

الدليل الاستراتيجي الشامل لتمكين الأسر المنتجة في العصر الرقمي

من التأسيس والرقمنة وهندسة التسعير.. إلى تحقيق الاستدامة والأثر المؤسسي



طبيعة النشاط

(إعداد برامج و صور و فيديو
و تصاميم 3D) من خلال
الذكاء الصناعي

دراسة الشريحة المستهدفة

تحديد سلوك وحجم العملاء
المحتملين قبل الإنتاج.



استراتيجية الإطلاق

اختبار المنتج (MVP) عبر تطبيقات
مخصصة لتقليل هدر المال
ومعرفة مدى قبول السوق.

تحليل المنافسة والطلب

تقدير المزايا التنافسية التي
يبحث عنها السوق وتمييز
الفكرة عن الأفكار المشابهة.

تحليل PEST (البيئة الخارجية)

عوامل سياسية وقانونية:
تراخيص العمل الحر، الدعم الحكومي (بنك التنمية).



عوامل اقتصادية:
القوة الشرائية، تكاليف التوصيل والمواد الخام.



عوامل اجتماعية:
تغير أذواق المستهلكين، الرغبة في المنتجات المحلية والأصلية.



عوامل تقنية:
منصات التجارة الإلكترونية، تطبيقات التوصيل، أدوات الذكاء الاصطناعي.

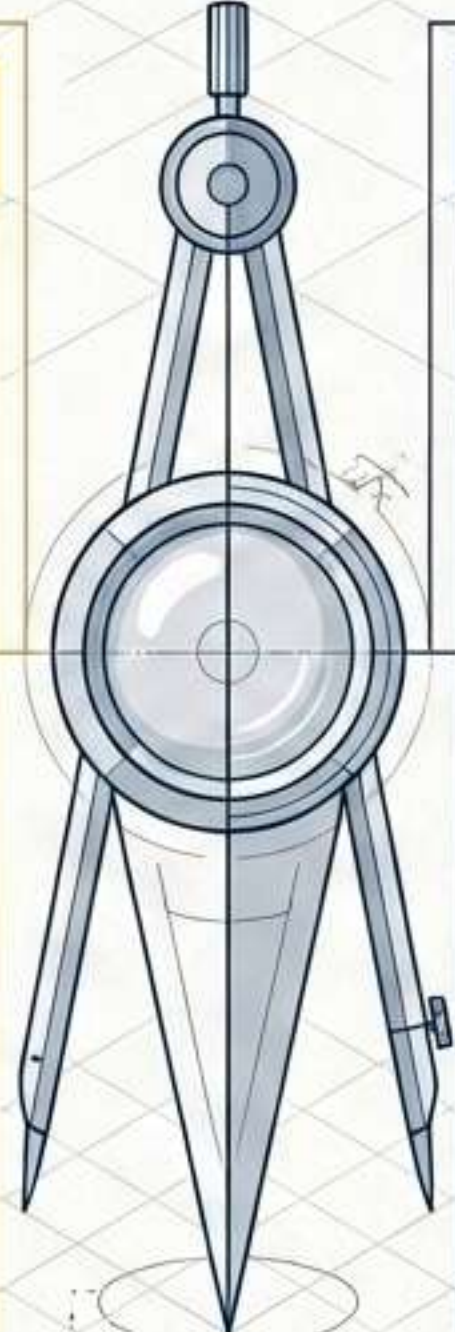


تحليل SWOT (البيئة الداخلية)

نقاط القوة:
جودة المنتج اليدوي، المرونة في التخصيص، التكلفة التشغيلية المنخفضة.



نقاط الضعف:
قلة الخبرة في التسويق الرقمي، ضعف التغليف، محدودية القدرة الإنتاجية.



استراتيجية المعالجة (ضعف + فرص)

التسجيل في دورات التصوير والتسويق لرفع جودة العرض الرقمي واستغلال الطلب المتزايد على المتاجر الإلكترونية.



استراتيجية الهجوم (قوة + فرص)

استغلال جودة المنتج العالية للدخول بقوة في تطبيقات البيع المتخصصة واستهداف شرائح جديدة.



استراتيجية الانكماش (ضعف + تهديدات)

تقليل خطوط الإنتاج المتعددة والتركيز على المنتج الأكثر مبيعاً لتقليل التكاليف وتجنب خسارة المواد الخام.



استراتيجية الدفاع (قوة + تهديدات)

التركيز على بناء ولاء العملاء وتقديم قيمة مضافة لمواجهة منافسة المطاعم والأسواق الكبرى.



المستوى الرابع: التطبيقات المستقلة

استثمار دراسات الجدوى لإنشاء تطبيق خاص للأسرة لعرض المنتج قبل تنفيذه بكميات لتجنب الهدر المالي.

المستوى الثالث: منصات البيع المتخصصة

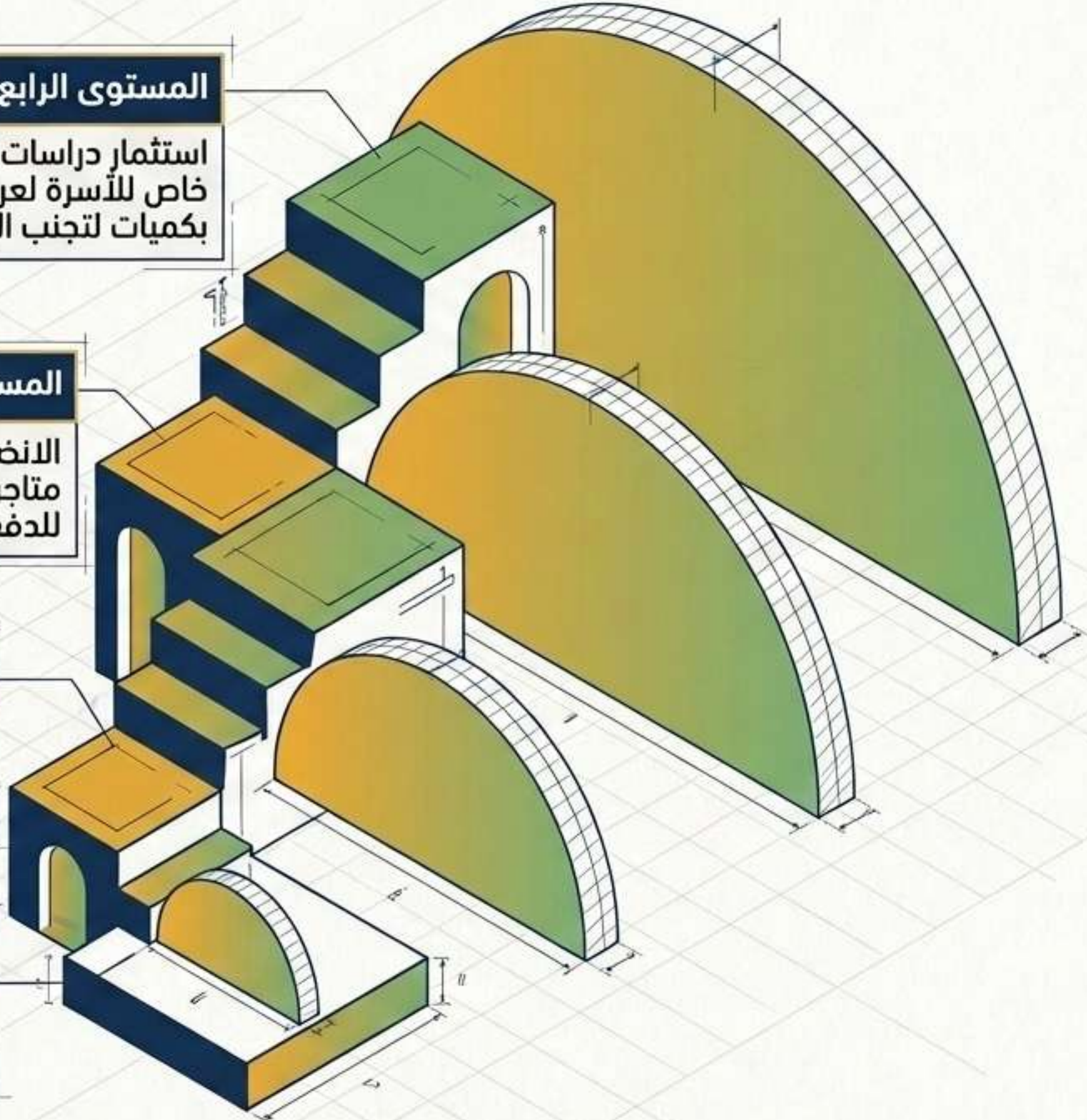
الانضمام إلى منصات مثل شوية أو بناء متاجر عبر سلة وزد. (وصول واسع، تنظيم للدفع والتوصيل، احترافية عالية).

المستوى الثاني: التواجد الاجتماعي

استخدام Instagram و WhatsApp لعرض المنتجات واستقبال الطلبات. (وصول متوسط، جهد تشغيلي عالي).

المستوى الأول: المحيط التقليدي

الاعتماد المحدود على الأقارب، الجيران، والمعارف. (نمو بطيء، استهداف ضيق).



أدلة نجاح



أم نواف (الشرقية)

أم عبدالله (القصيم) يجلب عبادك القشرة، صناعة الشاهية بعراة من الموحهة أن نجاج من التمسني في المحاطلوه، على عبادك التحملات الأسية في التدرج

أم عبدالله (القصيم)

أم عبدالله (القصيم) يجلب عبادك المثرقة، مان غلهل صناعة المحتوى المرئي، مفس عاوه الذي عبادك الأشود أني أم ببرالله تتريز (وي القصيم))

تسعير المنتجات ليس مجرد وضع رقم عشوائي أو حساب التكلفة المباشرة؛
إنه استراتيجية ترسم الصورة الذهنية للمنتج في السوق.



الخلاصة: عندما تفوق القيمة المدركة السعر المدفوع، يتخذ العميل قرار الشراء فوراً.

تعظيم الأرباح والجودة

- التسعير على أساس القيمة: بناءً على الفائدة المقدمة.
- كشط السوق (Skimming): سعر مرتفع للمنتجات الحصرية ثم تخفيضه.

الدخول واكتساب السوق

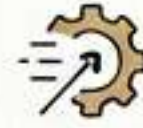
- التسعير التمهيدي: سعر منخفض مؤقتاً لجذب عملاء.
- التجربة المجانية (Freemium): عينات لدفع العميل للشراء.

المرونة والعمليات التشغيلية

- التكلفة الزائدة: التكلفة + هامش الربح.
- التسعير المتدرج: باقات لتشجيع شراء الفئة الأعلى.
- التسعير الديناميكي: تعديل السعر حسب الطلب والموسم.
- الاشتراك: رسوم دورية للخدمات.
- اختبار A/B: مقارنة سعرين لنفس المنتج.

التكتيكات النفسية والتنافسية

- التسعير النفسي: سحر الأرقام (مثل 9.99).
- التسعير بالندرة: العروض المحدودة بالوقت/الكمية.
- التجميعي: دمج منتجات بسعر إجمالي أقل.
- التنافسي: التسعير بناءً على السوق.



التحكم الفوري

تعديل الأسعار سريعاً دون الحاجة لبرمجة.



التحليل واستخراج البيانات

تقارير تفصيلية توضح أداء السعر وعلاقته بحجم المبيعات.



اختبار أساليب التسعير

تجربة أكثر من نموذج تسعير لشرائح مختلفة بضغط زر.



الامتثال التنظيمي

توافق الأسعار والفواتير مع القوانين والضرائب المحلية.



إدارة العروض الموسمية

أتمتة التخفيضات (اليوم الوطني، الأعياد) لتعزيز الإيرادات.



التمكين المؤسسي: نموذج جمعية الأسر المنتجة بمنطقة جازان



المنجز الوطني:

تحويل الأسر المنتجة في جازان من الرعاية إلى التنمية عبر منظومة متكاملة من التمويل، التدريب، النفاذ للأسواق، والرعاية.



الفئات المُمكنة:

أسر الضمان الاجتماعي، الأيتام، رواد الأعمال، والأرامل.



النطاق الجغرافي الشامل:

تغطية 14 محافظة ومركزاً، وتوحيد جهود القطاعين القطاعين العام والخاص لتأسيس اقتصاد محلي مستدام مجاهد محلي مستدام يعتز بثقافة العمل اليدوي.



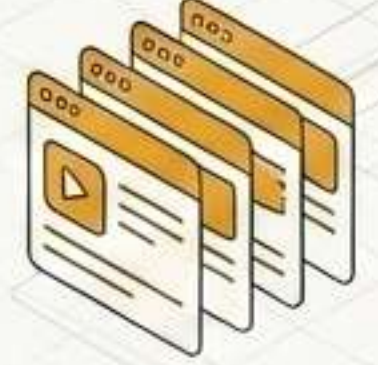
4,063

مستفيدة مدربة



70

مساراً وبرنامجاً تدريبياً منفذاً



تصنيفات التدريب وبناء القدرات

التمكين التجاري والإداري

دراسة الجدوى، التسويق الإلكتروني، إدارة المال، مهارات التفاوض، المخازن.



التمكين التقني والمهني

صيانة برمجيات الجوال، الفوتوشوب، التجارة الإلكترونية، والتصوير الفوتوغرافي.



المهارات الحرفية المتخصصة

تحضير الوجبات، التجميل، صناعة البخور، وتغليف الهدايا.



المحور التنموي (المحافظ الإقراضية)



المحور الإغاثي والرعوي (المنح والهبات)



إجمالي التمويل:
7,051,760
ريال سعودي

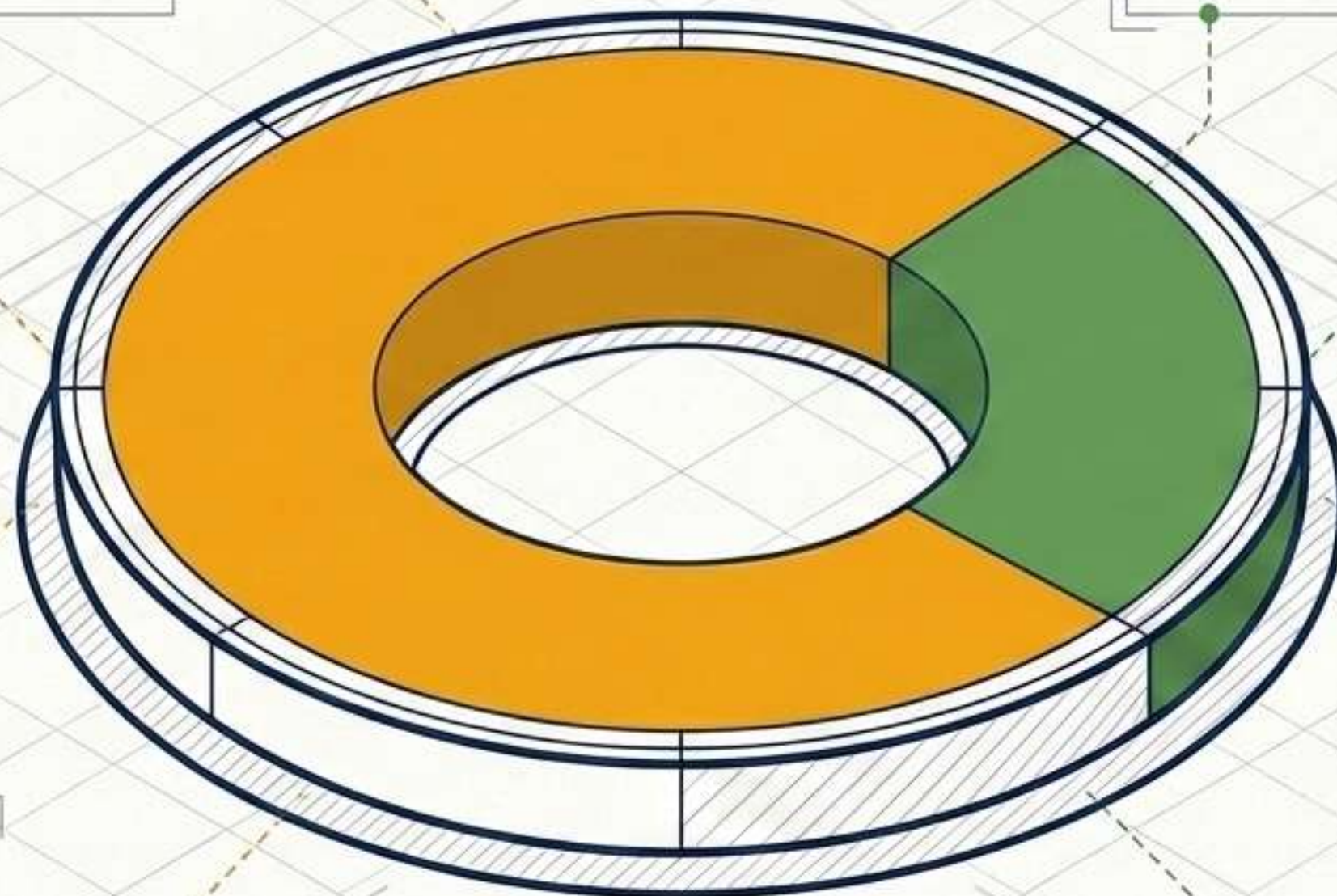
عدد المقترضين:
499 مستفيد

أبرز المحافظ:
إنتاجي (بنك التنمية)،
ليستغناوا (الجميح)، أبادينا
(السبيعي)، العطاء الذكي.

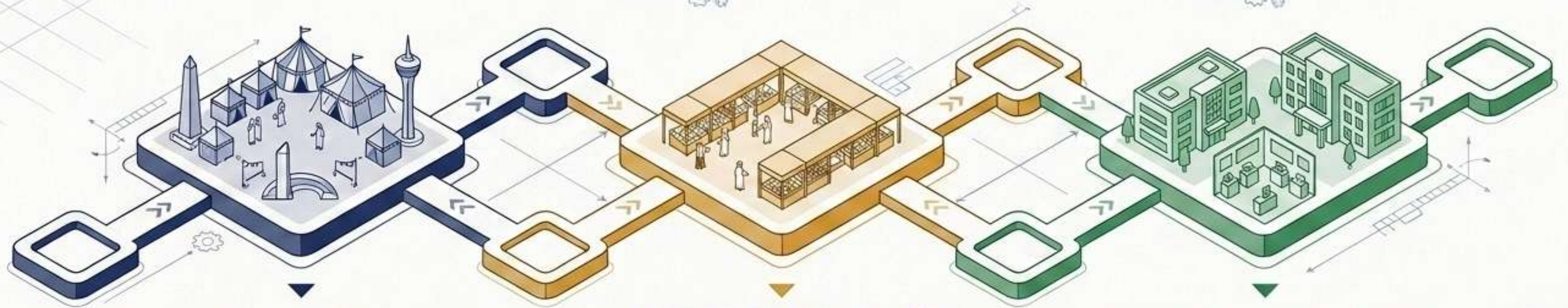
إجمالي الدعم:
1,968,980
ريال سعودي

عدد المستفيدين:
1,726 مستفيد

أبرز المنح:
تخفيف أضرار جائحة كورونا،
أجهزة، السلال الغذائية،
وترميم المنازل.



لوحة معلومات أثر الوصول إلى الأسواق

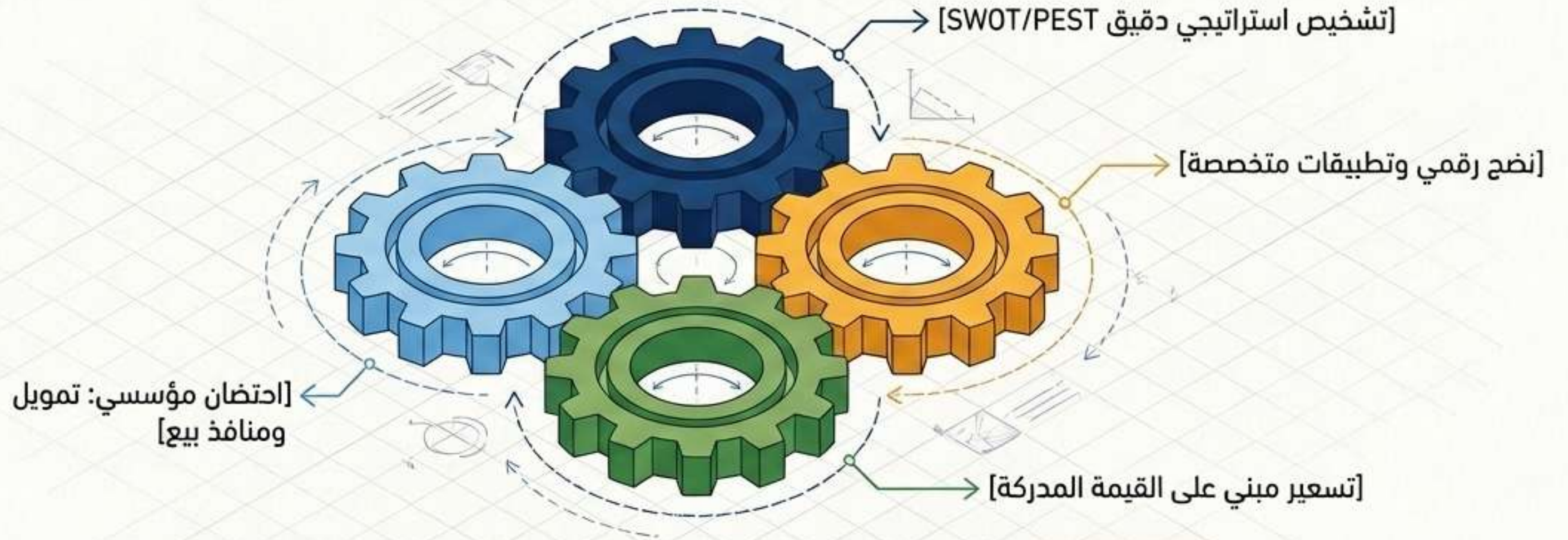


المهرجانات الوطنية والسياحية
مهرجان الجنادرية، خيام التسوق
في المهرجان الشتوي، ومهرجان
البن السنوي.

الأسواق الدائمة والبازارات
مقرات الأسر المنتجة، وبازارات
أيادينا المنتشرة في العارضة،
صامطة، ضمد وبيش.

الجامعات والمعارض الرسمية
معارض الكليات (كلية صيا)،
ملتقى التمكين، ومعارض وزارة
الزراعة (ريف).

النهوض بقطاع الأسر المنتجة ليس عملاً خيراً بحتاً، بل هو **هندسة** اقتصادية تتطلب تكامل العناصر الأربعة.



**النتيجة: صناعة محتوى محلي منافس، اقتصادات
أسرية مستدامة، ومجتمعات فاعلة ومستقلة.**