

المراجعة التشغيلية المبيعات والتوزيع

لعب النهج متعدد القنوات والشراكات الاستراتيجية دوراً مهماً في ضمان التوافر الواسع لمنتجات «بلدنا» وتحقيق حضور قوي في السوق. وتميزت عمليات المبيعات والتوزيع بكفاءة عالية وموثوقية في تلبية طلبات العملاء، مما أسهم في الأداء المتميز لهذا العام والذي تُوَّج بمعدل استثنائي في تلبية الطلبات بلغ 99.8%. وتواصل الشركة عملياتها على مدار الساعة طوال أيام السنة، محافظةً على مركزها الريادي كأكبر شركة لتصنيع المواد الغذائية وتوزيعها في دولة قطر تقدم خدمة متميزة وعالية الجودة تلي توقعات عملائها في قطاعات التجزئة والفنادق والمطاعم والمقاهي.



التوظيف الاستراتيجي للفعاليات الكبرى لتوسيع حضورنا

استثمرت «بلدنا» عدداً من المناسبات والفعاليات والمبادرات المهمة خلال العام 2024 لتحقيق نمو كبير في جوانب متعددة، وكان من أبرز هذه المناسبات بطولة كأس آسيا لكرة القدم التي استضافتها دولة قطر هذا العام، إذ تمكنت عبر هذه المنصة من توسيع قاعدة مستهلكيها وتحقيق قفزة ملموسة في حجم مبيعاتها. وعززت حضورها داخل

حققت «بلدنا» نمواً هائلاً في قنوات مبيعاتها الرئيسية، إذ شكل قطاع الفنادق والمطاعم والمقاهي نسبة 34% من إجمالي الإيرادات في عام 2024، مسجلاً زيادة بمعدل 8% على أساس سنوي. وبالمثل، سجلت منافذ البيع بالتجزئة الكبرى للشركة زيادة بنسبة 5% في حجم المبيعات مع نهاية العام، مسهمةً في الدخل الإجمالي بنسبة 44%، كما حقق قطاع تجارة التجزئة التقليدية نمواً بنسبة 8%، ليسهم بما يقارب خمس إيرادات الشركة.

ولمواكبة هذا النمو المتسارع، عززت الشركة شبكة توزيعها بشكل كبير إذ أضافت لها ستة مسارات جديدة في النصف الثاني من العام، وذلك للتعامل مع حجم المبيعات المتزايد على مستوى جميع القنوات، إلى جانب زيادة حجم سلة المنتجات، والتحقق من كفاية عدد الموظفين في فريق المبيعات بما يُمكّنهم من تلبية الطلب والاستفادة من الفرص المتزايدة.

وشكل موسم شهر رمضان المبارك رافداً مهماً لأداء الشركة، مواصلاً النجاح المتحقق خلال المواسم الرمضانية في السنوات الثلاث الماضية. وقد عززت الشركة تناغم علامتها التجارية مع أنماط الاستهلاك خلال هذه الفترة المهمة، ودعمت حضورها بإضفاء الطابع الرمضاني على هويتها التسويقية، وتكثيف الحملات الإعلانية في المتاجر. وأثمرت هذه الجهود مجتمعةً عن نمو حجم مبيعاتها بنسبة 4%، وزيادة إيراداتها بنسبة 7%، محققةً بذلك المستهدفات المرسومة.

شراكات استراتيجية مثمرة

واصلت «بلدنا» تعزيز علاقتها مع الخطوط الجوية القطرية، التي تُعد شريكاً وطنياً مهماً في مسيرة نموها. وقد تجلّى هذا النجاح في زيادة حجم المنتجات المقدمة للقطرية والفوز بمناقصات جديدة منها. ونجح فريق التطوير في الشركة بابتكار منتجات فريدة تناسب الوصفات المقدمة سواء في المرافق الأرضية أو على متن الطائرات، لخدمة موظفي الخطوط الجوية القطرية ومسافريها. وجددت «بلدنا» شراكتها الاستراتيجية مع شركة ودام للأغذية لمدة ثلاث سنوات إضافية، مما يعزز مساهمتها في تحقيق الأمن الغذائي الوطني ويحسن من ربحية مزارعها.

كما أنشأت «بلدنا» وشغّلت مصنع ألبان جديداً يمكنه تلبية الاحتياجات الكاملة للسوق القطرية من الحليب المبخر. بُني

هذا المصنع استناداً إلى قدرة الشركة على المشاركة والفوز في مناقصات التموين الحكومية. وتتسم عملية الفوز بالمناقصة الحكومية بالتعقيد وتستغرق وقتاً طويلاً، إذ تمر بمراحل متعددة تبدأ بالدعوة للمناقصة، ثم تقديم العطاءات، فالتقييم الفني، والتسعير التنافسي، وصولاً إلى الفوز بالمناقصة. وبفضل التعاون بين فرق العمل والمتابعة المستمرة والتفاوض مع لجنة المناقصات الحكومية، نجحت الشركة في الفوز بمناقصة التموين للحليب المبخر لعام 2025 بقيمة 100 مليون ريال قطري. وستبدأ «بلدنا» توريداتها الأولى في يناير 2025، مع استمرار التوريد اليومي حتى ديسمبر 2025.

وفي قطاع الفنادق والمطاعم والمقاهي (HORECA)، وسعت الشركة سلة منتجاتها لتشمل منتجات مستوردة، مما عزز خدماتها ومكانتها كأكبر مورد لمنتجات الألبان والعصائر في هذا القطاع. ونجحت في إطلاق العديد من المنتجات مثل معجون الطماطم، وجبن القشقوان، والشيدر، ومونتري جاك، وغيرها. كما فازت بأثنتي عشرة مناقصة إضافية لمنتجات لم تكن توردها سابقاً. وقد أسهمت هذه التطورات بشكل ملموس في تحسين أداء الشركة وتعزيز مكانتها كمورد مفضل في هذا القطاع المتنامي.

التعامل مع تزايد حدة المنافسة

من اللاعبين الخارجيين

شهد العام تحديات استثنائية، كان أبرزها تصاعد حدة المنافسة في السوق المحلي مع دخول شركات جديدة من دول مجلس التعاون الخليجي - السعودية والإمارات والكويتية - مما أدى إلى اشتداد المنافسة خاصة في فئات المنتجات غير الخاضعة للتنظيم، مثل العصائر بنوعها الطازجة وطويلة الأجل، إضافة إلى الأجبان الطبيعية والمطبوخة. وقد تفاقم الوضع التنافسي مع زيادة حجم الواردات من الأجبان والحليب العضوي واللبن، مدفوعاً

بانخفاض أسعار الحليب الأوروبي. هذا التدفق الكبير للمنتجات المستوردة أدى إلى انخفاض أسعار البيع في السوق، مما شكل ضغطاً كبيراً على المنتجين المحليين. ورغم أن هذه الفئات من المنتجات تمثل فرصاً واعدة للنمو في نظر «بلدنا»، إلا أن الشركة تبنت استراتيجية متوازنة للتعامل مع هذه التحديات، تركز المرحلة الأولى من هذه الاستراتيجية على حماية حصتها السوقية الحالية والحفاظ على مواقعها في منافذ البيع بالتجزئة. وما أن تؤمن هذه المكتسبات، ستنقل إلى المرحلة الثانية المتمثلة في تنفيذ خطتها للنمو والتوسع.

تطلعاتنا للعام 2025

ستركز «بلدنا» خلال السنوات القادمة على مواجهة تحدي الزيادة في واردات دول الخليج، وقد طورت لذلك استراتيجية استباقية شاملة موجهة للعملاء الرئيسيين والفئات الأساسية من المنتجات. وتشمل هذه الاستراتيجية مجموعة من المبادرات المتكاملة، تتمثل في تطوير مواقع عرض المنتجات، وتعزيز الحضور في المتاجر، وتقوية حضورها في مجال التجارة الإلكترونية، مع الاستفادة من ابتكارات المنتجات الجديدة. وفي إطار خطتها التوسعية، تسعى «بلدنا» إلى استكشاف أسواق جديدة واعدة، مع تطوير قنوات المبيعات القائمة، وبناء شراكات استراتيجية من شأنها تعزيز حضورها وزيادة حصتها السوقية في المناطق الرئيسية.

تمكنا عبر هذه المنصة من توسيع قاعدة مستهلكيها وتحقيق قفزة ملموسة في حجم مبيعاتها. وعززت حضورها داخل المتاجر خلال العام بافتتاح 10 متاجر حديثة، ودعمت ذلك بالتنفيذ الاستراتيجي لحملات الإعلان المباشرة التي تستهدف شرائح محددة من العملاء والمستهلكين المحتملين. وشملت أنشطة هذه الحملات نشر المواد الترويجية في نقاط البيع، وزيادة أماكن عرض الإعلانات في قسم المنتجات المبردة وفي القسم العادي، إلى جانب الإعلان في منشورات البيع بالتجزئ.