقع: حوالي 4,680 ريال عماني
- السيناريو المتفائل: حوالي 9,360 ريال عماني

4.5 هامش الربح وتقدير صافي الأرباح

- متوسط هامش الربح الإجمالي على الألعاب: 35% - 45%

- السيناريو المتحفّظ: صافي ربح 200 - 400 ريال عماني

- السيناريو المتوقع: صافي ربح 900 - 1,500 ريال عماني
- السيناريو المتفائل: صافي ربح 2,500 - 3,800 ريال عماني

4.6 تحليل نقطة التعادل

- متوسط صافي الربح الشهري المتوقع: 1,000 - 1,400 ريال عماني
- حجم الاستثمار المبدئي: 15,000 - 30,000 ريال عماني

 **الفترة التقديرية للوصول إلى نقطة التعادل: 12 - 20 شهرًا**

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

- السنة الأولى: إيرادات 45,000 - 55,000 | صافي ربح 10,000 - 15,000 ريال عماني
- السنة الثانية: إيرادات 60,000 - 75,000 | صافي ربح 15,000 - 22,000 ريال عماني
- السنة الثالثة: إيرادات 80,000 - 95,000 | صافي ربح 22,000 - 30,000 ريال عماني
- السنة الرابعة: إيرادات 105,000 - 125,000 | صافي ربح 30,000 - 45,000 ريال عماني
- السنة الخامسة: إيرادات 140,000+ | صافي ربح 45,000 - 65,000 ريال عماني

تشمل افتراضات السنوات 3-5 التوسع في المبيعات الإلكترونية، وتحسين شروط الموردين، واحتمالية افتتاح فرع إضافي.

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

5.1 نظرة عامة على السوق (سياق سلطنة عمان)

تتميز سلطنة عمان بتركيبة سكانية شابة ومجتمع يولي أهمية كبيرة لتعليم الأطفال وتنميتهم والأنشطة الأسرية. ويُعد الإنفاق على الألعاب مدفوعاً ليس فقط بالترفيه، بل أيضاً بالتعلم، وثقافة الهدايا، ومتطلبات المدارس.

السمات الرئيسية للسوق: - طلب قوي من الأسر التي لديها أطفال من عمر 0 إلى 12 سنة - وتيرة مرتفعة لشراء الهدايا (أعياد الميلاد، العيد، مكافآت المدارس) - تفضيل المنتجات الآمنة والمتينة وذات القيمة التعليمية - تزايد الوعي بأهمية تنمية الطفل وألعاب STEM

5.2 الخصائص السكانية للعملاء

أولاً: فئات العملاء الأساسية

• أولياء الأمور (العمر 25-45 سنة):

- صُنّاع القرار الرئيسيون في الشراء
- قيمة شراء متوسطة إلى مرتفعة

• يفضلون العلامات التجارية الموثوقة والقيمة التعليمية

• الأطفال (المستخدمون النهائيون - من 0 إلى 12 سنة):

• يؤثرون على قرارات الشراء

• ينجذبون للألوان والشخصيات وقيمة اللعب

• مشترى الهدايا (الأقارب والأصدقاء):

- مشترى عرضيون
- أقل حساسية للسعر
- يفضلون الباقات الجاهزة والتغليف

ثانياً: التقسيم حسب الدخل - دخل منخفض (أقل من 500 ريال عماني): حساسية عالية للسعر، ألعاب أساسية - دخل متوسط (500 - 1,200 ريال عماني): ألعاب تعليمية وعلامات تجارية - دخل فوق المتوسط (1,200 ريال عماني فأكثر): منتجات متميزة وتركيز تعليمي

5.3 تحليل سلوك العملاء

وتيرة الشراء: - أولياء الأمور: 1-2 مرة شهرياً - مشترى الهدايا: حسب المناسبات - المدارس: مشتريات موسمية وبالكميات

محفزات الشراء: - مراحل نمو الطفل والمكافآت - أعياد الميلاد والتجمعات العائلية - مواسم العيد والإجازات - توصيات المدارس

5.4 احتياجات العملاء ونقاط الألم

الاحتياجات الأساسية: - ألعاب آمنة ومعتمدة - توضيح واضح للفئة العمرية المناسبة - قيمة تعليمية حقيقية - تسعير معقول

نقاط الألم التي يعالجها المتجر: - الحيرة في اختيار اللعبة المناسبة للعمر - محدودية الخيارات التعليمية في المتاجر العامة - نقص الإرشاد الشخصي - ضعف خدمات ما بعد البيع

5.5 تقسيم العملاء

• الشريحة الأولى: أولياء الأمور والعائلات

• المحرك الرئيسي للإيرادات

• عملاء متكررون

• يفضلون برامج الولاء

• الشريحة الثانية: المدارس ورياض الأطفال

• طلبات بالجملة

• طلب متوقع ومنتظم

• عقود بأسعار تفاوضية

• الشريحة الثالثة: مشترو الهدايا

• طلب موسمي

• باقات هدايا بهوامش ربح أعلى

• الشريحة الرابعة: السياح والزوار

• اهتمام بالألعاب التذكارية والثقافية

• طلب موسمي مرتبط بالموقع

5.6 شخصيات العملاء (Personas)

• الشخصية الأولى - عائشة (أم، 34 سنة):

• لديها طفلان (4 و 7 سنوات)

• تشتري ألعابًا تعليمية بشكل شهري

• تهتم بالسلامة، والتعلم، والمتانة

• الشخصية الثانية - خالد (أب، 41 سنة):

• يشتري هدايا لأعياد الميلاد والعيد

• يبحث عن الراحة والتغليف الجاهز

• الشخصية الثالثة - مديرة روضة أطفال:

- تطلب مجموعات تعليمية بكميات
- تركز على الاستمرارية وموثوقية المورد

6. الخطة التسويقية المخصصة - الاستهداف، القنوات، التسعير واستراتيجية النمو

6.1 تموضع العلامة التجارية والهوية

بيان التموضع: متجر ألعاب موثوق ومصديق للعائلة في سلطنة عمان، متخصص في الألعاب الآمنة والتعليمية والمناسبة لمختلف الأعمار، بما يدعم التعلم واللعب الهادف.

ركائز العلامة التجارية: - السلامة وضمان الجودة - أولوية التعليم وتنمية المهارات - تقسيم واضح حسب الفئة العمرية - خدمة دافئة وموجهة للعائلة

عناصر العلامة التجارية: - اسم علامة بسيط وسهل التذكر (مناسب للعربية والإنجليزية) - ألوان مشرقة وهادئة في الوقت نفسه تناسب الأطفال - تصميم متجر منظم مع لافتات واضحة لكل فئة عمرية - أسلوب موحد للتغليف وتغليف الهدايا

6.2 استراتيجية الاستهداف

الشريحة	الهدف الأساسي	الرسالة الرئيسية
أولياء الأمور والعائلات	عمليات شراء متكررة	آمن، تعليمي، موثوق
المدارس ورياض الأطفال	عقود بالجملة	شريك تعليمي موثوق
مشترو الهدايا	مبيعات موسمية	حلول هدايا جاهزة
السياح	مبيعات إضافية	هدايا ذات معنى للأطفال

6.3 استراتيجية التسعير

نهج التسعير: تسعير قائم على القيمة مع حوافز الباقات المجمعة - ألعاب الدخول: 2 - 5 ريال عماني - الأطقم التعليمية: 6 - 15 ريال عماني - الألعاب المتميزة / ذات العلامات التجارية: 15 - 30 ريال عماني فأكثر

أدوات التسعير التكتيكية: - خصومات الباقات (مجموعات تعليمية) - عروض الشراء المتعدد (اشترِ 2 واحصل على خصم 10%) - عروض موسمية (العید، العودة إلى المدارس)

6.4 قنوات التسويق

أولاً: التسويق الرقمي (أساسي) - إنستغرام وفيسبوك: - عرض المنتجات حسب الفئة العمرية - محتوى تعليمي ونصائح للأهالي - الإعلان عن المنتجات الجديدة والعروض - خرائط جوجل والتقييمات: - تعزيز الظهور المكاني - بناء الثقة عبر التقييمات - واتساب للأعمال: - مشاركة الكتالوج - حجز الطلبات - استفسارات المدارس والطلبات بالجملة

ثانيًا: التسويق غير الرقمي وداخل المتجر - واجهات عرض جذابة - ملصقات توضيحية حسب الفئة العمرية - زوايا تجربة/لعب (عند الإمكانية) - توزيع منشورات في المدارس والمناطق السكنية

6.5 الاستراتيجية الترويجية

مرحلة الإطلاق (أول 90 يومًا): - خصومات أسبوع الافتتاح - تغليف هدايا مجاني - تقديم المتجر لشركاء المدارس

العروض المستمرة: - بطاقة ولاء (اشتر 10 واحصل على 1 مجانًا) - خصومات شهر الميلاد - أسابيع تسليط الضوء على الألعاب التعليمية

6.6 الشراكات واستراتيجية B2B

- المدارس ورياض الأطفال (أطقم تعليمية)
- مراكز أنشطة الأطفال
- عيادات الأطفال (توزيع منشورات)
- برامج الهدايا للشركات

6.7 خارطة نمو المبيعات (5 سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة الأولى	بناء الوعي بالعلامة	تدفق زوار مستقر
السنة الثانية	عقود المدارس	إيرادات متوقعة
السنة الثالثة	المتجر الإلكتروني	توسع في الوصول
السنة الرابعة	فرع ثانٍ	توسيع العمليات
السنة الخامسة	نموذج الامتياز	توسع العلامة

6.8 توزيع ميزانية التسويق

- الإعلانات الرقمية والمحتوى: 100 - 150 ريال عماني شهريًا
- المواد المطبوعة ومواد المتجر: 30 - 60 ريال عماني شهريًا
- العروض الموسمية: 200 - 400 ريال عماني سنويًا

7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي عالي المستوى

المرحلة	المدة الزمنية
التسجيل التجاري والترخيص	1 - 2 أسبوع
تجهيز المتجر والأعمال الإنشائية	3 - 6 أسابيع
توريد وشراء المخزون	2 - 3 أسابيع

المرحلة	المدة الزمنية
الإطلاق التجريبي	1 - 2 أسبوع
التشغيل الكامل	الشهر 2 - 3

7.2 الخلاصة النهائية

يوضح هذا المخطط لمشروع متجر الألعاب فرصة تجزئة متينة من الناحية المالية وقابلة للتوسع ومرتكزة على العائلة في سلطنة عمان. ومن خلال الإدارة المنضبطة للمخزون، وبناء علاقات قوية مع الموردين، والتموضع القائم على التعليم والجودة، يمكن للمشروع تحقيق الربحية خلال فترة تتراوح بين 12 و20 شهرًا، مع إمكانية التوسع إلى نموذج متعدد الفروع أو متعدد القنوات مستقبلاً.