

AZR-O-2026-004 · نسخة داخلية V1 - لمناقشة أحمد

نطاق نماء تحت ون / العرض الفني والمالي

مستند عمل داخلي يترجم نطاق ون (14 بنداً) إلى عرضٍ إجرائي تنفيذي: نطاق العمل بحدوده، ومخرجاته بمعايير قبول، وجدوله ومؤشرات، وضبط جودته - ثم التسعير مفصلاً ثلاث طبقات (التكلفة ← القيمة ← السعر البيعي) محسوباً بمعادلة آزر، في نموذجين: الفريق البشري، والعمل بالذكاء الاصطناعي.

الرقم	العميل	النسخة	التاريخ
AZR-O-2026-004	مجموعة ون (لصالح صندوق نماء)	داخلية V1 - قبل الاعتماد	2026-07-23

الملخص التنفيذي

- النطاق** - آزر تقود 8 بنود من الـ 14 وتشارك في 4، وون تقود الإعلام والإنتاج. العقد استشاري، سنة أولى، متبقٍ ~5 أشهر.
- التسعير مفصول ثلاث طبقات - التكلفة** (ما تنفقه. داخلي) ≠ **القيمة** (ما يجنيه العميل) ≠ **السعر** (القيمة برقم). نبيع بالمخرج لا بالتكلفة (عقيدة آزر)، والمعادلة تضمن ألا ينزل السعر تحت التكلفة + هامش.
- النموذج البشري** - ثلاث حزم تراكمية بجهد 50/104/121 يوم-شخص → أسعار بيعية 516 ألف / 1.073 مليون / 1.248 مليون ريال (قبل الخصم والضرريبة)، محسوبة بمعادلة أحمد لا مقدرة.
- النسخة الذكية** - بأتمتة الأبعاد الممكنة تنخفض التكلفة نحو 40% (أشخاص أقل + اشتراكات وتوكنز). فاقاً يتضخم الهامش إلى ~57% ببيع القيمة نفسها، أو نصير الأرخص تنافسياً - قرار استراتيجي (صفحة 12).
- القرار المفتوح الأخطر** - حجم عقد ون الكلي غير معلوم (سقف تسعيرنا)، ومتوسط تكلفة اليوم-شخص افتراض يعدله أحمد فتتحدث كل الأسعار. **داخلي**

01 – الإطار

على ماذا يُبنى هذا العرض

المرجعية

- عقد ون مع الصندوق: سنة واحدة استشارية بالدرجة الأولى: تارقت السنة الأولى مليار ريال والمتبقي منها نحو خمسة أشهر: نطاق مكتوب من 14 بنداً في أربعة مسارات صاغته ون.
- ون تعرض على آزر قيادة الجانب الاستراتيجي والاستهداف شريكاً تحت عقدها – أي العمود الفكري للنطاق.
- هذا العرض يسقّر نطاق آزر فقط: ولا يستنسخ أي محتوى وصفي من التصور المنشور – إجرائي تنفيذي بحث.

الرد المعتمد على عبدالله القرعاوي (بو عبدالرحيم) أساس هذا العرض

«راجعنا البنود كلها. الجواب المختصر: نعم – الجانب الاستراتيجي كله (المقارنة المعيارية، تحليل أصحاب المصلحة، التموضع، الاستراتيجية الاتصالية بسياساتها وإدارة الأزمات الاتصالية وأدلتها) صميم شغلنا. واستهداف الشركاء (النماذج، الباقات، رحلة المانح، دليل المحفزات، العروض الإقناعية) جاهزون نفوده. التنسيق: تجهز العدة كاملة ونجهز القيادات ونحضر معهم – والتمثيل الرسمي يبقى لقيادات الصندوق ومعكم، هذا أنظف للجميع أمام الجهات الحكومية، الفعاليات والإنتاج: نصمم المفهوم والتجربة وتنفيذها عندكم – تكامل. نرسل عرضاً بمؤشرات واضحة (بالتكلفة هذه نحقق كذا وكذا)، وقبله نصف ساعة نعتد فيها توزيع البنود الأربعة عشر بيننا بنداً بنداً ليأتي العرض مضبوطاً من أول مرة.»

ملاحظة النسخة الداخلية

هذه v1 لعين آزر فقط (محمد وأحمد). تحوي حالة التكلفة الكاملة بنموذجها والمخاطر والفرص والقرارات المفتوحة. نسخة العميل تُبنى بعدها بصيغتها المعتمدة (صفحة تفاعلية تنتهي بالشروط + ديك 9:16)، وتُنقّى من كل ما هو داخلي (المعادلة والتكلفة، مقارنة النموذجين، القسم الأخير).

02 – نطاق العمل

الأربعة عشر بنداً – ودور آزر في كل بند

م	البند	دور آزر	الحدّ (ما نقوده • نشارك • نستبعد)
1	دراسة الوضع الحالي والمقارنة المعيارية	تقود	نقيس نماء على صناديق وقفية وتنموية محلية وعالمية بمؤشرات موثقة المصدر
2	تحليل أصحاب المصلحة (النظام البيئي)	تقود	تحليل نفوذ/مصلحة كامل + أدوات مخاطبة لكل طرف
3	استراتيجية الهوية وتموضع العلامة للصندوق	تقود	التموضع والهوية اللفظية والسردية – لا الهوية البصرية التنفيذية
4	الاستراتيجية الاتصالية	تقود • ون تعتمد	الاستراتيجية + سياسات العلاقات العامة + بروتوكول إدارة الأزمات الاتصالية + الأدلة
5	نماذج الأعمال والمبادرات للشركات وكبار المانحين + باقات الرعاية	تقود	التصميم والهيكل: التفاوض الفعلي مع الجهات يبقى للصندوق/ون
6	هندسة رحلة المانح/الشريك + دليل المحفزات والمزايا	تقود	الرحلة والدليل بحدود ما يجيزه النظام واللجنة الشرعية
7	بناء العروض الإقناعية للجهات المستهدفة	تصنع المادة	آزر تصنع القوالب والمواد: ون تكيفها لكل جهة
8	التنسيق وتمثيل الاجتماعات + تجهيز القيادات + الدعم الاستشاري المستمر	مشارك بحدّ	نجهز العدة والقيادات ونحضر مستشارين: التمثيل الرسمي بتفويض خطي فقط
9	حزمة منافع إعلامية للجهات المشاركة	خارج النطاق	تقودها ون بمنظومتها الإعلامية
10	الإعلام الموازي والداعم	خارج النطاق	ون
11	إنتاج فيديوهات تعريفية وتوثيقية	المفهوم فقط	آزر تصنع المفهوم والسيناريو: الإنتاج عند ون (تاتش)
12	تنفيذ الفعاليات	التجربة فقط	آزر تصمم تجربة الفعالية وأجندتها: التنفيذ اللوجستي عند ون (CXG)
13	قياس الأداء والأثر الاتصالي	تقود	إطار القياس + لوحة المؤشرات المرتبطة بالمستهدف
14	إعداد التقرير الختامي والتوصيات التطويرية	تحرّر	بتوقيع الشراكة

حصيلة النطاق

آزر تقود 8 بنود (1.2.3.4.5.6.13.14) وتشارك في 4 (7.8.11.12) وتستبعد 2 (9.10). أي أن العرض يغطي العمود الاستراتيجي والاستهدافي – وتوزيع البنود يُقرّ كتابةً مع عبدالله قبل تثبيت الأسعار.

03 – المخرجات

ما يُسلّم بالاسم والعدد ومعيَار القبول

الرمز	المخرج	الصفة	معيَار القبول (متى يُعدّ مكتملاً)
A-1	وثيقة المقارنة المعيارية	وثيقة	≤6 بيانات مقارنة بمؤشرات موثقة المصدر + خلاصات قابلة للتنفيذ
A-2	خريطة ووثيقة أصحاب المصلحة	وثيقة + خريطة	كل طرف: نفوذ/مصلحة + أداة مخاطبة + مالك العلاقة
A-3	وثيقة التموضع والهوية اللفظية والسردية	وثيقة	جملة تموضع + معجم لغة + سردية معتمدة من اللجان
A-4	حزمة الاستراتيجية الاتصالية	4 وثائق	الاستراتيجية + سياسات PR + بروتوكول أزمات + دليل الرسائل
B-5	نماذج الأعمال + دليل باقات الرعايات	دليل	≤3 نماذج مشاركة + باقات بعوائد سمعة محسوبة
B-6	رحلة المانح + دليل المحفزات والمزايا	دليل	رحلة بخمس محطات + مزايا مجازة نظاماً وشرعاً
B-7	حزمة العروض الإقناعية	قوالب + مواد	قالب عرض قابل للتخصيص + حقيبة الأسئلة الصعبة
B-8	عدة الاجتماعات + تجهيز القيادات + الدعم المستمر	مرافقة	ملف تجهيز لكل اجتماع كبير + محضر ومتابعة
D-11	مفاهيم وسيناريوهات الفيديوها ت	وثيقة مفاهيم	مفهوم + سيناريو جاهز لتسليم منفذ ون
D-12	تصميم تجربة الفعاليات	دليل تجربة	رحلة الحاضر + أجندة + لحظات الأثر – لا اللوجستيك
C-13	إطار القياس + لوحة المؤشرات	وثيقة + لوحة	مؤشرات مخرجات وتفعيل مرتبطة بالمستهدف + آلية تحديث
C-14	التقرير الختامي والتوصيات	وثيقة	حصيلة الأثر + توصيات السنة الثانية

كل مخرج يخرج بهوية آزر ويمر ببوابة التحقق الداخلية قبل التسليم (صفحة 7). المخرجات B-8 مرافقة مستمرة لا وثيقة واحدة – تُقاس بعدد الاجتماعات المجفزة لا بملف.

04 – جدول الأعمال

موجتان عبر نافذة السنة الأولى المتبقية

النافذة الفعلية ~5 أشهر. نقسمها موجتين تحفظان الجودة وتنتجان أثراً مبكراً. مع رمضان محطة ذروة.

الموجة	المدة	المخرجات المستهدفة	محطة الإقفال
الموجة 1 الأساس الاستراتيجي	الأسابيع 8-1	A-1, A-2, A-3, A-4 + C-13 (الإطار) B-6 (النسخة الأولى)	اعتماد اللجان للسردية والسياسات + ورشة كسر التارقت
الموجة 2 التفعيل والاستهداف	الأسابيع 20-9	B-5, B-7, D-11, D-12 + تفعيل B-8 + أول جلسات كبرى	أول التزامات كبرى في مسار التفاوض + حملة تواكب رمضان
مستمر: المرافقة والقياس	طوال المدة	B-8 (الدعم الاستشاري) + تحديث لوحة C-13 دورياً	–
الإغلاق	الأسبوعان الأخيران	C-14 التقرير الختامي والتوصيات	تسليم موقع + توصيات السنة الثانية

قاعدة إدارة التوقع

أثر السنة الأولى **تأسيسي بطبيعته** – تبني آلة الحشد ونطلق أولى موجاتها. ولا نلتزم بحصة من التارقت (مليار). المؤشرات مخرجات وتفعيل نملك رافعاتها (صفحة 6). تماماً كما اقترح عبدالله: «حط مؤشرات من عندك».

05 – المؤشرات وأسلوب العمل

ما نحاسب عليه – وكيف نشتغل

أسلوب العمل ومعايير التنفيذ

- **حوكمة أسبوعية:** غرفة متابعة أسبوعية مع ون + مالك واحد لكل مخرج.
- **السقف النظامي مصمّم من البداية:** كل مادة تُبنى ضمن قيود هيئة السوق واللجنة الشرعية – لا وعود عوائد ولا ضمانات.
- **مسار اعتماد واضح:** كل مخرج ذو أثر خارجي يمر باعتماد الأهلي/اللجنة قبل النشر.
- **القارئ البارد حكم:** كل مصطلح داخلي يُترجم للسان الجمهور قبل استعماله.
- **حدّ التمثيل:** أزر تحضر وتجهز بصفة مستشار: التحدث الرسمي لقيادات الصندوق أو بتفويض خطي محدد.
- **لغة واحدة صادقة:** معجم يجسر توتر «استثماري/خيري» بصدق نظامي معتمد.

المؤشرات (مخرجات وتفعيل – لا نسبة تارقت)

اكتمال المخرجات في مواعيدها

نسبة المخرجات المسلمة والمعتمدة ضمن الجدول

جاهزية أدوات الحشد

دليل المحفزات وباقات الرعايات وقوالب العروض جاهزة ومعتمدة

تفعيل الجلسات الكبرى

عدد الاجتماعات المجّهزة والمنفّذة مع جهات مستهدفة

تقدّم مسار التفاوض

عدد الجهات التي بلغت مرحلة التفاوض الجادّ

جودة الاعتماد النظامي

نسبة المواد المجازة من الأهلي/اللجنة من أول مرة

المؤشرات النهائية وعتباتها تُقرّ مع فريق الصندوق في ورشة كسر التارقت ضمن الموجة الأولى – لا تُنبت من طرف واحد.

06 – الجودة

تقييم المخرجات وضبطها

بوابة الجودة الداخلية (قبل أي تسليم)

- 1 مطابقة الهوية: كل مخرج يمر بلنتر آزر (0 خطأ) ويُنظر إليه مرسوماً قبل الخروج.
- 2 المراجعة الرباعية للمخرجات الكبرى: عقلية الصندوق · الجمهور المستهدف · مصمم نخبة · تقني – لكل عين رُبْرِيك معايير.
- 3 الصدق والدقة: كل رقم بمصدر أولي أو يُوسم صراحةً: لا ادعاء بلا أثر.

دورة القبول مع العميل

المرحلة	المضمون
تسليم مسودة	المخرج بصيغته الأولى + معيار القبول المعلن سلفاً
جولتا مراجعة	جولتا تعديل مشمولتان لكل مخرج: ما زاد يُعامل تغييراً في النطاق
الاعتماد النظامي	مرور المواد الخارجية على الأهلي/اللجنة قبل الاعتماد النهائي
الإقفال	توقيع الاستلام على معيار القبول – لا على الذوق

ضبط النطاق

معيار القبول يُعلن **قبل** بدء كل مخرج، فالخلاف يُحسم على المعيار لا على الانطباع. طلبات التغيير خارج الجولتين تُوثق وتُسعر إضافةً – يحمي الطرفين ويمتد النطاق الصامت.

07 – التسعير · المنطق

التكلفة ≠ القيمة ≠ السعر

ثلاث طبقات لا تختلط

- **التكلفة:** ما تنفقه آزر داخلياً لإنتاج العمل (رواتب + غير مباشرة + مخاطر). **لا تظهر للعميل.**
- **القيمة:** ما يجنيه العميل من المخرج – أساس التسعير. عقيدة آزر: **نبيع بالمخرج لا بالتكلفة.**
- **السعر البيعي:** القيمة مترجمة برقم، والمعادلة تضمن ألا ينزل تحت التكلفة + هامش.

معادلة أحمد (تسعير عكسي)

التكلفة الداخلية = [(يوم-شخص × التكلفة المباشرة) + (يوم-شخص × غير المباشرة) + تكاليف مقطوعة] × (1 + المخاطر)
السعر البيعي = التكلفة الداخلية × (1 + الهامش)
الشامل = (السعر – خصم فئة العميل) × (1 + الضريبة)

يعدّله أحمد صندوق المعاملات – أي تغيير هنا يُحدّث كل الأسعار في الصفحات التالية

المعامل	القيمة	المصدر
التكلفة المباشرة / يوم-شخص	2,800 ريال	افتراض – يستبدله أحمد بالرواتب الفعلية (الراتب+22 شامل معاملات الجهد والصعوبة)
غير المباشرة / يوم-شخص	3,750 ريال	إعداد الإنتاج: 90,000 ريال/شهر + طاقة 24 يوم-شخص
احتياطي المخاطر	5%	إعداد الإنتاج
الهامش (Markup)	50%	إعداد الإنتاج – يعدّله أحمد بحسب فئة العميل
ضريبة القيمة المضافة	15%	نظامية – تُعرض منفصلة للفوترة

بهذه المعاملات: كل يوم-شخص = $1.5 \times 1.05 \times (3,750 + 2,800) = 10,316$ ريال سعراً بيعياً – مطابق لمتوسط عروض آزر المحققة (عرض جنيف AZR-O-2026-003). الخصم النهائي وفئة العميل قرار أحمد.

07 – النموذج البشري • التكلفة

تفصيل الجهد – بنداً بنداً

الرمز	المخرج / البند	المظلة	المستوى	الجهد
الحزمة 1 • الأساس الاستراتيجي				
A-1	دراسة المقارنة المعيارية	تموضع وسرديات	معقد	8
A-2	تحليل أصحاب المصلحة	تموضع وسرديات	متوسط	5
A-3	التموضع والهوية اللفظية والسردية	تموضع وسرديات	معقد	9
A-4	حزمة الاستراتيجية الاتصالية (4 وثائق)	حملات ومواسم	معقد	12
C-13	إطار القياس + لوحة المؤشرات	مبادرات وتفعيلات	متوسط	7
C-14	التقرير الختامي والتوصيات	تموضع وسرديات	بسيط	4
-	إدارة المشروع والتنسيق (الأساس)	-	-	5
مجموع الأساس				
50 يوم-شخص				
تُضاف في الحزمة 2 • الاستهداف والمرافقة				
B-5	نماذج الأعمال + باقات الرعاية	مبادرات وتفعيلات	معقد	12
B-6	رحلة المانح + دليل المحفزات والمزايا	وجهات وتجارب	معقد	10
B-7	حزمة العروض الإقناعية	مبادرات وتفعيلات	متوسط	8
B-8	المرافقة والدعم الاستشاري المستمر	مرافقة استشارية	مستمر	24
إضافات الحزمة 2 • التراكمي 104 يوم-شخص				
54 يوم-شخص				
تُضاف في الحزمة 3 • دعم التفعيل				
D-11	مفاهيم وسيناريوهات الفيديوها	حملات ومواسم	بسيط	4
D-12	تصميم تجربة الفعاليات	وجهات وتجارب	متوسط	6
-	إدارة وتنسيق التفعيل	-	-	7
إضافات الحزمة 3 • التراكمي 121 يوم-شخص				
17 يوم-شخص				

تكاليف مباشرة مقطوعة (فوق الجهد، تُقدّر عند التفصيل): مصادر بيانات وأبحاث مدفوعة للمقارنة المعيارية • إخراج وتصميم الأدلة والمواد النهائية • مورد خارجي متخصص عند الحاجة. الجهد أعلاه يبينه مطور الأعمال: ترجمته لأرقام في الصفحة التالية بمعاملات صفحة 8.

07 — النموذج البشري · السعر

من التكلفة إلى القيمة إلى السعر

الحزمة	الجهد	مباشرة	غير مباشرة	+ مخاطر 5% = التكلفة	x هامش 50% = السعر	+ ضريبة 15% = الشامل
1 · الأساس	50	140,000	187,500	343,875	516,000	593,400
2 · + الاستهداف الموصى	104	291,200	390,000	715,260	1,073,000	1,234,000
3 · الشاملة	121	338,800	453,750	832,178	1,248,000	1,435,000

كل الأرقام بالريال، محسوبة بمعادلة صفحة 8. السعر قبل خصم فئة العميل (أحمد). الشامل يُعرض للفوترة فقط.

القيمة مقابل كل حزمة (أساس السعر)

الحزمة 1 — الأساس الاستراتيجي 516 ألف ريال

تحويل مستهدف غامض إلى مسار واضح قابل للقياس. توفّر على الصندوق سنوات تجربة وخطأ: قصة موحدة وإطار قياس يُبنى عليهما كل حشد لاحق.

الحزمة 2 — + الاستهداف والمرافقة 1.073 مليون ريال الموصى

آلة الحشد كاملة + مستشار حاضر كل أسبوع. التزام كبير واحد يوقعه الصندوق يغطي أضعاف قيمة الحزمة — هنا يظهر العائد الحقيقي.

الحزمة 3 — الشاملة 1.248 مليون ريال

الشراكة الكاملة بما فيها محرك التفعيل الإبداعي (مفاهيم الفيديو وتجربة الفعاليات) — تسريع الوصول للمستهدف وبناء أصول تبقى للسنوات القادمة.

08 — النسخة الذكية · التكلفة

العمل بالذكاء الاصطناعي – الافتراضات والتكلفة

الأبعاد التي تبقى بشرية

- التوجيه الاستراتيجي الأول والحكم والذوق.
- العلاقة والتمثيل والحضور مع الجهات.
- المراجعة النظامية والشرعية للمواد.
- المساءلة أمام العميل – لا تُفوّض لأداة.

الأبعاد الممكنة أتممتها

- البحث والمقارنة المعيارية وجمع المصادر.
- صياغة الوثائق والأدلة والمسودات الأولى.
- توليد المواد وقوالب العروض الإقناعية.
- مفاهيم وسيناريوهات المحتوى.
- أطر القياس والتقارير.

النتيجة: الجهد البشري ينخفض نحو 40%. وتتحول التكلفة إلى أشخاص أقل + اشتراكات ذكاء + توكنز. بوابة الجودة تشتت: لا مخرج ذكاء يُنشر بلا مراجعة إنسان.

الحزمة	يوم-شخص بشري	مباشرة بشرية	غير مباشرة	ذكاء (اشتراكات+توكنز)	+ مخاطر 5% = التكلفة
1 · الأساس	27	75,600	101,250	15,000	201,000
2 · الاستهداف	62	173,600	232,500	25,000	453,000
3 · الشاملة	73	204,400	273,750	30,000	534,000

تكاليف الذكاء: اشتراكات منصات (Claude وغيرها بمقاعد الفريق) + توكنز للمهام الثقيلة (تركيب المقارنة، الصياغة، توليد المواد). المرافقة الاستشارية (B-8) تبقى بشرية غالباً فلا تنخفض كثيراً. الأرقام بالريال بنفس معاملات صفحة 8.

08 — النسخة الذكية · السعر والقرار

ماذا نفعل بالوفر؟

التكلفة انخفضت، والقيمة للعميل لم تتغير — **المخرج نفسه**. عقيدة آزر: نبيع بالمخرج لا بالتكلفة. فأمامنا استراتيجيتان وتوصية بينهما:

استراتيجية أ — نبيع بالقيمة (نفس سعر النموذج البشري)

الشاملة تبقى 1.248 مليون ريال بتكلفة 534 ألف → **الهامش يقفز من ~33% إلى ~57%**. الأنسب عقيدة — لكنها لا تمنح ون ميزة سعرية.

استراتيجية ب — نمرّر الوفر (تنافسي)

هامش 50% على تكلفة الذكاء → الشاملة ~801 ألف ريال (أرخص ~35%). رافعة قوية إن كان ظرف ون ضيقاً — لكنها تترك قيمة على الطاولة.

التوصية — الهجين

سعر بالقيمة مع «كفاءة ذكاء» ظاهرة: الشاملة عند **1.06 مليون** ريال (أخفض ~15% من النموذج البشري) — يبقى الهامش ~50%. ونصير الأكثر تنافسية. ونتموضع كاستوديو **يشغل الذكاء لا يقاومه**. الذكاء ميزة تُظهرها بثقة. لا سرّاً نخفيه — فالعميل يشتري النتيجة والمسؤولية. لا الأداة.

المقارنة (الحزمة الشاملة)

البند	النموذج البشري	النسخة الذكية
يوم-شخص بشري	121	73
تكاليف ذكاء	—	30,000 ريال
التكلفة الداخلية	832,000 ريال	534,000 ريال
السعر الموصى (بالقيمة/الهجين)	1,248,000 ريال	1,060,000 ريال
الهامش	~33%	~50%

09 — لعين آزر فقط

مخاطر · تحديات · إيجابيات · فرص

مخاطر وتحديات

إيجابيات وفرص

- **التبعية من الباطن:** عقدنا مع ون لا الصندوق: الدفع والتجديد بيدها – نطلب حضوراً مباشراً باسم آزر في المفاصل ومخرجات موقّعة بشعارنا.
 - **سقف الظرف المجهول:** حجم عقد ون غير معلوم – قد يضغط تسعيرنا.
 - **ذويان الحدود:** بنود 7/8/11/12 مشتركة – تحتاج مصفوفة مكتوبة تُلحق بالعقد.
 - **ملكية الأفكار:** مفردات تصورنا دخلت نطاق ون قبل تعاقدنا – نسرّع التعاقد ونسقي مخرجاتنا باسمنا.
 - **جودة مخرجات الذكاء:** النسخة الذكية تحتاج بوابة مراجعة بشرية أشدّ – وإلا خاطرنا باسمنا.
 - **النافذة القصيرة (5 أشهر):** جمل مخرجات كبير – الحزم التراكمية تعالجه بالتدرج.
 - **السقف النظامي:** كل مادة تمر بهيئة السوق واللجنة – قد يبطئ الإيقاع.
- **تصورنا صار لغة المشروع:** بنود ون 5-7 مفرداتها من طرحنا – قوة تفاوضية.
 - **سند قوي:** نائب الوزير متبنّي، الهيئة شريك بـ100 مليون، اعتماد هيئة السوق – رياح داعمة.
 - **رافعة الذكاء:** تخفض التكلفة 40% فتمنحنا هامشاً أعلى أو سعراً أكثر تنافسية – وتموضّعاً كاستوديو يشغل الذكاء.
 - **بوابة السنة الثانية:** نجاح سنة ون الأولى مدخل عقد مباشر لآزر مع الصندوق.
 - **قيمة مرجعية:** اسم نماء والوزارة في سجلنا يفتح صناديق ووزارات أخرى.
 - **أصول تُعاد:** دليل المحفزات ورحلة المانح وإطار القياس منهجيات نعيد بيعها.

قرارات تحتاج حسمك قبل بناء نسخة العميل

- 1 الحزمة المرشحة (نوصي بالثانية)، والنموذج (بشري / ذكي بسعر القيمة / ذكي هجين – نوصي بالأخير).
- 2 متوسط تكلفة اليوم-شخص (2,800 افتراض) والخصم والتقريب – مدخلاتك في الحاسبة.
- 3 سقف عقد ون الكلي – نسأل عبدالله صراحةً قبل تثبيت الأرقام.
- 4 إفصاح الذكاء: هل نُظهره للعميل ميزةً (نوصيتنا: نعم) أم نبقّيه داخلياً؟ وبنية التسعير: مقطوع أم هجين + مرافقة شهرية.