

رفيد
Rafeed



حلول تقنية لمناسباتك السعيدة
رفيد يصنع سعادتك

صناعة السعادة

رفيد .. الرؤية

"رفيد" هي منصة رقمية (موقع، تطبيق) مدفوعة بقيمة "صناعة السعادة" وتعزيز المشاعر الإيجابية ضمن منظومة الفرح المجتمعي، تسعى "رفيد" إلى أن لعب دور محوري في مسيرة التحول الرقمي في قطاع الأفراح والمناسبات في السعودية، عبر تمكين طالبي ومزودي الخدمات من الأدوات التقنية اللازمة في تنفيذ خدماتهم بكل يسر وسهولة.

رفيد .. الرسالة

نساعد المقبلين على الزواج في السعودية على إتمام زواجهم ومناسباتهم بسهولة وراحة وجودة عبر خدمات متكاملة وبأسعار حصرية لعملاء رفيد.

رفيد .. الأهداف

1. المساهمة في التحول الرقمي في قطاع المناسبات من خلال حلول ذكية سهلة الاستخدام مدعومة بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
2. تطوير مزوذي الخدمات المحليين من خلال تشجيعهم على تحسين نماذج عملهم و رقمنة خدماتهم.
3. تمكين المستخدمين من تصميم مناسباتهم من خلال باقة متنوعة من الخيارات المناسبة.
4. المساهمة في رفع المؤشر الوطني للسعادة عبر تمكين الأفراد من الاحتفال بلحظاتهم الخاصة بطريقة سلسلة.
5. المساهمة في تحقيق مستهدفات رؤية 2030 ضمن برنامج "جودة الحياة" للمواطن والمقيم.
6. نشر ثقافة الفرح الواعي تعزيز العلاقات الاجتماعية والأعراف الوطنية والعادات الحميدة في الاحتفال الواعي، وتعزيز الهوية السعودية.

نموذج العمل

1

المشكلات Problem

- 1- لا يزال كثير من مزودي الخدمات في قطاع المناسبات والأفراح يعملون بأساليب تقليدية، ويفتقرون إلى الخبرة التسويقية اللازمة للوصول إلى شريحة أوسع من العملاء
- 2- عدم وجود منصة رقمية موحدة تجمع مزودي خدمات قطاع المناسبات والأفراح في السعودية في مكان واحد، مما يصعب على طالبي الخدمات الوصول إليها بطريقة سهلة وسعر منافس وجهد أقل.

High-Level Concept
(رفيد.. يصنع سعادتك)

4

الحلول Solution

- 1- تحويل مزودي الخدمات من العمل التقليدي إلى العمل الرقمي بشكل احترافي يساعدهم في الوصول والانتشار التسويقي من خلال تطبيق "رفيد" في مرحلته الأولى.
- 2- تصميم منظومة رقمية تجمع مزودي خدمات المناسبات في منصة موحدة، تتيح لهم و للعملاء الوصول السريع إلى الخيارات المناسبة، ومقارنة الأسعار، وحجز الخدمات بسهولة، مما يوفر عليهم الوقت والجهد ويعزز المنافسة بين المزودين من خلال منصة رفيد (saas) في مرحلته الثانية

3

القيمة النوعية unique value Proposition

- 1- خبرة المؤسسة الطويلة في قطاع الزواجات والحفلات
- 2- نمتلك أكبر قاعدة بيانات الموردين في القطاع
- 3- نقدم خدمات عملاء مميزة
- 4- أسعار خاصة حصرياً لرفيد

8

KEY Partner

كل مزودي الخدمات من ملاك القاعات، الفرق الشعبية، محلات تأجير السيارات، جمعيات الزواج الشركات السياحية.. الخ

9

الميزة الغير عادلة unfair advantage

الشراكة الاستراتيجية مع أحد كبار اللاعبين في مجال المناسبات والفعاليات والأفراح

5

القنوات Channels

- 1- تطبيق رفيد للأفراد.
- 2- تطبيق رفيد للمؤسسات .
- 3- وسائل التواصل الاجتماعي.

2

الفئات المستهدفة Customer Segments

- 1- العرسان رجال ونساء
- 2- الخريجون الخالسون
- 3- المواليد فلذات الأكباد
- 4- المناسبات المؤسسية
- 5- العائليّة الخاصّة
- 5- الفعاليات الوطنية.

7

Cost Structure هيكلية التكلفة

- 1- التكاليف التقنية للتطوير البرمجي
- 2- تكاليف جمع بيانات مزودي الخدمات
- 3- تكاليف العمليات التشغيلية
- 4- تكاليف العمليات التسويقية

6

Revenue Structure هيكلية الدخل

- 1- شراء مباشر للخدمات
- 2- تأجير منصات للبيع للمؤسسات والأفراد
- 3- تعاقدات خاصة للجهات والأفراد

الفجوة السوقية



الفجوة الخدمية **لرحلة العميل** بين التجربة التقليدية والرقمية

تحليل SWAT

نقاط القوة

- 1- فريق متخصص وخير.
- 2- نموذج عمل مبتكر على مستوى القطاع.
- 3- تتحقق فيها مؤشرات نجاح المنتج الرقمي (منتج تقني، يحل مشكلة، يخدم شريحة واسعة، نموذج عمل يتواءم مع متطلبات السوق).

الفرص

- 1- خلو الساحة من المنافسين الأقوياء (Blue Ocean)
- 2- نمطية العمل التقليدي الحالي للقطاع.
- 3- إمكانية تطوير النموذج لاحقاً كخدمة (SaaS)



نقاط الضعف

- 1- غياب الشريك الاستراتيجي الفاعل في قطاع المناسب والأفراج.
- 2- مقاومة بعض مزودي الخدمات الحاليين لعملية التحول الرقمي في تقديم خدماتهم.

التحديات

- 1- توجه المنافسين الكبار للقطاع والسيطرة على بعض خدماته.
- 2- رفض تقبل مزودي الخدمات لرقمنة تنفيذ خدماتهم

خصائص نموذج العمل

01

"First Mover Advantage" SaaS

يمنحنا ذلك فرصة السبق لاستيعاب رواد الأعمال ومزودي الخدمات في منصة رقمية شاملة

02

نموذج عمل واضح والمخاطرة فيه محدودة

شبيه بفكرة مشروع زد، سلة

03

خبرة 10 سنوات في القطاع

خبرة المؤسس خلال الـ 10 سنوات الماضية رصيد مهم في تطوير واستيعاب تحديات هذا القطاع

04

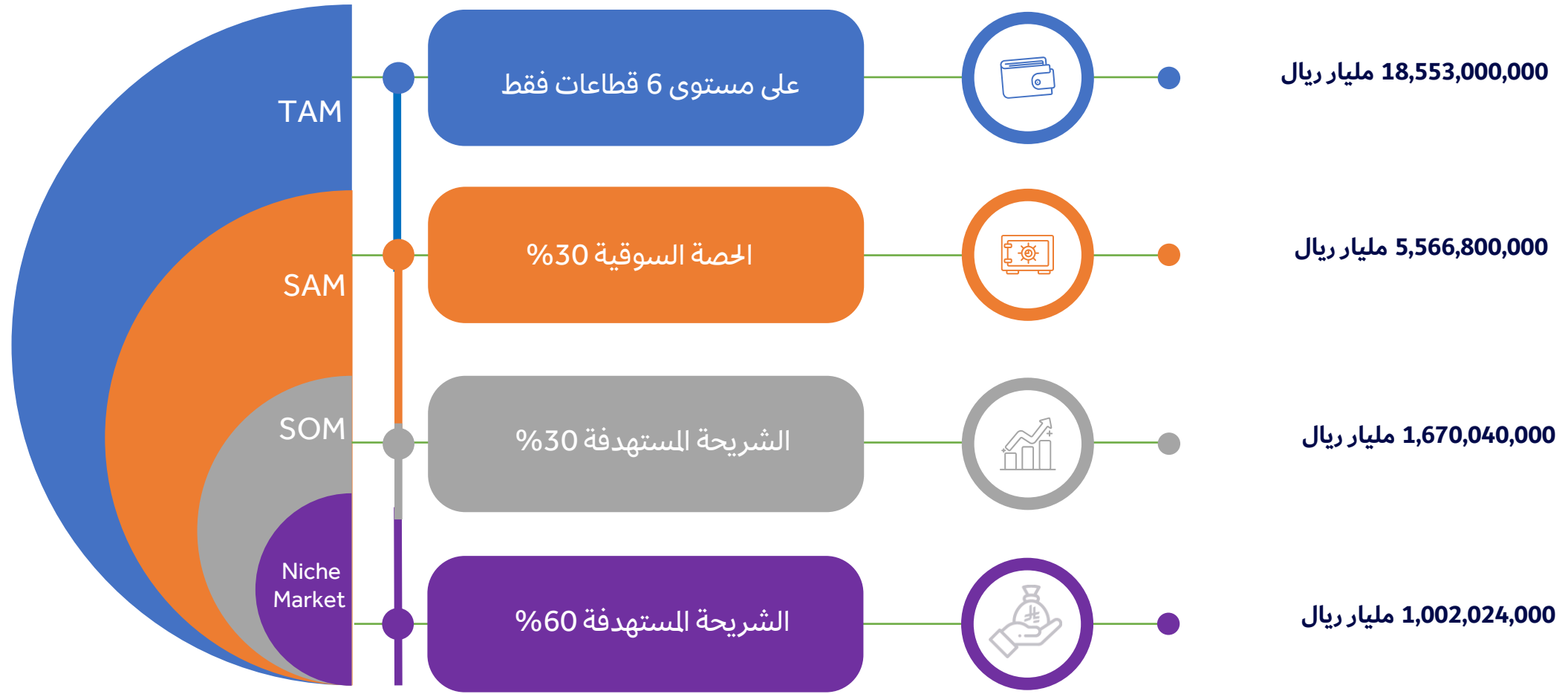
متوسط سلة مرتفع = ربحية أعلى

قطاع المناسبات والأفراح يدر أرباح ممتازة، كون هذه المناسبات تتكامل معها بقية الخدمة، بالإضافة إلى أنها تتعلق بالظهور والوجاهة المجتمعية.

Pain Killer!!

لماذا  رفيد

الحصة السوقية لبعض الخدمات



فريق المنتج



ياسر أبوبشار | المدير التقني

المدير التقني

- ماجستير تقنية المعلومات،
- بكالوريوس العلوم (قسم الالكترونيات والأجهزة وهندسة الشبكات.
- المدير التقني - سابقا - لتطبيق علمي العربية لتعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها.
- المدير التقني لأحد الشركات التقنية.
- مدير منصة الملتقى الدولي للابتكار الاجتماعي موقع الكتروني - تجهيز محتوى العربية بين يديك إلكترونيا.
- حاصل على الشهادات المهنية التالية:
- CCNA
- CCNP
- TIA A comp
- CompTIA Network



باسل الدبيعي | مدير المنتج وتطوير الأعمال

مطور أعمال، ومستشار منتجات رقمية

- ماجستير ريادة أعمال
- باحث ماجستير في التسويق الرقمي
- بكالوريوس إعلام - علاقات عامة
- المدير التنفيذي لمنصة شبك الرقمية - سابقا
- شريك مؤسس لمنصة Gray Arts لبيع وصناعة المحتوى المرئي الرقمي، مدون في
- مطور أعمال لتطبيق "واثق" لخدمات الحج والعمرة،
- مدير منتج "نسكي بالعربية، بلبل العربية، كلمني عربي" التابعة لشركة هاد للاتصالات وتقنية المعلومات
- مسؤول تطوير الأعمال ومستشار المنتجات الرقمية في أحد الشركات التقنية



د.ريان السيف | المؤسس والمدير التنفيذي

رائد أعمال، خبير الإعلام والاتصال المؤسسي

- دكتوراه في الإعلام والاتصال
- ماجستير في استراتيجيات الاتصال والقيادة من امريكا
- بكالوريوس الإعلام والاتصال
- مؤسس لشركة فنك للترفيه
- مؤسسة لشركة اغذية
- ١٠ سنوات خبرة في مجال الحفلات والمناسبات
- مدير إدارة الاتصال المؤسسي باللجنة الوطنية لرعاية السجناء.
- إدارة أكبر مشاريع اللجنة بإجمالي إيرادات أكثر من ١٠٠ مليون ريال.

خطة العمل

مرحلة التأسيس والتطوير والاستشكاف – 18 شهر



خطة العمل

مرحلة النمو- 18 شهر



المنافسين المباشرين

المنافس	الميزة التنافسية	عدد الخدمات \ مزودي الخدمات	الجودة التقنية	تجربة المستخدم	التقييم	متوسط سعر السلة	التقييم العام
رفيد	خدمات عملاء مميزة	220	%90	10\8	ISO (5.0) – ANDROID (4.8)	5000 ريال	10\9
Eventful	تجربة المستخدم سلسلة	115	%95	10\8	ISO (4.7) – ANDROID (4.8)	2125	10\8
حفلات وأكثر	تقنيا معطل الموقع						0\10
Weddi– wedding planner	تطبيق أجنبي - الدخول فيه صعوبة من الناحية التقنية						10\1
الحفلات	تفاصيل الطلبات	8	%60	مقبولة	ISO (3.5) – ANDROID (4.8)	لا يوجد أسعار	10\4
Ratbli B2c	لا توجد	15	%20	10\3	ISO (4.3) – ANDROID (4.8)	3250	10\3
Ratbli B2b	لا توجد	15	%20	10\3	لا يوجد	3250	10\3

الخطة التسويقية

07

1. تنفيذ الخطة التسويقية

05

1. حملات بناء السمعة (Awareness)
2. حملات التسويق المدفوع
3. حملات المؤثرين

01

1. تحليل الشريحة المستهدفة
2. تحليل المنصات المنافسة

08

1. تطوير تجربة المستخدم من خلال استبيانات مع العملاء

02

1. اختبار الميزة التنافسية
2. تحليل السوق (السوق التعليمية)

09

1. تطوير نظام الولاء للعملاء الأوائل
2. تطوير نظام المكافآت للعملاء الجدد

03

- 1- إنشاء محركات البحث وتحسينها
- 2- تحسين المظهر
- 3- حملات اختبارية للشريحة المستهدفة

10

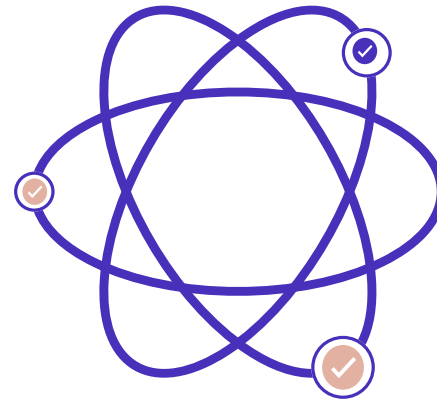
1. استهداف شريحة جديدة

06

1. بناء مؤشرات الأداء وقياس الأثر
2. إطلاق حملات اختبارية للخطة التسويقية

04

1. بناء استراتيجية تسويق المحتوى
2. اختيار منصات التسويق

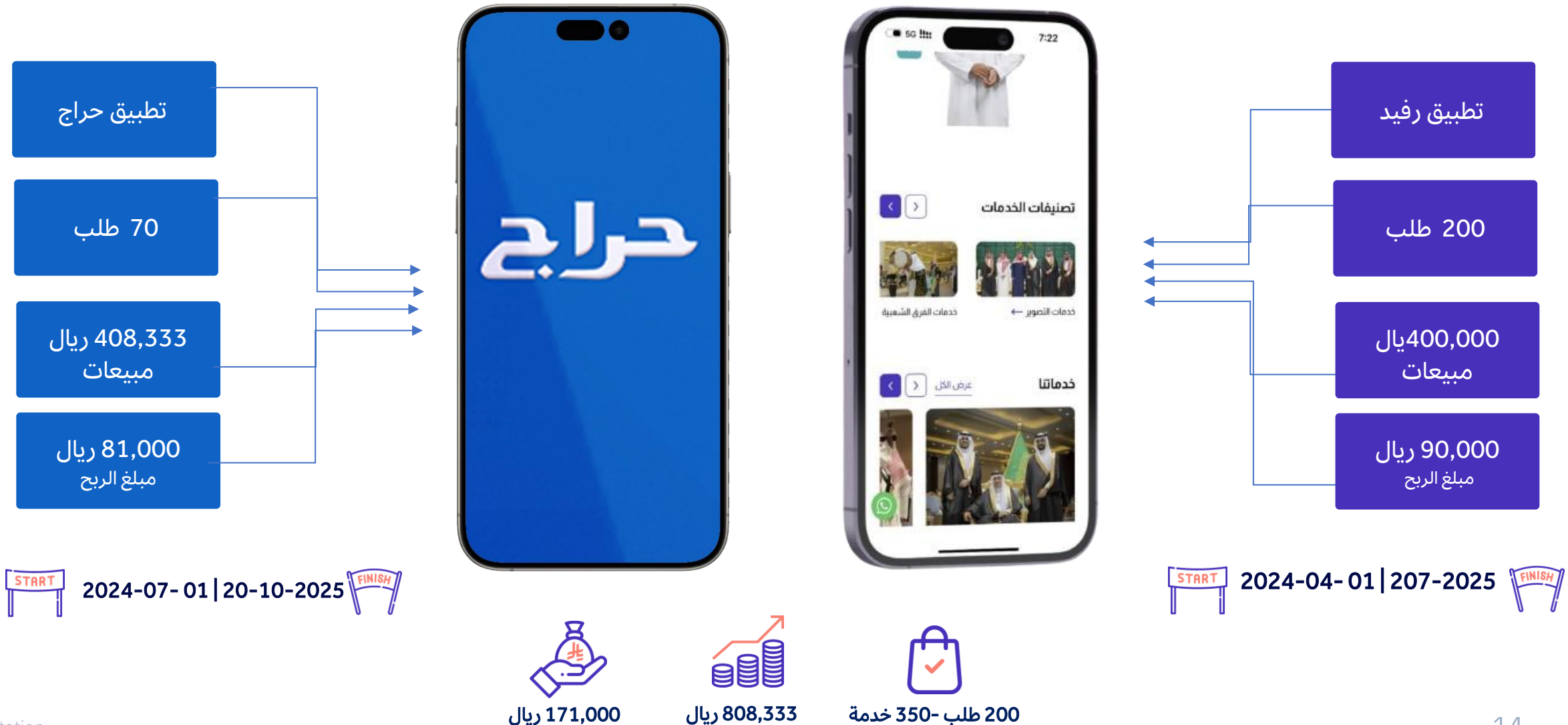


نماذج البيع

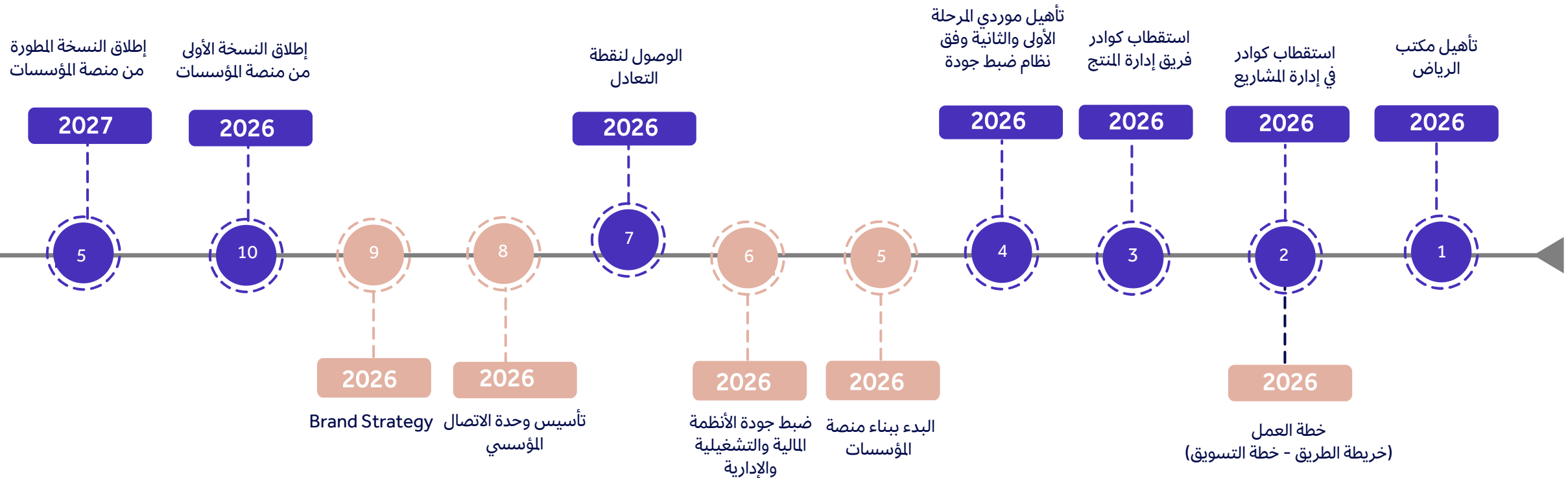


1. نموذج عمل الأفراد (C2B) يقوم العملاء بشراء الخدمات بشكل مباشر من رفيد ومن مزودي الخدمات الموجودين حالياً في التطبيق.
2. نموذج عمل المؤسسات (B2B) يقوم العملاء بشراء الخدمات بشكل مباشر من مزودي الخدمات بعد تحول التطبيق إلى نظام SaaS.
3. نموذج التعاقدات والطلبات الخاصة.

الطلبات والمبيعات الفترة الماضية



رحلة النمو | 18 شهر



تكاليف مرحلة النمو

المبلغ المطلوب مليون دولار (3,750,000 ريال)

تكاليف الموارد المالية لمرحلة النمو			
المبلغ	العدد	البند	
360,000	3	موارد بشرية (الفريق القيادي)	1
1,026,000	9	موارد بشرية (موظفي الصف الثاني)	2
306,000	6	موارد بشرية (الموظفين المتعاونين)	3
52,000	0	تكاليف تأسيسية وآجار لمكتب الفريق التقني والتسويقي	4
160,218	0	تكاليف آجارات + تأهيل مقر الشركة	5
1,645,782	0	تكاليف الحملات التسويقية	6
60,000	0	خدمات استشارية	7
70,000	0	مكافآت الموظفين وهدايا التحفيز	8
70,000	0	خدمات قانونية وتقييمية للشركة	9
3,750,000		الإجمالي	10
			11



00966538570501



info@rafeed.sa



المملكة العربية السعودية - الرياض

