



WOLFHEAD
AGENCY



حرب التطبيقات

قراءة تسويقية واستراتيجية للصراع
بين Jahez و Keeta في السوق السعودي

ما بين السوق والشارع

كيف تحوّلت تطبيقات التوصيل إلى ساحة معركة؟

في عالم التجارة، المنافسة ليست خيارًا بل ضرورة، لكن ما يحدث في السوق السعودي لتوصيل الطعام تخطى المنافسة إلى ما يمكن وصفه بـ«حرب التطبيقات»، حيث تتواجه منصات ضخمة بأساليب هجومية، سواءً عبر العروض أو حتى التصريحات الإعلامية، فدخل Keeta الصيني أثار موجة من التوتر الإعلامي، قابلها ردود سعودية من Jahez بثقة واضحة. هذا الملف يحلل ما وراء هذه الحرب ويكشف تأثيرها على المستهلكين، الشركات، والسوق ككل.

سوق التوصيل في السعودية بالأرقام 2024

ninja

24-30

مليون طلب

**HUNGER
STATION**

102-117

مليون طلب

jahez

106

مليون طلب

**Mr
Mandoob**

2.5

مليون طلب

إجمالي الطلبات

290

مليون طلب

**TO
YOU**

10-15

مليون طلب

أبرز ملامح السوق

3

اعتماد متزايد على العروض والخصومات

2

تزايد التوسع الإقليمي

1

تضخم قاعدة المستخدمين

بداية المعركة الإعلامية

Because we believe if you're serious about leading, you need to show up like it.
Loudly. Boldly. Consistently.

We're not here to play it safe.
We're here to dominate.

When we enter a market, we don't tiptoe in — we light it.
We invest big in our [#tech](#), [#logistic](#), [#infrastructure](#), [#training](#), [#create](#) so many jobs that our customers feel it, live it, and choose us first — every time.

عندما نطق الصيني



واشتعل السعودي!

في أكتوبر 2024، دخلت Keeta الصينية بقوة السوق السعودي بتصريحات نارية:

“نحن لا ندخل السوق بهدوء، بل ندخل لنهيمن عليه”

قابلتها جاهز بتصريح حاسم:

“مجرد منافس آخر... نحن مستعدون”

هذا التوتر انتقل سريعًا إلى منصات الإعلام ومواقع التواصل، لتبدأ حرب لا تُشبه إلا المعارك التسويقية الكبرى عالميًا.

خارطة Keeta

التوسع بأسلوب التتبع

استثمار تمهيدي

مليار ريال (266 مليون دولار)

نموذج هونغ كونغ

خصومات ضخمة وتوصيل مجاني

توطين فعلي

توظيف محلي في التسويق
واكتساب العملاء

استهداف فئات سعرية حساسة

موظفين وطلاب

تقنيات متقدمة

إدارة تشغيلية ضخمة
60 مليون طلب يوميًا عالميًا

خطط مستقبلية

التوصيل عبر الدرون
في المدن الكبرى

جاهز

المارد المحلي بثقة وطنية



قاعدة عملاء 4.3 مليون
مستخدم نشط



تغطي 95% من سكان
السعودية بـ 90+ مدينة



تأسست في 2016
وأدرجت في البورصة 2022



تطبيقات الذكاء الاصطناعي
في التوصيل وتحليل البيانات



توسع مدروس إلى
الكويت والبحرين



شراكات مع 45 ألف فرع
ومطعم

إيرادات 2024: 2.2 مليار ريال
صافي أرباح: 187.9 مليون ريال



مقارنة استراتيجية

بين Jahez و Keeta

Keeta	Jahez	البند
صيني - عالمي	سعودي - محلي	التأسيس
ناشئة	راسخة	القاعدة
محلي	محلي	الجمهور المستهدف
بنية عالمية ضخمة	ذكاء اصطناعي محلي متطور	التقنية
سريع ومفاجئ	مدروس وتدرجي	التوسع
هجومية جدًا	مزيج بين ولاء وتخفيضات	العروض
سلاح مؤثر على قرار العملاء	أسعار ثابتة	السعر الحساس

أنا العميل..

ماذا جنيت من هذه الحرب؟



سلبيات

فوضى في الأسعار

ضغط على خدمة العملاء

تشتيت الولاء



مكاسب

عروض قوية

تحسين جودة الخدمة

تحفيز للتطوير التقني

سرعة في الاستجابة

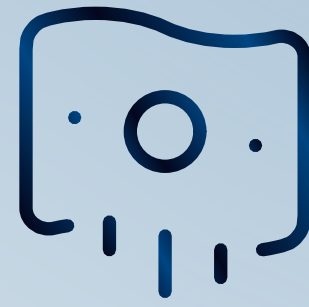
التنافس..

هل هو دائمًا مفيد؟

رغم الفوائد الظاهرة،
إلا أن المنافسة المفرطة قد تؤدي إلى:



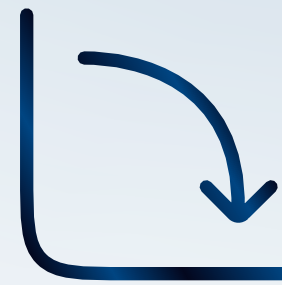
ضغوط تشغيلية على
مندوبي التوصيل



استنزاف ميزانيات
الشركات



انسحاب شركات ناشئة
لا تحتمل المعركة



ضعف الولاء
عند المستخدم

خطر حرق الأسعار

نموذج حرق الأسعار يحقق جذبًا سريعًا لكنه:

- 1 يهدد استدامة الشركات
- 2 قد يؤدي إلى اندماجات قسرية
- 3 يُخفض من قيمة الخدمة على المدى الطويل

تجربة «DoorDash» و «Deliveroo»
بدأت بعروض قوية لكن فشلت بتحقيق أرباح حتى سنوات متأخرة.

هل هنقرستيشن المستفيد الأكبر؟

بينما تتصارع Jahez و Keeta
على الإعلام والأسعار:



حافظت هنقرستيشن على
قاعدة ضخمة



اعتمدت على استقرارها
وعلاقتها بالمطاعم



ظلت منافسة لكنها غير عدوانية،
مما كسبها ولاء شريحة كبيرة

إلى أين يتجه مستقبل السوق؟



اشتراكات ذكية



توصيل بالدرون



دمج خدمات متعددة
(بقالات، صيدليات، مطاعم)



ذكاء اصطناعي
تنبؤي

أسئلة عميقة

من تجارب الأسواق العالمية

هل نموذج حرق الأسعار أداة لبناء الولاء؟

لا، هو أداة لجذب سريع، لكن الولاء يُبنى بالخدمة والتجربة وليس السعر فقط.

هل الحرب تخلق وظائف أم تستغل موارد؟

كلاهما؛ ستكون الوظائف في البداية كثيرة، لكن الضغط والتكاليف قد تجعلها قصيرة المدى.

هل يمكن لتطبيق ناشئ دخول السوق الآن؟

نعم، بشرط التخصص، مثل التوصيل في الليل، أو البقالة فقط، أو خدمة فاخرة.

هل تتدخل الحكومة؟

الحكومة تراقب وتُحفز الابتكار، لكن قد تتدخل لتنظيم السوق عند الحاجة.

عبرة من الأسواق العالمية

Uber Eats

انسحب من الشرق الأوسط
لصالح كريم

zomato

انسحب من عدة أسواق
بسبب الضغط العالي

Glovo?

نجح في أفريقيا لأنه ركز على
المدن المتوسطة فقط

ما الذي يجب أن يتعلمه رواد الأعمال؟



لا تقتصر على السعر..
بناء الثقة أهم



لا تدخل سوق التوصيل
بدون ميزة تنافسية واضحة



خُذ وقتك في بناء العلاقات
مع المطاعم والمستخدمين



ركّز على شريحة محددة
ثم توسّع

لا تزال المعركة في بدايتها
لكن المستهلك هو الرابح المؤقت

KeeTa

تمتلك الكفاءة
التشغيلية العالمية

Jahez

تمتلك العمق المحلي

من يُوظّف التقنية
والعلاقات بذكاء سيفوز

”

السوق كبير
لكن ليس للجميع
بل للأذكي

المصادر

IMARC Report

دخول Keeta إلى الرياض باستثمار كبير (أكتوبر 2024) Imarc Group

صحيفة الاقتصادية

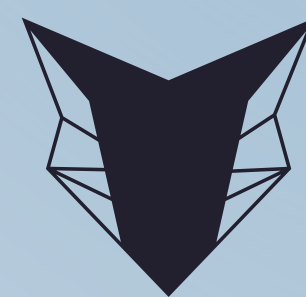
جاهز: 106M طلب و187.9 مليون أرباح (2024) الاقتصادية

Rest of World

استراتيجية Keeta في التوسع السعودي Rest of World

TGM StatBox

55% HungerStation الأكثر استخداماً TGM StatBox



WOLFHEAD
A G E N C Y

تقاريرنا تحكي الكثير من القصص والإنجازات
أرقام ومعلومات نسعى لطرحها بصورة فريدة

تابعونا للمزيد