

خطة عمل تطبيق صيانة المنازل - عُمان

1. الملخص التنفيذي

1.1 نظرة عامة على المشروع

تطبيق صيانة المنازل هو منصة رقمية مصممة لربط الأسر، ومُلاك العقارات، والشركات في سلطنة عُمان بمقدمي خدمات صيانة المنازل المعتمدين مثل السباكين، والكهربائيين، وفنيي التكييف، والدهّانين، وعمال التنظيف، والنّجارين.

يعمل التطبيق كسوق إلكتروني ومنصة لإدارة الخدمات، حيث يتيح للمستخدمين حجز الخدمات، وتتبع الفنيين، والحصول على تسعير واضح وشفاف، وإجراء مدفوعات رقمية آمنة. ومن جانب مقدمي الخدمة، يساعد التطبيق الفنيين وشركات الصيانة على الحصول على عملاء، وإدارة الطلبات، واستلام المدفوعات بكفاءة.

يعالج هذا المشروع فجوة واضحة في سوق خدمات الصيانة في عُمان، والمتمثلة في ضعف الشفافية، وتفاوت جودة الخدمة، وصعوبة الوصول إلى فنيين موثوقين عبر قناة رقمية موحدة.

1.2 مشكلة السوق

تواجه خدمات صيانة المنازل الحالية في عُمان عدة تحديات، من أبرزها: - صعوبة العثور على فنيين موثوقين ومعتمدين - عدم ثبات الأسعار ووجود تكاليف مفاجئة - التأخير وضعف التواصل - غياب نظام حجز رقمي مركزي - محدودية الثقة بين العملاء ومقدمي الخدمة

يعمل التطبيق على حل هذه المشكلات من خلال التوحيد القياسي، والتحقق من الفنيين، وتسهيل العملية عبر الحلول الرقمية.

1.3 الحل المقترح

يوفر تطبيق صيانة المنازل المزاي التالية: - حجز الخدمات بنقرة واحدة - فنيون معتمدون مع تقييمات ومراجعات - أسعار واضحة أو نطاقات سعرية - تتبع مباشر لحالة الطلب - مدفوعات آمنة داخل التطبيق - دعم عملاء وإدارة الشكاوى

1.4 السوق المستهدف

- سكان الشقق والفلل
- مُلاك العقارات ومديرو الأملاك
- المكاتب الصغيرة والمتاجر
- المطورون العقاريون وشركات إدارة المرافق

1.5 نموذج العمل (نظرة عامة)

- عمولة على كل طلب مكتمل (10% - 25%)
- اشتراكات شهرية للفنيين
- إعلانات وقوائم مميزة داخل التطبيق
- عقود صيانة للشركات والمؤسسات

1.6 الهيكل القانوني والتسجيل (عمان)

سيتم تسجيل المشروع في سلطنة عُمان كأحد الخيارين التاليين: - مؤسسة فردية (SPC) - مناسبة لإطلاق المشروع من قبل المؤسس - شركة ذات مسؤولية محدودة (LLC) - في حال وجود شركاء أو مستثمرين

سيتم التسجيل عبر مراكز سند، مع تكلفة تقديرية: - مؤسسة فردية: 100 - 300 ريال عُماني - شركة ذات مسؤولية محدودة: 300 - 500 ريال عُماني

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

1.7 لمحة مالية مختصرة

- التكلفة التقديرية للتأسيس (التطبيق + الإطلاق): 25,000 - 45,000 ريال عُماني
- بدء تحقيق الإيرادات من الشهر الثالث إلى الرابع
- نقطة التعادل المتوقعة خلال 18 - 24 شهرًا
- قابلية توسع عالية مع تكاليف تشغيل هامشية منخفضة

1.8 الرؤية والرسالة

الرؤية: أن يصبح التطبيق المنصة الرقمية الأكثر موثوقية في سلطنة عُمان لخدمات صيانة المنازل والعقارات.

الرسالة: تبسيط خدمات صيانة المنازل من خلال ربط العملاء بمحترفين موثوقين باستخدام التقنية، والشفافية، وبناء الثقة.

2. تفاصيل المشروع - الأهداف، القيمة المقترحة، خصائص التطبيق، الخدمات وهيكل الفريق

2.1 أهداف المشروع

الأهداف قصيرة المدى (السنة الأولى): - استكمال التسجيل القانوني في سلطنة عُمان (مؤسسة فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة) عبر مراكز سند - تصميم وتطوير وإطلاق النسخة الأولية (MVP) من تطبيق صيانة المنازل (أندرويد + iOS) - استقطاب وتوثيق 150-300 فني معتمد عبر فئات الخدمات الرئيسية - استقطاب أول 2,000-3,000 مستخدم مسجل - تحقيق استقرار تشغيلي ومؤشرات رضا العملاء

الأهداف متوسطة المدى (السنين 2-3): - توسيع نطاق التغطية الخدمية في مسقط والمدن القريبة (السيب، بركاء، صحر) - إطلاق خطط اشتراك للفنيين والمنشآت الصغيرة والمتوسطة - توقيع عقود أعمال (B2B) مع مُلاك العقارات ومديري الأملاك - تحسين الأتمتة (إسناد الطلبات، التسعير، مسارات الدعم)

الأهداف طويلة المدى (السنين 4-5): - تغطية على مستوى السلطنة - إطلاق حلول مؤسسية لمحافظ عقارية كبيرة - إدخال مطابقة ذكية للطلبات وتسعير ديناميكي قائم على الذكاء الاصطناعي - التوسع إلى خدمات مجاورة (إدارة المرافق، عقود الصيانة السنوية)

2.2 القيمة المقترحة

للعلماء (جانب الطلب): - تطبيق واحد لجميع احتياجات صيانة المنازل - فنيون موثقون مع فحص خلفيات وتقييمات - تسعير شفاف أو نطاقات سعرية واضحة - حجز سريع وتتبع مباشر - سجل خدمات وتقييمات ومراجعات

للفنيين ومقدمي الخدمة (جانب العرض): - تدفق مستمر لطلبات العمل - خفض تكاليف التسويق واكتساب العملاء - إدارة رقمية للطلبات وتحصيل المدفوعات - إمكانية بناء السمعة وزيادة الدخل

2.3 خصائص ووظائف التطبيق

أولاً: خصائص موجهة للعملاء - تسجيل المستخدم وإدارة الملف الشخصي - اختيار فئة الخدمة (سباكة، كهرباء، تكييف، إلخ) - حجز فوري أو مجدول - مطابقة فنيين حسب الموقع - محادثة داخل التطبيق وإخفاء أرقام الاتصال - مدفوعات رقمية آمنة (بطاقة، محفظة، خيار نقدي) - تتبع الطلب والتنبيهات - التقييمات والمراجعات - الفواتير وسجل الخدمات

ثانياً: خصائص الفنيين/الشركاء - انضمام الفنيين والتحقق من الهوية (KYC) - إدارة الملف والخدمات المعروضة - قبول أو رفض الطلبات - الملاحظة وتفاصيل المهمة - لوحة الأرباح - المحفظة وتتبع الدفعات - تقييم الأداء

ثالثاً: خصائص لوحة التحكم الإدارية - إدارة المستخدمين والفنيين - مراقبة الطلبات وإدارة النزاعات - إدارة العمولات والمدفوعات - قواعد التسعير وفئات الخدمات - لوحة تحليلات وتقارير

2.4 فئات الخدمات (المرحلة الأولى)

- السباكة
- الكهرباء
- صيانة وإصلاح المكيفات
- خدمات التنظيف
- الدهان
- النجارة
- صيانة الأجهزة

سيتم إضافة خدمات أخرى بناءً على الطلب.

2.5 النموذج التشغيلي

- يقوم العميل بتقديم طلب الخدمة عبر التطبيق
- يقوم النظام بمطابقة أقرب فنيين متاحين
- يقبل الفني الطلب
- يتم تنفيذ الخدمة
- يدفع العميل عبر التطبيق
- تخصم المنصة العمولة ويتم تحويل مستحقات الفني

2.6 هيكل الفريق والموارد البشرية

الفريق الأساسي (المرحلة الأولى): - المؤسس / الرئيس التنفيذي: الاستراتيجية، الشراكات، والالتزام التنظيمي - المدير التقني / قائد التقنية: تطوير التطبيق وصيانته - مدير العمليات: استقطاب الفنيين وضبط الجودة - موظف/موظفات دعم العملاء (1-2): دعم الحجوزات وحل النزاعات - مسؤول التسويق والنمو: التسويق الرقمي والشراكات

2.7 التكلفة الشهرية التقديرية للفريق

الدور	التكلفة الشهرية (ريال عُماني)
مدير العمليات	700 - 500
دعم العملاء (2)	700 - 500
مسؤول التسويق	600 - 400
دعم تقني / صيانة	500 - 300
الإجمالي (باستثناء المؤسس)	2,500 - 1,700

3. تحليل SWOT - نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات

3.1 نقاط القوة

طلب سوقي مرتفع خدمات صيانة المنازل تُعد خدمات متكررة وضرورية، ويستمر الطلب عليها بغض النظر عن الدورات الاقتصادية.

نموذج خفيف الأصول وقابل للتوسع المنصة لا تمتلك فنيين أو معدات، ما يتيح التوسع السريع مع تكاليف ثابتة منخفضة نسبيًا.

شفافية مدفوعة بالتقنية التسعير الموحد، والتقييمات، وتتبع الطلبات يعززون الثقة بين العملاء ومقدمي الخدمة.

تأثير الشبكة في سوق ثنائي الجانب زيادة عدد الفنيين تحسن توفر الخدمة، وزيادة عدد العملاء ترفع دخل الفنيين.

تعدد مصادر الإيرادات العمولات، والاشتراكات، والقوائم المميزة، والعقود المؤسسية تقلل الاعتماد على مصدر دخل واحد.

3.2 نقاط الضعف

حاجز الثقة في المراحل الأولى قد يتردد العملاء في الحجز من فنيين غير معروفين دون تقييمات قوية في البداية.

تفاوت جودة الفنيين الحفاظ على جودة متنسقة عبر مزودين مستقلين يتطلب رقابة فعالة.

ارتفاع الإنفاق التسويقي عند الإطلاق تكاليف استقطاب العملاء والفنيين تكون أعلى خلال مرحلة الإطلاق.

الاعتماد على التقنية أي أعطال أو توقف في المنصة قد يؤثر مباشرة على التشغيل والسمعة.

3.3 الفرص

نمو الاعتماد الرقمي في عُمان زيادة استخدام الهواتف الذكية وتقبل الخدمات عبر التطبيقات.

توسع سوق العقارات نمو المشاريع السكنية والإيجارات يزيد الطلب على الصيانة.

عقود صيانة للأعمال (B2B) عقود طويلة الأجل مع مَلَاك العقارات والمكاتب وشركات إدارة المرافق.

خدمات ذات قيمة مضافة عقود صيانة سنوية، وخدمات طوارئ، ودعم مميز.

تحسين قائم على البيانات استخدام بيانات الخدمة لتحسين التسعير والمطابقة وجودة الخدمة.

3.4 التهديدات

مزودو الخدمات التقليديون شركات صيانة قائمة بعلاقات راسخة مع العملاء.

دخول منافسين حدد عبر التطبيقات انخفاض حواجز الدخول لمنصات مشابهة.

مخاطر تنظيمية وتشريعية تغييرات محتملة في قوانين العمل، والتراخيص، والمدفوعات الرقمية.

مخاطر الالتفاف على المنصة قيام العملاء والفنيين بالتعامل المباشر بعد أول طلب.

3.5 الدلالات الاستراتيجية

- الاستثمار المكثف في التحقق والتقييمات ودعم العملاء لتجاوز حاجز الثقة
- تطبيق برامج ولاء واشتراكات للحد من الالتفاف على المنصة
- التركيز على التميز التشغيلي في المراحل الأولى بدل التوسع السريع

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

جميع الأرقام تقديرية ومحافظة وبالريال العُماني، ومتوافقة مع ظروف السوق في سلطنة عُمان.

4.1 تكاليف التأسيس لمرة واحدة (الاستثمار المبدئي)

أولاً: التسجيل القانوني والتراخيص (عُمان) | البند | التكلفة التقديرية (ريال عُُماني) | ملاحظات | ---| ---| ---| | حـز
الاسم التجاري | 10 - 20 | 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 | | رخصة بلدية | 50 - 150 | نشاط
مكتبي | | إجمالي تكلفة التسجيل | 100 - 500 | مؤسسة فردية / شركة ذات مسؤولية محدودة |

<p>ثانيًا: تطوير التطبيق والتقنية البند التكلفة التقديرية (ريال عُُماني) --- --- تصميم واجهة وتجربة المستخدم (UI/UX) 2,000 – 3,500 تطبيق الجوال (أندرويد + iOS) 10,000 – 18,000 الخادم ولوحة التحكم الإدارية 4,000 – 7,000 الاختبار وضمان الجودة والإطلاق 1,000 – 2,000 الاستضافة والسحابة (مبدئيًا) 500 – 1,000 </p>	<p>الإجمالي - التقنية 17,500 – 31,500 </p>
---	--

ثالثاً: تكاليف ما قبل الإطلاق والتجهيز | البند | التكلفة التقديرية (ريال عُماني) | |---|---| | الهوية والعلامة التجارية | 800 - 1,500 | | التسويق الأولي للإطلاق | 1,000 - 2,000 | | المستندات القانونية والعقود | 500 - 1,000 | | مخصص الطوارئ | 1,000 - 2,000 | | الإجمالي - ما قبل الإطلاق | 3,300 - 6,500 |

إجمالي تكلفة التأسيس التقديرية: - الحد الأدنى: حوالي 25,000 ريال عُُماني - الحد الأعلى: حوالي 45,000 ريال عُُماني

4.2 المصروفات التشغيلية الشهرية (OPEX)

فئة المصروف	التكلفة الشهرية (ريال عُُماني)
رواتب الفريق	2,500 - 1,700
الاستضافة والدعم التقني	600 - 300
التسويق واكتساب المستخدمين	800 - 400
المصروفات الإدارية والمكتبية	400 - 200
أدوات دعم العملاء	200 - 100
مصروفات متنوعة	200 - 100
إجمالي المصروفات الشهرية	4,700 - 2,800

4.3 افتراضات نموذج الإيرادات

- عمولة على كل طلب: 15% - 25% (بمتوسط 20%)
- متوسط قيمة الطلب: 15 - 25 ريال عُُماني
- اشتراك الفنيين (اختياري): 10 - 30 ريال عُُماني شهريًا
- عقود الأعمال (B2B): رسوم شهرية ثابتة

4.4 التوقعات الشهرية للإيرادات (الحالة المتوقعة - السنة الأولى)

المصدر	الإيراد الشهري (ريال عُُماني)
عمولات الطلبات (600 طلب)	2,400
اشتراكات الفنيين	600
القوائم المميزة والإعلانات	300
إجمالي الإيرادات الشهرية	3,300

4.5 الربح / الخسارة الشهرية (السنة الأولى - متوقع)

البند	المبلغ (ريال عُُماني)
إجمالي الإيرادات	3,300
إجمالي المصروفات	3,500
النتيجة الصافية	-200

قد تشهد الأشهر الأولى خسائر بسيطة أثناء التوسع في قاعدة المستخدمين والفنيين.

4.6 تحليل نقطة التعادل

- الإيراد الشهري المستهدف لنقطة التعادل: 4,000 - 4,500 ريال عُُماني
- الفترة المتوقعة للوصول لنقطة التعادل: 18 - 24 شهرًا

4.7 التوقعات المالية لخمس سنوات (ملخص)

السنة	الإيرادات (ريال عُُماني)	صافي الربح (ريال عُُماني)
السنة الأولى	35,000 - 45,000	-5,000 - 0
السنة الثانية	70,000 - 90,000	8,000 - 15,000
السنة الثالثة	120,000 - 150,000	25,000 - 40,000
السنة الرابعة	180,000 - 220,000	50,000 - 70,000
السنة الخامسة	+260,000	90,000 - 130,000

5. تحليل العملاء - شرائح الطلب، السلوك وحالات الاستخدام

5.1 نظرة عامة على الطلب في السوق (عُمان)

الطلب على خدمات صيانة المنازل في سلطنة عُمان متكرر، ويعتمد على الحالات الطارئة والموقع. ويؤدي التوسع العمراني، والعيش في الشقق، وارتفاع نسبة العقارات المؤجرة إلى حاجة مستمرة لخدمات السباكة، والكهرباء، والتكييف، والصيانة العامة.

محركات الطلب الرئيسية: - المناخ الحار وزيادة أعطال المكيفات - ارتفاع نسبة المساكن المؤجرة التي تتطلب صيانة متكررة - أنماط حياة مشغولة تقلل من الصيانة الذاتية - تفضيل فنيين موثوقين ومعتدين

5.2 شرائح العملاء الأساسية

الشريحة (أ): المستأجرون السكنيون - الملف التعريفي: سكان الشقق والفلل المؤجرة - **نقاط الألم:** - صعوبة إيجاد فنيين موثوقين - بطء الاستجابة في الحالات الطارئة - غموض التسعير - **حالات الاستخدام عبر التطبيق:** - إصلاحات طارئة (تكييف، سباكة، كهرباء) - حجوزات لمرة واحدة - **وتيرة الحجز:** 2-4 طلبات سنويًا - **حساسية السعر:** متوسطة إلى مرتفعة

الشريحة (ب): فُلاك المنازل والعائلات - الملف التعريفي: فُلاك فلل ومقيمون طويلو الأمد - **نقاط الألم:** - إدارة عدة مزودي خدمات - تفاوت جودة الخدمة - **حالات الاستخدام عبر التطبيق:** - صيانة مجدولة - دهان، نجارة، صيانة أجهزة - **وتيرة الحجز:** 4-8 طلبات سنويًا - **حساسية السعر:** متوسطة

الشريحة (ج): فُلاك العقارات ومديرو الأملاك - الملف التعريفي: مالكو وحدات إيجارية متعددة - **نقاط الألم:** - تنسيق الإصلاحات عبر عدة عقارات - تتبع سجل الخدمات والتكاليف - **حالات الاستخدام عبر التطبيق:** - طلبات صيانة جماعية - صيانة وقائية - **وتيرة الحجز:** مرتفعة ومتكررة - **قيمة الإيراد:** مرتفعة (عقود أعمال B2B)

الشريحة (د): الشركات الصغيرة والمكاتب - الملف التعريفي: متاجر، مكاتب، عيادات، مقاهٍ - **نقاط الألم:** - توقف العمل بسبب أعطال الصيانة - الحاجة لاستجابة سريعة وموثوقة - **حالات الاستخدام عبر التطبيق:** - إصلاحات طارئة - عقود صيانة سنوية - **وتيرة الحجز:** 6-12 طلبًا سنويًا - **قيمة الإيراد:** متوسطة إلى مرتفعة

5.3 أنماط سلوك العملاء

محفزات الحجز: - أعطال المكيفات (ذروة الصيف) - تسربات المياه أو الأعطال الكهربائية - صيانة الانتقال للسكن أو المغادرة - الصيانة الوقائية

حساسية الوقت: - الحالات الطارئة: فورية (توقع الاستجابة خلال 1-3 ساعات) - الحالات غير الطارئة: حجز مجدول خلال 1-3 أيام

قنوات التفضيل: - التطبيق هو القناة المفضلة مقارنة بالاتصال الهاتفي - استخدام واتساب للمتابعة والتأكيد - الاعتماد الكبير على التقييمات والمراجعات لاتخاذ القرار

5.4 احتياجات العملاء وتوقعاتهم

الاحتياج	استجابة التطبيق
الثقة	فنيون معتمدون وتقييمات
السرعة	مطابقة حسب الموقع
الشفافية	نطاقات سعرية وفواتير
السهولة	تطبيق واحد ومدفوعات رقمية
المساءلة	دعم عملاء وإدارة نزاعات

5.5 وتيرة الاستخدام وقيمة العميل مدى الحياة (LTV)

- متوسط قيمة العميل السكني (3 سنوات): 120 - 250 ريال عُُماني
 - قيمة مُلَّاك العقارات/الشركات الصغيرة (3 سنوات): 1,000 - 5,000 ريال عُُماني
- يدعم ذلك أولوية استقطاب مُلَّاك العقارات والعملاء من فئة B2B مبكرًا لتحقيق استقرار الإيرادات.

5.6 شخصيات العملاء (نماذج توضيحية)

- **سارة (مستأجرة، 29 عامًا):** تستخدم التطبيق لحالات الطوارئ في التكييف والسباكة، وتختار بناءً على التقييمات والسرعة.
- **خالد (مالك عقار، 45 عامًا):** يدير 6 شقق، يفضل التسعير المجمع والخدمة المتكررة.
- **عمر (صاحب مشروع صغير، 38 عامًا):** يحتاج لاستجابة سريعة لتجنب توقف العمل، ومهتم بعقود الصيانة.

6. خطة تسويق مخصصة - الاستحواذ، الاحتفاظ والنمو

6.1 أهداف التسويق

- بناء الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز الثقة خلال أول 6 أشهر

- استقطاب كتلة حرجة من المستخدمين والفنيين
- خفض تكلفة اكتساب العميل (CAC) تدريجيًا
- زيادة معدل الاستخدام المتكرر وقيمة العميل مدى الحياة (LTV)
- تأسيس شراكات قوية مع مُلاك العقارات والعملاء من فئة B2B

6.2 استراتيجية استقطاب العملاء (جانب الطلب)

أولاً: التسويق الرقمي (القناة الأساسية) - إعلانات البحث في جوجل والإعلانات المحلية - استهداف كلمات مثل: تصليح مكيف، سباك قريب، كهربائي مسقط - مستخدمون ذوو نية عالية يبحثون أثناء الحالات الطارئة

- **التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (إنستغرام، فيسبوك)**
- محتوى تعليمي (نصائح صيانة)
- صور وفيديوهات قبل/بعد الإصلاح
- تعاون مع مؤثرين محليين

• تحسين الظهور في متاجر التطبيقات (ASO)

- تحسين الوصف، ولقطات الشاشة، والمراجعات
- تحفيز أول التقييمات

ثانياً: التسويق غير الرقمي والشراكات - شراكات مع وكلاء العقارات ومديري المباني - منشورات ورموز QR داخل المجمعات السكنية - اتفاقيات إحالة مع شركات النقل والانتقال

6.3 استراتيجية استقطاب الفنيين (جانب العرض)

- تسجيل مباشر عبر مندوبي الميدان
- شراكات مع شركات صيانة صغيرة
- حوافز للمبادرين الأوائل (عمولات مخفضة)
- مكافآت إحالة للفنيين

6.4 استراتيجية التسعير والحوافز

للعملاء: - خصم أول حجز - عروض موسمية لخدمات التكييف - حزم خدمات مخفضة

للفنيين: - هيكل عمولات متدرج حسب الأداء - خطط اشتراك بعمولات أقل

6.5 برامج الاحتفاظ والولاء

- مكافآت ولاء داخل التطبيق
- إشعارات للصيانة الوقائية
- عقود صيانة سنوية (AMC)
- دعم أولوية للعملاء المتكررين

6.6 تسويق الأعمال والعقود المؤسسية (B2B)

- فرق مبيعات مخصصة لُملاك العقارات والشركات الصغيرة

- تسعير مخصص واتفاقيات مستوى خدمة (SLAs)
- فواتير وتقارير شهرية
- خيارات خدمة بعلامة بيضاء أو بعلامة تجارية مخصصة

6.7 توزيع ميزانية التسويق (شهريًا)

القناة	الميزانية (ريال عُمانِي)
الإعلانات الرقمية	300 - 500
التسويق عبر المؤثرين	100 - 200
الحملات غير الرقمية	50 - 100
حواجز الإحالة	50 - 100
الإجمالي	500 - 900

6.8 خارطة طريق النمو (1-5 سنوات)

السنة	محور التركيز	النتيجة
السنة الأولى	استقطاب المستخدمين والفنيين	التحقق من السوق
السنة الثانية	الاحتفاظ والعقود المؤسسية	استقرار الإيرادات
السنة الثالثة	التوسع الجغرافي	الريادة السوقية
السنة الرابعة	الأتمتة وخصائص الذكاء الاصطناعي	تحسين الهوامش
السنة الخامسة	توسع المنصة	هيمنة النظام البيئي

7. الخلاصة وخارطة التنفيذ

7.1 الجدول الزمني التنفيذي (مستوى عالٍ)

المرحلة	المدة
التسجيل القانوني للمشروع	1-2 أسبوع
تصميم وتطوير التطبيق	3-5 أشهر
استقطاب الفنيين	بالتوازي
الإطلاق التجريبي	شهر واحد
الإطلاق الكامل للسوق	الشهر السادس

7.2 الخلاصة النهائية

يمثل تطبيق صيانة المنازل فرصة قابلة للتوسع ومدفوعة بالتقنية في سوق الخدمات السكنية والتجارية المتنامي في سلطنة عُمان. ومع التنفيذ المنضبط، والضبط التشغيلي القوي، والتركيز على بناء ثقة العملاء كأولوية أساسية، يمكن للمنصة تحقيق ربحية مستدامة ونمو طويل الأمد.