

THE

SET

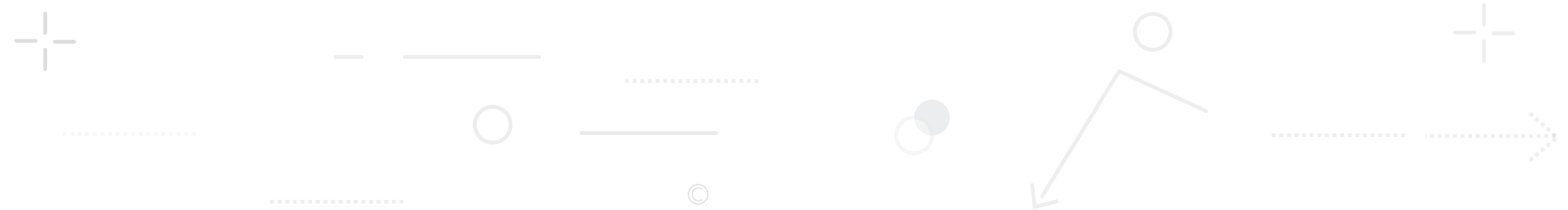
كتيب رواد الأعمال الممارسين

SEA  
VENTURES

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SEA

VENTURES



# الفهرس

03



إنشاء المشروع

14



من التحديات، ابتكر

20



بناء المشروع

25



خطة العمل التجاري

40



عرض المشروع

54



بناء الفريق

61



مراجع وخطوات مهمة

” طموحنا عنان السماء ومكاننا فوق هام السحب.

“

**محمد بن سلمان**

# إنشاء المشروع

---

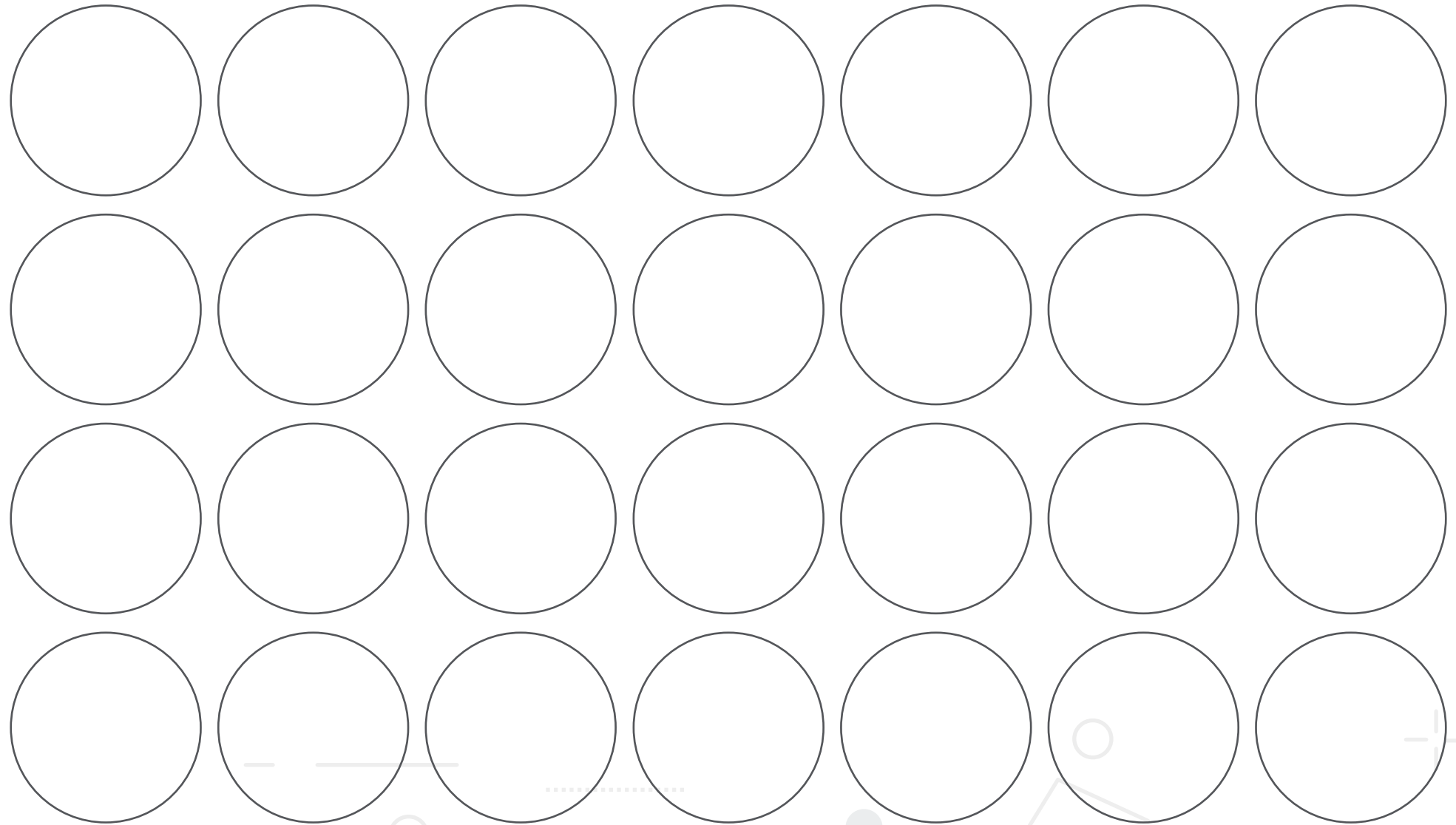
- اكتشاف ما يمنعك من البدء
- تمرين الدوائر | ابحر داخلك
- اقتناص الفرص
- تصنيف الشريحة المستهدفة
- تطبيق التعاطف
- تقييم الاحتياج
- منهجية التفكير التصميمي

الخوف غالبًا أكثر سبب يردع الناس من بدء المشاريع. فمن هذا التمرين، ستحدد أين من المخاوف تسبب لك الخوف. فمن القائمة التالية، عدة مخاوف ومواقف، استخدم الأرقام لتحديد درجة خوفك من كل منها.

غير مخيف 1  2  3  4  5  مرعب

( ) موت شخص عزيز	( ) سوء الفهم	( ) التحدث أمام الجمهور	( ) الحيوانات المفترسة
( ) الأعاصير	( ) العنف	( ) الموت المبكر - غير المتوقع	( ) فقدان الوعي
( ) الحوادث	( ) المياه العميقة	( ) الأمراض النفسية	( ) زيارة طبيب الأسنان
( ) الصوت العالي	( ) الحشرات	( ) المقابلات الوظيفية	( ) الرعد والبرق

<p>ما الذي تعلمته عن نفسك؟</p>	<p>ماذا سيحدث لو وقعت؟</p>	<p>ما مدى احتمالية حدوثها؟</p>	<p>ما هي أكبر مخاوفك؟</p>
--------------------------------	----------------------------	--------------------------------	---------------------------





ما هي نقاط الألم التي يغطيها مشروعك الابتكاري، يمكنك تحديد ذلك عن طريق الإجابة على واحد أو أكثر من الأسئلة التالية

من الصعوبة إيجاد ..  
ما هو الشيء الذي يصعب على البعض إيجاده ؟

يحتاج جهد كبير ..  
ما هو الشيء الذي يحتاج البعض جهد كبير للقيام به ؟

ليس هناك وقت لـ ..  
ما هو الشيء الذي لا يجد البعض وقت كافٍ لفعله ؟

ما هي نقاط الألم التي يغطيها مشروعك الابتكاري، يمكنك تحديد ذلك عن طريق الإجابة على واحد أو أكثر من الأسئلة التالية

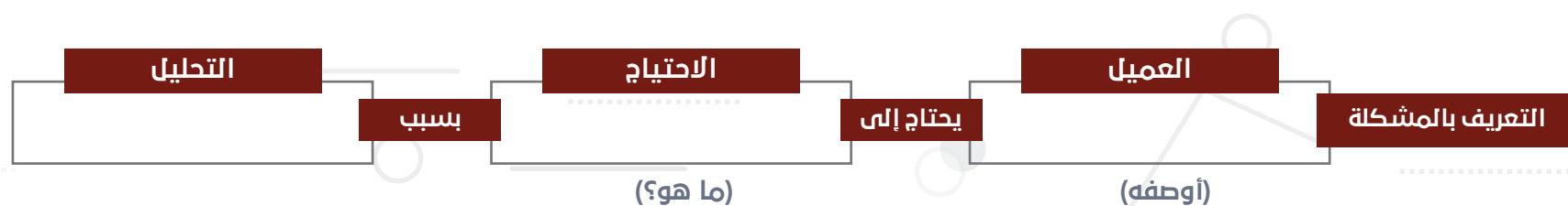
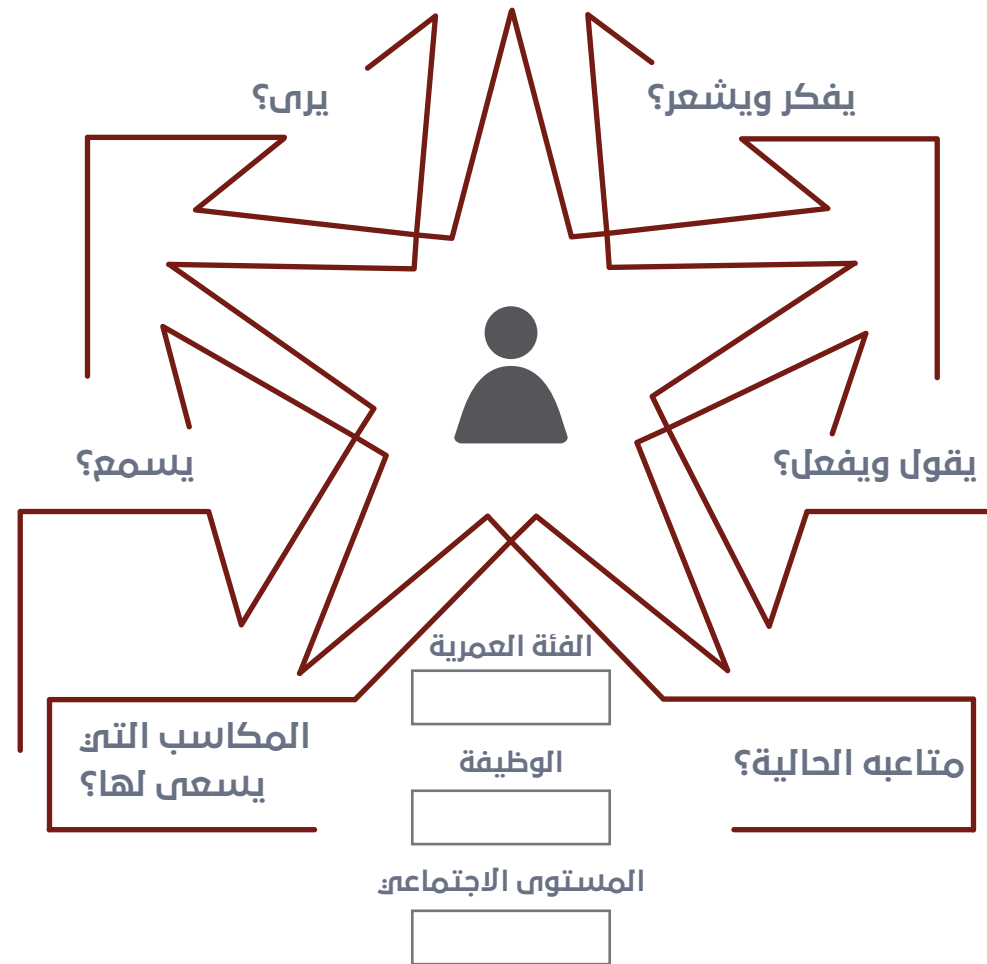
كيف يمكن لمنتجاتك أو خدماتك أن يحسن من جودة الحياة؟

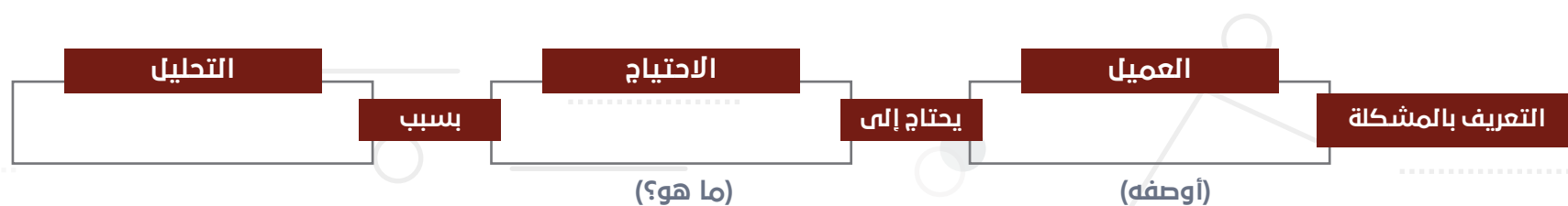
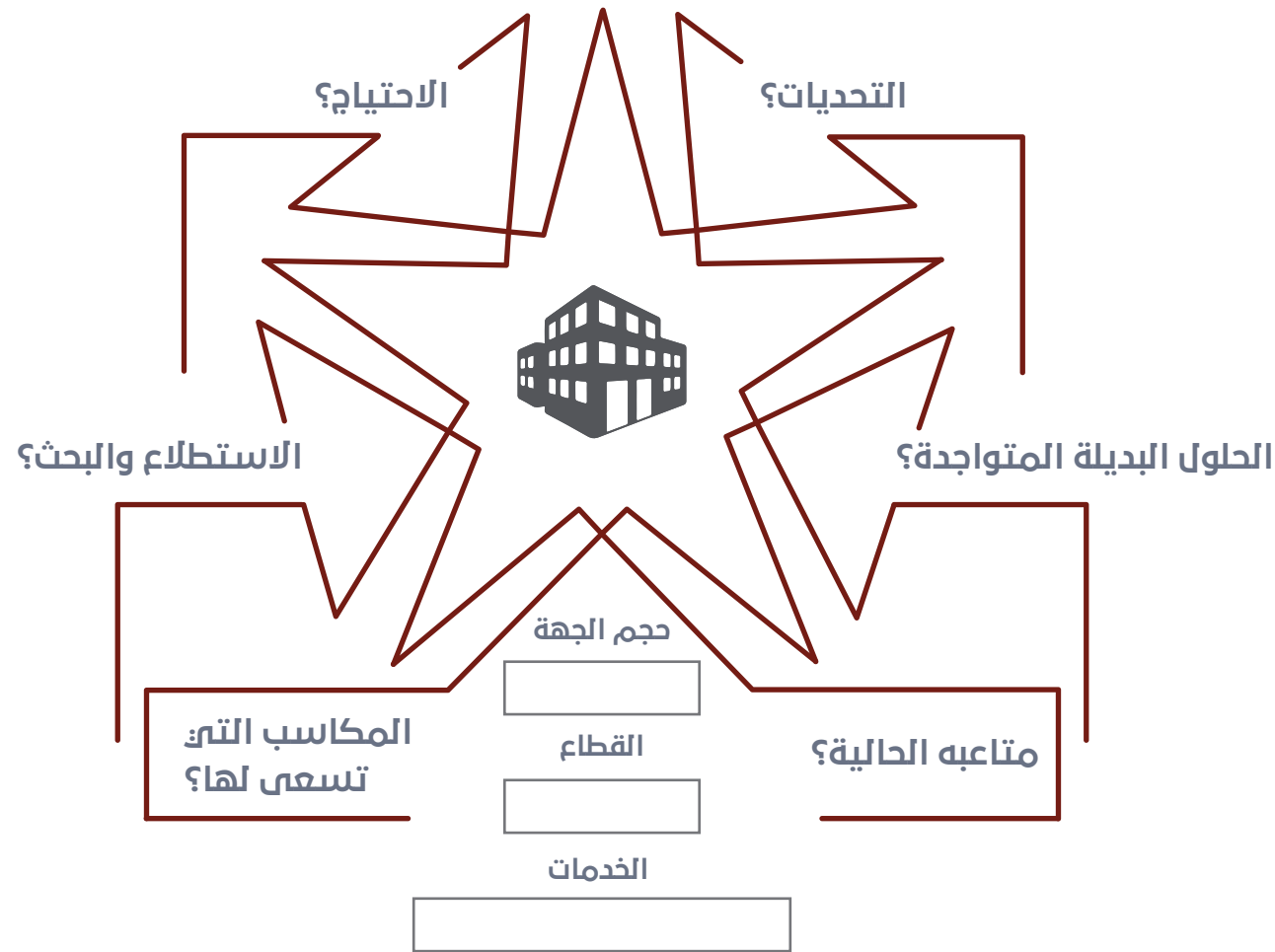
يُعانى البعض من..

التحديات التي يواجهها البعض هو..









ما مدى أهمية حل هذا التحدي؟

10



1

هل ستستخدم الخدمة المقدمة لحل تحديك؟

”كنت ولا أزال أرى أن هذا العالم يتسع  
لكل الناجحين بالحق ما بلغ عددهم.“

**غازي القصيبي:**





# من التحديات ابتكر

---

• رواد الأعمال

• اكتشاف الاحتياج

شاركنا قصتك  
اكتب ملاحظاتك من تجارب الآخرين

ما هي تجارب الآخرين؟  
حدد أهم ثلاث تحديات

1 | الاسم  
ابتكر

2 | المهمة  
ما هي؟ في جملة واحدة

3 | حل التحديات  
كيف يمكننا إيجاد حلول للتحديات؟

4 | الاختلاف الذي يؤدي إلى التميز  
ما الذي يجعل مشروعك مختلفًا عما هو متاح حاليًا في السوق؟

5 | الفريق  
لماذا هذا الفريق؟ ما هي المهارات التي يملكها فريقك لتساعد في بدء مشروعك؟  
(إدارة مالية، إدارة تسويقية، إدارة العمليات..)

6 مفهوم الفكرة  
ما هي فكرتك؟ ما الذي يجعلها جيدة؟

7 المصادر المتوفرة  
ما هي الموارد التي تملكها وستساعدك على تنفيذ مشروعك الآن؟  
(بشرية، ومالية، ومعلوماتية، وتكنولوجية...)

8 القيمة المكتسبة  
اقتصاديًا أو اجتماعيًا..

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 مقياس الرضا

” الأعمال العظيمة لا تتم عن طريق شخص عظيم،  
بل عن طريق فريق من العظماء. “

**ستيف جوبز**

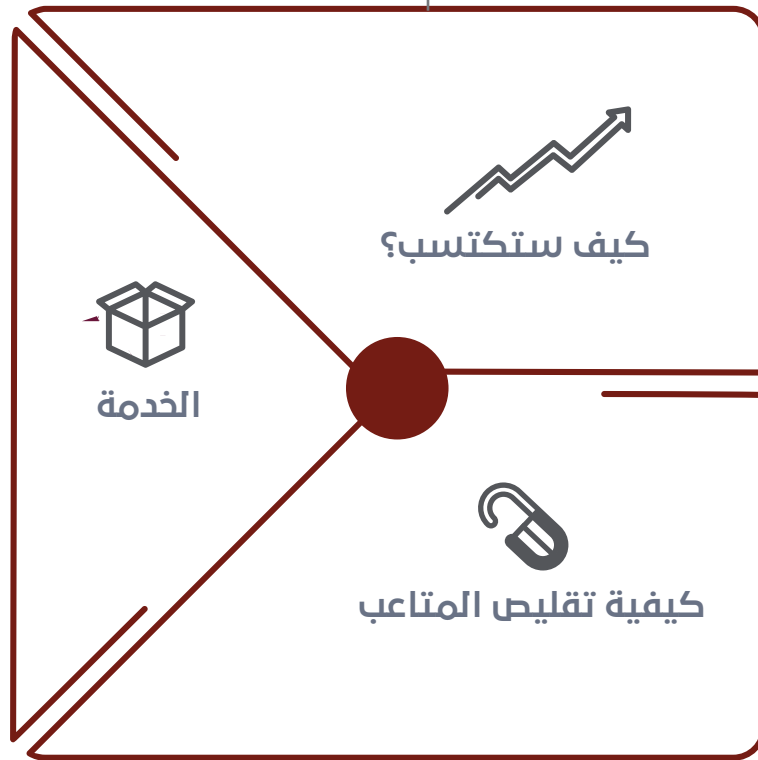
# بناء المشروع

---

• نموذج العمل التجاري:

• خريطة القيمة المقدمة

• نموذج القيمة المقدمة

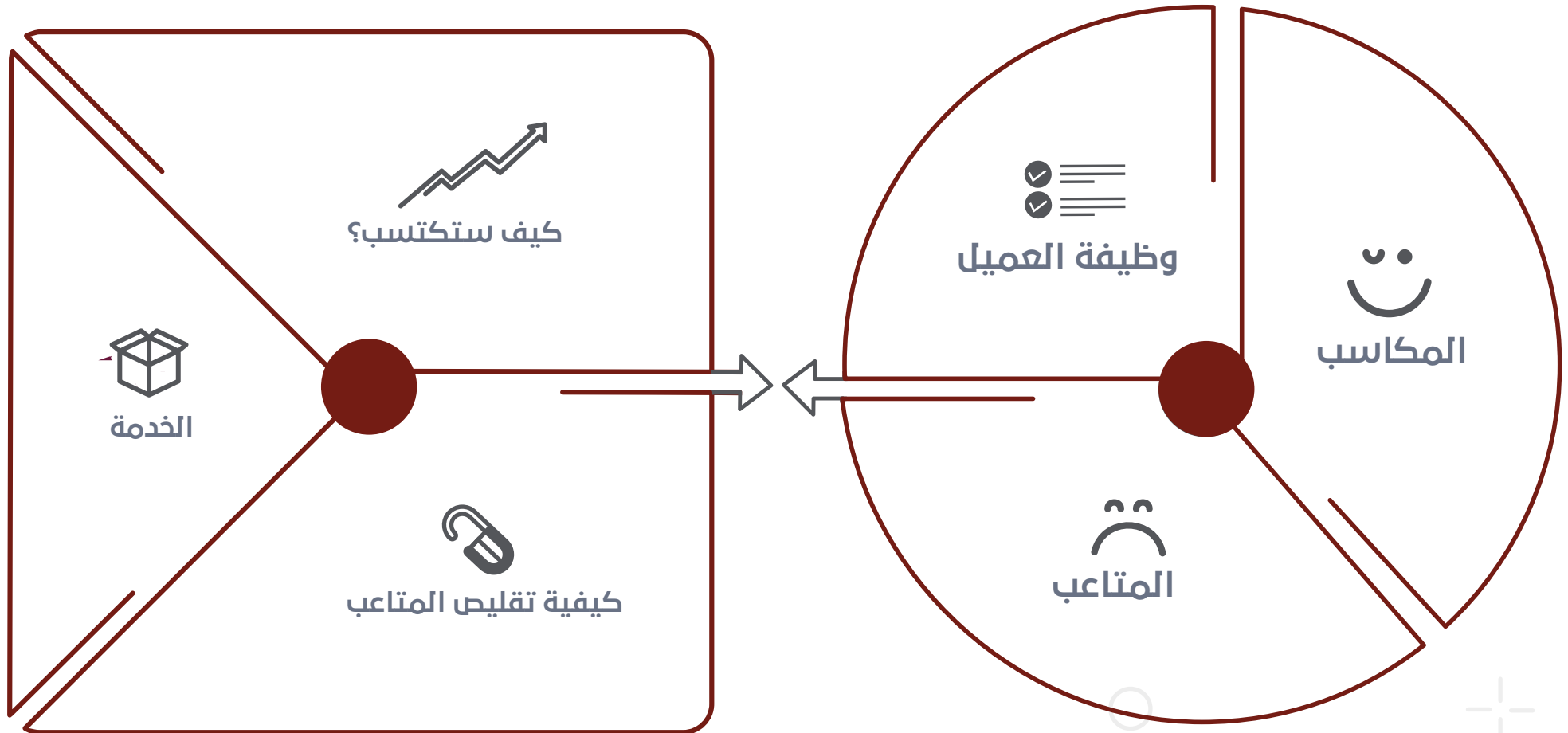


كيف ستكتسب؟

كيفية تقليص المتاعب

الخدمة







” بالإبداع والأفكار نستطيع بناء الدول والمؤسسات،  
والمستقبل سيكون لأصحاب الأفكار.“

**محمد بن راشد آل مكتوم**

# خطة العمل

---

- معلومات أساسية
- الملخص التنفيذي:
- أبحاث السوق
- خط الإنتاج والخدمة

- التسويق والمبيعات
- استراتيجيات التسعير
- أنواع السجلات التجارية
- عرض المشروع - التخطيط المالي:

# المرشد



## معلومات أساسية

- اكتب اسم مشروعك
- ما المجال الذي تعمل به؟
- اذكر اسم المؤسس و الشركاء المؤسسين

الشريك المؤسس	المؤسس	القطاع	اسم المشروع
الشريك المؤسس	الشريك المؤسس	الشريك المؤسس	الشريك المؤسس

# المرشد



## المُلخَص التنفيذي

المُلخَص التنفيذي هو مقدمة لمشروعك يجب أن يكون المُلخَص واضحاً و موجزاً ويشمل وصف للعناصر التالية:

- القيمة المقدمة الخاصة بك
- المنتج أو الخدمة التي تبيعها
- شريحة العملاء المستهدفة
- مستقبل مشروعك والأهداف المستقبلية في مجالك

ما هو المنتج أو ما هي الخدمة التي تقدمها؟

ما هي القيمة المقدمة الخاصة بك؟

ما هي الأهداف التي تملكها لشركتك؟  
ما الذي تحاول الوصول إليه؟

مثال - التوسع في الفروع - الأمتياز التجاري - التوسع العالمي

من هم الشريحة المستهدفة؟

# المرشد



## أبحاث السوق

القيام ببحث دقيق لنشاطك التجاري والمجال الذي يخدمه، يساعد ذلك المطلعين والمستثمرين المحتملين على فهم نموذج نشاطك التجاري.

العناصر التي يشملها البحث:

- الرؤية
- المهمة
- الهيكل القانوني
- أعضاء الشركة الأساسيين
- مثال: الرئيس التنفيذي، والرئيس التشغيلي، والرئيس التسويقي

## مهمة منشأتك

## لماذا ستنشئ هذا المشروع؟

## رؤيتك المستقبلية

## الهيكل القانوني لشركتك

مثال: شركة ذات مسؤولية محدودة، شركة لشخص واحد

## أعضاء شركتك وأدوارهم



# المرشد



## أبحاث السوق

تقديم معلومات مفصلة توضح أن لديك المفهوم الكامل عن المجال الذي ستعمل به شركتك.

نوصي بتضمين وصف للعميل المستهدف في نشاطك التجاري، وتحليلاً لمنافسك وأن متطلبات قانونية تؤثر على نشاطك التجاري ومجالك.

صف عن عملائك

صف عن مجالك

ما هي المزايا التي تملكها ضد منافسك؟

من هم منافسك؟

ما هي اللوائح التي تنطبق على شركتك؟

مثال: ترخيص الممارسة، ترخيص البلدية



# المرشد



خط الإنتاج/ الخدمة

صف بدقة ماذا ستفعل  
لتنمية  
وتطوير المنتجات  
والخدمات الجديدة؟

صف استراتيجية التسعير الخاصة بك

راجع الصفحات - ( 34 - 35 - 36 )

ما هي الخدمة/المنتج التي ستقدمها شركتك؟

في أي مرحلة من مراحل تطور العمل التجاري:  
يتواجد فيها منتجك أو خدمتك؟

أمثلة: الفكرة، النموذج الأولي، البداية، النمو، النضج



ما هي الحقوق الفكرية التي تمتلكها؟  
(أمثلة: علامات تجارية، أسرار تجارية)

ما هي نشاطات البحوث التسويقية والتطويرية لديك؟  
(أمثلة: المشاركة في الفعاليات، متابعة الدار)

# المرشد



## التسويق والمبيعات

كيف ستركز شركتك على  
عملائها من خلال استراتيجيات  
التسويق والمبيعات.  
بعد ذلك، وضح كيف ستحل شركتك  
لعملائها وكيف ستبيع منتجاتها

يشمل هذا الوصف العناصر التالية:

- كيف تخطط شركتك لنموها؟
- كيف ستتمكن شركتك من التواصل؟
- كيف ستعلن لمنتجاتك أو خدماتك؟

ما هي خططك لتنمية شركتك؟

كيف ستتواصل مع عملائك؟

(أمثلة: فعاليات، شبكة التواصل الاجتماعي)



### التسعير الاقتصادي

تحظى هذه الاستراتيجية بإقبال واسع من عدة شركات من ضمنها: مزودى المواد الغذائية وتجار التجزئة للبضائع المخفضة. يهدف التسعير الاقتصادي إلى جذب أكثر المستهلكين وعياً بالأسعار. باستخدام هذه الاستراتيجية ، تقوم الشركات بتخفيض تكاليف التسويق والإنتاج لإبقاء السعر المنخفض للمنتجات. ونتيجة لذلك، سيتمكن المستهلكون من شراء المنتج الذي يحتاجونه بدون أي إضافات كمالية. وبالرغم من فعالية استراتيجية التسعير الاقتصادي لدى الشركات الكبيرة مثل: وول مارت وتارجت، إلا إنه عندما يأتى الأمر إلى الشركات الصغيرة فهذه الاستراتيجية قد تكون خطرة. ذلك لأن الشركات الصغيرة تفتقر لحجم المبيعات المرتفع للشركات الكبيرة. بالرغم من ذلك فإن تصميم تخفيضات مخصصة لزيائك المخلصين قد تكون طريقة رائعة لضمان رعايتهم لسنوات قادمة.

### كشط الأسعار

تم تصميم استراتيجية كشط الأسعار لمساعدة الشركات على رفع مبيعات المنتجات أو الخدمات الجديدة للحد الأقصى. وتتضمن هذه استراتيجية رفع الأسعار فى المرحلة الأولى، ثم تقوم هذه الشركات بخفض الأسعار تدريجياً تزامناً مع دخول منتجات منافسة فى السوق. إحدى فوائد استراتيجية كشط الأسعار أنها تمكن الشركات من رفع الأرباح من المستهلكين الأوائل قبل خفض الأسعار لجذب عدد أكبر من المستهلكين الراغبين بأسعار أقل. استراتيجية كشط الأسعار لا تساعد الشركات الصغيرة على تعويض مصاريف تنمية الشركة فحسب، بل تخلق صورة للمنتج الجديد توحى بالجودة والتميز حين دخوله للسوق للمرة الأولى.



### التسعير النفسي:

التسعير النفسي هو استراتيجية يستخدمها المسوقون لدفع المستهلك للتفاعل مع الأسعار عاطفياً لا عقلياً. فعلى سبيل المثال: أثبت أن تسعير ساعة بـ 199 ريال بدلاً من 200 ريال يجذب مستهلكين أكثر، بالرغم من أن الفرق الفعلي زهيد جداً. وذلك لأن المستهلك عادةً ما يركز على الرقم الأول من السعر أكثر من الأرقام الأخرى. وتهدف استراتيجية التسعير النفسي إلى رفع الطلب على المنتج من خلال إعطاء المستهلك صورة توحى بقيمة مغرية.

### التسعير الجمعي:

تمكن هذه الاستراتيجية الشركات الصغيرة من بيع عدة بضائع مع بعضها البعض بسعر أقل مما هي عليه لو تم شراؤها كل على حده. تجميع البضائع وبيعها كمجموعة لا يعد فقط طريقة فعالة لتفريغ المخازن في شركتك من البضائع الغير مباعة بل تساعد هذه الطريقة على تعزيز القيمة المضافة للمستهلك، خاصة أنك تمنحهم شيئاً ما مجاناً. وتعد استراتيجية التسعير الجمعي فعالة أكثر بالنسبة للشركات التي تبيع منتجات مكملة لمنتجات أخرى. على سبيل المثال: يمكن أن يستفيد مطعم ما من هذه الاستراتيجية من خلال إضافة طبق تحلية مع كل طبق رئيسي في يوم معين من أيام الأسبوع. ولكن يجب على الشركات الصغيرة التأكد من أن الأرباح التي يجنونها من المنتجات الأعلى قيمة (الطبق الرئيسي) تغطي الخسارة في المنتجات الأقل قيمة (طبق التحلية).



### التسعير العالي

في التسعير العالي، تقوم المشاريع التجارية بتحديد أسعارها بأعلى من منافسيها. التسعير العالي عادة يكون في أقصى فعاليته عندما تكون دورة حياة المنتج في أيامها الأولى، والوضع المثالي أن يكون المنتج للمشاريع التجارية الصغيرة التي تقوم ببيع منتجات مميزة ونادرة. لأن العملاء يجب أن يروا أن المنتجات تستحق تسعيرها العالية، فإن المشروع التجاري يجب أن يحرص بشدة على خلق قيمة مضافة. مع تقديم منتج عالي الجودة، يجب على الملاك أن يركزوا على الجهود التسويقية مع الحرص على تغليف المنتج وديكور المحل مع بعضها لتبرر السعر العالي المنتج.

### التسعير للاستحواذ على السوق

استراتيجيات الاستحواذ تهدف إلى جذب المشتريين عن طريق تقديم أسعار أكثر انخفاضاً للسلع والخدمات. مع أن الشركات تستخدم هذه الاستراتيجية لسحب الانتباه من منافسيها لكن هذه الاستراتيجية عادة ما تتسبب بخسائر مادية في الدخل في البداية للمشروع التجاري. مع الوقت، و زيادة وعي ومعرفة الناس بالعلامة التجارية، فإن الأرباح تبدأ بالتدفق لتساعد المشاريع الصغيرة لتتميز عن نظرائها. على المدى الطويل، وبعد التغلغل بعمق في السوق، تبدأ عادة هذه الشركات برفع أسعارها لتعكس بشكل أفضل مكانتها في السوق.



### تأسيس شركة ذات مسؤولية محدودة

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من البدء في ممارسة النشاط التجاري وتأسيس شركة ذات مسؤولية محدودة، يؤسسها شخص واحد أو أكثر من ذوي الصفة الطبيعية أو الاعتبارية، وتعد ذمتها مستقلة عن الذمة المالية لكل شريك فيها أو المالك لها، وتكون الشركة وحدها مسؤولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها أو الناشئة عن نشاطها، ولا يكون المالك لها ولا الشريك فيها مسؤولاً عن هذه الديون والالتزامات إلا بقدر حصته في رأس المال

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)

### إصدار سجل تجاري (مؤسسات)

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من البدء في ممارسة النشاط التجاري

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)

### تأسيس شركة مساهمة مُبسطة

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من البدء في ممارسة النشاط التجاري وتأسيس شركة مساهمة مُبسطة، يؤسسها شخص واحد أو أكثر من ذوي الصفة الطبيعية أو الاعتبارية، ويكون رأس مالها مقسماً إلى أسهم قابلة للتداول وتسري عليها أحكام الشركات المساهمة ما لم يرد بها نص خاص

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)

### تأسيس شركة مساهمة

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من البدء في ممارسة النشاط التجاري وتأسيس شركة مساهمة، يؤسسها شخص واحد أو أكثر من ذوي الصفة الطبيعية أو الاعتبارية، ويكون رأس مالها مقسماً إلى أسهم قابلة للتداول، وتكون الشركة وحدها مسؤولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها أو الناشئة عن نشاطها، وتقتصر مسؤولية المساهم على أداء قيمة الأسهم التي اكتتب فيها

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)



## تأسيس شركة توفية بسيطة

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من البدء في ممارسة النشاط التجاري وتأسيس شركة توفية بسيطة، تتكون من فريقين (المتضامن) وهو المسؤول عن ديون والتزامات الشركة، و(الموصف) وهو الذي لا يكون مسؤولاً إلا في حدود حصته في رأس المال

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)

## تأسيس شركة تضامنية

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من البدء في ممارسة النشاط التجاري وتأسيس شركة تضامنية، يؤسسها شخصان أو أكثر من ذوي الصفة الطبيعية أو الاعتبارية؛ يكونون مسؤولين فيها شخصيًا عن جميع أموالهم وبالتضامن عن ديون الشركة والتزاماتها، ويكتسب الشريك فيها صفة التاجر

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)

## تعديل عقد التأسيس / نظام أساس

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من تعديل عقد تأسيس الشركة من خلال تغيير أي مادة من مواد العقد.

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)

## تأسيس شركة بموجب ترخيص استثماري

هذه الخدمة تُمكن المستثمر من تقديم طلب عقد تأسيس الشركات الأجنبية وذلك بموجب رخصة استثمار من وزارة الاستثمار.

الاشتراطات والمتطلبات : [الرابط](#)





[www.seavent.org/theset](http://www.seavent.org/theset)

عرض المشروع

التخطيط المالي

” دائما ما تبدأ قصص النجاح برؤية.  
وأنجح الرؤى هي تلك التي تبني على مكامن القوة.

“

**محمد بن سلمان**

# عرض المشروع

---

• قائمة المتطلبات اللازمة

• نطاق عامة

## الأخطاء الشائعة في عرض المشروع

- عدم تحديد الهدف من العرض، فالعرض الموجه للمستثمرين يختلف عن الموجه للشركاء ويختلف عن الموجه للعملاء
- وقوع الملقن في فخ التفاصيل، بحيث أن هناك تفاصيل قد لا تهم المتلقي
- عدم تحديد عناصر المشروع بدقة؛ كالقيمة المضافة، أو شرائح العملاء
- عدم اختيار الاستراتيجية المناسبة للعرض؛ مثل إدارة الوقت والمكان وحجم الجمهور
- إهمال الجوانب التسويقية أو المالية أو القيمة المضافة وعدم إظهار الثقة والإصرار والحماس للمشروع أثناء عرضه
- عدم وضوح الفكرة أو صعوبة تنفيذها وعدم وجود نموذج عمل واضح يشرح جوانب المشروع بشكل مختصر و قابل للتطبيق و التوسع

## التحديات التي تواجه رواد الأعمال أثناء عرض المشروع

- حداثة الفكرة: استحداث حل جديد لمشاكل التي قد تواجه العملاء وتوضيح آلية عمل فكرته للعمامة
- اعتماد الخدمة على تقنية معينة: كمثال برمجة موقع الكتروني، فيتم الشرح بلغة مفهومة وعامة
- تعقيد جوانب المنتج: مثل كثرة الحلول المطروحة والمعقدة ذات الجوانب المتعددة؛ فيجب توضيح شرح جوانب المنتج بأسهل طريقة ممكنة
- كثرة تفاصيل المشروع: مثل تعدد شرائح المستهلكين، أو تعدد القيمة المضافة، أو تعقيد مصادر الربح
- عوامل خاصة برائد الأعمال نفسه: كمثال عدم قدرته على مواجهة الجماهير، أو عدم ممارسته للإلقاء أو العرض

## نصائح قبل عرض المشروع

- كن متحمسًا وشغوفًا بمشروعك وتحدث بثقة وأظهر تميزك في كل الجوانب
- كن مبدعًا في كل مراحل مشروعك
- تجنب التفاصيل التي لا جدوى منها
- وازن بين التفاوض والحزم في مناقشة مشروعك
- تمتع بالمرونة فقد تكون هن الباب الوحيد للخروج من أصعب المواقف

## صفات مقدم العرض

- الثقافة العامة
- الإعداد الجيد
- المظهر اللائق
- المهارة اللغوية
- الثقة بالنفس
- لغة الجسد ونبرة الصوت
- التواصل البصري مع المستمعين

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات طفيفة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال: ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسوم التي ستحضرها لكل موضوع

## ملخص مختصر للمشروع

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

اسم المشروع

( مثال : 40 ثانية )

محتوى العرض

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات طفيفة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال:  
ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع

## المشكلة والتحديات التي يواجهها عميلك

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض

## العملاء المستهدفون

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات طفيفة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال:  
ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع



## الحل أو الخدمة أو المنتج

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات طفيفة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال:  
ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات طفيفة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال:  
ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع

## نقاط قوة مميزة

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض



## السوق والمنافسون

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات صغيرة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال:  
ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع

## الفريق المؤسس

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات طفيفة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال: ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع

## الإجازات

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات صغيرة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال:  
ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسوم التي ستحضرها لكل موضوع

## نموذج الايرادات والتوقعات المالية

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض

### قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات صغيرة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال:  
ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع

## قائمة المتطلبات اللازمة



في هذه الورقة، يرجى كتابة ملاحظات طفيفة توضح محتوى عرضك

على سبيل المثال: ما هي المعلومات التي ستقدمها لفظيًا أو على شرائح العرض وما هي الوسائل البصرية أو الرسومات التي ستحضرها لكل موضوع

## عن ماذا تبحث ؟ ولماذا ؟

الشخص المتحدث

مدة عرض الشريحة

محتوى العرض



” رأس المال ليس هو المشكلة، ولكن لا بد  
وأن يكون لديك الرغبة والشغف للتحرك  
ففي عالم التجارة وريادة الأعمال. “

**محمد العبار**





# بناء الفريق

---

• نطاق عامة

## التوعية بمدى أهمية اختيار فريق العمل

إن الدقة في اختيار فريق عمل متجانس يعمل بروح الفريق الواحد، هو سر من أسرار نجاح المنشأة، كما أن القدرة على غرس ثقافة روح الفريق ونشرها والتأكيد عليها وممارستها فعلياً بقناعة من كافة أعضاء فريق العمل يساعدهم على تحقيق أهدافها وتعزيز رضا موظفيها .  
القدرة على تأصيل هذه الثقافة داخل الفرقة ونشر هذه الثقافة والتأكيد عليها وممارستها فعلياً بقناعة من كافة أفراد الفريق والتوافق ضمن استراتيجية ( اكسب وتكسب ) تجعل الفرقة فاعلة في تحقيق أهدافها .

## أهمية انسجام أعضاء الفريق من حيث العمل

الانسجام بين فريق العمل يعتبر عاملاً رئيسياً في نجاح أي شركة، فهو يشجع كل فرد داخل الفريق لمشاركة أفكاره بأمانة وثقة مع زملائه، مما يساعد على إحراز أعلى النتائج والخروج بأفضل الحلول.  
أدناه بعض النصائح لمساعدة القيادات على بناء فريق عمل وخلق التعاون والانسجام بينهم، تشمل :

- الشخص المناسب في المكان المناسب
- بناء علاقات متينة مع كل فرد
- وضع قواعد مرجعية
- استيعاب الهدف الأساسي
- ترسيخ مبدأ المشاركة
- التشجيع على المشاركة
- جدول محدد بالأهداف والتوقيتات
- التقييم المنتظم للأداء
- تعزيز العلاقات خارج حدود الشركة
- التواصل الواضح
- العدل

## إدارة وحلول المعوقات التي قد تنشأ بين الأعضاء

### أهم المعوقات والمشاكل التي قد تواجه أعضاء الفريق :

- غياب الثقة بين أعضاء الفريق: وهو أمر يمنع أعضاء الفريق من البوح بنقاط ضعفهم والمشكلات التي يواجهونها أمام بقية أعضاء الفريق مما يحرم الفريق من الاستفادة من خبرات وقدرات وامكانيات بعضهم البعض .
- الخوف من الاختلاف: وهو أمر يؤدي لأن يمتنع أعضاء الفريق عن البوح بأرائهم الحقيقية تجاه الأفكار المتداولة مما يؤدي لقصور في نظرة الفريق وعدم شمول أفكاره لكافة الجوانب المرتبطة بالأمر الذي يتم مناقشته .
- عدم الالتزام: غياب الأهداف الواضحة المحددة المرتبطة بوقت والممكن قياسها والتي لها قيمة لأعضاء الفريق سيؤدي لفشل الفريق في الاتفاق على أمور يمكنهم الالتزام بتنفيذها .
- عدم المحاسبة: المجالات بين أعضاء الفريق لها أثر سلبي كبير على الأداء فمن الضروري متابعة ومحاسبة أعضاء الفريق عند تكليف أحد منهم بمهمة معينة وعدم أدائه لها على الوجه المطلوب .
- التركيز على النتائج: والمقصود به تركيز أعضاء الفريق على تحقيق أهداف الفريق العليا بدلا من تقديم مصالحهم على مصلحة الفريق وهو أمر يسبب توتراً بين أعضاء الفريق وسيؤثر على كفاءة الأداء وينهض روح الفريق .

## أهمية استمرارية واستدامة أعضاء الفريق

من أهم العوامل التي تساهم في استمرارية واستدامة فريق العمل هو توظيف المرشحين المناسبين لمجال العمل وتقديم أجر تنافسي لهم وأيضا من الممكن ارسال استبيانات لمعرفة المشاكل والمعوقات التي تواجههم والتي تساهم في الحفاظ عليهم .

مثال على بعض الاسئلة في الاستبيان :  
هل تستمتع بالعمل هنا معظم الأيام؟

- هل أنت فخور بالعمل في هذه الشركة؟
- هل ترى نفسك تعمل هنا لمدة سنة واحدة؟ سنتان؟ خمس سنوات؟
- هل تستمتع بالعمل مع فريقك الحالي؟
- هل تشعر أن مشرفك عادل وداعم ومستثمر في نموك؟

ومن العوامل المهمة للحفاظ على استمرارية أعضاء الفريق هي: توفير وتعزيز بيئة مكان عمل آمنة وشاملة وتحسين وتطوير مهارات الأعضاء وبناء الروابط بينهم بحيث إن تعزيز صداقات العمل هو أحد أقوى تقنيات الاحتفاظ بالموظفين وإن كانت غير مستغلة .  
يجدر الإشارة إلى أن الإعجاب والمودة تجاه الزملاء الموظفين للعمل على مستويات أعلى والبقاء في الفريق بدافع الولاء .

” الفكرة بدون تنفيذ مجرد وهم.  
“

**عبدالسلام الكويتي**

# مراجع وخطوات مهمة

---

- شبكة التواصل الاجتماعي
- نموذج بطاقة عمل
- روابط مهمة

- ملف الشركة
- اسم المشروع
- اختيار النطاق المثالي
- هوية العلامة التجارية

## الخدمات

- صف الخدمة التي تقدمها
- ماهي قدرة الشركة التنافسية؟
- ماهي مميزاتك التنافسية؟

## اسم / شعار الشركة

- الأعضاء الرئيسيين
- " اكتب اسم المالك أو الأعضاء هنا "

## الاستراتيجية والرؤية

- الرؤية والرسالة
- أهداف الشركة (قصيرة وطويلة المدى)

## الخلفية

- قصة الشركة

## للتواصل

- العنوان - اسم الشارع
- الموقع الإلكتروني
- وسائل التواصل الاجتماعي
- رقم المكتب
- البريد الإلكتروني

## كيفية إيجاد مسمى للمشروع

- فريد ويعلق في الذاكرة
- تجنب الأسماء الشائعة
- سهل نطقه وتذكره
- بسيط
- منطقي
- يعطي تصور
- وصف
- تحدث عن ما تؤمن به
- أروي قصتك



إنشاء بريد إلكتروني



إنشاء حساب مصرفي



صناعة ختم



## نصائح حول اختيار النطاق المثالي للموقع الإلكتروني: Perfect Domain

### البساطة

اجعل موقعك بسيطاً قدر الإمكان

### العلامة التجارية

اجعل موقع الويب الخاص بك متوافق مع علامتك التجارية

### امتلك نطاقك الخاص

### قم دائماً بتضمين وسائل التواصل

اجعل موقعك قابل للاستخدام عن طريق الجوال

### الجودة أهم من الكمية

ابدأ باستخدام موقع ويب صغير وعالي الجودة

- اختصر
- تجنب الأرقام وعلامات الوصل
- التحقق من صلاحيتها وتوفرها على مواقع التواصل الاجتماعي والعلامات التجارية
- من السهل كتابته
- استخدام اسم مجال مناسب

## هوية العلامة التجارية

### ◆ اشرح علامتك التجارية

التعريف عن نفسك وما الذي تقوم به سيسهل على عملائك المستهدفين تحديد ما إذا كانت خدماتك ستلبى احتياجاتهم

### ◆ اصنع روحًا لعلامتك التجارية

مثّل واشرح الخصائص المميزة لعلامتك التجارية التي ستساعدك في التميز وسط الآخرين وتقديم منتجات وخدمات عالية الجودة لعملائك المستهدفين

### ◆ مكانة العلامة التجارية

الاستراتيجية الفعالة لمكانة العلامة التجارية تقوي العلاقة بالعميل وترفع الميزة التنافسية للمشروع مما يعزز من قيمة العلامة التجارية الخاصة بك

### ◆ قم بعمل تحليل SWOT

Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats  
نقاط القوة - نقاط الضعف - الفرص - المخاطر

سيساعدك على تحديد لماذا يجب عليك إنشاء أو تحديث دليل لهوية علامتك التجارية في المقام الأول

### ◆ قم بالأبحاث اللازمة

يعد القيام بالأبحاث شيئاً أساسياً لأي مشروع، سواء كنت تعمل على هوية علامة تجارية جديدة، أو إعادة تصميم موقع ويب أو إنشاء مدونة

### ◆ اعرف جمهورك

يجب على البحث الخاص بك أن يقدم لك فكرة واضحة نسبياً لمن ستقوم بالتحدث معه عن علامتك التجارية



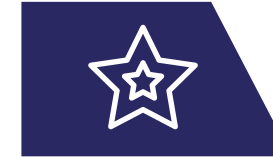
التكلفة المنخفضة



الغلاء



القيمة مقابل المال



التفوق

## ركائز اختيار العلامة التجارية

### ◆ سمات العلامة التجارية

هي مجموعة من الخصائص التي تحدد السمات المادية والشخصية للعلامة التجارية، على غرار السمات التي تسمح لنا بتحديد هوية الأشخاص باستمرار.

### ◆ وعد العلامة التجارية

هو امتداد لمكانة الشركة لذلك إذا كنت تعتقد أن مكانتك في السوق هو الأرض الخصبة التي ستسمح للعلامة التجارية في النمو والازدهار فإن وعد العلامة التجارية هو ثمرة العلامة التجارية - إنها الفائدة الملموسة التي تجعل المنتج أو الخدمة مرغوبًا بها.

### ◆ مكانة العلامة التجارية

يُعرّف تحديد مكانة العلامة التجارية على أنه المكان الافتراضي الذي ترغب فيه شغلة في عقل ومخيلة المستهلك المستهدف والميزات التي تريد أن يفكر بها عندما يفكر في علامتك التجارية.

### ◆ رؤية العلامة التجارية

هي تلك الأفكار خلف علامتك التجارية التي تلهمك وتلهم موظفيك وعملائك وتعطيك توجه محدد ومعين لشركتك.

### ◆ القيم الأساسية

القيم الأساسية هي المعتقدات الأساسية عن الشخص أو المنظمة، وتحدد هذه المبادئ التوجيهية السلوك وقد تمكن الناس من فهم الفرق بين الحواب والخطأ. بالإضافة إلى أن هنالك العديد من الأنواع للقيم الأساسية في العالم، كلا حسب سياقه الملانم.

- إنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال: انستغرام، تويتر...إلخ
- توحيد اسم المستخدم لجميع الحسابات
- الحفاظ على هوية العلامة التجارية وإنشاء قوالب مخصصة لمواقع التواصل الاجتماعي
- القيام بإنشاء خطة تسويقية سنوية (تقسيم السنة من ثلاث إلى أربع أرباع)
- معرفة الفئة المراد استهدافها
- إنتاج الصور ومقاطع الفيديو والرسومات الجرافيكية
- تفضيل الجودة على الكمية
- إنشاء وسم (هاشتاق) خاص بالعلامة التجارية

### لماذا يتطلب العمل التجاري الخاص بك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

- زيادة الوعي بالعلامة التجارية والولاء لها
- التواصل مع الفئة التي تستهدفها
- زيادة فرصك في الحفاظ على عملائك
- زيادة التفاعل والمحادثات على موقع الويب الخاص بك
- فتح المجال لمشاركة ماتريده عن الشركة
- معرفة أخبار منافسيك

3.5 inches

الاسم	◆
المسمى الوظيفي	◆
الجوال	◆
البريد الإلكتروني	◆
الموقع الإلكتروني	◆
حسابات وسائل التواصل الاجتماعية (انستغرام، تويتر)	◆
الشعار (اختياري)	◆
الصندوق البريد	◆
العنوان	◆

2 inches



### بلدي

إدارة الرخص - تقارير فنية - شهادة صحية  
خدمات أخرى



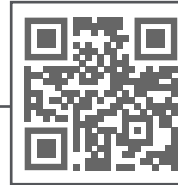
الرابط

<https://balady.gov.sa/ar/services>



### مرن

حلول توظيف تقنية



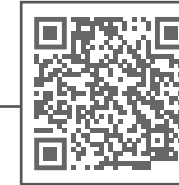
الرابط

[marn.io](https://marn.io)



### المركز السعودي للأعمال

تأسيس شركة - إحدار السجل التجاري - التفويض  
القوائم المالية - التراخيص - رخصة البلدية - خدمات أخرى



الرابط

<https://business.sa/ServicesAndPrograms/Services.html>



### صندوق تنمية الموارد البشرية

تدريب الكترونى - دروب



الرابط

<https://www.hrdf.org.sa/program/المنحة-الالكترونية-دروب-افراد>



### طاقات

دعم التوظيف



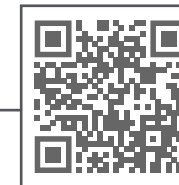
الرابط

<https://eservices.taqat.sa/Eservices/ProgramDetails.aspx?Id=1>



### سلامة

إحدار أو تجديد تراخيص الدفاع المدني



الرابط

<https://salamah.998.gov.sa/#/landing/permit-instructions>



**المركز الوطني للفعاليات**  
مبادرة مطلوب - مبادرة أنجز



• [الرابط](#)

[nec.gov.sa](http://nec.gov.sa)



**أبداع - Abdea**  
تطبيقات الأنشطة الثقافية



• [الرابط](#)

[/https://abdea.moc.gov.sa/site](https://abdea.moc.gov.sa/site)



**صندوق التنمية الثقافي**  
برامج تحفيز المشاريع الثقافية - برامج تمويل



• [الرابط](#)

[/https://cdf.gov.sa](https://cdf.gov.sa)



**وزارة السياحة**  
الخدمات الإلكترونية و التراخيص



• [الرابط](#)

[mt.gov.sa/e-services](http://mt.gov.sa/e-services)



**هيئة الموسيقى**  
برامج ومبادرات



• [الرابط](#)

[/https://music.moc.gov.sa](https://music.moc.gov.sa)



**وزارة الترفيه**  
المبادرات - حلول التمويل - اللوائح والأنظمة



• [الرابط](#)

[/https://www.gea.gov.sa](https://www.gea.gov.sa)





بنك المنشآت الصغيرة والمتوسطة  
تمويل



الرابط

[/https://smebank.gov.sa](https://smebank.gov.sa)



منشآت  
خدمات - برامج - مراكز - أدوات



الرابط

<https://www.monshaat.gov.sa/all-services-page>



وزارة الاستثمار  
رحلة المستثمر



الرابط

[/https://misa.gov.sa/ar](https://misa.gov.sa/ar)



تأميني  
إنشاء تأمين حصر - سيارات



الرابط

[/https://www.tameeni.com](https://www.tameeni.com)



الهيئة السعودية للملكية الفكرية  
تسجيل علامة تجارية



الرابط

[www.saip.gov.sa/services/1307](http://www.saip.gov.sa/services/1307)



قوى  
خدمات - تأشيرات - العقود - اللوائح - التأشيرات  
الرخص - إدارة المهن - المخالفات - تدريب الموظفين



الرابط

<https://qiwa.sa/ar/qiwa-services>