




نسيل النحل

نسيل النحل

فيصل البراك
الرئيس التنفيذي

الرياض - حي لبن
شارع الطائف

Aln7l.n@gmail.com

0592518744

المشكلة والحلول


نسيل النحل



١- استياء العملاء بسبب قلة توفر منتج سلسيل

يوجد طلب هائل لمنتج سلسيل لم يتمكن من
توفيره بالشكل المطلوب ونشره في نقاط البيع



٢- طلب هائل لخطة سند لم يتم توفيره بالشكل المطلوب.

الخطة أثبتت سوق قابل للنمو بشكل كبير



٣- عدم ثقة الناس بمنتجات العسل

الكثير من الناس يرغب في اقتناء العسل
الطبيعي، ولكن يغلب عليهم التردد والعزوف
عن الشراء.

الحلول



العسل الطبيعي

لدينا حلول لرفع ثقة الناس بالعسل الطبيعي، أثبتت نجاحها خلال الفترة الماضية، وحلول لم نتمكن من تنفيذها كالتعاقد مع خبراء التحليل الحسي والتحليل المختبري، ودخول قطاع الصيدليات والمستشفيات والرعايات مع البرامج ذات الصلة وصناعة المحتوى الأصلي.



خُلطة سند

توفير ١٥ ألف عبوة لخُلطة سند لسد الحاجة القائمة وخلق زيادة في الطلب والإستحواذ على حصص أكبر من السوق.



سلسبيل

توفير ١٢٠ ألف عبوة سلسبيل، لسد حاجة الثمانية عشر شهر القادمة بالإضافة إلى دخول أسواق جديدة ورفع الوعي بفائدة المنتج.



➤ **نُبْدَة عن سلسبيل**
مزيج العسل مع الزنجبيل والليمون والكرام.

2023 - 2020

تم الإستثمار في إشهار المنتج وتسويقه من خلال التعامل مع المشاهير و قنوات التواصل و الإذاعة و صناعة المحتوى الثقيفي والفروع وكذلك المعارض الدولية والمحلية، حيث تمكنا خلال الفترة من بيع مايقارب ١٠ ألف عبوة من منتج سلسبيل

2024 - 2026

نستهدف بيع ٥٠٠ ألف عبوة خلال السنتين القادمة،

2030

نستهدف بيع ٢ مليون عبوة في السوق السعودي والخليجي ومصر و العراق.

قصة سلسبيل

تم تبني المنتج وتسويقه أثناء أزمة كورونا ثم صعدت مبيعات المنتج صعوداً رهيباً بعد الأثر الملموس والفائدة الواضحة في فترة وجيزة من استخدام المنتج.



التوقيت

لماذا نعتقد أن هذا هو الوقت المناسب للنمو بسلسبيل؟

قطف الثمرة

بعد الجهود الكبيرة في الإعلان عن هذا المنتج والمبالغ الضخمة التي تم ضخها في إشهار المنتج، حيث تم الإعلان مع أكثر من ١٠ شخصية مشهورة لإشهار المنتج والتعريف به، فنعتقد ان هذا هو الوقت المناسب لقطف الثمار .

المنافسة

لاتزال المنافسة في المنتج محدودة، تدخل شركات وتخرج ولا تزال نسيل النحل تملك السبق في إشهار المنتج، فلم يدخل منافس شرس بعد.

المنتجات الصحية

يوجد رغبة ملحة ونامية في السوق للمنتجات الصحية والبدائل الطبيعية، سلسبيل مزيج طبيعي يستخدم بارد كالمهيتو و يستخدم ساخن كالشاي.



السوق المستهدف

سوق المنتجات الصحية

لمن يبحث عن الإستشفاء بالعسل و البدائل الطبيعية المشتقة من العسل.

سوق الرياضيين

يبحث الرياضيين عن منتجات تكسبهم الطاقة أثناء التمرين، كالعسل بالمكسرات و خلطة سند والعسل الطبيعي لتحلية المأكولات و سلسبيل كشراب يزيد من النشاط.

سوق الطفل و الأسرة

نستهدف كذلك الأسر التي ترغب بمنتجات مشتقة من العسل الطبيعي لأطفالها وكذلك الأسر التي تستخدم العسل والسمن وزيت الزيتون في مأكولاتها بشكل مستمر



حجم السوق المستهدف

حجم السوق العالمي والسوق
السعودي للعسل والمنتجات
المشتقة من العسل.

٥٠،٩ مليار SAR

حجم السوق العالمي

١ مليار SAR

حجم السوق السعودي

١،٥ مليار SAR

حجم السوق السعودي المتوقع خلال ٢٠٣٠ م



شركة ريق النحل



شركة رشوف



عسل وعافية

المنافسين المباشرين



عسل المناوكا



شركة عسل الشفاء



عسل لانجلنيزا

المنافسين غير المباشرين

الميزات التنافسية

في سوق يتميز بالتنافسية العالية، تتميز
نسيل النحل بعدة ميزات تنافسية أثبتت
جدواها خلال الفترة المنصرمة



١- صعوبة دخول لاعبين جدد

سوق العسل من أكثر الأسواق صعوبة، للجهد المضني الذي يتطلبه بناء سمعة وكسب ثقة.

٣- علاقات قوية مع الموردين

تتمتع نسيل النحل بعلاقات ممتدة ومتينة مع الموردين الرئيسيين لقطاع العسل والمصانع المصنعة للمنتجات المشتقة من العسل.

٥- الابتكار في المنتج

نعمل في نسيل النحل على التركيز على المنتجات المبتكرة التي نرى انها سوف تشهد نمو كبير في السوق ثم نقوم بإدراجها تباعاً بالطريقة التي تضمن شهرة المنتج وبناء عميل مستمر للمنتج.

٧- فريق عمل يفهم المجال.

يحتاج مجال العسل لموظف مدرب يلتزم بحاجة العميل ويفهم مشكلته، لأن العميل بشكل مباشر يشرح مشكلته معتقداً ان الذي أمامه خبير في الطب الشعبي، فبذلك نقوم بدورنا بفهم الأمور المتعارف عليها في مجال العسل وإرشاد العميل لحاجته سواء كانت في العسل أو في إرشاده لزيارة الطبيب.

٢- شهرة و خبرة المؤسس في المجال

سوق العسل يتطلب خبرة في مجال العسل وفي تخصص النحلة، حيث أن عميل العسل يتعامل بحذر ولديه أسئلة كثيرة وبشكل مستمر، كما أن مهنة النحلة تساعد في توفير التكلفة ورفع إنتاج العسل وبناء الفرق والتعاقد مع النحالين.

٤- حضور قوي في وسائل التواصل الإجتماعي

تتمتع نسيل النحل بحضور قوي في وسائل التواصل على مستوى الوطن العربي، حيث أن لديها وصول لأكثر من ٢ مليون مشترك في مختلف منصات التواصل.

٦- الابتكار في التسويق وغرس المنتجات كعادة للمستهلك.

من أسرار بناء الولاء الكبير لمنتج سلسبيل بعد توفيق الله وفضله هو أساليب التسويق المبتكرة التي ساهمت في تحفيز العميل على تجربة منتج يعتبر جديد في السوق وطعم غير مسبوق

٨- عدد العملاء

تتمتع نسيل النحل بعدد كبير من العملاء، يصل إلى مايقارب ١٠ ألف عميل.

أبرز المعلمين لشركة نسييل النحل



بن رشيدان (٢+)



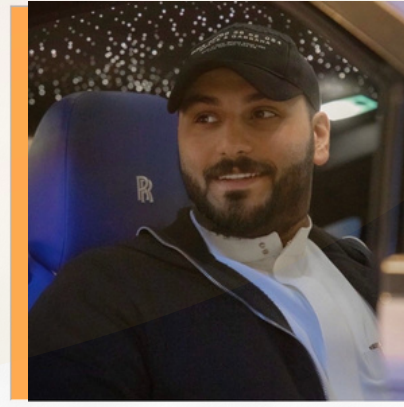
حسين البقشي (٧+)



محمد المقبل (٣سنة UFM)



قروب بوريان (٩+)



أسامة داود (١)



أبوعجيب (١)



بدران (٢)



أحمد البارقي (١+)



فيصل صالح (٥+)



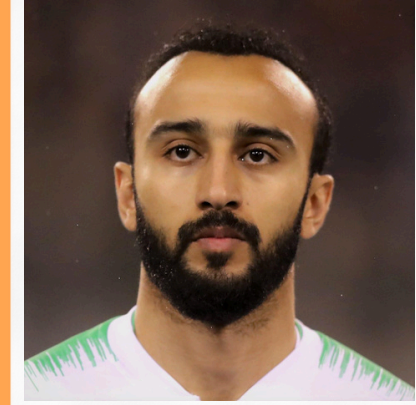
ابوسعد (٣ سنوات)



علي سعيد (١)



أبوالهش (١)



السهلاوي (٢)



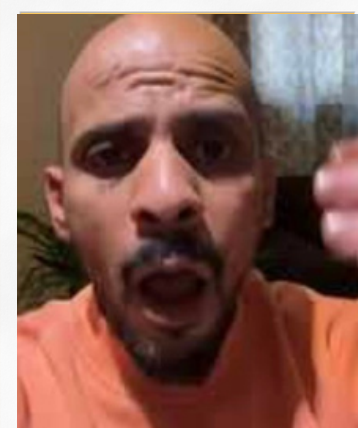
عرنثوا (+٢)



سوالف هيون (٢)



كحلي (٢+)



أبتاه (٥+)



فهيدان (١)



حسن الصباحان (١)



عمر جبران (٢)



أحمد العامر



شويل (+٢)

أبرز المعلنين لنسبيل النحل



عبدالله السلامة (٢)



أبوهاشم (٢+)



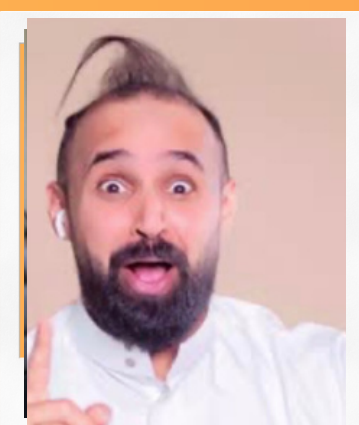
أبو علي (٢+)



رائد العبيد (٣+)



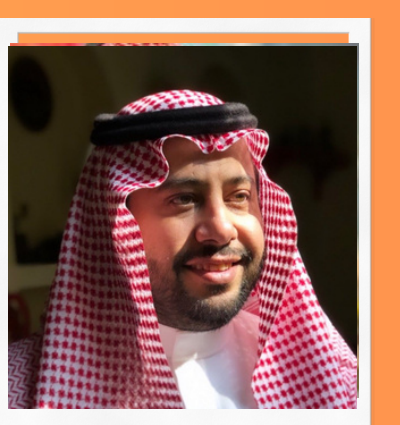
محمد الخالدي (١٠+)



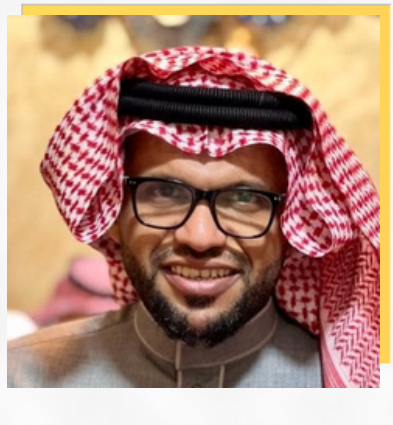
جدو سيف (٤+)



وليد المطيري (١)



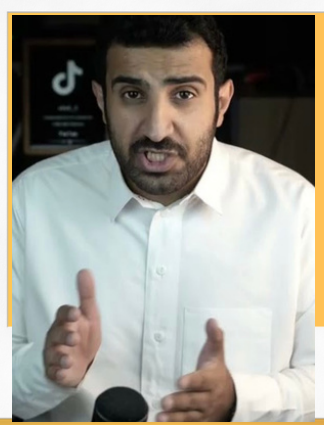
عمر العصفور (٢+)



بن دمان (٢+)



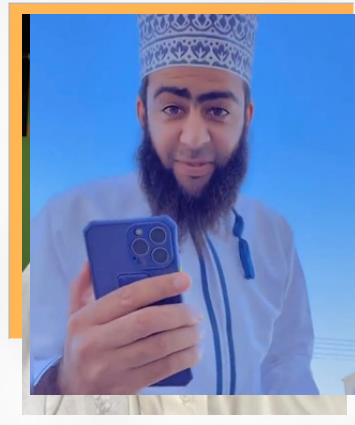
سالم الجبرين (١)



سعد السعيد (١)



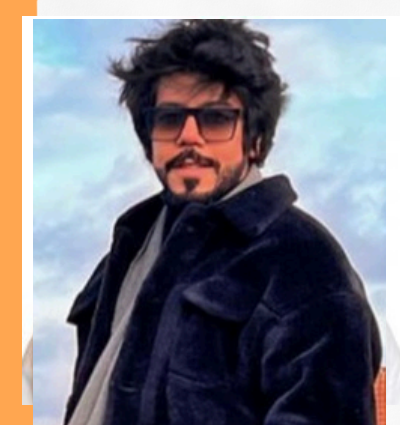
فهد الرويس (٣+)



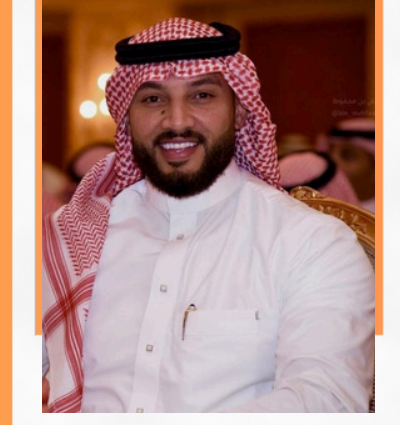
فيصل تقني (١٠+)



فواز الحارثي (٢+)



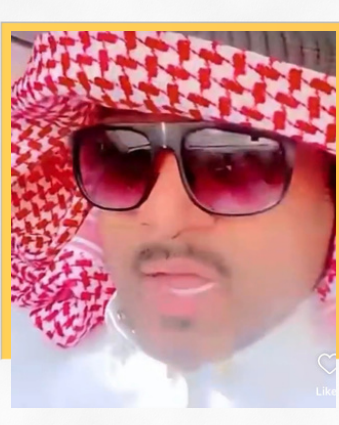
عبدالله شداد (٣+)



قمص (٢+)



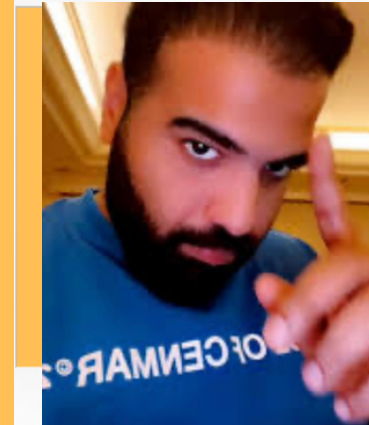
عمر الشهري (٣+)



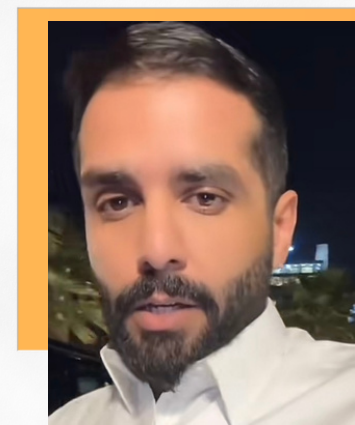
ابوبشت (٢+)



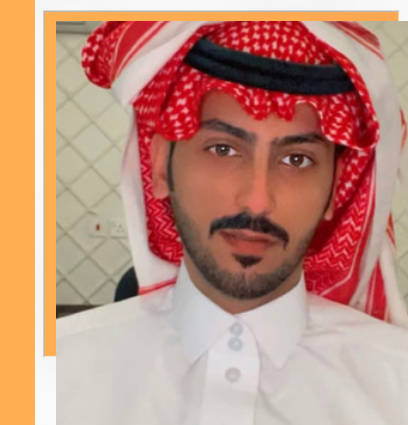
خواطر تركي (٢+)



محمد الشمري (٢+)



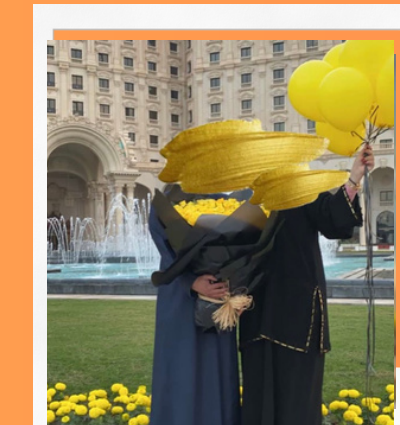
عبدالله الودعاني (١)



محمد الشمري (٩+)

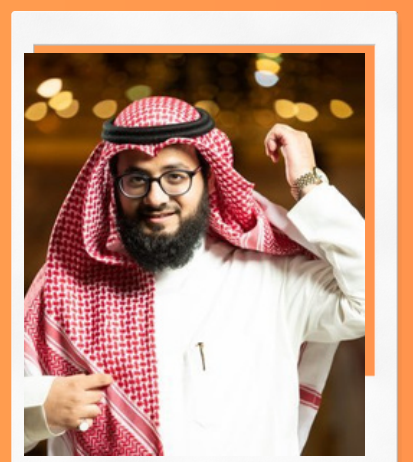
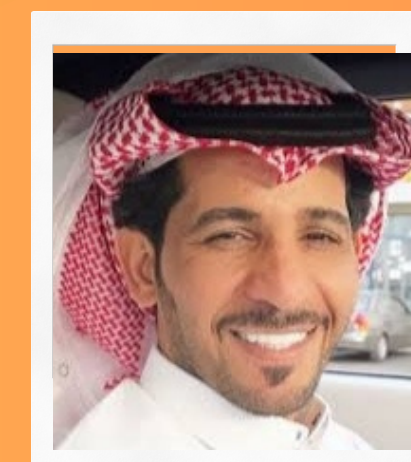
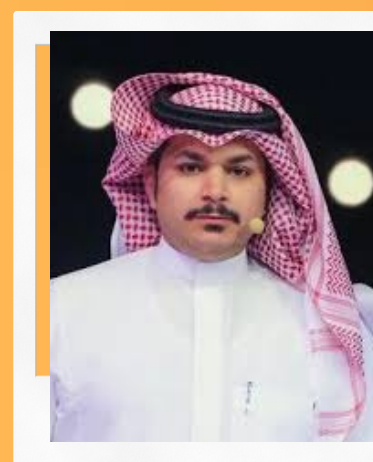
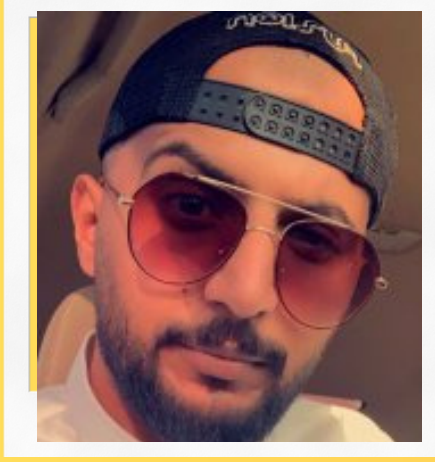


ساخر هلاي (١٥+)



طرفه عبدالله (٢+)

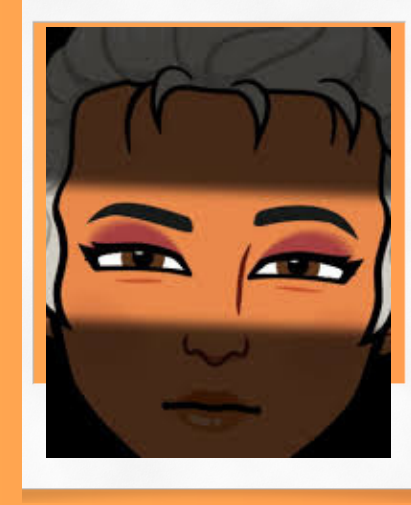
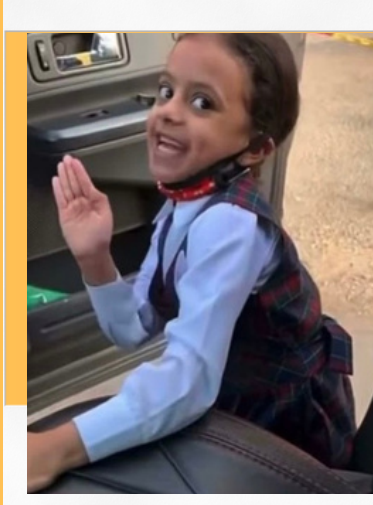
أبرز المعلنين لنسبيل النحل



باخطيب (٢) ابوفهد العتيبي (٢) أبوكريشه (١) فهد الشهراني (١) دهران (١) القنيصي (١) الرقيبه (١) ابوعقيل (١)

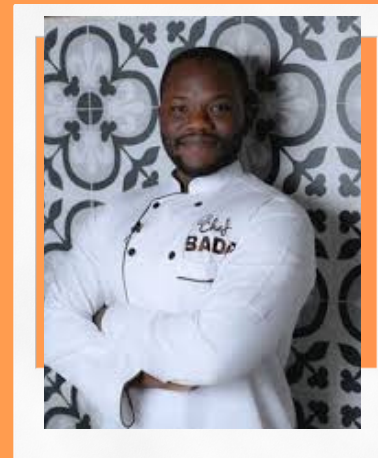
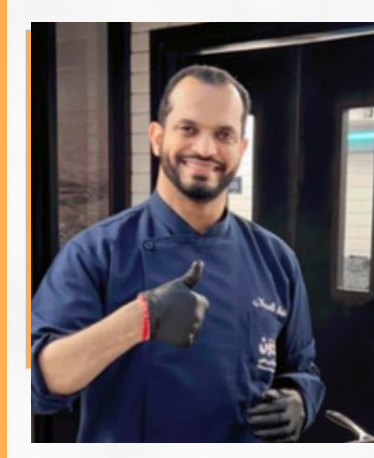
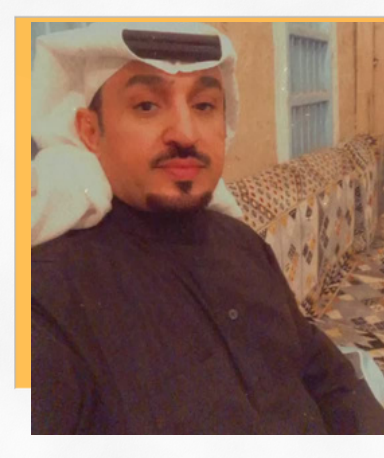
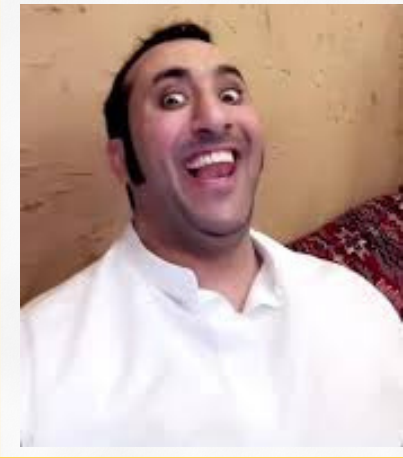


لايف القصيم (٣+) كلاسي (٢+) خالد أول بأول (٣+) قريباً في المدينة (٣+) لكجري (٢) كل جديد (٢٠+) السحاب التقني (٤+) مستر صدمه (٧+)

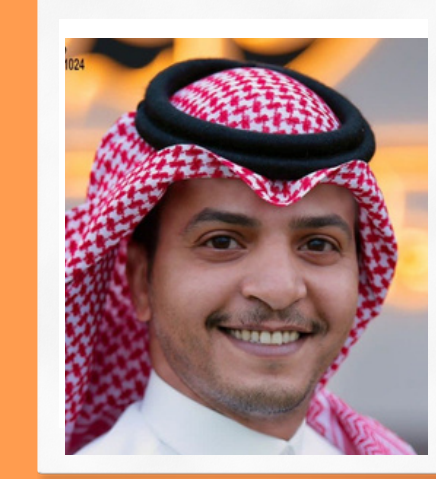
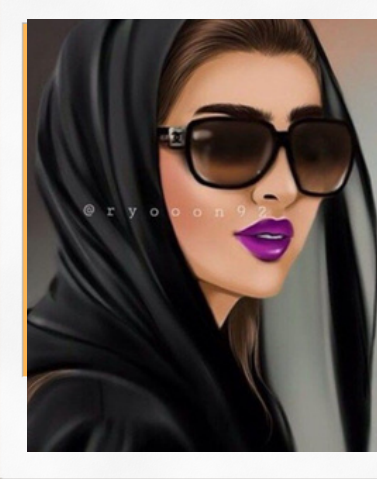
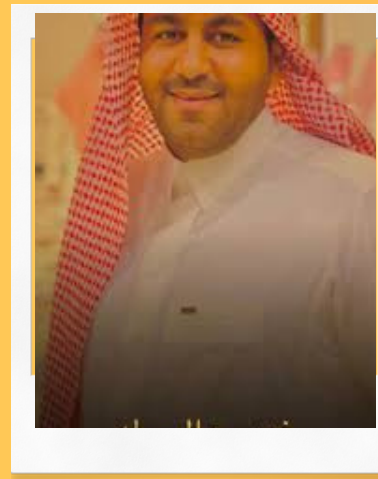


ابراهيم الدوسري (١) هتان الفيصل (٢) المسافر الذكي (١) برناوي (١) ابوكنان "باي" (١) صالح اليامي (١) طهموج (١) ابوعودة (١)

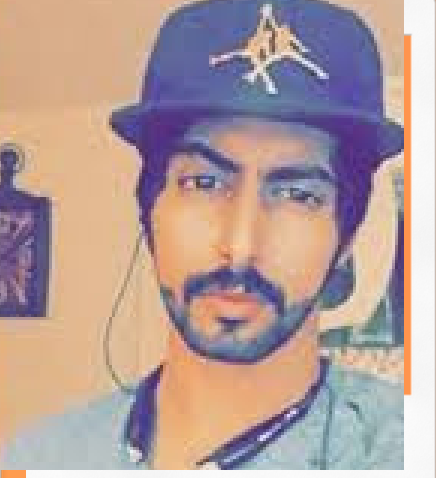
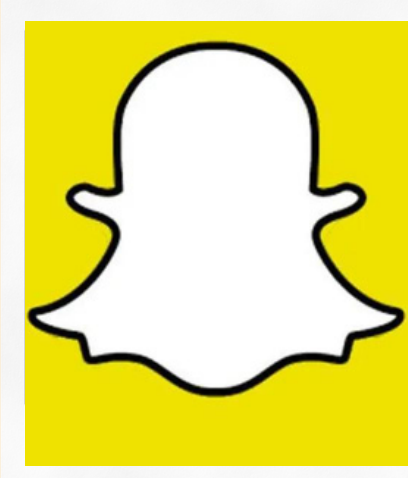
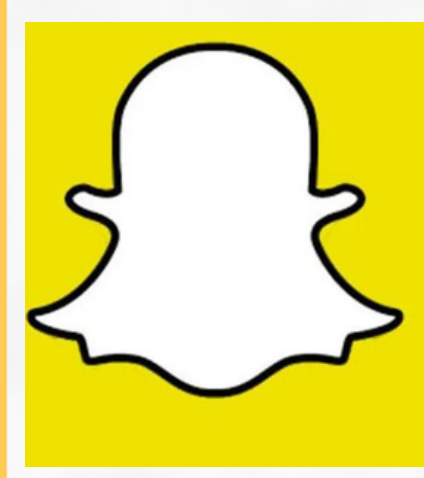
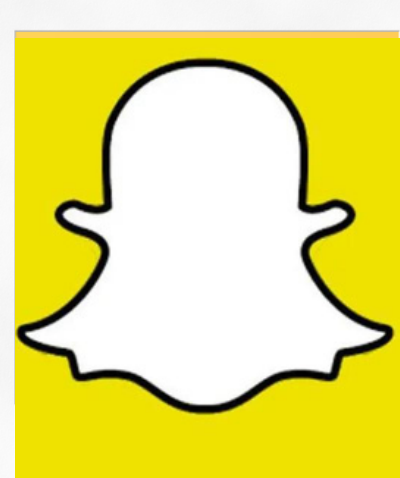
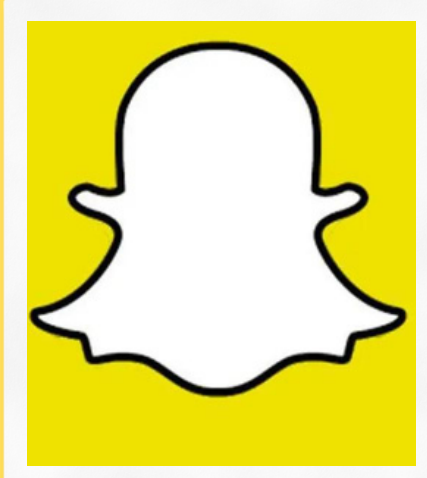
أبرز المعلنين لنسبيل النحل



شيف منقاوي (+0) بوزيد (+7) خالد العجلان (+4) شيف صكها مندي (+0) سناي الرياض (+7) محمد بن نحيث (+1) ابوخلي (+1) بدر انطونيا



سناي الطائف (+3) اللورد (+0) ايهاب الجاسر (+1) جنوبية الهوى (+3) اسأل مكه (+0) فهد الحوطه (+2) دكتور علي (+4) رائد العيدان (+1)



سعودي قوي + عزازي (+1) وليد وسع صدرك (+8) عمر حاجي (+1) مستر طقطقه (+20) مدنجل (+10) مستلج (+10) ام الجوري (+4)



نسيل النحل

قمنا بالمشاركة للتعريف بمنتجات
نسيل النحل لما يقارب العشرون معرض
في مختلف مدن المملكة من نجران
إلى الجوف مروراً بالدمام والأحساء
والرياض و جدة وأبها. وكانت جهود
تسويقية رائعة ومثمرة.



بالإضافة إلى الرعاية الدائمة في
سناپ حديث المجالس || فيصل
البراك، وعدد من صغار المؤثرين
الذين تم التعاون معهم
طيلة الفترة الماضية

فيصل البراك || حديث المجالس



تحليل المنافسة

١- التركيز

عند المنافسين يتم التركيز على تعدد المنتجات سواءً في العسل ومشتقات العسل، في نسيل النحل سيتم التركيز بشكل أساسي على سلسبيل فهو بمثابة الخبز في السوبرماركت يجلب العملاء بأقل تكلفة

٢- نقاط البيع

قليل من المنافسين يتواجد في نقاط البيع، أو يتواجد بمنتجات غير مشهورة. هدفنا التواجد بمنتجات مشهورة لنا في نقاط بيع ذات علاقة كالصيدليات، والتي ستسرع حركة بيع المنتج، نستهدف تدريجياً للوصول لـ ١٠٠٠ نقطة بيع لمنتج سلسبيل.

٣- التواجد في المعارض المميزة

اتناداً لتجاربنا السابقة، وجدنا ضعف حضور المنافسين للمعارض المختلفة، بينما كانت بالنسبة لنا سر من أسرار النجاح في تسويق المنتجات الجديدة في السوق والتجربة المباشرة مع المستهلك، وهو أحد أسباب تميزنا في تسويق سلسبيل وغيره من المنتجات.

٤- باقات الإهداء

يتمتع العسل الطبيعي ومشتقاته بحظوة ومكانة مرموقة في المجتمع، ولكن إلى الآن لم يتم تفعيل باقات الإهداء وتصميمها وتطويرها بالشكل المطلوب، لدينا تجارب ناجحة في ذلك مقارنة بالمنافسين، ونستهدف تطويرها بشكل رائع والتجالف مع الشركات المتخصصة في الإهداء كفلاورد ورسيل.

الفرص المتاحة التي سيتم انتهازها

بجانب التركيز في النمو في منتج سلسبيل، لدينا منتجات مشروبات صحية نرى فيها فرصة كبيرة وهي جاهزة للتسويق في خط الإنتاج، تم اعتماد مزجها وننتظر الفرصة المناسبة لطرحها لعملائنا وإشهارها في السوق.

مزيج العسل واليوسفي،
مزيج ذو نكهة مذهلة
ومنعشه. نعتقد بأنه
سيشهد نمواً رهيباً.

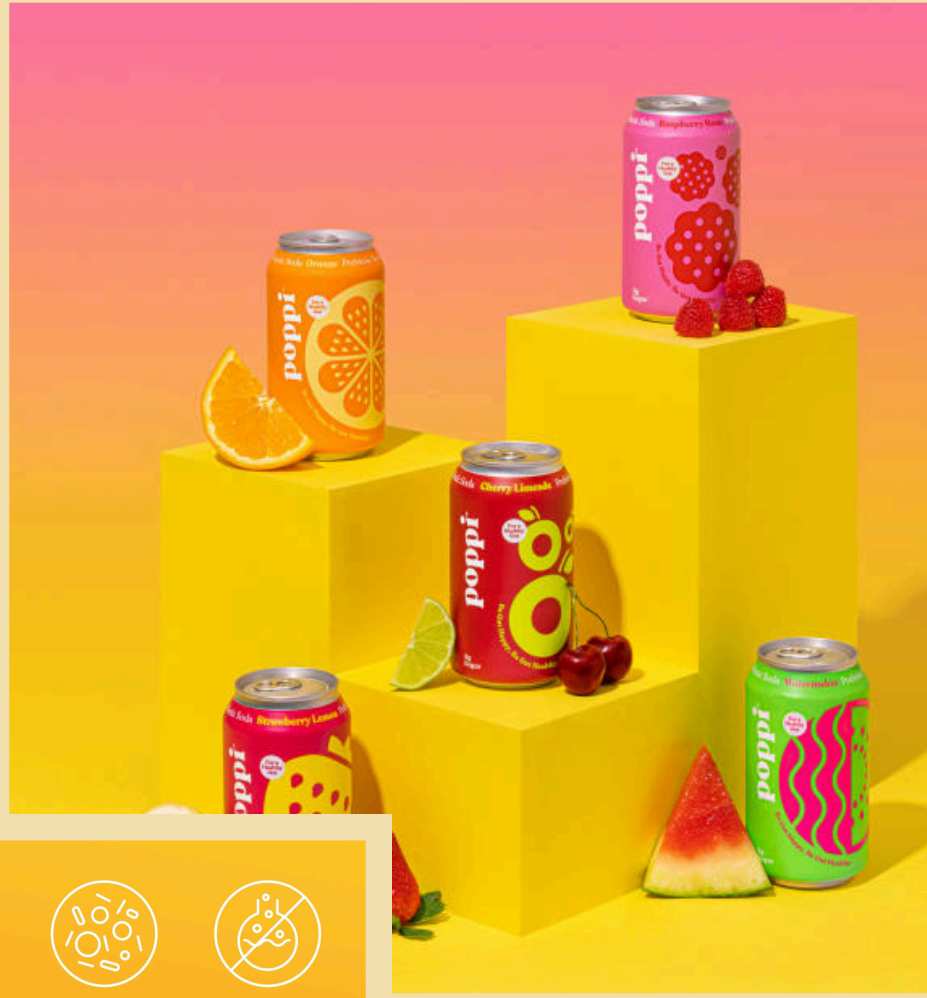
ملاعق العسل بخلطة
سند.

نسخة منعشه من سلسبيل
بالزعفران، خيار صيفي
منعش وبديل صحي،
يستخدم موهيتوا بشكل
أساسي. نستهدف في
تسويقه للكوفيئات،
ومحلات العصائر ولعملاء
نسيل النحل.

مزيج الشمندر والكركديه
والعسل والليمون
والزبيب. مزيج مفيد وذو
مذاق رائع، يهم بشكل
أساسي لمن يعاني من
نقص في الحديد وفقر
الدم، مفيد جداً على
الصعيد الصحي، ومنعش
جداً.

مستقبل سلسبيل

دائماً ما كان يدور في مخيلتي تحويل منتج سلسبيل إلى مشروب غازي صحي وبنكهات مختلفة، حتى ظهرت هذه التجربة في شارك تانك الولايات المتحدة والتي حققت مبيعات هائلة في أعوامها الأولى تجاوزت المئة مليون دولار، هي فرصة سنطرق أبوابها ربما في الجولات المتقدمة إن شاء الله، لأن نجاحها مرهون بغزارة التوريد على نطاق عالي في الأسواق





ريّا
RAYA

تمتلك نسيل النحل متجر ريّا الإلكتروني
المتخصص في البخور والعطور والذي
يحظى بولاء عالي من عملاءه لما يتميز به من جودة
في المنتج وإخراجه بشكل مميز.



يدير متجر ريّا الذي يحظى بعملاء يصل
عددهم إلى قرابة العشر آلاف عميل الأستاذ
عبدالكريم البصري وهو المؤسس للمتجر
والرئيس التنفيذي له.



الجدير بالذكر أن ريّا لها مشاركات ممتدة وقديمة في معارض
العود والعطور حيث بدأت ذلك النهج منذ عامنا عام ٢٠١٩ والذي
أكسبها شهره مميزة واتصال مباشر مع عملائها الأوفياء.

من أين يأتي الدخل في الوقت الحالي؟

- ١- المتجر الإلكتروني لنسيل النحل بنسبة ٥٠%.
- ٢- المتجر الإلكتروني لريّا للعود بنسبة ٢٠%.
- ٣- فروع نسيل النحل بنسبة ٣٠%.

مواقع الفروع لنسيل النحل وريّا

- ١- فرع الرياض - مخرج ٣٤ - شارع الطائف - حي لبن
- ٢- فرع الدمام - طريق أبوبكر الصديق - حي الفيصلية
- ٣- فرع الأحساء - طريق الملك سعود - حي محاسن
- ٤- مكتب ريّا للعود والعطور - الرياض - حي العوالي - طريق نجم الدين أرامكو



الغرض من العرض الإستثماري

الطلب مبلغ ٥ مليون ريال سعودي (\$١.٣ مليون) مقابل
نسبة ٨٦:١٧٪ وذلك للأسباب التالية:



المنتجا
ت

١.٥ مليون ريال لبناء المخزون وما يطلبه من علب
وطباعة وتغليف.



التسويق

١.٥ مليون ريال ميزانية التسويق عبر المؤثرين و الترويج
في وسائل التواصل والإذاعة والرعايات، ومشاركات
المعارض ونقاط البيع.



الموارد البشرية

٨٤٠ ألف ريال رواتب فريق العمل
من إدارة و مشرفين وعمال



الإيجارات

ايجارات الفروع والمستودع
وسكن العماله ٢٠٠ ألف ريال



المبلغ الإحتياطي

٩٦٠ ألف مبلغ احتياطي للسنة، يصرف في
الظروف الطارئة التي تحل بالشركة وغيرها.

المبيعات المتوقعة لنسبيل النحل خلال الفترة القادمة ٢٠٢٤ - ٢٠٢٧



عام ٢٠٢٤

٧ مليون

عام ٢٠٢٥

١٢ مليون

عام ٢٠٢٦

٢٠ مليون

عام ٢٠٢٧

٣٥ مليون

المبيعات المستهدفة مع متوسط المبيعات السابقة

متوسط مبيعات نسييل النحل للسنوات من ٢٠٢٠ ميلادي إلى نهاية عام ٢٠٢٣ = ٤.٩ مليون ريال

نتطلع بإذن الله في الـ ١٢ شهر بعد الجولة تحقيق المبيعات التالية"

١٢٠ ألف عبوة سلسبيل = ٥,٧٦٠,٠٠٠ مليون ريال

١٥ ألف عبوة خلطة سند. = ١,٤٨٥,٠٠٠ مليون ريال

١٢ ألف عبوة سمن . = ٩٠٠ ألف ريال

١٠ آلاف عبوة عسل بالمكسرات = ١,٤٨٥,٠٠٠ مليون ريال

٢٠ ألف عبوة عسل منوع = ٣,٠٠٠.٠٠٠ مليون ريال

المجموع = ١٢,٦٣٠,٠٠٠ مليون ريال

ليه نعتقد ان احنا قادرين نسويها؟!

لأن سبق وسوينا أرقام بإمكانات بسيطة وهذي فقط مبيعات المتجر الإلكتروني

2020

متوسط حجم سلة المشتريات	عدد الطلبات	إجمالي المبيعات
277.686 ر.س	5,575 طلب	1,548,098.77 ر.س

2021

متوسط حجم سلة المشتريات	عدد الطلبات	إجمالي المبيعات
251.051 ر.س	15,975 طلب	4,010,538.1 ر.س

2022

متوسط حجم سلة المشتريات	عدد الطلبات	إجمالي المبيعات
250.862 ر.س	7,249 طلب	1,818,502.04 ر.س



عبدالكريم البصري

شريك مؤسس ومدير الجودة



فيصل البراك

المؤسس والرئيس التنفيذي

فريق نسيل النحل



جمال العبد

مدير المحاسبة



عبدالرحمن الخيفر

المدير التجاري



أيوب قايد اليوسفي

مدير العمليات والتشغيل



نسيل النحل

استراتيجيات التحارج

- ١- استحواذ الملاك على أسهم الشركة.
- ٢- استحواذ شركات أخرى على جزء أو كل حصص الملاك
- ٣- الإدراج في سوق نمو أو سوق الأسهم السعودي.
- ٤- استحواذ أحد المحافظ الإستثمارية على الشركة.
- ٥- البيع لطرف ثالث مهتم بالإستثمار في الشركة.