



الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة العليا للإدارة الأعمال تلمسان

حاضنة الأعمال بالمدرسة العليا لإدارة الأعمال

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

التخصص: التسويق

العنوان:

عرض خطة العمل الخاصة لشركتنا:



من إعداد الطالبين:

بن لولو الحاج مسعود

هيبة حاج محمد

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
أ. قورصوا صونيا	أستاذة التعليم العالي	مشرفة
د. براهيمي آسيا	أستاذة محاضرة	رئيسا
د. شقرون مريم	أستاذة محاضرة	ممتحنة
د. خديم أمال	أستاذة محاضرة	عضو عن حاضنة
د. منصري أسماء	أستاذة محاضرة	شريك اقتصادي

السنة الجامعية: 2022 / 2023

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان الى يوم الدين، وبعد:

أشكر الله تعالى الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على إتمام هذا المشروع، كما أتقدم بالشكر والامتنان للدكتورة قورصوا صونيا الذي ساعدتنا كثيرًا في مسيرتنا لإنجاز وكتابة هذا المشروع وكان لها دورًا عظيمًا من خلال تعليماتها ونقداها البناء ودعمها الأكاديمي. وأتوجه بشكر خاص للأستاذ علي زناسني والأستاذة براهيمية آسيا والأستاذة خديم أمال والأستاذ بزار سفيان لمساعدتنا في كتابة هذا المشروع بكل ما لديهم من معلومات وبيانات ساعدتنا أو نصائح وجهتنا لكل ما هو صواب، كما أوجه الشكر لأسرتنا الاب والام أطال الله في أعمارهم وحفظهم ان شاء الله كما أشكر أسرتنا فردًا فردًا الذين صبروا وتحملوا معنا ومنحونا الدعم على جميع الأصعدة، وأشكر أصدقائنا كل باسمه خاصة قسم الخامسة تخصص التسويق والأحباب وكل شخص قدم لنا الدعم المادي أو المعنوي، وأتقدم بالشكر والامتنان إلى أساتذتنا بالمدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان كلن باسمه الذين ساهموا معنا بتوجيهاتهم ونصائحهم طيلة خمسة سنين التي قضيناها في هذه المدرسة. وفي الأخير لا يسعنا إلا أن ندعو الله عز وجل ان يرزقنا السداد والرشاد وأن يجعلنا هداة مهتدين.

فهرس المحتويات

المحور الأول: تقديم المشروع

- 1- فكرة المشروع
- 2- القيم المضافة
- 3- فريق العمل
- 4- أهداف المشروع
- 5- جدول زمني لتحقيق المشروع

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

- 1- طبيعة الابتكار
- 2- مجالات الابتكارية

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

- 1- عرض قطاع السوق
- 2- قياس شدة المنافسة
- 3- الاستراتيجية التسويقية
 - تحليل SWOT
 - مزيج التسويقي
 - السوق الحالي-المنتج/الترويج
 - إمكانات السوق
 - استراتيجية التسويق: سياسة الاختراق

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

- 1- عملية الإنتاج
- 2- التمويل
 - 1-2- المواد الأولية
 - 2-2- لوازم وتجهيزات
 - 3-2- الآلات والمعدات
- 3- اليد العاملة
- 4- الشركاء

المحور الخامس: الخطة المالية

- 1- التكاليف والاعباء
- 2- رقم الاعمال

3-جدول حساب النتائج المتوقع

4- حساب احتياجات رأس المال العامل (BFR)

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

قائمة الملاحق

1-ميزانية

2-مخطط نموذج الأعمال

مقدمة:

تسعى شركتنا لتقديم منتجات عالية الجودة وذات فائدة عملية لعملائنا. واحدة من منتجاتنا الرئيسية هي لونت منتجنا هو عبارة عن علبة تحتوي على منشفة ميكرو فيبر ممسحة للأرض، وتحتوي العلبة على 20 قطعة؛ يتميز المنتج بجودة عالية وأداء ممتاز في التنظيف والمسح. يتم صنع المنشفة من مواد ميكرو فيبر عالية الجودة تمتص الماء والأوساخ بفعالية، مما يجعلها مثالية لتنظيف الأرضيات بشكل سريع وسهل. كما أنها متعددة الاستخدامات ويمكن استخدامها لتنظيف البلاط والخشب ولباركيه والأسطح الصلبة الأخرى. بفضل تصميمها العملي والمريح، يمكن استخدام المنشفة بكل سهولة وتخزينها بشكل مرتب ومنظم. بفضل منتجنا، ستحصل على تجربة تنظيف فعالة ومريحة للأرضيات، وستحافظ على منزلك نظيفًا ومشرقًا بكل سهولة. تم تصميم هذا المنتج بعناية لتلبية احتياجات العملاء وتقديم تجربة استخدام مريحة وفعالة.

يتميز لونت بميزات فريدة تجعلها تبرز في السوق. تشمل هذه الميزات الميزة الرئيسية لمنتجنا هي الجودة العالية والأداء الممتاز. نحن نسعى جاهدين لتقديم منتج يتفوق على توقعات العملاء ويضمن لهم تجربة استخدام ممتازة باستخدام مواد عالية الجودة وتقنيات التصنيع المتطورة، نضمن أن منتجنا يتمتع بالمتانة والقوة لتحمل الاستخدام اليومي. سواء كنت تستخدمه في المنزل أو في البيئات التجارية، فإن منتجنا سيبقى قويًا وفعالًا لفترة طويلة بالإضافة إلى ذلك، فإن منتجنا يتميز بالأداء الممتاز. يتم تصميمه بعناية لتوفير أداء تنظيف فعال وسريع، مما يساعدك في الحصول على نتائج مذهلة دون بذل الكثير من الجهد. سواء كنت تستخدمه لتنظيف الأرضيات أو الأسطح الأخرى، ستلاحظ الفرق الواضح في النظافة والبريق.

بفضل الميزات الرئيسية لمنتجنا، يمكنك الاعتماد عليه لتلبية احتياجاتك في التنظيف والعناية بالمنزل. سيساعدك في توفير الوقت والجهد، وسيضمن لك نتائج مثالية تلي توقعاتك نحن فخورون بميزة جودة وأداء منتجنا، ونعتقد أنه سيكون خيارًا مثاليًا لك في تلبية احتياجاتك وتحقيق أفضل تجربة تنظيف وعناية سواء كنت تبحث عن منتج يوفر تنظيفًا فعالًا ومريحًا للأرضيات أو تود تجربة استخدام ممتعة وعملية، فإن لونت هي الخيار المثالي.

نحن نولي أهمية كبيرة لجودة المنتج ومواده. لذلك، قمنا بتصنيع لونت باستخدام مواد عالية الجودة ومتينة تضمن المتانة والأداء الفعال للمنتج على المدى الطويل. بالإضافة إلى ذلك، يتميز لونت بتصميمه العصري والجذاب الذي يضيف لمسة من الأناقة والأناقة على المساحات المنزلية نحن نسعى جاهدين لتحقيق رضا العملاء ونقدم ضمان رضا كامل. إن استثمارنا في الجودة والابتكار وخدمة العملاء يعكس رغبتنا في تقديم تجربة شراء ممتازة ومستدامة لعملائنا. نحن نتطلع إلى تقديم لونت لكم وتلبية احتياجاتكم بأفضل الطرق الممكنة. نحن واثقون من أن لونت ستكون إضافة قيمة لحياتكم وستلي توقعاتكم.

المحور الأول: تقديم المشروع

1-فكرة المشروع:

لونت هو مصنع متخصص في إنتاج مستلزمات المنزل والتنظيف وفي ظل ما مر به العالم من أزمة صحية وأصبحت الوقاية من ضروريات الحياة وبعد دراسة لسوق الوطني مقارنة ما هو موجود في العالم وفي أوروبا خاصة وجدنا أن السوق الوطني لازال بعيدا عن ما هو مطلوب وكان كل اهتمامنا منصب على إضافة منتج يساهم في إثراء وتنوع في مستلزمات الموجودة وطنيا وكذلك أصبح المستهلك الجزائري أكثر نضجا ووعيا واستهلاكيا فيما يخص النظافة والوقاية وعلى هذا الأساس اخترنا هذا المجال وقمنا بدراسة المشروع من جميع جوانبه وإليك هذه الدراسة التي حولنا قدر المستطاع من إنجاز في طرحه دون إهمال الجانب التقني والمهمي ونحن نقدم هذا المشروع وكلنا أمل أننا أصبنا في الاختيار وكذا أن نكون قد ساهمنا بنهوض ولو جزئي بهذا القطاع.

فكرة المشروع لمنتجنا هي توفير حلاً مبتكراً وعملياً لتنظيف الأرضيات بواسطة منشفة ميكرو فيبر ممسحة. من خلال توفير علبة تحتوي على 20 قطعة من المنشفة، نسعى لتلبية احتياجات العملاء فيما يتعلق بالنظافة والعناية بالمنزل تتميز فكرة المنتج بعدة جوانب. أولاً، استخدام الميكرو فيبر يعتبر تقنية حديثة وفعالة لتنظيف الأرضيات، حيث يتمتع بامتصاصية عالية للماء والأوساخ، مما يجعله قادراً على إزالة الأوساخ والبقع بكفاءة. ثانياً، توفير علبة تحتوي على 20 قطعة يعني أن العملاء سيحصلون على مجموعة كافية لتلبية احتياجاتهم لفترة طويلة، مما يوفر لهم الراحة والاستدامة. ثالثاً، تصميم المنشفة بشكل مريح يسهل عملية المسح ويضمن توزيع الماء والمواد التنظيف بشكل متساوٍ، مما يحسن من نتائج التنظيف باستمرار التركيز على الابتكار والجودة، نهدف إلى تحسين منتجنا وتلبية متطلبات العملاء بشكل مستمر. سنواصل مراجعة وتحليل ردود الفعل واحتياجات السوق، وذلك لتحسين ميزات المنتج وتطويره بناءً على ذلك. نحن ملتزمون بتوفير أدوات تنظيف عالية الجودة وفعالة، ونحرص على تطويرها بشكل مستمر لتلبية تطلعات العملاء وسيكون لدينا استراتيجية تسويق قوية للتعريف بمنتجنا وزيادة وعي العملاء به. سنستخدم وسائل التواصل المختلفة مثل الإعلانات التلفزيونية والإعلانات عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور أوسع. سنعمل على تسليط الضوء على فوائد ومميزات المنتج، مثل قدرته على التنظيف الفعال والسهولة في الاستخدام والمتانة. سنقدم أيضاً عروض خاصة وحملات ترويجية لزيادة الطلب على المنتج وتشجيع العملاء على تجربته بالإضافة إلى ذلك، سنسعى لتوسيع قنوات التوزيع وتوفير المنتج في نقاط البيع المختلفة، مثل المتاجر التجارية والمواقع الإلكترونية والمتاجر عبر الإنترنت. سنعمل أيضاً على إقامة شراكات مع تجار التجزئة المحليين لزيادة توفر المنتج في السوق باختصار، ستكون استراتيجيتنا التسويقية

متمحورة حول تحسين المنتج وتلبية احتياجات العملاء، والترويج لفوائده ومميزاته، وتوسيع قنوات التوزيع لزيادة توفره في السوق.

مقر الشركة: دار البيضاء - الجزائر العاصمة-

رمز النشاط: 104221

2- القيم المضافة:

الجودة: تحقيق أعلى مستوى من الجودة في المنتجات هو أمر مهم. يجب أن تكون المنتجات مصنوعة من مواد عالية الجودة وتتميز بالمتانة والكفاءة في الأداء.

الفعالية: يجب أن تكون المنتجات فعالة في أداء وظائفها المختلفة. يجب أن تنظف وتزيل الأوساخ والبقع بكفاءة وتحافظ على نظافة المنزل بشكل فعال.

التكلفة المعقولة: ينبغي أن تكون المنتجات متاحة بأسعار معقولة للمستهلكين. يجب أن تكون القيمة التي يحصل عليها العملاء متناسبة مع السعر المدفوع.

الابتكار: تشجيع الابتكار والتطوير المستمر لتقديم منتجات جديدة وحلول مبتكرة تلبي احتياجات المستهلكين بشكل أفضل. يمكن أن يشمل ذلك تحسين التصميم والوظائف واستخدام التكنولوجيا الحديثة.

التوافق مع الأخلاقيات: ينبغي أن تلتزم الشركات المصنعة بالمعايير الأخلاقية في إنتاجها وتجارتها. يجب أن تحترم حقوق العمل والحفاظ على سلامة العمال.

الشفافية: توفير معلومات دقيقة وشفافة حول المنتجات، بما في ذلك مكوناتها وعمليات الإنتاج وطرق التخلص منها، يساعد ذلك المستهلكين على اتخاذ قرارات مدروسة ومسؤولة.

متعدد الاستخدام: تقدم العلبة التي تحتوي على منشفة ميكرو فيبر ممسحة للأرض 20 قطعة متعددة الاستخدامات للعملاء. يمكن استخدامها لتنظيف الأرضيات المختلفة في المنازل أو الأماكن التجارية بكفاءة عالية. يمكن استخدامها لتنظيف البلاط، الخشب، الرخام، الأرضيات الصلبة، وأكثر من ذلك، مما يوفر مزيداً من القيمة والاستخدام المتعدد للعملاء.

جودة المواد: تعتمد منتجاتنا على مواد ميكرو فيبر عالية الجودة، والتي توفر تجربة تنظيف فعالة ومريحة. ميكرو فيبر يتميز بالنعومة والقوة والقدرة العالية على الامتصاص. هذا يساعد على تنظيف الأوساخ والبقع بشكل أكثر فاعلية ويساهم في الحفاظ على الأرضيات نظيفة ولامعة.

مريح وسهل الاستخدام: تصميم المسححة ميكرو فيبر للأرض بـمثبت يجعلها سهلة الاستخدام ومريحة للعملاء. يمكن تثبيت المسححة بسهولة على المقبض المخصص لها، وذلك لتوفير قبضة آمنة وثابتة أثناء عملية التنظيف.

متانة عالية: تتميز منتجاتنا بالمتانة والقدرة على التحمل للاستخدام الطويل. تستخدم المواد عالية الجودة والتصميم القوي لضمان أن منتجاتك تدوم لفترة طويلة وتحافظ على أدائها العالي حتى مع الاستخدام المكثف.

صديقة للبيئة: تعتبر المنشفة والمسححة ميكرو فيبر منتجات صديقة للبيئة، حيث تقلل من الحاجة إلى استخدام المنظفات الكيميائية الضارة. بفضل قدرة ميكرو فيبر على امتصاص الأوساخ والسوائل بدون الحاجة إلى كميات كبيرة من الماء والمنظفات، فإنها تساهم في تقليل النفايات والتأثير البيئي السلبي.

توفير الوقت والجهد: بفضل كفاءة التنظيف وقوة الامتصاص للمنتجات، يمكن للعملاء تنفيذ عمليات التنظيف بسرعة وبدون مجهود كبير. يعني ذلك أنه يمكن توفير الوقت والجهد في إنجاز المهام اليومية للتنظيف.

تصميم عملي: يتميز منتجنا بتصميم عملي يلبي احتياجات العملاء. علبة العبوة تحتوي على 20 قطعة من المنشفة ميكرو فيبر، مما يوفر قيمة إضافية ويضمن توفرها لفترة طويلة. كما يتضمن المنتج تصميمًا بمثبت يسهل تثبيت المسححة وتغييرها بسهولة.

منتج موثوق: باستخدام المواد عالية الجودة والمعايير الصارمة في عملية التصنيع، يتم توفير منتج موثوق يضمن أداءً ممتازًا وتحقيق نتائج فعالة في عملية التنظيف.

3- فريق العمل:

حول فريق الاشراف وفريق العمل

1- فريق العمل:

فريق المشروع	التخصص
الطالب: بن لولو الحاج مسعود	التسويق
الطالب: هيبه حاج محمد	التسويق

1- فريق الاشراف:

فريق الاشراف	
المشرف الرئيسي: قورصوا صونيا	التخصص: علوم التسيير: ريادة الأعمال والاقتصاد الجزئي
مساعد المشرف: بزار محمد سفيان	التخصص: علوم التسيير: الإدارة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي

4- أهداف المشروع:

إنتاج مستلزمات التنظيف هو تلبية الحاجة المتزايدة للمستهلكين في الحصول على منتجات عالية الجودة لتنظيف المنازل والمكاتب والأماكن العامة، ففي المجتمعات الحضرية يزداد استخدام مستلزمات التنظيف بشكل كبير للحفاظ على نظافة المنازل والأماكن العامة، ومن أهم هذه المستلزمات: نشاف ميكرو فيبر مثبت،

قماش ميكرو فيبر خاص بالأثاث والزجاج، علبة قماش ميكرو فيبر 20 قطعة. ويساهم مشروع إنتاج مستلزمات التنظيف في تحقيق أهداف اقتصادية مثل توفير فرص عمل وزيادة الإنتاجية. إضافة إلى توفير منتجات عالية الجودة للمستهلكين بأسعار معقولة. وعلاوة على ذلك، فإن استخدام مستلزمات التنظيف الصحيحة والفعالة يساهم في الحفاظ على الصحة العامة والوقاية من الأمراض والعدوى، ويسهم في تحسين البيئة والحفاظ على النظافة العام.

تلبية احتياجات العملاء: يهدف المشروع إلى توفير منتج عالي الجودة يلبي احتياجات العملاء في مجال تنظيف الأرضيات. من خلال توفير منشفة ميكرو فيبر ممسحة للأرض وممسحة ميكرو فيبر للأرض بمتبث، يمكن تحقيق تنظيف فعال ومريح للمنازل والأماكن التجارية.

الابتكار والتميز: يهدف المشروع إلى تقديم منتج مبتكر ومميز في سوق التنظيف. استخدام التكنولوجيا المتقدمة والمواد عالية الجودة في تصنيع المنتج يساهم في تميزه وتقديم قيمة فريدة للعملاء.

التحسين المستمر: يسعى المشروع لتحقيق التحسين المستمر في المنتج وعملية التصنيع. من خلال مراجعة العمليات واستخدام أفضل الممارسات وملاحظات العملاء، يمكن تحسين جودة المنتج وزيادة رضا العملاء. التوسع في السوق: يهدف المشروع إلى توسيع نطاق التوزيع والتواجد في السوق المحلية والدولية. من خلال توفير منتج عالي الجودة ومطابق لمعايير السوق، يمكن الوصول إلى عملاء جدد وتحقيق نمو واستدامة للمشروع.

الاستدامة البيئية: يهدف المشروع إلى الحفاظ على البيئة من خلال استخدام مواد صديقة للبيئة وتعزيز الوعي بأهمية المحافظة على البيئة في عمليات التصنيع واستخدام المنتج.

تحقيق الربحية: يعد تحقيق الربحية أحد الأهداف الرئيسية لأي مشروع. يهدف المشروع إلى تحقيق أرباح مستدامة وزيادة قيمة الشركة من خلال بيع منتجات ذات جودة عالية وتلبية الطلب في السوق.

بناء علاقات عملاء قوية: يسعى المشروع إلى بناء علاقات مستدامة وقوية مع العملاء. من خلال تقديم منتجات عالية الجودة وخدمة عملاء ممتازة، يمكن بناء الثقة والولاء للعلامة التجارية وزيادة قاعدة العملاء.

دعم التنمية المجتمعية: يمكن للمشروع أن يساهم في دعم التنمية المجتمعية من خلال توفير فرص عمل للعاملين في عملية التصنيع والتوزيع. كما يمكن أيضاً دعم المبادرات المحلية والمشاريع الاجتماعية للمساهمة في رفاهية المجتمع.

الابتكار والتطوير المستمر: يسعى المشروع للاستمرار في الابتكار وتطوير منتجات جديدة ومحسنة لتلبية احتياجات العملاء المتغيرة والاستجابة للتطورات في سوق التنظيف.

الالتزام بالجودة والمعايير: يهدف المشروع إلى الالتزام بمعايير الجودة العالية في عملية التصنيع والتحكم في الجودة. من خلال ضمان جودة المنتجات والامتثال للمعايير الصناعية والتنظيمية، يمكن بناء سمعة قوية للمنتج وتعزيز ثقة العملاء.

الابتكار في التصميم والوظائف: يهدف المشروع إلى تقديم منتج يتميز بالتصميم الفريد والوظائف المبتكرة. يتم الاهتمام بتفاصيل التصميم والتشطيبات العالية الجودة لتوفير تجربة مريحة وفعالة للمستخدم. كما يتم العمل على تحسين الوظائف المتعلقة بالمنتج لتلبية احتياجات ومتطلبات العملاء. التسويق والتواجد في السوق: يتضمن مشروعنا أيضاً الاهتمام بالتسويق وتواجد المنتج في السوق. يتم تحديد استراتيجيات التسويق المناسبة للوصول إلى الجمهور المستهدف وتبسيط الضوء على مزايا المنتج وفوائده. يتم أيضاً إقامة شراكات مع متاجر التجزئة والقنوات التوزيعية الأخرى لتوفير وصول واسع للمنتج.

رضا العملاء: يعد رضا العملاء أحد الأهداف الرئيسية للمشروع. يتم العمل على تلبية توقعات العملاء من خلال توفير منتجات عالية الجودة وخدمة عملاء ممتازة.

5-جدول زمني لتحقيق المشروع:

1-التخطيط والبحث:

دراسة السوق وتحليل المنافسة وتقييم الفرص: 2-4 أسابيع

2- تطوير المنتج:

تصميم المنتج: 4-6 أسابيع

تجارب واختيار وتحسين المنتج: 4-8 أسابيع

3-إعداد الإنتاج:

تأمين الموردين والمواد اللازمة: 2-4 أسابيع

تجهيز مرافق الإنتاج والمعدات: 4-6 أسابيع

تحضير خطوط الإنتاج: 2-4 أسابيع

4-الإنتاج:

إنتاج وتصنيع المستلزمات: يعتمد على حجم الإنتاج والعمليات المشتركة

5- التعبئة والتغليف:

تصميم وتطوير عبوات المنتج: 2-4 أسابيع

إعداد عمليات التعبئة والتغليف: يعتمد على حجم الإنتاج

6-التسويق والتوزيع:

تطوير استراتيجية التسويق والعلامة التجارية: 4-6 أسابيع

إنشاء قنوات التوزيع والتسويق: 3-5 أسابيع

إعداد حملات التسويق والتواجد الإعلامي: 2-4 أسابيع

7- البدء الإنتاج الكامل

8- مراقبة الجودة وضمان الجودة:

- تنفيذ إجراءات مراقبة الجودة لضمان جودة المنتجات: مستمرة طوال مراحل الإنتاج.
- رصد أداء المشروع وتقييم تحقيق الأهداف
- تحليل ردود الفعل من العملاء وتوصية بالتحسينات
- إجراء تعديلات وتحسينات للمنتج والاستراتيجية التسويقية.

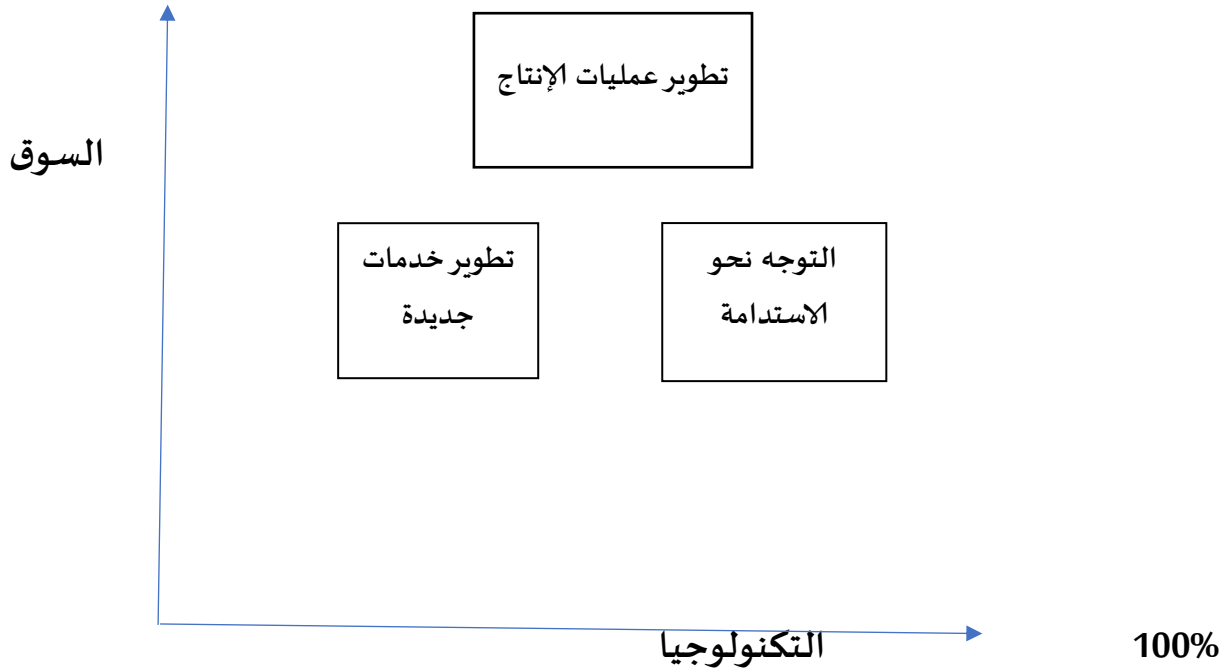
9-استراتيجية الترويج والإعلان:

- تحديد استراتيجية الترويج المناسبة لمنتجاتنا، مثل الإعلانات التلفزيونية والإذاعية، الإعلانات المطبوعة، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- تنظيم حملات ترويجية مبتكرة لزيادة الوعي بالمنتج وجذب العملاء.

	7	6	5	4	3	2	1		
1						✓	✓	الدراسات الأولية: اختيار مقر الوحدة الإنتاجية، تجهيز الوثائق المطلوبة	
2					✓	✓		طلب التجهيزات من الخارج	
3					✓	✓	✓	بناء مقر للإنتاج (المصنع)	
...			✓	✓	✓			تركيب المعدات	
ن						✓		اقتناء المواد الأولية	
...	✓							بداية إنتاج أول منتج	

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

1- طبيعة الابتكار: 100%



تصميم المنتجات: قمنا بتصميم منتجات تلبي احتياجات ومتطلبات العملاء بشكل فعال وتوفر حلولاً مبتكرة لمشاكل التنظيف والاستخدام في المنزل. يتضمن ذلك تطوير تقنيات جديدة أو تصميمات فريدة توفر أداءاً متميزاً. بحيث أضفنا ميزات جديدة تختلف عن المنتجات الموجودة في السوق.

تطوير عمليات الإنتاج: هناك ابتكار في عمليات الإنتاج لتحقيق كفاءة وجودة عالية. يشمل ذلك تحسين سلاسل التوريد وتقليل النفايات وزيادة الإنتاجية.

خدمات ما بعد البيع والابتكار: نسعى لتقديم خدمات ما بعد البيع المبتكرة، مثل ضمانات مطولة أو دعم الفني المتطور، لتعزيز رضا العملاء وبناء علاقات طويلة الأمد.

التسويق والترويج: نعمل على دراسة استراتيجيات التسويق والترويج للمنتجات. حيث نستخدم وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي والتعاون مع المؤثرين من أجل كسب ثقة العملاء ورضاهم..

التوجه نحو الاستدامة: يكون الابتكار في مشروع مستلزمات المنزل والتنظيف عنصراً مهماً للتوجه نحو الاستدامة. يمكن ابتكار منتجات صديقة للبيئة وعمليات إنتاج مستدامة تقلل من الأثر البيئي وتقلل أيضاً من نسبة التلوث.

التوسع في خط المنتجات: سوف نقوم بتوسيع خط المنتجات المتاحة للعملاء ويمكن أيضاً الاستفادة من فرص التوسع في الأسواق والمناطق الجغرافية الجديدة.

2-مجالات الابتكارية:

المنتج 1:

تقنية المواد: يتمحور منتجنا حول استخدام مواد مبتكرة في صنع المسحاة. مثل استخدام الألياف الميكرو فيبر التي تتميز بقدرتها على جذب الأتربة والأوساخ بفعالية عالية وتنظيف الأرض بشكل فعال دون ترك آثار أو خدوش.

التصميم المريح: يتضمن الابتكار تصميمًا فريداً ومريحاً للمسحاة. يتضمن أيضاً ميزة المثبت التي تجعل عملية التنظيف أكثر سهولة ويسراً، حيث يمكن تثبيت قماش المسحاة بأمان على القاعدة وتحريكها بسهولة على الأرض.

المنتج 2:

تصميم العلبة بحيث يمكن سحب القماش بشكل مماثل للمناديل الورقية سيكون سهل الاستخدام ويوفر ملائمة وسرعة في الاستخدام. قد يكون لديك نظام داخلي يسمح بسحب قطعة القماش الواحدة دون تأثير على القطع الأخرى في العلبة. كما يمكن أن يتضمن التصميم آلية لإعادة طي القماش بعد الاستخدام للحفاظ على نظافتها وتنظيمها.

يمكن لهذه العلبة المحمولة أن تكون ملائمة للاستخدام في الأماكن التي تحتاج إلى تنظيف متكرر وسريع مثل الفنادق والمطاعم والشركات. يمكن أيضاً استخدامها في غسيل السيارات لتوفير الوقت والجهد في عملية التنظيف. بالإضافة أنها عملية جداً يمكن عملها بسهولة.

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1- عرض قطاع السوق:

السوق المحتمل والسوق المستهدف لمنتجاتنا هما:

- ✓ الفنادق والضيافة: تستخدم الفنادق والمنجعات والمرافق الضيافة مستلزمات التنظيف بشكل مكثف. يمكن أن تكون منتجاتنا خيارًا ممتازًا للفنادق لتلبية احتياجات التنظيف اليومية في الغرف والممرات والمناطق العامة.
- ✓ المطاعم والمقاهي: تعتبر مستلزمات التنظيف أمرًا ضروريًا في صناعة المطاعم والمقاهي. يمكن لمنتجاتنا توفير حلاً مريحاً وفعالاً لتنظيف المناضد والأرضيات والمطبخ.
- ✓ الشركات والمكاتب: يحتاج المكاتب والشركات إلى منتجات تنظيف عالية الجودة للحفاظ على بيئة عمل نظيفة وصحية. تستطيع منتجاتنا أن تلي احتياجاتهم من خلال توفير قماش ممسحات عالي الجودة ومتعدد الاستخدامات.
- ✓ غسيل السيارات: سيكون لدينا اتجاه نحو قطاع غسيل السيارات، حيث يعتبر تنظيف السيارات بشكل منتظم أمرًا ضروريًا للمالكين. توفر منتجاتنا قماش ممسحات عالي الأداء لتنظيف السيارات والحفاظ على لمعانها.
- ✓ الصناعات والمصانع: لدينا نحو قطاع الصناعات والمصانع. يعتبر تنظيف المعدات والمساحات الصناعية جزءًا هامًا من العمليات اليومية في هذه الصناعات.

2- قياس شدة المنافسة:

هناك شركتين منافسة لنا في السوق الجزائرية منها:

اسم الشركة	نقاط القوة	نقاط الضعف
Sarl TECMECA	✓ الأقدمية في السوق ✓ تتمتع بسمعة جيدة في سوق مستلزمات التنظيف	✓ ضعف الاستراتيجية التسويقية ✓ غلاء الأسعار
Sarl MEDINET	✓ الأقدمية في السوق ✓ يتمتعون بتصميم فريد وجودة عالية للمنتجات.	✓ ضعف الاستراتيجية التسويقية ✓ غلاء الأسعار

3- الاستراتيجية التسويقية:

منتجاتنا تسلط الضوء على النظافة والكفاءة بحيث نسعى لتقديم ممسحات ومناديل مصنوعة من الألياف الدقيقة، وهي حل ثوري لاحتياجات التنظيف. سواء كنت تمتلك مطعمًا أو كافيتريا أو فندقًا أو شركة تنظيف. تخيل مادة تمتص السوائل وبقايا الطعام في لمح البصر، بينما تقضي على البكتيريا والجراثيم مع تقليل استخدام المواد الكيميائية والحفاظ على البيئة. مع مجموعتنا من المنتجات المتينة وعالية الجودة. من أجل معرفة السوق جيدًا ومتطلباته والتأكد من تلبية جميع احتياجات العملاء وارضائهم سوف نقوم بدراسة الاستراتيجيات التسويقية.

تحليل SWOT:

نقاط القوة:(Force)

جودة عالية: يتميز منتجنا بجودة ممتازة وفعالية في تنظيف الأرضيات.

تصميم متعدد الاستخدامات: يتمتع منتجنا بتصميم يسمح باستخدامه للعديد من الاستخدامات المختلفة. مواد ميكرو فيبر عالية الجودة: يتم صنع منتجنا من مواد ميكرو فيبر عالية الجودة التي تضمن التنظيف الفعال والمتانة.

نقاط الضعف:(Faiblesses)

قيود الحجم والتعبئة: قد يكون حجم العبوة وعدد القطع المحدودة فيها قيودًا على استخدام المنتج لبعض العملاء.

قد يكون سعر المنتج مرتفعًا بعض الشيء مقارنة ببعض المنتجات المنافسة.

الفرص:(Opportunités)

زيادة الطلب على منتجات التنظيف المتينة والفعالة: يعتبر سوق منتجات التنظيف من الأرضيات واحدًا من الأسواق النامية والتي تشهد طلبًا متزايدًا على المنتجات ذات الجودة العالية. الاهتمام المتزايد بالاستدامة: يمكن أن يكون منتجنا جذابًا للعملاء الذين يبحثون عن منتجات صديقة للبيئة وقابلة لإعادة الاستخدام.

التحديات:(Menaces)

المنافسة القوية: توجد سوق متنافسة لمنتجات التنظيف وهذا لدينا منافسة مباشرة في السوق الجزائري.

مزيج التسويق:

1-المنتج:

- تحديد وتصميم منتج ممسحة ميكرو فيبر بعناية، مع التركيز على جودة المواد والمتانة والوظائف المتعددة للمنتج.
- تحديد محتوى العبوة وتصميمها بشكل جذاب وعملي.
- ضمان أن المنتجات الموجودة داخل العبوة عالية الجودة وتلبي احتياجات وتوقعات العملاء.

2-السعر:

لقد قمنا بتطوير سعر بيع في متناول القوة الشرائية للمستهلك الجزائري سعر ميكرو فيبر بمثبت هو 250 دج أما منتج 2 وهي علبة ميكرو فيبر فهي 2000 دج والمنتج 3 قماش خاص بالأثاث والزجاج 220 دج.

3-التوزيع:

- محلات الجملة (التنظيف)
- محلات سوبر ماركت
- أصحاب الشركات والمؤسسات الخاصة والعمومية والمستشفيات.
- نقوم بالترويج لمنتجنا من خلال المتجر الإلكتروني خاص بالشركة.

4-الترويج:

- تصميم استراتيجية تسويقية فعالة لتعزيز المنتج وزيادة الوعي به
- تواصل مع العملاء المحتملين والحاليين من خلال حملات تسويقية مستهدفة وعروض خاصة لزيادة الطلب على المنتج.
- استخدام مزيج متنوع من وسائل الترويج مثل الإعلانات التلفزيونية والإذاعية والإعلانات المطبوعة والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والترويج عبر المواقع الإلكترونية.

السوق الحالي -المنتج/الترويج:

في السوق الحالي، يعتبر المنتج الذي نقدمه علبة تحتوي على منشفة ميكرو فيبر ممسحة للأرض، وتأتي العلبة بعدد 20 قطعة متعددة الاستخدام. يتم تصميم المنتج لتنظيف الأرضيات بفعالية وسهولة باستخدام تقنية الميكرو فيبر التي تتميز بامتصاص عالي للماء والأوساخ.

بفضل تصميمها المتعدد الاستخدامات، يمكن استخدام المنشفة الميكرو فيبر في مجموعة متنوعة من البيئات مثل المنازل والمكاتب والفنادق والمستشفيات والمدارس وغيرها. تساعد المنشفة في تنظيف الأرضيات بفعالية وإزالة الأوساخ والبقع دون الحاجة إلى استخدام منظفات كيميائية قوية.

أما بالنسبة للترويج، يمكن استخدام مجموعة متنوعة من وسائل الترويج للتعريف بالمنتج وجذب العملاء المحتملين، ومنها:

1. الإعلانات: يمكن استخدام الإعلانات التلفزيونية والإذاعية والمطبوعة لتسليط الضوء على فوائد وميزات المنتج وجذب الاهتمام.
2. وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Instagram و Twitter للترويج للمنتج والتفاعل مع العملاء.
3. التسويق عبر البريد الإلكتروني: يمكن إرسال رسائل بريد إلكتروني موجهة للعملاء المحتملين والعملاء الحاليين للتعريف بالمنتج وعروض الترويجية.
4. العروض والتخفيضات: يمكن تقديم عروض خاصة وتخفيضات على المنتج لزيادة الطلب وتشجيع العملاء على التجربة.
5. التعاون مع المدونين والمؤثرين: يمكن التعاون مع مدونين ومؤثرين في مجال التنظيف والديكور للقيام بمراجعات ومشاركة تجاربهم مع المنتج، وهذا يساهم في زيادة الوعي والثقة بالمنتج.
6. المشاركة في المعارض والفعاليات: يمكن المشاركة في المعارض والفعاليات المتعلقة بالتنظيف والمنزل لعرض المنتج وتوفير فرصة للعملاء لتجربته والحصول على معلومات إضافية عنه.
7. الشراكات التجارية: يمكن إقامة شراكات مع متاجر التجزئة والموزعين لبيع المنتج وتوفيره في مواقع متعددة، مما يزيد من وجود المنتج في السوق ويوسع نطاق الوصول إلى العملاء.
8. تقديم ضمان الجودة ومراعاة رضا العملاء: يجب تقديم ضمان لجودة المنتج والاهتمام برضا العملاء، مثل سياسة إعادة المنتج أو استبداله في حالة وجود مشاكل أو عيوب.

إمكانات السوق:

- تشير إمكانات السوق إلى الفرص وإمكانات النمو التي يقدمها سوق معين لمنتج معين. لتقييم إمكانات السوق لمنتجنا، يجب أن نأخذ في الاعتبار عدة عوامل:
- حجم السوق: يعد تحليل حجم السوق المستهدف أمراً ضرورياً لتحديد العدد المحتمل للعملاء وفرص النمو. يمكن تقييم ذلك من حيث السكان المستهدفين أو قطاعات السوق المحددة أو احتياجات السوق غير الملباة.
- اتجاه الطلب: من المهم مراعاة اتجاه الطلب الحالي والمستقبلي لمنتجنا. قد تشير الاتجاهات الإيجابية، مثل زيادة النظافة والوعي بالتنظيف، إلى إمكانات نمو قوية.

المنافسة: يسمح لنا تحليل المنافسة الحالية في السوق بفهم درجة المنافسة وفرص التمايز. إذا كان السوق مشبعًا بالعديد من المنافسين، فقد يكون من الضروري اعتماد استراتيجيات فريدة للتمييز وتحديد المواقع.

العوامل الاقتصادية: يمكن أن تؤثر العوامل الاقتصادية، مثل الدخل المتاح ومستوى المعيشة وإنفاق المستهلكين، على طلب السوق ونموه. من المهم النظر في هذه العوامل لتقييم إمكانات السوق. الاتجاهات الاجتماعية الثقافية: يمكن أن تؤثر الاتجاهات الاجتماعية والثقافية، مثل الأهمية المعطاة للتنظيف وصيانة المنزل، على طلب السوق ونموه.

قطاع السوق: من المهم تحديد قطاعات السوق المحددة التي من المرجح أن تكون مهتمة بمنتجاتنا. سيسمح لنا ذلك بتركيز جهودنا التسويقية على هذه القطاعات وتلبية احتياجاتهم بشكل أفضل. عوائق الدخول: من الضروري مراعاة العوائق المحتملة أمام دخول السوق، مثل اللوائح أو متطلبات الامتثال أو تكاليف بدء التشغيل المرتفعة. سيساعدنا هذا في تقييم جدوى وربحية دخول السوق. نمو السوق: من المهم أيضًا النظر إلى نمو السوق المتوقع في السنوات القادمة. إذا أظهر السوق معدل نمو قوي، فهذا يشير إلى إمكانية جاذبة لمنتجاتنا.

تحليل الاتجاه: من الضروري متابعة اتجاهات السوق والتغيرات في سلوك المستهلك والابتكارات التكنولوجية التي يمكن أن تؤثر على طلب العملاء وتفضيلاتهم.

تحليل قناة التوزيع: سيسمح لنا تقييم قنوات التوزيع الحالية والمحتملة لمنتجاتنا بتحديد أكثر الطرق فعالية للوصول إلى السوق المستهدف. قد يشمل ذلك المبيعات عبر الإنترنت ومحلات البيع بالتجزئة والموزعين المتخصصين وما إلى ذلك.

من خلال تحليل هذه العوامل، يمكننا فهم أفضل لإمكانات السوق لمنتجاتنا. سيساعدنا ذلك على اتخاذ قرارات مستنيرة فيما يتعلق باستراتيجية الدخول إلى السوق وتطوير المنتجات واختراق السوق.

استراتيجية التسويق: سياسة الاختراق

يمكن أن تكون سياسة اختراق السوق استراتيجية فعالة للترويج لمنتجاتنا وبيعها. إليك كيف يمكننا تطبيق هذه الاستراتيجية:

أسعار تنافسية: تحديد الأسعار جذابة لمنتجاتنا لجذب العملاء وتشجيعهم على اختيار منتجاتنا على منافسينا. قد يشمل ذلك عرض أسعار أقل من السوق أو خصومات خاصة أو عروض ترويجية.

الحملات الترويجية القوية: تنفيذ حملات إعلانية وترويجية مكثفة لخلق الوعي بمنتجاتنا وخلق الطلب. قد يشمل ذلك إعلانات التلفزيون والراديو والإنترنت والعروض الترويجية في المتجر والخصومات المؤقتة والحزم الترويجية وما إلى ذلك.

التوزيع الواسع: ضمان أقصى توافر لمنتجاتنا من خلال توزيعه عبر قنوات البيع المختلفة. قد يشمل ذلك البيع عبر الإنترنت أو التوزيع في المتاجر الفعلية أو العمل مع تجار التجزئة أو إقامة شراكات مع شركات أخرى للوصول إلى جمهور كبير.

التواصل الواضح لفوائد المنتج: قمنا بتسليط الضوء على الميزات والفوائد الفريدة لمنتجاتنا في رسائلنا التسويقية. التأكيد على الجودة والمتانة والكفاءة أو أي قيمة مضافة أخرى يقدمها منتجاتنا مقارنة بالمنافسة.

المراقبة والتعديل: المراقبة المنتظمة لنتائج استراتيجيتنا لاختراق السوق، بما في ذلك المبيعات وحصة السوق واستجابة العملاء. بناءً على النتائج، قم بإجراء التعديلات اللازمة لتحسين فعالية الاستراتيجية. تقديم قيمة ممتازة مقابل المال: بالإضافة إلى تقديم أسعار تنافسية، يجب أن نتأكد من أن منتجاتنا يقدم جودة ممتازة مقارنة بسعره. سيعزز هذا القيمة التي يدركها العملاء ويجعلهم يختارون منتجاتنا.

تقسيم السوق: تحديد قطاعات السوق التي من المرجح أن تكون حساسة للسعر وتركيز جهودنا التسويقية على تلك القطاعات المحددة. سيسمح لنا ذلك بتعظيم تأثيرنا وتحقيق حصة سوقية كبيرة في هذه القطاعات.

بناء الوعي بالعلامة التجارية: الاستثمار في أنشطة التسويق والإعلان التي تهدف إلى بناء الوعي بعلامتنا التجارية. يمكن أن يشمل ذلك إنشاء هوية مميزة للعلامة التجارية، أو حضور المعارض التجارية، أو رعاية الأحداث، أو التعاون مع المؤثرين.

تعظيم التوزيع: العمل عن كثب مع شركاء التوزيع لدينا لضمان أقصى تواجد لمنتجاتنا في السوق. قد يشمل ذلك التفاوض على اتفاقيات التوزيع الحصرية، وتطوير قنوات التوزيع عبر الإنترنت وغير المتصلة، وإنشاء نظام لوجستي فعال.

من خلال تنفيذ استراتيجية قوية لاختراق السوق وتكييف جهودنا التسويقية بناءً على ملاحظات السوق، سنكون قادرين على زيادة حصتنا في السوق وبناء أساس قوي لمنتجاتنا. ومع ذلك، من المهم مراقبة النتائج بشكل مستمر والتعديل حسب الضرورة للحفاظ على مكانتنا التنافسية وتحقيق أهدافنا طويلة المدى.

Mix Marketing

Produit

تحديد وتصميم منتج ممسحة الميكروفايبر بعناية، مع التركيز على جودة المواد والمتانة والوظائف المتعددة للمنتج. تحديد محتوى العبوة وتصميمها بشكل جذاب وعملي. ضمان أن المنتجات الموجودة داخل العبوة عالية الجودة وتلبي احتياجات وتوقعات العملاء.

Promotion

تصميم استراتيجية تسويقية فعالة لتعزيز المنتج وزيادة الوعي به. تواصل مع العملاء المحتملين والحاليين من خلال حملات تسويقية مستهدفة وعروض خاصة لزيادة الطلب على المنتج. استخدام مزيج متنوع من وسائل الترويج مثل الإعلانات التلفزيونية والإذاعية والإعلانات المطبوعة والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي والترويج عبر المواقع الإلكترونية.

Prix

لقد قمنا بتطوير سعر بيع في متناول القوة الشرائية للمستهلك الجزائري سعر ميكرو فايبر بمثبت هو 250 دج أما منتج 2 وهي عبوة ميكرو فايبر في 2000 دج

Place

محلات الجملة (التنظيف)
محلات سوبر ماركت
أصحاب الشركات والمؤسسات الخاصة و العمومية و المستشفيات
نقوم بالترويج لمنتجاتنا من خلال المتجر الإلكتروني خاص بالشركة.

Analyse SWOT

Force

- منتج يدوم لفترة طويلة قابل لإعادة الاستعمال
- فعالية عالية في التنظيف
- امتصاص عالي مقارنة بالمنتجات الأخرى

Opportunités

- تكوين شراكات عديدة مع مؤسسات مختلفة كالفنادق المطاعم المؤسسات التعليمية والإدارية
- يمكن أن نصبح ممولين رئيسيين في السوق .
- استخدام استراتيجية قوية لتوزيع المنتجات عبر جميع المناطق خصوصا مناطق الخلل.



Faiblesses

صعوبة الحصول على المادة الأولية
المخصصة لصنع المنتج

Menaces

لدينا منافسة مباشرة في السوق
الجزائرية.

المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

1-عملية الإنتاج:

تتضمن عملية صنع مسحة عدة خطوات تم تنفيذها بعناية لإنتاج منتج عالي الجودة. من اختيار المواد الأولية إلى التجميع النهائي، كل خطوة ضرورية لضمان منشقة وممسحة دائمة وعملية وفعالة.

✓ **تحضير المواد الأولية:** يتم إعداد المواد الأولية مثل نسيجاً لألياف الدقيقة والخدش وفقاً للأبعاد والمواصفات المطلوبة للمنشفة والممسحات.

✓ **قطع الأقمشة:** يتم تقطيع قماش الألياف الدقيقة إلى الحجم المناسب للمسح. يمكن القيام بذلك يدوياً أو باستخدام آلات القطع التلقائي.

✓ **تثبيت المثبت الخاص بالممسحة (سكراتش):** تم تصميم المنشقة بنظام تثبيت، يتم تثبيت نطاقاته على نسيج الألياف الدقيقة. يمكن القيام بذلك عن طريق الخياطة واللصق، اعتماداً على الطريقة التي نختارها.

✓ **التجميع:** يتم تجميع أجزاء مختلفة من الممسحة مثل طبقات مختلفة من القماش، باستخدام آلات الخياطة. يتم خياطة الحواف بعناية لضمان قوة الممسحة.

✓ **التفتيش ومراقبة الجودة:** بمجرد تجميعها، تخضع الممسحة لفحص للتحقق من جودة التماس أو عدم وجود عيوب أو خيوط فضفاضة. تتم إزالة الممسحات المعيبة وإصلاحها.

✓ **وضع العلامات والتعبئة والتغليف:** يتم تصنيف الممسحات بمعلومات مثلاً اسم المنتج، تعليمات الاستخدام ومعلومات الشركة. ثم يتم تعبئتها بشكل فردي وعلى دفعات جاهزة للشحن والبيع. بعد اكتمال عملية الإنتاج، يتم تسويق المنتج وتوزيعه إلى الأسواق المستهدفة ويشمل ذلك:

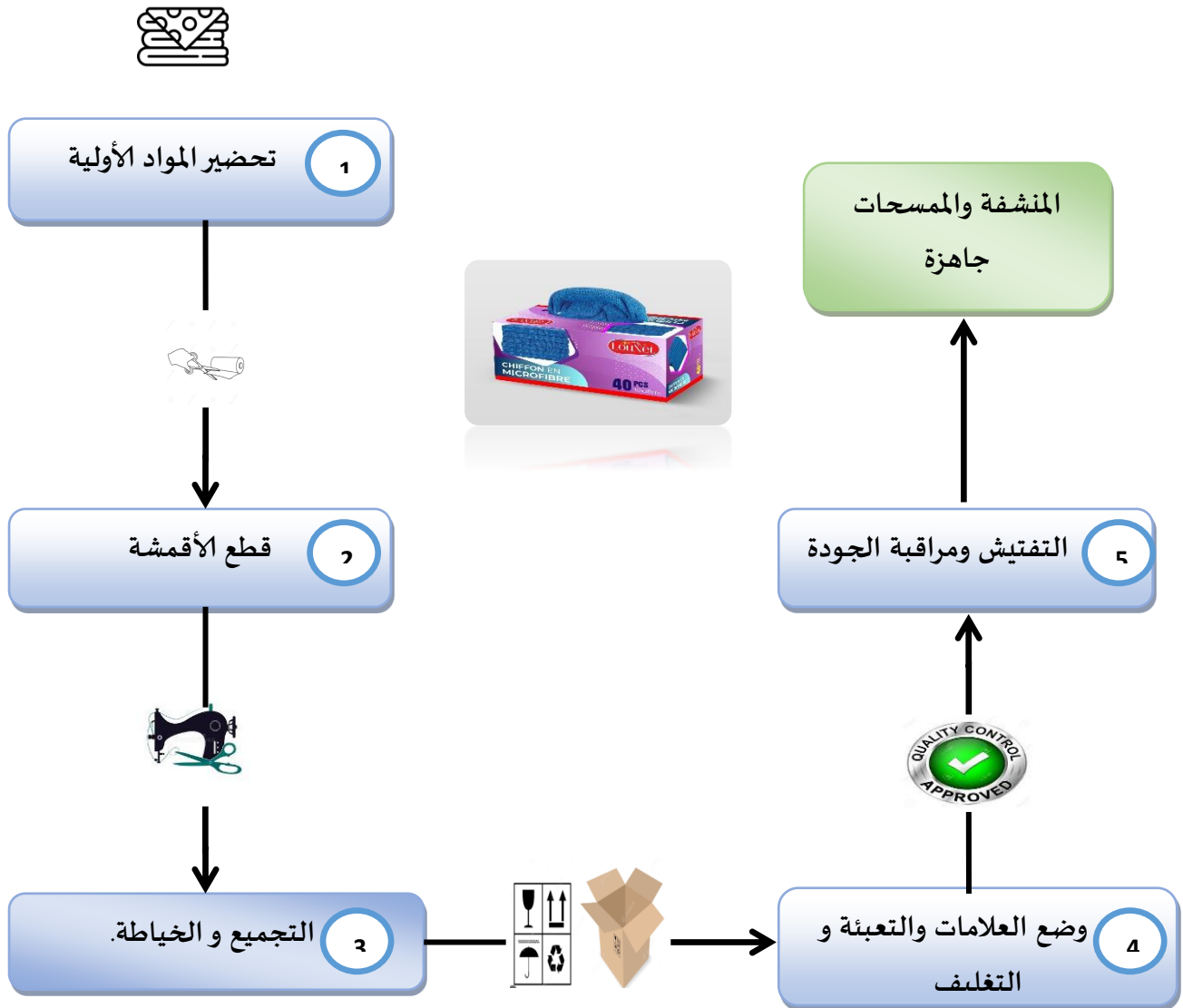
التسويق: يشمل إعداد استراتيجيات التسويق والترويج للمنتج. يتم تحديد القنوات المناسبة للتسويق مثل الإعلانات، وسائل التواصل الاجتماعي، والعروض الترويجية، والتسويق عبر الإنترنت، وغيرها من الأدوات لجذب العملاء المحتملين.

التوزيع: يتم تنظيم وإدارة عملية توزيع المنتج إلى الأسواق المستهدفة. قد تشمل ذلك إقامة شبكة توزيع تضم مستودعات ومراكز توزيع أو التعاون مع شركاء تجاريين أو موزعين للوصول إلى العملاء بشكل فعال.

المبيعات والخدمات: يتم تنفيذ استراتيجيات المبيعات لتسهيل عملية بيع المنتجات. ويحصل ذلك من خلال إقامة فرق مبيعات للتواصل مع العملاء وتلبية احتياجاتهم والرد على استفساراتهم. كما يتم توفير خدمات ما بعد البيع مثل الدعم الفني وضمانات المنتج لضمان رضا العملاء.

التقييم والتحسين: يجب أن يتم مراقبة أداء المنتج واستقبال ملاحظات العملاء لتقييم جودته وتحسينه. يمكن أن يتضمن ذلك إجراء بحوث السوق واستطلاع الرأي وتحليل ردود الفعل من أجل تحسين المنتج وتلبية احتياجات السوق بشكل أفضل.

المخطط الموضح أسفله يمثل عملية الإنتاج لمنتجاتنا



2-التموين:

1-2- المواد الأولية:

- ✓ قماش المايكرو فيبر: يكون القماش المايكرو فيبر المستخدم في صنع المنشفة والممسحة المكون الرئيسي. يتم استخدام الألياف المايكرو فيبر لتوفير قدرة تنظيف فعالة وامتصاص عالي للماء والأوساخ.
- ✓ علبة الكرتون: يحتاج منتجنا إلى علبة كرتون لتعبئة وتخزين المنشفة والممسحة.
- ✓ المثبت (سكرا تش): يستخدم الخدش لربط الممسحة بالدعم وبالتالي تسهيل استخدامه وإزالته. سنحتاج إلى شرائط خدش عالية الجودة يمكن خياطتها ولصقها بالمنشفة.
- ✓ خيط الخياطة: ستحتاج إلى خيط خياطة عالي الجودة لتجميع الأجزاء المختلفة من الممسحة والأقمشة. سنستخدم خيط مقاوم يمكنه تحمل الاستخدام المنتظم والغسيل المتكرر.
- ✓ مواد التعبئة والتغليف: نحتاج إلى مواد التعبئة والتغليف مثل الأكياس البلاستيكية والكرتون والعلب الورقية لتغليف المنتج وتوفير الحماية أثناء النقل والتخزين.
- ✓ المواد اللاصقة: نحتاج إلى استخدام مواد لاصقة لتثبيت بعض الأجزاء معا، مثل تثبيت المثبت على المنشفة أو لصق العبوة البلاستيكية أو الكرتون.
- ✓ الملحقات والتعليمات: نحتاج إلى الملحقات الأخرى مثل العلامات التجارية والتسميات والتعليمات والكتيبات التوضيحية لاستخدام المنتج.

2-2-لوازم وتجهيزات:

- لقد اخترنا شراء لوازم وتجهيزات المصنع من الموردين في الجزائر اي في نفس منطقة التصنيع لان لذلك عدة فوائد نذكر منها
- خفض تكاليف النقل: باختيار الموردين المحليين، فإننا نقوم بتقليل تكاليف النقل المرتبطة باستيراد اللوازم من مناطق أو بلدان أخرى. وبالتالي يكون لهذا تأثير إيجابي على ربحية المشروع.
- تقليل أوقات التسليم: من خلال العمل مع الموردين المحليين، يتم تقليل أوقات التسليم حيث يمكن شحن المنتجات بشكل أسرع. يتيح لنا ذلك الحصول على لوازم وتجهيزات منتظمة من المواد الأولية، وهو أمر ضروري للحفاظ على الإنتاج المستمر.
- دعم الاقتصاد المحلي: الشراء من الموردين المحليين يساعد في دعم الاقتصاد المحلي. وهذا يعزز النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل ويعزز العلاقات التجارية على الصعيد المحلي.

التواصل الميسر: يسهل العمل مع مقدمي الخدمات المحليين التواصل، حيث قد يكون هناك عدد أقل من الحواجز اللغوية أو الثقافية. يمكنك بسهولة توصيل احتياجاتك وبناء علاقات ثقة والحصول على خدمة عملاء أفضل.

التعاون الوثيق: كوننا قريبين جغرافيًا، يمكننا تطوير علاقة أوثق مع الموردين المحليين. وهذا يمكن أن يسهل التعاون وتبادل الأفكار وحل المشكلات والتكيف مع التغيرات السريعة في السوق.

✓ موردون تجهيزات المكتب والإعلام الآلي: نذكر منهم

○ ETS TEFFAHI INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE لبيع أدوات المكتب ومعدات الحاسوب،
وأثاث المكاتب

العنوان: 112 شارع حسيبة بن بوعلي، سيدي أحمد 16000 رقم الهاتف: 023497108

○ ALPHA OFFICE CAMPANY بيع أدوات المكتب بالجملة

العنوان: Rue Mihoubi Mohamed - Cheraga, Algiers, Alegria, رقم الهاتف: 0554518370, البريد الإلكتروني: alphaofficecompany@gmail.com

INFORMATIQUE BUREAUTIQUE TWINS لبيع معدات الحاسوب:

العنوان: برج البحري، الجزائر العاصمة، رقم الهاتف: 0794530001 الموقع: TWINS SCHOOL

✓ موردون الآلات والمعدات: GINIDEX

العنوان: 16046 Hussein Dey El Magharia, P4M6+2Q9 , رقم الهاتف: 021495460

✓ HQNDY BAG مورد المواد البلاستيكية:

العنوان: CITE SI SMAIL A 10 LOT N°20 BORDJ EL KIFFAN, الجزائر العاصمة، رقم الهاتف: 0552482185 البريد الإلكتروني: sarlhandybag@gmail.com

3-2- الآلات والمعدات:

من الأسباب الرئيسية لاقتناء الآلات من الجزائر هي:

✓ القرب الجغرافي: يتيح لنا شراء الآلات في الجزائر الاستفادة من القرب الجغرافي، مما يسهل عملية شراء الآلات وتسليمها وصيانتها. يمكننا أيضًا الاستفادة من دعم تقني أفضل ودعم أسرع إذا لزم الأمر.

✓ خفض تكاليف النقل والاستيراد: يؤدي شراء الآلات المحلية في الجزائر إلى خفض تكاليف النقل والاستيراد المرتبطة بشراء الآلات من الخارج. يساعد هذا في إدارة التكاليف بشكل أكثر كفاءة وجعل مشروعاتنا أكثر ربحية.

✓ الامتثال للمعايير المحلية: تمثل الآلات المشتراة في الجزائر عموماً للمعايير والأنظمة المحلية. يمكن أن يسهل ذلك الامتثال التنظيمي وتجنب القضايا التقنية ومعايير السلامة المحتملة.

✓ دعم الاقتصاد المحلي: يساهم شراء الآلات في الجزائر في التنمية الاقتصادية المحلية من خلال دعم الأعمال التجارية المحلية وخلق فرص العمل. كما أنه يعزز العلاقات مع الموردين والشركاء المحليين.

لإنتاج منشفة وممسحات الألياف الدقيقة، ستحتاج إلى العديد من الآلات المتخصصة. بعض الآلات المستخدمة عادة في عملية الإنتاج تشمل:

- آلة القطع التلقائي:

تُستخدم هذه الآلة لقطع ألياف الألياف الدقيقة بأحجام وأشكال مختلفة وفقاً لمواصفات المنتج. وهي مجهزة بشفرات قطع دقيقة للقطع الدقيق والموحد.

- آلة الخياطة الصناعية:

تُستخدم آلة خياطة صناعية قوية لتجميع الأجزاء المختلفة المقطوعة معاً وإنشاء الممسحات والأقمشة النهائية. تم تصميم هذه الآلات للخياطة السريعة والمتينة.

- آلة Over jet:

تُستخدم آلة Over jet لصنع تماس حافة على الممسحات والمنشفة لتعزيز الحواف ومنع الخيوط من التآكل.

- آلة التلحيم الحراري:

هي آلة تستخدم لإغلاق الأكياس البلاستيكية أو المواد الأخرى. يستخدم عادة في الصناعات الغذائية والصيدلانية وغيرها من الصناعات حيث يكون من الضروري الحفاظ على نظافة وسلامة المنتجات المعبأة.

البطاقة التقنية للآلات:

ورقة البيانات الآلية هي وثيقة تقنية تقدم معلومات مفصلة عن خصائص ومواصفات وأداء آلة معينة. يتم استخدامه كمرجع لفهم ميزات وقدرات الآلة ومقارنة الآلات المختلفة.

تعد ورقة بيانات الآلة أداة أساسية للمصنعين والموزعين والمستخدمين النهائيين لاتخاذ قرارات مستنيرة بشأن شراء وتشغيل وصيانة الآلة. إنه يجعل من الممكن مقارنة الآلات وفهم قدراتها والتأكد من أنها تلبي الاحتياجات المحددة لتطبيق معين.

• آلة القطع التلقائي:

آلة قطع المنسوجات مصممة خصيصًا لقطع الأقمشة بدقة وسرعة. يستخدم على نطاق واسع في صناعة النسيج، بما في ذلك في صناعة الملابس ومصانع النسيج التقنية والأثاث والقطاعات الأخرى ذات الصلة. فيما يلي بعض الميزات والوظائف المشتركة لآلات قطع المنسوجات:

نظام القطع الآلي: آلات قطع المنسوجات مجهزة عمومًا بأجهزة تحكم رقمية وبرامج محددة لبرمجة أنماط القطع. هذا يسمح بدقة عالية وإمكانية قطع الأنماط المعقدة.

نظام تثبيت الأقمشة: غالبًا ما يتم تجهيز آلات تقطيع المنسوجات بنظام تثبيت يثبت النسيج في مكانه أثناء القطع. وهذا يضمن القطع الدقيق ويتجنب التشريد غير المرغوب فيه للمواد.

طرق القطع المختلفة: تستخدم آلات قطع المنسوجات طرقًا مختلفة لقطع القماش. تستخدم بعض الآلات الشفرات الدوارة أو السكاكين الدائرية لإجراء قطع نظيفة، بينما يستخدم البعض الآخر شفرات متذبذبة أو ليزر للحصول على قطع أكثر دقة.

إدارة النفايات: غالبًا ما يتم تجهيز آلات قطع المنسوجات بنظام جمع النفايات لإزالة قطع القماش المقطوعة والحفاظ على مساحة العمل نظيفة.

إنتاجية عالية: آلات قطع المنسوجات قادرة على قطع كميات كبيرة من النسيج بسرعة ودقة، مما يحسن كفاءة وإنتاجية عمليات التصنيع.

المرونة: غالبًا ما تكون آلات قطع المنسوجات متعددة الاستخدامات ويمكن استخدامها لقطع مجموعة واسعة من الأقمشة، من الأقمشة الخفيفة والحساسة مثل الحرير والساتان، إلى الأقمشة السميكة والأقوى مثل الدنيم أو الجلد.

Modèle	X5-160	X5-190	X5-210	X5-260
Largeur d'épandage	1600mm	1900mm	2100mm	2600mm
Maximum poids du tissu	80kg			110kg
Maximum rool diamètre	450mm			450mm
Vitesse maximale de conduite	88 m/min			85 m/min
Seul geste hauteur maximale	220mm			220mm
À Double traction hauteur maximale	160mm			160mm
Puissance	1.2kw			1.55kw
Exigences de puissance	220V 50Hz 15A monophasé AC 220V 50Hz 15A			
Taille : longueur, largeur, hauteur	230 × 165 × 95cm	260 × 165 × 95cm	280 × 165 × 95cm	330 × 165 × 95cm
Poids de la Machine	400kg	415kg	425kg	475kg
Panneau largeur	1835mm	2135mm	2335mm	2835mm



• آلة الخياطة الصناعية:

آلة الخياطة الصناعية هي قطعة من المعدات المصممة خصيصًا للخياطة على نطاق واسع في صناعة النسيج. يستخدم في إنتاج الملابس والمنسوجات التقنية والأثاث وغيرها من المنتجات المخيطة بكميات كبيرة. تشمل بعض السمات والوظائف المشتركة لآلات الخياطة الصناعية ما يلي:

سرعة الخياطة العالية:

تم تصميم آلات الخياطة الصناعية للعمل بسرعات عالية وزيادة الإنتاجية وتقليل أوقات الإنتاج. تعزيز الغرز: هذه الآلات قادرة على عمل غرز مقوية لضمان غرزة قوية ومتينة، خاصة على المواد السمكية أو المقاومة.

الغرز والأنماط المتعددة:

توفر آلات الخياطة الصناعية مجموعة متنوعة من الغرز والأنماط، مثل الغرز المستقيمة، والتعرج، والأزرار والغرز الزخرفية، وما إلى ذلك. يساعد هذا في تلبية احتياجات الخياطة المختلفة. الذراع الحرة:

تحتوي بعض آلات الخياطة الصناعية على ذراع حرة تجعل من السهل خياطة الأجزاء الأنبوبية أو المناطق التي يصعب الوصول إليها، مثل أصفاد الأكمام أو الحواف. إمداد الطاقة التفاضلي:

تتيح لنا هذه الميزة التحكم في سرعة حركة النسيج العلوي والسفلي بشكل مستقل، وهو أمر مفيد لخياطة أقمشة التمديد والحصول على طبقات منتظمة وبدون تجاعيد. قاطع الخيوط التلقائي:

تم تجهيز العديد من آلات الخياطة الصناعية بنظام قاطع خيوط أوتوماتيكي، مما يسهل ويسرع عملية الخياطة

تعديلات طول التوتر والخياطة:

توفر آلات الخياطة الصناعية عادةً توترًا دقيقًا في الخيوط وتعديلات في طول الغرز، مما يسمح بدرجات موحدة مصممة خصيصًا للاحتياجات المحددة للمادة.



NOM DU MODEL	GEM 8700GEMSY
Vitesse maximale de couture	5000point/ minute
Longueur maximale du point	5mm
Hauteur de relevage du pied de biche	À la main : 5.5mm - à la main : 5.5mm - à la genouillère : 13mm
Type d'aiguille	DBX1 ,134
Lubrification	Automatique
Course de la barre à aiguille	30.7
Taille du plateau	105x 55 cm
Moteur	Monteur à embrayage 400 W avec interrupteur
Table	110 ,105ou 120cm sur 55 ou 60cm
Bâti	Fixe (option : avec roulette)
Garantie	1an 2ans maintenance téléphonique
Voltage	220V ou 380V au choix

مميزات GEMSY GEM 8700

GEMSY GEM 8700 ماكينة الخياطة الصناعية. آلة الخياطة الصناعية 1 GEMSY GEM 8700 إبرة معقودة، درز مستقيم، محرك مقلب واحد، تشحيم زيت أوتوماتيكي (تشحيم أوتوماتيكي للأجزاء الداخلية). 5000 نقطة/دقيقة. الجدول 55 × 105 سم، مبنى ثابت، محرك كهربائي في V220، ملحقات.. ماكينة خياطة حمام الزيت الصناعي/غرزة

• آلة Over jet:

هي آلة خياطة خاصة تستخدم لصنع تشطيبات احترافية على حواف الأقمشة. فيما يلي بعض الأدوار الرئيسية:

- حافة ملفوفة: يمكن أيضاً استخدام Super Runner لصنع حواف ملفوفة. تقوم بطي وخياطة حافة القماش لإنشاء حاشية ضيقة وزخرفية. يستخدم هذا بشكل شائع في حواف الحبال أو الأنسجة أو الملابس الخفيفة.
- المرونة والخياطة المطاطية: تعد الآلات كبيرة الحجم مثالية لخياطة أقمشة التمدد مثل الجرسى أو الحياكة أو الإيلاستين. وهي مجهزة بإعدادات وغرز مختلفة للحصول على طبقات مرنة ومرنة ومقاومة.
- الخياطة الزخرفية: توفر بعض المبالغ الزائدة ميزات إضافية للخياطة الزخرفية. يمكن أن يكون لديهم غرز أو أنماط خاصة أو خيارات قلب تفضلية لخلق تأثيرات زخرفية على الأقمشة.



مميزات JUKI MO-6714DA:

Modèle sous classe pour application générale	Matériel	Largeur du surjet	Nombre de ranger de griffe	Système d'aiguille
MO-6714DA-BD6-307	Leger à moyen	écartement - 3.2 2mm	3	DC x 27 #11
MO-6714DA-BE6-307		écartement - 4.0 2mm	3	DC x 27 #11
MO-6714DA-BB6-30P		- 4.8 écartement 2mm	3	DC x 27 #11
MO-6714DA-BE6-40H	Moyen à lourd	écartement - 4.0 2mm	3	DC x 27 #11
MO-6714DA-Df6-50F		écartement - 4.8 3.2mm	3	DC x 27 #14

➤ آلة التلحيم الحراري:

- ✓ اللحام النبضي، المعروف أيضًا باسم اللحام الحراري الثابت، هو نوع من الآلات المستخدمة لإغلاق الأكياس عن طريق تطبيق نبضة حرارية متحكم فيها.
- ✓ تشغيل لحام النبض بسيط نسبيًا. عندما توضع الحقيبة بين فكي الآلة، يتم إنشاء نبضة حرارية عن طريق تنشيط تيار كهربائي. يتم تطبيق هذا النبض الحراري على منطقة التماس في الكيس، مما يؤدي إلى صهر الطبقات البلاستيكية مؤقتًا ودمجها معًا لتشكيل لحام صلب.

- ✓ مدة النبض الحراري قابلة للتعديل على اللحام، مما يسمح بالتحكم في الوقت اللازم لإكمال اللحام.
- يعتمد على مادة الكيس وسمكه. بمجرد الانتهاء من اللحام، يتم فك الفكين ويمكن إزالة الحقيبة.
- ✓ يستخدم لحام النبض عادة لإغلاق الأكياس البلاستيكية في مختلف الصناعات بما في ذلك الطعام ومستحضرات التجميل والصيدلة وما إلى ذلك. توفر العديد من المزايا، مثل سهولة الاستخدام وسرعة الإغلاق وإمكانية إغلاق الأكياس بأحجام وسمك مختلفة.



البطاقة التقنية لآلة التلحيم الحراري FS-200C / FS-400C :

Modèle	FS-200C	FS-400C
Alimentation	AC 220/50 110/60	AC 220/50 110/60
Puissance	430W	600W
Dimension de la soudure	200x 2 mm	400x 3 mm
Durée de la soudure	0.2-1.3s	0.2-1.3s
Dimension de la machine	255 × 83 × 440mm	540 × 85 × 280 mm
Poids de la machine	3.7kg	4.4kg

2- اليد العاملة:

اليد العاملة	المهمة	العدد
الطاقم الإداري	التسيير الإداري	2
مسؤولي الإنتاج	الإشراف على عملية الإنتاج وتسيير الآلات	6
مسؤولي التوزيع	توزيع المنتج النهائي إلى نقاط البيع	2
مسؤول التغليف والتعليب	تغليف المنتج	1
المجموع		11

3- الشركاء:

- ✓ الفنادق: تحتاج الفنادق إلى منتجات صيانة عالية الجودة للحفاظ على نظافة غرفها وحماماتها ومطاعمها ومناطقها المشتركة الأخرى. تحظى ممسحات الألياف الدقيقة بتقدير كبير في صناعة الفنادق بسبب أدائها المتفوق من حيث الامتصاص والنعومة والمتانة. يمكن أن تساعدك الشراكة مع الفنادق، بما في ذلك سلاسل الفنادق، في تأمين الطلبات العادية والكبيرة.
- ✓ شركات التنظيف: تستخدم شركات التنظيف المهنية كمية كبيرة من الممسحات وأغطية الصحن لخدمات التنظيف الخاصة بها. يزداد الطلب على ممسحات الألياف الدقيقة في هذا القطاع بسبب كفاءتها في التنظيف وقابليتها لإعادة الاستخدام. يمكن أن يمنحك التعاون مع شركات التنظيف إمكانية الوصول إلى سوق مستقر ومنتظم.
- ✓ موردون نسيج الألياف الدقيقة: ستحتاج إلى شركاء يمكنهم تزويدنا بلفائف نسيج الألياف الدقيقة عالية الجودة.
- ✓ الموزعون والبائعون: لتوسيع السوق والوصول إلى عملاء جدد، يمكن أن تكون الشراكة مع الموزعين والبائعين المتخصصين في منتجات التنظيف المنزلية أو الأدوات المنزلية مفيدة. يمكنهم مساعدتك في تسويق وتوزيع ممسحات الألياف الدقيقة على نطاق أوسع.

- ✓ **تجار الجملة:** تجار الجملة هم لاعبون رئيسيون في سلسلة التوريد ويمكنهم شراء المنتجات بكميات كبيرة لإعادة بيعها لشركات أخرى، مثل تجار التجزئة أو شركات التنظيف أو المتخصصين في الصناعة. من خلال العمل مع تجار الجملة، يمكننا الوصول من خلال وضع منتجاتنا في شبكة أوسع من العملاء المحتملين.
- ✓ **محلات السوبر ماركت:** محلات السوبر ماركت هي وجهات شهيرة للمستهلكين الذين يبحثون عن منتجات التنظيف. من خلال العمل مع محلات السوبر ماركت، يمكننا إتاحة ممسحات الألياف الدقيقة للمستهلكين في مجموعة متنوعة من التنسيقات والأحجام والعلامات التجارية.
- ✓ **شركاء التسويق:** يمكن أن يكون هناك مساعدة والتعاون مع وكالات التسويق أو المؤثرين أو الشركات الصناعية الأخرى في الترويج لمنتجاتنا والوصول إلى جمهورنا المستهدف بشكل فعال.
- ✓ **موردي المواد الأولية:** الشركات التي توفر المواد الأولية اللازمة لصنع منتجاتنا، مثل القماش المصنوع من الألياف الدقيقة، والمواد اللاصقة، و مواد التعبئة والتغليف، وما إلى ذلك.

المحور الخامس: الخطة المالية

1-التكاليف والأعباء:

السنة الأولى	السنة الثانية	السنة الثالثة	
400000	700 000	950 000	تجهيزات المصنع
2880000	360 000	420 000	رواتب الأجور
180000	210 000	250 000	فاتورة الماء والكهرباء
600000	750 000	1 000 000	الألات والمعدات
1000000	1 200 000	1 500 000	تكاليف التسويق

2-التكاليف الشراء المواد الأولية:

Q	P	D	M
1	Rouleau	1,80m*50m 90m ²	40000da
1	Scratché	10m	300da
1	Bobine de fil	5000m	2000da

3-تكلفة الإنتاج:

1-3- المنتج الأول: ممسحة ميكرو فيبر بمثلث

M1	Q1	P1
Chiffon microfibre	0.35m ²	155.55da
Scratche	1m	30da
Bobine de fil	2.80m	1.12da
Emballage	1	12da
Total	/	198,67DA

2-3-المنتج الثاني: نشاف ميكرو فيبر خاص بالأثاث والزجاج

M2	Q2	P2
Chiffon microfibre	0.24m ²	106.67da
Bobine de fil	2.60m	1.04da
Emballage	1	12da
Total	/	119.71

3-3- المنتج الثالث : منشفة ميكرو فيبر متعدد الاستعمال 20 قطعة

M3	Q3	P3
Chiffon microfibre	20*0.1225m ²	1088,9da
Bobine de fil	20*1.4m=28m	11.2da
Emballage	1	55da
Total	/	1115.5da

4-رقم الأعمال:

4-1-المنتج الأول:

	PREVISION		
Produit a destiné A	N	N+1	N+2
Quantité produit A	30840	45000	62000
Prix HT produit A	300da	300da	300da
Ventes produit A	25000	38000	55000
Chiffre d'affaires global	7500000da	11400000da	16500000da

4-2-المنتج الثاني:

	PREVISION		
Produit a destiné B	N	N+1	N+2
Quantité produit B	18000	29000	50000
Prix HT produit B	220da	220da	220da
Ventes produit B	14000	21000	49000da
Chiffre d'affaires global	3080000da	4620000da	10780000da

3-4-المنتج الثالث:

	PREVISION		
Produit a destiné C	N	N+1	N+2
Quantité produit C	3000	4200	8400
Prix HT produit C	1650da	1650da	1650da
Ventes produit C	2600	3600	7500
Chiffre d'affaires global	4290000da	5940000da	12375000da

5-جدول حسابات النتائج المتوقع:

LIBELLER	N+1
Vente et produits annexes	21 960 000
Variation des stocks produits finis et en cours	-
Production immobilisée	-
Subvention d'exploitation	-
Production de l'exercice	21 960 000
Achats consommés	4 956 000
Services Extérieurs et autres consommations	1 180 000
Consommation de l'exercice	6 136 000
Valeur ajoutée d'exploitation	15 824 000
Charges de personnel	2 880 000
Impôts et taxes et versement assimilés	-
Excédent Brut d'Exploitation	12 944 000
Autres produits opérationnels	-
Autres charges opérationnelles	-
Dotations aux amortissements, Provisions	3 440 000
Reprise sur pertes de valeurs et provisions	-
Résultat opérationnel	9 504 000
Produits Financiers	-
Charges financières	-
Résultat financier	-

Résultat Ordinaire avant impôt	-
Impôt exigible sur résultat ordinaire	-
Impôt différé (variation) sur résultat ordinaire	-
RESULTA NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	9 504 000
Eléments extraordinaire (produits)	-
Eléments extraordinaire (charges)	-
Résultat extraordinaire	-
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	9 504 000

6- حساب احتياجات رأس المال العامل (BFR):

$BFR = \text{Actif circulant} - \text{Passif circulant}$

$BFR = 3800000 - 1000000$

$BFR = 2800000$

إذن معدل BFR الخاص بنا موجبًا، فهذا يعني أننا ندفع للموردين قبل أن يدفع لنا الزبائن: هناك فجوة في التدفق النقدي بين المدفوعات والإيصالات. هذا ليس دراماتيكيًا في حد ذاته، ولكن لتجنب حدوث انخفاض كبير في السيولة النقدية، نحتاج إلى إعداد المبلغ الضروري (2800000) لتمويل احتياجات التدفق النقدي قصير الأجل.

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

منتجتنا هي عبارة عن مجموعة من المماسح المصنوعة من مادة الميكرو فيبر والتي تستخدم لتنظيف الأرضيات والأثاث والزجاج. تتكون منتجتنا من ثلاثة أنواع رئيسية:

1. علبة المنشفة الميكرو فيبر متعددة الاستخدامات: تحتوي على 20 قطعة من المنشفة المصنوعة من مادة الميكرو فيبر. تستخدم هذه المنشفة لتنظيف شاشة وإينوكس ومطبخ وأرضيات والسيارة بفعالية عالية وإزالة الأوساخ والبقع. يمكن استخدامها في المنازل والمكاتب والمراكز التجارية وغيرها من الأماكن.
 2. ممسحة الميكرو فيبر للأرضيات بـ مثبت: تعتبر هذه الممسحة مثالية لتنظيف الأرضيات بشكل سريع وفعال. تحتوي على رأس ممسحة مصنوع من الميكرو فيبر الناعم وعصا قابلة للتمديد لسهولة الاستخدام. يتم تثبيت الرأس بشكل آمن لتنظيف الأرضيات بكفاءة وسهولة.
 3. ممسحة الميكرو فيبر للأثاث والزجاج: تم تصميم هذه الممسحة بشكل خاص لتنظيف الأثاث والزجاج بدقة وفعالية. تحتوي على رأس مصنوع من الميكرو فيبر الناعم ومقبض مريح للتحكم السهل. تساعد في إزالة الأتربة والبقع عن الأثاث والزجاج دون ترك أي خدوش أو آثار.
- المنتج الأول:**

هي عبارة عن ممسحة للأرض بقياسات 50*70سم نأخذ المادة الأولية وهي قطعة كبيرة من القماش المخصص وندخلها في آلة التقطيع ثم نبرمج الآلة على قياساتها ونضع اللاصق على أطرافها الطولية ونقوم بخياطة أطرافها الأربعة ثم نضع الغلاف الخارجي ونضعها في أكياس بلاستيكية تحتوي على 12 قطعة ثم نضعها في علب كرتون من 12 كيس.



بطاقة التقنية للمنتج الأول:

- نشاف ميكرو فيبر بمثبت SCRATCH
- مصنوع من ألياف فائقة النعومة.
- فعالة وسهلة على جميع أنواع الأرضيات (الرخام، أرضية، خشبية، البلاط....).
- ينظف ويزيل الاوساخ في الزوايا دون خدش الارضيات.
- سهولة تعليق محاف المسحة بالمكنسة بفضل شريط السكراتش (مثبت).

المنتج الثاني:

هو عبارة عن قطعتين قماش ميكرو فيبر الاولى مخصصة لمسح الزجاج والثانية لمسح الأثاث حيث نأخذ قطعة قماش كبيرة للمنتجين ونضعها في آلة التقطيع والمبرمجة على القياسات التالية 30*40سم ونأخذ القطعتين ثم نضف الغلاف الخارجي عليها ونضعها في أكياس بلاستيكية ونضع أكياس بلاستيكية في كرتون.



بطاقة التقنية للمنتج الثاني:

- ✓ منشفة ميكرو فيبر خاصة بالزجاج والأثاث.
- ✓ تستخدم للإزالة الغبار ورطوبة لتنظيف وتلميع الأسطح
- ✓ تتميز بقوتها في تنظيف جميع الاسطح الزجاجية دون ترك أي آثار.
- ✓ تدوم طويلا لتحقيق نتائج مثالية بأقل قدر من الجهد.
- ✓ التركيبة: 100% ميكرو فيبر. 30% بوتياميد.

المنتج الثالث:

علبة ل 40 قطعة قماش 30*30سم نأخذ قطعة كبيرة من القماش ونضعها في آلة للتقطيع على قياساتها ثم نضع في علبة 40 وحدة.



بطاقة التقنية للمنتج الثالث:

منشفة المايكرو فيبر متعدد الاستعمال: شاشة، إينوكس، أثاث، مطبخ، أرضية، زجاج، سيارة فيها 20 قطعة 35*35سم.

منشفة المايكرو فيبر لونت هي: منشفة مزدوجة الوجه، تتميز بوجه يزيل البقع بسلاسة. إنها الخيار المثالي للتلميع، حيث تم صنعها من ألياف ناعمة ودقيقة تمنحها قدرة ممتازة على إزالة الاوساخ والرطوبة دون ترك أي اثار من الرواسب والبصمات، تتميز بالتحمل العالي وتوفر نتائج مثالية بأقل مجهود، تستخدم منشفة المايكرو فيبر لونت على الواجهات الزجاجية ونوافذ المنازل والمرايا والإينوكس وكذلك على أسطح الكريستال والكروم في السيارات.

طريقة استخدامها بسيطة حيث يمكن استخدامها جافة للإزالة الغبار ورطوبة لتنظيف وتلميع الأسطح يفضل غسلها قبل الاستخدام الأول وبعد كل الاستخدام يمكن غسلها يدويا بدون استخدام مواد تنظيف قوية أو وضعها في الغسالة عند درجة حرارة تصل الى 60 درجة مئوية تتألف من 80% بوليستر و20% بوليا ميد.

منتجتنا تمتاز بعدة مزايا تضيف قيمة مضافة للمستخدمين:

أداء عالي: تم تصميم المنتجات باستخدام مادة الميكرو فيبر عالية الجودة، والتي تتميز بامتصاصية عالية للماء والأوساخ والدهون. يتيح ذلك تنظيف الأسطح بشكل فعال وسريع دون ترك أي بقايا أو بقع.

متعدد الاستخدامات: تعتبر منتجاتنا متعددة الاستخدامات، مما يسهل على المستخدمين استخدامها في تنظيف مختلف الأسطح والأثاث بكفاءة. سواء كان ذلك لتنظيف الأرضيات، أو المكاتب، أو الزجاج، فإن منتجاتنا توفر الحل الأمثل.

مقاومة للبكتيريا: تم تصميم الميكرو فيبر بطريقة تقلل نمو البكتيريا والجراثيم على الأسطح. هذا يعزز النظافة والصحة العامة في المنزل أو المكان العام.

سهولة الاستخدام والصيانة: يتميز منتجنا بتصميم بسيط ومريح يسهل حمله واستخدامه بسهولة. كما أنه يمكن غسله بسهولة بالماء والصابون وإعادة استخدامه مرارًا وتكرارًا، مما يوفر قيمة اقتصادية للمستخدمين.

صديق للبيئة: نستخدم منتجاتنا مادة الميكرو فيبر التي تعتبر بديلاً صديقاً للبيئة للإسفنج التقليدي والمناديل الورقية. فهي تقلل من استخدام المواد القابلة للتلف وتحافظ على الموارد الطبيعي.

فعالية التنظيف: يستخدم الميكرو فيبر الناعم والمتين لإزالة الأوساخ والبقع من الأرضيات بسهولة وفعالية. يمتص الميكرو فيبر الأوساخ والسوائل بكفاءة عالية.

سهولة الاستخدام: تتميز منشفتنا بتصميم عملي ومريح يسهل استخدامها. يمكن تثبيتها على ممسحة أو عصا ممسحة لتوفير راحة أكبر أثناء التنظيف.

الجودة والمتانة: يتميز منتجنا بجودة عالية ومتانة تضمن تحمله للاستخدام المتكرر والتعامل مع الأوساخ والضغط.

الاقتصادية: بفضل تصميمها متعدد الاستخدامات وقدرتها على الاحتفاظ بالأوساخ والسوائل بكفاءة، فإن منتجنا يوفر المزيد من الوقت والجهد في عملية التنظيف.

تعتبر منتجاتنا مثالية للأشخاص الذين يهتمون بالنظافة والصحة العامة. توفر فعالية التنظيف والجودة العالية، مما يجعلها اختياراً مثالياً للمنازل والمؤسسات التجارية والفنادق والمطاعم والمكاتب والمزيد. منتجنا مصمم بعناية لتوفير أداء ممتاز في تنظيف الأرضيات. فهو يتميز بقدرته على امتصاص الأوساخ والبقع

بسرعة، وإزالة الغبار والشعر بفعالية، وترك الأرضيات نظيفة ولامعة. بفضل خامة الميكرو فيبر الناعمة والمتينة، فإن منتجنا يوفر تجربة تنظيف مريحة وسهلة، دون ترك خدوش أو آثار على الأرضيات.

بفضل التصميم المحكم والجودة العالية لمنتجنا، فإنه يحظى بشعبية كبيرة بين المستخدمين. يمكن استخدامه في المنازل، والمكاتب، والفنادق، والمحلات التجارية، والمزيد. إنها أداة تنظيف متعددة الاستخدامات وعملية للغاية.

باختصار، منتجنا هو خيارك المثالي لتنظيف الأرضيات بكفاءة وسهولة. نحن نهدف إلى تلبية احتياجاتك وتوفير حلول تنظيف عالية الجودة وعملية لمنزلك أو مكان عملك.

قائمة الملاحق

الميزانية:

Actif	N+1
Immobilisation Incorporelles	200 000
Immobilisation Corporelles	7 000 000
Terrain	10 000 000
Bâtiment	-
Autres Immobilisations Corporelles	-
Immobilisations en concession	-
Immobilisation en cours	-
Immobilisations Financières	-
Titres mis en équivalence	-
Autres participations et créances rattachées	-
Autres Titres immobilisés	-
Prets et autres titres financiers non courants	-
Impôts différés actif	-
ACTIF NON COURANT	17 200 000
Stocks et encours	-
Créances et emplois assimilés	-
Clients	-
Autres débiteurs	-
Impôts et assimilés	-
Autres créances et emplois assimilés	-
Disponibilités et assimilés	3 800 000
Placements et autres actifs financiers courants	-

Trésorerie	-
ACTIF COURANT	3 800 000
TOTAL ACTIF	21 000 000
Passif	N+1
<u>CAPITAUX PROPRES</u>	-
Capital émis	20 000 000
Capital non appelé	-
Ecart de réévaluation	-
Primes et réserves- Réserves Consolidées	-
Résultat net- RN part du groupe	-
Autres capitaux propres- report à nouveau	-
Part de la société consolidante (1)	-
CAPITAUX PROPRES	20 000 000
<u>PASSIFS NON-COURANTS</u>	
Emprunts et dettes financières	-
impôt différé passif	-
Autres dettes non courantes	-
Provisions et produits constatés d'avance	-
PASSIFS NON-COURANTS	00
<u>PASSIFS COURANTS</u>	
Fournisseurs et comptes rattachés	1 000 000
Impôts	-
Autres dettes	-
Trésorerie passif	-
PASSIFS COURANTS	
TOTAL PASSIF	21 000 000

مخطط نموذج الأعمال:

الشركاء الرئيسيين	الأنشطة الرئيسية	القيمة المقترحة	العلاقة مع الزبائن	الفئة المستهدفة
-موارد أولية شركة هندي باق -مقدمي الخدمة كآزي تور -وكلاء التسويق -المطورين مجموعة تركزاد	-التصميم منتجات وتحن - النماذج -إنتاج مستلزمات التنظيف - تحت علامة لونت -توزيع ومتابعة المنتجات عبر - نقاط البيع -إنشاء متجر إلكتروني خاص - بالمؤسسة لإعلام والاتصال	- نظرا لإقبال المتزايد على - مستلزمات المنزل والتنظيف - وغلاق الاستيراد فإن مشروع - يعد من المشاريع المهمة التي - يكون عليها إقبال كبير. بكونه - مشروع سيكون دائم الطلب - بسبب الحاجة الدائمة إلى - تنظيف المنزل ومنتجات - مبتكرة من حيث الشكل - والاستخدام ومنتوج مزدوج - وتقديم خدمات جيدة بأسعار - مناسبة. -منتجات سهلة للاستعمال -زيادة التنافسية في السوق - تقديم اختيار أكثر للزبون - توفير فرص عمل أكبر - وتنشيط السوق.	-تعامل مباشر مع الزبون -خدمة ما بعد البيع -الشبكات الاجتماعية	-محلات الجملة (التنظيف) -محلات سوبر ماركت -أصحاب الشركات والمؤسسات - الخاصة و العمومية و - المستشفيات

الموارد الرئيسية	قنوات التوزيع
-المواد الأولية نشاف - ميكرو فيبر -الألات والمعدات آلة للتقطيع - وألة للخياطة وألة للتغليف. -مصاريف التأسيس	-موزع -قوة البيع -خدمة الإنترنت -وكلاء تجاريون -معارض الوطنية والجهوية
بنية التكاليف -تجهيز المصنع 400000 دج -الماء والكهرباء 180000 دج -رواتب الأجور 2880000 دج -تكلفة الإنتاج 11502600 دج -الألات والمعدات 540000 دج -المصاريف الإدارية 200000 دج -تكاليف التسويق 1000000 دج	مصادر الدخل -بيع منتجات عبر نقاط التوزيع خاص بالمؤسسة والموزعون. - شراكة التمويل مقدرب 20 000 000 دج