1448
BUSINESS PLAN

شركة إعمار الضيافة الفندقية
EMAAR AL DIYAFA HOTELS
SINCE 1998

Osturat Emaar Hotel

Muharram, 1448



WHAT WE'LL COVER
لمحة عن خطة الأعمال

1 **Chapter** Vision

2 **Chapter** 1447 Forecast Update

3 **Chapter** 1448 Budget

4 **Chapter** Commercial Review

5 **Chapter** Capital Plan

VISION الرؤية



1



Inspired by the vision of Mr. Anas Ammar.

Board Member and Chief Executive officer

مستوحاة من رؤية الرئيس التنفيذي السيد أنس عمار

من قلب مكة إلى العالم...

نؤمن بأن مسؤوليتنا تتجاوز استقبال الضيوف؛ فهي شرف ورسالة وامتداد لقيم إنسانية راسخة.
إن رؤيتنا في شركة إعمار الضيافة الفندقية تنبض بالكرم، وتتجسد في سعيٍ دائم لتقديم تجربة استثنائية تلامس روح المكان، وتُشعر ضيف الرحمن بأنه في موطنه الثاني.
فهنا حيث تهفو القلوب، نعمل بروح واحدة لنصنع ضيافة تليق بقدسية المقصد ورفعة الرسالة.
نحن لا نحتضن الزائر فحسب... بل نرافقه في رحلة تُحفر في الذاكرة وتُخلّد في الشعور.

هنا... تصبح الضيافة رسالة، وتتحول التجربة إلى ذكرى.

At Emaar Al Diyafa Hotels, we belief that possibility begins with vision. Guided by the insight and enduring conviction expressed by our CEO, Mr. Anas Ammar, we see our mission as more than hospitality—it is the responsibility and honor of serving those who come to the holiest destination on earth.
Our commitment is to lead with clarity, purpose, and unwavering faith in what we can build together. With every challenge we face and every opportunity we embrace, we reaffirm our dedication to excellence, to innovation, and to elevating the experience of the Guests of the Most Merciful.
True leadership means shaping a future worthy of the sacred place we serve.
With vision at our core, and belief as our foundation, we move forward confident, united, and inspired to achieve what is possible.”

Emaar Al Diyafa Group vision

رؤية مجموعة شركة إعمار للضيافة

Inspired by the vision of Emaar Hospitality and the leadership of its CEO, Mr. Anas Ammar, our management views its future role as one that goes far beyond operating a hotel.

It is a mission, a responsibility, and an honor serving the Guests of the Most Merciful and contributing to the hospitality that is intrinsically linked to the Holy Mosques.

We firmly believe that hospitality in Makkah is an honor before it is a profession, and a responsibility before it is a duty. Guided by this belief, our management is committed to building an integrated operational environment that elevates the guest experience and reflects the company's values and its mission to place the Guest of Allah at the center of everything we do.

انطلاقًا من رؤية شركة إعمار للضيافة وتوجيهات رئيسها التنفيذي السيد أنس عمار، ترى إدارتنا أن دورها المستقبلي يمتد إلى ما هو أبعد من تشغيل منشأة فندقية؛ فهو رسالة ومسؤولية وشرف في خدمة ضيوف الرحمن، وتعظيم أثر الضيافة المرتبطة بخدمة الحرمين الشريفين.

نحن نؤمن بأن الضيافة في مكة المكرمة هي شرف قبل أن تكون عملاً، ومسؤولية قبل أن تكون وظيفة,

و من هذا المنطلق، تلتزم إدارتنا ببناء بيئة تشغيلية متكاملة ترتقي بتجربة الضيف، وتقدم له رعاية استثنائية تعكس قيم الشركة ورسالتها التي تضع ضيف الرحمن في قلب الأولويات.

Emaar Al Diyafa Group vision رؤية شركة مجموعة إعمار للضيافة

What we provide to the Guests of the Most Merciful and to the company is founded on four main pillars:

1. Inspirational and Conscious Leadership
   Driven by strategic planning, empowerment of national talent, and the application of global hospitality standards that respect the sanctity and uniqueness of the location.

2. Enhancing the Guest Journey Through services built on care, respect, and facilitation from arrival to departure ensuring an experience worthy of the sacred purpose of their visit.

3. Supporting the Vision of the Parent Company
   By strengthening operational efficiency, enhancing returns, and adhering to the highest standards of quality, thereby reinforcing Emaar Hospitality's position as a leading model of hospitality connected to the Holy Mosques.

ما نقدمه لضيوف الرحمن وللشركة يتمحور حول ثلاثة محاور رئيسية:

1. قيادة تشغيلية واعية وملهمة تعتمد على التخطيط الاستراتيجي، وتمكين الكفاءات الوطنية، وتطبيق أفضل معايير الضيافة العالمية المتوافقة مع خصوصية وقدسية المكان.

2. تعظيم قيمة تجربة ضيف الرحمن عبر خدمات مبنية على الرعاية والاحترام والتسهيل، من لحظة الوصول وحتى المغادرة، بما يليق بقدسية رحلة الضيف وارتباطها بالحرمين الشريفين.

3. الإسهام في تحقيق رؤية الشركة الأمن خلال رفع كفاءة التشغيل، وتعزيز العوائد، والالتزام بمعايير الجودة، بما يدعم أهداف إعمار للضيافة في أن تكون النموذج الأرقى للضيافة المرتبطة بالحرمين.



HOTEL AT A GLANCE

Ostorat Emaar Hotel

- Osturat Emaar Hotel enjoys a convenient location in the **Al-Aziziyah district of Makkah**, approximately **2.9 km from Al-Masjid Al-Haram**.
- The hotel features **224 rooms** designed to provide comfort and luxury for both **short and long stays**.
- The hotel offers a welcoming atmosphere and services that meet the needs of **families, Umrah pilgrims, and travelers**, with easy access to transportation and nearby services, making your stay in Makkah more comfortable and convenient.

فندق اسطورة اعمار

- يتمتع فندق اسطورة اعمار بموقع جيد في حي العزيزية في مكة المكرمة ويبعد عن الحرم المكي مسافة 2.9 كم.
- يضم الفندق 224 غرفة مصممة لتوفير الراحة والفخامة للإقامات القصيرة والطويلة على حد سواء .
- يوفر الفندق أجواءً ترحيبية وخدمات تلبي احتياجات **العائلات، والمعتمرين، والمسافرين،** مع سهولة الوصول إلى وسائل النقل والخدمات القريبة، مما يجعل إقامتك في مكة أكثر راحة وسلاسة.









HOTEL VISION

الرؤيا

التركيز على تقديم **تجربة ضيافة موثوقة ومميزة في مكة المكرمة** للحجاج والزوار، من خلال خدمات عالية الجودة، وكفاءة تشغيلية، وتطبيق معايير الضيافة الحديثة، مع الحفاظ على **البعد الروحاني والخصوصية التي تميز الإقامة في مكة المكرمة**.

النظرة الاستراتيجية العامة لفندق اسطورة اعمار:

تعزيز مكانة الفندق في قطاع الضيافة

- ترسيخ حضور الفندق في سوق الضيافة بمكة المكرمة، وبناء مستوى عالٍ من **الثقة والمصداقية** ليكون خيارًا مفضلاً للحجاج والزوار
- تقديم **قيمة مضافة** تجمع بين الراحة وسهولة الوصول والأجواء الروحانية.

الارتقاء بجودة الخدمات

- العمل المستمر على **تطوير تجربة الضيف** في مختلف مراحل الإقامة
- تطبيق **معايير ضيافة حديثة** تتماشى مع خصوصية مكة المكرمة وطبيعة زوارها.

تحسين الأداء المالي

- رفع **كفاءة العمليات التشغيلية** بما يسهم في تعزيز الربحية، مع إدارة الموارد بفعالية لضمان **استدامة النمو والتطور**.

تطوير العمليات التشغيلية

- تحديث الأنظمة والإجراءات التشغيلية لتعزيز **السرعة والدقة في تقديم الخدمات**.
- الاستثمار في **التقنيات الحديثة والحلول الذكية** لتحسين تجربة الضيوف.

Strategic Vision Overview – Osturat Emaar Hotel

Enhancing the Hotel's Position in the Hospitality Sector

- Strengthen the hotel's presence in the hospitality market of Mecca, building a high level of trust and credibility to become the preferred choice for pilgrims and visitors.
- Provide added value that combines comfort, easy accessibility, and a spiritual atmosphere.

Elevating Service Quality

- Continuously develop the guest experience across all stages of their stay.
- Implement modern hospitality standards aligned with the privacy of Mecca and the nature of its visitors.

Improving Financial Performance

•Enhance operational efficiency to boost profitability, while effectively managing resources to ensure sustainable growth and development.

Developing Operational Processes

•Update operational systems and procedures to enhance speed and accuracy in service delivery.
•Invest in modern technologies and smart solutions to improve the guest experience.

HOTEL MISSION

MISSION:

Providing an exceptional hospitality experience that combines comfort, convenience, and outstanding service for pilgrims and visitors.

We offer distinctive services and tailored experiences to meet their needs, with specialized food and beverage offerings and flexible room options, ensuring the highest levels of satisfaction and spiritual fulfillment for guests in the targeted markets.

الرسالة:

تقديم تجربة ضيافة استثنائية تجمع بين الراحة والسهولة والخدمة المتميزة للحجاج والمعتمرين.

نوفر خدمات مميزة وتجارب مُصمَّمة خصيصًا لتلبية احتياجاتهم، مع عروض مميزة للطعام والشراب وأنواع متنوعة من الغرف المرنة، لضمان أعلى مستويات الرضا والروحانية للنزلاء في الأسواق المستهدفة.

HOTEL CORE VALUES

1. Authentic Hospitality
We create authentic and meaningful human experiences by welcoming every guest with honesty, warmth, and respect, while honoring our cultural heritage and embracing the spirit and sanctity of Mecca.

2. Integrity
We build trust through honesty, transparency, and ethical commitment, ensuring that all our actions and decisions reflect the highest standards of responsibility.

3. Excellence
We strive for excellence in everything we do, continuously raising our standards to deliver exceptional quality that exceeds our guests' expectations.

4. Creativity
We embrace innovation and creative thinking to enhance guest experiences, develop our services, and drive continuous improvement.

5. Adaptability
We remain flexible and ready, proactively responding to changing guest needs, operational requirements, and market dynamics.

الضيافة الأصيلة
نصنع تجارب إنسانية أصيلة ومؤثرة عبر استقبال كل ضيف بصدق ودفء واحترام، مع تقدير إرثنا الثقافي واستحضار روح مكة المكرمة وقدسيتها.

النزاهة
نبني الثقة من خلال الصدق والشفافية والالتزام الأخلاقي، ونحرص على أن تعكس جميع أفعالنا وقراراتنا أعلى معايير المسؤولية.

التميز
نسعى للتميز في كل ما نقوم به، ونرتقي بمعاييرنا باستمرار لتقديم جودة استثنائية وتجاوز توقعات ضيوفنا.

الإبداع
نتبنى الابتكار والتفكير المتجدد لتعزيز تجارب الضيوف، وتطوير خدماتنا، ودفع مسيرة التحسين المستمر.

التكيف
نتمتع بالمرونة والجاهزية، ونتفاعل بشكل استباقي مع احتياجات الضيوف المتغيرة، ومتطلبات التشغيل، وديناميكيات السوق.

FORECAST UPDATE
لمحة عن أداء الأعمال 1447

2

EXECUTIVE SUMMARY, 1447 Actual + Forecast

الأداء العام : بشكل عام، كان الأداء التشغيلي قويا . لم يتم تجاوز الميزانية في نسبة الإشغال ب 1 % ، مع الحفاظ على هامش الربح التشغيلي **GOP** بنسبة 53.38 وذلك رغم الضغوط على متوسط سعر الغرفة .

الطلب والإيرادات

- بلغت نسبة الإشغال 76 % علي مدار العام.
- جاء **متوسط سعر ADR** 112.38 وإجمالي الإيرادات 7,108,882.61 .
- ما زالت إيرادات الغرف تمثل المساهم الرئيسي في ايرادات الفندق.

إدارة التكاليف

- تم تحقيق ضبط قوي في التكاليف على مستوى الفندق.
- جاءت المصروفات التشغيلية اكثر ب 208,148.56 عن الميزانية نظرا للتجديدات الطارئة التي تم طلبها في موسم الحج .
- ساهمت هذه الوفورات في حماية الهوامش و الانخفاض في الإيرادات المتوقعه .

الربحية

- بلغ إجمالي الربح3,794,493.26 **ريال سعودي** ، أقل من الميزانية 6.05 % من حيث القيمة.
  ويؤكد ذلك استمرار الكفاءة التشغيلية القوية.

1447 Act + Forecast Vs Budget 1447

Consolidated P	& L Statement	Total	Moharram	Safar	R Awal	R Thani	J Awal	J Thani	Rajab	Sha'aban	Ramadan (1-20)	Ramadan (20-30)	Shawal	Zu Qidah	Zu Hijja
Actually revenue -1446	Rooms nights available	79,296	6,496	6,720	6,720	6,720	6,496	6,720	6,720	6,496	4,256	2,240	6,720	6,496	6,496
	Rooms occupancy percentage (%)	76%	55%	42%	78%	92%	93%	99%	95%	89%	98%	100%	75%	17%	83%
	Rooms nights sold	60,626	3,573	2,822	5,242	6,182	6,041	6,653	6,384	5,781	4,171	2,240	5,040	1,104	5,392
	Average daily rate (net)	107	54	59	55	52	54	60	69	69	115	145	55	435	445
	Average daily rate (include taxes)	126	64	70	65	61	64	71	81	81	136	171	65	513	525
	Room revenue	6,495,366	192,931	166,522	288,288	321,485	326,229	399,168	440,496	398,919	479,651	324,800	277,200	480,379	2,399,298
	Extra bed revenue	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Food and beverage revenue	15,368	12,413	0	2,913	0	42	0	0	0	0	0	0		
	Other revenue	70	-	-	-	-	70.00	-	-	-	-	-	-		
	Total hotel revenue (net)	6,510,804	205,344	166,522	291,201	321,485	326,341	399,168	440,496	398,919	483,734	525,551	242,179	480,379	2,399,298
	Total hotel revenue (include taxes)	7,674,610	242,049	196,287	343,253	378,950	384,675	470,519	519,235	470,226	570,201	619,493	285,468	566,247	2,828,172
Forecast revenue 1447	Rooms nights available	79,520	6,720	6,496	6,720	6,720	6,720	6,496	6,720	6,496	4,480	2,240	6,496	6,720	6,496
	Rooms occupancy percentage (%)	76%	55%	42%	78%	92%	93%	93%	95%	89%	98%	100%	75%	17%	83%
	Rooms nights sold	60,341	3,696	2,728	5,242	6,182	6,250	6,041	6,384	5,781	4,390	2,240	4,872	1,142	5,392
	Average daily rooms occupied	170	123	94	175	206	208	208	213	199	220	224	168	38	186
	Total number of guests	232,744	14,256	10,524	20,218	23,846	24,106	23,302	24,624	22,300	16,934	8,640	18,792	4,406	20,796
	Average daily rate	112	55	60	60	60	60	65	80	70	145	145	55	435	430
	Average daily rate include taxes	132	65	71	71	71	71	77	94	83	171	171	65	513	507
	Revenue per available room (revpar)	85	30	25	47	55	56	60	76	62	142	145	41	74	357
	Room revenue	6,780,234	203,280	163,699	314,496	370,944	374,976	392,683	510,720	404,701	636,608	324,800	267,960	496,944	2,318,422
	Extra bed available	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Extra bed occupancy percentage (%)	#DIV/0!	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Extra bed sold	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Extra bed rate	#DIV/0!	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Extra bed revenue	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Food and beverage percentage (%)	0.00%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Food and beverage revenue	15,368	12,413	0	2,913	0	42	0	0	0	0	0	0		
	Other revenue	875,722	-	-	-	-	70.00	-	-	-	-	-	-		875,652.17
	Total hotel revenue (net)	7,671,324	215,693	163,699	317,409	370,944	375,088	392,683	510,720	404,701	636,608	324,800	267,960	496,944	3,194,075
	Total hotel revenue (include taxes)	9,042,573	254,248	192,960	374,146	437,250	442,135	462,875	602,011	477,041	750,402	382,858	315,858	585,773	3,765,015

1447 FULL YEAR FORECAST

By Segment

Forecast revenue 1447														
	Rooms nights available	79,520	6,720	6,496	6,720	6,720	6,720	6,496	6,720	6,496	4,480	2,240	6,496	6,720
	Rooms occupancy percentage (%)	76%	55%	42%	78%	92%	93%	93%	95%	89%	98%	100%	75%	17%
	Rooms nights sold	60,341	3,696	2,728	5,242	6,182	6,250	6,041	6,384	5,781	4,390	2,240	4,872	1,142
	Average daily rooms occupied	170	123	94	175	206	208	208	213	199	220	224	168	38
	Total number of guests	232,744	14,256	10,524	20,218	23,846	24,106	23,302	24,624	22,300	16,934	8,640	18,792	4,406
	Average daily rate	112	55	60	60	60	60	65	80	70	145	145	55	435
	Average daily rate include taxes	132	65	71	71	71	71	77	94	83	171	171	65	513
	Revenue per available room (revpar)	85	30	25	47	55	56	60	76	62	142	145	41	74
	Room revenue	6,780,234	203,280	163,699	314,496	370,944	374,976	392,683	510,720	404,701	636,608	324,800	267,960	496,944
	Extra bed available	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Extra bed occupancy percentage (%)	#DIV/0!	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Extra bed sold	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Extra bed rate	#DIV/0!	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Extra bed revenue	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Food and beverage percentage (%)	0.00%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	Food and beverage revenue	15,368	12,413	0	2,913	0	42	0	0	0	0	0	0	
	Other revenue	875,722	-	-	-	-	70.00	-	-	-	-	-	-	
	Total hotel revenue (net)	7,671,324	215,693	163,699	317,409	370,944	375,088	392,683	510,720	404,701	636,608	324,800	267,960	496,944
	Total hotel revenue (include taxes)	9,042,573	254,248	192,960	374,146	437,250	442,135	462,875	602,011	477,041	750,402	382,858	315,858	585,773

1448 BUDGET

3

1447 EXECUTIVE SUMMARY

أداء الطلب والإيرادات

- بلغت نسبة الإشغال 6% بزيادة عن العام الماضي.
- بلغ متوسط السعر اليومي للغرفة ADR 112.81 ريال سعودي مقابل 109.80 ريال سعودي في العام الماضي، بزيادة قدرها ريال سعودي (2.7%)، مما انعكس إيجابياً على معدل الإيراد لكل غرفة متاحة RevPARوتحسن بنسبة 9.19 %.
- أغلقت الإيرادات الإجمالية عند 7.1 مليون ريال سعودي مقابل 7.2 مليون ريال سعودي في العام الماضي، بناقص 100 الف ريال (1.4%)
- بلغت إيرادات الغرف 6.9 مليون ريال سعودي مقابل 6.29 مليون ريال سعودي في العام الماضي، بزيادة 610 الف ريال (9.69%).

إدارة التكاليف

- تم التحكم بشكل جيد في المصروفات التشغيلية، مما ساهم في الحفاظ على هامش الربح التشغيلي GOPعند 53.38%، أعلى قليلاً من 51.55% في العام الماضي، مما يؤكد قوة الكفاءة التشغيلية.

الربحية

- أغلقت الأرباح التشغيلية GOPعند 3.794 مليون ريال سعودي، بزيادة 73 الف ريال (2%) عن العام الماضي، مما يعكس كفاءة تشغيلية قوية.

التكاليف الثابتة وصافي الربح NOP

- يبقى التحدي الرئيسي في التكاليف الثابتة، لا سيما الإيجار البالغ 2.42 مليون ريال سعودي، والذي يضغط على النتائج الصافية.

1448 Budget Vs 1447 Year

Hotel Revenue Summary 1447

NET

Umrah Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Umrah	14,014	0	0	0	14,014
Ramadan	4,292	0	0	0	4,292
Total	18,306	0	0	0	18,306

Hajj Revenue

Season	Room	Per Pax	F & B	Other	Total
First period	2,219	575	0	0	2,219
Main period	10,350	2,683	0	0	10,350
Total	12,569	3,259	0	0	12,569

Hotel Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Per Hotel	6,915,874	15,368	0	0	6,931,242
Per Room	30,874	69	0	0	30,943

Include Taxes

Umrah Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Umrah	16,519	0	0	0	16,519
Ramadan	5,059	0	0	0	5,059
Total	21,578	0	0	0	21,578

Hajj Revenue

Season	Room	Per Pax	F & B	Other	Total
First period	2,615	678	0	0	2,615
Main period	12,200	3,163	0	0	12,200
Total	14,815	3,841	0	0	14,815

Hotel Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Per Hotel	8,152,087	18,115	0	0	8,170,202
Per Room	36,393	81	0	0	36,474

Hotel Revenue Summary 1448

NET

Umrah Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Umrah	19,506	0	0	0	19,506
Ramadan	6,296	0	0	0	6,296
Total	25,802	0	0	0	25,802

Hajj Revenue

Season	Room	Per Pax	F & B	Other	Total
First period	2,145	556	0	0	2,145
Main period	10,707	2,776	0	0	10,707
Total	12,852	3,332	0	0	12,852

Hotel Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Per Hotel	8,658,373	0	0	0	8,658,373
Per Room	38,653	0	0	0	38,653

Include Taxes

Umrah Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Umrah	22,992	0	0	0	22,992
Ramadan	7,422	0	0	0	7,422
Total	30,414	0	0	0	30,414

Hajj Revenue

Season	Room	Per Pax	F & B	Other	Total
First period	2,528	655	0	0	2,528
Main period	12,621	3,272	0	0	12,621
Total	15,149	3,927	0	0	15,149

Hotel Revenue

Season	Room	F & B	Extra Bed	Other	Total
Per Hotel	10,206,057	0	0	0	10,206,057
Per Room	45,563	0	0	0	45,563

Payroll By Department Monthly 1448

A&G Departement

Monthes	Moharam	Safar	Rabie 1"	Rabie 2"	Jamad 1"	Jamad 2"	Rajab	Shaban	Ramadan	Shawal	Zul Quda	Zul Hejja
Total Payroll & Rela	17,208.42	17,208.42	17,208.42	17,208.42	17,208.42	17,208.42	17,208.42	17,208.42	18,958.42	17,208.42	17,208.42	30,708.42
TL Rooms Division Department												
Payroll & Related Ex	69,709.56	69,709.56	69,709.56	69,709.56	69,709.56	69,709.56	69,709.56	69,709.56	88,768.56	69,709.56	69,709.56	102,177.56
Repair & Maintinance Departement												
Total Payroll & Rela	20,090.24	20,090.24	20,090.24	20,090.24	20,090.24	20,090.24	20,090.24	20,090.24	28,589.94	20,090.24	20,090.24	37,089.64

COMMERCIAL REVIEW

4

1448 EXECUTIVE SUMMARY / COMMERCIAL

زيادة المنافسة:

يركز السوق الحالي في مكة علي اتخاذ القرارات المعتمدة علي الاسعار هذا الضغط يدفع الفنادق لتقديم اسعار تنافسية مما قد يؤثر علي الهوامش الربحية اذا لم يصاحبه خفض في التكاليف التشغيلية او رفع لكفاءة الخدمات .

تأثير القرارات الحكومية:

- كل شركة لديها عدد محدد من المعتمرين داخل المملكة. بالإضافة إلى ذلك، يسمح لمجموعة واحدة فقط من نفس الشركة بالتواجد في نفس التاريخ. تؤثر هذه السياسة على عدد المعتمرين المعنيين لكل شركة، وبالتالي تؤثر على إيرادات الفندق.
- في حال قررت الحكومة وقف إصدار التأشيرات بحلول الأول أو الخامس عشر من شهر شوال 1447، فسيؤثر ذلك على إيرادات الفندق.

ظروف قهرية:

- في حال حدوث أي قوة قهرية لا قدر الله في المنطقة،(حرب إيران/ إسرائيل) سيؤثر ذلك على الأسواق التي تأتي من الشرق.

تحديات السوق:

- افتتاح فنادق جديدة يؤدي جذب الضيوف بسبب عدة عوامل، منها: - المرافق الحديثة - أسعار تمهيدية تنافسية.

COMMERCIAL STRATEGY

Key Attributes – 1448

•

النظرة الاستراتيجية العامة لفندق اسطورة اعمار

تعزيز مكانة الفندق في سوق الضيافة

- تعزيز الثقة والمصداقية كخيار مفضل للحجاج والزوار.
- تقديم قيمة مضافة تتميز بالراحة والقرب والروحانية.

الارتقاء بجودة الخدمات

- تطوير تجربة الضيف في جميع نقاط الاتصال.
- تطبيق معايير ضيافة عالمية تتوافق مع خصوصية مكة المكرمة.

تحسين الأداء المالي

- رفع كفاءة التشغيل وتحسين الربحية.
- إدارة الموارد بفعالية لضمان استدامة النمو.

تحديث العمليات التشغيلية

- تحديث الأنظمة والإجراءات التشغيلية بما يعزز السرعة والدقة.
- الاستثمار في التكنولوجيا والخدمات الحديثة لتحسين تجربة الضيف.

COMMERCIAL ACTION PLAN

Rates & Availability

Recommended Rate Approach:

- Maintain **rate floors** by segment
- Use **value-added inclusions** (Meals – Highest category rooms, Late check out : according to availability) instead of discounts
- Differentiate rates by channel and booking window

Availability Control

- Ramadan
- Hajj
- High Umrah periods.
- Increase availability tactically during off-peak periods
- Avoid full open inventory across all channels simultaneously

Comprises:

- Religious organizations
- Corporate Umrah operators (Banks, Petroleum, Pharma) as Tez Tours, Excel Travel
- Institutional and repeat group clients

Moderate volume:

- Predictable, Lower cancellation risk, Potential for repeat annual business

نهج السعر السياسة التسعيرية:

- الحفاظ على سياسة تسعيرية لكل سوق.
- بدلا من تخفيض الأسعار يمكن تقديم إضافات للنزيل (وجبات – ترقية الي غرف اعلى ، خروج متأخر: حسب التوافر) بدلا من الخصومات
- تضارب الأسعار على قنوات البيع يؤثر بالسلب على ثقة العميل

التحكم فى الامكانيات خلال:

- رمضان
- الحج
- فترات العمرة المرتفعة لتحقيق اعلي نسبة إيرادات
- زيادة التوافر تكتيكيا خلال فترات الذروة المنخفضة
- متابعة القنوات البيعية (اون لاين) مع مراعاة الإمكانيات والمحافظة دائما على التواجد في الصفحات الاولي Visibility

بناء علاقات قوية مع :

- المنظمات الدينية
- شركات العمرة التي تعمل مع مؤسسات وجمعيات وشركات مختلفة (بنوك – شركات بترول – شركات ادوية) Tez Tour, Excel Travel
- الحفظ على المجموعات المتكررة كل عام

هذا النوع من المجموعات ذا حجم غير كبير

نسبة الإلغاء تكون قليلة جدا تكرار المجموعات بشكل سنوي يخلق نوع من الولاء بين العملاء والفندق

COMMERCIAL / MARKETS

السوق التركي

- من الأسواق انهم من ذوي الأسعار المرتفعة
- اقامتهم شاملة إفطار
- **السوق المصري**
- **السوق الليبي**
- **السوق العراقي**

Sales Business Trips

City	Date	Sales person
Turkey	07/2026 – 09/2026-10/2026	Rami Hindawy
Iraq	07/2026 – 09/2026-10/2026	Omar Abutahoon
Libya	07/2026 – 09/2026-10/2026	Mahmoud Elbakry
Egypt	07/2026 – 09/2026-10/2026	Mohammad Ibrahim



WE ….

At Emaar Al Diyafa Hotels, leadership is not defined by titles, but by the belief that possibility begins with vision. Guided by the insight and enduring conviction expressed by our CEO, Mr. Anas Ammar, we see our mission as more than hospitality—it is the responsibility and honor of serving those who come to the holiest destination on earth.
Our commitment is to lead with clarity, purpose, and unwavering faith in what we can build together. With every challenge we face and every opportunity we embrace, we reaffirm our dedication to excellence, to innovation, and to elevating the experience of the Guests of the Most Merciful.
True leadership means shaping a future worthy of the sacred place we serve. With vision at our core, and belief as our foundation, we move forward confident, united, and inspired to achieve what is possible.”



نحن ...

"في شركة إعمار الضيافة الفندقية، لا تُقاس القيادة بالألقاب، بل بالإيمان بأن كل إنجاز يبدأ برؤية. واستلهامًا من الكلمات الملهمة لرئيسنا التنفيذي، السيد أنس عمار، ندرك أن رسالتنا تتجاوز إطار الضيافة التقليدية؛ فهي مسؤولية وشرف لخدمة من قصدوا أقدس بقاع الأرض.

نحن نؤمن بأن القيادة الحقيقية تقوم على الوضوح، والهدف، والثقة الراسخة بما يمكن أن نبنيه معًا. ومع كل تحدٍ نواجهه، وكل فرصة نغتنمها، نؤكد التزامنا بالتميز والابتكار والارتقاء بتجربة ضيوف الرحمن.
إن القيادة تعني صياغة مستقبل يليق بقدسية المكان الذي نخدمه. وبرؤية ثابتة وإيمان عميق، نمضي قدمًا بثقة ووحدة وإلهام لتحقيق الممكن."

THANK YOU

شركة إعمار الضيافة الفندقية
EMAAR AL DIYAFA HOTELS
SINCE 1998