

# كيفية بدء مشروع التدريب على الخطابة والتحدث أمام الجمهور في عُمان

## 1. الملخص التنفيذي

### 1.1 نظرة عامة على المشروع

مشروع التدريب على الخطابة والتحدث أمام الجمهور في سلطنة عُمان هو مشروع خدمات مهنية يركز على تقديم برامج تدريبية، جلسات توجيه فردي، خطابات رئيسية، وورش عمل متخصصة في مهارات التواصل، وذلك للأفراد، والشركات، والمؤسسات التعليمية، والجهات الحكومية.

يستهدف المشروع تلبية الطلب المتزايد في عُمان على: - التواصل الواثق باللغتين الإنجليزية والعربية - الحضور القيادي والتأثير الشخصي - مهارات العرض التقديمي والإلقاء والإقناع - الثقة في المقابلات الإعلامية والظهور على المنصات

يتم تقديم الخدمات من خلال ورش حضورية، برامج تدريبية للشركات، جلسات تدريب فردية، ومشاركات مدفوعة في الفعاليات، مع قابلية التوسع عبر الدورات الرقمية والشراكات المؤسسية.

### 1.2 أهداف المشروع

- تأسيس علامة شخصية أو مؤسسية معروفة في مجال الخطابة والتواصل داخل سلطنة عُمان
- تقديم برامج تدريبية عالية التأثير وقابلة للقياس
- بناء شراكات مع الشركات، المدارس، الجامعات، ومعاهد التدريب
- تحقيق الربحية خلال السنة الأولى نظرًا لانخفاض التكاليف التشغيلية
- التوسع لاحقًا إلى أسواق دول مجلس التعاون الخليجي والبرامج الرقمية

### 1.3 الهيكل القانوني والتنظيمي

يمكن تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الكيانات التالية: - مؤسسة فردية (SPC): مناسبة للمدربين والمتحدثين الأفراد - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC): مناسبة في حال وجود عدة مدربين أو التعاقد مع جهات كبرى

يتم التسجيل عبر مراكز سند بتكلفة منخفضة نسبيًا: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عُماني

(لا تشمل التكاليف التأشيرات، أو إيجار المكاتب، أو الاستشارات المميزة)

### 1.4 الخدمات المقدمة

- برامج تدريب على الخطابة (من المبتدئ إلى المتقدم)
- ورش مهارات العرض التقديمي للشركات
- تدريب التواصل القيادي
- إعداد العروض التقديمية وعروض المستثمرين
- برامج مدرسية وجامعية
- إلقاء الكلمات الرئيسية وإدارة الفعاليات
- جلسات تدريب فردية تنفيذية

## 1.5 السوق المستهدف

- موظفو ومديرو الشركات
- رواد الأعمال ومؤسسو الشركات الناشئة
- طلبة الجامعات والكليات
- طلبة المدارس (من خلال المؤسسات)
- الجهات الحكومية وشبه الحكومية
- منظمو الفعاليات والمؤتمرات

## 1.6 القيمة المضافة الفريدة

- تدريب عملي قائم على النتائج وليس النظريات
- توافق ثقافي مع أساليب التواصل العُمانية والخليجية
- تقديم البرامج باللغتين العربية والإنجليزية
- تخصيص البرامج حسب احتياج كل عميل
- تحسين ملحوظ في الثقة والأداء القابل للقياس

## 1.7 لمحة مالية (ملخص)

- تكلفة التأسيس: 2,000 - 6,000 ريال عُماني
- التكلفة التشغيلية الشهرية: 300 - 800 ريال عُماني
- متوسط إيراد الورشة الواحدة: 500 - 2,500 ريال عُماني
- نقطة التعادل: خلال 3 - 6 أشهر
- هامش الربح: 60% - 80%

## 1.8 الرؤية والرسالة

**الرؤية:** بناء العلامة الأكثر موثوقية في سلطنة عُمان في مجال التدريب على الخطابة والتواصل.

**الرسالة:** تمكين الأفراد والمؤسسات من امتلاك مهارات تواصل واثقة، مؤثرة، واحترافية تساعدهم على تحقيق النجاح.

## 2. تفاصيل المشروع - الأهداف، نموذج الخدمة، آليات التنفيذ وهيكل الفريق

### 2.1 أهداف المشروع

**الأهداف قصيرة المدى (0-12 شهر):** - تسجيل المشروع كمؤسسة فردية (SPC) أو شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) عبر مركز سند - بناء علامة شخصية أو مؤسسية قوية للمتحدث أو المدرب - تنفيذ ما لا يقل عن 3-6 ورش عمل مدفوعة شهرياً - تأمين عملاء دائمين من الشركات والمؤسسات التعليمية - تطوير مناهج تدريبية معيارية وقابلة للتكرار

**الأهداف متوسطة المدى (السنة 2-3):** - التوسع في العقود السنوية مع الشركات والجهات الحكومية - إطلاق دورات مدفوعة عبر الإنترنت ومنتجات رقمية - بناء شراكات مع الجامعات، المدارس، ومعاهد التدريب - التعاقد مع مدربين إضافيين أو شركاء تدريب

**الأهداف طويلة المدى (السنة 4-5):** - ترسيخ العلامة كجهة رائدة في تدريب مهارات التواصل على مستوى دول الخليج - الدخول إلى أسواق إقليمية (الإمارات، السعودية، قطر) - ترخيص مناهج التدريب أو تحويل النموذج إلى نظام امتياز - إنشاء أكاديمية أو مكتب متحدثين محترف

## 2.2 نموذج الخدمة

يعتمد المشروع على نموذج هجين يجمع بين الخدمات المهنية عالية الهامش والمنتجات القابلة للتوسع.

**فئات الخدمات الرئيسية: - ورش عمل الشركات: - مهارات العرض التقديمي - التواصل القيادي - مهارات البيع والإلقاء**

### • البرامج العامة:

• ورش مفتوحة

• معسكرات تدريب مكثفة

### • جلسات التدريب الفردي:

• القيادات التنفيذية

• رواد الأعمال

• المتحدثون أو الأشخاص المتعاملون مع الإعلام

### • إلقاء الكلمات الرئيسية:

• المؤتمرات

• فعاليات الشركات

• المؤسسات التعليمية

### • المنتجات الرقمية (قابلة للتوسع):

• دورات إلكترونية

• دروس مسجلة متقدمة

• منصات تعليم باشتراك شهري

## 2.3 آليات تقديم الخدمة

**التقديم الحضوري:** - مقرات الشركات - الفنادق ومراكز التدريب - الجامعات والمدارس

**التقديم عن بُعد:** - جلسات مباشرة عبر Zoom أو Google Meet - منصات إدارة التعلم - محتوى فيديو مسجل

**النموذج الهجين:** - محتوى مسجل مسبقًا مع ورش مباشرة - باقات تدريب فردي مدعومة بمحتوى رقمي

## 2.4 استراتيجية التسعير (تقديرية)

نطاق السعر (ريال عُُماني)	نوع الخدمة
2,500 - 800	ورشة شركات (يوم كامل)
1,200 - 400	ورشة نصف يوم
1,500 - 300	إلقاء كلمة رئيسية
150 - 50	جلسة تدريب فردي (الجلسة واحدة)
150 - 30	دورة إلكترونية

يعتمد التسعير على القيمة المقدمة ويتم تخصيصه حسب حجم العميل، مدة البرنامج، والنتائج المتوقعة.

## 2.5 هيكل الفريق والموارد البشرية

**المرحلة الأولى: تشغيل فردي / مرن** - المؤسس (مدرّب / متحدث) - مصمم ومسوق مستقل (حسب المشروع)

**المرحلة الثانية: مرحلة النمو** - مدربون متعاونون (بنظام العقود) - منسق مبيعات وعلاقات عملاء - مدير برامج تدريبية

**المرحلة الثالثة: التشغيل الموسع** - مدرب رئيسي / مدير أكاديمي - فريق مبيعات وتشغيل بدوام كامل - مدير محتوى ومنصة تعليم إلكتروني

## 2.6 الموارد والقدرات الأساسية

- أطر تدريب مثبتة وفعالة
- مهارات تصميم العروض والمناهج
- مصداقية عالية في التواصل والإلقاء
- علامة شخصية قوية وقيادة فكرية
- قدرة على البيع والتعامل مع الشركات

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

### 3.1 نقاط القوة

#### متطلبات رأسمالية منخفضة

مشروع التدريب على الخطابة لا يتطلب بنية تحتية مادية كبيرة، مما يسمح بالانطلاق السريع وتقليل المخاطر المالية.

#### هوامش ربح مرتفعة

عادة ما تحقق خدمات التدريب والخطابة الاحترافية هوامش ربح تتراوح بين 60% و80% نظرًا لانخفاض التكاليف المتغيرة.

#### قابلية الخبرة للتوسع

يمكن إعادة استخدام المعرفة والمناهج التدريبية في الورش، التدريب الفردي، والمنتجات الرقمية.

**الطلب المتزايد على المهارات الناعمة في عُمان**  
تزايد اهتمام المؤسسات بمهارات التواصل، القيادة، والعرض التقديمي.

**الميزة الثنائية اللغوية (العربية والإنجليزية)**  
القدرة على تقديم البرامج باللغتين توسّع قاعدة العملاء وتعزز المصداقية.

### 3.2 نقاط الضعف

**الاعتماد على المؤسس في المرحلة الأولى**  
سمعة المشروع وجودة التنفيذ ترتبط بشكل مباشر بالمؤسس.

**ضعف الوعي بالعلامة التجارية في البداية**  
يتطلب الدخول الجديد للسوق وقتاً وجهداً لبناء الثقة والمصداقية.

**نموذج الوقت مقابل المال في المراحل الأولى**  
الإيرادات تكون محدودة بتوفر وقت المدرب حتى إطلاق المنتجات القابلة للتوسع.

**طول دورة المبيعات**  
التعاقد مع الشركات والجهات الحكومية قد يستغرق وقتاً أطول.

### 3.3 الفرص

**برامج تدريب الشركات والجهات الحكومية**  
طلب قوي من الوزارات، الجهات شبه الحكومية، والمؤسسات الكبرى.

**توسع قطاع التعليم**  
إدماج مهارات التواصل والخطابة في المناهج الدراسية بالمدارس والجامعات.

**التدريب الرقمي والدورات الإلكترونية**  
إمكانية الوصول إلى جمهور إقليمي ودولي.

**التدريب القيادي والتنفيذي**  
قطاع عالي الربحية مع فرص تعامل طويلة الأمد.

**التوسع في أسواق دول مجلس التعاون**  
إمكانية تكرار النماذج المطورة في عُمان داخل دول الخليج.

### 3.4 التهديدات

**ازدياد المنافسة**  
دخول مدربين مستقلين وشركات تدريب دولية إلى السوق.

**حساسية الأسعار**  
بعض العملاء قد يفضلون السعر على الجودة.

**التباطؤ الاقتصادي**  
قد يؤدي إلى تقليص ميزانيات التدريب.

**الاعتماد على السمعة**  
أي تقييم سلبي أو تذبذب في جودة التنفيذ قد يؤثر على نمو المشروع.

### 3.5 الدلالات الاستراتيجية

- تدعم نقاط القوة والفرص تبني استراتيجية تسعير مميزة والتركيز على التخصص.
- تتطلب نقاط الضعف الاستثمار المبكر في الأنظمة، العلامة التجارية، وبناء المحتوى.
- تؤكد التهديدات على أهمية التميز من خلال النتائج العملية والتوافق الثقافي.

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

جميع الأرقام بالريال العُماني ومبنية على افتراضات محافظة للسوق العُماني. يستفيد هذا المشروع من انخفاض التكاليف الثابتة وارتفاع هوامش الخدمات.

### 4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة

#### أ. التسجيل القانوني وإعداد النشاط

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)	ملاحظات
حجز الاسم التجاري	10 - 20	عبر منصة وزارة التجارة
السجل التجاري	30 - 150	رسوم مخفضة
عضوية غرفة التجارة	100 - 200	لمدة 1-2 سنة
رسوم خدمات سند	50 - 100	تختلف حسب المركز
الرخصة البلدية / رخصة النشاط	50 - 150	نشاط تدريبي
<b>إجمالي تكلفة التسجيل</b>	<b>100 - 500</b>	مؤسسة فردية أو شركة

#### ب. إعداد العلامة التجارية وتجهيز العمل

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
تصميم الهوية والشعار	150 - 300
الموقع الإلكتروني وصفحات الهبوط	300 - 800
قوالب العروض والمواد التدريبية	150 - 400
معدات أساسية (حاسوب، ميكروفون، جهاز تحكم)	300 - 600
ميزانية تسويق أولية	200 - 400

العنصر	التكلفة التقديرية (ريال عُماني)
<b>الإجمالي الفرعي - التجهيز</b>	<b>2,500 - 1,100</b>
<b>إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية</b> الحد الأدنى: حوالي 1,500 ريال عُماني الحد الأعلى: حوالي 3,000 ريال عُماني (قد تصل إلى 6,000 ريال عُماني في حال العلامة المميزة أو تجهيز استوديو أو إنتاج محتوى احترافي)	

## 4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية

فئة المصروف	التكلفة الشهرية التقديرية (ريال عُماني)
التسويق والإعلانات	300 - 150
الإنترنت، الأدوات والاشتراكات	80 - 40
السفر والخدمات اللوجستية	150 - 50
مستقلون ودعم تشغيلي	200 - 50
مكتب أو مساحة عمل مشتركة (اختياري)	200 - 0
مصروفات متنوعة	100 - 50
<b>إجمالي المصروفات الشهرية</b>	<b>1,030 - 340</b>

## 4.3 مصادر الإيرادات

- ورش عمل الشركات
- إلقاء الكلمات الرئيسية
- باقات التدريب الفردي
- ورش عامة ومعسكرات تدريبية
- دورات إلكترونية ومنتجات رقمية

## 4.4 افتراضات الإيرادات (السيناريو المتوقع)

- 4 ورش شركات شهريًا  $\times$  1,500 ريال = 6,000 ريال
- كلمتان رئيسيتان شهريًا  $\times$  800 ريال = 1,600 ريال
- 10 جلسات تدريب فردي  $\times$  80 ريال = 800 ريال
- دورات إلكترونية وبرامج عامة = 600 ريال

**إجمالي الإيرادات الشهرية المتوقعة:** حوالي 9,000 ريال عُماني

## 4.5 تقدير الربح الشهري

البند	المبلغ (ريال عُماني)
الإيرادات الشهرية	9,000

البند	المبلغ (ريال عُماني)
المصروفات الشهرية	1,000
<b>صافي الربح التشغيلي</b>	<b>حوالي 8,000</b>

حتى في السيناريوهات المحافظة، تبقى هوامش الربح أعلى من 70%.

#### 4.6 تحليل نقطة التعادل

- تكلفة التأسيس: 1,500 - 3,000 ريال عُماني
- متوسط صافي الربح الشهري (محافظة): 3,000 - 5,000 ريال عُماني

🕒 فترة الوصول إلى نقطة التعادل: من شهر إلى 3 أشهر

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

السنة	الإيرادات (ريال عُماني)	صافي الربح (ريال عُماني)
السنة 1	100,000 - 80,000	65,000 - 50,000
السنة 2	150,000 - 120,000	95,000 - 75,000
السنة 3	220,000 - 180,000	140,000 - 110,000
السنة 4	320,000 - 260,000	200,000 - 160,000
السنة 5	+350,000	280,000 - 220,000

تفترض السنوات 3-5 التوسع عبر مدربين متعاونين، نمو المنتجات الرقمية، والتوسع الخليجي.

### 5. تحليل العملاء - الشرائح المستهدفة، سلوك الشراء وصنّاع القرار

#### 5.1 سياق السوق (سلطنة عُمان)

ينمو الطلب على التدريب في مجال الخطابة والتواصل في سلطنة عُمان نتيجةً لعوامل عدة، من أبرزها: - برامج التعمين وتطوير القيادات - زيادة استخدام اللغة الإنجليزية في بيئات العمل والتعليم - نمو منظومة ريادة الأعمال والشركات الناشئة - تركيز الجهات الحكومية على بناء القدرات والاحترافية

عادةً ما تُخصص ميزانيات التدريب سنوياً، مع نشاط أعلى خلال الربعين الأول والثالث من السنة.

#### 5.2 الشرائح الرئيسية للعملاء

**الشريحة 1: الشركات والمؤسسات الخاصة - صنّاع القرار:** مدراء الموارد البشرية، مسؤولو التعلم والتطوير، مدراء الإدارات - **الاحتياجات:** مهارات العرض التقديمي، التواصل القيادي، مهارات البيع والإقناع، الحضور التنفيذي - **سلوك الشراء:** يعتمد على الميزانية، يتطلب مقترحات واضحة ونتائج قابلة للقياس، يفصل البرامج المخصصة



**الشريحة 2: الجهات الحكومية وشبه الحكومية - صنّاع القرار:** إدارات التدريب، وحدات المشتريات، مدراء البرامج - الاحتياجات: التواصل الرسمي، الإلقاء العام والبروتوكول، التعامل مع الإعلام - **سلوك الشراء:** دورات مبيعات أطول، تركيز على المؤهلات والالتزام، عقود متكررة بعد الاعتماد

**الشريحة 3: المؤسسات التعليمية - صنّاع القرار:** إدارات المدارس، عمداء الجامعات ومنسقو البرامج - **الاحتياجات:** بناء ثقة الطلبة، مهارات العرض والمناظرة، برامج الاستعداد الوظيفي - **سلوك الشراء:** شراء بكميات، موسمي حسب التقويم الأكاديمي، حساس للسعر مع قابلية للتكرار

**الشريحة 4: العملاء الأفراد - صنّاع القرار:** تنفيذيون، رواد أعمال، باحثون عن عمل - **الاحتياجات:** الثقة، الاستعداد للمقابلات والعروض، تدريب شخصي مخصص - **سلوك الشراء:** يتطلب مستوى ثقة عالي، يتأثر بالسمعة والتوصيات

### 5.3 محفزات الشراء

- الترقية إلى مناصب قيادية
- عروض تقديمية أو مؤتمرات قادمة
- عروض المستثمرين
- الظهور الإعلامي
- متطلبات التقييم الأكاديمي

### 5.4 عوامل اتخاذ القرار

- مصداقية المدرب
- النتائج العملية
- مستوى التخصيص
- التوافق الثقافي
- التوصيات والشهادات

### 5.5 شخصيات العملاء (Personas)

- **الشخصية 1: عائشة - مديرة موارد بشرية (38 عامًا):** الهدف تطوير الفريق، القلق حول العائد على الاستثمار والتفاعل، تشتري ورش عمل للشركات
- **الشخصية 2: خالد - مؤسس شركة ناشئة (29 عامًا):** الهدف عرض الفكرة على المستثمرين، القلق حول الثقة والوضوح، يشتري التدريب الفردي وتدريب العروض
- **الشخصية 3: فاطمة - طالبة جامعية (21 عامًا):** الهدف النجاح الأكاديمي والمهني، القلق حول الثقة بالنفس، تشتري البرامج العامة

### 5.6 استراتيجية الاحتفاظ بالعملاء

- تقارير ما بعد التدريب
- جلسات متابعة تدريبية
- برامج اشتراك أو عقود سنوية
- مجتمعات خريجين

## 6. خطة تسويق مخصصة - بناء العلامة، توليد العملاء المحتملين واستراتيجية النمو

### 6.1 تموضع العلامة والهوية السوقية

**بيان التمركز:** علامة تدريب متميزة واحترافية في مجال الخطابة والتواصل، تقدم نتائج ملموسة في الثقة والأداء داخل سلطنة عُمان.

**ركائز العلامة:** - المصداقية والخبرة - التوافق الثقافي (عُمان ودول الخليج) - تقديم عملي قائم على النتائج - الاحترافية والاستمرارية

يمكن تشغيل العلامة كأحد الخيارين: - علامة شخصية يقودها المؤسس (سلطة وخبرة مباشرة) - علامة تدريب مؤسسية (قابلة للتوسع والتعاقد المؤسسي)

### 6.2 نهج التسويق الموجّه

الرسالة الأساسية	الهدف التسويقي	الشريحة
تحسين القيادة والأداء	عقود طويلة الأمد	الشركات
تدريب منظم ومعتمد	الالتزام وبناء الثقة	الجهات الحكومية
الثقة والاستعداد المهني	برامج حجمية	التعليم
التحدث بوضوح وثقة	بناء ثقة عالية	الأفراد

### 6.3 قنوات توليد العملاء المحتملين

**أولاً: القنوات الرقمية (أساسية) - LinkedIn** - منشورات قيادة فكرية - دراسات حالة وشهادات - تواصل مباشر مع مدراء الموارد البشرية والتعلم والتطوير

• **Instagram و YouTube**

• نصائح قصيرة في الخطابة

• مقاطع من الجلسات

• بناء المصداقية خلف الكواليس

• **الموقع الإلكتروني وصفحات الهبوط**

• عرض واضح للخدمات

• نماذج جمع بيانات العملاء

• مواد قابلة للتحميل

**ثانياً: القنوات غير الرقمية وبناء العلاقات** - الإحالات من العملاء - الفعاليات والشبكات المهنية - ورش تعريفية مجانية - محاضرات ضيف في الجامعات

#### 6.4 استراتيجية المبيعات (للشركات والمؤسسات)

- جلسات تشخيص مجانية
- ورش تجريبية (Pilot)
- مقترحات مخصصة
- عقود سنوية
- اتفاقيات متعددة البرامج

يركّز الأسلوب على البيع القائم على العلاقات وليس المعاملات السريعة.

#### 6.5 استراتيجية التسعير وباقات الخدمات

- باقات ورش متدرجة (أساسي / متقدم / تنفيذي)
- حزم تدريب فردي (5-10 جلسات)
- عقود احتفاظ شهرية أو ربع سنوية للشركات
- برامج ترخيص وشهادات (مستقبلًا)

يعكس التسعير القيمة المقدمة وليس عدد الساعات.

#### 6.6 استراتيجية المحتوى والقيادة الفكرية

- مقالات وتحليلات شهرية
- التحدث في المؤتمرات
- المشاركة في البودكاست والندوات
- أوراق بيضاء حول التواصل والقيادة

الهدف هو ترسيخ العلامة كمرجع موثوق وليس مجرد مدرب.

#### 6.7 خارطة نمو العلامة لخمس سنوات

النتيجة	التركيز	السنة
دخول السوق	بناء العلامة والمصادقية	السنة 1
استقرار الإيرادات	عقود الشركات	السنة 2
توسع التنفيذ	مدربون متعاونون	السنة 3
وصول إقليمي	أكاديمية رقمية	السنة 4
ريادة العلامة	توسع خليجي	السنة 5

#### 6.8 توزيع ميزانية التسويق

- إعلانات وأدوات رقمية: 150 - 300 ريال عُُماني شهريًا
- فعاليات وبناء علاقات: 50 - 100 ريال عُُماني شهريًا
- إنتاج محتوى: 50 - 150 ريال عُُماني شهريًا

## 7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

### 7.1 الجدول الزمني للتنفيذ

المرحلة	المدة
تسجيل المشروع	1-2 أسبوع
إعداد العلامة والأصول	2-4 أسابيع
البرامج التجريبية	الشهر الثاني
التشغيل الكامل	الشهر الثالث
التوسع المؤسسي	من الشهر السادس فصاعدًا

### 7.2 التقييم النهائي

يمثل مشروع التدريب على الخطابة والتحدث أمام الجمهور في سلطنة عُمان فرصة منخفضة المخاطر، عالية الربحية، وقابلة للتوسع بشكل كبير في قطاع الخدمات المهنية. ومع الالتزام ببناء علامة قوية، والاعتماد على المبيعات القائمة على العلاقات، والحفاظ على جودة تنفيذ ثابتة، يمكن للمشروع تحقيق نقطة التعادل بسرعة والتوسع إقليميًا على المدى الطويل.