

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
حاضنة الأعمال لجامعة المسيلة

قلعة العطور الأنيقة

**Kalaa of the Elegant Perfume**

مشروع للحصول على شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

المشرف الرئيسي: د. النذير قوادرية

فريق العمل:

الاسم واللقب	التخصص	الكلية	الصفة
فاتح بوسعدية	التاريخ الحديث والمعاصر	العلوم الإنسانية والاجتماعية	رئيس المشروع
فاروق بوسعدية	تربية حركية	معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	عضو

جوان 2024

## فهرس المحتويات

### المحور الأول: تقديم المشروع.

1. فكرة المشروع:.....3.
2. القيم المقترحة:.....4.
3. فريق العمل:.....5.
4. أهداف المشروع:.....6.
5. جدول زمني لتحقيق المشروع:.....7.

### المحور الثاني: الجوانب الابتكارية:

1. تخصيص العطور حسب الطلب:.....9.
2. تقنيات الإنتاج المستدام:.....9.
3. الابتكار في التسويق:.....9.
4. تجربة العملاء وخدمة ما بعد البيع:.....10.
5. الإبداع في تصميم المنتجات:.....10.
6. التجارب الحسية المتكاملة:.....10.

### المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق.

1. عرض القطاع السوقي:.....10.
2. قياس شدة المنافسة:.....15.
3. الإستراتيجية التسويقية:.....16.

### المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم:

1. عملية الإنتاج:.....18.
2. التموين:.....18.
3. اليد العاملة:.....18.
4. الشراكات الرئيسية:.....19.

### المحور الخامس: الخطة المالية.

1. التكاليف والأعباء:.....20.

2. رقم الأعمال:.....21
3. جدول حسابات النتائج المتوقعة:.....21
4. خطة الخزينة:.....21

## المحور الأول: تقديم المشروع

### 1. فكر المشروع.

"قلعة العطور الأنيقة" هو مشروع مؤسسة ناشئة في الجزائر تركز على تصنيع وتوزيع العطور الراقية، وتهدف إلى إنشاء علامة تجارية محلية للعطور تنافس العلامات التجارية الوطنية في المرحلة الأولى وفي حالة تطويره ونموه سينافس العلامات التجارية الدولية، مع التركيز على الجودة والتميز، وهذا المشروع يستهدف شريحة واسعة من المستهلكين الذين يبحثون عن عطور ذات جودة عالية وتصميم فريد.

### أهداف المشروع:

1. تقديم منتجات ذات جودة عالية: تصنيع عطور باستخدام مكونات طبيعية وخامات عالية الجودة.
2. الابتكار والتجديد: تطوير خلطات عطرية جديدة تتماشى مع الأذواق المتغيرة للسوق.
3. التميز في التصميم: تقديم عبوات أنيقة وفريدة من نوعها.
4. الانتشار المحلي والدولي: التوسع في الأسواق المحلية ومن ثم الانطلاق نحو الأسواق الدولية.

### خطة العمل:

1. البحث والتطوير: إنشاء مختبر بحثي لتطوير الخلطات العطرية الفريدة.
2. الإنتاج: في البداية سنقوم بإنشاء مصنع صغير لتصنيع العطور باستخدام التقنيات المتاحة.
3. التسويق: وضع استراتيجية تسويقية قوية تشمل التسويق الرقمي والإعلانات التقليدية، بالإضافة إلى التعاون مع المؤثرين والمشاهير.
4. التوزيع: بناء شبكة توزيع تشمل المتاجر المحلية والوطنية والمتاجر الإلكترونية.

الفريق:

يتكون فريق "قلعة العطور الأنيقة" من:

1. الخبراء في صناعة العطور: متخصصون في تركيب الخلطات العطرية.
2. مصممي المنتجات: متخصصون في تصميم عبوات العطور بطريقة تجذب العملاء.
3. فريق التسويق والمبيعات: متخصصون في وضع وتنفيذ استراتيجيات التسويق والمبيعات.
4. الإدارة: تتولى التخطيط والإشراف على جميع الأنشطة.

التحديات:

1. المنافسة: التنافس مع العلامات التجارية الوطنية والدولية.
2. الجودة: الحفاظ على مستوى عالٍ من الجودة في كل مرحلة من مراحل الإنتاج.
3. التوسع: التوسع في الأسواق الوطنية والدولية يتطلب موارد واستثمارات مالية كبيرة.

الفرص:

1. السوق المحلية: الطلب المتزايد على العطور الفاخرة في الجزائر.
2. السوق العالمية: في حالة نجاح المشروع وطنيا فبالإضافة هناك إمكانيات التوسع إلى الأسواق المجاورة والدولية.
3. التكنولوجيا: استخدام التكنولوجيا في التسويق والإنتاج لتحسين الكفاءة.

رؤية المستقبل:

تسعى "قلعة العطور الأنيقة" لأن تكون رائدة في صناعة العطور في الجزائر وأن تحقق شهرة واسعة على مستوى المنطقة، من خلال تقديم منتجات تلبي تطلعات الزبائن.

## 2. القيم المقترحة:

إذا أردنا نجاح هذا المشروع فمن المهم تحديد القيم الأساسية التي ستوجه عمليات المؤسسة وتجذب العملاء، وهذه بعضها:

1. الجودة العالية: ضمان استخدام مكونات عالية الجودة في جميع منتجات العطور لضمان رضا الزبائن والتميز في السوق.
2. الابتكار والإبداع: السعي لتقديم تركيبات عطرية جديدة وفريدة من نوعها تجذب مختلف الأذواق وتلبي احتياجات العملاء المختلفة.

3. التميز في الخدمة: توفير خدمة عملاء متميزة، بما في ذلك الاستجابة السريعة والفعالة لاستفسارات وشكاوى الزبائن.

4. الشفافية: الالتزام بالشفافية في جميع جوانب العمل، من مكونات المنتجات إلى الأسعار.

5. الاستدامة والمسؤولية البيئية: استخدام ممارسات صديقة للبيئة والمواد المستدامة في إنتاج وتغليف العطور، والمساهمة في الحفاظ على البيئة.

6. الأصالة والتراث: التركيز على تقديم عطور تحمل طابعاً تراثياً وأصيلاً، مع الاهتمام بالهوية الثقافية للجزائر.

7. التعاون والشراكة: بناء علاقات قوية ودائمة مع الموردين والشركاء المحليين والدوليين لتعزيز نمو المؤسسة وتوسيعها.

8. الاهتمام بالتفاصيل: العناية الدقيقة بكل جوانب المنتج، من التصميم والتغليف إلى تجربة المستخدم، لضمان تقديم تجربة أنيقة وفاخرة وشاملة.

9. المسؤولية الاجتماعية: الالتزام بدعم المجتمع المحلي من خلال المبادرات الاجتماعية والخيرية.

هذه القيم يمكن أن تساعد "قلعة العطور الأنيقة" في بناء سمعة قوية وجذب قاعدة عملاء واسعة، بالإضافة إلى التميز في السوق التنافسي.

### 3. فريق العمل.

تأسيس مؤسسة ناشئة، يتطلب فريق عمل متكامل يغطي جميع الجوانب الضرورية لضمان نجاح المشروع، لذلك سنبدأ في المرحلة الأولى بالفريق التالي:

1. المدير التنفيذي:

○ المهام: قيادة المشروع، وضع الاستراتيجيات العامة، اتخاذ القرارات الكبرى، تمثيل المؤسسة أمام المستثمرين والعملاء.

○ الصفات: رؤية واضحة، قدرات قيادية، مهارات في اتخاذ القرارات.

2. مدير التسويق:

○ المهام: تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق، إدارة حملات التسويق الرقمي والتقليدي، تعزيز العلامة التجارية.

○ الصفات: إبداع، خبرة في التسويق، مهارات تحليلية.

3. مدير المبيعات:

○ المهام: تطوير استراتيجيات المبيعات، إدارة فريق المبيعات، تحقيق أهداف المبيعات.

○ الصفات: مهارات تفاوض، قدرات في بناء العلاقات، معرفة واسعة بسوق العطور.

4. مدير الإنتاج:
- المهام: الإشراف على عملية تصنيع العطور، ضمان الجودة، إدارة سلسلة التوريد والإنتاج.
  - الصفات: خبرة في صناعة العطور، مهارات تنظيمية، دقة في العمل.
5. مدير العمليات:
- المهام: إدارة العمليات اليومية، تحسين الكفاءة التشغيلية، الإشراف على الشؤون الإدارية.
  - الصفات: مهارات تنظيمية وإدارية، قدرة على حل المشكلات، خبرة في إدارة العمليات.
6. مدير الموارد البشرية:
- المهام: توظيف وتدريب الموظفين، إدارة سياسات الموارد البشرية، تعزيز بيئة العمل.
  - الصفات: إتقان مهارات التواصل، وخبرة في الموارد البشرية، وقدرة على التعامل.
7. مدير مالي:
- المهام: إدارة الشؤون المالية، وإعداد الميزانيات، والتقارير المالية.
  - الصفات: المهارات التحليلية، وخبرة في المحاسبة والتمويل، والقدرة على اتخاذ القرارات المالية الصائبة.
8. مدير تقنية المعلومات:
- المهام: تطوير وإدارة البنية التحتية التقنية، ودعم المبادرات الرقمية.
  - الصفات: خبرة تقنية، قدرة على الابتكار، مهارات حل المشكلات.
9. مختص بالعطور:
- المهام: تطوير خلطات العطور، اختبار الجودة، متابعة الاتجاهات الحديثة في صناعة العطور.
  - الصفات: إبداع، وخبرة في تركيب العطور، وذوق رفيع.
10. مدير التجارة الإلكترونية:
- المهام: إدارة موقع البيع الإلكتروني، تحسين تجربة المستخدم، تعزيز المبيعات عبر الإنترنت.
  - الصفات: معرفة بتقنيات التجارة الإلكترونية، ومهارات في التسويق الرقمي، وفهم سلوك المستهلك.
- إن توزيع هذه الأدوار بشكل مناسب ضمن الفريق سيساهم في بناء أساس قوي لنجاح مؤسسة "قلعة العطور الأنيقة" وضمان تقديم منتجات عالية الجودة مع تحقيق رضا الزبائن ونمو الأعمال.

#### 4. أهداف المشروع.

أهداف هذا المشروع يمكن أن تشمل عدة جوانب بناءً على طموحات المؤسسة في صناعة العطور. وفيما يلي بعض الأهداف:

1. تطوير منتجات فريدة ومتميزة:
  - تقديم مجموعة واسعة من العطور المبتكرة التي تلبى أذواق المستهلكين المتنوعة.
  - استخدام مكونات طبيعية عالية الجودة لضمان روائح فاخرة ومستدامة.
2. بناء علامة تجارية قوية:
  - إنشاء هوية مميزة للعلامة التجارية ترتبط بالجودة والأناقة.
  - تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية وجذب الزبائن.
3. التوسع في السوق:
  - الوصول إلى أسواق جديدة على المستوى المحلي والوطني والدولي.
  - إقامة شراكات إستراتيجية مع موزعين وتجار تجزئة لتوسيع شبكة التوزيع.
4. الابتكار والبحث والتطوير:
  - مواصلة البحث والتطوير لتقديم عطور جديدة ومبتكرة باستمرار.
  - متابعة أحدث الاتجاهات في صناعة العطور لضمان تقديم منتجات محدثة تلبى توقعات المستهلكين.
5. تحقيق رضا الزبائن:
  - تقديم خدمة عملاء ممتازة تضمن تجربة شراء مريحة وممتعة.
  - جمع وتحليل ملاحظات الزبائن لتحسين المنتجات والخدمات بشكل مستمر.
6. الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية:
  - اعتماد ممارسات صديقة للبيئة في إنتاج وتغليف العطور.
  - المساهمة في المجتمع من خلال مبادرات المسؤولية الاجتماعية.
7. الربحية والاستدامة المالية:
  - تحقيق نمو مستدام وربحية طويلة الأمد لضمان استمرارية ونجاح المؤسسة.

هذه الأهداف يمكن تعديلها وتكييفها بناءً على رؤية وأهداف مؤسسي مؤسسة "قلعة العطور الأنيقة" والسوق المستهدفة.

#### 5. جدول زمني لتحقيق المشروع:

لتنفيذ مشروع "قلعة العطور الأنيقة"، يمكن تقسيم الجدول الزمني إلى مراحل رئيسية لضمان تحقيق كل جانب من جوانب المشروع بفعالية، ونوجزها في الجدول الزمني التالي:

المرحلة الأولى: التخطيط والتحضير (من 1 – 2 شهر).

1. بحث السوق والتحليل (من 1-2 شهر).

○ دراسة السوق والمنافسين.

○ تحديد الشريحة المستهدفة من الزبائن.

2. وضع خطة العمل (من 3-4 أشهر).

○ كتابة خطة العمل التفصيلية.

○ تحديد الأهداف والرؤية.

3. إجراءات قانونية وتسجيل المؤسسة (من 5-6 أسابيع).

○ تسجيل المؤسسة واستخراج التراخيص اللازمة.

○ تجهيز الوثائق القانونية والعقود.

4. تمويل المشروع (من 7-8 أسابيع).

○ البحث عن مصادر التمويل (مستثمرين، قروض، إلخ).

○ إعداد خطة مالية وتقدير التكاليف.

المرحلة الثانية: الإعداد والتهيئة (من 3 – 5 أشهر).

1. تطوير المنتج (3 اشهر).

○ تطوير تركيبات العطور.

○ اختبار العينات وضبط الجودة.

2. البنية التحتية والتجهيزات (4 أشهر).

○ اختيار موقع المصنع وتجهيزه.

○ تجهيز المعدات والمواد الخام.

3. التوظيف والتدريب (5 أشهر).

○ تعيين الموظفين الرئيسيين (المبيعات، التسويق، إلخ).

○ تدريب الموظفين على المنتجات والخدمات.

المرحلة الثالثة: الإطلاق والتسويق (من 6 – 7 أشهر).

1. إطلاق تجريبي (6 أشهر).

○ تشغيل المصنع لفترة تجريبية.

○ جمع ردود الفعل من العملاء الأوليين.

2. حملة تسويقية (7 اشهر).

- إطلاق حملة تسويقية شاملة.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات.

المرحلة الرابعة: التشغيل والتوسع (من 8 – 12 شهر).

1. تحسين العمليات (من 8-9 أشهر).

○ تحليل الأداء والتغذية الراجعة.

○ تحسين العمليات والإجراءات.

2. التوسع والشراكات (من 10-12 شهر).

○ البحث عن فرص للتوسع (فروع جديدة، شراكات).

○ تطوير استراتيجيات طويلة الأجل للنمو.

المرحلة الخامسة: التقييم والمراجعة (نهاية السنة الأولى).

1. التقييم النهائي (الشهر 12).

○ تقييم شامل لأداء المشروع.

○ مراجعة وتحليل الإنجازات والتحديات.

○ وضع خطط لتحسين الأداء والتوسع في السنة التالية.

يمكن تعديل هذا الجدول الزمني وفقاً للاحتياجات المحددة والموارد المتاحة للمشروع. من المهم الالتزام بمراحل التنفيذ لضمان نجاح المشروع وتحقيق أهدافه.

### المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

يمكن لمشروعنا أن يتميز بعدة جوانب ابتكارية لضمان التفرد والنجاح في سوق العطور، وهذه بعض الأفكار التي يمكن اعتمادها في هذا المشروع:

#### 1. تخصيص العطور حسب الطلب.

- إمكانية التعديل: توفير خدمة تعديل العطر بعد التجربة الأولى بناءً على ملاحظات الزبون.

## 2. تقنيات الإنتاج المستدام.

- مكونات طبيعية ومستدامة: الالتزام باستخدام مكونات طبيعية ومستدامة لإنتاج العطور، مما يعزز من جاذبية العلامة التجارية للزبائن الذين يهتمون بالبيئة.
- التغليف القابل للتحلل: استخدام تغليف صديق للبيئة وقابل للتحلل للحفاظ على البيئة.

## 3. الابتكار في التسويق.

- برنامج اشتراك: توفير برنامج اشتراك شهري للعطور، حيث يمكن للعملاء الحصول على عطر جديد أو مخصص كل شهر.
- شراكات مع مؤثرين: التعاون مع مؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لترويج العطور وتقديم تجارب شخصية لزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

## 4. تجربة العملاء وخدمة ما بعد البيع.

- خدمة عملاء متميزة: تقديم خدمة عملاء استثنائية تشمل الاستشارات العطرية الشخصية، وخدمات التوصيل السريع.

## 5. الإبداع في تصميم المنتجات.

- تصاميم فريدة للعبوات: ابتكار تصاميم فريدة وجذابة للعبوات تعكس تراث البلاد وهوية العلامة التجارية وتوفر تجربة مرئية وحسية فريدة.
- إصدارات محدودة: إصدار عطور خاصة ومحدودة في المناسبات الخاصة أو كجزء من سلسلة حصرية لجذب المزيد من العملاء.

## 6. التجارب الحسية المتكاملة.

- ورش عمل وتدريب: تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للعملاء حول فن تركيب العطور وفهم المكونات المختلفة.
- معارض وأحداث مباشرة: إقامة فعاليات ومعارض تفاعلية حيث يمكن للعميل تجربة العطور والتعرف على العملية الإبداعية وراء كل عطر.

إن اعتماد هذه الجوانب الابتكارية يمكن أن يساعد في جعل "قلعة العطور الأنيقة" مشروعاً مميزاً وجذاباً في سوق العطور التنافسية.

## المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

### 1. عرض القطاع السوق.

عرض القطاع السوق لمشروع مؤسسة "قلعة العطور الأنيقة" يتطلب تحليلاً مفصلاً للسوق الذي ستعمل فيه المؤسسة، وسنقسم هذا العرض إلى عدة أجزاء تشمل:

#### 1.1. نظرة عامة على سوق العطور:

- حجم السوق والنمو: تقديم تقديرات عن حجم سوق العطور المحلي والوطني وحتى الدولي في مرحلة ما، والنمو المتوقع في السنوات المقبلة.
- اتجاهات السوق: ذكر الاتجاهات الحديثة مثل الطلب على العطور الطبيعية والعضوية، والتقنيات الحديثة في تصنيع العطور.

#### 2.1. تحليل السوق المستهدف:

- العملاء المحتملون: تحديد الفئات المستهدفة من العملاء (مثل الشباب، والنساء، والرجال، والشيوخ والعجائز) ومعرفة تفضيلاتهم وسلوكياتهم الشرائية.
- التوزيع الجغرافي: تحليل الأسواق الجغرافية التي تستهدفها المؤسسة (محلي، ووطني، ودولي).

#### 3.1. تحليل المنافسين:

- الشركات المنافسة: تحديد الشركات الكبرى والمنافسين الرئيسيين في السوق، وتحليل نقاط القوة والضعف لديهم.
- الأسعار والجودة: مقارنة بين أسعار وجودة منتجات المنافسين وما يمكن أن تقدمه "قلعة العطور الأنيقة" كمزايا تنافسية.

#### 4.1. القنوات التسويقية والتوزيع:

- القنوات الإلكترونية: ذكر استراتيجيات البيع عبر الإنترنت مثل الموقع الإلكتروني، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- القنوات التقليدية: تحديد المتاجر الفعلية، والتوزيع عبر محلات التجزئة، والشراكات مع متاجر العطور.

#### 5.1. استراتيجيات التسويق:

- استراتيجية التسويق الرقمي: تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وحملات الإعلانات المدفوعة.
- التسويق التجريبي: تنظيم فعاليات وتجارب حية للعملاء لتجربة العطور الجديدة.
- التسويق بالمؤثرين: التعاون مع مؤثرين في مجال الموضة والجمال لزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

#### 6.1. تحليل: نقاط القوة، ونقاط الضعف، والفرص، والتهديدات:

- نقاط القوة: مثل الابتكار في المنتجات، العلامة التجارية الفريدة، جودة المكونات.
- نقاط الضعف: مثل نقص الخبرة السوقية، الحاجة لرأس المال، الاعتماد على الموردين.
- الفرص: مثل التوسع في أسواق جديدة، والاتجاه نحو المنتجات الطبيعية، والشراكات مع مؤسسات أخرى.
- التهديدات: مثل المنافسة الشديدة، والتقلبات الاقتصادية، وتغيرات في تفضيلات المستهلكين.

#### نظرة عامة على سوق العطور:

#### حجم السوق والنمو:

حسب بعض التقديرات فإن سوق العطور العالمي يشهد نموًا مستمرًا، ومن المتوقع أن يصل إلى حجم يقدر بـ 92 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2025 بمعدل نمو سنوي يقارب 5.5%. وهذا نتيجة زيادة الطلب على العطور الفاخرة والطبيعية.

#### الاتجاهات السوقية الحديثة:

- العطور الطبيعية والعضوية: تزايد الطلب على العطور المصنوعة من مكونات طبيعية وعضوية.
- التخصص والتفصيل: زيادة الرغبة في العطور المخصصة التي تعبر عن الهوية الفردية.
- التقنيات الحديثة: استخدام التكنولوجيا في تطوير وتركيب العطور لخلق روائح فريدة.

تحليل السوق المستهدف:

العملاء المحتملون:

- الشباب (18-35 عامًا): يفضلون العطور العصرية والمبتكرة.
- النساء (25-45 عامًا): يبحثن عن عطور تعبر عن الأناقة والجاذبية.
- الرجال (25-50 عامًا): يفضلون العطور القوية والجذابة.
- كبار السن (+50 عامًا): يميلون إلى العطور الكلاسيكية والراقية.

التوزيع الجغرافي:

- محليًا: المدن الكبرى والمناطق الحضرية.
- إقليميًا: دول الخليج العربي والمغرب العربي.
- دوليًا: الأسواق الأوروبية والآسيوية.

تحليل المنافسين:

الشركات المنافسة:

- الشركات الكبرى: مثل Gucci، Dior، Chanel .
- الشركات المحلية: شركات العطور المحلية التي لها حضور قوي في السوق، مثل: شركة ورود.

الأسعار والجودة:

"قلعة العطور الأنيقة" يمكن أن تتميز بتقديم منتجات عالية الجودة بأسعار تنافسية، مع التركيز على المكونات الطبيعية والتصميم الفاخر.

القنوات التسويقية والتوزيع:

القنوات الإلكترونية:

- موقع إلكتروني: للتجارة الإلكترونية وعرض المنتجات.
- وسائل التواصل الاجتماعي: منصات مثل Instagram، Facebook، Twitter .

القنوات التقليدية:

- المتاجر الفعلية: محلات العطور والمتاجر.
- التجزئة: التعاون مع تجار التجزئة.

استراتيجيات التسويق:

استراتيجية التسويق الرقمي:

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام الإعلانات المدفوعة.
- التسويق بالمحتوى: إنتاج محتوى يتعلق بالجمال والعطور.

التسويق التجريبي:

- تنظيم فعاليات: لتجربة العطور وجهاً لوجه.
- التجارب الحية: في المتاجر الفعلية لزيادة التفاعل مع العملاء.

التسويق بالمؤثرين:

- التعاون مع مؤثرين: لديهم قاعدة جماهيرية كبيرة في مجال الموضة.

تحليل:

نقاط القوة:

- الابتكار في تركيب العطور.
- جودة المكونات الطبيعية.
- هوية علامة تجارية فريدة.

نقاط الضعف:

- نقص الخبرة في السوق.
- الحاجة إلى استثمارات كبيرة للتوسع وهو ما نعاني منه نحن في البداية.
- الاعتماد على موردين محددین، نظراً لقلّة الامكانيات.

الفرص:

- التوسع في أسواق جديدة.
- الاتجاه نحو العطور الطبيعية.
- الشراكات مع مؤسسات أخرى متى أتاحت الفرصة.

التحديات:

- المنافسة الشديدة.
- التقلبات الاقتصادية.
- تغييرات في تفضيلات المستهلكين.

الخلاصة:

"قلعة العطور الأنيقة" تمتلك الفرصة لدخول سوق العطور بقوة من خلال التركيز على الابتكار والجودة والتسويق الفعال، من خلال تحليل دقيق للسوق وتطبيق استراتيجيات تسويقية مستحدثة، ويمكن للمؤسسة أن تبني علامة تجارية قوية ومميزة في صناعة العطور.

## 2. قياس شدة المنافسة:

لقياس شدة المنافسة لمشروع مؤسسة ناشئة مثل "قلعة العطور الأنيقة"، يمكن اتباع الخطوات التالية لتحليل السوق والمنافسين:

1.2. تحليل السوق:

- حجم السوق:
  - تقييم حجم سوق العطور في المنطقة المستهدفة. يمكن الحصول على بيانات من تقارير السوق أو الجهات الحكومية المختصة.
  - نمو السوق:
    - دراسة معدلات نمو السوق السنوية. هل السوق في حالة توسع أم انكماش؟

2.2. تحليل المنافسين:

- تحديد المنافسين الرئيسيين:
  - حدد الشركات الكبرى والمتوسطة والصغيرة التي تقدم منتجات مشابهة.
  - تحليل المنتجات والخدمات:
    - قارن منتجات المنافسين من حيث الجودة، الأسعار، التغليف، والتوزيع.
    - حدد نقاط القوة والضعف لكل منافس.
  - استراتيجيات التسويق:
    - راقب استراتيجيات التسويق والترويج المستخدمة من قبل المنافسين.
    - حدد القنوات التسويقية التي يستخدمونها (مثل المتاجر الإلكترونية، المتاجر التقليدية، وسائل التواصل الاجتماعي).

3.2. تحليل العميل المستهدف:

- الفئة العمرية والجنس:
  - حدد الفئة العمرية والجنس الذين يستهدفهم المنافسون. هل يركزون على الشباب، البالغين، النساء، الرجال؟
- تفضيلات العملاء:
  - دراسة تفضيلات العملاء من حيث الروائح، الأسعار، وتفضيلات العلامة التجارية.

4.2. الابتكار والتميز:

- تحديد عوامل التميز:
  - ابتكار منتجات جديدة أو تحسين المنتجات الحالية.
  - تقديم خدمات مميزة (مثل خدمة العملاء، التوصيل السريع).

5.2. تحليل الاتجاهات المستقبلية:

- التكنولوجيا:
  - كيف يمكن للتكنولوجيا تحسين عمليات الإنتاج والتسويق؟
- البيئة:
  - كيف يمكن للمشروع تبني ممارسات صديقة للبيئة لجذب شريحة أكبر من العملاء؟

الخاتمة:

قياس شدة المنافسة يتطلب جمع وتحليل الكثير من البيانات من مصادر متنوعة، ويمكن أن تكون هذه العملية معقدة لكنها ضرورية لتطوير إستراتيجية ناجحة لمشروع "قلعة العطور الأنيقة". بناءً على هذا التحليل، يمكن اتخاذ قرارات صائبة بشأن كيفية التميز في السوق وجذب العملاء.

### 3. الاستراتيجية التسويقية:

لإعداد استراتيجية تسويقية فعالة لمؤسسة ناشئة تُسمى "قلعة العطور الأنيقة"، يمكن اتباع الخطوات التالية:

1.3 تحديد الفئة المستهدفة.

- الديموغرافية: تحديد الفئة العمرية، الجنس، ومستوى الدخل.
- الجغرافية: التركيز على المناطق الجغرافية التي تستهدفها.
- الاهتمامات والسلوكيات: فهم تفضيلات العملاء.

### 2.3. وضع العلامة التجارية.

- الشعار والاسم: التأكد من أن الاسم والشعار يعكسان الفخامة والأناقة.
- الرؤية والرسالة: تحديد الرؤية والرسالة التي تتماشى مع قيم المؤسسة.
- تصميم المنتج: العناية بتصميم العبوات لجذب العملاء وتقديم تجربة فريدة.

### 4.3. استراتيجيات التسعير.

- تسعير تنافسي: تحديد أسعار تنافسية مقارنة بالمنافسين.
- تسعير ممتاز: وضع أسعار مرتفعة للمنتجات الراقية التي تستهدف العملاء المتميزين.

### 5.3. قنوات التوزيع.

- المتاجر الإلكترونية: إنشاء موقع إلكتروني لبيع العطور.
- التوزيع عبر الشركاء: التعاون مع متاجر العطور.
- المتاجر الخاصة: فتح متاجر في الأماكن الإستراتيجية.

### 6.3. استراتيجيات التسويق الرقمي.

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام إنستغرام، وفيسبوك، وتيك توك لنشر محتوى جذاب.
- التسويق عبر المؤثرين: التعاون مع المؤثرين.

### 7.3. الحملات الترويجية.

- العروض الترويجية: تقديم خصومات وعروض خاصة في المناسبات.
- الهدايا المجانية: تقديم هدايا مجانية لجذب العملاء.
- الفعاليات والمعارض: المشاركة في الفعاليات والمعارض لتسويق المنتجات.

### 8.3. بناء علاقات مع العملاء.

- خدمة العملاء: توفير خدمة عملاء ممتازة والاستجابة السريعة للاستفسارات.
- البرامج: إنشاء برامج لزيادة تكرار الشراء.

باتباع هذه الاستراتيجيات، يمكن لمؤسسة "قلعة العطور الأنيقة" بناء علامة تجارية قوية وتحقيق النجاح في سوق العطور الجزائري وربما حتى الدولي مستقبلا.

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

إطلاق مشروع مؤسسة "قلعة العطور الأنيقة" يتطلب تخطيطاً دقيقاً وتنظيماً محكماً لضمان النجاح، لذلك وضعنا الخطة التالية:

## 1. عملية الإنتاج:

### 1.1. تصميم المنتج:

- اختيار الروائح: البدء بالبحث وتطوير مجموعة متنوعة من العطور التي تلبى أذواق مختلفة. يمكن ذلك من خلال استشارة خبراء في صناعة العطور.
- تطوير الصيغ: تجربة وتعديل تركيبات العطور حتى الوصول إلى الصيغ النهائية المطلوبة.

### 2.1. التصنيع:

- المعدات: شراء وتركيب المعدات اللازمة مثل الخلاطات، وأجهزة التعبئة، وأجهزة القياس.
- خط الإنتاج: تحديد خطوات الإنتاج بدءاً من خلط المكونات حتى التعبئة والتغليف.
- الجودة: وضع معايير صارمة للجودة وإجراء اختبارات لضمان سلامة المنتجات وجاذبيتها.

## 2. التموين:

### 1.2. المواد الخام:

- الموردون: التعاقد مع موردين موثوقين للمواد الخام مثل الزيوت العطرية، والكحول، والعبوات.
- التخزين: توفير مساحة تخزين مناسبة للحفاظ على جودة المواد الخام.

### 2.2. إدارة المخزون:

- أنظمة المخزون: استخدام نظام إدارة مخزون لمتابعة الكميات المتاحة والطلب.
- المراقبة: مراقبة المخزون بانتظام للتأكد من عدم وجود نقص أو فائض.

## 3. اليد العاملة:

### 1.3. التوظيف:

- العمالة الفنية: تعيين كيميائيين متخصصين في صناعة العطور.
- العمالة التشغيلية: توظيف عمال لتشغيل خط الإنتاج والتعبئة والتغليف.
- التدريب: توفير برامج تدريب للعاملين لضمان إتباع معايير الإنتاج والجودة.

### 2.3. بيئة العمل:

- السلامة: توفير بيئة عمل آمنة للعاملين، وتطبيق إجراءات السلامة المهنية.
- التحفيز: تقديم حوافز للعاملين لزيادة الإنتاجية وضمان رضاهم.

### 4. الشراكات الرئسية:

#### 1.4. الشراكات الاستراتيجية:

- الموزعون: التعاقد مع موزعين رئيسيين لتوزيع العطور على مستوى واسع.
- التجار: التعاون مع متاجر التجزئة والعلامات التجارية الكبرى لبيع المنتجات.

#### 2.4. التسويق والترويج:

- العلامات التجارية: التعاون مع شخصيات معروفة للترويج للمنتجات.
- المعارض والفعاليات: المشاركة في المعارض التجارية والفعاليات للترويج للعطور وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.

#### 3.4. البحث والتطوير:

- الشركات البحثية: التعاون مع مؤسسات بحثية لتطوير منتجات جديدة وتحسين المنتجات الحالية.
- الجامعات: عقد شراكات مع جامعات ومعاهد علمية لإجراء أبحاث وتطوير الابتكارات.

هذه الخطة ستساعد مؤسسة "قلعة العطور الأنيقة" على تنظيم عملية الإنتاج بفعالية، وضمان توفير المواد الخام اللازمة، وتوظيف اليد العاملة المناسبة، وبناء شراكات قوية لدعم نمو المؤسسة وتحقيق النجاح في سوق العطور الجزائري.

## المحور الخامس: الخطة المالية

لتقديم خطة مالية متكاملة لمشروع "قلعة العطور الأنيقة"، سأقوم بتقسيمها إلى المحاور الأربعة المطلوبة. يرجى ملاحظة أن الأرقام المذكورة هنا هي تقريبية وقد تختلف بناءً على ظروف السوق والموقع والتكاليف الفعلية.

### 1. التكاليف والأعباء:

#### 1.1. التكاليف الثابتة:

- إيجار المكان: 100.000 دج شهرياً
- تجهيزات المحل 1.200.000 دج لمرة واحدة
  - رفوف وعرض
  - ديكور داخلي
  - نظام تكييف
  - نظام أمني
- التراخيص والتسجيل 100.000 دج لمرة واحدة.

#### التكاليف المتغيرة:

- المواد الأولية (العطور والزيوت العطرية: 500.000 دج شهرياً
- رواتب الموظفين:
  - مدير المؤسسة: 80,000 دج شهرياً
  - موظفو المبيعات (2):  $2 \times 50,000 = 100,000$  دج شهرياً
- التسويق والإعلان: 150,000 دج شهرياً
- النقل والتوزيع: 50,000 دج شهرياً
- نفقات التشغيل الأخرى (كهرباء، مياه، صيانة: 70.000 دج شهرياً

#### إجمالي التكاليف الشهرية:

- التكاليف الثابتة: 100,000 دج

- التكاليف المتغيرة: 950,000 دج
- الإجمالي: 1.050.000 دج شهرياً

## 2. رقم الأعمال:

توقعات المبيعات:

- سعر قارورة العطر الواحدة: 5.000 دج
- عدد الزبائن المتوقع شهرياً: 400 زبون
- متوسط شراء الزبون الواحد: 2 قارورتين من العطر

ا

لإيرادات الشهرية المتوقعة:

- إجمالي المبيعات 400 زبون  $\times$  2 عطر  $\times$  5,000 دينار = 4,000,000 دينار شهرياً

## 2. جدول حسابات النتائج المتوقعة:

البند	المبلغ (دينار جزائري)
الإيرادات	4,000,000
التكاليف الثابتة	100,000
التكاليف المتغيرة	950,000
الإجمالي التكاليف	1,050,000
الربح الشهري الصافي	2,950,000

## 4. خطة الخزينة:

الشهر الأول:

- التكاليف الأولية (التجهيزات + التراخيص): 1.300.000 دج
- التكاليف الشهرية: 1.050.000 دج
- الإجمالي: 2.350.000 دج

الشهور اللاحقة:

- التكاليف الشهرية: 1.050.000 دج

- الإيرادات الشهرية: 4.000.000 دج
- الربح الشهري الصافي: 2.950.000 دج

الخطة السنوية:

- الإيرادات السنوية: 4,000,000 دج  $\times$  12 = 48,000,000 دج
- التكاليف السنوية: 1,050,000 دج  $\times$  12 = 12,600,000 دج
- الربح السنوي الصافي: 48,000,000 دج - 12,600,000 دج = 35,400,000 دج

---

ملخص:

- التكاليف الشهرية الثابتة والمتغيرة: 1.050.000 دج
- الإيرادات الشهرية المتوقعة: 4.000.000 دج
- الربح الشهري الصافي: 2.950.000 دج
- الربح السنوي الصافي: 35.400.000 دج

تقدم هذه الخطة المالية تقديراً واقعياً لتكاليف وأرباح مشروع "قلعة العطور الأنيقة"، ويجب دائماً مراجعة هذه التقديرات بانتظام للتأكد من تطابقها مع الواقع وتعديلها حسب الحاجة، خاصة عند الشروع الفعلي في تنفيذ المشروع.

## نموذج العمل التجاري

### Business Model Canvas

الشركات الرئيسية (Key Partners)	الأنشطة الرئيسية (Key Activities)	القيمة المقدمة (Value Proposition)	العلاقات مع الزبائن (Customer Relationships)	شرائح العملاء (Customer Segments))
<p>-الموردون: شركات توريد المكونات الطبيعية للعبور. المصممين: مصممي زجاجات العطور والتغليف. شركاء التوزيع: المتاجر وتجار الجملة والتجزئة.</p>	<p>-البحث والتطوير: تطوير تركيبات جديدة للعبور. -الإنتاج والتصنيع: إنتاج العطور بجودة عالية. -التسويق والترويج: حملات تسويقية لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية</p>	<p>-منتجات مميزة: عطور ذات جودة عالية ومكونات طبيعية وفاخرة. -تصميمات أنيقة: تصميمات زجاجات فريدة وأنيقة تناسب الذوق الرفيع. -خدمة مخصصة: إمكانية تخصيص العطر بناءً على تفضيلات العميل. خدمة التوصيل: إمكانية توصيل طلبات الزبائن.</p>	<p>-خدمة عملاء ممتازة: دعم العملاء عبر الهاتف والبريد الإلكتروني. -البرامج الولائية: برامج ولاء للعملاء المتكررين لتشجيع الشراء المتكرر. -الفعاليات والتجارب: تنظيم فعاليات وتجارب شخصية لتقديم المنتجات للعملاء.</p>	<p>-الفئة المستهدفة: النساء والرجال الذين يفضلون العطور الفاخرة والأنيقة. -العملاء المتكررون: هواة جمع العطور وعشاق العطور. -عملاء التجزئة: المتاجر المتخصصة في العطور الفاخرة.</p>

	<p>الموارد الرئيسية</p> <p><b>(Key Resources)</b></p> <p>-التركيبات والمواد الخام: مكونات العطور الفاخرة. -الموظفون المهرة: الخبراء في صناعة العطور والتسويق.</p> <p>-البنية التحتية: مرافق الإنتاج والمتجر الإلكتروني.</p>		<p>-قنوات الوصول <b>(Channels))</b></p> <p>□ المتجر الإلكتروني: منصة إلكترونية لعرض وبيع العطور. -المتاجر الفعلية: منافذ بيع في المولات والأسواق الكبرى. -الشراكات مع تجار التجزئة: توزيع المنتجات عبر المتاجر المتخصصة في العطور.</p>	
<p>هيكل التكاليف</p> <p><b>(Cost Structure)</b></p> <p>-تكاليف الإنتاج: تكلفة المواد الخام والتصنيع. -التسويق والإعلان: ميزانية الحملات التسويقية والترويجية. -العمليات اللوجستية: تكاليف التخزين والتوزيع.</p>	<p>مصادر الإيرادات</p> <p><b>(Revenue Streams)</b></p> <p>-بيع العطور: الإيرادات الأساسية من بيع العطور. -الطلبات المخصصة: دخل إضافي من الطلبات المخصصة. □ الاشتراكات الشهرية: برامج اشتراك شهري لتلقي عطور جديدة بشكل منتظم.</p>			