

خطة المبيعات السنوية المقترحة

شركة ومصنع حصاد الذهب

موسم 2026-2027 | وادي الدواسر

أسمدة سائلة - ذائبة - معلقة

المبيعات السابقة	الهدف 2026	نسبة النمو	المنافسون
5,000,000 ر.س	7,500,000 ر.س	125%+	+50 شركة ومؤسسة

إجمالي المساحة المزروعة في المنطقة: ~21,300 هكتار
حجم السوق التقديري: ~150,000,000 ريال | الحصة المستهدفة: 8%

مهند س محمد شكري

أولاً: تحليل السوق — المحاصيل المزروعة

تعد منطقة وادي الدواسر من أبرز المناطق الزراعية في المملكة، وتضم مساحات زراعية واسعة تشمل محاصيل استراتيجية ذات استهلاك مرتفع للأسمدة المتخصصة.

المحاصيل ومساحاتها

المحصول	الأولية	مستوى الاستهلاك	المساحة (هكتار)
بطاطس	قصوى	مرتفع جداً	6,000 – 5,000
بصل	قصوى	مرتفع جداً	6,000 – 5,000
رودس	عالية	متوسط (أزوتي)	8,000
برسيم	متوسطة	متوسط	500
حجب (بطيخ)	عالية	متوسط إلى مرتفع	800
شمام	عالية	متوسط إلى مرتفع	500
خضروات متفرقة	عالية	مرتفع	1,000~

تقدير حجم السوق

الحصة المستهدفة 2026	الحصة الحالية (تقديري)	إجمالي السوق (تقديري)
8%	~3.3%	~150,000,000 ريال

تحليل المنافسة

يشتمل السوق على حوالي 50 شركة ومؤسسة منافسة، مما يشير إلى تجزؤ عالي.

نقاط الضعف الشائعة لدى المنافسين:

- الإقتصار على بيع المنتج دون دعم فني حقيقي أو برامج تسميد
- ضعف خدمة ما بعد البيع وغياب المتابعة الميدانية
- إهمال صغار المزارعين والتركيز على الكبار فقط
- غياب الحضور الرقمي والتواصل المجتمعي
- عدم تقديم تقارير قياس النتائج لعملائهم

ثانياً: الأهداف لمبيعات موسم SMART

رمز	البعد	التفاصيل
S	محدد — Specific	تحقيق مبيعات 7.5 مليون ريال من الأسمدة السائلة والذائبة والمعلقة في منطقة وادي الدواسر خلال موسم 2026، مع التركيز على محاصيل البطاطس والبصل والبرسيم.
M	قابل للقياس — Measurable	مبيعات 7.5M ر.س حصة سوقية 8% +40 عميل مباشر جديد +5 موزعين معتمدين +200 مزارع صغير تقارير أداء شهرية
A	قابل للتحقيق — Achievable	نمو 125% من قاعدة 5M ر.س قابل للتحقيق مع فريق تقني متخصص وبرامج تسميد مجانية مبنية على تحاليل، وتغطية منطقة تضم 21,300 هكتار مزرعة.
R	ذو صلة — Relevant	يتوافق مع نمو القطاع الزراعي في رؤية 2030، والتحول نحو الصناعات الوطنية، والطلب المتزايد على الأسمدة المتخصصة بدلاً من التقليدية.
T	محدد بزمن — Time-bound	يناير - ديسمبر 2026 Q1: تعاقدات وبناء قواعد Q2: ذروة الموسم (50% الهدف) Q3: متابعة وتوسع Q4: موسم ثان + تقييم سنوي

الأهداف الكمية التفصيلية

المؤشر	الوضع الحالي	الهدف 2026
إجمالي المبيعات السنوية	5,000,000 ر.س	7,500,000 ر.س
الحصة السوقية	~3.3%	8%
عملاء مباشرون (مشاريع كبرى)	—	+40 عميل
موزعون معتمدون	—	+5 موزعين
هكتارات مغطاة بالبرامج	—	+5,000 هكتار
أعضاء مجموعة واتساب	—	+500 مزارع
معدل تجديد العقود	—	+75%

ثالثاً: استراتيجية المنتجات والتوزيع المالي

الفئة	المنتجات الرئيسية	المحاصيل المستهدفة	نسبة الهدف
الأسمدة الذائبة	NPK كامل الذوبان، كبريتات امونيوم، كبريتات ماغنسيوم، أحماض أمينية، محفزات النمو	بطاطس، بصل، خضروات	45% 3.4M ر.س
الأسمدة السائلة	نيتروجين سائل، فوسفور سائل، عناصر صغرى مخالبية،	رودس، برسيم، حبوب	35% 3.2M ر.س
الأسمدة المعلقة	NPK معلق	شمام، بطاطس، بصل	20% 2.4M ر.س

رابعاً: خطة التنفيذ التكتيكية

أ. البيع المباشر للمشاريع الكبرى

1. تعيين مناديب تقنيين (مهندسون زراعيون)

- وجود مندوب مبيعات ذو خبرة فنية وخبرة بالمنطقة.
- مهام المندوب: زيارة مديري المشاريع أسبوعياً، حضور تجارب الحقل، متابعة نتائج البرامج.

2. برامج تسميد مجانية مخصصة (Crop Nutrition Programs)

- تبنى البرامج بناء على تحليل التربة والمياه لكل مزرعة.
- يقدم البرنامج كخدمة استشارية متكاملة وليس مجرد بيع منتج.
- يرفق بجدول توصيات شهري مخطط للموسم كاملاً مع توقعات العائد على الاستثمار.
- يحدث البرنامج كل 3 أسابيع بناء على نتائج الفحص الميداني.

3. حقول تجريبية موثقة (Demo Plots)

- تخصيص أكثر من تجربة للمواد المتاحة والمواد الجديدة موثقة بالصور والتحليل الدورية.
- تستخدم كمرجع ميداني مقنع عند زيارة العملاء الجدد.
- الهدف: دليل حقل قابل للقياس لا مادة دعائية.
- توثيق مقارن: قطعة بالسماد التقليدي مقابل برنامجنا.

ب. شبكة الموزعين المحليين — صناعية الشرافاء

1. تأهيل 5 موزعين معتمدين

- توزيع حصري لمنتجات محددة مع أهداف شهرية واضحة.
- هامش ربح تنافسي: 12-18% حسب الكمية والمنتج.
- مكافآت سنوية عند تجاوز الأهداف المتفق عليها "أمثلة: شركة الياسين – شركة اساسيات".
- أولوية التوصيل والمخزون للموزعين المتميزين.

2. هيكل خصومات الكمية المتدرجة

الكمية المطلوبة	نسبة الخصم
1 – 5 طن	السعر الأساسي
6 – 15 طن	خصم 5%
16 – 30 طن	خصم 10%
30+ طن	خصم 15% + أولوية توصيل

ج. صغار المزارعين — قناة الوصول الجماهيري

1. مجموعة واتساب «مزارعو الوادي»

- نصائح تسميدية يومية مرتبطة بالظروف الجوية والمرحلة الموسمية.
- تنبيهات فورية عند ظهور أمراض أو آفات في المنطقة.
- عروض ترويجية محدودة المدة حصرياً لأعضاء المجموعة.
- الهدف: +50 مزارع مشترك خلال الربع الأول.

2. يوم الحقول الموسمي (Field Day)

- تنظيم فعالية في بداية كل موسم: فبراير ومطلع أكتوبر.
- عرض حي لنتائج الحقول التجريبية بالأرقام والصور.
- توزيع عينات مجانية وبروشورات البرامج.
- دعوة مختصين زراعيين لزيادة المصداقية العلمية.

د. الدعم الفني وما بعد البيع

1. زيارات فحص دوري للمحاصيل المتعاقد عليها

- كل عميل متعاقد يحصل على زيارة ميدانية كل 3 أسابيع.
- تقرير حالة المحصول + تعديل البرنامج عند الحاجة بدون رسوم.
- يعزز الولاء ويقلل شكاوى ما بعد البيع بشكل كبير.

2. تقرير نهاية الموسم لكل عميل

- كميات الأسمدة المستخدمة وتكلفتها التفصيلية.
- الإنتاجية المحققة مقارنة بالموسم السابق.
- توصيات موسم 2027 بناء على بيانات الموسم الحالي.

خامساً: الخطة الزمنية - ربع برع

الربع	الفترة	الأنشطة الرئيسية	الهدف المالي
Q3	يوليو - سبتمبر	تجهيز تعميديات "عروة البصل المبكرة" (أغسطس) وبداية "البطاطس" (سبتمبر).	2,200,000 ر.س
Q4	أكتوبر - ديسمبر ذرزة الموسم	متابعة نمو البصل/البطاطس. توريد أسمدة "عروة المستورد" (نوفمبر). تكثيف التسميد الورقي	3,100,000 ر.س
Q1	يناير - مارس	دعم مرحلة التحجيم للبطاطس. توريد أسمدة البوتاسيوم. تحصيل دفعات العقود الآجلة.	1,500,000 ر.س
Q2	أبريل - يونيو	الحصاد. تقييم نتائج المحاصيل. تجديد الولاء وتجهيز طلبات الموسم القادم.	700,000 ر.س
الإجمالي	يناير - ديسمبر 2026	خطة متكاملة: تعاقدات + تنفيذ + متابعة + تقييم	7,500,000 ر.س

الجدول الشهري للمبيعات المستهدفة

الشهر	الهدف الشهري	الشهر	الهدف الشهري
يناير	600,000	يوليو	300,000
فبراير	500,000	أغسطس	900,000
مارس	400,000	سبتمبر	1,000,000
أبريل	300,000	أكتوبر	800,000
مايو	250,000	نوفمبر	1,200,000
يونيو	150,000	ديسمبر	1,100,000

سادساً: مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs

#	المؤشر	الوضع الحالي	الهدف	طريقة القياس	التكرار
1	إجمالي المبيعات	5,000,000 ر.س	7,500,000 ر.س	تقرير المبيعات	شهري
2	الحصة السوقية	~3.3%	8%	تقدير السوق	ربعي
3	عملاء مباشرون جدد	—	+40	قاعدة البيانات	شهري
4	موزعون معتمدون	—	+5	سجل العقود	ربعي
5	زيارات ميدانية	—	+20/أسبوع	تقرير المندوب	أسبوعي
6	برامج تسميد مسلّمة	—	+40	سجل الخدمة	شهري
7	معدل تجديد العقود	—	+75%	قاعدة البيانات	ربعي
8	هكتارات مغطاة	—	+5,000	الخرائط الميدانية	ربعي
9	أعضاء واتساب	—	+500	إحصاء المجموعة	شهري
10	رضا العملاء (NPS)	—	50+	استبيان	ربعي

سابعاً: عوامل التميز التنافسي

مميزات التنافسية	نقاط ضعف المنافسين
مهندسون زراعيون في الميدان — لا مجرد مناديب	بيع منتجات فقط بدون دعم فني
برامج مجانية مبنية على تحاليل التربة والمياه	غياب البرامج التسميدية المخصصة
زيارات فحص دورية كل 3 أسابيع مضمونة بالعقد	ضعف خدمة ما بعد البيع
مجتمع رقمي يخدم الكبار والصغار على حدٍ سواء	إهمال صغار المزارعين
تقرير نهاية موسم لكل عميل بالأرقام والمقارنات	غياب التقارير والقياس
علاقة شراكة مبنية على البيانات وليس مجرد سعر	ضعف الولاء وسهولة التحويل

ثامناً: ملاحظات تنفيذية مهمة

01	Q2 (أبريل-يونيو) هو المحرك الأساسي للإيراد — يستهدف 4.5M ريال بمفرده (37.5% من الهدف). التفريط فيه يعني إخفاق الخطة. كل طاقة الفريق يجب أن تتمحور حوله.
02	ميزة «المهندس الزراعي + البرنامج المجاني» هي الفارق الأقوى في سوق فيه 50 منافساً. استثمر فيها قبل أي بند آخر في الميزانية.
03	مجموعة الواتساب ليست أداة دعاية — هي بناء مجتمع. المحتوى التثقيفي الحقيقي يُحوّل المزارعين إلى سفراء للعلامة دون تكلفة.
04	بيانات الحقول التجريبية هي أقوى أداة بيع — توثيق بالصور والتحليل والأرقام من اليوم الأول قبل أي زيارة عميل.
05	المزارع يجدد العقد عندما يرى الرقم في تقرير نهاية الموسم. الاستثمار في التوثيق يُقلل تكلفة الاحتفاظ بالعميل للنصف.
06	تنويع القنوات (مباشر + موزع + رقمي) يحمي الإيرادات من مخاطر فقدان عميل واحد كبير.