

خطة مشروع: باقات الفخامة للعطور*			
دراسة السوق وتحليل المنافسين			
الفئة المستهدفة:	الطلب	تحليل المنافسين	*:النقاط الضعيفة -
الرجال والنساء المهتمون بالعطور الفاخرة.	لإقبال على العطور الفاخرة في تزايد، خاصة كخيارات للهدايا في	*:منافسون رئيسيون - فابيان، درعة، المصباح	الأسعار المرتفعة - نسبيًا.
الفئة العمرية: 18-45 - عامًا.		النقاط القوية * - :لديهم	قلة التخصيص - الشخص في العروض
الأشخاص الذين - يبحثون عن الهدايا الأنيقة أو العطور الشخصية		منتجات متنوعة - بجودة عالية	
		تسويق قوي - وعروض متكررة تجذب العملاء.	
*:باقة الفخامة (3 عطور) -	*:المميزات	مزايا إضافية*:	العلامة التجارية والتعبئة
السعر: * 236 ريال -	تركيز عال وثبات يدوم طويلاً - تعتيق أتيق يناسب جميع -	توفير عينات مجانية مع كل طلب	اسم العلامة - التجارية: * نسمات
*:المكونات -	المناسبات مع إمكانية التخصيص	تصميم فريد يمكن تخصيصه برسائل	السعر: * فخامة - "تلامس الحواس
عطر شرقي -	شحن سريع وخدمة تغليف - هدايا	شحن مجاني للطلبات - التي تزيد عن 300 ريال	الرؤية: * أن نكون * - الخيار الأول للعملاء
عطر زهري -			
عطر خشبي -			
الخطة التسويقية	لقنوات التسويقية	المتاجر الإلكترونية:	العروض الترويجية
	*:وسائل التواصل الاجتماعي 1.، إنشاء حسابات على إنستغرام -	بيع المنتجات عبر موقع إلكتروني مصمم بشكل احترافي مع تجربة مستخدم سهلة. إضافة خيارات -	خصم 15% على أول - طلب
	نشر محتوى جذاب يتضمن - صور وفيديوهات للمنتجات مع عروض حصرية		
	استخدام الإعلانات المدفوعة -		
	*:إعلانات مدفوعة * 2. -		
	-استهداف الفئة العمرية 18 - 45 عبر إعلانات إنستغرام 45. وفيسبوك		
	التركيز على المناطق ذات - الكثافة السكانية العالية		
	*:المؤثرون * 3. -		
	التعاون مع مؤثرين في مجال - الموضة والجمال للترويج للباقات		

		تقديم عروض خاصة - للمتابعين من خلال المؤثرين	
استراتيجية التوسع والتطوير:	التكاليف التشغيلية:	الأرباح:	التكاليف:
إطلاق عطور - موسمية مميزة: * عطور	مصاريف التسويق - ريال شهريًا 10,000	سعر البيع: 236 ريال - الربح من كل باقة: 81 ريال -	تكلفه العطر الواحد: 40 - ريال
توسيع خطوط * -	مصاريف الشحن - تكاليف العمالة - ريال شهريًا 5,000	الهدف الشهري: بيع 500 باقة - إجمالي الربح الشهري المتوقع -	تكلفة التغليف: 20 ريال - تكلفة الشحن: 15 ريال - إجمالي تكلفة الباقة (3 -
	الأرباح الصافية -		
خطة العمل الزمنية			
التحديات المحتملة	المرحلة الثالثة (12 شهرًا)	لمرحلة الثانية (6 أشهر): *	المرحلة الأولى (3 أشهر): *
المنافسة القوية من العلامات التجارية الكبرى	التوسع الجغرافي	تقييم الأداء التسويقي.	عداد العطور والتغليف. إنشاء موقع إلكتروني وحسابات التواصل الاجتماعي.
تكاليف الشحن المرتفعة.	إضافة منتجات جديدة.	تحسين تجربة العملاء بناءً على الملاحظات	

[illegible]

التعاون مع علامات تجارية:	*:التوسع الجغرافي -
شركات مع متاجر الهدايا أو شركات تنظيم	فتح فروع في مدن رئيسيه - مثل الرياض وجدة الشحن إلى دول الخليج -
	استراتيجيات التعامل
	التركيز على الجودة والتفرد في تقديم المنتج.
	تقديم عروض ترويجية وشحن مجاني للطلبات الكبيرة.