

خطة استراتيجية وخطة عمل للمنشأة

شركة الواحه للخدمات البترولية



اويسسكو
OASISCO

المحتويات

3	البيانات التعريفية للمنشأة:
4	تعريف المشروع:
4	وصف المشروع
5	1/3 - الخدمات المستهدفة
8	استراتيجية وخطة التسويق
12	الدعاية والترويج
14	خطة التوسع المستقبلية للمنشأة خلال الخمسة سنوات القادمة

البيانات التعريفية للمنشأة:

البيان	الوصف
اسم المنشأة	شركة الواحه للخدمات البترولية
الكيان القانوني للمنشأة	ذات مسؤولية محدودة
النشاط طبقاً للسجل التجاري	البيع بالتجزئة لوقود السيارات والدرجات النارية (محطات الوقود)
الاسم التجاري للمحطات	اويسسكو
شعار المحطات	 اويسسكو OASISCO
موقع المشروع	المقر الرئيسي للمنشأة بمدينة الرياض

تعريف المشروع:

وصف المشروع

المشروع المستهدفة هو تأسيس مشروع لإدارة وتشغيل محطات الوقود بالمملكة تحت مسمى شركة الواحه للخدمات البترولية – "اويسسكو" لتقديم خدمات التزود بالوقود وغيرها من الخدمات المساندة بالمحطات المستهدفة، حيث تستهدف الشركة إنشاء محطات وقود أو استئجار محطات قائمة بالفعل وتطويرها وتأهيلها لتصبح مستوفاه لكافة شروط وزارة الشئون البلدية والقروية ، بحيث تحتوي كل محطة على (خدمات التزود بالوقود - أسواق تموينية- مطعم- كوفي شوب – تغير زيوت- بنشر- غسيل سيارات، صراف آلي، وغيرها من الخدمات)، وذلك رغبة منا في توفير خدمات متكاملة لمرتادي المحطات والسعي للوصول إلى إيرادات سنوية كبيرة للمشروع والتوسع بشكل مستمر للوصول لجميع مدن المملكة، على أن يكون المقر الإداري للشركة بمدينة جدة، وموقع المحطات المستهدف افتتاحها في السنة الأولى بعد التأهيل كالتالي:

السنوات	عدد محطات على الطرق الإقليمية فئة أ	عدد محطات داخل المدن
الأولى	1	1

1/3 - الخدمات المستهدفة

يمكن تحديد الخدمات المقدمة من المشروع ككل فيما يلي :

1- تشغيل المحطة بتقديم خدمات بيع الوقود

2- تأجير الوحدات التجارية حيث تستهدف الشركة إقامة شراكات مميزة مع علامات تجارية ذات جودة بحيث

يكونوا هم شركائهم ومشغليها الدائمون، تستحوذ الشركة فقط على البنزين والسوبرماركت والكوفي شوب

وسوف توقع الشركة في هذا الخصوص مع عدد منشآت رائدة ومتخصصة تكون جنباً إلى جنب مع

الشركة إذ أن الشركة لا تعزم طرح المواقع الاستثمارية على العامة بل أنه سوف يكون لها منشآت

مؤهلة مسبقاً في عدة مجالات مثل:

- منشآت مؤهلة في مجال خدمات السيارات (تغيير زيوت وتشحيم السيارات، تغيير وبيع

إطارات السيارات، إصلاح وصيانة السيارات، ومغسلة السيارات)

- منشآت مؤهلة في مجال المطاعم المتنوعة

- منشآت مؤهلة في مجال الوجبات السريعة والعصائر

- منشآت مؤهلة في مجال البنوك

- منشآت مؤهلة في مجالات مختلفة تناسب مع الموقع الجغرافي للمحطة (مغسلة ملابس

وإدارة الوحدات والشقق الفندقية ... الخ)

أهداف الشركة

- المساهمة في تنفيذ رؤية المملكة 2030 ومبادرات برنامج التحول الوطني في تطوير وتنظيم قطاع محطات الوقود و اظهار المملكة بشكل حضاري يليق بمكانتها.
- تعزيز القدرات التنافسية لخدمات محطات الوقود بالمملكة من خلال تأسيس شركة لإدارة وتشغيل محطات وقود تقدم المنتجات البترولية.
- تلبية جزء من احتياجات أفراد المجتمع من خدمات ضرورية وبجودة عالية وتوفير المنتجات البترولية وتوفير خدمة ذات جودة عالية للعملاء بالمملكة.
- الاعتماد على المدن الرئيسية بالمملكة (جازان – الرياض – مكة – جدة - المدينة المنورة) في تقديم خدمات المشروع، على أن تكون نقطة الإنطلاق بمدينة الرياض
- مواجهة الطلب المتزايد على خدمات محطات الوقود والخدمات الملحقة بها، حيث أضحت محطات الوقود في السنوات القليلة الماضية أشبه بالمركز التجاري من خلال المطاعم والمقاهي والوحدات التجارية الملحقة بأي من محطات الوقود بالمملكة.
- تنفيذ تشطيبات وديكورات حديثة لتحظى بشكل حضاري مميز.
- إتاحة الفرصة لذوي المشروعات صغيرة الحجم بالمدن المستهدفة بتنفيذ مشروعاتهم بتكاليف معقولة وضمان الإقبال على مشروعاتهم من خلال عملاء المحطات.
- تطبيق أسعار وقيمة إيجاريه مناسبة لعملاء المشروع وبخاصة في بداية عمر المشروع.
- تعيين كوادرفنية متميزة وبخاصة من العمالة السعودية.

مبررات اختيار المشروع

- ارتفاع عدد السيارات وحاجتها إلى خدمات التزود بالوقود ومن ثم زيارة محطات الوقود بشكل دوري، مما يعمل على ارتفاع الإقبال على الخدمات الملحقة بالمحطات.
- عجز العديد من محطات الوقود عن مقابلة اشتراطات وزارة الشؤون البلدية والقروية بشأن تأهيل محطات الوقود.
- التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي حققتها المملكة في السنوات الأخيرة، والتي تعد ضماناً استثمارية لنجاح المشروعات الجديدة في القطاعات المختلفة.
- زيادة أعداد المسافرين على الطرق السريعة وحاجتهم المتزايدة للخدمات الأساسية والترفيهية المصاحبة لسفرهم.
- ارتفاع الطلب على مختلف السلع والخدمات بالمملكة، نظراً لارتفاع مستوى الدخل بالمملكة والنمو السكاني بجميع مناطق المملكة.
- عدم تعارض تشريعات وقوانين المملكة مع إقامة مثل هذه المشاريع.
- تحقيق معدل ربح مرتفع يفوق معدلات الفائدة بالسوق السعودي.

استراتيجية وخطة التسويق

أولاً: أهمية خطة التسويق :

تعتبر خطة التسويق عنصراً من عناصر الخطة التجارية الاستراتيجية العامة لأي منشأة، حيث تعبر خطة التسويق عن آمال المنشأة وتطلعاتها نحو تحقيق النجاح في السوق، وبالتالي تصبح الخطة بمثابة الموجه العام لتحقيق أهداف المنشأة كما تعتبر خطة التسويق وثيقة عمل تحتوي على وسائل وإجراءات التشغيل وآليات التحكم والتنسيق الشاملة للجهات المرتبطة بإدارة المنتجات في الشركة.

وتكتسب خطة التسويق أهمية كبيرة في أنشطة المنشأة، حيث أن خطة التسويق تقوم بتحديد المنتج ومواصفاته وسعره ووسائل الإعلان والترويج المتصلة به ومكان وقنوات توزيعه، وبهذا تؤثر الخطة في كافة الوظائف ذات الصلة بالنشاط الداخلي للمنشأة مثل البيع، والشؤون المالية، والجودة النوعية، وإدارة المخزون، والمشتريات وخلافه، بالإضافة إلى تأثيرها على الجهات الخارجية المرتبطة بأنشطة المنشأة كالموردين ووكالات الدعاية والإعلان وغيرها.

ثانياً: توقيت خطة التسويق :

إن أهمية توقيت وضع خطة التسويق يرتبط بوضع المشروع إذا كان جديداً أو مشروعاً قائماً، حيث يتطلب في حالة المشروع القائم الحصول على نتائج وبيانات الأداء الفعلي لأنشطة التسويق السابقة بحيث يتم دراستها وتقييمها ومن ثم وضع التقديرات الدقيقة للخطة الجديدة، وتعتبر فترة الربع الأخير من السنة التوقيت المناسب لعرض ومناقشة الخطة الجديدة للعام القادم.

أما في حالة المشروع الجديد فإنه يلزم على مديرو جهاز التسويق به أن يقوموا بوضع خططهم التسويقية قبل بداية الإنتاج بفترة زمنية كافية وهي ثلاثة أشهر، وتغطي الخطة تقديرات المبيعات الشهرية خلال السنة الأولى من الإنتاج، والتقديرات الإجمالية للمبيعات السنوية لفترة الثلاث سنوات التي تلي ذلك. ويفضل توظيف مدير جهاز التسويق قبل بداية الإنتاج الفعلي بمدة كافية لا تقل عن ستة أشهر.

ثالثاً: عرض خطة التسويق :

يتناول هذا الجزء عرضاً لخطة التسويق المقترحة للمشروع ومكوناتها الرئيسية، ويلزم الإشارة إلى أن على مدير التسويق للمشروع أن يقوم بإعداد الخطة المفصلة مسترشداً بمحتويات العرض التالي، على أن يسبقه بملخص إداري يوضح باختصار أهدافها وكيفية خطوات ومراحل تنفيذها، ويمكن أن يشمل الملخص والعرض للخطة ما يلي :

أ) الملخص الإداري لخطة التسويق :

ويشمل ما يلي :

- التعريف بإدارة التسويق : من حيث الوظائف والواجبات والدور الذي يمكن أن تلعبه في نجاح المشروع وزيادة حصته في السوق المحلي وبالتالي زيادة أرباحه المتوقعة.
- تحديد الأهداف العامة للخطة : والتي تتمثل في تحقيق أكبر ربح وعائد مادي للمشروع بجانب بعض الأهداف الأخرى مثل :

- تقديم خدمات المشروع للعملاء حسب المواصفات والجودة المطلوبة
- تقديم سلعة وخدمات منافسة بمواصفات عالية، تسمح بكسب ثقة العملاء.
- الحصول على الحصة المخططة من السوق المتاحة محلياً للمشروع.

- تحديد الاستراتيجية العامة للمشروع: تهدف الاستراتيجية العامة للمشروع إلى خفض تكلفة الإنتاج للمحافظة على البيع بسعر السوق مع تحقيق أعلى عائد ممكن، وهذه الاستراتيجية من شأنها أن تحقق ما يلي :

- تحقيق كفاءة عالية في العمليات الإنتاجية والتسويقية.
- مواجهة الداخلين الجدد في السوق، ومواجهة سعريه للمنافسين الحاليين.
- استخدام التكنولوجيا الجديدة في إدارة المنشأة بما يحقق وفورات في التكلفة.
- رقابة أفضل على المخزون من المواد الخام.
- تقديم خدمات ومنتجات متميزة محققاً للمواصفات المطلوبة من قبل العملاء والمستهلكين.
- اتباع استراتيجية التسويق المباشر لتسويق منتجات المشروع من خلال توفير منتجات وخدمات المحطة للراغبين في الحصول عليها من مقر المحطات.
- اتباع تقنية الدفع المسبق للمدة المطلوبة في التعاقد مع العميل سواء كان شهرياً أو سنوياً ، بحيث يقوم العميل بدفع مبلغ الشراء للكميات المطلوبة من البنزين والديزل
- العمل على تنفيذ سياسة ترويج وتسويق محترفة للوصول للعملاء المستهدفين بشكل سريع وغير مكلف.
- العمل على تشكيل فريق تسويق متميز يكون دعامة المشروع وعنصر نجاحه الأول.

❖ عناصر استراتيجية التسويق المستهدفة:-

لكل أسلوب من أساليب التسويق السابقة مزايا وعيوب، وستركز الاستراتيجية المقترحة على تلافي عيوب كل أسلوب والاستفادة من مزاياه، ويمكن تحديد بنود الاستراتيجية المقترحة فيما يلي :

- أ- تأسيس المقر الإداري للشركة بمدينة جدة
- ب- التسويق المباشر، بحيث يتم التواصل مع العملاء وتقديم الخدمات المستهدفة لهم في المرحلة الأولى للمشروع من خلال موقع المحطة طريق المدينة
- ت- التوسع لاحقاً بجميع مدن المملكة خلال العشر سنوات القادمة وبخاصة بمدن مكة – جدة – المدينة المنورة – الدمام. بحيث يتم إضافة محطة سنوياً.
- ث- تقديم خدمات التزود بالوقود وعدد من الخدمات اللوجستية الخاصة بالسيارات.
- ج- السعي لتنويع الخدمات والمنتجات المقدمة من قبل المستثمرين لتقديم خدمات متكاملة لعملاء المشروع من خلال إنشاء عدد من البنود الملحقة من مطاعم و تموينات وغيره.
- ح- وضع استراتيجية التسويق من اختصاص المدير التنفيذي بالتشاور مع موظفي المشروع.
- خ- تحديد وسائل الترويج والتكاليف التسويقية من اختصاص المدير التنفيذي، على أن يقوم بتنفيذها فريق التسويق بالمشروع وبمتابعة دورية من المدير التنفيذي.

الدعاية والترويج

تعتبر الإعلانات والدعاية بوسائل الإعلان المختلفة من الوسائل الحيوية والفعالة لترويج خدمات أي مشروع مع مراعاة مرونة الخطط حسب ظروف السوق والمنافسة وسنقوم بالاعتماد على العناصر التالية:-

1- التسويق الإلكتروني

انتشر التسويق الإلكتروني بشكل متسارع في السنوات الأخيرة، حتى أصبح أحد بل أهم أدوات التسويق في عصرنا الحالي وذلك لتميزه بالعديد من الأمور أهمها :-

- الترويج للخدمات والمنتجات المختلف يعتبر بأيسر السبل ويتم على نطاق واسع، حيث يصل الإعلان باختلاف مضمونه إلى أوسع شريحة مستهدفة وبأقل مجهود.
- إمكانية تعريف العملاء المستهدفين بخدمات المشروع و أسعارها وغيرها من البيانات التي يبحث عنها مختلف العملاء.
- انخفاض التكلفة، حيث أن وسائل التسويق الإلكتروني تتسم بانخفاض تكلفتها بالمقارنة بغيرها من وسائل الدعاية والإعلان.

وفيما يلي أهم عناصر التسويق الإلكتروني المستهدف إتباعها:-

أ- تأسيس موقع إلكتروني خاص بالشركة

نستهدف تصميم موقع إلكتروني متطور ليكون واجهة للشركة بحيث يحتوي على مختلف البيانات التي يبحث عنها العملاء سواء خدمات الشركة أو مواقع محطات الوقود وغيرها من البيانات.

ب- الدعاية عبر المواقع الإلكترونية

من خلال المواقع الإلكترونية المختلفة يمكننا الدعاية للمشروع بشكل مكثف وفعال، وسنقوم بالتركيز على المواقع التي تتسم بارتفاع أعداد زوارها والمختصة بالمدن المستهدفة.

ت- صفحات التواصل الاجتماعي

تتميز صفحات التواصل الاجتماعي بزيادة الإقبال عليها، بالإضافة إلى عدم وجود تكلفة لتأسيسها، ويمكن من خلالها عرض نفس البيانات التي يتم عرضها من خلال الموقع الإلكتروني مثل العروض والأسعار وخلافه، وسنعمد خلال الحملة التسويقية على المواقع التي تتميز بإقبال الشباب السعودي عليها مثل :-

- انستغرام.

- تويتر

- فيس بوك.

- سناب شات .

ث- تأسيس تطبيق إلكتروني

نستهدف تصميم تطبيق إلكتروني خاص بالمشروع، بحيث يمكن للعملاء الحصول على نقاط وفقاً لعدد الزيارات للمشروع ومع جمع النقاط يمكنهم الحصول على بعض الخدمات مجاناً.

ل- الهدايا الدعائية

وهي تلك الأدوات التي يتم إهداء العميل بها لتعبر عن تقدير المشروع للعميل وفي نفس الوقت تعد أداة ترويجية مهمة حيث يتم تسجيل بيانات المشروع عليها مثل الأقلام وحلقات المفاتيح وعلب المناديل.

2- التنفيذ والرقابة :

تتلخص عناصر نظام الرقابة على أنشطة المبيعات بهدف الوصول للتنفيذ الجيد للخطة التسويقية الموضوعية في العناصر التالية :

- المعايير: وتتمثل في أهداف المبيعات العامة للشركة وأهداف البيع لكل فترة زمنية ولكل بائع أو موزع أو منطقة توزيع .
- جمع المعلومات : وتشمل سجلات المبيعات الفعلية ، ونتائج المقابلات البيعية، والجدول الزمني للمتابعة اللازمة لأنشطة البيع ، تحديد وتسجيل العقبات ، وحجم المبيعات الكلية ، رصد تكاليف البيع وغيرها من معلومات للرقابة على الأنشطة البيعية للشركة.
- تحليل الفروق : استنادا على نتائج جمع المعلومات ومقارنتها بالمعايير (الأهداف) الموضوعية، يتم تحديد الفروقات سلباً أو إيجاباً.
- الإجراءات التصحيحية: وهي الإجراءات اللازمة اتخاذها بناء على تحليل الفروق وتجرى بهدف الالتزام بالمعايير لتحقيق الأهداف الموضوعية.

خطة التوسع المستقبلية للمنشأة خلال الخمسة سنوات القادمة

السنوات	عدد محطات على الطرق الإقليمية فئة أ	عدد محطات داخل المدن
الأولى	0	1
الثانية	1	3
الثالثة	1	3
الرابعة	1	2
الخامسة	1	2