**نموذج خطة العمل لمشروع جديد**

تخدم خطة العمل عدة أغراض. بحيث يمكنها أن تساعد في إقناع المستثمرين أو المقرضين لتمويل مشروعك. ويمكن أن يقنع الشركاء أو الموظفين الرئيسيين بالانضمام إلى شركتك.  وهو بمثابة خارطة طريق توجيه إطلاق ونمو عملك الجديد.

تعد كتابة خطة عمل فرصة للتفكير بعناية من خلال كل خطوة من خطوات بدء شركتك حتى تتمكن من النجاح. هذه هي فرصتك لاكتشاف أي نقاط ضعف في عملك، وتحديد الفرص التي قد لا تكون قد فكرت فيها، والتخطيط لكيفية التعامل مع التحديات التي من المحتمل أن تظهر تباعا. كن صريحًا مع نفسك أثناء كتابتك لخطة عملك.  اكتشف الحلول للمشاكل المحتملة.

خطة العمل الجيدة يجب أن تكون واضحة وموجزة. بحيث يكون على الشخص من خارج مجال عملك أن يكون قادراً على فهم خطة العمل هذه، ويرجى تجنب الإفراط في استخدام المصطلحات الصناعية أو المصطلحات المتخصصة.

معظم الوقت الذي ستقضيه في كتابة خطة عملك يجب أن تكون في البحث والتفكير. والتأكد من توثيق المستندات والمعلومات الخاصة، بما في ذلك مصادر وأي معلومات تتضمنها خطة العمل.

تجنب تقديم ادعاءات غير مثبتة أو بيانات شاملة غير واقعية. حيث أن المستثمرون والمقرضون وغيرهم ممن سيقرؤون خطتك ومنها يريدون رؤية توقعات واقعية ويتوقعون دعم الافتراضات الخاصة بك بالحقائق التي ستزودهم بها.

يتضمن هذا النموذج تعليمات لكل قسم من أقسام خطة العمل، وخانة خاصة بها تكون أٍفل منها من أجل تعبئتها.

يوضح القسم الأخير في التعليمات، "تحسين خطتك"، الطرق التي قد تحتاج إليها لتعديل خطتك لأغراض محددة، مثل الحصول على قرض بنكي.

قم بتدقيق خطتك المكتملة (أو اطلب من شخص ما تدقيقها لك) للتأكد من خلوها من الأخطاء الإملائية والنحوية وأن جميع الأرقام الواردة فيها دقيقة وصحيحه.

جدول المحتويات

[أولاً: الملخص التنفيذي لخطة العمل 3](#_Toc27487698)

[ثانياً: وصف الشركة 4](#_Toc27487699)

[ثالثاً: المنتجات والخدمات 5](#_Toc27487700)

[رابعاً: خطة التسويق 6](#_Toc27487701)

[خامساً: الخطة التشغيلية 11](#_Toc27487702)

[سادساً: الإدارة والتنظيم 13](#_Toc27487703)

[سابعاً: المصاريف التأسيسية والتشغيلية 14](#_Toc27487704)

[ثامناً: الخطة المالية 14](#_Toc27487705)

[تاسعاً: العمل على تحسين الخطة 16](#_Toc27487706)

[عاشراً: الملاحق والنماذج 19](#_Toc27487708)

[***1.0الملخص تنفيذي*** 21](#_Toc27487709)

[***2.0جدول وصف الشركة*** 23](#_Toc27487710)

[**3.0*جدول وصف المنتج ووصف الخدمة*** 24](#_Toc27487711)

[***4.0جدول تحليل SWOT*** 25](#_Toc27487712)

[***4.1جدول جمع بيانات المنافسين*** 26](#_Toc27487713)

[***4.2جدول التحليل التنافسي*** 27](#_Toc27487714)

[***4.3جدول استراتيجية مصروفات التسويق*** 28](#_Toc27487715)

[***4.4 نموذج استراتيجية التسعير*** 29](#_Toc27487716)

[***4.5نموذج تقييم قناة التوزيع*** 30](#_Toc27487717)

[***5.0الخطة التشغيلية*** 31](#_Toc27487718)

[***6.0نموذج الإدارة*** 32](#_Toc27487719)

[***6.1الهيكل التنظيمي*** 33](#_Toc27487720)

**أولاً: الملخص التنفيذي لخطة العمل**

الملخص التنفيذي هو الجزء الأكثر أهمية في خطة عملك. غالبًا ما يكون هذا هو الجزء الوحيد الذي يقرأه المستثمر أو المقرض قبل أن يقرر قراءة بقية خطتك أم لا. ينبغي أن ينقل حماسك لفكرة خطة عملك إثارة إعجاب القراء الآخرين أيضًا.

اكتب ملخصك التنفيذي الأخير، بعد الانتهاء من بقية خطة العمل. وبهذه الطريقة قد تكون فكرت في جميع خطوات تأسيس المشروع ومن هنا ستكون على استعداد لتلخيصها بشكل مبسط يسهل فهمه من أول مره.

يجب على الملخص التنفيذي أن يشرح بإيجاز كل من النقاط أدناه.

1. **) نظرة عامة على فكرة** **عملك**(جملة أو جملتان.
2. **وصف لمنتجك و / أو خدمتك.**ما هي المشاكل التي قد يحلها منتجك عند استخدامه من قبل عملائك المستهدفين؟
3. **أهدافك من المشروع.**أين تتوقع أن يكون مشروعك في خلال عام واحد، بعد ثلاث سنوات، وبعد خمس سنوات؟
4. **السوق المستهدف لمشروعك.**من هم زبائنك المثاليون لهذا المنتج؟
5. **منافسيك وما يميز مشروعك عنهم.**من هم منافسوك، وما هي عروض البيع الفريدة التي ستساعدك على النجاح؟
6. **فريق الإدارة وخبرتهم السابقة.**ماذا سيضيفون لمشروعك الذي من شأنه أن يعطيه ميزة تنافسية عظيمة؟
7. **التوقعات المالية للمشروع.**إذا كنت تستخدم خطة العمل لأغراض التمويل، فاشرح بالضبط المبلغ الذي تريده، وكيف ستستخدمه، وكيف سيجعل هذا المبلغ عملك أسرع نمواً وأكثر ربحية.

اجعل الملخص التنفيذي على صفحة أو صفحتين على الأكثر.

**ملاحظة**: بعد قراءة الملخص التنفيذي، ينبغي أن يكون لدى القراء فهم أساسي لمشروعك، ويجب أن يكونوا متحمسين لنجاحه، ويجب أن يكونوا مهتمين بدرجة كافية لقراءة المزيد من المعلومات عن مشروعك.

***بعد الانتهاء من كتابة جميع عناصر خطة العمل من الخطوة 2 إلى الخطوة 10، عد إلى هذا القسم لكتابة الملخص التنفيذي.***

اضغط هنا واستخدم [**1.0 الملخص التنفيذي**](#Page_21)لمساعدتك في إكمال هذا القسم.

**ثانياً: وص****ف الشركة**

يشرح هذا القسم العناصر الأساسية لمشروعك. وهي تشمل كل من الأمور التالية:

1. **بيان مهمة الشركة**

بيان المهمة هو شرح موجز عن سبب وجود شركتك. يمكن أن يكون عبارة عن جملة تسويقية وترويجيه تستخدمها الشركة في إعلاناتها وتسويقها للمنتج.

1. **الفلسفة والرؤية للشركة**
	1. ما القيم التي يعيشها عملك؟  الصدق والنزاهة، والمرح، والابتكارفي المجتمع بحيث تكون *هي* القيم التي قد تكون مهمة لفلسفة العمل الخاصة بك في هذا المشروع.
	2. *رؤية*تشير إلى التوقعات طويلة الأجل لعملك. ماذا تريد في نهاية المطاف أن تصبح؟
2. **أهداف الشركة**

حدد أهدافك على المدى الطويل والقصير وكذلك أي معالم أو علامات مرجعية ستستخدمها لقياس تقدمك. على سبيل المثال، إذا كان أحد أهدافك هو فتح موقع ثانٍ، فقد تشمل المعالم الرئيسية الوصول إلى حجم مبيعات معين أو توقيع عقود مع عدد معين من العملاء في الموقع الجديد.

1. **السوق المستهدف**

سوف تغطي ذلك بتعمق في قسم خطة التسويق. من هنا، اشرح بإيجاز من هم عملاءك المستهدفون.

1. **الصناعة**

صف صناعتك وما الذي يجعل عملك قادرًا على المنافسة: هل الصناعة متنامية أم ناضجة أم مستقرة؟ ما هي توقعات الصناعة طويلة الأجل وقصيرة الأجل؟ كيف سيستفيد عملك من التغييرات والاتجاهات المتوقعة في الصناعة؟ ما الذي قد يحدث لمنافسيك وكيف ستتنافس أعمالك بنجاح؟

1. **الهيكل القانوني**
	1. هل عملك هو ملكية فردية أو شركة ذات مسؤولية محدودة أو شراكة أو شركة؟ لماذا اخترت هذا النوع من هيكلية الأعمال؟
	2. إذا كان هناك أكثر من مالك للمشروع، اشرح كيفية تقسيم الملكية. إذا كان لديك مستثمرون، فاذكر النسبة المئوية للأسهم التي يمتلكونها. هل هذه المعلومات مهمة للمستثمرين والمقرضين.

بعد قراءة وصف الشركة، يجب أن يكون لدى القارئ فهم أساسي لمهمة عملك ورؤيته وأهدافه والسوق المستهدفة والمشهد التنافسي والهيكل القانوني للمشروع.

اضغط هنا واستخدم [**2.0 جدول وصف الشركة**](#Page_23)لمساعدتك في إكمال هذا القسم.

**ثالثاً:** **المنتجات والخدمات**

يتسع هذا القسم على المعلومات الأساسية حول منتجاتك وخدماتك المدرجة في الملخص التنفيذي ووصف الشركة. فيما يلي بعض العناصر التي يجب مراعاتها:

1. **منتجات و / أو خدمات شركتك:**ماذا تبيع، وكيف يتم تصنيع هذه المنتجات أو توفيرها؟ قم بذكر تفاصيل العلاقات مع الموردين والمصنعين و / أو الشركاء والتي تعتبر ضرورية لتقديم المنتج أو الخدمة للعملاء.
2. **المشكلة التي يحلها المنتج أو الخدمة:** يحتاج كل عمل إلى حل مشكلة يواجهها عملاؤه. اشرح ماهية المشكلة وكيف يحلها منتجك أو خدمتك. ما هي فوائد وميزات منتجك أو خدمتك؟ لن يكون منتجك هو الحل الوحيد المتوفر في السوق (كل شركة لها منافسون)، ولكن عليك أن تشرح لماذا منتجك أفضل من منتجات الآخرين، أو أن منتجك يستهدف قاعدة من العملاء التي يتجاهلها منافسوك، أو لدى منتجك خاصية تمنحها الميزة التنافسية عن المنتجات الأخرى.
3. **أي ميزات خاصة تمنحك ميزة تنافسية:** هل لديك براءة اختراع على منتجك أو براءة اختراع في طور التسجيل؟ هل لديك اتفاقات حصرية مع الموردين أو البائعين لبيع منتج أو خدمة لا يقوم أي من منافسيك ببيعها؟ هل لديك ترخيص لمنتج أو تقنية أو خدمة ذات طلب مرتفع و / أو نقص في المعروض؟
4. **كيفية تسعير منتجك أو خدمتك:** صف هيكل التسعير أو الرسوم أو الاشتراك أو التأجير لمنتجك أو خدمتك. كيف يتلاءم منتجك أو خدمتك مع الأرضية التنافسية من حيث السعر — هل منتجك في المجمل منخفض أم المتوسطة أم مرتفع السعر؟ كيف ستساعد استراتيجية التسعير هذه على جذب العملاء الجدد وبقاء الحالين؟ وما هو هامش الربح المتوقع؟

قم بتدوين أي تفاصيل خاصة بالمنتج أو الخدمة، مثل المواصفات الفنية والرسومات والصور ووثائق براءات الاختراع وغيرها من معلومات الأخرى المهمة والإضافية.

بعد قراءة قسم المنتجات والخدمات، يجب أن يكون للقارئ فهم واضح لما يقدمه مشروعك، وما هي المشكلة التي يحلها للعملاء، واقتراح طريقة البيع وخدمة ما بعد البيع الذي يجعله منافسًا.

اضغط هنا واستخدم [**3.0 جدول وصف المنتج ووصف الخدمة**](#Page_24)لمساعدتك على إكمال هذا القسم.

**رابعاً: خطة الت****سويق**

يقدم هذا القسم تفاصيل عن مجال عمل مشروعك وصناعتك، والأرضية التنافسية لمشروعك، والسوق المستهدف، وكيف ستقوم بتسويق منتجات أعمالك لهؤلاء العملاء.

* 1. **أبحاث السوق**

هناك نوعان من البحوث: **الأساسيةوالثانوية***.* أبحاث السوق **الأساسية**هي المعلومات التي تجمعها بنفسك. ويمكن أن يشمل ذلك البحث عبر بالإنترنت أو التجول في أنحاء المدينة لتحديد المنافسين؛ أو إجراء مقابلات مع الأشخاص الذين يناسبون ملف تعريف العملاء المستهدفين؛ أو القيام بحساب عدد الزيارات في موقع البيع بالتجزئة الذي تفكر بإقامة المشروع فيه.

أبحاث السوق **الثانوية**هي معلومات من مصادر مثل المنظمات التجارية والمجلات والصحف والبيانات الإحصائية والملفات الديموغرافية. بحيث يمكنك العثور على هذه المعلومات عبر الإنترنت، أو في المكتبات، أو من غرف التجارة، أو من البائعين الذين يبيعون منتجات شبيه بمنتجاتك أو من المؤسسات الحكومية.

يجب أن يوضح هذا القسم من خطتك:

* الحجم الكلي للصناعة الخاصة بك
* الاتجاهات في الصناعة - هل هي تنمو أم تتقلص؟
* الحجم الكلي لسوقك المستهدف، وما هي نسبة الحصة من حيث الواقع التي يمكنك الحصول عليها من استهداف هذا السوق.
* الاتجاهات في السوق المستهدف - هل هي تنمو أم في انكماش؟ كيف تتغير احتياجات العملاء أو تفضيلاتهم؟
	1. **الحواجز أمام الدخول في هذا السوق.**

ما هي العوائق التي تحول دون دخول السوق عند بدء المشروع، وكيف تخطط للتغلب عليها وتسهيل العقبات؟  ممكن أن تكون العقبات شاملة لما يلي:

* التراخيص الحكومية اللازمة قبل بدء المشروع
* تكاليف عالية لبدء المشروع
* ارتفاع تكاليف الإنتاج
* ارتفاع تكاليف التسويق
* تحديات ترسيخ العلامة التجارية في السوق المستهدف
* العثور على الموظفين المطلوبين بحيث يكونوا مؤهلين وذوي مهارات عالية
* الحاجة إلى التكنولوجيا المتخصصة في التصنيع أو براءات الاختراع
* التعرفة الجمركية العالية
* الالتزام بالانضمام للاتحاد الخاص في صناعتك
	1. **. التهديدات والفرص**

بمجرد تجاوز عملك لقيود الدخول التي ذكرتها، ما هي التهديدات الإضافية التي قد تواجهها؟ اشرح كيف يمكن أن يؤثر ما يلي على بدء مشروعك:

* التغييرات في القوانين الحكومية
* التغييرات في التكنولوجيا والتطور في طرق الإنتاج
* التغييرات في الاقتصاد
* التغييرات في مجال الصناعة وحاجيات السوق

اضغط هنا واستخدم [**4.0 جدول تحليل SWOT**](#Page_25) لتحديد نقاط الضعف والتهديدات المحتملة لمشروعك، بالإضافة إلى نقاط القوة والفرص المحتملة التي تخطط لاستغلالها.

* 1. **ميزات المنتج / الخدمة والفوائد منه.**

صف جميع منتجاتك أو خدماتك، مع التأكد على التركيز على وجهة نظر العميل لكل منتج أو خدمة:

* صف أهم الميزات. ما هو المميز فيه أو ما هو المميز فيها؟
* صف أهم الفوائد. ماذا يفعل للعميل؟

في هذا القسم، اشرح أي خدمات ما بعد البيع تنوي تقديمها، مثل:

* إيصال المنتج
* ضمان / كفالة المنتج
* عقود الخدمة
* دعم مستمر لاستعمال المنتج
* تدريب
* سياسة الاسترجاع
	1. **فئة العملاء المستهدفة**

صف عميلك المستهدف.

قد يكون لديك أكثر من مجموعة عملاء مستهدفين. على سبيل المثال، إذا كنت تبيع منتجًا للمستهلكين من خلال الموزعين، مثل تجار التجزئة، فلديك نوعان على الأقل من العملاء المستهدفين: الموزعون (الشركات) والمستخدمون النهائيون (المستهلكون).

حدد مجموعات العملاء المستهدفين، وقم بإنشاء ملف تعريف ديموغرافي لكل مجموعة بحيث تتضمن التالي:

***للمستهلكين:***

* العمر
* الجنس
* الموقع
* الدخل
* الوظيفة
* مستوى التعليم

***بالنسبة للشركات:***

* الصناعة
* الموقع
* الحجم
* مرحلة في العمل (حديث التأسيس، ينمو، ناضج)
* المبيعات السنوية
	1. **المنافسين الرئيسيين**

أحد أكبر الأخطاء التي يمكنك ارتكابها في خطة العمل هو الادعاء بعدم وجود "منافسة" لمشروعك أو لمنتجك. لكل شركة منافسين. يجب أن توضح خطتك أنك تعرفت على شركتك وفهمت كيفية التمييز بين عملك. المطلوب منك لهذا القسم:

قم بإدراج الشركات الرئيسية التي تتنافس معك (بما في ذلك الأسماء والمواقع)، والمنتجات التي تتنافس معك و / أو الخدمات التي تتنافس معك. هل يتنافسون في جميع المجالات، أم فقط على منتجات معينة، أو لبعض العملاء أو في مناطق جغرافية معينة؟

تشمل أيضا المنافسين غير المباشرين.

اضغط هنا واستخدام نموذج [**4.1 جدول جمع البيانات المنافسين**](#Page_26) بحيث يمكنك جمع معلومات عن المنافسين في كل فئة.

ها أنت قد حددت المنافسين الرئيسيين، اضغط هنا واستخدم[**4.2 جدول التحليل التنافسي**](#Page_27)لمساعدتك على تحديد وضعك التنافسي.

* 1. **المواقع / التخصص السلعي**

الآن وبعد قيامك بتقييم مشروعك ومنتجك / خدمتك وعملائك ومنافستك، يجب أن يكون لديك فهم واضح لموقعك السلعي (القطاع الخاص بك من السوق) وكذلك تحديد موقع منتجك بين العملاء (كيف تريد أن تقدم شركتك إلى العملاء). اشرح لهم هذا في فقرة قصيرة.

* 1. **كيف ستقوم بتسويق منتجك / خدمتك**

في هذا القسم، اشرح أساليب التسويق والإعلان التي تخطط لاستخدامها.

قد يتضمن الإعلان:

* عبر الأنترنت
* ملصقات دعائية وإعلانية مطبوعة
* الراديو
* التلفزيون
* التسويق خارج المنزل

ما هي الوسائط التي ستعلن عنها ولماذا وكم مرة؟

التسويق قد يشمل:

* الموقع الإلكتروني للعمل
* التسويق في وسائل الإعلام الاجتماعية
* التسويق عبر البريد الإلكتروني
* التسويق عبر الهاتف المحمول
* الظهور في نتائج محرك البحث
* تسويق المحتوى الإلكتروني
* مواد تسويقية مطبوعة (كتيبات، منشورات، بطاقات أعمال)
* العلاقات عامة
* المعارض التجارية
* التشبيك مع الأشخاص أو المؤسسات
* التسويق من خلال زبائن سابقين
* الدعوات والمؤتمرات

ما هي الصورة التي ترغب في عرضها لعلامتك التجارية؟

ماهي عناصر التصميم التي ستستخدمها لتسويق عملك؟ (يتضمن ذلك شعارك ولافتاتك وتصميمك الداخلي.) وضح كيف ستدعم علامتك التجارية.

* 1. **الميزانية الترويجية**

ما المبلغ الذي تنوي إنفاقه على التسويق والدعاية للإعلان أعلاه:

* قبل بدء العمل (هذه الأرقام ستدخل في ميزانية التأسيس)
* بشكل مستمر (هذه الأرقام ستدخل في ميزانية خطة العمل الخاصة بك)

اضغط هنا واستخدم [**4.3 جدول استراتيجية مصروفات التسويق**](#Page_28)للمساعدة في معرفة تكلفة الوصول إلى الأسواق المستهدفة والمختلفة.

* 1. **التسعير**

لقد أوضحت الأسعار باختصار في قسم "المنتجات والخدمات"؛ الآن حان وقت الخوض في مزيد من التفاصيل. كيف تخطط لضبط الأسعار؟ ضع في اعتبارك أن عددًا قليلاً من الشركات الصغيرة يمكنها المنافسة على السعر دون الإضرار بهوامش الربح. بدلاً من تقديم أقل سعر، من الأفضل أن يكون التركيز على سعر ضمن المعدل وأن يكون التنافس على الجودة والخدمة.

* هل تعكس استراتيجية التسعير الأرضية التنافسية لك وموقعك في السوق ضمن نطاق المنتج أو الخدمة المعروضة؟
* قارن أسعارك مع منافسيك. هل هي أعلى أم أقل أم هي نفسها؟ لماذا؟
* ما مدى أهمية السعر لعملائك؟ قد لا يكون السعر عاملاً حاسماً لشراء المنتج بالمقارنة مع الجودة والخدمة المقدمة.
* كيف ستكون خدمة العملاء وسياسات الائتمان الخاصة بك والمقدمة للعملاء؟

اضغط هنا واستخدم [**4.4 نموذج استراتيجية التسعير**](#Page_29)للمساعدة في وضع استراتيجية التسعير الخاصة بك.

**11. الموقع أو الموقع المقترح**

إذا كان لديك موقع تم انتقاؤه، اشرح سبب اعتقادك أن هذا الموقع جيد لبدء المشروع.

إذا لم تكن قد اخترت موقعًا بعد، فاشرح ما الذي تبحث عنه في الموقع ولماذا، بما في ذلك أن يملك الموقع المواصفات التالية:

* موقع مناسب للعملاء
* مواقف سيارات كافية للموظفين والعملاء
* القرب من المواصلات العامة أو الطرق الرئيسية
* نوع المنشأة (الصناعية، التجزئة، إلخ)
* أنواع الشركات والأعمال القريبة من موقع المشروع

ركز على موقع المشروع الخاص بك، وليس على المبنى نفسه. سوف يتم مناقشة ذلك لاحقًا، في قسم العمليات.

**12. قنوات التوزيع**

ما طرق التوزيع التي ستستخدمها لبيع منتجاتك و / أو خدماتك؟ والتي قد تشمل:

* التجزئة
* المبيعات المباشرة
* التجارة الإلكترونية
* البيع بالجملة
* الجذب للحصول المبيعات
* زيارات مندوبي المبيعات
* المصنع الأصلي للمنتج

إذا كان لديك أي شراكات استراتيجية أو علاقات توزيع رئيسية ستكون عاملاً في نجاحك، فقم بشرحها هنا.

إذا لم تكن قد وضعت اللمسات الأخيرة على قنوات التوزيع الخاصة بك، اضغط هنا واستخدم [**4.5 نموذج تقييم قناة التوزيع**](#Page_30)لتقييم إيجابيات وسلبيات كل قناة توزيع تفكر فيها.

**13. مبيعات 12 شهراً المتوقعة**

إذا كنت قد قمت بالفعل ببعض المبيعات، يمكنك استخدام هذا الملف كأساس لتوقعاتك. إذا لم تبيع أي شيء بعد، مثل معظم الشركات الناشئة، فستحتاج إلى إنشاء تقديرات بناءً على أبحاث السوق واستراتيجيات التسويق المقترحة وبيانات الصناعة.

قم بإنشاء توقعين: سيناريو "أفضل توقع" (ما تتوقعه حقًا) وسيناريو "أسوأ توقع" (واحد أنت واثق من أنه يمكنك الوصول إليه بغض النظر عن السبب).

احتفظ بالملاحظات حول الأبحاث والافتراضات التي تدخل في تطوير توقعات المبيعات هذه. سوف ترغب مؤسسات التمويل في معرفة من أين تم الحصول على هذه الأرقام.

بعد قراءة قسم خطة التسويق، يجب على القارئ أن يفهم من هم عملاؤك المستهدفون، وكيف تخطط لتسويق منتجاتك لهم، وما هي قنوات البيع والتوزيع التي سوف تستخدمها، وكيف ستضع منتجك / خدمتك بالنسبة للمنتجات المنافسة الحالية.

قم باستخدام ملف ***1. توقعات المبيعات*** واستخدمه لإنشاء توقعات مبيعات شهرية لاستخدامها لاحقاً في تحضير بياناتك المالية.

*يمكن أن يساعدك* ***مستشار مبادرة الشرق الأوسط للاستثمار" تمويلي****" على إكمال خطة التسويق الخاصة بك والمصممة بشكل خاص لمشروعك. اضغط هنا*[***للوصول إلى مستشار تمويلي***](http://www.tamweeli.ps)

**خامساً: الخطة الت****شغيلية**

يشرح هذا القسم الأعمال اليومية لمشروعك، بما في ذلك موقعه ومعداته وموظفيه وعملياته.

**1. الإنتاج**

كيف سوف تقوم بإنتاج المنتج الخاص بك أو تقديم الخدمة الخاصة بك؟ صف طرق الإنتاج، والمعدات التي ستستخدمها، وكم سيكلف إنتاج ما سوف تبيعه.

**2. مراقبة الجودة**

كيف يمكنك الحفاظ على مستوى جودة عالي وبنفس مستوى الجودة لكل المنتجات؟ صف إجراءات مراقبة الجودة التي ستستخدمها.

**3. الموقع**

أين يقع مشروعك؟ لقد ذكرت هذا باختصار في الملخص أعمال الشركة. في هذا القسم، قم بسرد تفاصيل هذه المعلومات مثل:

* 1. حجم ومساحة موقع المشروع
	2. نوع المبنى (تجزئة، صناعي، تجاري، إلخ)
	3. محددات المكان القابلة للاستخدام في المشروع
	4. إمكانية الوصول للعملاء والموظفين والموردين والمواصلات إن لزم الأمر
	5. التكاليف بما في ذلك الإيجار والصيانة والمرافق والتأمين وأي تكاليف بناء أو إعادة إنشاء وتشطيب
	6. الخدمات المقدمة في المشروع

**4. البيئة القانونية**

ما نوع البيئة القانونية التي سيعمل بها مشروعك؟ كيف تكون مستعدًا للتعامل مع المتطلبات القانونية؟ الرجاء تضمين تفاصيل مثل:

* 1. أي تراخيص و / أو تصاريح مطلوبة وما إذا كنت قد حصلت عليها
	2. أي علامات تجارية أو حقوق نشر أو براءات اختراع لديك أو بصدد التقدم بطلب للحصول عليها
	3. التغطية التأمينية التي يطلبها عملك وكم يكلف ذلك
	4. أية قوانين بيئية أو صحية أو في مكان العمل قد تؤثر على عملك
	5. أي لوائح خاصة تؤثر على مجال عملك

**5. الموظفين**

أي نوع من الموظفين سوف يحتاج عملك؟ اشرح التفاصيل مثل:

* 1. ما أنواع الموظفين؟ هل هناك أية متطلبات للترخيص أو التعليم؟
	2. كم عدد الموظفين الذين سوف تحتاجهم؟
	3. هل سبق لك أن استأجرت لحسابهم الخاص أو المقاولين المستقلين؟
	4. تضمين وصف الوظيفة.
	5. ما هو هيكل الأجور (كل ساعة، براتب، العمولة زائد العمولة، إلخ)؟
	6. كيف تخطط للعثور على موظفين ومقاولين مؤهلين؟
	7. ما نوع التدريب المطلوب وكيف ستقوم بتدريب الموظفين؟

**6. المخزون**

إذا كان عملك يتطلب جردًا، الرجاء تفسير ما يلي:

* ما نوع المخزون الذي ستحتفظ به (المواد الخام، اللوازم، المنتجات النهائية)؟
* ماذا ستكون متوسط ​​قيمة المخزون (بمعنى آخر، كم سوف تستثمر في المخزون)؟
* ما معدل دوران المخزون الذي تتوقعه؟ كيف يمكن مقارنة هذا بمعدلات الصناعة النموذجية والمنافسين؟
* هل سوف تحتاج إلى مخزون أكثر من المعتاد خلال مواسم معينة؟ (على سبيل المثال، قد يحتاج بائع التجزئة إلى مخزون إضافي لموسم التسوق في الإجازات).
* ما هي المهلة الزمنية لطلب المخزون حتى تصل من المورد أو المصنع إلى مخزن شركتك وتصبح قابلة للبيع؟

**7. الموردين**

قم بذكر قائمة الموردين الرئيسيين، بما في ذلك:

* الأسماء والعناوين والمواقع الإلكترونية
* نوع وكمية المخزون
* سياسات الائتمان والتسليم الخاصة بهم
* التاريخ والموثوقية
* هل تتوقع أي نقص في الإمداد أو مشاكل التسليم على المدى القصير؟ إذا كان الأمر كذلك، كيف ستتعامل معهم؟
* هل لديك أكثر من مورد للعناصر المهمة (كمورد احتياطي في حال الانقطاع من المورد الأول)؟
* هل تتوقع أن تظل تكلفة التوريد ثابتة أم متقلبة؟ إذا كانت متقلبة، كيف ستتعامل مع هذة التكاليف المتغيرة؟
* ما هي شروط الدفع للموردين؟

**8. سياسات الائتمان**

إذا كنت تخطط للبيع للعملاء عن طريق الدفع الآجل، فأجب عما يلي:

* هل يفضل أن تقوم بالبيع على الدين في مجال عمل مشروعك أم لا.
* ما هي سياسات الائتمان الخاصة بك؟ وكم هو مبلغ الدين الذي سوف تقدمه لعملائك؟ ما هي معايير رفع سقف الدين للعملاء؟
* كيف يمكنك التحقق من الجدارة الائتمانية للعملاء الجدد؟
* ما هي شروط الدفع الآجل من مبلغ ومدة الدفع والخصم النقدي عند الدفع مسبقاً التي تقدمها لعملائك؟
* اذكر المبلغ الذي سيكلفك مقابل تقديم خدمة الدين، وأظهر أنك قد بنيت هذه التكاليف في هيكل التسعير الخاص بك.
* كيف ستتعامل مع العملاء البطيئين في الدفع؟ اشرح سياساتك، مثل متى ستتابع الدفعات المتأخرة، ومتى ستحصل على محامً لإجباره على الدفع.

بعد قراءة قسم الخطة التشغيلية، يجب أن يفهم القارئ كيفية عمل مشروعك على أساس يومي.

اضغط هنا واستخدم [**5.0 نموذج الخطة التشغيلية**](#Page_31) لإيضاح سياسة العمل اليومية لمشروعك.

**سادساً: الإدارة والتن****ظيم**

يجب أن يوفر هذا القسم للقراء فهمًا للأشخاص الذين يعملون في مشروعك وأدوارهم ومسؤولياتهم وخبراتهم السابقة. إذا كنت تستخدم خطة عملك للحصول على التمويل، فاعلم أن المستثمرين والمقرضين يقيمون بعناية ما إذا كان لديك فريق إدارة مؤهل.

1. **السيرة الذاتية**

قم بتضمين سير ذاتية موجزة لمالك المشروع / الموظفين والموظفين الرئيسيين. تضمين السير الذاتية في الملحق. هنا، لخص تجربتك وتجاربك مع الموظفين الرئيسيين في بضع فقرات للشخص الواحد. ركز على الخبرة والمهارات السابقة التي أعدت فريقك للنجاح في هذا العمل. إذا كان لدى أي شخص خبرة سابقة في بدء وتنمية نشاط تجاري، فسر ذلك بالتفصيل.

1. **الضعف في الإدارة**

اشرح كيف تخطط لملء أي فجوات في الإدارة و / أو الخبرة. على سبيل المثال، إذا كنت تفتقر إلى المعرفة المالية، فهل ستقوم بتعيين مسؤول مالي أو الاحتفاظ بمحاسب؟ إذا لم تكن لديك مهارات مبيعات، فهل ستقوم بتعيين مدير مبيعات داخلي أو تستخدم مندوبي مبيعات خارجيين؟

1. **المستشارين**

أدرج أعضاء فريق الدعم المهني / الاستشاري الخاص بك، بما في ذلك:

* 1. محامي
	2. محاسب
	3. مجلس الإدارة
	4. المجلس الاستشاري
	5. وكيل تأمين
	6. الاستشاريين
	7. موظف البنك
	8. الموجهين والمستشارين الآخرين

إذا كانت لديهم خبرة أو تخصصات من شأنها أن تزيد فرص نجاحك، فسر ذلك. على سبيل المثال، هل لدى مرشدك خبرة في إطلاق وتنمية أعمال مماثلة؟

1. **الهيكل التنظيمي**

تطوير وتضمين المخطط الهيكلي.  يجب أن يشمل ذلك كلا الأدوار التي قمت بملئها بالفعل والأدوار التي تخطط لملئها في المستقبل.

بعد قراءة قسم الإدارة والتنظيم، يجب أن يشعر القارئ بالثقة من أن لديك فريقًا مؤهلاً يقود أعمالك.

اضغط هنا واستخدم [**6.0 نموذج الإدارة**](#Page_32) لتسليط الضوء على فريق الإدارة الخاص بك.

اضغط هنا واستخدم [**6.1 الهيكل التنظيمي**](#Page_33) لتسليط الضوء على الهيكل الإداري الخاص بمشروعك.

**سابعاً: المصاريف التأسيسية والتشغيلية**

في هذا القسم، قم بتدوين المصروفات التي تشمل تجهيز العمل لحين البدء فيه ومقدار رأس المال الذي ستحتاجه لذلك. (لا تقم بذكر المصاريف المستمرة بعد بدء المشروع؛ سيكون ذلك في ضمن الخطة المالية) يساعد تقدير المصاريف التأسيسية على جمع رأس مال كافٍ لبدء العمل في المشروع.

1. **مصاريف التأسيس**

قم بالذهاب إلى ملف 2. [نفقات التأسيس](https://translate.google.com/translate?hl=en&prev=_t&sl=en&tl=ar&u=https://www.score.org/resource/start-expenses) وقم بتعبئته . عند العمل على خطة الأعمال هذه، كان من المفترض أن تكون قد قمت بالفعل بجمع معظم - إن لم يكن - كل المعلومات التي تحتاجها. في هذا القسم، تأكد من شرح جميع الافتراضات التي تقف وراء هذه الأرقام. كيف توصلت لهذه النفقات؟ إذا كنت قد حصلت على قروض أو كنت تتوقع الحصول عليها، فقم بشرح المصدر / المصادر والمبالغ والشروط. إذا كنت قد أمنت أو توقعت تأمين مستثمرين، اشرح مقدار مساهمة كل مستثمر وما هي النسبة المئوية للملكية التي يتلقاها كل مستثمر.

تأكد من تضمين رأس مال إضافي للنفقات غير المتوقعة. يكاد يكون فتح أعمال جديدة دائمًا يكلف أكثر مما هو متوقع، وتحتاج إلى الاستعداد لذلك. أدرج هذا الرقم في نموذج مصروفات التأسيس تحت عنوان "مبلغ احتياطي للطوارئ". كم يجب عليك تخصيص مبلغ للطوارئ؟ يمكنك التحدث إلى أصحاب الأعمال الآخرين في مجالك للحصول على رقم قريب للمنطق. إذا لم تتمكن من التوصل إلى رقم بهذه الطريقة، فإن إحدى القواعد الجيدة تتمثل في تخصيص 20٪ إلى 25٪ من إجمالي تكاليف التأسيس كمبلغ احتياطي للطوارئ.

1. **الأرصدة الافتتاحية في الميزانية العمومية**

قم بالذهاب إلى ملف 3. الأرصدة الافتتاحية في [الميزانية العمومية](https://translate.google.com/translate?hl=en&prev=_t&sl=en&tl=ar&u=https://www.score.org/resource/opening-day-balance-sheet) . استخدم النموذج لتسجيل المبالغ المتوقعة لأعمالك المالية حتى أول يوم عمل. كما هو الحال مع نموذج مصاريف التأسيس، تأكد من شرح الافتراضات وراء هذه الأرقام.

1. **البيان المالي الشخصي**

إذا كنت تستخدم خطة العمل للحصول على التمويل، فقم بتضمين البيانات المالية الشخصية لكل مالك ولكل مساهم رئيسي في المشروع. يجب أن تتضمن البيانات المالية الشخصية تفاصيل الأصول والالتزامات لكل شخص خارج العمل وقيمته ثروته الشخصية الصافية. يتوقع المستثمرون و / أو المقرضون عادةً من أصحاب الأعمال استخدام الأصول الشخصية لتمويل تأسيس المشروع، ويريدون معرفة مقدار رأس المال المتوفر لديك من أموالك الشخصية للمساهمة في المشروع.

بعد قراءة قسم المصاريف التأسيسية والتشغيلية، يجب على القارئ معرفة مقدار المبالغ اللازمة للتأسيس ومقدار رأس المال الذي أنت سوف تساهم به في المشروع.

**ثامناً: الخطة المالية**

قد تكون خطتك المالية أهم عنصر في خطة عملك. سيقوم المقرضون والمستثمرون بمراجعتها بالتفصيل. يساعدك تطوير خطتك المالية على تحديد الأهداف المالية لبدء التشغيل وتقييم احتياجاتها التمويلية. تشمل ما يلي:

1. **توقعات الربح والخسارة لمدة 12 شهرًا**

المعروف أيضا باسم *بيان قائمة الدخل*أو *P&L*، الربح والخسارة والتوقع لمدة 12 شهرا هي محور خطة عمل مشروعك.  قم بالذهاب إلى ملف 4. "قائمة الدخل" لمدة 12 شهرًا وقم بملء المبيعات المتوقعة وتكلفة البضائع المباعة / الخدمة والربح الإجمالي. (راجع "توقعات المبيعات" التي أنشأتها في القسم الرابع). ثم سجل مصاريفك وصافي الربح قبل الضرائب والضرائب المقدرة وصافي الدخل التشغيلي.

تأكد من شرح الافتراضات الكامنة وراء الأرقام في P&L. احتفظ بملاحظات مفصلة حول كيف توصلت إلى هذه الأرقام؛ قد تحتاج إلى هذه المعلومات للإجابة على أسئلة مؤسسات التمويل المحتملة لتمويلك.

1. **اختياري: توقعات الربح والخسارة لمدة 3 سنوات**

توقعات الأرباح والخسائر لمدة ثلاث سنوات ليس ضروريًا لخطة العمل. ومع ذلك، قد ترغب في إنشاء واحدة إذا كنت تتوقع أن تتغير البيانات المالية لشركتك بشكل كبير بعد السنة الأولى، أو إذا كان المستثمرون أو المقرضون يطلبون ذلك. قم بالذهاب إلى ملف 5. قائمة الدخل لمدة 3 سنوات، واستخدامه لإكمال المصاريف الخاصة بك.

1. **توقعات التدفق النقدي**

يتتبع بيان التدفق النقدي مقدار النقد الذي تملكه شركتك في أي وقت. بمجرد أن يتم البدء في المشروع، ستحتاج إلى مراقبة بيان التدفق النقدي الخاص بك عن قرب. في الوقت الحالي، ومع ذلك، أنت بصدد إنشاء *توقعات*التدفق النقدي. فكر في تسجيل توقعات التدفق النقدي لحساب التحقق من خطة عملك.  تحتاج إلى تفصيل صرف الأموال على أشياء مثل المخزون والإيجار والرواتب، وعندما تتوقع تلقي الدفعات من العملاء. على سبيل المثال، يمكنك إجراء عملية بيع، وعليك شراء مخزون لتنفيذ عملية البيع، وعدم تحصيل المدفوعات من العميل لمدة 30 أو 60 أو 90 يومًا. يأخذ تقدير التدفق النقدي هذه العوامل في الاعتبار، مما يساعدك في تحديد ميزانية المصاريف القادمة حتى لا تنفذ السيولة التي معك وتضطر الى الاقتراض بتكلفة عالية جداً أو تضطر إلى إغلاق عملك.

قم بالذهاب إلى ملف  6.التدفق النقدي [لمدة 12 شهرًا](https://translate.google.com/translate?hl=en&prev=_t&sl=en&tl=ar&u=https://www.score.org/resource/12-month-cash-flow-statement) لإنشاء توقعاتك.

1. **الميزانية العمومية المتوقعة**

تقوم الميزانية العمومية بطرح التزامات الشركة من أصولها للوصول إلى رأس المال لمالك المشروع. قمت بتدوين الميزانية العمومية يوم الافتتاح في القسم 1. الآن، قم بالذهاب إلى ملف البيانات المالية، وإنشاء ورقة الرصيد المتوقع تبين الوضع المالي يقدر عملك في نهاية عامها الأول. يتمثل الاختلاف الرئيسي بين الاثنين في أن الميزانية العمومية المتوقعة تتضمن الحقوق المساهمين الناتجة عن السنة الأولى للعمل. قد يرغب المقرضون والمستثمرون في رؤية هذه النتيجة.

1. **حساب نقطة التعادل**

يتوقع تحليل التعادل حجم المبيعات الذي تحتاجه لتغطية تكاليفك. بمعنى آخر، ما هي كمية المبيعات المناسبة حتى أصل للنقطة التي لا أحقق فيها أية خسارة أو ربح؟ قم بالذهاب إلى ملف  7. نموذج تحليل نقطة التعادل، وأدخل توقعات الربح والخسارة، وأدخل التكاليف الثابتة والمتغيرة المتوقعة.

يمكنك إنشاء تحليلين مختلفين لنقطة التعادل لسيناريوهات مختلفة. على سبيل المثال، قد تختلف تكاليف كشوف المرتبات الخاصة بك بناءً على ما إذا كنت توظف موظفين بدوام كامل أو تستخدم مقاولين مستقلين. من الممكن أن تساعدك السيناريوهات المختلفة في تحليلات التعادل المختلفة على تحديد الخيار الأفضل للمصاريف وحجم المبيعات المراد بيعه.

1. **استخدام رأس المال**

إذا كنت تستخدم خطة العمل للحصول على تمويل من المقرضين أو المستثمرين، فقم بتقديم تحليل تفصيلي لهيكلية رأس المال والنتائج التي تتوقعها من ذلك. على سبيل المثال، ربما ستستخدم الأموال لشراء معدات جديدة وتتوقع أن تضاعف طاقتك الإنتاجية بناءاً على إنتاج هذه المعدات ومنها سوف تزداد أرباحك.

بعد قراءة قسم الخطة المالية، يجب على القارئ فهم الافتراضات الكامنة وراء توقعاتك المالية ويكون قادرًا على الحكم على ما إذا كانت هذه التوقعات واقعية.

وأخيراً قم باستخدام **ملف البيانات المالية** من أجل تقديم معلومات مالية عن نتائج مشروعك المالية الحالية والمتوقعة من حيث الربح أو الخسارة وإعداد ميزانية متوقعه لأعمال الشركة مع توقعات التدفق النقدي للمشروع والنسب المالية الناتجة عنها ومن ثم قم بالاطلاع على الصورة النهائية لتلك النتائج المالية وعالج أي ضعف قد ينتج عن هذه الأعمال في المستقبل وقم بتحسين خطة العمل وتطويرها لزيادة الأرباح وتقليل الخسارة والعمل على توفير السيولة الدائمة للمشروع للمحافظة على نسب مالية صحية لضمان استمرار أعمال الشركة ونموها على الدوام.

* *يمكن أن يساعدك* ***مستشار مبادرة الشرق الأوسط للاستثمار" تمويلي****" على إكمال خطة التسويق الخاصة بك والمصممة بشكل خاص لمشروعك.*[***للوصول إلى مستشار تمويلي***](http://www.tamweeli.ps)

**تاسعاً: العمل على تحسين الخطة**

قم بتعديل وتنقيح خطة العمل لتلبية الغرض المخصص لها. فيما يلي بعض الإرشادات للمساعدة في ذلك:

**للحصول على تمويل بنكي**

موظفي البنوك يريدون أن يعلموا أنك ستكون قادراً على سداد القرض. إذا كانت خطة العمل موجهة إلى البنوك أو المقرضين الآخرين، فيجب أن تشمل الأمور التالية:

* كم ستحتاج من المال لمشروع
* كيف ستستخدم هذا المال وفي ماذا سوف تنفقه
* كيف سيجعل هذا التمويل عملك أقوى من ذي قبل
* ما هي شروط السداد المطلوبة والتي لك القدرة على تلبيتها (عدد سنوات السداد)
* أية ضمانات تملكها لديك الإمكانية على عرضها على البنك مقابل التمويل

**للحصول على تمويل من المستثمرين**

يبحث المستثمرون عن نمو هائل في المشروع، ويتوقعون المشاركة في العوائد. إذا كانت خطة العمل موجهة للمستثمرين، فقم بذكر التالي:

* مبلغ الاستثمار الذي سوف تحتاجه على المدى القصير
* مبلغ الاستثمار الذي ستحتاج إليه خلال مدة عامين إلى خمسة أعوام
* كيف ستستخدم المال وكيف سيساعد هذا المال عملك على النمو بشكل استثنائي
* العائد المفترض على الاستثمار
* استراتيجية الخروج للمستثمرين (إعادة الشراء منهم، بيع حصتهم إلى مستثمر أخر أو الاكتتاب العام)
* نسبة الملكية التي سوف تمنحها للمستثمرين
* الشروط المقبولة من طرفك لدخول المستثمرين في مشروعك
* التقارير المالية التي ستقدمها للمستثمرين
* كيف سيكون شكل مشاركة المستثمرون في مجلس الإدارة أو في الإدارة التنفيذية والموظفين.

**للحصول على تمويل لأعمال التصنيع والمصانع**

* اشرح العمليات التي تشارك في تصنيع منتجك / منتجاتك.
* ما هي المعدات اللازمة للتصنيع؟ ما هي حدود الطاقة الإنتاجية / المعدات؟
* ما هي حدود الإنتاج / القدرة التصنيعية للمصنع المقترح؟
* هل العمالة المتخصصة وذات المهارة العالية مطلوبة لهذا التصنيع؟
* ما هي المواد الخام التي تحتاجها للتصنيع؟ هل هناك أي متطلبات خاصة لتخزين هذه المواد؟
* ما هي إجراءات مراقبة الجودة التي سوف تستخدمها ذمان جودة المنتج قبل وصوله للزبون؟
* كيف يمكنك إدارة مستويات المخزون؟
* ما هي سلسلة التوريد الخاصة بك؟
* اشرح أي منتجات جديدة تقوم بتطويرها حالياً، أو أية منتجات جديدة تخطط للبدء في تطويرها بعد بدء المشروع.

**للحصول على تمويل لخدمات الأعمال**

* اشرح الأسعار والأساليب المستخدمة في التسعير.
* ما الأنظمة والعمليات التي ستستخدمها لضمان تقديم الخدمات بشكل متناسق؟
* ما هي إجراءات مراقبة الجودة التي سوف تستخدمها؟
* كيف ستقيس إنتاجية الموظف؟
* هل تتعاقد من الباطن على أي عمل مع شركات أخرى؟ إذا كان الأمر كذلك، فما هي نسبة العمل التي سيتم التعاقد عليها من الباطن؟ هل تحقق ربحًا من التعاقد من الباطن؟
* اشرح سياسات وإجراءات الائتمان والدفع والتحصيل الخاصة بك.
* كيف ستحافظ على قاعدة عملائك وتحصل على عقود طويلة الأجل؟
* اشرح أي خدمات جديدة تقوم بتطويرها أو خدمات تخطط لإضافتها بعد بدء التشغيل.

**للحصول على تمويل لتجارة التجزئة**

* قم بإدراج العلامات التجارية المحددة التي تخطط لتنفيذها والتي ستمنحك ميزة تنافسية.
* كيف يمكنك إدارة المخزون؟ ما برنامج إدارة المخزون الذي ستستخدمه؟
* ما طرق الدفع التي تقبلونها؟ ما خدمة معالجة الدفع التي ستستخدمها؟
* ما هي البرامج والأجهزة التي تستخدمها في نقاط البيع؟
* اشرح سياسات الترميز الخاصة بك. يجب أن تكون أسعارك مربحة وتنافسية وتتماشى مع علامتك التجارية.
* مستوى المخزون الأولي: ابحث عن متوسط ​​معدل دوران المخزون السنوي في الصناعة. ضاعف استثماراتك الأولية في المخزونات حسب متوسط ​​معدل الدوران. يجب أن تكون النتيجة مساوية على الأقل لتكاليف البضائع المباعة للعام الأول المتوقع. إذا لم يكن الأمر كذلك، فقد تحتاج إلى زيادة ميزانية مخزون التأسيس.
* ما هي سياسات خدمة العملاء الخاصة بك؟
* كيف يمكنك التعامل مع العوائد والتبادلات؟
* هل سيكون لمتجر البيع بالتجزئة أيضًا موقع للتجارة الإلكترونية، أم أنه سيتم التخطيط له في المستقبل؟

**للحصول على تمويل لأعمال التجارة الإلكترونية**

* هل ستبيع منتجًا ماديًا أو خدمة ما أو منتجًا رقميًا (مثل الكتب الإلكترونية) أم مزيجًا من هذه المنتجات؟
* إذا كنت تبيع منتجات مادية، فكيف تقوم بوضع علامتك التجارية عليها وشحنها للزبون؟
* هل ستبيع على موقع الويب الخاص بك أو الأسواق عبر الإنترنت (مثل Amazon) أو كليهما؟
* ما هي مزودي التكنولوجيا والمنصات التي ستستخدمها لتشغيل موقع التجارة الإلكترونية الخاص بك؟
	+ خدمة استضافة المواقع
* خدمة تصميم المواقع
* مزود عربة التسوق
* خدمة معالجة الدفع
* خدمات الشحن والتخليص
* خدمات التسويق عبر البريد الإلكتروني
* هل يمكن للحلول التي اخترتها زيادة أو خفض بسرعة حسب الحاجة؟
* أين ستحصل على منتجاتك؟ هل تقوم بتصنيعها في المنزل، أو شرائها من الشركات المصنعة أو استخدام شركات الشحن؟
* كيف يمكنك التعامل مع المرتجعات من البضاعة والتبديل؟
* ما هي سياسات خدمة العملاء الخاصة بك؟ كيف ستقدم خدمة العملاء؟
* هل ستستخدم أي تقنية خاصة بك، وإذا كان الأمر كذلك، فما هي المزايا التي يوفرها لك ذلك؟

**للحصول على تمويل البرمجيات أو إدارة العلاقات مع الأعمال**

* ما هو هيكل التسعير الخاص بك؟ هل ستستخدم نسخة تجريبية مجانية، "فريميوم" أو نموذج أعمال مدفوع؟
* إذا كنت تقدم خدمات مجانية أو خيارًا تجريبيًا مجانيًا، فكيف ستقود العملاء إلى نموذج دفع؟ ما هي النسبة المئوية للعملاء المتوقع أن يصبحوا عملاء مدفوعين؟
* هل اختبرت برنامجك؟ هل هناك أي "من تبنوا الأوائل" يستخدمون المنتج بالفعل؟
* كيف ستشجع العقود طويلة الأجل من أجل خلق إيرادات متكررة؟
* كيف يمكنك إدارة الأسواق والتقنيات والتكاليف سريعة التغير؟
* كيف ستحافظ على تنافسية شركتك؟
* هل ستستخدم المطورين الداخليين أو الاستعانة بمصادر خارجية لهذه الوظيفة؟
* كيف ستقدم دعم العملاء؟
* كيف ستحتفظ بالموظفين الرئيسيين؟
* هل تستخدم أي برنامج خاص أو حصري يمنحك ميزة تنافسية؟
* كيف ستحمي ملكيتك الفكرية؟
* ما المنتجات أو التحديثات الإضافية للمنتجات الحالية التي تخطط لها بعد الإطلاق؟

**الآن بعد أن انتهيت (تقريبًا). . .**

تذكر العودة، واستكمال الملخص التنفيذي.

*بعد أن تملأ جميع أوراق العمل والملخص التنفيذي، قم بطباعتها ومرجعتها ومن ثم قم بتعديل أية بيانات عليها ومن ثم إرسالها.*

*يمكن أن يساعدك* ***مستشار مبادرة الشرق الأوسط للاستثمار" تمويلي****" على إكمال خطة التسويق الخاصة بك والمصممة بشكل خاص لمشروعك.*[***للوصول إلى مستشار تمويلي***](http://www.tamweeli.ps)

**عاشراً: الملاحق والنماذج**

لا تشتت قارئ خطة العمل وتشوش خطة عملك بالمستندات الإضافية، مثل العقود أو التراخيص. بل قم بدلاً من ذلك بوضع هذه المستندات في الملحقات، وقم بالإشارة إليها في نص الخطة حتى يتمكن القراء من العثور عليها لاحقاً وقراءتها إذا لزم الأمر.

فيما يلي بعض المستندات الأساسية التي يقوم أصحاب الأعمال بإرفاقها مع خطة العمل.

1. الاتفاقيات (عقود الإيجار والعقود وأوامر الشراء والفواتير والمراسلات المهمة وما إلى ذلك)
2. الملكية الفكرية (العلامات التجارية، التراخيص، براءات الاختراع، إلخ.)
3. السيرة الذاتية للملاك / الموظفين الرئيسيين في الإدارة التنفيذية.
4. المواد الدعائية / التسويق
5. المخططات / الخطط الهندسية والتنفيذية
6. قائمة من المعدات
7. دراسات أبحاث السوق للمشروع
8. قائمة الأصول التي يمكن تقديمها كضمان للمول

يمكنك أيضًا إرفاق أية مستندات أخرى ستمنح القراء صورة واضحة المعالم وكاملة لمشروعك أو توثق التوقعات والافتراضات التي قمت بذكرها في خطتك. على سبيل المثال، قد ترغب في إرفاق صور لموقعك المقترح أو رسومات توضيحية أو صور لمنتج ستقوم بتقديم براءات الاختراع فيه أو مخططات بيانية توضح النمو المتوقع للمشروع.

بعد مراجعة الملاحق، يجب أن يشعر القارئ بالرضا لأن الافتراضات الموجودة في الخطة مدعومة بالوثائق والأدلة المرفقة.

**خطة عمل**

التاريخ: / /

|  |  |
| --- | --- |
| اسم الشركة |  |
| العنوان |  |
| المنطقة |  |
| المدينة |  |
| هاتف العمل |  |
| الموقع الإلكتروني  |  |
| البريد الإلكتروني |  |

[***1.0الملخص تنفيذي***](#Page_4)

(قم بكتابته بعد الانتهاء من كتابة بقية خطة العمل)

|  |
| --- |
|  |
|  |

[***2.0جدول وصف الشركة***](#Page_5)

|  |  |
| --- | --- |
|   | **الاسم التجاري للمشروع** |
|   | **مهمة الشركة** |
|    | **فلسفة الشركة / القيم** |
|   | **رؤية الشركة** |
|   | **الأهداف والمعالم للشركة** |
|   | **السوق المستهدف** |
|   | **صناعة /** **المنافسين** |
|   | **الهيكل القانوني / والملكية** |

[**3.0*جدول وصف المنتج ووصف الخدمة***](#Page_6)

|  |  |
| --- | --- |
|   | **الاسم التجاري** |
|   | **فكرة المنتج / الخدمة** |
|    | **فوائد خاصة للمنتج** |
|   | **خصائص فريدة للمنتج** |
|   | **الإنتاج والتسليم** |
|   | **الموردين** |
|   | **تصاريح الملكية الفكرية الخاصة** |
|   | **المنتج/****وصف الخدمة** |

[***4.0جدول تحليل SWOT***](#Page_7)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **نقاط القوة** | **نقاط الضعف** | **الفرص** | **التهديدات** |  |
|  |  |  |  | **تقديم المنتج / الخدمة** |
|  |  |  |  | **العلامة التجارية / تسويق** |
|  |  |  |  | **الموظفين**  |
|  |  |  |  | **المالية**  |
|  |  |  |  | **العمليات /** **إدارة المشروع** |
|  |  |  |  | **السوق** |
| **هل يمكن لأي من نقاط قوتك المساعدة في تحسين نقاط الضعف لديك أو مكافحة تهديداتك؟ إذا كان الأمر كذلك، يرجى وصف ذلك أدناه.** |
|  |
| **بناءً على المعلومات الواردة أعلاه، ما هي أهدافك الحالية / الخطوة التالية؟** |
|  |
| **بناءً على المعلومات الواردة أعلاه، ما هي أهدافك طويلة الأجل / الخطوة التالية؟** |
|  |

[***4.1جدول جمع بيانات المنافسين***](#Page_8)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | **السعر** |
|  |  | **فوائد / الميزات** |
|  |  | **حجم / الربحية** |
|  |  | **استراتيجية السوق** |

[***4.2جدول التحليل التنافسي***](#Page_8)

لكل عامل مدرج في العمود الأول، قم بتقييم ما إذا كنت تعتقد أنه قوة أو نقطة ضعف (S أو W) لعملك وللمنافسين. ثم رتب مدى أهمية كل عامل بالنسبة للعميل المستهدف على مقياس من 1 إلى 5 (1 = مهم للغاية ؛ 5 = ليس مهمًا للغاية). استخدم هذه المعلومات لشرح مزاياك وعيوبك التنافسية.

| **أهمية للعملاء** | **المنافس 3** | **المنافس 2** | **المنافس 1** | **مشروعي** | **العامل التقييمي** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | **منتجات** |
|  |  |  |  |  | **السعر** |
|  |  |  |  |  | **جودة** |
|  |  |  |  |  | **اختيار** |
|  |  |  |  |  | **الخدمات** |
|  |  |  |  |  | **الموثوقية** |
|  |  |  |  |  | **المزيد** |
|  |  |  |  |  | **خبرة** |
|  |  |  |  |  | **سمعة الشركة** |
|  |  |  |  |  | **موقعك** |
|  |  |  |  |  | **مظهر خارجي** |
|  |  |  |  |  | **طريقة المبيعات** |
|  |  |  |  |  | **سياسات الائتمان** |
|  |  |  |  |  | **إعلان** |
|  |  |  |  |  | **صورة** |

[***4.3جدول استراتيجية مصروفات التسويق***](#Page_9)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **السوق المستهدف 3** | **السوق المستهدفة 2** | **السوق المستهدف 1** |  |
|   |   |   | **مصاريف لمرة واحدة** |
|   |   |   | **المصاريف الشهرية أو السنوية** |
|   |   |   | **تكاليف العمالة** |

[***4.4 نموذج استراتيجية التسعير***](#Page_10)

|  |  |
| --- | --- |
|  | **الاسم التجاري** |
| **أي من استراتيجيات التسعير التالية سوف تستخدمها؟ دائرة واحدة.** |
| **طريقة أخرى:** | **إضافة التكلفة** *تكاليف صنع / الحصول على المنتج الخاص بك أو تقديم الخدمة ، بالإضافة إلى إضافة ما يكفي لتحقيق الربح المرجو من الاستثمار* | **القيمة الإضافية***بناءً على الميزة التنافسية والعلامة التجارية الخاصة بك (القيمة المدركة)* |
| **قدِّم شرحًا لاختيار نموذج التسعير الخاص بك.**قم بتضمين معلومات الاستراتيجية على خطوط المنتجات / الخدمات الرئيسية. اذكر ممارسات الصناعة / السوق وأي اعتبارات يجب مناقشتها مع مستشارك المالي. |

[***4.5نموذج تقييم قناة التوزيع***](#Page_10)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **قناة التوزيع 1** | **قناة التوزيع 2** | **قناة التوزيع 3** |  |
|  |  |  | **سهولة الدخول** |
|  |  |  | **القرب الجغرافي** |
|  |  |  | **التكاليف** |
|  |  |  | **الوضع التنافسي**  |
|  |  |  | **الخبرة الإدارية** |
|  |  |  | **قدرات الفريق** |

[***5.0الخطة التشغيلية***](#Page_12)

|  |  |
| --- | --- |
| **1. الإنتاج** |  |
| **2. مراقبة الجودة** |  |
| **3. الموقع الخاص بالمشروع** |  |
| **4. البيئة القانونية** |  |
| **5. الموظفين** |  |
| **6. المخزون** |  |
| **7. الموردين** |  |
| **8. سياسات الائتمان** |  |

[***6.0نموذج الإدارة***](#Page_14)

|  |  |
| --- | --- |
|  | **السيرة الذاتية / ثانية** |
|  | **الضعف في الإدارة أو الخبرة** |
|  | **المستشارين** |

[***6.1الهيكل التنظيمي***](#Page_14)