

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحفيظ بوالصوف ميله

عنوان المشروع:

مشروع مؤسسة صناعة الحلويات الصحية

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في اطار القرار الوزاري 1275

صورة العلامة التجارية



الاسم التجاري

Candy Bio

بطاقة معلومات:

حول فريق الاشراف وفريق العمل

1- فريق الاشراف:

فريق الاشراف	
التخصص: مقاولاتية	(01) المشرف الرئيسي فاروق بو الريحان

2- فريق العمل:

الكلية	التخصص	فريق المشروع
علوم التجارية	تسويق الخدمات	الطالبة : ميمون لينة
العلوم التجارية	تسويق الخدمات	الطالب: بولعظام أمال

## 1. فكرة المشروع (الحل المقترح):

تدور فكرة المشروع حول إنشاء مؤسسة متخصصة في صناعة أنواع مختلفة من الحلويات الصحية بمكونات طبيعية ، (كالقمح الكامل ، الشوفان ، الكاكاو الخام ، البيض العضوي ..). حيث بدأت فكرة المشروع من خلال المشاكل الصحية التي يعاني منها أغلب الناس نتيجة إتباعهم لنظام غذائي غير صحي وعدم وجود بدائل صحية، خاصة الحلويات التي تسبب أغلب الأمراض لإحتوائها على نسب عالية من السكريات و المواد الكيميائية الحافظة والملونة والصناعية، قررنا تبني هذا المشروع على أمل تحقيق فرصة ربحية و إستثمارية والحصول على منتجات صحية ذات جودة عالية .

سنقوم بتجربة إنتاج الحلويات بطريقة صحية عن طريق إنتقاء المكونات الطبيعية الغير معدلة جينيا.

## 2. القيم المقترحة:

يمكن أن تبرز القيم المقترحة أو المقدمة للزبائن من خلال العناصر التالية:

- أول قيمة: تعمل مؤسسة **Candy Bio** على تقديم منتجات صحية تحافظ على صحّة المستهلكين بالاضافة الى كونها مصنوعة من مواد طبيعية إنطلاقا من المكونات المستخدمة في تحضيرها.
  - جودة وتكليف المنتجات: تتّصف منتجاتنا الى جانب ذلك بجودة مرتفعة من خلال المميزات التي تتصف بها والمتمثلة في تنوّع الأذواق والأحجام والأشكال بما يتناسب وطلبات الزبائن، وبذلك سنعمل على ارضاء كل زبون على حدى تقريبا وفقا لمقاربة (**One to One Marketing**) مايعزّز من فرص نجاح المشروع.
  - الحفاظ على البيئة: يسعى المشروع الى تحسين صورة علامته التجارية من خلال إستخدام مواد تغليف وتعبئة صديقة بالبيئة وكذا سياسات تراعي البُعد البيئي والتي هي جزء من المسؤولية الاجتماعية ككل.
  - النظافة: حيث تهتم مؤسستنا بهذا الجانب بشكل كبير بإعتباره أحد أهم العناصر المفقودة في السوق الجزائري عموما والصناعات الغذائية على وجه الخصوص. وتتعلق سياسات النظافة هنا سواء بالمحلّ وبيئة العمل أو بطرق حفظ واستخدام المواد الأولية وكذا بالوسائل التنظيف وتقديم الحلويات الى الزبائن.
- فريق العمل :

يتكون فريق العمل لمؤسسة **Candy Bio** من شخصين (أصحاب المشروع ) حيث يتميز كل منهما بإملاكه مهارات في صناعة الحلويات، بالإضافة إلى مهارات التواصل مع الزبائن ، كما أننا متحصلان على شهادة ليسانس تخصصّ تسويق ما يمكّننا من فهم والتعامل مع السوق والزبائن بطرق علمية أكاديمية. وبالنسبة للطالبة بولعظام أمال فهي تملك اضافة الى ذلك خبرة في هذا المجال من خلال مشاركتها من قبل في دورات صناعة الحلويات الصحية.

## 3. أهداف المشروع :

تهدف مؤسسة **Candy Bio** إلى تحقيق العديد من الأهداف وتتمثل في النقاط الآتية :

- توفير منتجات (حلويات) صحية وطبيعية بأحجام و أشكال وأذواق مختلفة.
- تحقيق أقصى شروط النظافة .
- تقديم منتجات (حلويات) تجمع بين اللذة المعهودة والقيم الغذائية المرتفعة .

## عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

- المساهمة في خلق حياة أفضل للعملاء من خلال الحفاظ على صحتهم .
- منافسة المنتجات الموجودة في السوق من خلال تقديم منتجات صحية لاتقل لذة عن الحلويات التقليدية .
- التركيز على الجانب الإنساني مع تقديم المنتج .
- تحقيق عائد مالي لأصحاب المشروع لضمان الإستمرارية .

### 4. الجدول الزمني لتحقيق المشروع:

الشهر أو الأسبوع

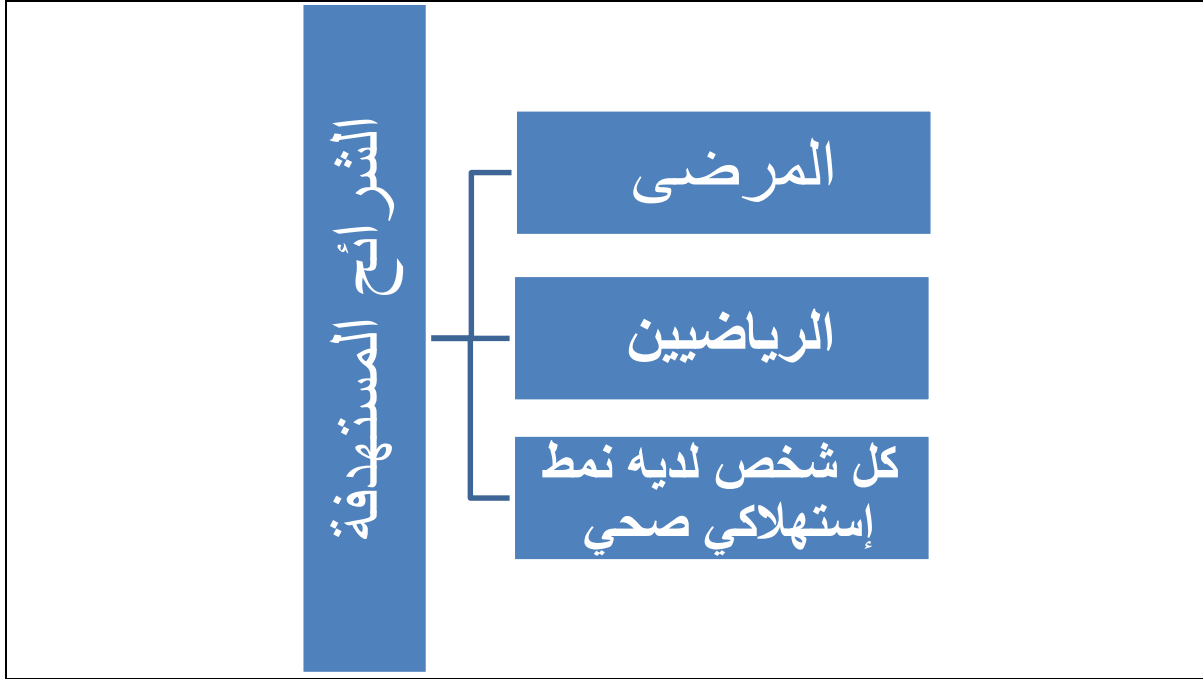
الشهر أو الأسبوع									
							البحث في قواعد البيانات الخاصة ببراءات الاختراع وجمع المعلومات		
						✓	الشروع في الاختبارات المخبرية لإعداد النموذج الأولي		
			✓	✓	✓		تجريب النموذج الأولي		
						✓	تجربة النموذج الأولي خارج المخابر		
			✓	✓	✓	✓	تسجيل براءة الاختراع من اجل الحصول على رقم الإيداع والحماية الصناعية		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	متابعة عملية الحصول على براءة الاختراع وتصحيح ملاحظات الممتحنين من inapi		

الأعمال

### 5. عرض القطاع السوقى :

- قبل الإنطلاق في أي مشروع يجب أولا تحديد السوق المحتمل للمشروع من أجل حصر نوعية الخدمات المقدمة .
- أ-السوق المحتمل : في مشروع الحلويات الصحية Candy Bio يشمل السوق المحتمل كلّ السوق الجزائري . وبالتالي فالسوق المحتمل في مشروعنا هو أي مستهلك جزائري ليس لديه ميولات صحية بعد .
- ب-السوق المستهدف : تستهدف مؤسسة الحلويات الصحية شرائح مختلفة وتتمثل في ثلاث فئات والتي يوضحها الشكل الاتي :

الشكل رقم 1 : يوضح أنواع الشرائح المستهدفة في مشروع Candy Bio



المصدر/ من اعداد الطالبتين

1- فئة المرضى : تعتبر هذه الشريحة من أهم الشرائح المستهدفة وهذا لأجل تلبية إحتياجاتهم فالمنتجات Candy Bio و التي تحتوي على مكونات طبيعية وصحية تعتبر بديلا صحيا للحلويات التي تحتوي على سكر مكرر ومواد كيميائية ، والتي تؤثر على صحة المرضى وتشمل مرضى السكري ، مرضى الجهاز الهضمي ، السممنة ، مرضى السلياك ، وغيرها من الأمراض التي تتطلب نظام غذائي صحي .

2- فئة الرياضيين : يبحث الرياضيون دائما على بدائل صحية وهذا للحفاظ على صحتهم ولياقتهم البدنية ، لذلك تعتبر الحلويات الصحية (منتجات Candy Bio) البديل الصحي للحلويات التقليدية الموجودة في السوق .

3- كل شخص لديه نمط إستهلاكي صحي : يستهدف مشروع الحلويات الصحية كل الاشخاص الذين يرغبون في تحسين صحتهم خاصة بعد إنتشار ثقافة الاكل الصحي و إدراكهم بخطورة تناول المنتجات الغير صحية ، لذلك يهدف مشروع Candy Bio إلى توفير منتجات صحية تجمع بين اللذة المعهودة والقيمة الغذائية المرتفعة لتشجيع الاشخاص على تبني نمط حياتي صحي ومتوازن .

## 6. قياس شدة المنافسة :

أ- تحليل المنافسين المباشرين :

بما أنّ المنافس المباشر هو من يقدم خدمات تتطابق بشكل كامل مع خدماتنا في نفس السوق المتعامل معه، وبالتالي فإن مؤسستنا لا تملك أي منافس مباشر في سوق الولاية.

عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

ب-تحليل المنافسين الغير مباشرين :

يُعرّف المنافس غير المباشر على أنه من يقدم خدمات تؤثر في الإقبال على منتجاتنا أو تمكّن من التحول عنها، وذلك من خلال تقديم السلع والخدمات في شكل مجموعة سلعية أو خدمية .

وبالتالي فإنّ المنافسين الغير مباشرين لمؤسستنا هم :

الجدول رقم (1) : المنافسين الغير مباشرين

السبب	المنافسين الغير مباشرين
-الاستطاعة على تحضير حلويات في البيت دون التنقل	الأسر (الماكثين في البيت )
-تقديم بعض الأطباق حسب رغبة الزبون	محلات بيع الحلويات التقليدية

المصدر: من إعداد الطالبتين.

ج-تحليل المحيط التنافسي :

الجدول رقم (2) : تحليل المحيط التنافسي

عناصر العوامل	العوامل وشدتها
-تعتبر المنافسة ضعيفة في ولاية ميله لعدم وجود محلات بيع الحلويات الصحية والطبيعية ، لكنها تعتبر قوية بالنسبة للمحلات الأخرى وذلك لولاء زبائنهم -ولذلك سنعتمد على التسويق وتقديم خدمات مميزة ذات جودة جيدة حسب متطلبات الزبائن	شدة المنافسة -ضعيفة
-لحد الآن لا يوجد داخلون للحلويات الصحية جدد لكن هذا السوق يتميز بحواجز دخول ضعيفة لأنه لايتطلب تكنولوجيا وإختراعات لدخول إليه .	الداخلون الجدد (متوسطة )
-مستوردة	المنتجات البديلة (ضعيفة )
-قوة التفاوضية لدى الزبائن تكون قوية لأنه لا يوجد محلات تقدم حلويات صحية طبيعية .	القوة التفاوضية للزبائن (قوية )

المصدر: من إعداد الطالبتين.

7-الإستراتيجية التسويقية :

بما أن مؤسسة Candy Bio حديثة النشأة ، إختارنا إستراتيجيتين تسويقيتين في مرحلة الإنطلاق وتتمثلان في :

أ-إستراتيجية التركيز: وهذا عن طريق التركيز على شريحة سوقية متخصصة والمتمثلة في فئات العملاء الذين يحرصون على تناول الأطعمة الصحية والمتوازنة.

عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

ب- إستراتيجية التمييز : إعتدنا في مشروع Candy Bio على هذه الإستراتيجية لأننا نقدّم منتجات مختلفة عن المنتجات التقليدية الموجودة في السوق ، حيث يتميز هذا المشروع بتوفير حلويات صحية وطبيعية بمكونات عالية الجودة وبأذواق وأشكال مختلفة حسب رغبات الزبائن تختلف عن ما هو موجود في السوق. وكل هذه الميزات ستساعد على تحقيق ميزة تنافسية قويّة من أجل جذب المزيد من العملاء.

نموذج العمل التجاري:

الشركاء الرئيسيين	الأنشطة الرئيسية	القيم المقترحة	العلاقة مع العملاء	-شرائح العملاء
-شركة التوصيل	-إعداد الوصفات	-منتجات طبيعية	-تصميم بطاقة ولاء للعملاء	-المرضى
-المزارع	-شراء المواد الأولية	وصحية	الأوفياء	-الرياضيين
-موزعو المواد الأولية	-التغليف	-منتجادة عالية	-تخفيضات وخصومات	-أصحاب الميولات
(خبرات بلادي،	-التخزين	الجودة	-تقديم خدمة عملاء جيدة	الصحية (العاديين )
(SWEETY	-التسويق	-الحفاظ على البيئة	-خط أمامي	-قاعات الرياضة (لكمال
-أخصائي التغذية	-تطوير المنتج	(أكياس صديقة	-إنشاء مواقع تواصل	(الاجسام)
		للبيئة)	للتواصل مع الزبائن	
	الموارد الرئيسية	-تطبيق أقصى		
	-موارد مادية (معدات،	شروط النظافة	القنوات	
	المؤسسة، المواد الأولية )		-التوزيع المباشر	
	-موارد مالية (التسويق		-صفحات مروجة (شبكات	
	والإعلان، رأس المال		التواصل الإجتماعي)	
	للإستثمار الأولي )		-إمكانية التوصيل	
	-الموارد الفكرية			

عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

الإيرادات	التكاليف
-البيع المباشر (الدفع عند الإستلام )	-تكاليف المعدات(فرن كهربائي، عجانة كهربائية،ثلاجة، خلاط يدوي، طاوولات ...)
-دورات تكوينية (دفع رسوم للتدريب )	-تكاليف المواد الأولية (قمح الكامل، كاكاو خام ،زبدة حيوانية، بيض عضوي، فريضة القمح الكامل، زيت زيتون...)
	-تكاليف ضرورية (غاز، كهرباء، ماء، تكاليف الإيجار، مواد التنظيف ..)

### الحجر الأول: العملاء

تعد قيمة العملاء من العوامل المهمة لنجاح أي منشأة، إذ أنهم يساعدون في تحديد الطلب على المنتجات، وبالتالي التحسين من فعالية القرارات التسويقية التي تتخذها. لهذا نسعى إلى فهم فلسفة الزبون من أجل تلبية احتياجاته ورغباته، فالزبون السعيد والراضي يكرر الطلب على ماتقدمه المؤسسة من خدمات، وهذه الأخيرة تكون مميزة لأجل كسب ولاء العملاء .

وفي ظل الممارسات التسويقية الحديثة يسعى المشروع الى تخصيص وتركيز استهدافه على الشريحة السوقية (Niche) التي تساعد على تصميم المنتجات والخدمات التي تلبي احتياجات العملاء ومتطلباتهم بدقة وفعالية أكبر.

سنحاول في مشروع Candy Bio للحلويات الصحية استهداف السوق الجغرافي لولاية ميله والتي يقدر عدد سكانها حوالي 840.864 نسمة والتي نسعى من خلالها التركيز على نوعين من الأسواق هما: سوق المستهلك الصناعي B2B (المؤسسة مع المؤسسة) وسوق المستهلك النهائي B2C (المؤسسة مع الزبون)

1. سوق المستهلك النهائي B2C: يعتبر B2C احد الاسواق الرئيسية في الاقتصاد وهذا النوع من الأعمال التجارية يتحدد من خلال صفقات أو عمليات تتم بين افراد عاديين وشركات حيث تستهدف بمنتجاتها وخدماتها المستهلك النهائي، كما أن عمليات البيع وإتخاذ القرار في هذا النوع تتم في فترات قصيرة وبسرعة، ويتميز بتنوع الطلب والتوجهات الإستهلاكية وتأثير العوامل الإجتماعية والثقافية والإقتصادية على طلب المنتجات والخدمات.

وفي هذا السوق التجاري نركز على ثلاث شرائح أو ثلاث فئات أساسية هي:المرضى، الرياضيين، والأشخاص العاديين.

أالمرضى: يتم تحديد هذه الشريحة من العملاء كشريحة هدف لمشروع الحلويات الصحية وهذا لوجود بعض الأمراض التي تتطلب نظام غدائي صحي حيث تتجنب بعض المواد الغدائية وتضم هذه الشريحة السكري، والسمنة، أصحاب الحساسية لبعض المكونات، بالإضافة لمرضى السيلياك

ولأجل هذا تسعى مؤسسة Candy Bio لتقديم منتجات ذات جودة عالية وتفي بالمعايير الصحية وكذا أسعار معقولة مع تقديم خيارات متنوعة لتلبية الإحتياجات المختلفة للمرضى.



## عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

ب . فئة الرياضيين: أصبحت ممارسة الرياضة أمرًا شائعًا في الوقت الحالي نظرًا للوعي بخطورة عدم الحفاظ على الصحة ،ومن المعروف بأن ممارسة الرياضة يجب أن تكون مصحوبة بتناول طعام (أكل صحي ) لتحقيق أقصى فائدة .

لذلك سلطنا الضوء على هذه الشريحة نظرا لزيادة الطلب على هذه المنتجات من قبل هذه الفئة ، حيث تسعى مؤسستنا لتوسيع العرض وزيادة الانتاج لتلبية الطلب المتزايد على منتجات الحلويات الصحية من قبل هذه الفئة بإعتبارها بديلا صحيا للحلويات .

ج . فئة الأشخاص العاديين: كما ذكرنا سابقا فإن الوعي لم يقتصر على الرياضيين فقط بل حتى الأشخاص العاديين يطمحون لتناول كل ما هو صحي ولذيذ ولهذا لنجد الكثير قد اعتزل الحلويات بحكم أنها الأكثر خطورة والأقل قيمة لديهم، لذا فنحن الآن نوفر لهم مجموعة من البدائل الصحية والتي لا تختلف عن اللذة المعهودة يمكن تناولها بكل أمان.

ومن هنا يمكن القول أن مشروع Candy Bio الحلويات الصحية يستهدف كل الفئات من كل الأعمار، وهذا من خلال توفير خيارات صحية للأشخاص الذين يرغبون في تناول الحلويات بشكل منتظم دون التأثير السلبي على صحتهم وعدم الشعور بالذنب عند تناول هذه المنتجات .

2. سوق المستهلك الصناعي B2B : ونقصد به الأعمال التجارية التي تقوم بصفقات أو عمليات تتم بين الشركات أو المؤسسات وعادةً ما تكون هذه العمليات عبارة عن شراء أو مفاوضات تتعلق بحاجة موجودة في شركة ما، ويشمل العديد من الصناعات والخدمات مثل: المؤسسات المصنعة والموزعة والتجارية والخدمية، يوفر عوائد ويزيد فرص أرباح الشركة كما يحسن الأداء المالي والعلاقات والأعمال التجارية.

إن مشروع Candy Bio للحلويات الصحية يقدم منتجات طبيعية تحتوي على الكربوهيدرات والبروتينات والألياف والتي نجدها في الشوفان والتمر والعسل والقمح الكامل... إلخ. ومن هذا فإننا نسعى إلى استهداف الصالات الرياضية والمحلات الخاصة ببيع المكملات الغذائية وهذا لزيادة الطلب على المنتجات بصفقتها منتجات صحية تلي احتياجاتهم، ولهذا فالطلب مبدئياً غير مشبع لحد الآن في الحيز الجغرافي لولاية ميله على الخصوص، والذي يعتبر فرصة وفجوة سوقية يمكن استغلالها .

الحجر الثاني: القيمة المقترحة

القيمة المقترحة (Value Proposition) : هي العنصر الذي يخبر عملائك المحتملين عن سبب التعامل معك بدلا من منافسيك، التي من خلالها تستطيع المؤسسة الإجابة على السؤال: لماذا يشتري مني الزبون بدلاً من منتجات المنافسين؟.

لذلك فإن سبب اختيار العملاء لمنتجات Candy Bio بدلا من منتجات المنافسين هو القيم والمميزات التي تميزها

عن المنتجات البديلة والمنافسة والتي تتمثل في القيم وظيفية ، وقيم اجتماعية .

عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

1-قيم وظيفية :

أ. تتمثل أول قيمة يقدمها المنتج Candy Bio لحلويات الصحية في تقديم حلويات طبيعية وبمواد أولية 100% طبيعية وعضوية دون مواد حافظة، هذه المكونات عبارة عند بدائل للمكونات الغير صحية والتي نوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (3) : البدائل الصحية

منتجات العادية (غير الصحية)	منتجات Candy Bio
دقيق أبيض	شوفان + القمح الكامل اللين والصلب + الشعير
سكر أبيض (سكر مكرر)	سكر التمر + عسل التمر المعصور على البارد + عسل طبيعي
زيوت مهدرجة	زيت جوز الهند + زيت الزيتون + زيت اللوز
دهون مشبعة	زبدة حيوانية
ملونات كيميائية	ملونات طبيعية (الشمندر + كاكاو خام طبيعي + كركم)
خميرة كيميائية	خميرة طبيعية
بيض	بيض عضوي (دجاج عربي)

المصدر: من إعداد الطالبتان

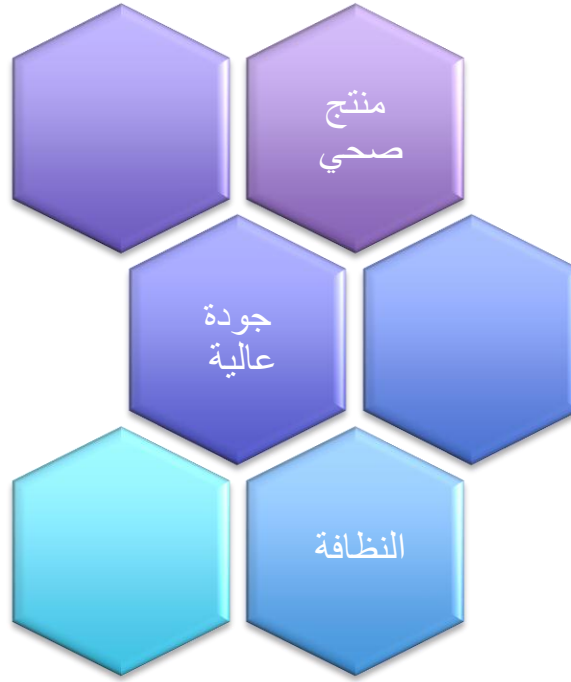
الجدول يوضح بعض المكونات الطبيعية التي نستخدمها لإنتاج Candy Bio والتي تعتبر بديلا صحيا للمكونات التقليدية التي تستخدم عادةً في صنع الحلويات العادية، وهذا لتقليل محتوى السعرات الحرارية أو السكر وكذا الدهون المشبعة لتحسين الصحة العامة.

. أما القيمة الثانية والتي سنركز عليها فهي الجودة، إذ تقدم مؤسسة Candy Bio منتجات ذات جودة عالية وهذا من خلال الميزات التي تتصف بها المتمثلة في إختلاف الاحجام والاشكال والاذواق لتلبية إحتياجات العملاء المتنوعة

2-القيم الاجتماعية: من أهم القيم الإجتماعية هي الحفاظ على البيئة لذلك مؤسسة Candy Bio تعمل على تطبيق عدة ممارسات صديقة للبيئة مثل استخدام مواد صديقة للبيئة كالعبوات والحاويات القابلة لإعادة التدوير (ورق مقوى ، الاكياس القابلة لتحلل ..)

. كذلك من أهم القيم المضافة هي أن عملية إنتاج الحلويات الصحية تقام في أقصى شروط النظافة والتي تعتبر أساس للأكل الصحي وعنصر مهم للحصول على حلويات أكثر أماناً ومصداقية، وهذا بغسل الأيدي وارتداء القفازات واستعمال أدوات ومعدات نظيفة ومعقمة والتأكد من تخزين المكونات بطريقة صحية كذلك الحرص على درجة حرارة مناسبة للمنتج والبيئة المحيطة للحفاظ على نظارتها وجودتها.

الشكل رقم (02): أهم القيم المضافة لمشروع Candy Bio



المصدر: من إعداد الطالبتان

### الحجر الثالث: العلاقة مع العملاء

لاشك أن العلاقة مع العملاء ورضاهم هو أهم عامل يحدد نجاح أي مشروع، . ولهذا تهتم مؤسسة Candy Bio بتعزيز علاقتها مع عملائها من خلال تطبيق ابعاد التسويق من اجل الحفاظ على العملاء وكسب ولائهم

أ-البعد العاطفي: حيث يشير هذا البعد الى العلاقة الشخصية بين المؤسسة والعميل وهي احد اهم العوامل التي تؤثر في قرارات هذا الاخير في شراء المنتج او الخدمة حيث تحرص مؤسسة Candy Bio على بناء علاقة عاطفية مع عملائها من خلال العديد من الاجراءات:

1. تقديم خدمة عملاء ممتازة، وذلك بالإجابة على استفسارات العملاء ومشاكلهم والتأكد من تلبية احتياجاتهم في الوقت المناسب وبطريقة فعّالة. كذلك التركيز على الصدق والشفافية في جميع تعاملات مؤسسة Candy Bio مع العملاء وذلك بمصارحتهم بشأن الأسعار والسياسات وأي معلومات أخرى قد تكون ذات صلة بتجربة العميل، بالإضافة إلى الشرح الكامل بالفائدة الصحية التي يحصلون عليها نتيجة تناول حلويات Candy Bio.

2. التفاعل مع العملاء عن طريق مختلف وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، واتساب، فايبر، تلغرام، أنستغرام، تويتر) وتشجيعهم على مشاركة تجاربهم والتواصل مع بعضهم البعض، كما يمكن تخصيص اتصالاتهم مع العملاء باستخدام أسمائهم والمعلومات الأخرى ذات الصلة والرد على تعليقاتهم في الوقت المناسب لخلق تجربة أكثر تخصيصًا، وأيضًا نقوم بمشاركتهم جميع المعلومات التي تخص صحتهم وتفيدهم في مجال التغذية الصحية، وهذا بهدف تطوير العلاقات و إبراز المؤسسة بصورة صديق لعملائها وجعل نظرتهم ايجابية مليئة بالثقة و الولاء لعلامتنا

التجارية لذلك. في النهاية، المفتاح لبناء علاقات قوية مع العملاء يجب أن تكون استباقياً ومتجاوباً ومركزاً على خلق قيمة للعميل في كل خطوة في الطريق.

3- الخط الامامي : حيث يعرف بأنه الفريق الذي يتعامل مباشرة مع العملاء في المؤسسة . حيث تعمل مؤسسة Candy Bio على تحسين علاقتها مع العملاء من خلال الإهتمام بالخط الأمامي ويتم ذلك بتدريب الموظفين على كيفية التعامل مع العملاء وتلبية إحتياجاتهم بشكل فعال ، يضمن هذا التدريب تحسين مهارات التواصل والتعامل مع المشكلات وحلها وتطوير مهارات الادارة الزمنية .

تهدف هذه الخطوة إلى بناء علاقة جيدة مع الزبائن وتحقيق رضاهم وزيادة الوفاء و الولاء للعلامة التجارية. بالإضافة إلى هذه المبادئ الأساسية، هناك عدد من الإستراتيجيات الأخرى التي يمكن للمؤسسة استخدامها لبناء علاقات مع العملاء، على سبيل المثال يمكنها تقديم برامج ولاء أو حوافز أخرى لتشجيع تكرار الأعمال وبناء علاقات طويلة الأمد، تتضمن هذه البرامج مكافئات أو مزايا للعملاء الذين يجرون عمليات شراء متكررة أو يتعاملون مع المؤسسة بطرق أخرى على سبيل المثال: بطاقة الوفاء: لتعزز العلاقة مع العملاء تسعى مؤسسة Candy Bio لتوفير او صناعة بطاقات خاصة بمؤسستنا تكون عليها العلامة تجارية ومعلومات او رقم خاص بالعميل ، قد يقدم برنامج الولاء للعملاء نقاطاً أو مكافئات مقابل كل عملية شراء يقومون بها، والتي يمكن استبدالها بعد ذلك بخصومات أو منتجات مجانية أو مزايا أخرى قد تشمل الحوافز الأخرى مثل: الوصول الحصري إلى المنتجات أو الخدمات الجديدة، أو الوصول المبكر إلى المبيعات، أو تقديم محتوى أو عروض ترويجية حصرية للعملاء الأكثر ولاء، أو توصيات شخصية بناءً على سجل الشراء الخاص بالعميل. والهدف من هذا البرنامج هو خلق شعور بالقيمة والولاء بين العملاء، وتشجيعهم على الإستمرار في التعامل مع المؤسسة بمرور الوقت. فمن خلال تقديم المكافئات والمزايا المصممة خصيصاً لاحتياجات العميل وتفضيلاته يمكن لمؤسسة Candy Bio بناء علاقات أقوى مع عملائها وزيادة احتمالية تكرار الأعمال في المستقبل. كما يمكن للمؤسسة أيضا العمل على إنشاء هوية قوية للعلامة التجارية لها صدى لدى جمهورها المستهدف، وبناء الثقة والولاء بمرور الوقت.

#### الحجر الرابع: قنوات التوزيع

من بين الأمور المهمة لأي مشروع هي سياسات قنوات التوزيع إذ يلعب التوزيع دوراً مهماً في الوصول إلى العملاء وإتاحة المنتجات لهم في الوقت والمكان والكيفية المناسبة لهم. وفي حالة مؤسسة Candy Bio للحلويات الصحية، اختارت المؤسسة سياسات وقنوات متنوعة تختلف حسب السوق المستهدف وحسب نوع التجربة التي يفضلها الزبون. وبالتالي يمكن الاعتماد على قنوات توزيع مباشرة (من المؤسسة الى الزبون مباشرة) وكذلك قنوات توزيع غير مباشرة (الاعتماد على وسطاء في التوزيع) ، وعلى سبيل المثال إذا اختارت المؤسسة توزيع منتجاتها من خلال عدد محدود من مواقع البيع بالتجزئة فقد يكون من الصعب على العملاء العثور على منتجاتها وشرائها، بينما إذا اختارت توزيع منتجاتها من خلال مجموعة متنوعة من القنوات مثل المبيعات عبر الأنترنت (جميع وسائل التواصل الإجتماعي) وعبر المحلات والمؤسسات المتعاقدة مع مؤسسة Candy Bio فقد يكون من الأسهل الوصول إلى منتجاتها من خلال القيام بحملات تسويقية وترويجية بحكم تكاليفها المنخفضة وكذا فاعليتها الكبيرة جداً على الإستهداف الدقيق والسرعة الكبيرة للقيام بعمليات الشراء. كما يمكن أن تؤثر استراتيجية التوزيع أيضا على تجربة العميل، فمثلاً لو اختارت مؤسسة Candy Bio توزيع منتجاتها من خلال نموذج مباشر للمستهلك فقد تكون قادرة على تقديم خدمة عملاء مخصصة وبناء علاقات أقوى مع عملائها مع المحافظة عليها، من خلال ضمان توفر منتجات Candy Bio أينما ومتى يحتاجها العملاء. يمكن للمؤسسة إثبات إلتزامها بتلبية احتياجات العملاء

## عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

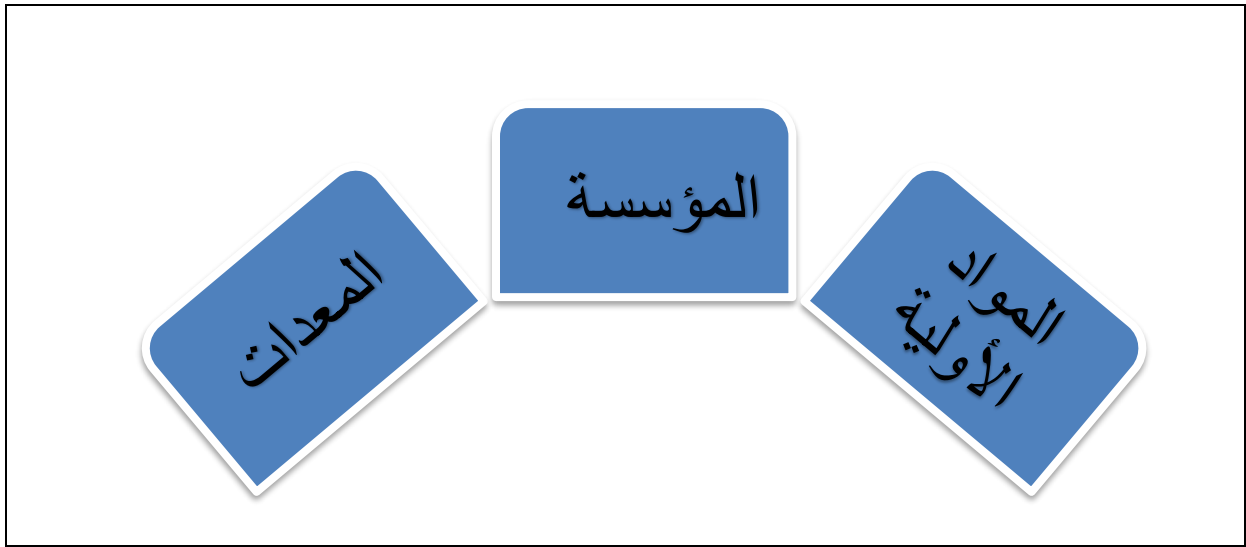
وتوقعاتهم بسهولة، كما يمكن أن يساعد في بناء الثقة والولاء بمرور الوقت، بالإضافة إلى ذلك يمكن للمؤسسة Candy Bio اكتساب رؤى قيمة حول تفضيلات العملاء وسلوكهم من خلال العمل عن كثب مع شركاء التوزيع، والتي يمكن أن تساعد في جهود التسويق المستقبلية. بشكل عام، يعدّ التوزيع الفعّال عنصراً مهماً في التسويق بالعلاقات حيث يساعد على إنشاء تجربة عملاء سلسة وإيجابية ويمكن المؤسسة من بناء قاعدة عملاء قوية وتحقيق نجاح طويل الأجل في السوق.

### الحجر الخامس: الموارد الرئيسية

تشير الموارد الرئيسية إلى الأصول أو المدخلات الرئيسية المطلوبة لتشغيل عمل أو مؤسسة، قد تكون ملموسة أو غير ملموسة وتصنف إلى موارد مادية وأخرى رئيسية بالإضافة إلى الفكرية والبشرية، وهي من أهم الأشياء التي تحتاجها مؤسسة Candy Bio وتعتبر هذه الموارد ضرورية لنجاحها وعادة ماتدار بعناية لضمان استخدامها بفعالية وكفاءة.

1الموارد المادية: نقصد بها الأدوات والمعدات والمرافق التي يحتاجها مشروع Candy Bio لإنتاج منتجاته والتي نوضحها في الشكل التالي:

### الشكل رقم (3) : الموارد المادية لمشروع Candy Bio



المصدر: من إعداد الطالبتين

أ-المؤسسة : تعتبر عامل مهم لنجاح مؤسسة Candy Bio فهي تساعد على إنتاج وعرض المنتجات بشكل جيد مما يجعل العملاء يشعرون بالثقة والرضى عند شراء المنتجات، إذ تحتاج إلى مساحة ذات موقع جغرافي جيد لعرض منتجاتها واستقبال الزبائن، كذلك يجب توفر الأثاث والتركيبات مثل الكراسي والطاولات المريحة لتسهيل تناول الحلويات والمشروبات من قبل الزبائن، بالإضافة إلى توفر الحمامات ومكان مخصص لغسل الأيدي حرصاً على النظافة العامة. بالإضافة إلى نقاط البيع (POS) لإدارة المبيعات والمخزون، ويشمل سجل نقدي وماسح ضوئي للرموز الشريطية وبرنامج لإدارة المخزون.

## عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

ب . المعدات: وتعرف بأنها الأدوات والآلات التي يتم استخدامها لتحويل المواد الخام إلى منتجات نهائية قابلة للإستهلاك ولإنتاج منتجات **Candy Bio** نحتاج إلى معدات المطبخ التجارية وتشمل: الأفران، آلات العجين، معدات التبريد لتخزين المكونات والمنتجات النهائية، معدات التنظيف والتعقيم للحفاظ على بيئة نظيفة وصحية مثل المماسح والمكانس ومواد التنظيف الكيماوية، رفوف تخزين الأدوات الصحية بالإضافة إلى أواني صحية حيث تكون هذه الأخيرة نظيفة على الدوام وقبل أي استعمال ومعقمة ومصنوعة من مواد آمنة ومناسبة للأغذية (أواني زجاجية + أواني الألمنيوم + سيراميك + أواني بلاستيكية المصنوعة من المواد الآمنة) ، خلاطات يدوية وكهربائية، معدات التغليف لتعبئة المنتجات وبطاقاتها مثل آلات الختم وآلات لصق البطاقات، مخزن.

ج . المواد الخام: وهي الموارد المادية التي تستخدم في إنتاج وتصنيع حلويات **Candy Bio** وتتمثل في : سكر التمر، عسل التمر المعصور على البارد، فريسة القمح الكامل، الشوفان، عسل حر، زبدة حيوانية، بيض للدجاج العربي، الزيوت الطبيعية(زيت جوز الهند، زيت اللوز، زيت الزيتون.. إلخ)، ملونات طبيعية، خميرة طبيعية، كاكاو خام، مكسرات، شكولاتة طبيعية، الفواكه والفواكه الجافة.

2. الموارد البشرية: يعتبر العنصر البشري العامل الأساسي في أي مؤسسة، وفي مؤسسة **Candy Bio** فإن فريق العمل يتكون من صانع الحلويات وهما صاحبتا المشروع إذ لديهما مهارات بحكم الدورات التكوينية التي قامت بها في صناعة الحلويات الصحية والتي أكسبتهما احترافية في هذه الصناعة الطبيعية ، بالإضافة إلى كونهما طالبتا سنة ثانية ماستر تسويق الخدمات فهذا يكسبهما المهارات التسويقية.

3. الموارد المالية: وتتمثل في الأموال المستثمرة في المشروع والدعم المالي الذي يتكون من الشركاء والمؤسسات المالية، ستحتاج مؤسسة **Candy Bio** للحلويات الصحية إلى مجموعة متنوعة من الموارد المالية لخلق قيمة وتحقيق النجاح في السوق، تتضمن بعض الموارد المالية الرئيسية المطلوبة مايلي:

أ. رأس مال للإستثمار الأولي: يتطلب إنشاء مؤسسة **Candy Bio** قدرًا كبيرًا من رأس المال للإستثمار الأولي يمكن أن يشمل ذلك الأموال اللازمة لاستئجار أو شراء مساحة تجارية، وشراء المعدات والإمدادات.

ب . رأس المال العامل: بالإضافة إلى الإستثمار الأولي، ستحتاج المؤسسة إلى رأس مال عامل لتغطية النفقات الجارية مثل الإيجار والمرافق والمخزون.

ج . التسويق والإعلان: لبناء الوعي بالعلامة التجارية وجذب العملاء، ستحتاج المؤسسة إلى الإستثمار في التسويق والإعلان. مع إنشاء موقع على شبكة الأنترنت، والتواجد على وسائل التواصل الإجتماعي، والحملات الإعلانية.

د. البحث والتطوير: للحفاظ على القدرة التنافسية في السوق والإستمرار في الإبتكار، ستحتاج مؤسسة **Candy Bio** إلى الإستثمار في البحث والتطوير. ويشمل ذلك التطوير منتجات جديدة وتحسين المنتجات الحالية، مواكبة اتجاهات الصناعة.

هـ. صناديق الطوارئ: أخيرًا سيكون من المهم للمؤسسة أن يكون لديها أموال طوارئ في حال النفقات الغير متوقعة أو حالات الطوارئ.

من خلال الإستثمار في هذه الموارد المالية، يمكن لمؤسسة **Candy Bio** للحلويات الصحية أن تخلق قيمة للعملاء وتحقق نجاحًا طويل الأمد في السوق.

4. الموارد الفكرية: تتمثل في الأفكار والجوانب الابتكارية التي تخص مؤسسة Candy Bio وتتمثل في براءات الإختراع والعلامة التجارية للمشروع والتركيز على الرؤية والقيم التي تحملها.

الشكل الذي يوضح الموارد الرئيسية للمشروع :

#### الحجر السادس: الانشطة الرئيسية

في مشروع Candy Bio نقوم بعدة أنشطة رئيسية وهذا لتحقيق الاهداف المرجوة حيث تساعد الانشطة المتعددة في جذب المزيد من العملاء مع تحقيق المزيد من النمو والارباح ; وتتمثل هذه الانشطة في العناصر الاتية :

1- اعداد الوصفات : وهو احد الانشطة الرئيسية لمشروع Candy Bio حيث يتم في هذه المرحلة اختيار وتطوير الوصفات بعناية لتوفير منتجات صحية وتلبية حاجات ومتطلبات الزبائن . كما يتم اختيار الوصفات بشكل منظم للضمان جودة ما وصحتها وتحقيق النتائج المرجوة .

2- شراء المواد الاولية : يعتبر هذا النشاط رئيسي باعتباره المرحلة المهمة في اعداد الحلويات الصحية حيث يتم انتقاء المكونات بعناية شديدة من خلال اختيار مواد تحتوي على القيمة الغذائية العالية والتي تحتوي على مستويات منخفضة من الدهون المشبعة والسكريات المضافة ; كما يجب شراء المكونات الطازجة و النظيفة والمخزنة بشكل جيد مع تحقيق من تاريخ انتهاء الصلاحية قبل الشراء وتجنب المكونات التي تحتوي على اضافات كيميائية .

بعد ذلك يتم شحن المكونات الى مخزن Candy Bio حيث يتم تخزينها بشكل صحي و امن وهذا لضمان جودة المنتج النهائي الذي يتوافق مع المعايير الصحية والغذائية

3-التغليف : يعرف التغليف بأنه الوسائل المستعملة في تجميع وحفظ وحماية المنتج وتسهيل مناولته وتخزينه ونقله من مكان انتاجه الى موقع استهلاكه ; حيث تقوم مؤسسة Candy Bio بتغليف منتجاتها باستخدام عبوات صديقة للبيئة من خلال مواد قابلة لاعادة التدوير والتي تحترم البيئة وتقلل من التلوث مثل الورق المعاد تدويره والبلاستيك الحيوي ; وتتضمن عملية التغليف مراحل مختلفة بدءا من تصميم العبوات بحيث تحافظ على جودة المنتج وتحميه من التلف كما يتم تسمية العبوات ووضع العلامة التجارية وهذا لحماية الشركة من التقليد والتزوير ومساعدة المستهلكين على التعرف على منتجات التي تنتجها شركة Candy Bio.

4-التخزين : الهدف من اشطة التخزين هو ضمان تخزين المنتجات الصحية للحفاظ على جودتها وسلامتها وان تصل للعملاء في الوقت المناسب وبطريقة فعالة .

كما أن نشاط التخزين يشير إلى كمية المخزون أو المنتجات التي تمتلكها المؤسسة في اي وقت،

5-تطوير المنتج : تسعى شركة Candy Bio لتطوير منتجاتها بشكل دائم لمواكبة التطورات في السوق حيث يتم تحليل الاسواق والتوجهات الحالية والتنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للمستهلكين ; لتحسين جودة المنتجات وتقديمها بشكل جذاب ومبتكر وهذا للحفاظ على تميزها في السوق وتلبية احتياجات ورغبات العملاء الجديدة .

6-التسويق : يعتبر التسويق من اهم النشاطات في الاعمال التجارية ; حيث تقوم مؤسسة Candy Bio بانشطة تسويقية مختلفة لتعريف بالمنتجات والوصول الى عملاء جدد .

اولا : المزيج التسويقي

ا- المنتج :

الجدول رقم (4): وصف خصائص المنتج

المنتج	عدد القطع	وصف المنتج
حلويات صحية	حسب طلب الزبون	-هو نوع من الحلويات التي تحتوي على مكونات طبيعية وصحية خالية من الاضافات الصناعية . -شكلها يختلف من نوع الى اخر لكن بشكل عام تشبه الحلويات التقليدية

المصدر: من إعداد الطالبتين

ب- التسعير: يختلف سعر المنتجات الصحية حسب نوع المنتج و المكونات التي يحتويها كل منتج، حيث تكون اسعار منتجات Candy Bio لا تختلف كثيرا عن أسعار المنتجات الموجودة في السوق.

ج- الترويج :

نعلم ان الترويج شكل من الاتصال بالمستهلكين حيث يتم ايصال المعلومات المناسبة اليهم حول المنتج والتي تدفعهم وتشجعهم على اختيار منتجاتنا دون المنتجات الأخرى . ولتعريف بمنتجات Candy Bio و الوصول الى اكبر عدد من العملاء اخترنا بعض الاساليب الترويجية التالية :

1-الدعاية والاعلان عبر مواقع الانترنت .....;Facebook ; Instagram ;Twitter

2-اعداد حملات تحسيسية في المعارض والمستشفيات والتعريف بصحة المنتج ونشر الثقافة الصحية

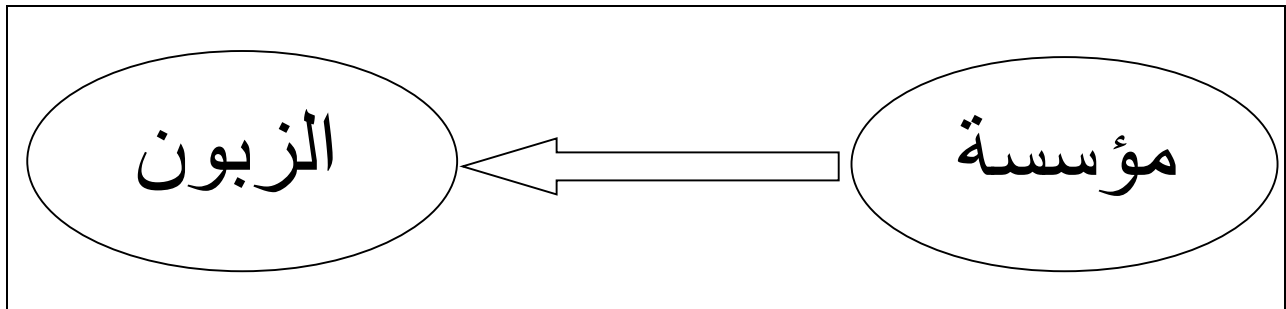
3-تقديم عروض ترويجية وتخفيضات للعملاء الجدد والحاليين .

4- ارسال عينات مجانية للمدونين والمؤثرين لترويج للمنتج .

د- التوزيع :

سنعتمد في توزيع منتجاتنا على التوزيع المباشر (البيع المباشر).

الشكل رقم (4): طريقة توزيع المنتج



المصدر: من اعداد الطالبتين



عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

الحجر السابع : هيكل التكاليف

يساعد هيكل التكاليف على فهم كيفية توزيع مصادر الميزانية الخاصة بالمؤسسة حيث ان هناك انواع مختلفة من التكاليف المختلفة التي يمكن ان تواجهها في اي مشروع تجاري بما في ذلك التكاليف المتغيرة والتكاليف الثابتة.

في مايلي يتم عرض التكاليف المختلفة لمشروع ( ) والتي تتمثل في المعدات ; المواد الاولية ; تكاليف ضرورية ;

1-تحديد المشروع من المعدات

الجدول رقم (5) : المعدات

الاسم	العدد	التكلفة (د ج)
فرن كهربائي	1	55000
موقد حراري بخمس مواقد	1	46000
عجانة كهربائية	1	59000
خلاط الاطعمة (كهربائي )	1	11800
ثلاجة	1	90000
خلاط يدوي	1	6000
طاوولات	2	12000
كراسي	4	6000
الاواني	-	20750.2
المجموع	-	324555.0

المصدر: الطالبتان.

2-تحديد المشروع من مواد اولية

الجدول رقم (6): تكاليف المواد الأولية

المادة الاولية	سعر (1 كلغ)
سميد (القمح الكامل )	150 دج
التمر	1500 دج
زبدة حيوانية	1400 دج
كاكاو خام 80 %	2000 دج
مكونات اخرى	500 دج
فريضة القمح الكامل	150 دج
زيت الزيتون	1000 دج
المجموع	6700 دج

المصدر: الطالبتان

3-مصاريف الخدمات الضرورية للمشروع:

الجدول رقم (7): تكاليف ضرورية

الخدمات الضرورية	تكاليف سنوية
كهرباء وغاز	30000
ماء	4800
انترنت	18000
مواد التنظيف	10000
المجموع	62800

المصدر: الطالبان

بالإضافة الى احتياجات ضرورية للمشروع كما يوضحها الجدول الآتي :

الجدول رقم (8) : احتياجات ضرورية للمشروع

احتياجات اضافية للمشروع	المبلغ الاجمالي
تهيئة المكان	40000

المصدر: الطالبان

الحجر الثامن : الشركات الرئيسية

في اي مشروع تجاري يتواجد في السوق وبيئة مفتوحة فإنه عليه التواصل مع اطراف تساعد او تكون ضرورية لوجوده. ولنجاح مشروع الحلويات الصحية لابد من عمل شركات مع المؤسسات او الافراد للقيام بجزء من العمل التي تقوم به المؤسسة وتمثل هذه الشركات في مايلي:

1-التوصيل: يمكن الاستفادة مع هذه الشراكة لتوصيل الحلويات إلى العملاء بعمل إتفاقية على نسبة مئوية من الارباح مقابل توصيل الطلبات ، حيث تكون هذه الشركات محلية وعلى سبيل المثال شركة بالدين وشركة كازي تور ،ألو جيبي وغيرها من الشركات التوصيل في ولاية ميله .

2-التغليف: تحتاج مؤسسة Candy Bio إلى هذا النوع من الشركات لأنها تساعد في تحسين عملية التغليف والتعبئة مثل الاغلفة والحاويات القابلة لتحلل لضمان ان منتجاتنا صديقة للبيئة .

كما أن عملية التغليف الجيد تساعد مؤسستنا في التسويق عن طريق تحسين جودة المنتجات وجعلها أكثر جاذبية للعملاء كما يمكن أن يؤدي تحسين التغليف إلى زيادة الانتباه والإهتمام من قبل العملاء وبالتالي زيادة المبيعات

3-أخصائي التغذيةية ( خبير التغذيةية ) : يهدف مشروع Candy Bio إلى توفير منتجات صحية ، لذلك الشراكة مع خبراء التغذيةية مهمة لتحسين المنتجات من خلال تقديم المشورة والإقتراحات بشأن المكونات الغذائية والتركيبات المثالية لتلبية احتياجات العملاء وتحقيق أهدافهم الصحية

## عنوان المشروع : مؤسسة لصناعة الحلويات الصحية

4-موزعو المواد الأولية : يعتبر المورد من الشركاء الرئيسيين لمؤسستنا من خلال توفير المواد الخام الصحية التي يحتاجها مشروع Candy Bio ، حيث نعتد على المزارعين الذين يعملون على إنتاج المنتجات الزراعية الصحية والغير معدلة وراثيا ولا تحتوي على الأسمدة الكيميائية مثل الحبوب(القمح) ، الفواكه ....منها مؤسسة خيرات بلادي بإع

### الحجر التاسع : مصادر الإيرادات

1-البيع المباشر : يعتمد مشروع Candy Bio على نظام البيع المباشر حيث يتم بيع المنتجات مباشرة للعملاء بإعتباره مفيدا لهم لأنه يتيح لهم الحصول على المنتجات بأسعار معقولة دون الحاجة إلى دفع تكاليف التوصيل ، كما أن هذا النظام يسمع لمؤسستنا خفض التكاليف المرتبطة بالتوزيع .

2-الدورات التكوينية : يمكن مؤسسة C.B تقديم دورات تدريبية للمستقلين الذين يرغبون في تعلم كيفية صنع الحلويات الصحية من خلال تقديم الوصفات و المعلومات اللازمة ، حيث تتحصل الشركة مقابل هذه الدورات على رسوم التدريب وبالتالي فهي تعتبر مصدرا إضافيا للإيرادات في هذا المشروع .

## النموذج الأولي التجريبي

### النموذج الأول



النموذج الثاني



النموذج الثالث



النموذج الرابع

