

الفهرس	
محتويات الدراسة التسويقية	
١	الرسالة المختصرة للخطة التسويقية.
٢	ملخص عن الشركة.
٣	تحليل الموقف ويشمل: أ- تحليل السوق (حجم الصناعة وحجم العرض والطلب) ب- تحليل PEST (تحليل تأثير السياسة والاقتصاد والمجتمع والتكنولوجيا على الصناعة في حال وجودها) ج- تحليل المنافسين د- تحليل SWAT (تحليل نقاط القوة والضعف للشركة وتحليل الفرص والتهديدات عليها) هـ- تحليل الأداء (في حال وجود خطة سابقة) و- تحليل الوجود الرقمي (الموقع الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي لشركتنا ولمنافسينا)
٤	أهداف الخطة التسويقية (بناءً على التحليلات).
٥	الاستراتيجية التسويقية.
٦	خطة البراند (بناء العلامة التجارية).

٧	الشريحة المستهدفة.
٨	الإطار الزمني لتنفيذ الخطة.
٩	توزيع المهام والمسؤولين عن التنفيذ.
١٠	ميزانية التسويق.
١١	المزيج التسويقي ويشمل: ١- المنتج ٢- التسعير ٣- التوزيع ٤- الترويج ويتضمن: أ- التسويق التقليدي. ب- التسويق الإلكتروني (الموقع الإلكتروني, قنوات التواصل الاجتماعي) ويشمل: - خطة المحتوى. - خطة الإعلانات.
١٢	خطط وتلخيصات هامة أخرى: أ- كيف نجلب العملاء

- ماهي الشريحة المستهدفة

- ماهي الرسالة التي سوف نوصلها للعملاء

- كيف سنصل للعملاء

ب- كيفية إقناع العملاء للتعامل معنا

- كيف نجلب معلومات العملاء ونتواصل معهم

- كيف نبقي العملاء على تواصل معنا وماذا نرسل لهم

- كيف نحول العميل من عميل محتمل إلى عميل حالي

ج- كيف نحافظ على عملائنا الحاليين

- كيف نُسعد العملاء الحاليين

- كيف نزيد من القيمة العمرية للعميل

- كيف نحول العميل لدينا إلى مروج لنا

المقترحات للشركة.

الرسالة المختصرة للخطة التسويقية

- الخطة التسويقية السنوية لشركة "Valera Jewels", من شهر شباط لعام (2023) إلى شهر شباط لعام (2024):

تهدف هذه الخطة التسويقية لتوسع شركة "Valera Jewels" تحت علامة تجارية جديدة, بمنتجات جديدة وفي سوق جديد, من خلال دخول مجال التجارة الالكترونية والتوسع عبر الإنترنت, لزيادة حجم الشركة وانتقالها من شركة محلية إلى شركة دولية.

ملخص عن الشركة

- شركة "Valera Jewels" هي شركة عريقة في مجال تصنيع وتجارة المجوهرات والذهب والإكسسوارات الثمينة.

تحليل السوق

• حجم السوق (اليونان GR)

▪ المبيعات السنوية:

يقدّر حجم مبيعات اليونان سنوياً حوالي (2,30 مليار) يورو من المجوهرات الثمينة, والنسبة الأكبر يتم تسجيلها كمبيعات في السوق المحلية للسائحين الأجانب والتي تقدر بنحو (80%) من حجم المبيعات السنوي أي حوالي (1,84 مليار) يورو. وبالرغم من أن اليونانيين يدعمون المجوهرات المحلية إلا أنهم لا يملكون القوة الشرائية, ولا يمكنهم الاستثمار به كما في الماضي بسبب ارتفاع تكلفة المواد, حيث تقدر مشترياتهم السنوية بحوالي (0,4 مليار) يورو وتكون غالباً عبارة عن المجوهرات الضرورية.

▪ الإنتاج:

شهدت الفترة الزمنية بين (2010 و 2018) تناقصاً حاداً في عدد الشركات العاملة في مجال المجوهرات, حيث تم تسجيل ما يقارب (480) شركة مقابل حذف أكثر من (1000) شركة قد أغلقت دفاترها بشكل دائم.

- وحالياً هنالك ما يزيد عن (140) شركة مصنعة للمجوهرات الثمينة.
- ما يقارب (2900) متجر لبيع المجوهرات الثمينة والذهب.
- وما يقارب (180) متجراً إلكترونياً لبيع الذهب والمجوهرات الثمينة والأحجار الكريمة.
- ويقع ما يقارب (85%) من هذه الشركات والمتاجر في "أثينا" العاصمة و "نيسالونيكى".

• حجم السوق في US USA

■ المجال الأول (التصنيع):

- حجم الصناعة: (32 مليار) دولار, بمعدل نمو (1%) سنوياً.
- حجم العرض: (1941) شركة مصنعة, بمعدل نمو سالب (-0,4%).
- حجم الطلب: (26860) متجر جملة.

■ المجال الثاني (التجارة):

- حجم السوق: (67,5 مليار) دولار.
- حجم العرض: (45790) متجر.
- حجم الطلب: ينفق الأمريكي (بالمتوسط) ما يقارب (95 دولاراً) على المجوهرات و (19 دولاراً) على الساعات.

■ المجال الثالث (التجارة الإلكترونية):

- حجم السوق: (9 مليار) دولار.
- حجم العرض: (4104) متجراً إلكترونياً.
- حجم الطلب: (11%) من عمليات شراء المجوهرات تتم عن طريق الإنترنت والنسبة في تزايد.

❖ تفضيلات المجوهرات حسب المادة في أميركا:

- (35%) يفضلون الذهب الأبيض.
 - (17%) يفضلون الفضة.
 - (15%) يفضلون البلاتين.
 - (13%) يفضلون الذهب الوردي.
 - (11%) يفضلون الذهب الأصفر.
 - (9%) يفضلون الماس.
- (48%) من الماس المصقول في العالم يُباع في الولايات المتحدة.

- الولايات الأكثر استهلاكاً للمجوهرات: (كاليفورنيا _ نيويورك _ فلوريدا), وتضاف إليها ولاية (تكساس) من حيث التصنيع.
- أمريكا في المركز الثاني عالمياً في صناعة الذهب وتنتج ما يقارب (8 مليون) أوقية من الذهب كل عام.
- المجوهرات الأكثر طلباً حسب نوع المنتج: الخواتم, وخواتم الزفاف بشكل خاص بحصة (26%) من إجمالي المبيعات.

● سوق المجوهرات العالمي

- حجم السوق الإجمالي حوالي (270 مليار) دولار.
- حجم سوق المجوهرات عبر الإنترنت (19,88 مليار) دولار, بمعدل نمو متزايد (15%).
- حجم العرض: يوجد ما يفوق (المليون والنصف مليون) شركة مجوهرات حول العالم.
- تأتي الهند في المرتبة الأولى من حيث الاستهلاك, حيث يستهلك سوق المجوهرات الهندي (29%) من الاستهلاك العالمي.
- تليها الصين, ثم الولايات المتحدة الأمريكية, ثم الإمارات العربية المتحدة.

تحليل PEST

• تأثير السياسة والقوانين على صناعة وتجارة المجوهرات في اليونان GR

بسبب وجود قوانين تسمح باستيراد المجوهرات, انخفض الطلب على المجوهرات ذات التصنيع المحلي, حيث يشهد السوق واردات واسعة النطاق من البلدان منخفضة التكلفة مثل: (تركيا والصين), مما يجعل من الصعب على الإنتاج اليوناني المنافسة وخاصة مع وجود قوانين تفرض ضرائب عالية.

فتشكّل المجوهرات محلية الصنع (40%), مقابل (60%) للمجوهرات المستوردة بشكل قانوني أو غير قانوني.

• تأثير الاقتصاد على صناعة وتجارة المجوهرات في اليونان GR:

شهدت أسواق المجوهرات ركوداً في فترة الأزمة الاقتصادية اليونانية, وبدأت تستعيد زخمها من جديد وحقت أداء جيد في عام (2017) وما بعد, وخاصة بعد استقرار سعر الذهب بعد أن سجل ارتفاعاً هائلاً بزيادة (100%) بين عامي (2010 و 2016).

• تأثير المجتمع على صناعة وتجارة المجوهرات في اليونان GR :

فقدت الطبقة المتوسطة من المجتمع اليوناني قوتها الشرائية خلال الأزمة اليونانية, فاقترصر شراء المجوهرات على الطبقة الغنية القليلة, ليس هذا فحسب, بل إن الطبقة الغنية قلّصت مشترياتهما من المجوهرات بسبب ارتفاع معدل السرقة والجريمة, ومع بداية الخروج من الأزمة ونهاية سنوات النقش انتعشت تجارة المجوهرات, بحيث لوحظ أن الفرد الواحد أصبح يشتري أكثر من منتج.

• تأثير التكنولوجيا على صناعة وتجارة المجوهرات في اليونان GR:

يفضّل أغلب مقتنئين المجوهرات تلك التي تصنع يدوياً, فإن حقيقة أنها مصنوعة يدوياً تعني أن الشخص قد وضع كل شغفه وفنّه, ويقضي الوقت ويولي اهتماماً خاصاً بالتفاصيل.

ومع ذلك فقد ظهر أثر التكنولوجيا على نمو هذه الصناعة من خلال الطابعات ثلاثية الأبعاد التي ساهمت في تسريع الإنتاج وتوفير المواد وتقليل الخسائر.

أما التجارة فقد تأثرت بالتكنولوجيا مثل إنشاء المتاجر الإلكترونية للمجوهرات والتعريف بالمتاجر المتوافرة, وبالتالي زيادة الطلب عليها.

• تأثير السياسة على صناعة وتجارة المجوهرات في USA US

يعد النظام الضريبي من أكثر القوانين والأنظمة تعقيداً في الولايات المتحدة، وهو نظام تصاعدي يدعم الاقتصاد الأمريكي ويقدم الدعم المالي ويحمي السكان والمواطنين، لكن يُعاب عليه وجود عدد كبير من الضرائب، إضافة إلى نظامه المعقد وغير المفهوم، مما نتج عنه تأثير سلبي.

و بالتالي فإن رفع الضرائب سيبطئ التجارة والصناعة في مجال المجوهرات، وسيجعل الولايات المتحدة أقل قدرة على المنافسة نوعاً ما، وتبدأ الشركات المنتجة في التفكير بالانتقال للخارج للتهرب من الضرائب.

من جهة أخرى، تنوي السياسة الأمريكية ثني هذه الشركات عن الانتقال للخارج وذلك تهرباً من الضرائب من خلال فرض ضرائب على الإيرادات العالمية.

لكن الولايات المتحدة ورغم كل شيء، "تبقى دولة كبيرة تتمتع بالحيوية ويمكنها تحمل أن يفرض فيها نسبة ضريبة أعلى بقليل من دول أصغر منها".

• تأثير الاقتصاد على تجارة وصناعة المجوهرات في USA US:

يُعد اقتصاد الولايات المتحدة أكبر اقتصاد في العالم من ناحية الناتج المحلي الإجمالي.

وانتعاش الاقتصاد يتبعه انتعاش بالاستهلاك المحلي للمجوهرات والساعات والقطع الذهبية الثمينة، وبالتالي زيادة الطلب المحلي وانتعاش التصنيع والإنتاج، وخاصة مع توفر الثروات الباطنية وخاصة الذهب.

من جهة أخرى، فإن المجوهرات وخاصة الماس والذهب يُعد استثماراً آمناً للشركات في الولايات المتحدة، فهي تحفظ الثروة في حال الركود الاقتصادي، وعيبتها الوحيد فقط هو أنها لا تزيدها كثيراً في هذه الحالة، لذا تعد تجارة المجوهرات نشاطاً فعالاً حتى في فترات الركود الاقتصادي.

• تأثير المجتمع على تجارة المجوهرات في USA US:

شجّع ارتفاع ثقة المستهلك وانخفاض البطالة المستهلكين على الإنفاق على السلع التقديرية، مثل المجوهرات والساعات.

ونظراً لأن المستهلكين الذين يكسبون أكثر من (100,1000 دولار) يشكّلون ما يقدر بـ (55,0%) من عائدات المجوهرات في عام (2022)، فقد استفادت الصناعة من زيادة عدد الأسر التي تكسب أكثر من (100,000 دولار) زيادة ملحوظة خلال السنوات الخمس الماضية.

ومع ذلك، فقد تعرّضت تجارة المجوهرات لضغوط بسبب المنافسة المتزايدة من المشغلين الخارجيين، وخاصة تجار التجزئة عبر الإنترنت.

• تأثير التكنولوجيا على صناعة وتجارة المجوهرات في USA US:

يقول معظم صنّاع المجوهرات المشغولة يدوياً أنهم لا يخشون تدخّل التكنولوجيا في صناعة الأحجار, على الرغم من أن هناك مشغولات مصنّعة تقارب الطبيعية، ولا تفرق عنها كثيراً في السعر, لكن تظل المشغولات الطبيعية هي الأقرب لأذواق البشر حول العالم لما تتسم به من تفرد.

غير أن طابعات التصاميم ثلاثية الأبعاد أحدث ثورة في مجال تصميم المجوهرات, وحققت انضباطية كبيرة في العمل ودقة واضحة, وحققت رغبات المستهلكين, لذلك فقد استعان مسوقي الذهب بالتقنيات الحديثة في التصميم والصقل والتلميع واختبارات الجودة, وأصبحت المصانع تستخدم أحدث التقنيات كتقنية "الإلكتروفورمينغ" وتقنية الـ "VVS" و "Cup Chain". أمّا تجارياً فإن نسبة عمليات الشراء من المتاجر الإلكترونية في زيادة مستمرة وخاصة في الأجيال الناشئة.

تحليل المنافسين

● المنافسون في مجال الصناعة / أثينا

- الاسم: "tzelalis".
- الموقع: "أثينا"، اليونان.
- المجال: صناعة المجوهرات والمبيع بالجملة
- لمحة: شركتنا التي تحمل العنوان المميز "Tzelalis Jewellery" تعمل في مجال تصنيع وتجارة المجوهرات منذ عام (1972)، منذ بداية عملياتنا كنا نهدف إلى إنشاء مجموعات من المجوهرات، فأننتجت الشركة مجموعات مجوهرات ذات طابع متعرج بشكل حصري تقريباً وتصميمات أكثر عمومية مستوحاة من الثقافة اليونانية القديمة، مستهدفة بشكل أساسي سوق المجوهرات السياحية، ومن عام (2000) فصاعداً، بدأنا في إنشاء مجموعات لتلبية احتياجات السوق المحلية في خطوط أكثر حداثة.
- المنتجات: (مجوهرات يونانية - مجوهرات بأشكال حيوانات - صلبان - مجوهرات للطفل والأم - مجوهرات الزفاف - طلبات خاصة)
- المميزات: التركيز على التصاميم اليونانية القديمة، وموقع الكتروني سهل التصفح باللغتين اليونانية والإنكليزية.
- عينات مع اسعار ووصف: سيتم إدراجها مع الصور.
- متوسط الأسعار: الشركة لا تدرج أسعار المنتجات.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/CWqTdFJpuuumYv4t6>

الموقع الالكتروني: بدون اسعار

#/<https://www.tzelalis.gr>

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/tzelalisjewellery](https://www.facebook.com/tzelalisjewellery)

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/tzelalis_jewellery](https://www.instagram.com/tzelalis_jewellery)

بينترست:

[/https://gr.pinterest.com/tzelalisjewelry](https://gr.pinterest.com/tzelalisjewelry)

رقم تواصل:

٤٢٢٣ ٠٣٢٢ ٢١ ٣٠+

ايميل:

info@tzelalis.gr



صليب: الذهب عيار (14) قيراط مع الزركون (000001) الوزن: (3.60) غرام, كود: (004973)



سوار الذهب: عيار (14) دولفين BP 000379 الوزن: (15.7) غرام, كود: (000424), الدلافين ذات اللون المزدوج



المعلقات الذهبية: عيار (14) للأطفال, (000047) الوزن: (0.4) غرام, كود: (003636)



خاتم سوليتير من الذهب: عيار (14) قيراط مع الزركون ΔA 000997 الوزن: (5.39) غرام, كود: (001900)



قلادة من الذهب: عيار (14) قيراط مفتاح يوناني KO 000082 الوزن: (34.03) غرام, كود: (003128), عقد K14 أصفر.

■ الاسم: **"dimos jewellery"**

- المجال: صناعة وبيع المجوهرات.
- الموقع: "أثينا" - Mpenizelou Paleologou 3, Athina 105 56، اليونان
- لمحة: "دايموس" هي واحدة من أقدم ممثلي المجوهرات اليونانية، استقرت في قلب "أثينا" وفي حي "بلاكا" التاريخي حيث أقام المؤسس "سوتيريس ديموس" ورشة عمل له في عام (1968)، وركز على إعادة إنشاء التاريخ من القرن الرابع قبل الميلاد، والفترة البيزنطية.
- المنتجات: بالإضافة إلى الخواتم والأساور والمعلقات هناك أيضاً التحف الذهبية التي تحاكي الآثار القديمة.
- المميزات: توصيل مجاني لجميع أنحاء العالم عبر DHL مع خيارات دفع كثيرة ومختلفة.
- متوسط الأسعار: تتراوح من (300) إلى (38) ألف يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/Aq3XnQfN55jfApXd9>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.dimosjewellery.com](https://www.dimosjewellery.com)

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/dimosjewelry](https://www.facebook.com/dimosjewelry)

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/dimosjewelry](https://www.instagram.com/dimosjewelry)

تيك توك:

<https://www.tiktok.com/@dimosjewelry>

رقم تواصل:

٣٠٢١٠٣٢١٤٣٠٢+

إيميل:

info@dimosjewellery.com



قلادة ديموس من الذهب: عيار (18) قيراط من الياقوت الملون, قلادة ملونة من الذهب الأصفر عيار (18) قيراط مع قطع إجاصي (1.66) قيراط من الياقوت في كل لون و (0.11) قيراط من الألماس اللامع, تخريصات جميلة وحبيبات وخلفية بلاتينية سوداء للتباين العالي, (4830) يورو.



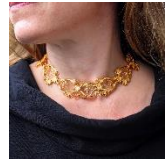
ديموس: (18) قيراط الذهب ميدوسا اليونانية القديمة مع الماس, النسخة الأكثر أناقة من معرض تمثال رخام ميدوسا في متحف روما من الذهب عيار (18) قيراطاً, العيون المتلألئة (0.10) قيراط من الماس الأزرق , الأفاعي في الشعر مكونة من (0.28) قيراط من الماس الأسود والبنّي, (12680.00) يورو.



خاتم من الذهب الوردي: عيار (18) قيراط مع الإسبنيل والألماس, خاتم رائع من الذهب الوردي عيار (18) قيراط مع (1.88) قيراط من الإسبنيل و (0.15) قيراط من الألماس اللامع, (3546.00) يورو.



خاتم كوكتيل قبة بيزنطية من الذهب الأصفر: عيار (22) قيراط من ديموس, إنشاء قبة من الذهب الأصفر عيار (22) قيراطاً بناءً على أعمال المتحف ومستوى عالٍ من مهارة الصنعة, يتكون هذا الخاتم الفريد من ثمانية أحجار ياقوت يبلغ مجموع قيراط الزمرد (1.60 وأربعمئة) حلية ذهبية, (6226.00) يورو.



قلادة عقد إيروس (إله الحب) مرصع بالذهب الأصفر: عيار (22) قيراطاً, كنز مقدوني عثر عليه في أعمال التنقيب عن قصر الملك فيليبس والد الإسكندر الأكبر مزين بأوراق الأقنثة واللواالب اللولبية وتمثال مصغر منحوت من الذهب, (29000) يورو.

■ الاسم: Spagis, S., - B. Kesseroglou O.E.

- المجال: تصنيع وصياغة المجوهرات ومبيع بالجملة.
- الموقع: "أثينا"، اليونان, Kolokotroni 37, Athina 105 62، اليونان.
- لمحة: شركة تصنيع مجوهرات ومبيع بالجملة.
- المنتجات: xx
- المميزات: xx
- متوسط الأسعار: xx
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/QJ67BnXmRkXyEDaU8>

الموقع الإلكتروني: لا يوجد

رقم تواصل:

٥٠٧٤ ٠٣٢٣ ٢١ ٣٠+

■ الاسم: ADAMOPOULOS EFTHIMIOS

- المجال: تصنيع وصياغة المجوهرات ومبيع بالجملة.
- الموقع: "أثينا"، اليونان.
- لمحة: المصنع/المنتج, تأسست في (2000), وتعمل في قطاع صياغة ومجوهرات, كما تعمل في قطاعات مجوهرات, ومقرها في "Athens", اليونان.
- المنتجات: xx
- المميزات: xx
- متوسط الأسعار: xx
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس: xx

الموقع الإلكتروني: لا يوجد

رقم تواصل: +٣٠ ٢١٠٣٢٣١٩٠٢

- الاسم: agora-xrysou.com
- المجال: شراء عملات ذهبية, مجوهرات, أحجار كريمة, ساعات, تصنيع ومبيع بالجمله للمتاجر.
- الموقع: فرعين في "أثينا", "أثينا سوفوكليوس 18" (مقابل سوق اللحوم), "سينتاجما- Kolokotroni" (الطابق الثاني), فرع 3 "بيرايوس El. 53 Venizelou Street, Piraeus"
- المنتجات: عملات ذهبية - مجوهرات - ساعات.
- المميزات: ميزة الشراء للعملات الذهبية و الساعات والمجوهرات بالإضافة إلى التقييم المجاني على أيدي خبراء مختصين بناءً على موعد هاتفي, وميزة توصيل طلبات الجملة للمتاجر والتحصيل بأي طريقة يرغب بها العميل, تنظيف المجوهرات, تطبيق على غوغل: الرابط سيتم ادراجه 📍📍
- متوسط الأسعار: لا يوجد أسعار في الموقع الإلكتروني (المبيع جملة وشراء من المستهلك), يوجد أسعار للشراء فقط.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس: فرع 1: Kolokotroni 9

<https://maps.app.goo.gl/SYTyfad9c9REn1bt9>

فرع 2: موجود في مدينة "بيرايوس" (خارج أثينا) El. Venizelou 53

<https://maps.app.goo.gl/TbzEgTi6v6doqgiW6>

فرع 3: Sofokleous 18

<https://maps.app.goo.gl/t3dCoY2L2erjiL2h9>

الموقع الالكتروني:

[/https://agora-xrysou.com](https://agora-xrysou.com)

رابط التطبيق:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=gr.jksoftware.plutos>

فيس بوك :

[/https://www.facebook.com/Agora-xrysoucom-466310800176237](https://www.facebook.com/Agora-xrysoucom-466310800176237)

رقم تواصل: فرع 1

الهواتف: ٢٠٢٧٧٤٠ - ٦٩٧ - ٢١١,١٨٣٥٨٥٦

فرع 2

الهواتف: ٢١١,١٨٢٥٠٠١ & ٦٩٤٩٣٢٤٢٧٥

فرع 3

الهواتف: ٦٩٧٢٠٢٧٧٤٠

ايميل:

info@labyrinth.gr

■ الاسم: **Makriadis Jewelry**

- المجال: صناعة المجوهرات وبيعها في المتجر وعلى الإنترنت (بدون وسطاء), إصلاح المجوهرات, تفصيل حسب الطلب.
- الموقع: اليونان, "أثينا".
- لمحة: جلب مؤسس الشركة "أثناسيوس ماكرياديس" معه التقليد العريق لصائغي الذهب في القسطنطينية عندما جاء إلى اليونان في عام (1965), أنشئت ورشة العمل الخاصة بنا منذ عام (1973) ومتجرنا منذ عام (2001) في وسط "أثينا" في "سينتاجما", شركة "مجوهرات مقريديس" هي شركة عائلية صغيرة لثلاثة أسباب:

(أ) التركيز على عملاتنا

(ب) لأننا نحب بشدة فن صناعة المجوهرات

(ج) للتحكم في جميع مراحل التصميم واختيار الحجر وإنتاج المجوهرات من الألف إلى الياء

جميع المنتجات ما عدا السلاسل تم تصنيعها بالورشة الخاصة بنا.

- المنتجات: مجوهرات فضية وذهبية نسائية رجالية وأطفال, أحجار كريمة, أطقم زفاف.
- المميزات: جميع المنتجات صناعة يدوية ضمن الورشة, شحن مجاني داخل اليونان, شحن لدول أوروبا, شحن لجميع أنحاء العالم بأجور زهيدة.
- متوسط الأسعار: من (200) وحتى (13000) يورو.
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

[/https://makriadis.com](https://makriadis.com)

غوغل مابس: Makriadis Jewelry

<https://maps.app.goo.gl/9YdNCqbtWj8XvX6x6>

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/makriadisjewelry>

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/makriadisjewelry](https://www.instagram.com/makriadisjewelry)

الرقم والعنوان : معرض 1: 2 كورنارو وإرمو ، أثينا

متجر كورناروس: +302111839062

معرض 2: IDEA , Perikleous 11 ، أثينا

متجر Perikleous (IDEA): +302111839062

معمل إرمو 1 , المختبر: +302111839062

إيميل:

makriadis@gmail.com

- صور منتجات تفصيل حسب الطلب:



خاتم مذهل من الذهب الأبيض: عيار (18) قيراط من الحجر الفردي بلمسة نهائية لامعة، مرصع بماسة بيضاء لامعة بقطع (1.00) قيراط على قاعدة رفيعة كلاسيكية، مما يجعله مثالياً لإبراز الحجر ولامع على الجانب، خاتم خطوبة بفلسفة مطلقة وصارمة، تقدم لخطبة حبيبتك ولن تستطيع الرفض!

المعدن: ذهب أبيض عيار (18) قيراطاً، الحجر: الماس في قطع لامع (قطع لامع)، قيراط: (1.00) قيراط + 0.25 (GIA) قيراط، جودة القطع: ممتاز / جيد جداً / ممتاز، اللون: E (أبيض استثنائي)، الوضوح: VS2 (متضمن قليلاً جداً 2)، الوزن: (2.50) غرام، الضمان: مجوهرات المقرديس ، شهادة GIA , (12400) يورو.



سوار أبدي مستوحى من الفن اليوناني القديم: المعدن: ذهب عيار (18)، وزن الذهب: (47.50) غرام، الضمان: مجوهرات المقرديس , (5.369) يورو.



أقراط مستوحاة من الفن اليوناني القديم: المعدن: ذهب عيار (18)، الوزن: (17.03) غرام، الضمان: مجوهرات Makriadis , (2.125) يورو.



قلادة ثنائية اللون على شكل فراشة K18 مرصعة بالزهور الوردي: روز كوارتز ولامعة، (2.252) يورو.

■ الاسم: Savati

- المجال: تصنيع ومبيع بالجملة.
- الموقع: "أثينا", اليونان.
- لمحة: شركة مصنعة للمجوهرات الثمينة, منتجات خاصة تتواجد في عدة متاجر في أنحاء اليونان.
- المنتجات: مجوهرات شاملة ذهبية وفضية وأحجار كريمة, قواطع كتب فضية, مسابح فضية, صلبان, أزرار قمصان.
- المميزات: مجموعة من عناوين متاجر (الشركاء) تتواجد فيها منتجات هذه العلامة التجارية.
- متوسط الأسعار: بدون أسعار, B2B فقط.
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

[/https://savati.gr](https://savati.gr)

غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/A5Vw5bnGGD7zFHU77>

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/savati.greek.jewelry>

انستغرام:

[/https://www.instagram.com](https://www.instagram.com)

رقم تواصل:

٣٠٢١٠٧٢٢٤٠٦٠+

ايميل:

info@savati.gr



عقد ذهب K22 مزين بالزبرجد والياقوت: هذه قطعة مجوهرات مصنوعة يدوياً، كما هو الحال مع جميع الإبداعات المصنوعة يدوياً، يمكن أن يكون هناك اختلاف طفيف في الأحجام والألوان وهذا ما يجعلها فريدة وقيّمة.



عقد من الذهب K22 مزين باللالئ والزخارف مع التورمالين الوردي: أبعاد التصميم المركزي: (2.70 × 2.20) سم، هذه قطعة مجوهرات مصنوعة يدوياً، كما هو الحال مع جميع الإبداعات المصنوعة يدوياً، يمكن أن يكون هناك اختلاف طفيف في الأحجام والألوان وهذا ما يجعلها فريدة وقيّمة.



أزرار أكمام منقوشة من الذهب: عيار (18) قيراط مع بيغاسوس.



مسبحة فضية: عيار (925) كومبولوي مع أحجار صناعية (26) ملم.



الصليب المقدس: مصنوع من الذهب K18 مع قطع خاص من

أونيكس الأسود.

● المنافسون في مجال الصناعة /اليونان GR

- **الاسم: PAPACHRISTODOULOU**
- **المجال: صناعة + متجر + متجر الكتروني.**
- **الموقع: Aristotelous 20, Rodos 851 00 ، اليونان.**
- **لمحة: تأسست شركة Papachristodoulou في عام (1975) وهي تصنع وتبيع أجود أنواع المجوهرات الذهبية والفضية, من القطع الدقيقة والأنيقة إلى التصميمات الغربية والمزخرفة.**
- **المنتجات: مجوهرات ذهبية وفضية, مجوهرات للرجال, صلبان, معلقات أطفال.**
- **المميزات: منتجات محدودة ضمن الموقع (الخيارات المتاحة محدودة), توصيل مأجور ضمن اليونان ⚠.**
- **متوسط الأسعار: من (15) وحتى (1200) يورو, باستثناء المنتجات الفضية من (90) وحتى (1200).**
- **التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:**

[/https://jewelleryrhodes.com/](https://jewelleryrhodes.com/)

غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/yHGdk1ih3chkRpYd9>

رقم تواصل:

+30 2241 022106



قلادة NO229: (79.00€) شامل الضريبة, دلالية من الذهب الأصفر
عيار (14) قيراط مزينة بزركون أبيض وزنها الإجمالي (0.9) جرام.



(1.130.00€) شامل الضريبة, سوار من الذهب الأصفر عيار (14)
قيراط مع الإسكندر الأكبر والمفتاح اليوناني "Meander" بوزن إجمالي (13.2) جرام.



خاتم رقم (438), (490.00€) شامل الضريبة, خاتم مذهل ورائع وفريد
من نوعه من الذهب الأصفر عيار (14) قيراط مزين بالعقيق الأسود والزركون الأبيض
يزن إجمالي (5.5) جرام.



خاتم رقم (371), (350.00€) شامل الضريبة, خاتم مذهل من الذهب
الأصفر عيار (14) قيراط مزين بالزهور ولؤلؤة في الوسط بوزن إجمالي (3.8) جرام.



(220.00€) شامل الضريبة, صليب من الذهب الأصفر عيار (14)
قيراط مزين بالزركون وزنها (2.2) جرام.

■ **الاسم: Vassilaras Jewellery Creations -Rhodes island jewellery**

- المجال: صناعة ومتجر ومتجر الإلكتروني.
- الموقع: old town, Omirou 42, Rodos 851 00، اليونان.
- لمحة: Vassilaras مواليد (1947) هو مصمم مجوهرات يوناني وأوروبي معترف به، تصميمه للمجوهرات هو منحوتات دقيقة، وفي عام (1971) بدأ ورشته ومتجر المجوهرات في مدينة "رودس" القديمة، حيث أنتج وصنع مجوهرات من معادن وأحجار كريمة مستوحاة من نفسه.
- المنتجات: مجوهرات ذهبية وفضية، معلقات، رمزيات دينية، سجاد يدوي (نسيج).
- المميزات: توصيل فوري مجاني.
- متوسط الأسعار: من (1) ولغاية (3500) يورو.
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

[/https://nicosvassilaras.com](https://nicosvassilaras.com)

غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/fnR4nys8zrRPy9P99>

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/nicosvassilaras](https://www.facebook.com/nicosvassilaras)

رقم تواصل:

الهاتف: +٣٠ ٢٢٤١٠ ٧٤٩٢٧ / +٣٠ ٦٩٤٤٨٨ ١١٢٢

ايميل:

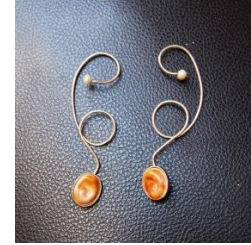
nicosvas700@gmail.com



جمشت NACKLACE على الفضة: جمشت و (200) قيراط من الفضة, (1.386.00) يورو.



قلادة فضية مع (3) اميتست غطاء طبقات, (665.00) يورو.



أقراط عين البحر الفضية: حلق فضة عيار (925) عين البحر، من بين المحار حلزون البحر اساساً، غطاءه اذا شئت يتحول إلى حجر مرجاني بلون الغروب أو الفجر, (315.00) يورو.



سوار رجالي مع نقش الباروك الذهب والفضة: سوار رجالي من الفضة الإسترليني, (1.190.00) يورو.



أزرار أكمام عين النمر: (455.00) يورو.

■ الاسم: **TASSOS SAMOURAKIS GOLD AND SILVER JEWELRY**

- المجال: معمل مجهز بأحدث الآلات, صناعة يدوية حسب الطلب, استبدال الحجر بكل أنواع المجوهرات وأي نوع من الأحجار, صيانة المجوهرات بتقنيات عالية الجودة, خدمات التنظيف في أي نوع من المجوهرات الذهبية أو الفضية, متجر موجود على أرض الواقع.
- الموقع: Aristotelous 27, Rodos 851 00، اليونان.
- لمحة: بدأت رحلة طويلة في صناعة المجوهرات عام (1977) على يد "كوستاس ساموركيس" في جزيرة "رودس" الجميلة, اكتشف "كوستاس ساموركيس" منذ صغره حبه للمجوهرات عالية الجودة وموهبته في صناعة المجوهرات عالية الجودة, لذلك في سن (25) افتتح أول مجوهرات له وبدأ في صنع وبيع المجوهرات الفريدة المصنوعة من الذهب والفضة, ابنه, "تاسوس ساموركيس", الذي أظهر منذ سن (12) عاماً شغفه وحبه للمجوهرات المصنوعة يدوياً, كل تلك السنوات عمل "تاسوس ساموراكيس" بجانب والده وتعلم أسرار وفن صناعة المجوهرات المصنوعة يدوياً من الذهب والفضة, لذلك في عام (1999) عندما كان يبلغ من العمر (20) عاماً, ابتكر "Tasos Samourakis" مجوهراته الخاصة والثانية من عائلة Samourakis التي لا يزال يديرها حتى اليوم.
- المنتجات: مجوهرات ذهبية وفضية.
- المميزات: _____
- متوسط الأسعار: غير مسعر 
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

[/https://tassos.samourakisjewelry.gr](https://tassos.samourakisjewelry.gr)

غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/RV7zXWE1n54WnP4a9>

رقم تواصل:

(٣٠+) ٢٢٤١٠٣٥٦٣٣

إيميل:

tassos@samourakis.gr



قلادة من الذهب: عيار (14) قيراط (585) مرصعة بالزركونيا المكعبة.



(14) قيراط (585) سوار ذهب للرجال.



صليب بيزنطي من الذهب: عيار (18) قيراط (750).



طقم عقد مصنوع يدوياً من الذهب: عيار (22) قيراط (916)

بتصميم يوناني.



أقراط متدلّية: من العقيق الأزرق وذهب عيار (14) قيراط

(585).

- **الاسم: Akritidis Jewellery**
- المجال: صناعة, متجر الكتروني, متجر على أرض الواقع, تصميم حسب الطلب, إصلاح وتعديل المجوهرات.
- الموقع: Μητροπόλεως 68 &, Mitropolitou Iosif, Thessaloniki 546 22، اليونان.
- لمحة: تعمل شركة تصنيع المجوهرات Akritidis Jewellery منذ أكثر من (80) عاماً في مجال تصميم المجوهرات وتصنيعها وتداولها.
- المنتجات: مجوهرات ثمينة وفضيات (للنساء والرجال والأطفال), صلبان, معلقات.
- المميزات: _____
- متوسط الأسعار: من (15) وحتى (4800) يورو.
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

[/https://akritidis-kosmimata.gr](https://akritidis-kosmimata.gr)

غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/QdSMCm2rsRzjMhdM7>

رقم تواصل:

٢٣١٠٢٥٣٠٢١

إيميل:

info@akritidis-kosmimata.gr

amakrit@otenet.gr



قلادة من الذهب الأبيض: عيار (١٨) قيراط, (41900.00) يورو,
عقد من الذهب الأبيض عيار (18) قيراطاً مرصع بماسة بقطع بريانت, يتكون من قلادة
وسلسلة, متصلتين بوصلة خاصة جداً, والهدف من التصميم هو التجريد المطلق, من
أجل التأكيد على الجودة المختارة بدقة, تم تصنيعها في إصدارات مختلفة , مع خيارات
السلسلة من قبل العميل, لأوزان الماس من (0.30) قيراط إلى (0.39) قيراط,
ومواصفات الجودة الصارمة وفقاً لـ GIA .



خاتم ألماس سوليتير ذهب أبيض: (18) قيراط, (3200.00) يورو.



قلادة بيزنطية ذهب أصفر: (18) قيراط وجهين, (420.00) يورو.



صليب من الذهب الأصفر: عيار (18) قيراطاً, في نهاية التصميم,
يمكن تمييز الجوانب المائلة بوضوح, في حين أن الماس المقطوع اللامع "مربوط"
بطريقة متقنة يمنح اللمعان والرفاهية, يتم اختيار السلسلة من قبل العميل, (€ 750.00)



دبوس أطفال من الذهب الأصفر: عيار (١٤) قيراطاً مع قلادة فيروزية
وقرص ذهبي, مع نقش أمنية "IC-XR-NI-KA" بالداخل, (270.00) يورو.

■ **الاسم: AENAON Jewellery handmade**

- المجال: صناعة يدوية ومبيع للمتاجر وعبر المتجر الإلكتروني.
- الموقع: "ثاسولينيك" – اليونان, 546 22, Thessaloniki 81, Mitropoleos، اليونان.
- لمحة: المصنع/المنتج, تأسست في (1993), وتعمل في قطاع صياغة المجوهرات, ومقرها في "Thessaloniki", اليونان.
- المنتجات: أقراط, خواتم, أساور, قلادات.
- المميزات: شركة متكاملة تصنيع ومبيع جملة للكثير من المتاجر و مبيع end user, متوفر دفع بايبال.
- متوسط الأسعار: من (200) ولغاية (2000) يورو.
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

[/https://afroditigoula.gr](https://afroditigoula.gr)

غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/8C7VcFaL5nrjdNqS6>

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/afroditi.goulajewels>

انستغرام:

[/https://afroditigoula.gr/collections/instagram.com/afroditi_goula](https://afroditigoula.gr/collections/instagram.com/afroditi_goula)

بينترست:

[/https://www.pinterest.de/afroditigoula](https://www.pinterest.de/afroditigoula)

رقم تواصل:

٠٨٨٣ ٠٢٢ ٢٣١ ٣٠+



خاتم حلزوني امازونيتي ذهبي: السعر (1.060.00) يورو, خاتم من الذهب الأصفر, عيار (14) قيراط مرصع بمزدوج دقيق من الأمازونيت (2.8 x 1.8) سم على ساق حلزونية.



الماس قلادة الخط: السعر (980) يورو, خط متألئ مكون من (30) ماسة قطع بريانت مرصعة بالذهب الأصفر, عيار (14) قيراطاً بإجمالي (0.15) قيراط, على سلسلة ذهبية للذواقة, لون الماس G, درجة الوضوح VS1, جيدة جداً.



أقراط دمعة ديوبتيز وأمازونيت: (1.060.00) يورو, أقراط من الذهب الأصفر عيار (14) قيراطاً, مرصعة بالديوبتيز على شكل قطرة (10 x 6) مم ومزدوجات الأمازونيت (10 x 8) مم.



سوار اللؤلؤ الإسورة: السعر (500.00) يورو, سوار صغير من الذهب الأصفر, عيار (14) قيراط واللؤلؤ.



سوار ذهبي تركواز: السعر (830.00) يورو, سوار من الذهب الأصفر, عيار (14) قيراطاً, مُشكّل من أشكال بيضاوية رفيعة, ومزدوجة ماركيز فيروزي.

● المنافسون في مجال الصناعة /USA US

- الاسم: **Brummitt Jewelry**
- المجال: تصنيع, بيع اونلاين, بيع من الاستديو بناءً على موعد فقط.
- الموقع: "رالي" (ولايو كارولينا), Six Forks Rd, Raleigh, NC 27615 6900
- لمحة: Brummitt Jewelry Design Studio ليس متجر مجوهرات تقليدي, في الواقع نحن لسنا متجر مجوهرات به واجهات عرض كما تتوقع, سنجلس معك ونعمل على تحقيق أهدافك, من خلال البيع الفردي فقط حسب الموعد, فنحن نقدم تجربة عمل أنيقة ومريحة وذات خصوصية, ونريد أن يشعر الناس وكأنهم في منزلنا!
- المنتجات: مجوهرات نسائية (خواتم, أقراط, قلائد, أساور).
- المميزات: بيع بالتجزئة عن طريق المواعيد فقط.
- متوسط الأسعار: من (250) وحتى (999995.00) دولار.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/TpvwZ6gVM42H8L7C8>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.brummittjewelrystudio.com](https://www.brummittjewelrystudio.com)

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/brummittjewelrydesignstudio](https://www.facebook.com/brummittjewelrydesignstudio)

انستغرام:

<https://www.instagram.com/brummittjewelrydesignstudio>

لينكد ان:

[/https://www.linkedin.com/in/russell-e-brummitt-jr-8813bb26](https://www.linkedin.com/in/russell-e-brummitt-jr-8813bb26)

بينترست:

[/https://www.pinterest.com/070sbfbr6kgbr84lw7lumaiez6l0vm4](https://www.pinterest.com/070sbfbr6kgbr84lw7lumaiez6l0vm4)

رقم تواصل:

(919) 900-8462



Uneek أقراط بيضاوية الشكل: مرصعة بالماس الأصفر (415800.00) دولار، أقراط Uneek البيضاوية الصفراء الماسية من البلاتين والذهب الأصفر، عيار (18) قيراطاً، (5 من 5)، (5)، نجوم عدد التقييمات (10)، (4) نجوم (0)، (3) نجوم (0)، (2) نجمة (0)، نجمة واحدة (0).



(999995.00) دولاراً، Uneek خاتم خطوبة فاخر بقطع الزمرد من ثلاثة أحجار وردية فاتحة مع لمسات تخريبية من البلاتين، ذهب وردي، عيار (18) قيراط، تقييم (5) نجوم، عدد التقييمات (10).



سوار الايطالية الماس 14k wg، تشتهر المجوهرات الذهبية الإيطالية بكونها الأفضل والأكثر أناقة في التصميم في العالم، هذا السوار الماسي من الذهب الأبيض عصري للغاية ومناسب جداً للارتداء اليومي، سيبدو رائعاً في مؤتمر الفيديو هذا أو في المدينة، الحجم مثالي للتكديس مع الأساور الأخرى و نضيف لمسة من التألق، يبلغ عرض سوار الذهب الأبيض عيار (14) قيراطاً (1.7) ملم ويحتوي على (21) قيراطاً من الألماس المستدير اللامع الذي يحتوي على وجه التحديد على (20 x) مجموعة شقوق مشتركة، تم تشطيبه بسوار كابل إيطالي (1) مم وأيضاً بتدلي ساحر للأزياء وطول جراد البحر Catch-7 بوصات، شاهد الفيديو لإظهار نسخة الذهب الأصفر، (1.695.00).



Uneek Cushion Cut Diamond Signature Necklace، (324495.00) دولاراً، من الذهب الأبيض، عيار (18) قيراطاً، تقييم (5) نجوم، عدد التقييمات (10).



قلادة أوبال، (839.00) دولاراً، هذه القلادة المزدوجة من الفضة الاسترليني من الأوبال الأسترالي كلاسيكية الطراز ومصممة ليتم ارتداؤها كل يوم، يسمح حجم الأوبال بارتدائه كقلادة واحدة ولكنه بالتأكيد مناسب للطبقات أيضاً، يُظهر إعداد الإطار النظيف حقاً بقع اللون الأزرق الداكن لهذا exq uisite الأحجار الكريمة، تم استخراج الأوبال وقطعه في جنوب أستراليا.

ملاحظة: سلسلة غير متضمنة، السلسلة في الصورة عبارة عن عرض، يرجى التواصل معنا للاستفسار عن أنماط السلسلة وأسعارها.

- الاسم: **Jackson Hole Jewelry Co.**
- المجال: تصنيع وصيانة, متجر على أرض الواقع, متجر الكتروني, مبيع جملة وبالتجزئة.
- الموقع: E Broadway Ave, Jackson, WY 83001 60
- لمحة: من قلب الجبال, تقوم شركة Jackson Hole Jewelry Co, بإنشاء ورعاية تصميمات فريدة من نوعها, تتميز بالماس الطبيعي والأحجار الكريمة النادرة والتصميمات الرائعة والأصلية التي تعرض Tetons المستوحاة من هذه المنطقة الرائعة.
- المنتجات: مجوهرات نسائية ورجالية.
- المميزات: _____
- متوسط الأسعار: من (100) وحتى (56) ألف \$
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/oLzT1z3xShPCdqjh7>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.jacksonholejewelry.com/](https://www.jacksonholejewelry.com/)

رقم تواصل:

١٧٢٢-٢٠١-٣٠٧



تصميمنا الأيقوني، الآن فاخر، مع ملمس أثقل قليلاً وألماس أكبر ومصنوع من الذهب عيار (18) قيراطاً، ومن المؤكد أن هذا التطور لتصميمنا الكلاسيكي سينقل حبك للتيتون إلى مستوى جديد فاخر، مصنوعة يدوياً من الذهب الخالص عيار (18) قيراطاً، مع اختيارك للذهب الأبيض أو الأصفر أو الذهبي الوردي، هذه الرموز الجديدة ذات اللونين المستوحاة من تصميمنا الكلاسيكي مثالية لأولئك الذين يريدون المزيد.



خاتم التورمالين الأخضر: (15200.00) دولار، كل شيء عن اللون، وهذا الخاتم المذهل من التورمالين الأخضر يجب أن يكون الجوهرة التي تزين يدك هذا الموسم، يتناقض الذهب الأصفر الغني عيار (18) قيراطاً مع ألوان الغابات العميقة لهذه الأحجار الكريمة الطبيعية، مثالية لجميع المناسبات، هذه الفخامة البسيطة هي حقاً فريدة من نوعها، مثلك تماماً.

المواصفات: ذهب أصفر عيار (18) قيراط، (1) تورمالين طبيعي (3.5 X) قيراط.



أقراط الماس متدرجة مع سلسلة: (20500.00) دولار، قطرات الماس الكلاسيكية المكررة لحفلة الليلة، هذه التصميمات الماسية المتدرجة المذهلة هي النار والجليد في آن واحد.

المواصفات: ذهب أبيض عيار (18) قيراط، (28) ماسة مستديرة.



(23.460.00) دولاراً، سوار مرن مصنوع بالكامل من الذهب عيار (18) قيراطاً مع رונديل ذهبي ومرصع بالألماس.

المواصفات: ذهب أصفر عيار (18) قيراط، مرصع بالألماس (1.66) قيراط، مقاس M.



قلادة الترام: (749.00) دولاراً، ذهب أصفر عيار (14) قيراطاً أو فضة استرليني (0.925)، تصميم حصري، خط رقبة قابل للتعديل مقاس (16) بوصة و (17) بوصة و (18) بوصة، المينا متعدد الألوان.

■ الاسم: Jewelry Design Center

- المجال: تصنيع, بيع جملة وتجزئة, متجر الكتروني, شراء وإصلاح.
- الموقع: usa , "واشنطن", N Louisiana St, Kennewick, WA 99336 1350
- لمحة: أولاً وقبل كل شيء, نحن صاغة مجوهرات, بدأنا كشركة مصنعة لمنافذ أخرى, ومنذ ذلك الحين أصبحنا أكبر مورد مستقل للماس في الشمال الغربي, ونظراً لأننا صاغة مجوهرات, فإننا نتخذ قرارات شراء أفضل, وهذا يعني جودة أفضل وأسعار أفضل ومعرفة أنه يمكننا الحفاظ على أي شيء نبيعه وضمانه مدى الحياة.
- المنتجات: خواتم الزفاف الرجالية والنسائية, ساعات (ماركات عالمية).
- متوسط الأسعار: من (250) وحتى (63) ألف دولار.
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

[/https://www.jewelrydesigncenter.com](https://www.jewelrydesigncenter.com)

غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/NDRQELWB1Dj5XyUKA>

بينترست:

[/https://www.pinterest.com/jdcspokane](https://www.pinterest.com/jdcspokane)

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/JewelryDesignCenter](https://www.facebook.com/JewelryDesignCenter)

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/jewelrydesigncenter](https://www.instagram.com/jewelrydesigncenter)

رقم تواصل:

٥٠٩٥٧٩٠٤٥٦

٥٠٩٤٨٧٥٩٠٥



الماس مقطوع بشكل بيضاوي: بلمسات مستديرة من الماس اللامع، (62.490 \$)

.)



مثل تاج ملكي مناسب للملكة، هذه المجموعة النسائية جميلة بشكل لا يقاوم ولا تُنسى، يشكل الذهب الوردي الدافئ مع ماسات مرصعة بأحجار البافيه هلالاً مثالياً من نوع Tacori حول ماسات مرصعة مرصوفة متدرجة في الداخل من الذهب الأبيض، مما يمثل فريدين يجتمعان في اتحاد مثالي، (12990) دولاراً.



خاتمك الأبدية الخلود من الياقوت المقطوع على شكل الكمثرى لون عالمك باستخدام الياقوت الأحمر على شكل كمثرى من الذهب الوردي لتجعلك تبرز في كل مكان، متاح للطلب الخاص فقط، (8490 \$).



تمويه أزرق مع حواف رفيعة تتناووم مريح مناسب بديل معدني لحفلات الزفاف، (679) دولاراً.



يتميز هذا الخاتم المصنوع من الذهب الرمادي بتصميم أنيق وعصري، ويتميز بلمسات من الذهب الوردي ومرصع بماسة بيضاء بقطع دائري بقطر (23) قيراطاً، (4400 \$).

● المنافسون في مجال التجارة / أثينا

■ الاسم: Monopetro

- المجال: تجارة المجوهرات.
- الموقع: "أثينا", 30 1ος Όροφος, Athina 105 63, Πετράκη، اليونان.
- لمحمة: مجوهرات عالية الجودة مع شهادة مضمونة, وضع الماس وأحجار كريمة من اختيارك على المجوهرات.
- المنتجات: أقراط, قلاند, خواتم, أساور.
- متوسط الأسعار: غير مسعر , فقط العروض.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.google.com/?cid=10207656250100221742&entry=gps>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.monopetro.com](https://www.monopetro.com)

فيس بوك:

<http://www.facebook.com/monopetroofficial?ref=ts&fref=ts>

رقم تواصل:

الهاتف: +٣٠٢١٠ ٣٢ ٥٣١٧٠

ايميل:

info@monopetro.com



خاتم حجر واحد من الذهب الأبيض: عيار (18) قيراط, الوزن: (3.40) جرام,
الحجر: الماس المعالج, القطع: قطع مستدير لامع, قيراط: (0.19) قيراط, الوضوح: VS1.0,
اللون: F, الخصائص: EX EX EX, الشهادة: الماس المعتمد من IGI, لون ذهبي: ذهب أبيض, الذهب
الأصفر, الذهب الأحمر, الحجم (لا): (47), داخلي النقش, بدل (918) يورو السعر (706) يورو.



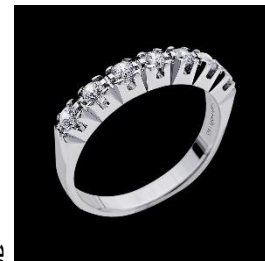
خاتم عيار (18) قيراط مع الماس الأسود, الوزن: (2.80) جرام, الحجر: الماس
الأسود المعالج, القطع: قطع مستدير لامع, قيراط: (0.50) قيراط, لون ذهبي: ذهب أبيض, الذهب
الأصفر, الذهب الأحمر, بدل (415) يورو السعر (355) يورو.



قلادة: الكود: E 005 80 , بدون تسعير.



أقراط: كود: B 008 80.



يمكن تحديد حجم ونوع الحجاره.

- الاسم: **Christos Imanoglou Jewellery**
- المجال: تجارة مجوهرات وساعات سويسرية.
- الموقع: "أثينا", Karagiorgi Servias 7, Athina 105 63, Σύνταγμα, اليونان.
- لمحة: تم جمع ساعات سويسرية ومجوهرات فريدة من نوعها في متجر حديث في وسط "أثينا".
- المنتجات: مجوهرات + ساعات.
- المميزات: شراكة قوية مع علامات تجارية, على مر السنين, قمنا ببناء علاقة قوية مع شبكة من العلامات التجارية الرائدة.
- متوسط الأسعار: غير مسعر.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/fVtbvWKJbsN2P5aP8>

الموقع الإلكتروني:

[/https://christosimanoglou.gr](https://christosimanoglou.gr)

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/Christosimanogloujewellery>

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/christos_imanoglou_jewellery](https://www.instagram.com/christos_imanoglou_jewellery)

رقم تواصل:

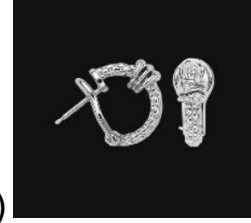
٣٠٢١٠٣٢٢٥٧٦٠+

ايميل:

info@christosimanoglou.gr



سوار مرن مصنوع بالكامل من الذهب: عيار (18) مع روندل الماس والذهب,
الألماس: الوزن (الإجمالي): (0.10) قيراط, الوضوح: VS , اللون: G , (4280.00) يورو.



(18) قيراط من الذهب الأبيض مع الماس الأبيض, الألماس: الوزن (الإجمالي):
(0.08) قيراط, الوضوح: VS , اللون: G , (1980) يورو.



(18) قيراط من الذهب مع الماس الأبيض, رمز المنتج ER00012, الماس:
الوزن (الإجمالي): (0.16) قيراط, الوضوح: VS , اللون: G , القطع: دائري, (1980) يورو.



خواتم: خاتم من الذهب الوردي عيار (18) قيراطاً مرصع بالألماس البني أو
الياقوت الأزرق.



أساور: سوار من الذهب عيار (18) قيراط مرصع بالألماس الأبيض, رمز
المنتج: BR00145, الماس: الوزن (الإجمالي): (0.30) قيراط, الوضوح: VS , اللون: G , القطع:
دائري, (4925.00) يورو.

- الاسم: **Ketsetzoglou**
- المجال: شراء, بيع بالتجزئة, تبديل.
- الموقع: "أثينا", Valaoritou 4A, Athina 106 71، اليونان.
- المنتجات: مجوهرات نسائية ورجالي وأطفال, ساعات, مجوهرات صناعة يدوية, صلبان.
- المميزات: شحن فوري سريع.
- متوسط الأسعار: من (59) وحتى (19) ألف يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/ii5mffTe4YCWXLGY8>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.kosmima-rologia.gr](https://www.kosmima-rologia.gr)

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/ketsetzoglou](https://www.facebook.com/ketsetzoglou)

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/kosmima_rologia](https://www.instagram.com/kosmima_rologia)

رقم تواصل:

٢١٠٣٢١٦١٨٥ ٣٠+

ايميل:

info@kosmima-rologia.gr



خواتم من الذهب الأبيض مع الماس والبلاطين الأسود: (1600.00) يورو,
(2000.00) يورو, لدينا مجموعة واسعة من الخيارات للإبداعات الرائعة ونوصي بها, خطوبة أو
خواتم الزفاف لهذا اليوم سوف نتذكر إلى الأبد التأكد من أن كل التفاصيل مثالية!



خواتم الزفاف بلونين مع الماس: (500.00) يورو, (900.00) يورو, الماركة:
KETSETZOGLOU, خواتم الزفاف بلونين مع الماس, لدينا مجموعة واسعة من الخيارات للإبداعات
الرائعة ونوصي بها, خطوبة أو خواتم الزفاف لهذا اليوم سوف نتذكر إلى الأبد التأكد من أن كل
التفاصيل مثالية!



أقراط حجر واحدة: (1.970.00) يورو, الأقراط المرصعة بالماس Ketsetzoglou
إبداعات المجوهرات الحصرية أو الأناقة النبيلة للماس, مصنوع يدوياً من الألماس المعتمد الذي
سيضيف لمسة من الفخامة إلى أي مناسبة, اختر من تشكيلتنا الواسعة من الأقراط المرصعة بالماس
لتجد الأقراط المثالية لأي مظهر, اعثر على الشريك المثالي لك أو لشخص تحبه! زوج رائع من
الأقراط المرصعة بالماس للنساء هو علاج حقيقي ويمكن أن يكون هدية رائعة لشخص تهتم به.



سوار الأميرة: (8.800.00) يورو, يمكنك اختيار أحجار أكبر أو أصغر في السوار
في الصورة ويتم تعديل السعر وفقاً لذلك, سوار ريفيرا, المعدن: الذهب الأبيض.

حجر 5.40 K-18: قيراطاً, قطع الأميرة, الجودة: VS1, اللون: G, القطع: ألماس مقطوع بريليانت
مع شهادة الأصالة, التصنيع: المجوهرات المصنوعة يدوياً.



سوار أطفال مصنوع من الذهب: عيار (14) قيراط, (168.00) يورو, اكتشف
مجموعة متنوعة من مجوهرات الأطفال الفضية, ودلايات الأطفال, وبطاقات هوية الأطفال الصغار
أو البنات بتصميمات رائعة ستحبها, هدايا رائعة لحديثي الولادة تدوم مدى الحياة, سوار الأطفال في
K14 الوزن الإجمالي (2.1) غرام.

■ **الاسم: White House**

- المجال: تجارة مجوهرات, (متجر على أرض الواقع).
- الموقع: Adrianoy 94, Athina 105 56، اليونان.
- المنتجات: مجوهرات نسائية ورجالية, أحجار كريمة.
- المميزات: xx
- متوسط الأسعار: غير مسعر.
- التواجد على الإنترنت: الموقع الإلكتروني:

<https://white-house-jewellery.business.site>

غوغل مابس:

<https://maps.google.com/?cid=14670167912943766398&entry=gps>

رقم تواصل:

+30 21 0321 8461



- الاسم: **the little shop Athens**
- المجال: تجارة الذهب والفضة المصنوع يدوياً.
- الموقع: Πανδρόσου 25, Athina 105 56، اليونان.
- المنتجات: مجوهرات ذهبية وفضية وأحجار كريمة.
- المميزات:
- متوسط الأسعار: (150) إلى (2500) يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/ehYhiAbkRqzMh8B56>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.thelittleshopathens.com](https://www.thelittleshopathens.com)

تويتر:

<http://twitter.com/argentumgreece>

بينتريست:

<http://pinterest.com/thelittleshopathens>

فيس بوك:

<http://www.facebook.com/TSELENTIS>

انستغرام:

<http://www.instagram.com/thelittleshopathens>

رقم تواصل:

١٠٢٧ ١٤٠٩ ٢١ ٣٠+



خاتم بيزنطي من الذهب K18 مزين بحجر ياقوت بيضاوي كبير والألماس, يحتوي الخاتم المصنوع من الذهب على الطراز الأتروري على حبيبات بيزنطية حول الحواف وبين الحواف, وزن الماس (0.12) قيراط, خاتم الياقوت مصنوع يدوياً بالكامل ويأتي في صندوق هدايا, (1156) يورو.



خاتم ذهب K18 مرصع بأحجار كريمة, (€ 1.190.00), مصنوع من الذهب الخالص k18 ومزين بالأحجار الكريمة في كل مكان, الأحجار الكريمة هي الياقوت والياقوت والزمرد, يمكن وضعها في أي مجموعة تريدها, كل الياقوت أو الياقوت كله أو كل الزمرد أو الصنف (كما يظهر في الصور), الحزام الذهبي مطلي بالروديوم الأسود, مما يخلق تبايناً جميلاً بين الحجرة وحبيبات الذهب.



سوار عين الشر من الذهب الخالص k14 مع صليب, (€ 160.00), سوار عين الشر هو تميمة ذهبية تحمي مرتديها من الشر والغيرة والطاقة السلبية, يتميز سوار العين الذهبية بوجود عين شريرة مستديرة زرقاء شفافة في إطار ذهبي وصليب ذهبي خارج المركز.



خاتم من الروبلت من الذهب الخالص عيار K18 ومزين بالألماس مرصوف, (€ 2.465.00), خاتم من الذهب K18 مزين بحجر الروبلت الكبير والألماس, حجر الروبلت يحيط به ذهب أبيض مرصع بالألماس مرصوف وزنه (1.23) قيراط.



صليب K18 من الذهب مع زخارف من اللؤلؤ والزخارف, (€ 718.25), صليب مزركش من الذهب الخالص k18 مع ثقب بيزنطية وحبيبات مزركشة, صليب الذهب مصنوع يدوياً ومرصع بلؤلؤ واحدة مستديرة في الوسط, خيوط ذهبية مزركشة تزين الصليب الذهبي على الأقسام الأربعة حول اللؤلؤ.

● المنافسون في مجال التجارة /اليونان GR

■ الاسم: JewelryHP

- المجال: تجارة مجوهرات.
- الموقع: "سالونيك", 31 551 Kalamaria 17, Argiroupoleos، اليونان.
- لمحة: JewelryHP هي علامة المجوهرات الصاعدة ويجب ألا تفوتك فرصة زيارة جميع صفحاتنا لاكتشاف منتجاتنا، بالنسبة لنا، الجمال واحتياجاتك ذات قيمة، ستجد هنا مجوهرات مصنوعة يدوياً مثل الأساور والقلائد والخواتم ودبابيس الزينة والأقراط المصنوعة من قبل محترفين ذوي خبرة ورائعة حقاً، بالإضافة إلى ذلك، ستجد منتجات مثل أطقم المجوهرات والصلبان وخواتم المفاتيح والساعات ذات العلامات التجارية والمنحوتات ومنتجات الإصدارات الخاصة.
- المنتجات: مجوهرات نسائية ورجالية ومجوهرات أطفال، صمديات، منحوتات، ساعات، صلبان.
- المميزات: ماركات متنوعة ضمن المتجر.
- متوسط الأسعار: من (96) وحتى (3000) يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.google.com/?cid=7140250658416877934&entry=gps>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.jewelryhp.com](https://www.jewelryhp.com)

يوتيوب:

https://www.youtube.com/channel/UCiYwaRVuzOqjX56_mULNzVw

تويتر:

https://twitter.com/jewelryhp_off

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/jewelryhamopartners.official](https://www.facebook.com/jewelryhamopartners.official)

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/jewelryhp.official](https://www.instagram.com/jewelryhp.official)

رقم تواصل:

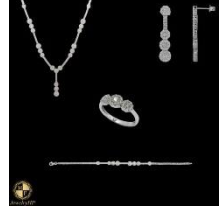
+30 694 152 4613

ايميل:

ceo@jewelryhp.com

sales@jewelryhp.com

info@jewelryhp.com



طقم مجوهرات أقراط وقلادة وسوار وخاتم, طقم مجوهرات انيق للمناسبات الخاصة, (2.724.00) يورو, مواد, الذهب الأبيض عيار (14) قيراط, كريستال الزركون الأبيض, وزن: أقراط (2.7) غ, قلادة (13) غرام, إسوارة (5.3) جرام, حلقة (1.7) غرام, مجموع (22.7) جرام.



(444.00) يورو, خاتم رجالي, (14) قيراط ذهب, مع زركونيا بيضاء, والمينا السوداء, وزن (3.8) جرام.



(400.00) يورو, قلادة ذهبية نسائية, كود المنتج 4102.01110205, مواد (14) قيراط ذهب مع زركون أبيض, طول السلسلة (40) سم, وزن (3.5).



أقراط نسائية: (372.00) يورو, مواد (14) قيراط ذهب, مع الزركون الأبيض والأحجار الكريمة الزرقاء, وزن (3.1).



سوار ذهب, عيار (14) قيراط للرجال, مواد (14) قيراط ذهب, (1640.00) يورو, وزن (15.4).

- **الاسم: KALFIDIS**
- المجال: صناعة وتفصيل حسب الطلب (صناعة), تجارة لأكثر من (20) ماركة.
- الموقع: "بانوراما" 6 فينيزيلو ، 36 552 "تيسالونيكى" 104 Tsimiski ، 22 546
- المنتجات: مجوهرات نسائية ورجالية وأطفال + ساعات.
- المميزات: وجود مجوهرات مصنعة يدوياً من ماركة المتجر, ووجود الكثير من الماركات الأخرى.
- متوسط الأسعار: من (15) يورو حتى (30500) يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

فرع 1

<https://goo.gl/maps/2nUi36c1GYR2>

فرع 2

<https://goo.gl/maps/9FsYCM3EPsk>

الموقع الإلكتروني:

[/https://kalfidis.com](https://kalfidis.com)

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/KALFIDISjewellery](https://www.facebook.com/KALFIDISjewellery)

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/kalfidisjewellery](https://www.instagram.com/kalfidisjewellery)

رقم تواصل:

٣٠٢٣١٠٣٣١٠٠٠+

ايميل:

info@kalfidis.com



عقد ذهب أبيض: (18) قيراط مرصع بأحجار ثمينة, كود: NIC001-13911,
(30500.00) يورو, وزن (103.10) جرام, فئة جوهرة, ماركة مجوهرات DUMONDE
Diamonds, لون أبيض, مواد الذهب K18, بحجم قلادة (42) سم, حصاة بحجارة ثمينة.



سوار ذهب أبيض: عيار (18) مرصع بأحجار ثمينة, كود: BIC005-13913,
(23800.00) يورو, وزن (67.60) جرام, فئة جوهرة, ماركة مجوهرات DUMONDE
Diamonds, لون أبيض, مواد الذهب K18, بحجم سوار (18) سم, حصاة بحجارة ثمينة.



سوار K18 من الذهب أحجار كريمة, الكود: BG686-B2-YW-93474,
(11600.00) يورو, وزن (25.50) جرام, فئة جوهرة, ماركة ماركو بيسيغو, لون أصفر, أبيض,
مواد الذهب K18, بحجم سوار (18) سم, حصاة بحجارة ثمينة.



خاتم ذهب K18 مرصع بأحجار كريمة, الكود: RLC275-90996, (6200.00)
يورو, وزن (7.40) جرام, فئة جوهرة, ماركة مجوهرات COLOR STONES, لون أبيض, مواد
الذهب K18, بحجم (54) حلقة.



صليب ذهبي K14 بدون أحجار, الرمز: CHF020-92244, (444.00) يورو,
وزن (3.10) جرام, فئة جوهرة, ماركة رموز الإيمان الصليبان الرجالية, لون أصفر, مواد الذهب
K14

■ الاسم: **MOISIDIS NIKOLAOS**

- المجال: صناعة وتجارة جملة (لماركة موسيدس), تجارة وبيع بالتجزئة وعبر المتجر الإلكتروني للكثير من الماركات (أكثر من 8 ماركات).
- الموقع: El. Venizelou 50, Thessaloniki 546 31، اليونان.
- لمحة: الجودة والموثوقية, منذ بداية السبعينيات, دخل "جورج موسيدس" مجال صياغة الذهب، وعمل في الورشة وصناعة المجوهرات, واكتسب الخبرة اللازمة في عام (1978)، وانتقل إلى تجارة الجملة وفي منتصف الثمانينيات افتتح متجر المجوهرات الخاص به، والذي لا يزال يقع في (50) شارع Venizelou في "سالونيك".
- المنتجات: مجوهرات, ساعات, صلبان.
- المميزات: شحن مجاني, أكثر من (20) ماركة ضمن المتجر.
- متوسط الأسعار: من (35) وحتى (4200)
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

MOISIDIS NIKOLAOS

+30 231 022 2757

<https://maps.app.goo.gl/dL5sfaMMoXAiMW347>

الموقع الإلكتروني:

<https://www.kosmimatamoisidis.gr/>

رقم تواصل:

٢٢٢٧٥٧ ٢٣١٠

إيميل:

info@kosmimatamoisidis.gr



خاتم من سلسلة K18 مرصع بالالماس, (4703), (4199.00) يورو, سلسلة (أكثر)
من الخاتم المصنوع من الماس اللامع, السعر المبدئي (4199.00) يورو, الجنس أنثى, مواد ذهب
عيار (18), خصائص الأحجار إجمالي وزن الماس (0.72) قيراط, لون الماس جي, وضوح الماس
نعم, لون أبيض, ضمان بريونينج, حصة الماس, ماركة بريونينج.



خواتم الزفاف, (2490.00) يورو, خواتم ذهبية عيار (14) قيراطاً ذات تشطيب
أفقي غير لامع, طقم نسائي بثلاث وزن لامع (0.0023) قيراط بجودة G / si, مميزات: للجنسين,
ماركة بنز, يكتب خواتم الزفاف, مواد ذهب عيار (14), لون الذهب والأبيض, أبعاد (00) مم -
سمك (1), (90) مم, عرض (4) بنز, ظرف خطوبة, زفاف.



ساعة فيستينا للرجال بحزام مطاطي: (138.00 يورو و 128.00) عرض, سوار / حزام,
حزام من المطاط, لون أسود, ماركة فيستينا, ضمان سنتين من الوكالة الرسمية, يكتب, ساعات,
الجنس: ذكر, آلية كوارتز, أبعاد: قطر (44) مم.



خواتم الزفاف, (1-701), (850.00) يورو, مميزات: للجنسين, ماركة فيراورو,
يكتب, خواتم الزفاف, مواد ذهب عيار (14), لون القرنفل, وزن (9.50) غرام, أبعاد: العرض (5)
مم, ضمان فيراورو, ظرف خطوبة, زفاف.



أزرار أكمام من سبيكة جلوريا هوب GWP-3068, (62.00) يورو, اكسسوار
راقي مثالي للمناسبات الرسمية, مميزات: الجنس (ذكر), ماركة جلوريا هوب, يكتب أزرار أكمام,
مواد سبيكة معدنية, لون فضي - أسود.

- الاسم: **ROLEX Corner - CHRONO VILDIRIDIS**
- المجال: تجارة بالتجزئة, ساعات ومجوهرات.
- الموقع: 23 546 Thessaloniki 47, Tsimiski، اليونان.
- لمحة: متجر لبيع المجوهرات الفاخرة والساعات الفاخرة منذ عام (1898).
- المنتجات: مجوهرات متنوعة وخاصة الساعات.
- المميزات: وكيل رسمي لساعات روليكس, متجر للعديد من ماركات المجوهرات و الساعات.
- متوسط الأسعار: من (300) وحتى (33) ألف يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/7QrNSRQBg7j7Umfy9>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.chronovildiridis.com/en](https://www.chronovildiridis.com/en)

تويتر:

https://twitter.com/cv_vildiridis

بينترست:

[/https://www.pinterest.com/ChronoVildiridis](https://www.pinterest.com/ChronoVildiridis)

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/chronovildiridis>

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/chronovildiridis](https://www.instagram.com/chronovildiridis)

رقم تواصل:

+30 231 026 324

ايميل:

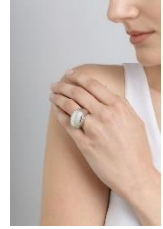
info@chronovildiridis.com



أقراط _ ألماس أزرق تيتانيوم: (1.675.00) يورو, التيتانيوم الأزرق, الطول: (5.8) سم, (0.45) قيراط ألماس لامع.



ذهب عيار (18) وتيتانيوم وخاتم ماسي LM1 رمادي, خاتم جميل مصنوع من الذهب عيار (18) قيراط والتيتانيوم, مزين بقطع ألماس لامع, ماركة ارسيس, (335.00) يورو.



خاتم بيبضاوي, ماركة: ارسنس, خاتم SYMBOL مستوحى من جمال الأشكال النقية, فهو تعبير حقيقي عن رؤية Arsenis الإبداعية, (3.180.00) يورو, ذهب أبيض عيار (18) قيراط, (0.50) قيراط من الماس قطع بريانت.



UNICO GOLF, (€ 32.900.00), ماركة هوبلوت, أيادي من ألياف الكربون وطبقة تكساليوم رمادية اللون - أيدي مطلية بالروديوم مطلية بالساتان مع إنارة بيضاء, تقوم UNICO بتصنيع حركة ذاتية الملاء, نوع الحركة عيار MHUB1580, زخارف مطلية بالروديوم بلمسة نهائية من الساتان مع إنارة بيضاء, زجاج الياقوت مع علاج مضاد للانعكاس, مقاوم المياه (100) م أو (10) أجهزة, حزام من المطاط الأسود مع حزام الأبيض, مشبك إبريم مفتوح من السيراميك الأسود مطلي.



سوار من الذهب, عيار (18) قيراط مرصع بالألماس ومرصع باللؤلؤ كوارتز, (10.750.00) يورو, ماركة لونجين, ذهب أصفر عيار (18) قيراطاً, (19.8 مم × 24.5 مم), السماكة (6.65) مم, نوع الحركة كوارتز, زجاج الياقوت المقاوم للخدش, مقاوم المياه (3) بار (حوالي 30 متراً / 100 قدم), حزام سوار من الذهب الأصفر عيار (18) قيراط, لون الحزام ذهب أصفر عيار (18) قيراطاً, حافة مرصع بـ (32) ماسة (حوالي 0.32 قيراط), ضمان سنتان.

■ الاسم: **PAPADOPOULOS GOLD**

- المجال: بيع بالتجزئة في المتجر وعبر المتجر الإلكتروني.
- الموقع: El. Venizelou 50, Thessaloniki 546 31، اليونان.
- لمحة: ببادوبولوس جولد ساعات ومجوهرات للرجال والنساء والأطفال! جماليات مثالية، تصميم ممتاز، جودة عالية.
- المنتجات: مجوهرات نسائية، رجالية، أطفال، صلبان، نظارات، ساعات.
- المميزات: متجر يحوي أكثر من (20) ماركة مختلفة من المجوهرات والساعات والنظارات الشمسية.
- متوسط الأسعار: من (10) وحتى (1700) يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/NN2gTPzpnGzMJwc69>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.timetotime.gr](https://www.timetotime.gr)

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/www.timetotime.gr>

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/timetotimegr](https://www.instagram.com/timetotimegr)

رقم تواصل:

٣٠٢٣١٠٢٧٥٦٥٩+

ايميل:

info@timetotime.gr



(1480) يورو, خاتم من حجر واحد من الذهب الأبيض عيار (18) قيراط مرصع
بماسة قطع بريانت (0.65) قيراط K18.7038, نوع المجوهرات: معدن الخاتم ذهبي ذهبي, (18)
قيراط, اللون فضي, اللمسة النهائية ملمع, الأحجار - الخصائص: قطع الماس الأحجار اللامعة الوزن:
(0.65) قيراط, وضوح الحجر: P1, لون الحجر: M, وزن المجوهرات: (4.5) gr, حجم الخاتم:
رقم (12), ضمان الحجر: من عالم الأحجار الكريمة المعتمد والمتخصص في أحجار الماس -GEM-
A , ضمان جودة المجوهرات من Papadopoulos Gold.



صليب الماس من الذهب الأبيض, 935.00 K18.4135 يورو, مع ضريبة القيمة
المضافة.



ساعة TISSOT PRX أوتوماتيكية كرونوغراف, (1695.00) يورو مع ضريبة القيمة
المضافة, TISSOT PRX AUTOMATIC CHRONOGRAPH T137.427.11.011.00 / رفاهية
ميسورة التكلفة تبرز من دار Tissot, في ساعة تم إطلاقها في عام (1978), بعلبة وسوار متينين
من الفولاذ المقاوم للصدأ, ومينا زرقاء ومظهر رياضي مع قوة أوتوماتيكية سويسرية أوتوماتيكية
(80) حركة من سلسلة PRX AUTOMATIC.



سوار شبكي من مايكل كورس Darci بسوار شبكي ذهب وردي وستانلس ستيل
MK4519 219.00 يورو مع ضريبة القيمة المضافة, سهل الارتداء وكل يوم مع كريستالات
صغيرة متألئة تبرز سحر كل امرأة, في إطار وسوار مطلي بالذهب الوردي, سلسلة Darci
Crystals من Michael Kors / MK4519, الآلية: إطار كوارتز دقيق: فولاذ مقاوم للصدأ مطلي
بالذهب الوردي, ميناء: عقارب مطلية بالذهب الوردي, سوار: فولاذ مقاوم للصدأ مطلي بالذهب
الوردي (حزام شبكي), قفل: أمان مقاوم للماء: (5) ATM (لغسيل اليد), القطر: (40) مم, الضمان:
سنتان الوكالة الرسمية من قبل "مايكل".



عقد ذهب ماما K14.1127, (149.00) يورو مع ضريبة القيمة المضافة.

● المنافسون في مجال التجارة /USA US

■ الاسم: **VIP Jewelry**

- المجال: تجارة المجوهرات ماركات مختلفة.
- الموقع: "لاس فيغاس", E Charleston Blvd, Las Vegas, NV 89104 4530
- لمحة: تأسست VIP Jewelry في عام (2001)، وهي شركة مجوهرات مملوكة لأب وابنه مقرها هوليوود، كاليفورنيا، خلال (20) عاماً من العمل، كان لدى VIP Jewelry عملاء مشهورون مثل كريس براون، ني يو، تايلر ذا كرياتور، دينيس رودمان، فلويد مايونذر، شون ليفينجستون، لامار أودوم، فيلثي ريتش، ديزي رايت، موزي، ليل ناس إكس، نورماني، بوجونسون، وذا جابووكيز، يركز المالكان جاي وفينس تشون على توفير نفس المجوهرات عالية الجودة وتجربة الشخصيات المهمة لكل عميل.
- المنتجات: ساعات ومجوهرات.
- متوسط الأسعار: من (450) لغاية (81500).
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.google.com/?cid=5525234083554200975&entry=gps>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.vegasvipjewelry.com](https://www.vegasvipjewelry.com)

انستغرام:

<https://www.instagram.com/vegasvipjewelry/?hl=en>

رقم تواصل:

٥٠٠١-٥٣١-٧٠٢ ١+

ايميل:

vincechon@vegasvipjewelry.com



قلادة برق الماس, (2065.00) دولاراً, هذه القلادة الماسية مصنوعة من الذهب الأصفر الخالص عيار (10) قيراطاً مع (0.65) قيراط من الماس الصافي, هذه القلادة مصنوعة يدوياً وتصنعها مجوهرات VIP , تم ترصيع جميع الماسات يدوياً بواسطة راسم ألماس محترف بأعلى مستوى من الجودة الحرفية.



سانتوس دي كارتييه, (80.000.00) دولار السعر, صُنعت Santos de Cartier المستعملة مسبقاً من الذهب الوردي عيار (18) قيراطاً ولها حجم علبة يبلغ (40) ملم مع (24.00) قيراطاً من الماس النقي VS , قام صانعو الساعات الخبراء لدينا بصيانة هذه الساعة من الداخل والخارج وفقاً لمعايير جودة كارتييه, وتم تخصيص هذه الساعة من قبل VIP Jewelry وليس لديها ضمان من الشركة المصنعة, بدلاً من ذلك , نقدم ضمان مجوهرات VIP لمدة (12) شهراً, مجوهرات VIP ليست من وكلاء كارتييه المعتمدين.



خاتم الخطوبة الماسي, (7800.00) دولار السعر, هذا الخاتم الماسي مصنوع من الذهب الأبيض الخالص عيار (14) قيراطاً مع (1.33) مجموع الوزن بالقيراط من الماس الصافي, هذا الخاتم مصنوع يدوياً ومصنع بواسطة مجوهرات VIP , تم ترصيع جميع الماسات يدوياً بواسطة راسم ألماس محترف بأعلى مستوى من الجودة الحرفية.



VS الماس سوار ميامي الكوبي, (6.635.00) دولاراً السعر, هذا السوار الكوبي الماسي بحجم (6) مم مصنوع من الذهب الأصفر عيار (10) قيراطاً مع 3.19ctw - 5.31ctw من الماس النقي VS , هذا السوار مصنوع يدوياً من قبل مجوهرات VIP , تم ترصيع جميع الماسات يدوياً بواسطة راسم ألماس محترف بأعلى مستوى من الجودة الحرفية.



قلادة الماس الأسود, (19000.00) دولار السعر, هذه القلادة الماسية مصنوعة من الذهب الأصفر الخالص عيار (10) قيراطاً مع (15.10) مجموع الوزن بالقيراط من الماس نقاوة SI , هذه القلادة مصنوعة يدوياً وتصنعها مجوهرات VIP , تم ترصيع جميع الماسات يدوياً بواسطة راسم ألماس محترف بأعلى مستوى من الجودة الحرفية.

■ الاسم: Hannoush Jewelers

- المجال: تجارة المجوهرات, (متاجر فعلية تتوزع بكل انحاء الولايات المتحدة غالبيتها في نيويورك وواشنطن), متجر اونلاين.
- الموقع: (الرئيسي) "نيويورك", 4 Destiny USA Drive Space B209, 9090 Destiny USA Dr, Syracuse, NY 13204
- لمحة: افتتح أول متجر مجوهرات حنوش أبوابه في ولاية ماساتشوستس في عام (1980), واليوم، تضم شبكة مجوهرات حنوش أكثر من (50) متجراً مملوكاً للشركة ومرخصاً لها في جميع أنحاء الولايات المتحدة، تمشياً مع إرث العائلة، تعتقد حنوش للمجوهرات أن الشركة جيدة فقط مثل الأشخاص الذين يمثلونها كل يوم، يقدم أكثر من (400) موظف مدربين تدريباً مهنياً مشورة الخبراء بشأن الشراء للعملاء في المتاجر الموجودة في مراكز التسوق الفاخرة والمواقع القائمة بذاتها، يفتح حنوش مواقعها حيث يمكنهم خدمة عملائهم بشكل أفضل، سواء كانت منطقة مترو رئيسية أو مجتمعاً صغيراً.
- المنتجات: منتجات تحمل ماركة المتجر، بالإضافة إلى ماركات عالمية ومحلية.
- المميزات: سلسلة متاجر تضم ماركات مختلفة، شحن مجاني للطلبات أكثر من (150)
- متوسط الأسعار: من (20) وحتى (300) ألف \$
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/o29ofYvdRWzwfgFj8>

الموقع الإلكتروني:

[/https://hannoush.com](https://hannoush.com)

رقم تواصل:

(315) 466-1301

إيميل:

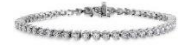
customerservice@hannoush.com



(39) قيراط, قلادة Illa Midnight الماسية من الذهب الأبيض عيار (18) قيراطاً.



أورورا (13.84) Ctw , أقراط ثلاثية الطبقات من البلاتين (\$ 59.900.00).



(10) قيراط, سوار Temptation ثلاثي الشوكات من الذهب الأبيض عيار (18) قيراطاً, (\$ 45.000.00).



باندورا سوار من الذهب, عيار (14) قيراط, (\$ 1.925.00), PANDORA المصنوع من الذهب عيار (14) قيراطاً هو الطريقة المثلى لارتداء كل ما تحب من ذهب, يحتوي السوار على مشبك أسطواني محفور عليه "PANDORA" ويتميز بنظامنا المبتكر للخیوط, مما يجعل من السهل تثبيت تعليقات PANDORA على سوارك والاحتفاظ بها بأمان حيث تريدها.



عيار (14) ذهب وردي, (1.29) قيراط, (\$ 3.149.00), خاتم Le Vian
®Creme Brulee بحلقة (2/1) قيراط, Chocolate Diamonds®, (8/7) قيراط, Nude
™ Diamonds مرصع بـ 14K Strawberry Gold®



Movado Series 800، علبة وسوار مطلي بالذهب الأصفر (40) مم مع ميناء مطلي باللون الأسود, الميناء: أسود مع فهرس مطبوع, الكريستال: الياقوت, الحركة: حركة كوارتز سويسرية, قطر الهيكل: (40) مم, مقاومة الماء: (200) متر, خامة الهيكل: فولاذ مقاوم للصدأ مطلي بتقنية PVD من الألمنيوم الأسود والأصفر, السوار: سوار من الفولاذ المقاوم للصدأ مطلي بمادة PVD باللون الأصفر, (\$ 1.395.00).

■ الاسم: M. Lemp Jewelers

- المجال: شراء, إصلاح, متجر على أرض الواقع, متجر الكتروني.
- الموقع: S Warren St, Syracuse, NY 13202 300
- لمحة: في M. Lemp Jewellers، ربما تغيرت اتجاهات المجوهرات بمرور الوقت، ولكن بقي شيء واحد كما هو طوال أكثر من (130) عاماً من العمل: التزامنا بإرضائك التام، مع تمتع العديد من موظفينا بوظائف هنا تمتد من (20) إلى (30) عاماً، أصبحنا اسماً يجب معرفته في وسط مدينة سيراكيوز لسبب: لا أحد يعرف المجوهرات مثلنا، من القطع الكلاسيكية إلى اللمسات الحديثة، نقدم مجموعة هائلة من الأساليب من مجموعة متنوعة من مصممي المجوهرات المرموقين، سواء كنت بحاجة إلى إصلاح المجوهرات أو خواتم الزفاف أو الخطوبة أو كنت تريد تصميماً مخصصاً، فإن متجرنا الشامل يلبي احتياجاتك.
- المنتجات: مجوهرات + ساعات لعدد كبير من الماركات.
- المميزات: خدمة إصلاح الجواهر بالمنزل.
- متوسط الأسعار: من (\$150) ولغاية (30 ألف \$).
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/kGNcU4wp6yRzzhHy6>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.lempjewelers.com](https://www.lempjewelers.com)

رقم تواصل:

٧٢٢٨-٤٢٢-٣١٥-١+



14k الذهب الأبيض غابرييل وشركاه قلادة الماس العنقودية, سعر عادي (\$ 1.400.00), قلادة من الذهب الأبيض عيار (14) قيراطاً من Gabriel & Co مع 0.35Tw من الماس المستدير على سلسلة من الذهب الأبيض عيار (14) قيراطاً.



لاغوس سوار الماس, سعر عادي (\$ 2.900.00) LAGOS High Bar Gold Station Diamond Bracelet الماس ومحطات ناعمة من الذهب عيار (18) قيراطاً من الفضة الإسترليني وخرز كافيار لتتشكيل هذا السوار الخالد, ألماس لاغوس هو أحجار طبيعية عالية الجودة.



خاتم خطوبة, 14k الذهب الأبيض مجموعة سيلفي من الأبيض والوردي الجميل مرصع ب (44) ماسة تتدلى على عرقوب ميلغرين المتقاطع بإجمالي (0.34) قيراطاً, سعر عادي (\$ 2.875.00).



ساعة بوميس وميرسيه بروميس مرصعة بالماس وتفاصيل مضلعة, ساعة نسائية من الفولاذ, تأتي ساعة Promesse 10178 مع مينا فضي اللون "drapé guilloché" ومينا مرصعة بالماس (8 = 03), علبة دائرية من الصلب (34) مم , وتتميز بحركة كوارتز, سعر عادي (\$ 2.990.00).



14k كونزايت الذهب الأصفر وقلادة الماس, سعر عادي (\$ 1.995.00), (14) قيراط تتميز بكونزيت وردي أوكتوجانال في مركز واحد عند (28.50) قيراط مع (3) ماسات بوزن إجمالي (27) قيراطاً.

■ الاسم: Shalimar Jewelers

- المجال: صناعة, بيع جملة, متجر الكتروني ومتجر عادي.
- الموقع: "فلوريدا", 7851 N 56th St, Tampa, FL 33617
- لمحة: أسعارنا المنخفضة المضمونة، والتفاني في خدمة العملاء، والتصميمات الفريدة ليست سوى بعض مزايا التسوق معنا، لدينا مواقع متعددة في جميع أنحاء خليج تامبا لتقديم خدمة أفضل لعملائنا، نأمل أن تجد موقعنا الإلكتروني امتداداً لمتاجرنا من حيث الراحة والتشكيلة الواسعة والأسعار القابلة للمقارنة.
- المنتجات: مجوهرات نسائية ورجالية وأطفال.
- المميزات: متكامل, إصلاح مجوهرات, شراء وتقييم, تفصيل حسب الطلب, تجارة جملة وتجزئة, متجر الكتروني.
- متوسط الأسعار: من (40) لغاية (\$ 12000).
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابز:

<https://maps.app.goo.gl/HGT9Y1S7Be6M66DT6>

الموقع الإلكتروني:

<https://www.shalimarfinejewelers.com/>

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/shalimarwestshore>

انستغرام:

https://www.instagram.com/shalimar_jewelers

رقم تواصل:

٩٨٠-١٩٠٠ (٨١٣)

ايميل:

sales@shalimarfinejewelers.com

shalimar56th@gmail.com



قلادة هالة من الذهب الوردي, عيار (10) قيراط مرصعة بالألماس الأسود والأبيض, تتميز هذه القلادة بالألماس (0.64) قيراط مع سلسلة من الذهب الوردي عيار (18) بوصة, (\$ 324.95).



قلادة من الذهب الأبيض, عيار (10) قيراط, قلادة صليب بها صفوف متعددة من الماس الأسود, تتميز هذه القلادة بسمك (1.50) قيراط من الألماس ويبلغ طولها (3) بوصات, (\$ 1.679.97).



سوار الأطفال هذا باللون الأزرق الداكن, من الذهب الأصفر عيار (14) قيراطاً, السوار بطول (6) بوصات, (\$ 293.97).



خاتم من الذهب الوردي, عيار (10) قيراط, هناك صف أحادي من الزمرد المختبري يتوقف في منتصف الطريق أسفل الفقرة, تتميز هذه الحلقة بحجري زركونيا مكعبين على جانبي الشريط, (\$ 204.97).



أقراط من الذهب الأصفر, عيار (14) قيراطاً, هذه الأقراط تشيكوسلوفاكيا بسمك (6) مم ولها ظهر لولبي, (\$ 47.97).

■ الاسم: **Kevin Jewelers**

- المجال: صناعة المجوهرات, بيع بالتجزئة ضمن المتجر وبيع اونلاين.
- الموقع: "كاليفورنيا", 1233 W Avenue P #749, Antelope Valley Mall, Palmdale, CA 93551
- لمحة: كيفن في عام 1975 بدأ كل شيء بحلم, حلم بامتلاك محل مجوهرات وتصنيع مجوهرات عالية الجودة وتقديمها للعملاء المخلصين بأسعار مناسبة, بعد سنوات من الادخار والتخطيط والتطوير, تأسست مجوهرات كيفن في عام (1975), في متجر متواضع بمساحة (300) قدم مربع في بيفرلي هيلز, "كاليفورنيا", منذ عام (1975), نعتمد على شعار واحد: أفضل سعر لك, وعد عائلتنا.

عندما طور متجرنا الأول قاعدة عملاء قوية, نمت تطلعاتنا إلى ما وراء موقع واحد, وعلى الرغم من (47) عاماً من النمو والتغيير, إلا أن فلسفة عملنا وحبنا للمجوهرات ظلوا متسقين, لدينا الآن (40) مركزاً تجارياً في جميع أنحاء لوس أنجلوس, بما في ذلك سان دييغو وساكرامنتو, حتى أننا افتتحنا شركة تمويل داخلية خاصة بنا لمساعدة العملاء على شراء مجوهرات أحلامهم.

- المنتجات: مجوهرات نسائية, رجالية, أطفال.
- متوسط الأسعار: من (100) لغاية (\$ 8000).
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/chbqXAw3dbdT7t4w5>

الموقع الإلكتروني:

<https://kevinjewelers.com/>

رقم تواصل:

٨٧٧١-٢٦٥ (٦٦١)

ايميل:

cc@sabiefinance.com



خاتم زفاف من الذهب, عيار (14) قيراطاً (3) مم, سعر عادي

.(125.00\$)



CTالذهب الأصفر جولة الماس 14K 8/ 5, عبر الصفوف الهوى الدائري,

سعر عادي (2.215.00 \$).



أقراط عنقودية مستديرة من الذهب الأصفر, عيار (10) قيراط مقاس

(1/7) قيراط, سعر عادي (349.00 \$).



كبل الذهب الإيطالي قلادة الارتباط البيضاء 14, سعر عادي

.(1.543.62 \$)



الذهب الأصفر انقطاع معرف القلب 14k, سوار الاطفال , سعر عادي

.(349.00 \$)

■ الاسم: En Chryso

- المجال: تجارة الكترونية للمجوهرات.
- الموقع: اليونان ، 25 546 Thessaloniki 7, Tsimiski
- لمحة: تعمل شركة " En Chryso " في مجال المجوهرات منذ عام (2002) ، ومقرها في "ثيسالونيكي" ، مع تفانينا لأكثر من (15) عاماً ، تمكّننا من جعل شركتنا واحدة من أكثر الأسماء التجارية شهرة في بيع المجوهرات في اليونان وقبرص، وبفضل التزامنا بجودة الإنشاءات المصنوعة من الفضة عيار (925) أو الذهب عيار (14) قيراطاً و (18) قيراطاً واختيار الأحجار المعدنية من جميع أنحاء العالم، نتمكن من تقديم مجوهرات ثمينة بأسعار تجعلها في متناول الجميع! متخصص في مبيعات التجزئة عن بعد، فريق En Chryso دائماً تحت تصرفك بهدف تقديم خدمة فعالة ومعاملات آمنة.
- المنتجات: مجوهرات وأحجار كريمة نسائية ورجالية وللأطفال.
- المميزات: شحن مجاني، تغليف هدايا للمنتجات، إرجاع أو استبدال خلال (14) يوم.
- متوسط الأسعار: (4300 _ 140).
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

<https://maps.app.goo.gl/KvSDpTR3qJNxiZWL7>

الموقع الالكتروني:

<https://www.enchriso.gr/>

لينكد ان:

<https://www.linkedin.com/company/enchriso>

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/EnChriso/>

انستغرام:

<https://www.instagram.com/en.chriso/?>

رقم تواصل:

+٣٠ ٢٣١ ٠٢٠ ٢٠٢٠



خاتم من الذهب, عيار (18) قيراط مرصع بالألماس, (650.00) يورو, كود: (01-2966), خاتم للجنسين من الذهب عيار (18) قيراط مرصع بالألماس اللامع, وزنه (0.06) قيراط, اللون G والوضوح VS-1, السماكة: (8) مم.



عيار (18), (4300.00) يورو, كود: (1337-04), السوار - ريفيرا من الذهب الأبيض عيار (18) قيراط, مع (42) ماسة قطع بريانت, الأبعاد: (18 سم × 3 ملم), لامع, الوزن الإجمالي: (1.85) قيراط, اللون: G, الوضوح: VS-1



قلادة من الأحجار الكريمة وشبه الكريمة, (3400.00) يورو (2890.00) يورو, كود: (953-05), تصميم قلادة فريد من نوعه مزين بالأحجار الكريمة (الزمرد, الياقوت, الياقوت الأزرق) والأحجار شبه الكريمة (الجمشت, البرنيت, العقيق, الكوارتز الوردي, السترين, التوباز الأزرق, الزبرجد, الكوارتز الليموني, الكوارتز المدخن) بوزن إجمالي (510) قيراط! القلادة مرصعة بالفضة المطلية بالبلاتينيوم, الطول: (45) سم.



السوار التعريفي الذهبي للأطفال, عيار (9) قيراط, (165.00) يورو, الرمز: (1221-04), السوار - معرف من الذهب عيار (9) قيراط مصقول, الطول: (16-18.5) سم, اللوحة: (0.5 × 2.4) سم.



أقراط من الذهب الأبيض, عيار (18) قيراط مع الزمرد, (1950.00) يورو, الرمز: (1405-02), أقراط من الذهب الأبيض عيار (18) قيراط مرصعة بزمرّد مقطوع بيضاوي وزن كل منها (1.20) قيراطاً في وردة من (12) ماسة قطع بريانت تزن كل منها (0.04) قيراطاً, أبعاد الوردة: (11 × 13) مم, الوزن الإجمالي للماس: (0.96) قيراط, VS2, لون G.

- **الاسم: the precious**
- المجال: تجارة الكترونية.
- الموقع: (3) مقرات للشركة, "أثينا", "أتلنتا", "قبرص"
- لمحطة: متجر الكتروني عبر الإنترنت لبيع المجوهرات ويقدم خدمة صنع اكسسوارات بأسماء وشعارات الشركات.
- المنتجات: مجوهرات نسائية ورجالية وأطفال, صلبان.
- المميزات: شحن مجاني, (3) فروع: "قبرص", "أثينا", "أتلنتا", مجوهرات من داخل اليونان وخارجها, شحن لدول الاتحاد الأوروبي وقبرص.
- متوسط الأسعار: من (50) ولغاية (2000) يورو.
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

فرع (2)

The Precious - Κοσμήματα & Ρολόγια Online

+357 25 001995

<https://maps.app.goo.gl/a4gECSdaYG241eGZ9>

فرع (2)

The Precious - Κοσμήματα & Ρολόγια Online

+30 2233 771440

<https://maps.app.goo.gl/Tw6UFWVqxDLXfWAYA>

فرع (3)

The Precious - Κοσμήματα & Ρολόγια Online

+30 2233 771440

<https://maps.app.goo.gl/g22LgXwdohmoRdsE6>

الموقع الإلكتروني:

[/https://www.the-precious.com/en](https://www.the-precious.com/en)

فيس بوك:

[/https://www.facebook.com/thepreciousjewelry](https://www.facebook.com/thepreciousjewelry)

انستغرام:

[/https://www.instagram.com/thepreciousjewelry](https://www.instagram.com/thepreciousjewelry)

رقم تواصل:

+30 2233 771440

ايميل:

info@the-precious.com



قلادة من الذهب الأبيض COMETE GLB418, (392.00) يورو.



خاتم من الذهب الأبيض مع حلقة COMETE ANB621, بدل (577.00) يورو
(490.00).



خاتم نسائي مصنوع يدوياً من الذهب THE PRECIOUS RSGS00002, (250.00) يورو.



صليب ذهب نسائي مرصع بالزركون KTA524 ALORO,

(399.00) يورو.



طقم نسائي بيزنطي مصنوع يدوياً من الفضة بلونين مطلي بالذهب, عيار (18) قيراطاً، الثمين, يتكون الطقم من عقد وسوار وأقراط وخاتم بتصميم بيزنطي, المجموعة مزينة بزخارف بيزنطية, العقد والسوار مصنوعان من قطعتين منفصلتين, قطعة فضية صلبة وقطعة من سلسلة تخزين ذات ياقة دائرية مطلية بالذهب, العقد مزين بزخارف مذهب متطابقة بتصميم بيزنطي, تم تزيين السوار والأقراط والخاتم بنفس الشكل, كل شكل مزخرف بحجر أخضر مربع وحجر أحمر دائري وحجر أزرق مستدير, الحجارة الزركون, الأبعاد: الفتحة الثابتة للقلادة (11) مم, السماكة (5) مم والعرض (5) مم, السلسلة بطول (25) سم وسمك (3) مم, السوار بطول (20) سم, القطعة الفضية الصلبة للسوار بعرض (4) مم وسمك (4) مم والسلسلة بسمك (3) مم, يبلغ ارتفاع الأقراط (45) مم وسمكها (2.70) مم وعرضها من (12) إلى (17) مم, يبلغ طول الحلقة (32) مم, وعرضها (17-12) مم, وسمكها (3) مم, وهي # 59, يبلغ ارتفاع شكل العقد (7.3) مم وعرضه (17-12) مم وسمكه (5) مم, يبلغ طول السوار والخاتم والأقراط (32) سم وعرضها (17-12) سم وسمكها (5) مم, الفضة (925), الطقم مصنوع يدوياً ويمكن صنعه بالذهب والذهب الأبيض K9 و K14 و K18 والأحجار الكريمة من اختيارك عند الطلب, (1850) يورو.

■ الاسم: maria black

- المجال: متاجر مجوهرات.
- الموقع: متاجر موزعة في أوروبا والعالم.
- لمحة: قامت "ماريا بلاك" بتأسيس علامتها التجارية الخاصة بالمجوهرات التي تحمل اسمها في عام (2010)، ومنذ ذلك الحين، ابتكرت المصممة الدنماركية الأيرلندية المولودة في "كوبنهاغن" مجموعات مجوهرات عصرية وراقية تنطلق من روح العلامة التجارية الشاملة، والتي تدعو الأفراد لاستكشاف واحتضان فريديتهم في طرق جديدة ومبتكرة، اليوم، يتم تشغيل Maria Black من كوبنهاغن من قبل فريق من الأفراد المتفانين الذين يؤيدون الإيمان التأسيسي للعلامة التجارية بأن الأسلوب الشخصي والموضة ليس لنا أن نملأه، ولكن عليك أن تستكشفه، نحن متحمسون لنقدم لك القطع التي تجعل إبداعك يتحرر، باستخدام مزيج من الحرفية التقليدية والتقنيات الحديثة، فإن الأشكال النحتية لتصميمات المعادن الثمينة لدينا مستوحاة من مصادر متنوعة مثل الأشياء اليومية والأشخاص والثقافات الفرعية ولحظات الحياة.
- المنتجات: مجوهرات نسائية.
- المميزات: شحن مجاني للطلبات فوق (70) يورو.
- متوسط الأسعار: من (15) ولغاية (2200).
- التواجد على الإنترنت: غوغل مابس:

أمكنة متعددة

الموقع الإلكتروني:

<https://www.maria-black.com/en>

تيك توك:

<https://www.tiktok.com/@mariablackjewellery>

فيس بوك:

<https://www.facebook.com/mariablackjewellery>

انستغرام:

<https://www.instagram.com/mariablackjewellery>

رقم تواصل:

٤٥+ ٤٨٠٧٨٩ ٤٠

ايميل:

customer-care@maria-black.com



خاتم ذهب, عيار (14), (470) يورو.



(808) يورو, الخامة: سيراميك ذهبي / أسود, عيار (14) قيراط, طول

السلسلة: (19) سم.



(1.613) يورو, المادة: سيراميك ذهبي / أزرق وأبيض, عيار (14) قيراط,

طول السلسلة: (44) سم.



المادة: سيراميك ذهبي / برتقالي, عيار (14) قيراط, مطلي بالروديوم الأبيض

في منطقة التثبيت فقط, القطر الداخلي: (23 × 12) مم, الارتفاع: (19.5) مم, العرض: (2) مم,

الأحجار: 20 × ماسة مزروعة في المختبر, الجودة: FG / SI, الإجمالي بالقيراط: (0.28),

(725) يورو.



EUR 123, المواد: (925) الفضة الإسترليني, تصفيح: روديوم أبيض,

لؤلؤة: (12-11) مم, القطر الداخلي: (11) ملم, الطول: (58) ملم.

تحليل SWAT (تحليل نقاط القوة والضعف للشركة وتحليل الفرص والتهديدات عليها)

● نقاط القوة:

- المشروع مؤسس مالياً.
- وجود عدد ضخم من العملاء المخلصين أفراد ومحلات.
- وجود سمعة طيبة على مر السنين الطويلة.
- وجود تسويق تقليدي قوي (الاشتراك في المعارض ورحلات البيع المتجول).
- وجود تشكيلة واسعة من المنتجات.
- تصميمات جديدة وفريدة للمنتجات.
- منتجات مصنوعة بأعلى معايير الجودة.
- لدينا تكامل خلفي (تصنيع ذاتي).
- الإنتاج والتصنيع يدوي.
- إمكانية إنتاج كبيرة تغطي الطلبات الكبيرة.
- إمكانية زيادة السرعة في الإنتاج عند الحاجة لها.
- إمكانية إنتاج أي نوع من المنتجات المطلوبة.
- الإنتاج بأعلى معايير الجودة.
- وجود كادر عمل يتسم بأعلى درجات الاحتراف.
- وجود رجل مبيعات محترف على جميع المستويات.

● نقاط الضعف:

- لا وجود على الإنترنت.
- لا يوجد متجر إلكتروني.
- لا وجود على منصات التواصل الاجتماعي.
- لا يوجد بيع عبر الإنترنت.
- لا يوجد علامة تجارية.
- لا يوجد استغلال للتسويق الإلكتروني على الإطلاق.
- لا يوجد أي جهود تسويقية حتى الآن.
- لا يوجد إدارة تسويقية حتى الآن.
- لم يتم الإعلان عن العلامة التجارية أو المنتجات عبر الإنترنت حتى الآن.
- استراتيجية التسعير غير مناسبة.
- أسعار المنتجات غير ملائمة مع الجودة المقابلة.
- الإنتاج محدود بسبب الاعتماد على التصنيع اليدوي فقط.
- سرعة الإنتاج تقل مع زيادة الطلب والكميات الكبيرة (1000 قطعة فما فوق).
- الاعتماد على طاقم عمل يصعب استبدال أحدهم أو تعويضه في حالات الأزمات.
- اعتماد نظام النسب في أجور طاقم العمل.

● الفرص:

- علاقات قوية مع الموردين.
- عدم الاعتماد على الموردين بشكل كبير بسبب التصنيع الذاتي.
- يصعب دخول مجال صناعة وتجارة المجوهرات للقادمين الجدد بسبب حاجتها إلى حرفة عالية جداً ورأس مال عالي.
- المنافسة في السوق اليوناني ليست كبيرة.
- شهد السوق اليوناني تناقص حاد بعدد المنافسين في مجال المجوهرات في السنوات الماضية.
- لم يتم العثور على منافس مباشر حتى الآن سوى منافس واحد.
- لا يوجد بدائل كثيرة لمجال المجوهرات سوى المجوهرات المزيفة أو الغير أصلية أو القطع رخيصة الثمن المصنوعة بمعادن رخيصة.
- وجود رضا وثقة كبيرة مسبقة من العملاء بمنتجاتنا.
- إبداء إعجاب العملاء الأجانب بمنتجاتنا.
- هناك عدد هائل من العملاء المحتملين (أفراد وجملة) في السوق الأمريكي.
- يتسم عملاء السوق الأمريكي بالقوة الشرائية العالية.
- يعتبر السوق الأمريكي سوق ضخم للمجوهرات والذهب.
- 11% من عمليات شراء المجوهرات في السوق الأمريكي تتم عن طريق المتاجر الإلكترونية والنسبة في تزايد.
- 48% من الماس المصقول يباع في الولايات المتحدة الأمريكية.
- يعتبر الاستثمار في الذهب والماس استثماراً آمناً في الولايات المتحدة.
- سوق المجوهرات الإلكترونية العالمي تزايد نسبته بمعدل (15%) سنوياً وهي نسبة عالية جداً.
- تصنف الولايات المتحدة الأمريكية في المرتبة الثالثة عالمياً من حيث الاستهلاك الأكبر للمجوهرات في العالم.
- تعافي سوق المجوهرات اليوناني بعد أزمة اليونان واستعادة زيادة المبيعات في السوق بشكل تدريجي.
- انتعشت تجارة المجوهرات في اليونان بعد الأزمة اليونانية ليستطيع الفرد شراء أكثر من منتج.
- زيادة الطلب المحلي للمجوهرات في السوق الأمريكي.

● التهديدات :

- سهولة دخول سوق المجوهرات الإلكترونية من القادمين الجدد.
- وجود منافسة كبيرة في السوق الأمريكي.
- وجود منافسين غير مباشرين بشكل كبير جداً.
- تمثل مبيعات السوق اليوناني للمجوهرات نسبة (80%) من قبل السائحين, هذا يعني قلة المبيعات في المواسم الغير سياحية.

- لا يملك العملاء المحليون في السوق اليوناني القوة الشرائية أو الاستثمارية ما يجعلهم يشترون المجوهرات الضرورية فقط.
- انخفاض الطلب المحلي في السوق اليوناني بسبب الاستيراد من الدول المنخفضة التكلفة.
- يشهد السوق اليوناني ركوداً في سوق المجوهرات في الأزمات الاقتصادية.
- فقدت الطبقة المتوسطة قوتها الشرائية في اليونان فاقصر شراء المجوهرات على الطبقة الغنية التي قلصت مشترياتها أيضاً.

تحليل الأداء (في حال وجود خطة سابقة)

- لا يوجد خطة تسويقية سابقة لتحليلها.

تحليل الوجود الرقمي (الموقع الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي لشركتنا ولمنافسينا)

- لا يوجد أي تواجد رقمي على الإطلاق.
- لا يوجد متجر إلكتروني خاص بنا.
- لا يوجد منصات سوشال ميديا خاصة بنا.
- لا يوجد أي تواجد على متاجر إلكترونية شريكة.
- ليس هناك تواجد على خرائط غوغل.
- ليس هناك إعلانات على غوغل.
- ليس هناك إعلانات على منصات التواصل الاجتماعي.
- ليس هناك إعلانات عبر المؤثرين.
- ليس هناك تسويق عبر الإيميل.

أهداف الخطة التسويقية (بناء على التحليلات)

- تحقيق مبيعات بإجمالي (500.000) يورو.
- دخول السوق الأمريكي عبر الإنترنت والاستحواذ على حصة سوقية بنسبة (0.0008%) من سوق المجوهرات الأمريكي.
- دخول التجارة الإلكترونية والاستحواذ على حصة سوقية (0.00575%) من سوق المجوهرات الأمريكي الإلكتروني.
- تأسيس علامة تجارية خاصة.
- الترويج للعلامة التجارية والتوعية بها في السوق الأمريكي لتصل إلى (10.000.000) شخص.
- الوصول إلى (1.000.000) عميل محتمل عبر الإعلانات.
- الوصول إلى (3.000) متجر جملة في أمريكا وعرض منتجاتنا عليهم.
- الوصول إلى (10.000) متابع على منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بنا.
- تحقيق عدد زيارات لمتجرنا الإلكتروني تصل إلى (500) زائر يومياً.
- تحقيق التواجد الرقمي على مستوى عالي على غوغل ومنصات التواصل الاجتماعي في المقام الأول والمنصات الشريكة في المقام الثاني.

الاستراتيجية التسويقية

- استراتيجية التوسع في سوق مختلف بمنتجات مختلفة:

هذه الاستراتيجية تعد الأكثر مخاطرة بين استراتيجيات التوسع, ولتقليل المخاطرة عند الاعتماد على هذه الاستراتيجية يجب علينا تجربة المنتجات الجديدة في سوقنا الحالي, وتجربة منتجاتنا الحالية في السوق الجديد.

وفي حال نجاح المنتج الجديد في السوق الحالي ونجاح المنتجات الحالية في السوق الجديد نستطيع دخول السوق الجديد بالمنتجات الجديدة بمخاطرة أقل.

وبعد دراسة السوق الجديد والمنتج الجديد وبعد التحليلات فإن المؤشرات تتجه نحو الإيجابية, حيث أن هناك توقع لقابلية المنتج الجديد في السوق الجديد ونجاحه.

- استراتيجية دخول السوق:

سوف نتبع في استراتيجيتنا لدخول السوق مزيج من التميز واستراتيجية التركيز.

حيث أننا سنتميز بالجودة العالية لأن جودة منتجاتنا تسمح لنا بالمنافسة على الجودة, بالإضافة إلى التميز في التصميم وهذا لأن تصاميم منتجاتنا فريدة ومتميزة بجداره, وأيضاً التميز بالموثوقية وهذا ما سنعمل عليه كعلامة تجارية موثوقة, إضافةً إلى قدرتنا على التركيز على شريحة جديدة من العملاء المحتملين والتي لم يتم التركيز عليها من قبل المنافسين بعد.

- استراتيجية الترويج والبيع:

سنعتمد استراتيجية السحب واستراتيجية الدفع معاً, حيث أننا سنتبع استراتيجية الدفع مع المتاجر ومتاجر الجملة وهذا سيقنضي تقديم خصومات كبيرة ونبيع في المرحلة الأولى من نشوء البراند كمية أكبر بهامش ربح أقل.

وسنتبع استراتيجية السحب مع العملاء النهائيين وعملاء التجزئة وهذا سيتطلب صرف إعلانات وترويج بشكل كبير ما يجعلنا نبيع كميات أقل بهامش ربح أعلى.

ومع مراحل العلامة التجارية التالية وزيادة المعرفة بالبراند سيزيد الطلب على متاجر الجملة وبالتالي تُطبّق عليهم استراتيجية السحب وعندها سنبيع كميات أكبر بهامش ربح أعلى.

خطة البراند (بناء العلامة التجارية)

هذا القسم سيتم إرفاقه مع الخطة التسويقية بعد أسبوع من تسليمها, وهذا لأن خطة بناء البراند تكون منفصلة عن الخطة التسويقية عادةً ويتم إعدادها بشكل منفرد, وأيضاً يتم احتساب تكلفتها خارج تكلفة الخطة التسويقية.

ولكن فريق مادورا سيقدم خطة البراند هذه كهدية مرفقة مع الخطة التسويقية لضرورتها, ولأن خطة البراند ستأخذ منّا أسبوع من العمل, سنقوم بالعمل عليها مباشرة بعد تسليم الخطة التسويقية ومن بعدها إرفاق خطة البراند عند الانتهاء منها بعد أسبوع.

سوف تتضمن خطة البراند التي سنعمل عليها العناصر التالية:

• استراتيجية البراند:

الصورة الذهنية

الجمهور

المنافسين

الميزات التنافسية

الاستراتيجية الداخلية

الهدف

الرؤية

المهام

القيم

• التعبير عن البراند:

التعبير المرئي

الهوية البصرية

الوجود

التعبير اللفظي

الاسم

سطر الوصف

الوعد

الرسالة

القصة

الشخصية

الشخصية

صوت البراند

الشريحة المستهدفة

- شرائح العملاء المُحتَمَلين:

هذه الشريحة هي الشريحة الشاملة لكل منتجاتنا, وإنما يتم التركيز على شرائح أدق من نفس هذه الشريحة بحسب المنتج الذي نبيعه.

- الشريحة المُستهدَفة:

• العمر: 22 – 50

- الجنس: إناث – ذكور
- الحالة الاجتماعية: متزوجين - مخطوبين - مرتبطين - غير مرتبطين
- المستوى التعليمي: جميع المستويات
- المستوى المادي: الطبقة المتوسطة - الطبقة الغنية - الطبقة الثرية
- الموقع الجغرافي: أمريكا - اليونان (أثينا)
- الاهتمامات: المجوهرات - الذهب - الإكسسوارات الثمينة - المقتنيات الثمينة - الزينة -
- الموضة - الحب - حفلات الخطوبة - حفلات الزفاف - أعياد الميلاد - أعياد الخطوبة والزواج
- السلوكيات: تقديم الهدايا - تقدير المقتنيات الثمينة - تقدير الأعمال اليدوية - تقدير الفن -
- حب الطبيعة - حب الحيوانات - امتلاك حيوان.

- الشريحة المُستهدَفة:
- العمر: 25 – 45
- الجنس: إناث
- الحالة الاجتماعية: متزوجين - مخطوبين - مرتبطين - غير مرتبطين
- المستوى التعليمي: الطبقات المثقفة / الطبقات المتعلّمة
- المستوى الاجتماعي: الطبقة الراقية
- المستوى المادي: الطبقة الغنية - الطبقة الثرية
- الموقع الجغرافي: أمريكا (فلوريدا - نيويورك - كاليفورنيا)
- الاهتمامات: الطبيعة - الحيوانات - المجوهرات - الذهب - الإكسسوارات الثمينة -
- المقتنيات الثمينة - القطع الفنية الفاخرة
- السلوكيات: التسوق عبر الإنترنت - تقدير المقتنيات الثمينة - تقدير الأعمال اليدوية - تقدير
- الفن - حب الطبيعة - حب الحيوانات - امتلاك حيوان - حب المثالية والكمال - حب
- الاعتناء بالتفاصيل.

الإطار الزمني لتنفيذ خطة العمل

المهمة	التاريخ
- تسليم الخطة التسويقية الشاملة - مراجعة الخطة - بناء عناصر البراند	شهر (3) آذار: 25/3/2023 - 19/3/2023 27/3/2023 - 25/3/2023 31/3/2023 - 25/3/2023

<u>شهر (4) نيسان:</u> 3/4/2023 - 1/4/2023 10/4/2023 - 1/4/2023 10/4/2023 - 1/4/2023 10/4/2023 - 1/4/2023 15/4/2023 - 1/4/2023 30/4/2023 - 1/4/2023 13/4/2023 - 10/4/2023 15/4/2023 - 10/4/2023 25/4/2023 - 10/4/2023 15/4/2023 - 10/4/2023 25/4/2023 - 10/4/2023 25/4/2023 - 10/4/2023 18/4/2023 - 15/4/2023 20/4/2023 - 15/4/2023 30/4/2023 - 15/4/2023 30/4/2023 - 25/4/2023 30/4/2023 - 25/4/2023 30/4/2023 - 25/4/2023	- مراجعة عناصر البراند - تصميم الهوية البصرية - تصوير المنتجات - الحصول على تفاصيل المنتجات - بناء وتصميم المتجر الإلكتروني - بناء وتجهيز منصات السوشال ميديا - مراجعة الهوية البصرية - مراجعة صور المنتجات - تجهيز تصاميم المنتجات - تسعير المنتجات - تجهيز وصف وقصص المنتجات - تجهيز اللوجستيات - مراجعة المتجر الإلكتروني - كتابة محتوى المتجر - تضمين المنتجات في المتجر - مراجعة تصميم المنتجات - مراجعة وصف المنتجات - مراجعة الموقع بالكامل وقابليته للبدء
<u>شهر (5) أيار:</u> 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع - الإدارة والإشراف المالي - الإدارة والإشراف على التسويق - والتسويق الإلكتروني - الإدارة والإشراف على الملتيميديا - تجهيز مجموعة خاصة لأعياد الخطوبة والزفاف - إدارة صفحات الفيسبوك - تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك - كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك - إدارة حساب الإنستغرام - تجهيز تصاميم الإنستغرام - كتابة محتوى منشورات الإنستغرام - إدارة حساب بينتيريست - تجهيز تصاميم بينتيريست - إدارة المتجر الإلكتروني - إدارة المبيعات

30/5/2023 - 1/5/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/5/2023 - 1/5/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة أعياد الخطوبة والزفاف
30/5/2023 - 1/5/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/5/2023 - 1/5/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/5/2023 - 1/5/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/5/2023 - 27/5/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري أداء منصات التواصل الاجتماعي
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري المالي
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/5/2023 - 27/5/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
<u>شهر (6) حزيران:</u>	
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/6/2023 - 1/6/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/6/2023 - 1/6/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/6/2023 - 1/6/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/6/2023 - 1/6/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/6/2023 - 1/6/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة المبيعات
30/6/2023 - 1/6/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/6/2023 - 1/6/2023	

30/7/2023 - 1/7/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لأعياد الخطوبة والزفاف
30/7/2023 - 1/7/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة أعياد الخطوبة والزفاف
30/7/2023 - 1/7/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/7/2023 - 1/7/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/7/2023 - 1/7/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/7/2023 - 1/7/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري المالي
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/7/2023 - 27/7/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (8) آب:	
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الشكر
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/8/2023 - 1/8/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة المبيعات
30/8/2023 - 1/8/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني

30/8/2023 - 1/8/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لأعياد الخطوبة والزفاف
30/8/2023 - 1/8/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/8/2023 - 1/8/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/8/2023 - 1/8/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/8/2023 - 1/8/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري المالي
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/8/2023 - 27/8/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (9) أيلول:	
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الهالوين
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/9/2023 - 1/9/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/9/2023 - 1/9/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة حساب بينتيريست
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز تصاميم بينتيريست
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة المبيعات
30/9/2023 - 1/9/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/9/2023 - 1/9/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الشكر
30/9/2023 - 1/9/2023	

30/9/2023 - 1/9/2023 30/9/2023 - 1/9/2023 30/9/2023 - 1/9/2023 30/9/2023 - 1/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023 30/9/2023 - 27/9/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الأم - الترويج عن طريق إعلانات غوغل - الترويج عبر انستغرام - الترويج عبر البريد الإلكتروني - جمع معلومات متاجر الجملة - التواصل مع متاجر الجملة - التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي - التقرير الشهري لأداء الإعلانات - التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني - التقرير الشهري لأداء المبيعات - التقرير الشهري المالي - التقرير الشهري لأداء المشروع - مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
<u>شهر (10) تشرين الأول:</u> 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023 30/10/2023 - 1/10/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع - الإدارة والإشراف المالي - الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني - الإدارة والإشراف على الملتيميديا - إدارة صفحات الفيسبوك - تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك - كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك - إدارة حساب الإنستغرام - تجهيز تصاميم الإنستغرام - كتابة محتوى منشورات الإنستغرام - إدارة حساب بينتريست - تجهيز تصاميم بينتريست - صناعة فيديو ترويجية للمنتجات - إدارة المتجر الإلكتروني - إدارة المبيعات - العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني - كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني

15/10/2023 - 1/10/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الهالوين
30/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عبر فيسبوك
30/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/10/2023 - 1/10/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/10/2023 - 1/10/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات
30/10/2023 - 27/10/2023	- التواصل الاجتماعي
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري المالي
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/10/2023 - 27/10/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (11) تشرين الثاني:	
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الميلاد
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/11/2023 - 1/11/2023	- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة المبيعات
30/11/2023 - 1/11/2023	- العمل على تحسين محركات بحث
30/11/2023 - 1/11/2023	- المتجر الإلكتروني

30/11/2023 - 1/11/2023	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الميلاد
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عبر فيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/11/2023 - 1/11/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/11/2023 - 1/11/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات
30/11/2023 - 27/11/2023	- التواصل الاجتماعي
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري المالي
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/11/2023 - 27/11/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
30/11/2023 - 27/11/2023	
<u>شهر (12) كانون الأول:</u>	
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/12/2023 - 1/12/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/12/2023 - 1/12/2023	- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني

30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة المبيعات
30/12/2023 - 1/12/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الميلاد
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عبر فيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/12/2023 - 1/12/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري المالي
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/12/2023 - 27/12/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (1) كانون الثاني:	
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف المالي
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الفلنتاين
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة حساب الإنستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة حساب بينتريست
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/1/2024 - 1/1/2024	- صناعة فيديو هات ترويجية للمنتجات

30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة المبيعات
30/1/2024 - 1/1/2024	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- إلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الفلنتاين
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر انستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر فيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر المؤثرين
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/1/2024 - 1/1/2024	- التواصل مع متاجر الجملة
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري المالي
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/1/2024 - 27/1/2024	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (2) شباط:	
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف على المشروع
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف المالي
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الأم
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة صفحات الفيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة حساب الإنستغرام

29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
29/2/2024 - 1/2/2024	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة حساب بينتيريست
29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز تصاميم بينتيريست
29/2/2024 - 1/2/2024	- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة المتجر الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة المبيعات
29/2/2024 - 1/2/2024	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
15/2/2024 - 1/2/2024	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الفلنتاين
29/2/2024 - 1/2/2024	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الأم
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر انستغرام
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر فيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر المؤثرين
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- جمع معلومات متاجر الجملة
29/2/2024 - 1/2/2024	- التواصل مع متاجر الجملة
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري المالي
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء المشروع
29/2/2024 - 27/2/2024	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (3) آذار:	
30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف المالي
30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا

30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة حساب الإنستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة حساب بينتريست
30/3/2024 - 1/3/2024	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/3/2024 - 1/3/2024	- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة المبيعات
30/3/2024 - 1/3/2024	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
21/3/2024 - 1/3/2024	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الأم
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر انستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر فيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر المؤثرين
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/3/2024 - 1/3/2024	- التواصل مع متاجر الجملة
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري المالي
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/3/2024 - 27/3/2024	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء

توزيع المهام والمسؤولين عن التنفيذ

المهمة	المسؤولين عن التنفيذ
- تسليم الخطة التسويقية الشاملة:	- مدير التسويق: محمود - فريق مادورا
- مراجعة الخطة:	- مدير التسويق: محمود - مدير الملتيميديا: سام

- مدير الإعلانات: طه - مدير المشروع: فخري	
- مدير التسويق: محمود	- بناء عناصر البراند:
- مدير الملتيميديا: سام - مدير المشروع: فخري	- مراجعة عناصر البراند:
- المصمم: سعيد من فريق مادورا	- تصميم الهوية البصرية:
- مدير المشروع: فخري	- تصوير المنتجات:
- مدير المشروع: فخري	- الحصول على تفاصيل المنتجات:
- مصمم مواقع - مدير التسويق: محمود - مدير المشروع: فخري - مدير الملتيميديا: سام	- بناء وتصميم المتجر الإلكتروني:
- مدير الملتيميديا: سام - فريق سام - مدير التسويق: محمود - فريق مادورا	- بناء وتجهيز منصات السوشال ميديا:
- مدير الملتيميديا: سام	- مراجعة الهوية البصرية:
- مدير الملتيميديا: سام	- مراجعة صور المنتجات:
- مدير التسويق: محمود دورة	- تسعير المنتجات:
- المصمم: سعيد من فريق مادورا	- تجهيز تصاميم المنتجات:
- مدير التسويق: محمود	- تجهيز وصف وقصص المنتجات:
- مدير المشروع: فخري	- تجهيز اللوجستيات:
- مدير الملتيميديا: سام	- مراجعة المتجر الإلكتروني:
- مدير التسويق: محمود	- كتابة محتوى المتجر:

- تضمين المنتجات في المتجر:	- مدير المشروع: فخري
- مراجعة تصميم المنتجات:	- مدير الملتيميديا: سام
- مراجعة وصف المنتجات:	- مدير الملتيميديا: سام
- مراجعة الموقع بالكامل وقابليته للبدء:	- مدير الملتيميديا: سام
- الإدارة والإشراف على المشروع:	- مدير المشروع: فخري
- الإدارة والإشراف المالي:	- مدير المشروع: فخري
- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني:	- مدير التسويق: محمود
- الإدارة والإشراف على الملتيميديا:	- مدير الملتيميديا: سام
- تجهيز مجموعة خاصة لمناسبة ما:	- مدير المشروع: فخري
- إدارة صفحات الفيسبوك:	- مدير الملتيميديا: سام - فريق سام - مدير التسويق: محمود
- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك:	- المصمم: سعيد من فريق مادورا
- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك:	- مدير التسويق: محمود - مدير الملتيميديا: سام
- إدارة حساب الإنستغرام:	- مدير التسويق: محمود - مسؤولي السوشال ميديا من فريق مادورا: (جويل - سارة - إيلاف)
- تجهيز تصاميم الإنستغرام:	- المصمم: سعيد من فريق مادورا
- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام:	- مدير التسويق: محمود

- إدارة حساب بينتيريست:	- مدير التسويق: محمود
- تجهيز تصاميم بينتيريست:	- المصمم: سعيد من فريق مادورا
- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات:	- مدير الملتيميديا: سام - مدير المشروع: فخري - مدير التسويق: محمود - المونتير: محمد من فريق مادورا
- إدارة المتجر الإلكتروني:	- مدير المشروع: فخري
- إدارة المبيعات:	- مدير المشروع: فخري - مدير التسويق: محمود
- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني:	- مدير التسويق: محمود - مسؤول الـ SEO: عبدالرحمن من فريق مادورا
- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني:	- مدير التسويق: محمود - مدير الملتيميديا: سام
- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لمجموعة مناسبة خاصة:	- مدير التسويق: محمود - مدير الإعلانات: طه
- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة بمناسبة خاصة:	- مدير التسويق: محمود
- الترويج عن طريق إعلانات غوغل:	- مدير الإعلانات: طه - مدير التسويق: محمود
- الترويج عبر انستغرام:	- مدير الإعلانات: طه - مدير التسويق: محمود
- الترويج عبر فيسبوك:	- مدير الإعلانات: طه - مدير التسويق: محمود - مدير الملتيميديا: سام
- الترويج عبر المؤثرين:	- مدير التسويق: محمود

- الترويج عبر البريد الإلكتروني:	- مدير التسويق: محمود
- جمع معلومات متاجر الجملة:	- مسؤولة الأبحاث: ولاء من فريق مادورا
- التواصل مع متاجر الجملة:	- مدير التسويق: محمود
- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي:	- مدير الملتيميديا: سام - مدير التسويق: محمود
- التقرير الشهري لأداء الإعلانات:	- مدير الإعلانات: طه - مدير التسويق: محمود
- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني:	- مدير الملتيميديا: سام - مدير التسويق: محمود
- التقرير الشهري لأداء المبيعات:	- مدير المشروع: فخري
- التقرير الشهري المالي:	- مدير المشروع: فخري - مدير التسويق: محمود
- التقرير الشهري لأداء المشروع:	- مدير المشروع: فخري
- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء:	- مدير التسويق: محمود - مدير المشروع: فخري

ميزانية التسويق

المهمة	الميزانية
	شهر (3) آذار:

25/3/2023 - 19/3/2023 27/3/2023 - 25/3/2023 31/3/2023 - 25/3/2023	- تسليم الخطة التسويقية الشاملة - مراجعة الخطة - بناء عناصر البراند
<u>شهر (4) نيسان:</u> 3/4/2023 - 1/4/2023 10/4/2023 - 1/4/2023 10/4/2023 - 1/4/2023 10/4/2023 - 1/4/2023 15/4/2023 - 1/4/2023 30/4/2023 - 1/4/2023 13/4/2023 - 10/4/2023 15/4/2023 - 10/4/2023 25/4/2023 - 10/4/2023 15/4/2023 - 10/4/2023 25/4/2023 - 10/4/2023 25/4/2023 - 10/4/2023 18/4/2023 - 15/4/2023 20/4/2023 - 15/4/2023 30/4/2023 - 15/4/2023 30/4/2023 - 25/4/2023 30/4/2023 - 25/4/2023 30/4/2023 - 25/4/2023	- مراجعة عناصر البراند - تصميم الهوية البصرية - تصوير المنتجات - الحصول على تفاصيل المنتجات - بناء وتصميم المتجر الإلكتروني - بناء وتجهيز منصات السوشال ميديا - مراجعة الهوية البصرية - مراجعة صور المنتجات - تجهيز تصاميم المنتجات - تسعير المنتجات - تجهيز وصف وقصص المنتجات - تجهيز اللوجستيات - مراجعة المتجر الإلكتروني - كتابة محتوى المتجر - تضمين المنتجات في المتجر - مراجعة تصميم المنتجات - مراجعة وصف المنتجات - مراجعة الموقع بالكامل وقابليته للبدء
<u>شهر (5) أيار:</u> 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023 30/5/2023 - 1/5/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع - الإدارة والإشراف المالي - الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني - الإدارة والإشراف على الملتيميديا - تجهيز مجموعة خاصة لأعياد الخطوبة والزفاف - إدارة صفحات الفيسبوك - تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك - كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك - إدارة حساب الإنستغرام - تجهيز تصاميم الإنستغرام - كتابة محتوى منشورات الإنستغرام - إدارة حساب بينتريست

30/5/2023 - 1/5/2023	- تجهيز تصاميم بينتيريست
30/5/2023 - 1/5/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/5/2023 - 1/5/2023	- إدارة المبيعات
30/5/2023 - 1/5/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/5/2023 - 1/5/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة أعياد الخطوبة والزفاف
30/5/2023 - 1/5/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/5/2023 - 1/5/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/5/2023 - 1/5/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/5/2023 - 1/5/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري أداء منصات التواصل الاجتماعي
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري المالي
30/5/2023 - 27/5/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/5/2023 - 27/5/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
<u>شهر (6) حزيران:</u>	
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/6/2023 - 1/6/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/6/2023 - 1/6/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/6/2023 - 1/6/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/6/2023 - 1/6/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/6/2023 - 1/6/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة حساب بينتيريست
30/6/2023 - 1/6/2023	- تجهيز تصاميم بينتيريست
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/6/2023 - 1/6/2023	- إدارة المبيعات

30/6/2023 - 1/6/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/6/2023 - 1/6/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لأعياد الخطوبة والزفاف
30/6/2023 - 1/6/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة أعياد الخطوبة والزفاف
30/6/2023 - 1/6/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/6/2023 - 1/6/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/6/2023 - 1/6/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/6/2023 - 1/6/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/6/2023 - 27/6/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/6/2023 - 27/6/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/6/2023 - 27/6/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/6/2023 - 27/6/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/6/2023 - 27/6/2023	- التقرير الشهري المالي
30/6/2023 - 27/6/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/6/2023 - 27/6/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (7) تموز:	
30/7/2023 - 1/7/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/7/2023 - 1/7/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/7/2023 - 1/7/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/7/2023 - 1/7/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/7/2023 - 1/7/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/7/2023 - 1/7/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/7/2023 - 1/7/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/7/2023 - 1/7/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/7/2023 - 1/7/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/7/2023 - 1/7/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/7/2023 - 1/7/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/7/2023 - 1/7/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/7/2023 - 1/7/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/7/2023 - 1/7/2023	- إدارة المبيعات
30/7/2023 - 1/7/2023	

30/7/2023 - 1/7/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/7/2023 - 1/7/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لأعياد الخطوبة والزفاف
30/7/2023 - 1/7/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة أعياد الخطوبة والزفاف
30/7/2023 - 1/7/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/7/2023 - 1/7/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/7/2023 - 1/7/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/7/2023 - 1/7/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري المالي
30/7/2023 - 27/7/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/7/2023 - 27/7/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (8) آب:	
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/8/2023 - 1/8/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الشكر
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/8/2023 - 1/8/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/8/2023 - 1/8/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/8/2023 - 1/8/2023	- إدارة المبيعات

30/8/2023 - 1/8/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/8/2023 - 1/8/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لأعياد الخطوبة والزفاف
30/8/2023 - 1/8/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/8/2023 - 1/8/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/8/2023 - 1/8/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/8/2023 - 1/8/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/8/2023 - 1/8/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري المالي
30/8/2023 - 27/8/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/8/2023 - 27/8/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (9) أيلول:	
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/9/2023 - 1/9/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الهالوين
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/9/2023 - 1/9/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/9/2023 - 1/9/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/9/2023 - 1/9/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/9/2023 - 1/9/2023	- إدارة المبيعات
30/9/2023 - 1/9/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني

30/9/2023 - 1/9/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الشكر
30/9/2023 - 1/9/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الأم
30/9/2023 - 1/9/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/9/2023 - 1/9/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/9/2023 - 1/9/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/9/2023 - 1/9/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/9/2023 - 27/9/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/9/2023 - 27/9/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/9/2023 - 27/9/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/9/2023 - 27/9/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/9/2023 - 27/9/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/9/2023 - 27/9/2023	- التقرير الشهري المالي
30/9/2023 - 27/9/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/9/2023 - 27/9/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (10) تشرين الأول:	
30/10/2023 - 1/10/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/10/2023 - 1/10/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/10/2023 - 1/10/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/10/2023 - 1/10/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/10/2023 - 1/10/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/10/2023 - 1/10/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/10/2023 - 1/10/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/10/2023 - 1/10/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/10/2023 - 1/10/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/10/2023 - 1/10/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/10/2023 - 1/10/2023	- إدارة حساب بينتريست
30/10/2023 - 1/10/2023	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/10/2023 - 1/10/2023	- صناعة فيديو ترويجية للمنتجات
30/10/2023 - 1/10/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/10/2023 - 1/10/2023	- إدارة المبيعات
30/10/2023 - 1/10/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني

30/10/2023 - 1/10/2023	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
30/10/2023 - 1/10/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الهالوين
15/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عبر فيسبوك
30/10/2023 - 1/10/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/10/2023 - 1/10/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/10/2023 - 1/10/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري المالي
30/10/2023 - 27/10/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/10/2023 - 27/10/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (11) تشرين الثاني:	
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الميلاد
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة حساب بينتيريست
30/11/2023 - 1/11/2023	- تجهيز تصاميم بينتيريست
30/11/2023 - 1/11/2023	- صناعة فيديو هات ترويجية للمنتجات
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- إدارة المبيعات

30/11/2023 - 1/11/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الميلاد
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عبر فيسبوك
30/11/2023 - 1/11/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/11/2023 - 1/11/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/11/2023 - 1/11/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/11/2023 - 1/11/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات الإلكتروني
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري المالي
30/11/2023 - 27/11/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/11/2023 - 27/11/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
30/11/2023 - 27/11/2023	
شهر (12) كانون الأول:	
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف المالي
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة حساب الإنستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة حساب بينتيريست
30/12/2023 - 1/12/2023	- تجهيز تصاميم بينتيريست

30/12/2023 - 1/12/2023	- صناعة فيديو هات ترويجية للمنتجات
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- إدارة المبيعات
30/12/2023 - 1/12/2023	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الميلاد
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عبر انستغرام
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عبر فيسبوك
30/12/2023 - 1/12/2023	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/12/2023 - 1/12/2023	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/12/2023 - 1/12/2023	- التواصل مع متاجر الجملة
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري المالي
30/12/2023 - 27/12/2023	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/12/2023 - 27/12/2023	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (1) كانون الثاني:	
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف المالي
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الفلنتاين
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة حساب الإنستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة حساب بينتريست

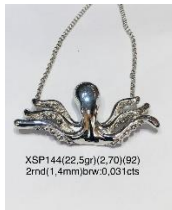
30/1/2024 - 1/1/2024	- تجهيز تصاميم بينتيريست
30/1/2024 - 1/1/2024	- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- إدارة المبيعات
30/1/2024 - 1/1/2024	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- إلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الفلنتاين
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر انستغرام
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر فيسبوك
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر المؤثرين
30/1/2024 - 1/1/2024	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/1/2024 - 1/1/2024	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/1/2024 - 1/1/2024	- التواصل مع متاجر الجملة
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري المالي
30/1/2024 - 27/1/2024	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/1/2024 - 27/1/2024	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (2) شباط:	
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف على المشروع
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف المالي
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف على التسويق والتسويق الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز مجموعة خاصة بعيد الأم
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة صفحات الفيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	

29/2/2024 - 1/2/2024	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة حساب الإنستغرام
29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
29/2/2024 - 1/2/2024	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة حساب بينتيريست
29/2/2024 - 1/2/2024	- تجهيز تصاميم بينتيريست
29/2/2024 - 1/2/2024	- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة المتجر الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- إدارة المبيعات
29/2/2024 - 1/2/2024	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
15/2/2024 - 1/2/2024	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الفلنتاين
29/2/2024 - 1/2/2024	- إطلاق حملة إعلانية عبر البريد الإلكتروني لتجار الجملة لمجموعة عيد الأم
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر انستغرام
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر فيسبوك
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر المؤثرين
29/2/2024 - 1/2/2024	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
29/2/2024 - 1/2/2024	- جمع معلومات متاجر الجملة
29/2/2024 - 27/2/2024	- التواصل مع متاجر الجملة
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري المالي
29/2/2024 - 27/2/2024	- التقرير الشهري لأداء المشروع
29/2/2024 - 27/2/2024	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء
شهر (3) آذار:	
30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف على المشروع
30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف المالي

30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف على التسويق الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- الإدارة والإشراف على الملتيميديا
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة صفحات الفيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- تجهيز تصاميم صفحات الفيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- كتابة محتوى منشورات صفحات الفيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة حساب الإنستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- تجهيز تصاميم الإنستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- كتابة محتوى منشورات الإنستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة حساب بينتريست
30/3/2024 - 1/3/2024	- تجهيز تصاميم بينتريست
30/3/2024 - 1/3/2024	- صناعة فيديوهات ترويجية للمنتجات
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة المتجر الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- إدارة المبيعات
30/3/2024 - 1/3/2024	- العمل على تحسين محركات بحث المتجر الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- كتابة المقالات والأسئلة الشائعة في المتجر الإلكتروني
21/3/2024 - 1/3/2024	- إطلاق حملة إعلانية مكثفة لعيد الأم
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عن طريق إعلانات غوغل
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر انستغرام
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر فيسبوك
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر المؤثرين
30/3/2024 - 1/3/2024	- الترويج عبر البريد الإلكتروني
30/3/2024 - 1/3/2024	- جمع معلومات متاجر الجملة
30/3/2024 - 1/3/2024	- التواصل مع متاجر الجملة
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء منصات التواصل الاجتماعي
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء الإعلانات
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء المتجر الإلكتروني
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء المبيعات
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري المالي
30/3/2024 - 27/3/2024	- التقرير الشهري لأداء المشروع
30/3/2024 - 27/3/2024	- مراجعة الخطة التسويقية ومقارنة الأداء

المزيج التسويقي

• المنتج:



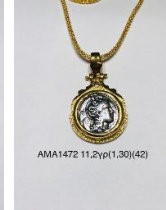
XSP144(22.5gr)(2.70)(92)
2rnd(1.4mm)bw:0.031cts



XSP30(28.3gr)(2.30)(144)
5rnd 0.0101mm 0.008cts



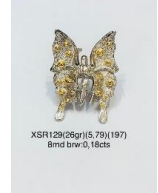
XSP45(28.2gr)(1navette eme:0.05cts)
(3.26)(110)



AMA1472 11.2yp(1.30)(42)



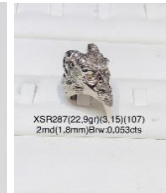
XSP251(19gr)(2.33)(79.5)
2rnd(1.3mm)bw:0.023cts
1 pearl



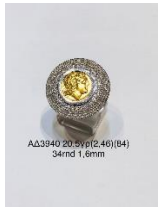
XSR128(25gr)(5.79)(197)
8rnd bw:0.15cts



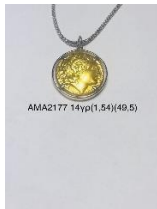
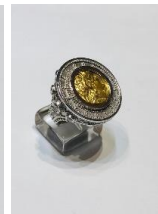
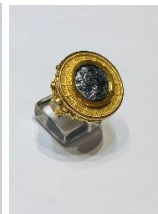
(58)(14.5)(14.5)(14.5)(14.5)
2rnd 0.0101mm 0.008cts
(mm: 8-8)(naeq)



XSR128(22.5gr)(3.15)(107)
2rnd(1.6mm)bw:0.053cts



A33940 20.5yp(2.46)(84)
34rnd 1.6mm



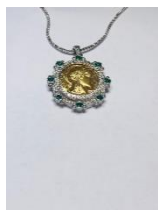
AMA2177 14yp(1.54)(49.5)



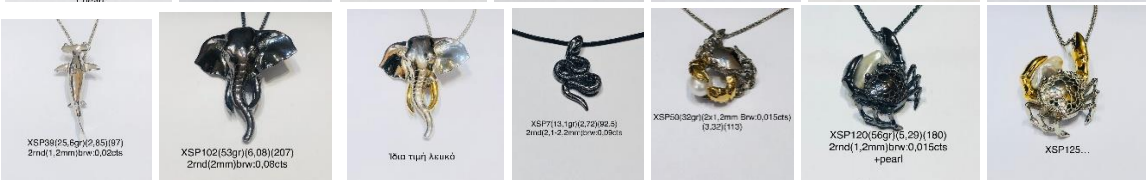
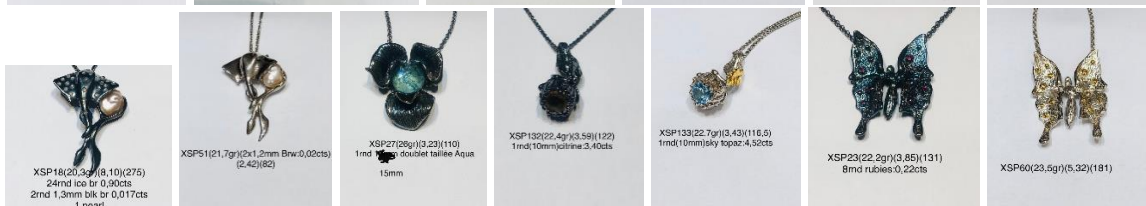
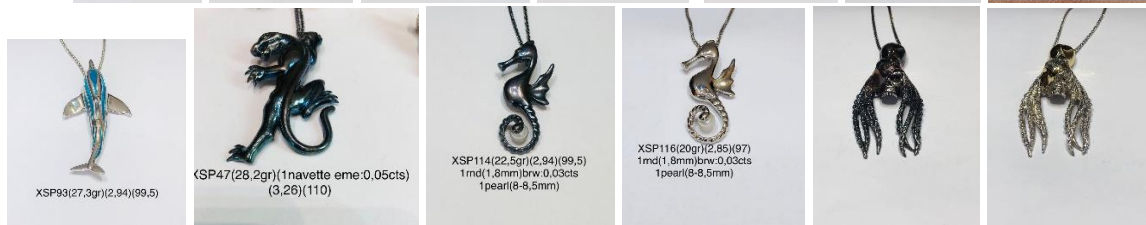
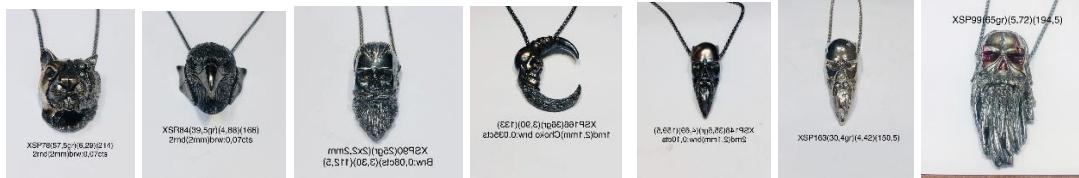
AMA2017 17.5yp(1.58)(67.5)
1rnd 3.2mm 4rnd 2.5mm

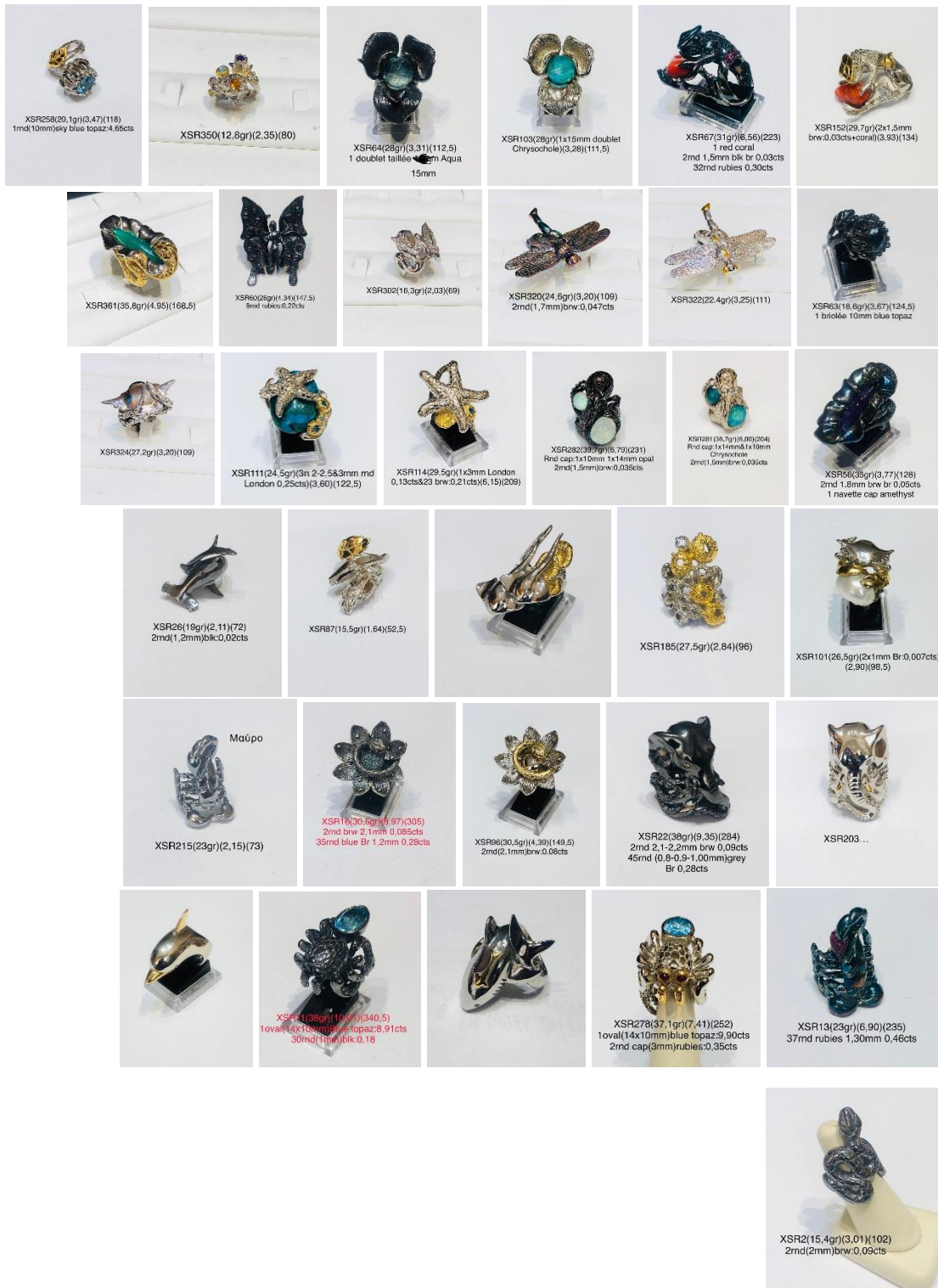


AMA1994(12yp)(1.28)(43.5)









• التسعير:

- استراتيجية التسعير التي سنتبناها ستكون مؤلفة من ثلاث تسعيرات لكل منتج:

١- تسعيرة المبيع للمستهلك

٢- تسعيرة المبيع للوكلاء ومتاجر الجملة

٣- تسعيرة بيع الوكلاء ومتاجر الجملة للمستهلك

- سيتم تسعير كل منتج على جدى من قِبَل مدير التسويق محمود, عند الحصول على تفاصيل كل منتج في 10/4/2023 - 15/4/2023, ويتم إدراج سعر كل منتج في هذا القسم من الخطة التسويقية.

• التوزيع:

- نقاط البيع: المتجر الإلكتروني

الوكلاء ومتاجر الجملة

- نقاط الالتقاء مع العملاء: المتجر الإلكتروني

البريد الإلكتروني

صفحة الفيسبوك

المسنجر

حساب الإنستغرام

حساب بينتريست

إعلانات غوغل

إعلانات السوشال ميديا

صفحات المؤثرين

مندوب التوصيل من شركة الشحن

• الترويج:

أ- التسويق التقليدي:

من الممكن الاشتراك في معارض المجوهرات والذهب السنوية في أميركا في النصف الثاني من الخطة السنوية، ولكن لا يمكن تحديد المعارض والتواريخ وقابلية حضورها بدقة الآن. لكن يتم تحديد حدث الاشتراك بمعرض ما على الفور حين مراجعة الخطة على رأس كل شهر ورؤية الفرصة في حضور معرض معين.

ب- التسويق الإلكتروني:

١- خطة المحتوى:

محتوى كتابي: - منشورات سوشال ميديا من شهر 5/2023 إلى شهر 4/2024

- يتم تجهيز المحتوى بشكل شهري ضمن خطة محتوى شهرية تُعد من قِبَل فريق السوشال ميديا

- تتمحور مواضيع المنشورات بشكل عام حول أنواع المحتوى التالية: المحتوى الإعلاني وعرض المنتجات - القصص - المحتوى التفاعلي - تعليم ونصائح - توعية وتنقيف

المقالات: - من شهر 11/2023 إلى شهر 4/2024

- يتم كتابة من 4 إلى 8 مقالات شهرياً يتم تحديد عناوينها من قِبَل مدير التسويق بالتعاون مع مسؤول ال SEO

المحتوى المرئي: - صور المنتجات

- من شهر 4/2023 إلى شهر 4/2023

- يتم طلب الصور بشكل شهري من قبل المصمم وفريق السوشال ميديا في حال الحاجة إليها، أو عند تجهيز منتج جديد أو مجموعة جديدة.

تصاميم الغرافيك: - من شهر 4/2023 إلى شهر 4/2023

- يتم تصميم من 30 إلى 60 تصميم في الشهر بناءً على خطة المحتوى الشهرية الموضوعة.

محتوى الفيديو: - من شهر 10/2023 إلى شهر 4/2023

- يتم تجهيز من 3 إلى 4 فيديوهات قصيرة شهرياً من سكريببت وتصوير ومونتاج وتعليق صوتي بحسب خطة المحتوى الشهرية وخطة الإعلانات الشهرية.

٢- خطة الإعلانات:

- يتم تحديد خطة الإعلانات بشكل دقيق بعد الحملة الإعلانية التجريبية الأولى التي نقوم بها، والتي نقوم من خلالها بتحليل نتيجة الإعلان الأول لنستخلص منه المعلومات التي سنبنى خطتنا الإعلانية اللاحقة عليها والتي هي:

- تكلفة النقرة الواحدة
- تكلفة التحويلة
- معدل التحويل
- تكلفة الشراء

- ولكن خطة الإعلانات المبدئية ستكون على الشكل التالي:

- إعلانات غوغل:

- التاريخ: من شهر 5/2023 إلى شهر 4/2024

- المدة: طيلة الشهر

- نوع الإعلانات: إعلانات بحث غوغل

- الميزانية: يتم التحديد بعد الحملة التجريبية

- سعر النقرة: يتم التحديد بعد الحملة التجريبية

- إعلانات انستغرام:

- التاريخ: من شهر 8/2023 إلى شهر 4/2024

- المدة: يتم التحديد بعد الحملة التجريبية

- نوع الإعلان: تحويلات
- الميزانية: يتم التحديد بعد الحملة التجريبية

● إعلانات البريد الإلكتروني:

- التاريخ: من شهر 5/2023 إلى شهر 4/2024
- المدة: طيلة الشهر
- الميزانية: يتم التحديد بعد الحملة التجريبية

● الإعلانات عبر المؤثرين:

- التاريخ من شهر 1/2024 إلى شهر 4/2024
- المدة: يتم تحديدها في نفس الشهر
- الميزانية: يتم تحديدها في نفس الشهر

تخطيطات وتلخيصات هامة أخرى

أ- كيف نجلب العملاء:

- من هم الذين سيشترون منا؟

شرائح العملاء المحتملين والشريحة المستهدفة المذكورة في القسم رقم 7 "الشريحة المستهدفة".

- ماهي الرسالة التي سوف نوصلها للعملاء؟

رسالتنا التسويقية هي أننا أطلقنا عنان الإبداع الفني ودمجناه مع الطبيعة لنخرج بقطع مجوهرات فريدة وفاخرة يلبسها عميلنا لينسجم بروح الطبيعة.

- كيف سنصل للعملاء؟

سنصل إلى عملائنا بشكل مباشر عن طريق:

- إعلانات غوغل
- إعلانات انستغرام
- إعلانات المؤثرين

سنصل إلى عملائنا بشكل غير مباشر عن طريق:

- إعلانات البريد الإلكتروني التي تستهدف المتاجر لتوزيع منتجاتنا لهم
- صفحة الفيسبوك الخاصة بنا
- حساب الإنستغرام الخاص بنا
- حساب البينتيرسيت الخاص بنا

ب- كيف سوف نقتع العملاء ليتعاملوا معنا:

- كيف نجلب معلومات العملاء ونتواصل معهم؟

سنجلب معلومات عملاء الجملة عن طريق موظف الأبحاث التسويقية, وسنقوم بجلب معلومات العملاء المستهلكين عبر تتبّعهم على المتجر الإلكتروني وصفحات السوشال ميديا. من الممكن اتباع خطة حسابات المستخدمين في متجرنا الإلكتروني لجلب المزيد من المعلومات عن العملاء.

- كيف نُبقي العملاء على تواصل معنا وماذا نرسل لهم؟

- نقوم بتتبع عملائنا المحتملين والحاليين على متجرنا الإلكتروني ونقوم بإعادة استهدافهم عبر السوشال ميديا.
- نُبقي العملاء على تواصل دائم معنا عن طريق صفحات السوشال ميديا الخاصة بنا ونشر المحتوى المخصص لهم.
- نقوم بإرسال إيميلات دورية لعملائنا الحاليين الذين قد حصلنا على معلوماتهم مسبقاً.

- كيف نحول العميل من عميل محتمل إلى عميل حالي؟

- نقوم بعرض المحتوى الذي يهم عملائنا المحتملين.
- نقوم بعرض المنتجات عليه عبر الإعلانات على مرات متتالية ومتباعدة.
- نقوم بتقديم العروض والخصومات له.

ج- كيف نحافظ على عملائنا الحاليين:

- كيف نُسعد العملاء الحاليين؟

نقوم بتقديم ما هو أكثر من المتوقع للعميل, مثل خدمة العملاء الممتازة, سرعة التوصيل العالية, الهدايا والعروض الحصرية بالعملاء الحاليين.

- كيف نزيد من القيمة العمرية للعميل؟

نُبقي التواصل الدائم بيننا وبين العميل وتذكيره بأنفسنا عن طريق عرض المحتوى الذي يهمه وإرسال العروض التي قد يهمه استغلالها بالإضافة إلى رسائل التهنئة والأعياد.

- كيف نحول العميل لدينا إلى مروج لنا؟

عن طريق رفع معايير الجودة في كل نقطة التقاء بين الشركة والعميل, وتقديم المنتجات والخدمات الغير عادية والغير متوقعة لعملائنا.

المقترحات والإرشادات للشركة

- هذه الخطة تم إعدادها بدقة بعد دراسات وتحليلات واتخاذ القرارات الأنسب للوصول للأهداف المخطط لها لخطة السنة, لذا يجب الالتزام بها وعدم التغيير أو اتخاذ أي إجراء خارج الخطة قبل الرجوع إلى مدير التسويق.
- يجب مراجعة الخطة بشكل دوري بمعدل مرة كل شهر على الأقل من قبل المدير التنفيذي ومدير التسويق للتأكد من سير الخطة على نحو صحيح واتخاذ الإجراءات اللازمة في حال حدوث تغيرات.
- هذه الخطة تُعرض على صاحب المشروع والمستثمرين والمدير التنفيذي للمشروع, ولا يُنصح بعرضها على أشخاص خارج المشروع سوى المستثمرين.
- لا يجب عرض هذه الخطة على أي منافس لأي سبب كان قبل الرجوع لمدير التسويق لتقييم السبب.
- يُنصح بعرض قسم "أهداف الخطة" وقسم "الخطة التنفيذية" من الخطة التسويقية على الموظفين والقائمين على المشروع لمعرفة أهداف المشروع للسنة ومعرفة أدوارهم كجزء من المشروع وتحفيزهم للوصول إلى الأهداف.