**A drawing of a face

Description automatically generated**

**نموذج خطة العمل**

# 

# **الإرشادات**

يمكنك استخدام نموذج [[خطة العمل](http://practicalbusinessskills.com/assets/templates/business-plan.docx)] الموجز هذا لإنشاء خطة العمل الخاصة بك أو تحديثها. قد تكون هذه النسخة المختصرة مفيدة إذا كنت تحاول تنظيم أفكارك أو إجراء فحص لنشاطك أو كنت تبحث عن استثمارات من الأصدقاء أو العائلة. إذا كنت ترغب في عرض خطة عمل على مقرِض أو مصرف متخصص، أو إذا كنت ترغب في التعمق أكثر في نشاطك، فإننا نوصي باستخدام النموذج الكامل [[نموذج خطة العمل](http://practicalbusinessskills.com/assets/templates/business-plan.docx)].

هذا النموذج مقسم إلى أربعة أقسام رئيسية: الملخص التنفيذي، ووصف النشاط التجاري، والتسويق، والملحق. كما يوجد العديد من الأقسام الفرعية داخل كل قسم، ويمكنك إضافة أقسام فرعية أو حذفها أو إعادة تسميتها بحسب الحاجة.

ستجد *نصًا مائلًا* في جميع أقسام النموذج يساعد في توضيح الغرض من كل قسم. استبدل النص المائل بكل ما يرتبط بك من أوصاف وحقائق وأرقام لإعداد خطة العمل الخاصة بك.

قبل أن تشارك خطة العمل الخاصة بك مع شخص ما، ربما سيكون عليك إلزامه بالتوقيع على اتفاق عدم إفشاء أو سرية. قد تحتوي خطة العمل الخاصة بك على معلومات قيّمة، بالإضافة إلى أي معلومات شخصية بشأن أصحاب العمل أو المستثمرين.

# **ملخص تنفيذي**

*يقدّم الملخص التنفيذي للقراء نبذة عامة على عملك وأهدافك ومجال العمل الخاص بك، ويصف المنتجات أو الخدمات التي يوفرها عملك وكيف يتميز عملك مقارنة بالمنافسين.*

*يجب أن يحدد الملخص التنفيذي الجمهور المستهدف والعميل المثالي وتوقعات شركتك ومجال العمل الخاص بك. يمكنك تحديد الأهداف المقررة لشركتك للعام المقبل والثلاث السنوات والخمس سنوات المقبلة.*

*على الرغم من أن الملخص التنفيذي يمثل الجزء الأول من خطة العمل الخاصة بك، فقد ترغب في صياغته في آخر المطاف، بعد الانتهاء من جميع الأبحاث المطلوبة.*

*يمكنك استخدام العناوين الفرعية التالية كمخطط تفصيلي لتنظيم الملخص التنفيذي الخاص بك.*

## **النقاط الأساسية**

*يمكنك أن تبدأ بتسليط الضوء على النقاط الأساسية للأعمال. إذا كنت قد حصلت على براءة اختراع لفكرة جديدة، أو حصلت على تقييمات إيجابية من العملاء، أو حصلت على أموال، أو لديك خبرة شخصية في المجال، فقد تكون هذه النقاط الأساسية هي ما تريد.*

*يمكنك أيضًا إضافة مخططات أو رسومات، وذلك إذا كنت قد أطلقت نشاطك التجاري مثلًا وتريد تسليط الضوء على زيادة المبيعات أو الأرباح.*

## **الأهداف والاستراتيجيات**

## *ما هي خطتك لكسب المال وما هو المبلغ الذي تريد أن تربحه خلال الأشهر القليلة الأولى أو سنوات العمل؟ حدّد هذه الأهداف وخطتك لتحقيقها وكيف ستقيس نجاحك.*

## **بيان الرؤية**

يجب أن يصف [[بيان الرؤية](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/creating-a-business-plan)] ما تريد تحقيقه وما تريد تقديمه لعملائك. *يجب أن يكون موجزًا، وسهل التذكّر، وملهمًا، ومبنيًا على قيمك الشخصية ومتمحورًا حول على المستقبل.*

**بيان الرسالة**

## [[بيان الرسالة](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/creating-a-business-plan)]الذي يحدد كيف ستحقق شركتك رؤيتها ورسالتها. *يبين بيان الرسالة ما يقدمه عملك وكيف ستفعل ذلك ومن يساعده؛ إنه يجسد القيمة الإجمالية لمنتجك أو خدمتك. إذا كان عملك يسير على خطى رسالته، فإنه سيحقق رؤيته.*

## **قيّم الشركة**

*هذه هي السمان الرئيسية التي تميّز عملك. تحدد قيّمك كيف تريد أن ترى شركتك، وكيف تريد أن يشعر موظفوك وأن يُعاملوا، وكيف تسعى إلى التأثير في المجتمع المحيط بك.*

*قد تساعد قيمك الشخصية في تعزيز قيّم شركتك. بعض القيم التي يجب استخدامها كمصدر إلهام هي: الصدق، والكفاءة، والموثوقية، والالتزام، والاستدامة، والأخلاقيات، وعمل الخيرات، وبناء المجتمع، والانفتاح، والإبداع.*

## **الفرص التجارية**

يمكن أن يسهم تحديد *[*[*فرصة العمل*](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/is-starting-a-business-right-for-you)*]*في التخطيط لمستقبل عملك وإظهار سبب نجاح شركتك للمقرضين أو المستثمرين. *اسأل نفسك ما هي المشكلة التي ترغب في حلّها فيما يتعلق بمنتج شركتك أو خدمتك أو متجرك؟*

حدّد [[العملاء المستهدفين](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/creating-a-business-plan)]*، إنهم هؤلاء هم الأشخاص الذين يريدون شراء منتجك أو خدمتك.*

*حدد ماهية منافسيك أيضًا وما الذي يميز شركتك عن الشركات الأخرى التي تقدّم منتجات أو خدمات مماثلة.*

# **وصف النشاط**

*في هذا القسم، يمكنك التعمق أكثر فيما يتعلق بأجزاء معينة في نشاطك التجاري. يمكنك توسيع نطاق المعلومات الموجودة في الملخص التنفيذي وتقديم مزيد من التفاصيل حول كيفية إدارة النشاط التجاري ومن يتولى إدارته.*

*يمثل المخطط التفصيلي الوارد في هذه الوثيقة اقتراحًا لكيفية تنظيم هذا القسم، ولكن لن تنطبق الأجزاء بالضرورة على كل نشاط تجاري. يمكنك أيضًا إعادة ترتيب الأقسام بناءً على أهميتها لنشاطك.*

## **النشاط / الكيان القانوني \*** *\* حسب الحاجة، وإلا يمكنك حذف هذا القسم*

*ابحث فيما إذا كنت تبدأ نشاطًا تجاريًا جديدًا أو ستشتري نشاطًا تجاريًا مؤسسًا بالفعل أو توسّع نطاق نشاطك التجاري الحالي.* وضح أيضًا *[*[*هيكل ملكية الشركة*](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/creating-a-business)*]*، مثل الشركة الفردية، الذي تعتزم استخدامه للشركة.

*إذا كان لديك شركاء، فقم بإدراجهم وتسميتهم ونسب ملكياتهم في الشركة.*

*يشترط على بعض الشركات استصدار تراخيص أو تصاريح معينة. صِف تلك المتطلبات لشركتك، والتكاليف المتعلقة بذلك، وعملية الحصول عليها، وخطتك للحصول على التراخيص أو التصاريح المناسبة أو الاحتفاظ بها.*

## **المنتجات و / أو الخدمات \*** *\* حسب الحاجة، وإلا يمكنك حذف هذا القسم*

*أعدّ قائمة بالمنتجات أو الخدمات التي تقدمها شركتك وأوصافها وأسباب احتياج العملاء إليها وأهميتها بالنسبة لهم. صِف أيضًا كيف تختلف عروضك عن عروض المنافسين.*

*إذا كنت قد أنشأت منتجًا جديدًا، فيمكنك عرض فوائده على العملاء. حتى إذا كنت تبيع نفس المنتج أو الخدمة التي يبيعها المنافسون، فقد يختلف عرضك بناءً على كيفية عرض المنتج أو السعر الذي تبيع به أو خدمة العملاء التي تقدّمها.*

*بالنسبة إلى الأنشطة التجارية الخاصة ببيع المنتجات أو الخدمات فقط، يمكنك حذف الأجزاء التي لا تنطبق عليك.*

## **خدمة العملاء**

*سواء كنت تبيع منتجات أو خدمات أو كليهما، اشرح أسلوبك في خدمة العملاء. وكيف ستساعدك خدمة العملاء على جذب العملاء والإبقاء عليهم وكيف تتميز عن المنافسين؟*

*إذا كانت لديك أفكار محددة حول كيفية العمل مع العملاء أثناء إجراء معاملة تجارية وخطط للمتابعة مع العملاء بعد ذلك، فقم بإبرازها هنا.*

*قد ترغب في الرجوع إلى بيان رؤية شركتك وبيان الرسالة والقيم عند مناقشة تناول مسألة خدمة العملاء ودراستها.*

## **الادارة الرئيسة\*** *\* حسب الحاجة، وإلا يمكنك حذف هذا القسم*

صِف *[*[*إدارة الشركة*](http://practicalbusinessskills.com/managing-a-business/leadership)*]* والخبرة التي يجلبها كل شخص إلى الشركة.

*يمكنك إضافة سير ذاتية لكل شخص في الملحق واستخدام هذا القسم لاستغلال نقاط القوة الرئيسية لكل شريك ومدير. إذا كنت المالك أو المدير الوحيد، فقد يركّز هذا القسم على خبراتك أنت.*

*يمكنك إبراز ما يتعلق بكل شخص على حدة مثل:*

*خبرته في امتلاك نشاط تجاري أو إداراته أو تنميته.*

*خبرته في هذا المجال والعلاقات التي أنشأها ها الشخص*

*مسؤولياته في الشركة.*

*المهارات الخاصة التي يجلبها إلى الشركة.*

## *إذا كان لدى شركتك موظفين غير إداريين، إذن تباحث مع المسؤول عن تعيين الموظفين وإدارتهم، والتدريب الذي تقدمه، والمزايا أو الحوافز التي ستقدمها الشركة للموظفين.*

## **الادارة المالية**

*اشرح كيف ستدير الجوانب المالية لنشاطك التجاري، مثل:*

* خطة *[*[*الموازنة الخاصة بك*](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/financial-basics/budgeting)*] و [*[*مدخراتك*](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/financial-basics/saving)
* هل كنت *[*[*ستقترض أموالاً*](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/financial-basics/financing)*]. إذا كانت الإجابة بنعم، فكيف ستقترض المال وكيف ستسدد القروض. إذا كنت قد اقترضت أموالًا بالفعل، فقم ببيان قروضك الحالية وشروط القرض.*
* ما أنواع *[*[*وسائل الدفع المقبولة لديك*](http://practicalbusinessskills.com/managing-a-business/financial-management/payment-systems)*]*من العملاء، مثل النقد أو الشيكات أو بطاقات الائتمان؟ *اشرح الأسباب الخاصة بك إذا قررت عدم قبول طريقة دفع شائعة.*
* كيف تعتزم إدارة النفقات الشهرية مع التخطيط للنجاح على المدى الطويل (على سبيل المثال، *[*[*إدارة التدفق النقدي*](http://practicalbusinessskills.com/managing-a-business/financial-management/managing-cash-flow-and-expenses)*]).*

# **التسويق** *مهما كانت الموازنة الخاصة بك وبغض النظر عن مدى الطلب على منتجك، ستظل بحاجة إلى الوصول إلى عملاء جدد وجذب اهتمامهم بعروضك. ولحسن الحظ، هناك العديد من الوسائل التي يمكنك من خلالها جذب العملاء حتى بموازنة محدودة.*

يغطي *[*[*قسم التسويق*](http://practicalbusinessskills.com/managing-a-business/promoting-a-business/marketing-and-advertising)*]* العملاء المثاليين، وطبيعة السوق العام لمنتجك أو خدمتك، ومنافسيك، والعوامل التي تميز نشاطك التجاري.

## **تحليل السوق**

صِف *[*[العميل المستهدف](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/creating-a-business)]، ألا وهو الشخص الذي يريد ما تبيعه يمكنه شرائه. *حدّد كيف ستصل إلى عملائك المستهدفين.*

* *إذا كنت تقدم شيئًا جديدًا تمامًا، فناقش أيضًا كيفية معرفة وجود سوق من عدمه. ما أنواع الأبحاث التي أجريتها لإثبات وجود طلب على ما تبيعه؟*
* *قد يكون هذا مكانًا جيدًا للعرض المرئي، مثل الرسم البياني الذي يظهر نمو السوق الكلي، ونمو عدد العملاء المستهدفين، وزيادة مبيعات الأعمال تباعًا.*

## **تحليل المنافسين**

*كُن على عِلم بالبائعين أو الشركات الأخرى التي تقدّم منتجًا أو خدمة مماثلة. إذا كان لديك متجر مادي، فقد ترغب في عرض أقرب المنافسين في المنطقة.*

*جرّب عروض المنافسين، وانظر إلى التعبئة، وقم بزيارة موقع الويب الخاص بهم، وابحث عن بيانات الرسالة والرؤية إن وجدت. كيف تختلف منتجاتهم وخدماتهم وأسلوبهم في البيع عن منتجاتك وخدماتك وأسلوبك في البيع؟ إذا كنت عميلاً، فأي منتج ستشتري ولماذا؟*

*استخدم هذا الأساس لوصف كيف ستكون مختلفًا عن المنافسين ولماذا سيختار العملاء نشاطك دون آخر.*

## **الأسعار**

استعرض كيف ستؤثر *[*[*استراتيجية التسعير*](http://practicalbusinessskills.com/building-and-growing/measuring-success/increase-sales)*]*في مبيعاتك وقدرة نشاطك التجاري على سداد النفقات وتحقيق الأرباح.

*هناك طرق تسعير مختلفة يمكن أن تساعدك في جذب العملاء وزيادة المبيعات. تتضمن بعض استراتيجيات التسعير ما يلي:*

نظام التسعير بالتكلفة والربح، *احسب التكاليف وأضف زيادة في سعر السلعة أو الخدمة.*

*أسعار تنافسية - حدد سعرًا بناءً على أسعار المنافسين.*

*البيع بالخسارة (لجذب العملاء) - قم ببيع منتجك بسعر تنافسي منخفض لجذب العملاء الذين قد يشترون منتجات أخرى أكثر ربحية.*

*السعر الكسري، كبيع المنتج مقابل 99 دولارًا بدلاً من 1.00 دولار. يرى بعض العملاء أن السعر الكسري أكثر جاذبية.*

*ناقِش أيضًا كيفية تتبع الأسعار وتأكد من أنها مرتفعة بما يكفي لتغطية نفقات النشاط وفي نفس الوقت منخفضة بما يكفي لجذب العملاء المستهدفين.*

## **الإعلانات والعروض الترويجية**

سواء كان الإعلان من خلال المواد الورقية أو عبر الإنترنت، يعد *[*[*التسويق*](http://practicalbusinessskills.com/managing-a-business/promoting-a-business/marketing-and-advertising)*]* جزءًا جوهريًا من إدارة نشاط تجاري ناجح وفرصة رائعة للتميز عن منافسيك.

* *الإعلان هو أحد جوانب التسويق. بينما يكون التسويق هو النهج العام للتحدث إلى العملاء بشأن علامتك التجارية، فإن الإعلان عادة في شكل مدفوع من الرسائل المصممة خصيصًا لتحقيق المبيعات. يمكن أن يكون الإعلان قصير الأجل أو مستمرًا ولكنه يتطلب موارد مالية عادةً.*
* *تمثّل العروض الترويجية جانبًا آخر من جوانب التسويق. يمكن أن تؤدي العروض الترويجية إلى زيادة المبيعات بمنح الأشخاص فرصة التعرف على منتجاتك أو خدماتك. يمكن أن يستمر العرض الترويجي لفترة محدودة، ليحفّز العملاء على التصرف بسرعة أو تفويت الفرصة، أو يمكن أن يكون على طويل الأجل.*

## *ناقِش طرق الإعلان أو الترويج التي تعتزم استخدامها، مثل الإعلان عبر الإنترنت أو البريد أو النشرات الورقية أو العينات المجانية. إذا كنت قد أجريت بحثًا أو دراسة أو اختبرت هذه الطرق، ناقِش النتائج والتحسينات التي أجريتها أو تعتزم إجرائها. إذا لم يكن كذلك، تناول خططك لتتبع النتائج.*

## **الاستراتيجية والخطوات التالية**

# *في القسم الأخير، يمكنك إيجاز استراتيجيتك لفتح نشاطك التجاري ووضع خطتك التسويقية موضع التنفيذ.*

إذا كنت جديدًا في مجال النشاط ذي الصلة، فيمكنك عرض *[*[*الخطوات الضرورية*](http://practicalbusinessskills.com/getting-started/is-starting-a-business-right-for-you)*]*قبل أن تتمكن من فتح نشاطك التجاري. *إذا كنت تدير نشاطًا تجاريًا، فيمكنك عرض الخطوات التالية اللازمة لنمو نشاطك التجاري.*

*يمكنك أيضًا عرض أهم ثلاثة إلى خمسة أهداف ووصف كيفية تحقيق كل هدف على حدة.*

# **ملحق**

## **الموازنة** *الموازنة هي أداة لتتبع متى وكيف تكسب الأموال أو تنفقها، وتتيح لك متابعة إيرادات النشاط والتأكد من كفاية هذه الإيرادات (أموال واردة) لدفع النفقات الناتجة من النشاط.*

## *[*[*إعداد الموازنة*](http://practicalbusinessskills.com/assets/templates/budget-worksheet-template.xlsx)*]* وإدراج صورة منها خطة العمل الخاصة بك. *إذا لم تكن قد بدأت نشاطك التجاري بعد، فقم إدراج توقعاتك لمقدار الأموال التي ستحتاجها لبدء النشاط التجاري وإدارته والمبلغ الذي تتوقع أن تحققه من المبيعات.*

## **وثائق متنوعة**

*قد ترغب في إدخال مجموعة متنوعة من الوثائق والمستندات الإضافية إلى خطة العمل الخاصة بك. يمكن أن تختلف هذه الوثائق والمستندات بناءً على ماهية من تشارك معه خطة العمل الخاصة بك؛ سواء كان مستثمرًا محتملاً أو شريكًا تجاريًا أو صديقًا سيقدم لك ملاحظات أو تعليقات.*

*السيرة الذاتية ومعلومات الاتصال لكل مالك أو مسؤول تنفيذي.*

*تقارير الائتمان/القروض التجارية والشخصية.*

*الإقرارات الضريبية الشخصية والتجارية.*

[[البيانات المالية]](http://practicalbusinessskills.com/managing-a-business/financial-statements)، مثل بيان التدفقات النقدية وبيان الأرباح والخسائر والميزانية العمومية.

*معلومات الاتصال بمحامي ومحاسب الشركة.*

*صور من عقود الإيجار والتأجير.*

*صور من التصاريح والتراخيص.*

*خطابات التوصية.*

*العقود الحالية للشركة.*

*تغطية صحفية إيجابية للنشاط أو أصحابه.*