

التخطيط الاستراتيجي

للأعمال بزواوية ٣٦٠ درجة

استراتيجي للأعمال - أسماء للأعمال بزواوية ٣٦٠ درجة
مشروع سنتر ملاذ

التخطيط الاستراتيجي

للأعمال بزواوية ٣٦٠ درجة

قائمة المحتويات

الملخص التنفيذي

رؤية ورسالة الشركة
نظرة عامة حول المشروع
الأسواق والثبات المستهدفة
نظرة عامة حول المنافسة
نظرة عامة حول الحملة العملية

نظرة عامة حول المجال

الموضع مع أفضل المنافسين
الفاعلون الرئيسيون في الصناعة
الإيرادات المقدرة
توجه الصناعة
تأثيرات الحكومة
التركيب السكانية لسوق المستهلك

المنافسة وتحليل السوق

تحديد السوق المستهدفة
تقدير حجم السوق
الدراسة الاقتصادية والبيئية
حجم المبيعات المقدرة
التميز والمفاضلة
الدراسة المالية

تميز المنتج

خلق هوية المنتج

الخطة التسويقية

التحليل الرباعي (SWOT)
تحليل ودراسة المنافسين
عناصر المزيج التسويقي السبعة (7Ps)
بحث وتطوير المنتج/الخدمة
مزيج المنتج عبر القنوات المختلفة
تسجير المنتج
أهداف التسويق
تقدير حجم السوق
نظرة عامة حول تفعيل الخطة خلال السنة الأولى

خطة الحملة الإعلانية

نظرة عامة حول الحملة التسويقية
أهداف الحملة
مؤشر الأداء الرئيسي للحملة
مؤشر الأداء الرئيسي لقنوات الحملة (وسائل الإعلام)
العائد على الاستثمار من الحملة
قنوات الحملة
ميزانية الحملة
تصميمات الحملة
مراجع الحملة
نظرة عامة حول الحملات السابقة
الجدول الزمني للحملة
إعداد الحملة
خطة إعداد التقارير

تقرير الحملة الإعلانية

نظرة عامة حول أداء الحملة
تقرير تصنيف ميزانية الحملة
تقرير أداء القنوات التسويقية
مؤشرات الأداء الرئيسية للحملة
العائد على الاستثماري للحملة
الدروس والنقاط الرئيسية المستوحاة والتحسين

الملخص

التنفيذي

رؤية المشروع

«ان نكون الرواد في مجال الورد لهدايا المبتكرة، حيث نقدم تجارب فريدة تجمع بين الفن والتقنية. في ذوق الورد، نبكر تصميمات ساحرة وأجواء مريحة لنضمن لعملائنا لحظات لا تُنسى. ونلتزم بالممارسات المستدامة لترك أثراً إيجابياً.»



VISION

رسالة المشروع

إلى تقديم تجربة متكاملة تجمع بين الفخامة والبساطة، حيث يجد عملائنا في كل زيارة مزيجاً متناغماً من الخدمات التي تشمل تنسيق الهدايا والورد، الاستمتاع بالفهوة الفاخرة، والمشاركة في أنشطة تعليمية وثقافية راقية. نهدف إلى خلق بيئة تسودها الراحة والإلهام مع الحرص على تقديم أعلى مستويات الجودة في كل ما نقدمه.



MISSION

قيم المشروع

هنا تتمثل في الإبداع، الجودة، الهدوء، التعلّم، التواصل، والاستدامة.



VALUES

الملخص

التفذي

نظرة عامة حول المجال

ملاذ هو مشروع شامل يقدم تجربة فريدة تمزج بين تنسيق الهدايا والزهور، والاستمتاع بأجواء هادئة في مقهى مميز. بالإضافة إلى ذلك، يوفر ملاذ دورات تدريبية متخصصة في فنون تنسيق الزهور وتعليم الموسيقى. كما يقدم تجربة تصوير ثلاثي الأبعاد وتصوير باستخدام الطائرات المسيرة (الدرون) لتوثيق مناسباتكم الخاصة. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن ملاذ مساحة مخصصة لإقامة الدورات التدريبية والفعاليات الإبداعية.

الملخص

التنفيذي

الأسواق والفئات المستهدفة

الأسواق المستهدفة

- المنطقة الغربية في البداية، يستهدف مشروع "ملاذ" مدينة جدة، حيث سيتم تقديم خدمات تنسيق الورد والهدايا والأنشطة المرتبطة بالمشروع.
- الموقع الإلكتروني: لاحقاً، سيتم التوسع لتقديم خدمات تنسيق الهدايا والورد عبر الإنترنت، مما يسمح بالوصول إلى أسواق أوسع تشمل جميع أنحاء المملكة العربية السعودية.

الفئة المستهدفة

- الأفراد من الطبقة المتوسطة إلى العليا: ممن يهتمون بالتفاصيل الأنيقة واللمسات الفنية في حياتهم اليومية.
- عشاق الفنون والموسيقى: الذين يبحثون عن بيئة تجمع بين التعلم والاستمتاع بالأجواء الراقية.
- الأشخاص المهتمين بتنسيق الهدايا والورد: سواء للأغراض الشخصية أو المناسبات الخاصة.
- الشباب والمصورين الهواة: الراغبين في تجربة التصوير ثلاثي الأبعاد والتصوير بالدرون لتوثيق لحظاتهم المميزة.
- الأسر والمهتمين بالتنوير الشخصي: من يبحثون عن ورش عمل ودورات تدريبية في تنسيق الورد والفنون والموسيقى.

المُلخَص

التنفيذي

نظرة عامة حول المنافسة

بينما تقدم المقاهي الراقية ومحلات تنسيق الزهور ومعاهد تعليم الفنون خدماتها بشكل منفصل، يبرز "ملاذ" بتفردِه في دمج هذه الخدمات ضمن تجربة شاملة. هذا التنوع يجعله وجهة جذابة للفئات الراقية والمتوسطة، مما يميزه عن المنافسين الآخرين في السوق.

نظرة عامة

حول المجال

استراتيجيات تقديم المنتج إلى السوق

- الأفراد الباحثون عن الهدوء والراحة.
- عشاق الفن والجمال.
- محبو القهوة والموسيقى.
- الباحثون عن هدايا مميزة.

- المهتمون بتطوير الذات والثقافة والمعرفة.
- الفئات: النساء، الشباب، الأسر، والمهنيون.
- مستوى الدخل: متوسط إلى مرتفع.
- الاهتمامات: الفن، الموسيقى، القراءة، الهدايا، والثقافة.
- نمط الحياة: يفضلون أسلوب حياة عصري ومتطور.

تظهر أهمية المشروع من خلال اهتمام الناس بالهدوء والرفاهية ورعتهم في تجارب فريدة ومميزة. كما يوجد فجوة في السوق لمكان يجمع بين الفن، والقهوة، والهدوء. مما يجعل "ملاذ" وجهة جذابة لمختلف الفئات.

يتميز "ملاذ" بأنه مساحة تجمع بين الجمال الفني والاسترخاء الذهني، مع التركيز على تقديم تفاصيل تلبي أنوفاً راقية يوفر المشروع مجموعة متنوعة من الخدمات تحت سقف واحد، مما يجعل منه فرصة قوية لتلبية احتياجات السوق وتقديم تجربة لا تنسى.

03

02

01

تقديم تجربة متكاملة وفريدة من نوعها في بيئة هادئة ومُلهمة، مع استخدام تقنيات حديثة في التصوير، بالإضافة إلى ورش عمل ودورات متخصصة وخدمات مخصصة للمناسبات.

05

- مجموعات تنفسية
- ورش عمل تفاعلية
- استشارات شخصية
- تجارب تسوق ممتعة

04

الاستهداف

سبب للإيمان به

نقطة الاختلاف الفريدة

المجموعة التنافسية

الحاجة غير الملبأة

نظرة عامة

حول المجال

الفاعون الرئيسيون في الصناعة

القطاعات الرئيسية
والفاعون الرئيسيون في
كل قطاع

صفحات التواصل الاجتماعي

الشركات المتخصصة في تنظيم المناسبات



محلات الهدايا وتغليف الهدايا
- غزل - مايا قارد -Gardenia-



المتاجر اون لاين وشركات التوصيل
هنيقسرسن - طلبات - ازهار لائن -
فلوريد
- ساكورا -



نظرة عامة

حول المجال

التركيبة السكانية والسوق المستهدفة:

تشجيع المزارعين على زراعة الورد المحلي لتقليل الاعتماد على الاستيراد وتحسين جودة المنتجات.

تقديم الدعم الفني والمادي للمزارعين لزيادة الإنتاجية وتحسين جودة الورد

فتح أسواق لتصدير الورد السعودي إلى دول الخليج والشرق الأوسط؛ بما يسهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي للقطاع الزراعي، وفق تحقيق مستهدفات رؤية السعودية ٢٠٣٠.

تميز المنتج

خلق هوية المنتج

قصة العلامة التجارية

١. الأفراد:

- محبو الهدايا والزهور:
- المناسبة: يبحثون عن هدايا مميزة في المناسبات المختلفة.
- النمط: يفضلون تصميمات مبتكرة وتغليف فريد.
- التوقعات: يتوقعون الحصول على تجربة فريدة وابتكارات في تنسيق الهدايا والزهور.

- منظمو المناسبات:

- المناسبة: حفلات الزفاف، أعياد الميلاد، أو أي مناسبة خاصة.
- النمط: تنسيق زهري أنيق ومناسبات مخصصة.
- التوقعات: خدمات احترافية في تنسيق الزهور وتغليف الهدايا.

- هواة التصوير:

- المناسبة: يرغبون في استئجار استوديو تصوير أو المشاركة في ورش عمل.
- النمط: تصوير فني ومبتكر.
- التوقعات: الحصول على أدوات ومعدات متطورة وتجربة تعليمية عالية.

- راغبون في تعلم مهارات جديدة:

- المناسبة: يرغبون في تعلم تنسيق الزهور لتطوير مهاراتهم أو بدء مشروع صغير.
- النمط: ورش عمل تعليمية وممتعة.
- التوقعات: معرفة عملية وفرص للتطبيق الفوري.

البطل

٢. الشركات والمؤسسات:

- الشركات:

- المناسبة: تزيين المكاتب أو تقديم هدايا لعملائها وموظفيها.
- النمط: خدمات تنسيق احترافية.
- التوقعات: مستوى عالٍ من الاحترافية والتفرد.

- الفنادق والمطاعم:

- المناسبة: تقديم خدمات إضافية لضيوفهم.
- النمط: تنسيق زهور أنيق يتناسب مع أجواء المكان.
- التوقعات: تحسين تجربة الضيوف وزيادة رضاهم.

- منظمو المؤتمرات والفعاليات:

- المناسبة: تنظيم فعاليات ومؤتمرات.
- النمط: تنسيق زهري مخصص لتزيين القاعات.
- التوقعات: خدمات متكاملة تلبي احتياجات الفعالية.

تميز المنتج

خلق هوية المنتج

قصة العلامة التجارية

البطل

٤ . المصورون المحترفون:

- المصورون:
- المناسبة: استئجار استوديو تصوير مجهز.
- النمط: استوديو متكامل مع معدات حديثة.
- التوقعات: بيئة عمل مريحة واحترافية.

قصص العملاء المحتملة:

- العروس: تبحث عن باقة زفاف فريدة وتصميمات أنيقة لتزيين قاعة الزفاف.
- الشركة: ترغب في تقديم هدايا مميزة لعملائها في مناسبة خاصة.
- المدرسة: تبحث عن مكان جذاب لتسوير محتوى لمدرستها عن الحياة.
- الشاب الطموح: يرغب في تعلم كيفية تنسيق الزهور لبدء مشروع صغير.

٣ . المدونون ومؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي:

- مدونو الحياة:
- المناسبة: عرض منتجات وخدمات متنوعة.
- النمط: محتوى جذاب بصرياً.
- التوقعات: فرصة للتعاون والترويج لخدمات ملاذ.

- مؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي:

- المناسبة: مشاركة تجاربهم مع متابعيهم.
- النمط: محتوى إبداعي وجذاب.
- التوقعات: دعم للعلامة التجارية وتعزيز الوعي بها.

تميز المنتج

خلق هوية المنتج

قصة العلامة التجارية

١. الأفراد: محبو الهدايا والزهور

- الدافع: التعبير عن المشاعر، الاحتفال بالمناسبات، وإضفاء لمسة شخصية على الهدايا.
- الاهتمامات: الموضة، التصميم الداخلي، الأحداث الاجتماعية، الثقافات المختلفة.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن جودة المنتجات، التصميمات المبتكرة، والأسعار المناسبة.

٢. منظمو المناسبات

- الدافع: خلق تجربة مميزة للضيوف، الاهتمام بالتفاصيل، وتحقيق رؤية معينة للمناسبات.
- الاهتمامات: تنظيم الأحداث، التصميم الداخلي، الإضاءة، الموسيقى، الزهور.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن خدمات شاملة، مرونة في التخطيط، وجودة عالية في التنفيذ.

٣. هواة التصوير

- الدافع: الشغف بالتصوير، والرغبة في تطوير مهاراتهم، والحصول على صور عالية الجودة.
- الاهتمامات: الكاميرات، العدسات، الإضاءة، والتحرير الفوتوغرافي.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن معدات احترافية، أماكن تصوير مميزة، وورش عمل تدريبية.

٤. راغبون في تعلم مهارات جديدة

- الدافع: اكتساب مهارة جديدة، تطوير الذات، بدء مشروع صغير، أو الاستمتاع بهواية جديدة.
- الاهتمامات: الحرف اليدوية، الفنون، التصميم، وريادة الأعمال.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن دورات تدريبية شاملة، أدوات ومواد عالية الجودة، وفرص للتطبيق العملي.

الخلفية

٥. الشركات والمؤسسات

- الشركات:
- الدافع: تعزيز صورة الشركة، وبناء علاقات قوية مع العملاء والموظفين، والاحتفال بالنجاحات.
- الاهتمامات: التسويق، العلاقات العامة، الهدايا المؤسسية، المسؤولية الاجتماعية.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن خدمات مخصصة، جودة عالية، ومرونة في التخطيط.

الفنادق والمطاعم:

- الدافع: تحسين تجربة الضيوف، وزيادة الإيرادات، والتميز عن المنافسين.
- الاهتمامات: خدمة العملاء، التصميم الداخلي، والأجواء الفاخرة.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن خدمات متكاملة، جودة عالية، وأسعار تنافسية.

منظمو المؤتمرات والفعاليات:

- الدافع: خلق تجربة مميزة للمشاركين، وتحقيق أهداف الحدث، وبناء علاقات مع الرعاة.
- الاهتمامات: التخطيط والتنظيم، الإدارة اللوجستية، التصميم، والتسويق.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن خدمات شاملة، مرونة في التخطيط، وجودة عالية في التنفيذ.

٦. المدونون ومؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي

- الدافع: بناء جمهور، الترويج للعلامات التجارية، وتحقيق دخل من خلال التسويق بالعمولة.
- الاهتمامات: التصوير، الكتابة، التسويق الرقمي، والتواصل الاجتماعي.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن فرص للتعاون، منتجات مجانية، وتجارب فريدة.

٧. المصورون المحترفون

- الدافع: تحسين جودة الصور، وزيادة الإنتاجية، والحصول على عملاء جدد.
- الاهتمامات: الكاميرات، العدسات، الإضاءة، والتحرير الفوتوغرافي.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن معدات احترافية، أماكن تصوير مميزة، ودورات تدريبية متخصصة.

تميز المنتج

خلق هوية المنتج

قصة العلامة التجارية

١. الشركات والمؤسسات

- الدافع: تعزيز صورة الشركة، وبناء علاقات قوية مع العملاء والموظفين، والاحتفال بالنجاحات.
- الاهتمامات: التسويق، العلاقات العامة، الهياكل المؤسسية، المسؤولية الاجتماعية.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن خدمات مخصصة، جودة عالية، ومرودة في التخطيط.
- الرهانات:
- تعزيز صورة الشركة كعلامة تجارية عصرية واهتمامها بموظفيها وعملائها.
- تحقيق عائد استثمار جيد على ميزانية التسويق.
- العثور على مزود خدمات يقدم حلولاً مخصصة.

٢. الفنادق والمطاعم

- الدافع: تحسين تجربة الضيوف، وزيادة الإيرادات، والتميز عن المنافسين.
- الاهتمامات: خدمة العملاء، التصميم الداخلي، والأجواء الفاخرة.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن خدمات متكاملة، جودة عالية، وأسعار تنافسية.
- الرهانات:
- تحسين تجربة الضيوف وزيادة مستوى رضاهم.
- التميز عن المنافسين.
- الحفاظ على جودة الخدمات المقدمة.

٣. منظمو المؤتمرات والفعاليات

- الدافع: خلق تجربة مميزة للمشاركين، وتحقيق أهداف الحدث، وبناء علاقات مع الرعاية.
- الاهتمامات: التخطيط والتنظيم، الإدارة اللوجستية، التصميم، والتسويق.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن خدمات شاملة، مرودة في التخطيط، وجودة عالية في التنفيذ.
- الرهانات:
- ضمان نجاح الحدث وتحقيق أهدافه.
- إدارة الميزانية بشكل فعال.
- بناء علاقات قوية مع الرعاية والمشاركين.

الرهانات

٤. المدونون ومؤثرو وسائل التواصل الاجتماعي

- الدافع: بناء جمهور، الترويج للعلامات التجارية، وتحقيق دخل من خلال التسويق بالعمولة.
- الاهتمامات: التصوير، الكتابة، التسويق الرقمي، والتواصل الاجتماعي.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن فرص للتعاون، منتجات مجانية، وتجارب فريدة.
- الرهانات:
- زيادة عدد المتابعين والتفاعل مع المحتوى.
- بناء شراكات مع العلامات التجارية.
- تحقيق دخل من خلال التسويق بالعمولة.

٥. المصورون المحترفون

- الدافع: تحسين جودة الصور، وزيادة الإنتاجية، والحصول على عملاء جدد.
- الاهتمامات: الكاميرات، الحساسات، الإضاءة، والتحرير الفوتوغرافي.
- السلوك الشرائي: يبحثون عن معدات احترافية، أماكن تصوير مميزة، ودورات تدريبية متخصصة.
- الرهانات:
- تحسين جودة الصور وزيادة الإنتاجية.
- الحصول على عملاء جدد.
- البقاء على اطلاع بأحدث التقنيات والمعدات.