



التسوق عبر الانترنت خطة عمل للتجارة الإلكترونية

متجر الكتروني لبيع الهواتف 2022

وليد فيصل قاسم قائد



اليمن - صنعاء



773632200



Waleedalfais0@gmail.com



جدول المحتويات

المُلخص التنفيذي.....٣

الشركة.....٤

نافذة الفرص.....٤

حجم الاستهداف التسويقي.....٤

الأداء المالي وجدوى الأعمال.....٤

الملكية و فرق الإدارة العليا.....٤

ما نطلبه.....٤

وصف الشركة.....5

المهام.....٦

الاهداف.....٦

منتجاتنا.....٦

الفرص.....٦

الخطة التسويقية.....٧

الوضع الحالي للسوق.....٨

التحليل التنافسي.....٩

تحليل SWOT.....١٠

ميزاتنا الاستراتيجية.....١١

استراتيجية التسويق.....١٢

الخطة التشغيلية.....١٤

١٥..... هيكل الشركة وملكيته

١٥..... الإنتاج والعمليات

١٨..... **الخطة المالية**

١٩..... توقعات الربح والخسارة للسنة الأولى

١٩..... توقعات الربح والخسارة من السنة الأولى إلى السنة الخامسة

2. الملخص التنفيذي

الشركة
نافذة الفرص
حجم الاستهداف التسويقي
الأداء المالي وجدوى الأعمال
الملكية وفريق الإدارة العليا (TMT)
ما نطلبه" (السؤال والعرض)

الشركة

تقدم خطة العمل هذه فرصة عمل مثيرة لمؤسسة التجارة الإلكترونية تعمل في تجارة الهواتف الإلكترونية. تأسست شركة أورانج ٣ كشركة ناشئة في أغسطس 2022 ، وتتمثل مهمة الشركة في بيع الهواتف الذكية الغير مستخدمة.

نافذة الفرص

هناك الطلب على الهواتف الذكية في السوق المحلي . في الواقع ، يزداد الطلب على الهواتف النقالة في السوق المحلي بشكل كبير وملحوظ.

حجم الاستهداف التسويقي

تبلغ قيمة السوق المستهدفة حوالي 2 مليون دولار سنويا. نحن واثقون من أنه يمكننا الاستحواذ على ٥% من السوق في العام الأول ، والنمو التدريجي والمستمر للوصول ال ٢٥% من هذا السوق بحلول العام الخامس من التشغيل .

الأداء المالي وجدوى الأعمال

ستكون الشركة في بداية المشوار شركة بي أرباح قليلة منافسة للسوق المحلي لجلب العملاء والتميز بي السوق ومن المتوقع ان ينمو صافي الدخل المتوقع بحوالي ٥ الف دولار للعام الأول ليصل الى حوالي ٥٠ الف دولار بنهاية العام الخامس . سيبلغ متوسط العائد على حقوق المساهمين حوالي ٦٤% خلال فترة ٥ سنوات على أساس شهري يجب ان يكون التدفق النقدي إيجابيا بشكل مريح خلال هذا .

الملكية وفريق الإدارة العليا (TMT)

يتألف فريق الإدارة من (الرئيس التنفيذي)و(مدير عمليات التسويق) و(خبراء من صيانة الهواتف وبيعها).

ما نطلبه" (السؤال والعرض)"

تطلب الشركة اجمالي ٣٠ الف دولار أمريكي كرأس مال أولي.

2. وصف الشركة

المهام

الأهداف

منتجاتنا

الفرص

المهام

نحن نوفر الأجهزة الإلكترونية المطلوبة في السوق المحلي كالأجهزة الأمريكية والصينية، مصممة لتلبية وتجاوز جميع توقعات عملائنا.

الاهداف

للوصول إلى حصة سوقية لا تقل عن 5٪ في نهاية أول ١٢ شهر في اعمال.

منتجاتنا

من منتجاتنا الهواتف الامريكية والصينية

مواصفات المنتج



هواتف أمريكية

iPhone

هواتف صيني

Readme

هواتف أمريكية

SAMSUNG

الفرص

هناك طلب متزايد على الهواتف في السوق المحلي من قبل النساء والرجال والاطفال في السوق المحلية. يفضل العملاء بشكل المتزايد المتاجر عبر الإنترنت التي تقدم مجموعة متنوعة من الهواتف.

- هناك عدد قليل جدا من المتاجر الإلكترونية في السوق المحلي لبيع الهواتف الذكية.

3. الخطة التسويقية

الوضع الحالي للسوق

تحليل تنافسي

تحليل SWOT

مميزاتنا الاستراتيجية

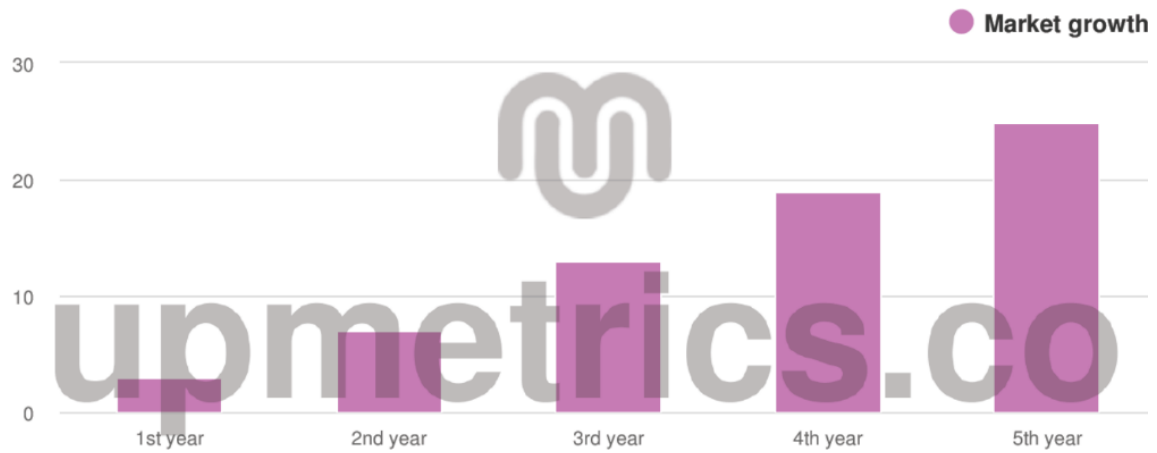
استراتيجية التسويق

الوضع الحالي للسوق

حجم السوق ونموه

حجم السوق: وفقاً للأرقام التي تم الحصول عليها من السوق المحلية و مكتب الإحصاءات في اليمن يبلغ الحجم المالي الإجمالي لحجم السوق الأولي حوالي نصف مليون دولار سنوياً. نمو السوق: من المتوقع أن ينمو السوق بمعدل 3% سنوياً.

حصتنا السوقية المتوقعة



السوق المستهدفة

السوق المستهدفة مقسم جغرافياً وديموغرافياً. يشمل السوق اليمن صناعات الحديد. العملاء المستهدفين من الإناث والذكور ، تتراوح أعمارهم بين 16 - 50 سنة.

تحليل التنافس

اسم الشركة	التفاصيل	العوائد	القوة	الضعف
جوجل فون للجوالات	الموقع : صنعاء نموذج العمل : بيع وشراء الهواتف الذكية تكلفة المنتجات: من ٢٠٠ دولار الى ١٥٠٠ دولار طريقة الدفع : عند الوصول إلى المركز	N/A	منتجات صناعة أمريكية الخبرة في العمل تقييمات العملاء متميزة تنوع كبير في المنتجات جودة عالية في المنتجات	لا يوجد هواتف تدعم أنظمة غير أنظمة قوئل
الكو موبايل	الموقع : صنعاء نموذج العمل : بيع وشراء الهواتف الذكية تكلفة المنتجات: من ٢٠٠ دولار الى ١٥٠٠ دولار طريقة الدفع : عند الوصول إلى المركز	N/A	منتجات صناعة أمريكية و صينية الخبرة في العمل تقييمات العملاء متميزة	لا يوجد خدمات التوصيل والدفع عن طريق الفيزا او البنوك

تحليل SWOT

Strengths (القوة)

التركيز على الاعمال الأساسية +
عمليات التسويق.
تنوع اكبر في الهواتف الذكية.
خدمات التوصيل المجاني.
توفير اكبر قدر ممكن من وسائل الدفع.
هواتف عالية الجودة.
العلامة التجارية.

Weaknesses (الضعف)

الحدثة في السوق.
تميز مبدئي منخفض للعلامة التجارية
انخفاض رأس المال.
لا يمكن توسيع نطاق الخدمة او زيادتها
دون تمويل اضافي.
التقيد بالبيع التقليدي.
تكلفة لعملية التوصيل.
التقيد لعملية دفع واحدة.

Opportunities (الفرص)

قابلية التوسيع والانتشار.
يمكنه تحسين روية وتصنيف موقع الويب.
خدمة الدردشة - لا يوجد منافسين
لديهم هذه الميزة

Threats (التحديات)

انخفاض القوة الشرائية للعملاء.
اشتداد المنافسة - يمكن للمنافسين
الكبار المشاركة في : حروب الاسعار.
اللوائح الحكومية المعاكسة (زيادة
الضرائب).
مجرمو الانترنت.

ميزاتنا الاستراتيجية

الميزة التنافسية

الكلفة

موفر منخفض التكلفة
سعر منخفض التكلفة

تصميم المنتج

تصميم وإنشاء منتج
متميز بسبب المهارات
الصرفية الفائقة

المزايا التنافسية المستدامة

تطوير السمعة التنظيمية

من خلال رضا العملاء بسبب
سياسات الشحن الأفضل
والتسليم الموثوق به والتعبئة
والتغليف وما إلى ذلك

البحث والتطوير

تطوير عمليات أو عناصر فريدة
يمكن تسجيلها ببراءة اختراع.

الالفة مع العميل

جعل من الصعب على الآخرين تقليد
قاعدة ميزاتنا التنافسية من خلال
تطوير الأنشطة مع العميل التي يعتمد
عليها العميل

استراتيجية تصميم المنتج

العملية مبنية على اربع خطوات:

١. الهام. وهذا يشمل أيضا البحث.
٢. التصميم. حيث نبتكر الأفكار والحلول ونصوغها ونصادق عليها.
٣. بناء. يتم تحويل الحل الى منتج عامل فعلي.
٤. النمو. اطلاق منتج وتنميته خلال المراحل المختلفة لدورة حياة المنتج

استراتيجية الأسعار

المنتج	القيمة لكل وحدة	كلفة السلعة المباعة	الهامش لكل وحدة	الخصم	الخصم لكل وحدة	سعر المنافس
سامسونج نوت ١٠	٣٠٠ دولار	٢٨٠ دولار	٣٠٠ دولار	%٥	%٥	٣٥٠ دولار
سامسونج نوت ٩	٢٠٠ دولار	١٧٠ دولار	٢٠٠ دولار	%٥	%٥	٢٥٠ دولار
ايفون ٧	٤٠٠ دولار	٣٨٠ دولار	٤٠٠ دولار	%٧	%٧	٤٥٠ دولار
ايفون ٦	٢٠٠ دولار	١٨٠ دولار	٢٠٠ دولار	%٥	%٥	٢٣٠ دولار

استراتيجيات الترويج

الإعلان عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

البريد المباشر.

مسابقات.

المبيعات الشخصية.

ترويج نقاط البيع.

هدايا المنتج.

حوافز إحالة العملاء.

عروض لفترة محدودة.

هدايا مجانية عند الشراء.

عروض لفترة محدودة

استراتيجيات التوزيع

استراتيجية التوزيع المباشر.

استراتيجية التوزيع غير المباشر.

استراتيجية التوزيع المكثف.

استراتيجية التوزيع الحصرية.

استراتيجية التوزيع الانتقالي.

4. الخطة التشغيلية

هيكل الشركة وملكيته

الإنتاج والعمليات

هيكل الشركة وملكيته

وليد فيصل هو المدير التنفيذي للشركة وسيكون مسؤول الاستيراد والتصدير لعمليات التسويق والتمويل والتوزيع.

الموظفين الرئيسيين الآخرين والمنتسبين والعلاقات

سيتم الاستعانة بمصادر خارجية للتسويق لمقدمي الخدمات على الانترنت منصات التوظيف او المصادر الجماعية.

الإنتاج والعمليات

١. خطة الإنتاج

سيتم استيراد المنتجات بشكل شبه يومي لتوفير احداث الهواتف الذكية

٢. لوجستيات التوزيع وجرد المنتجات النهائية

سوف يتم توزيع المنتجات يوميا بناءا على استمرارية البقاء للهواتف الذكية.

3. مواصفات المنتج والخدمات

تعر	صنعا	العام الأول
اختبار تسويق الهواتف الذكية في السوق المحلي	استيراد الهواتف الذكية من أمريكا وبتحديد من الشركات المصنعة للهواتف الذكية	
اختبار تسويق الهواتف الذكية في السوق المحلي	استيراد الهواتف الذكية من الصين وبتحديد من الشركات المصنعة للهواتف الذكية	العام الثاني
اختبار تسويق الهواتف الذكية في السوق المحلي	استيراد أكبر مجموعة هواتف بكافة أنواعها	العام الثالث

٤. مواصفات التسويق الجغرافي

تعر	صنعا	العام الأول
اختبار تسويق الهواتف الذكية في السوق المحلي	استيراد أفضل أنواع الأجهزة بأفضل جوده وأفضل الأسعار	
اختبار تسويق الهواتف الذكية في السوق المحلي	استيراد أفضل أنواع الأجهزة بأفضل جوده وأفضل الأسعار	العام الثاني
اختبار تسويق الهواتف الذكية في السوق المحلي	استيراد أفضل أنواع الأجهزة بأفضل جوده وأفضل الأسعار	العام الثالث

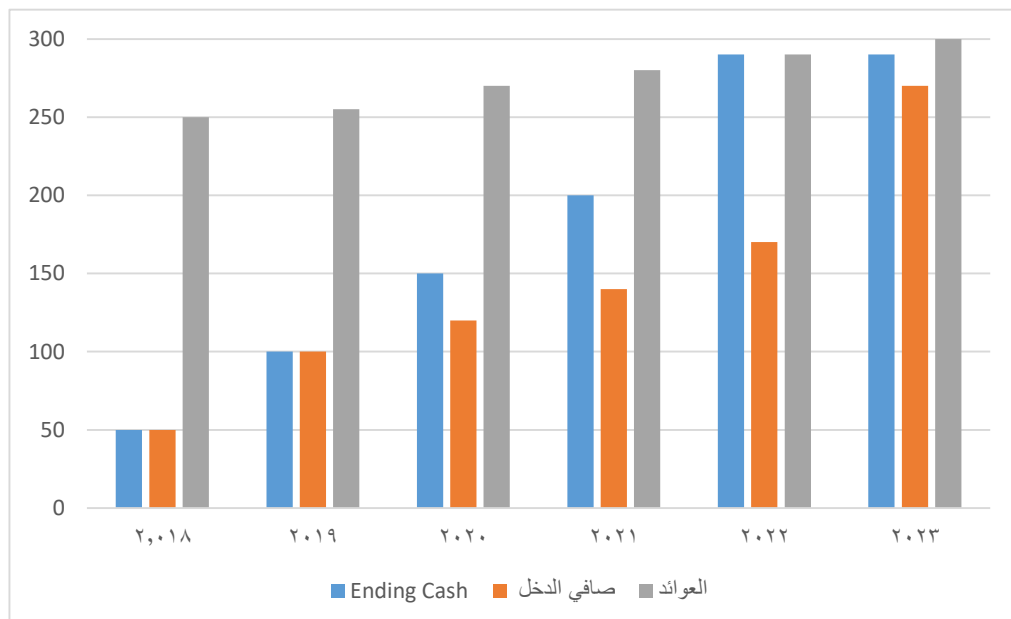
٥. مرافق البحث والتطوير والتوظيف

ستواصل الشركة البحث عن تقنيات الهواتف الجديدة و الاكسسوارات وتقديمها للسوق المحلي.

6. استراتيجية تقليل المخاطر

تصنيف الخطر	نوع الخطر	التأثير	تخفيف المخاطر
المخاطر القائمة على المعلومات	جهل المستهلك	المستهلك فشل الاعمال بسبب جهل المستهلك	نشاط تسويقي وترويجي مستدام الشراكة مع تجار التجزئة والموزعين ذوي السمعة الطيبة (للأسواق البعيدة)
	جهل المنتج	عدم الوفاء بوعود الجودة	تجنيد صانعي الحرف اليدوية ذوي الخبرة فقط
	جهل المدير	فشل إدارة الاعمال بشكل صحيح	الاستعانة بمستشاري استراتيجية الاعمال
المخاطر القائمة على التصنيع	قوة المشتري	تآكل السعر بسبب قوة المشتري	اتباع استراتيجية النمو لزيادة عدد المشتريين

٧. المبيعات وصافي الدخل والعوائد



خطة عمل (٢٠٢٢) متجر الكتروني لبيع الهواتف الذكية

السنة المالية	العوائد	صافي الدخل	
2018	267072	11488	15067
2019	267072	13088	28153
2020	267072	13088	41239
2021	267072	13088	54325
2022	267072	13663	6714

5. الخطة المالية

توقعات الربح والخسارة للسنة الأولى

توقعات الربح والخسارة – من السنة الأولى إلى السنة الخامسة

توقعات الربح والخسارة للسنة الأولى

توقع الربح في السنة الأولى يمكن ان يصل الى % 10 من اجمالي رأس المال.

توقع الخسارة في السنة الأولى يمكن ان يصل الى % 3 من اجمالي رأس المال.

توقعات الربح والخسارة – من السنة الأولى إلى السنة الخامسة

توقع الربح من السنة الأولى إلى السنة الخامسة يمكن ان يصل الى % 30 من اجمالي رأس المال

توقع الخسارة من السنة الأولى إلى السنة الخامسة يمكن ان يصل الى % 10 من اجمالي رأس المال. .