



# لمعة | lamamah

ابتكار وجودة... لأحلى لمعة.

# اللس الخفي في كل مطبخ سعودي

في قلب كل طبخة أصيلة نجبها، تكمن خطوة لا مفر منها. خطوة تبدأ بالدموع، تترك رائحتها في كل مكان، وتسرق ما يصل إلى 5-30 دقيقة من وقتنا الثمين قبل أن يبدأ الطبخ الحقيقي.

هذه هي الحقيقة الصامتة التي تعاني منها ملايين الأسر يوميًا وآلاف المطاعم في كل ساعة.

## نقاط الألم الرئيسية :

- للأسر: وقت ضائع، جهد مُهدر، تجربة مزعجة، وجودة غير مضمونة.
- للمطاعم: تكاليف عمالة إضافية، عدم توحيد لمعايير الجودة، وبطء في الخدمة، وأسعار غير ثابتة.

**ماذا لو... استطعنا حذف هذه الخطوة بالكامل، دون التضحية بذرة واحدة من النكهة الأصيلة؟**



## اليوم، نُكمل المعادلة.

نقدم لكم أول منتج من شركة "لمة" و الحل الفوري الذي يعيد الوقت لمطبخك، ويضمن النكهة الأصيلة والمثالية في كل طبخة. نحن لا نبيع منتجًا، بل نبيع بداية ناجحة لكل وجبة.



- بدلا من وقت بين 5 دقائق إلى 30 دقيقة الآن إلى 1 ثانية
- نكهة ذهبية مضمونة و مطبخ نظيف بلا دموع
- و بدون روائح تعلق بالملابس
- و سعر ثابت

## لقد حللنا نصف المشكلة منذ عقود...



منذ زمن، اتفق العالم على حل عبقري واحد غيّر طريقة طبخنا إلى الأبد: معجون الطماطم. لقد نجح لأنه أخذ خطوة متعبة، وحولها إلى لحظة سهلة ومثالية.

لقد حل مشكلة الطماطم، لكنه ترك المشكلة الأكبر دون حل.

# الهندسة الدقيقة... للنكهة الأصيلة

منتجنا ليس مجرد بصل مقلي. إنه نتيجة عملية صناعية دقيقة، تم تصميمها لتحقيق معادلة مستحيلة: الاحتفاظ بالنكهة الغنية والقوام المثالي للبصل المقلي الطازج، مع منحه مدة صلاحية طويلة دون أي مواد حافظة.

## السر يكمن في تقنيتنا



### 1. التعقيم بالحرارة الفائقة (UHT):

نعرض المعجون لحرارة عالية جدًا لثوانٍ معدودة فقط. هذه العملية تقضي على أي بكتيريا دون "طبخ" المنتج مرة أخرى، لتحافظ على نكهة القلي الذهبية الأصيلة.



### 2. التعبئة المعقمة (Aseptic):

يتم تعبئة المنتج في بيئة معقمة تمامًا داخل عبوات تحميه من الضوء والهواء، مما يضمن بقاءه طازجًا ومثاليًا على الرف لمدة طويلة.



## النتيجة: منتج أساسي لكل مطبخ

من الكبسة والبرياني إلى الشوربات والصلصات، يصبح "معجون مقلي البصل" من "لمة" هو نقطة البداية الموثوقة التي تضمن جودة احترافية موحدة في كل طبق، كل يوم.

# سوق بحجم استهلاك يومي... وفرصة تقدر بالملايين



هذا الرقم يمثل 5% فقط من سوق الأفراد، وهو لا يشمل قطاع المطاعم الضخم.

فكما أن معجون الطماطم أصبح جزءاً لا يتجزأ من كل منزل، فإن منتجنا مهياً ليكون "الأساسي الجديد" في المطبخ السعودي، مما يفتح الباب لنمو هائل في المستقبل.

بتوقعات متحفظة جداً

## 53.3 مليون ريال

إيرادات سنوية متوقعة

عملنا ليس شريحة سكانية محددة، بل هو عادة متجذرة في كل مطبخ: عادة الطبخ اليومي. منتجنا يستهدف كل بيت وكل مطعم في المملكة. لكن، لنبدأ بهدفنا الأولي والمتحفظ

كيف وصلنا لهذا الرقم؟ (8.2 مليون أسرة في السعودية) × (استهداف 5% فقط) × (شراء عبوة واحدة أسبوعياً بسعر 2.5 ريال) = 53+ مليون ريال سنوياً.

# نموذج عمل بمحركين لخلق علامة تجارية لا تُهزم



نحقق أرباحنا بطريقة مباشرة وواضحة: بيع منتج استثنائي بسعر مدروس وموحد يبلغ 2.5 ريال للعبوة، عبر قناتين استراتيجيتين تعملان معًا.



المحرك الثاني: ثقة المطاعم (الربحية العالية)  
نقدم لقطاع المطاعم أكثر من مجرد منتج؛ نقدم لهم ميزة تنافسية. من خلال ضمان جودة موحدة ونكهة ثابتة وتوفير هائل في تكاليف العمالة، أصبح الشريك الاستراتيجي الذي لا غنى عنه لكل مطبخ احترافي.

المحرك الأول: حب المستهلك (الانتشار الواسع)  
نستهدف الوصول إلى رف كل منزل في المملكة. عبر تقديم حل فوري يوفر الوقت والجهد، وبسعر في متناول الجميع، نحول منتجنا من سلعة كمالية إلى ضرورة يومية، نكسب بها ولاء وثقة الأسرة السعودية.

محبوبة في المنازل... وموثوقة في المطاعم.

# استراتيجيتنا: التجربة هي أقوى تسويق

خطة دخولنا للسوق لا تعتمد على الشرح، بل على قوة منتجنا. بما أن الفكرة "مألوفة وسهلة القبول" ، فإن هدفنا الاستراتيجي الوحيد هو دفع أكبر عدد ممكن من المستهلكين لتجربته... لمرة واحدة فقط

## 3. المرحلة الثالثة: بناء الولاء والسيطرة (خلق الحاجز)

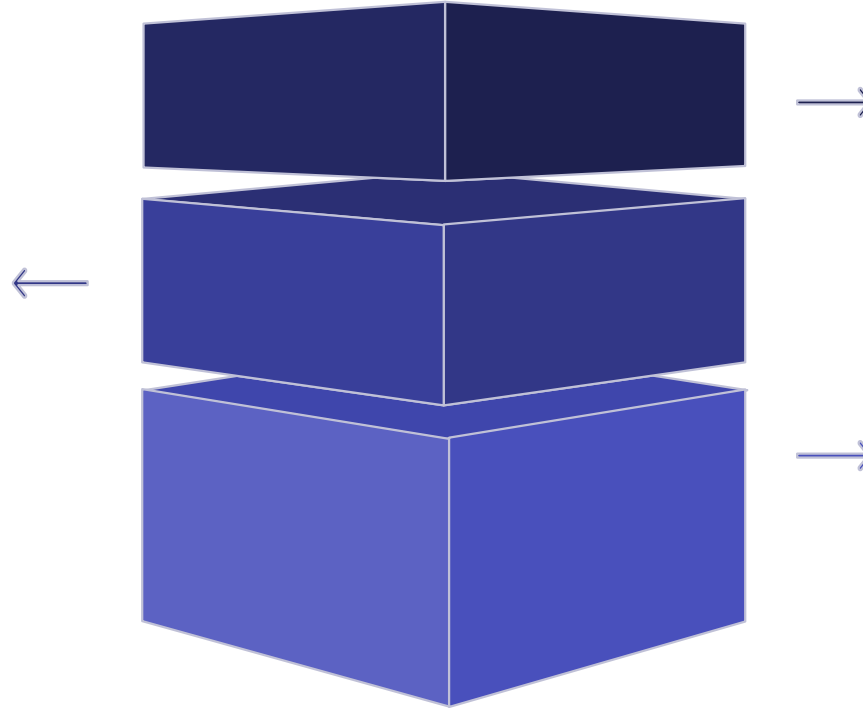
من خلال "حملة تسويقية هجومية" وتجربة استخدام استثنائية، نحول العملاء المقتنعين إلى قاعدة واسعة ذات ولاء عالٍ. هذا الولاء هو "حاجز الدخول المرتفع" الحقيقي الذي سيمنع أي منافس من الوصول لعملائنا في المستقبل.

## 1. المرحلة الأولى: إزالة حاجز السعر (تحقيق الانتشار)

سنقوم بإطلاق المنتج في سوق الرياض أولاً. باستخدام "استراتيجية التسعير الاختراقي" بسعر يتراوح بين 2-3 ريالاً فقط للعبوة ، نجعل قرار الشراء سهلاً وفورياً. الهدف هو تحقيق أوسع انتشار ممكن في أسرع وقت.

## 2. المرحلة الثانية: قوة التجربة الأولى (خلق الاقتناع)

منتجنا لا يحتاج لتعريف مطول. بمجرد أن يجربه العميل مرة واحدة ويدرك أنه يوفر عليه ما يصل من 5 إلى 30 دقيقة من وقته بنفس النكهة الأصيلة، يتحول فوراً من مشترٍ متردد إلى عميل مقتنع بقيمة المنتج. هنا، يقوم المنتج بتسويق نفسه بنفسه.



سعر لا يقاوم ← تجربة لا تُنسى ← ولاء لا يُهزم

# لا يوجد منافسون، بل خيارات قديمة

لا يوجد اليوم في السوق أي منتج يقدم نفس الحل الذي نقدمه. المنافسة الحقيقية ليست مع شركة أخرى، بل مع الخيارات السيئة التي يضطر العملاء للجوء إليها يوميًا.

## الطريقة الخاطئة



### البدائل الرديئة :

**الوصف:** استخدام البصل المجفف، البودرة، أو المقرمش المخصص للتزيين.

**التكلفة الحقيقية:** التضحية الكاملة بالنكهة الأصيلة والقوام المطلوب، والحصول على طبق بجودة متدنية لا يرقى للطعم الذي يتوقعه المستهلك.

## طريقة لمة



### الحل الوحيد المتكامل

منتجنا لا يجبرك على الاختيار بين الوقت والجودة. نحن نجتمع بين أفضل ما في العالمين: النكهة الأصيلة للتحضير اليدوي، مع سرعة وسهولة البدائل المصنعة.

## الطريقة الصعبة



### التحضير اليدوي :

**الوصف:** هو الحل التقليدي الذي يتطلب شراء البصل، تقطيعه، وقلية.

**التكلفة الحقيقية:** إهدار ما يصل إلى 30 دقيقة من الوقت، جهد بدني، دموع، روائح مزعجة في المنزل، ونتائج غير مضمونة في كل مرة.

لماذا يختار العميل بين حل صعب وحل خاطئ، عندما يمكنه اختيار الحل المثالي؟

# خارطة طريقنا: من إثبات الفكرة إلى الهيمنة على السوق

توقعاتنا المالية ليست مجرد نمو تدريجي، بل هي قفزات استراتيجية مدروسة. كل سنة تمثل مرحلة جديدة وتوسعًا هائلًا في طاقتنا الإنتاجية لتلبية الطلب الذي سنثبتته في السوق.

## السنة الثالثة: التوسع والهيمنة (بخط إنتاج 10 طن/ساعة)

- الإيرادات المتوقعة: 480 مليون ريال سعودي.
- الهدف: الانتقال إلى الإنتاج الضخم لتلبية كامل احتياجات السوق المحلي، وترسيخ مكانتنا كرواد لهذه الفئة الجديدة، وتحقيق هوامش ربح ضخمة بفضل اقتصاديات الحجم.

## السنة الثانية: النمو (بخط إنتاج 1 طن/ساعة)

- الإيرادات المتوقعة: 57.6 مليون ريال سعودي.
- الهدف: بعد إثبات الطلب، ننتقل فورًا إلى الإنتاج الصناعي لتلبية احتياجات السوق الأوسع وتحقيق أرباح تشغيلية قوية منذ اليوم الأول.

## السنة الأولى: الإثبات (بخط إنتاج 50 كجم/ساعة)

- الإيرادات المتوقعة: 2.2 مليون ريال سعودي.
- الهدف: إثبات صحة الفرضية في سوق محدود (الرياض)، وجمع بيانات حقيقية تؤكد وجود طلب هائل يفوق طاقتنا الإنتاجية.

استثمارك اليوم لا يمول مجرد مصنع، بل يطلق شرارة سلسلة من التوسعات الهائلة التي ستبني كيانًا صناعيًا رائدًا في المنطقة.



## الاستثمار المطلوب: لبناء المحرك وتزويده بالوقود



المبلغ هو :

14,965

ريال سعودي



1. بناء المحرك (النفقات التأسيسية - : (CAPEX

- المبلغ: **9,537,243** ريال سعودي (~64%)
- الغرض: تغطية كافة النفقات التأسيسية لمرة واحدة، وتشمل: إنشاء المصنع، شراء وتركيب خط الإنتاج المبتكر، الأنظمة المساعدة، المخزون الأولي، واحتياطي الطوارئ.

2. تزويد المحرك بالوقود (رأس المال العامل - : (Working Capital

- المبلغ: **5,428,248** ريال سعودي (~36%)
- الغرض: ليس فقط لتغطية مصاريف التشغيل للسنة الأولى، بل هو "وقود" استراتيجيتنا لاختراق السوق. هذه السيولة ستمكننا من الحفاظ على أسعارنا المنخفضة، تمويل حملتنا التسويقية الهجومية، وتغطية الخسارة التشغيلية المخطط لها لتحقيق الهيمنة على السوق.

هذا الاستثمار لا يمول عملية تشغيلية فحسب، بل يؤسس لكيان صناعي متكامل ويمول استراتيجية محكمة للسيطرة على فئة سوقية جديدة. يتم تقسيم المبلغ على النحو التالي:

# هذه ليست مجرد بداية... إنها المرحلة الأولى من الإطلاق

منتجنا الأول ليس هو المشروع بأكمله، بل هو محرك المرحلة الأولى الذي سيثبت صحة فرضيتنا ويمنحنا الثقة والبيانات للانطلاق نحو رؤيتنا الكاملة: أن نصبح الشركة الرائدة في ابتكار الحلول الغذائية في المنطقة.

- 1**
  - المرحلة الأولى: الهيمنة على الفئة الجديدة (السعودية)
  - الهدف: ترسيخ "لمة" كمرادف لـ "معجون البصل المقلي" في السوق السعودي، وتحقيق السيطرة الكاملة على هذه الفئة التي ابتكرناها.
- 2**
  - المرحلة الثانية: إطلاق محفظة الابتكارات
  - الهدف: بعد بناء ثقة المستهلك، سنقوم بإطلاق أول 5 منتجات من قائمتنا التي تضم 15+ منتجًا جديدًا ومبتكرًا، لنحول "لمة" من شركة منتج واحد إلى منصة حلول متكاملة للمطبخ.
- 3**
  - المرحلة الثالثة: التوسع الإقليمي (الخليج)
  - الهدف: نقل نموذج عملنا الناجح ومحفظة منتجاتنا إلى أسواق دول الخليج المجاورة، وتكرار قصة نجاحنا على نطاق أوسع.
- 4**
  - المرحلة الرابعة: الريادة في العالم العربي
  - الهدف: التوسع في الأسواق العربية الرئيسية، وأن نصبح العلامة التجارية الأكثر ابتكارًا وثقة في قطاع الأغذية على مستوى الوطن العربي.

استثماركم اليوم لا يمول منتجًا، بل يؤسس لمنصة ستقود مستقبل الابتكار في المطبخ العربي.





## عن الشركة: لمة (Lammah)

"لمة" هي شركة سعودية ناشئة في قطاع تقنيات الأغذية، تأسست بهدف واحد: إعادة الوقت للمطبخ الحديث دون التضحية بالنكهة الأصيلة.

نحن نستخدم أحدث تقنيات التصنيع الغذائي، مثل تقنية التعقيم بالحرارة الفائقة (UHT) والتعبئة المعقمة ، لتقديم منتجات ذات جودة فائقة ومدة صلاحية طويلة، مع الحفاظ على الطعم الأصيل.

رؤيتنا هي أن نصبح جزءًا لا يتجزأ من كل مطبخ، حيث نمتلك خطة لتقديم أكثر من 15 فكرة منتج إضافية جميعها مبتكرة ومطلوبة بشكل عالٍ ، ونحن: "نعدكم بالابتكار والجودة لأحلى لمة."

## عن المؤسس: حسناء الشمري

حسناء الشمري، المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة لمة.

أمتلك شغفًا عميقًا بالطهي والابتكار في عالم الأغذية. رحلتي الريادية بدأت بتأسيس وإدارة مطعم خاص بي لمدة عامين، وهي التجربة التي منحتني فهمًا مباشرًا لتحديات المطابخ التشغيلية وتفضيلات العملاء.

بعد ذلك، خضت تجربة في التجارة الإلكترونية بتأسيس مشروع للخضار والفواكه مع تطبيق جوال ونظام اشتراكات، مما أكسبني خبرة في الجانب التقني واللوجستي لقطاع الأغذية الحديث.

تعتبر شركة "لمة" تنويجًا لهذه الخبرات المتراكمة؛ فهي تجمع بين فهمي العميق لاحتياجات المطبخ وشغفي بالحلول المبتكرة. اليوم، أنا متفرغة بالكامل لقيادة "لمة" وتحويلها إلى علامة تجارية رائدة في صناعة الغذاء.

