



MARKETING Club 161st

161^h Marketing Club
117th Business Club
31st Cairo Club

Marketers' Sales Management

إدارة المبيعات لمديرين التسويق

JOIN FREE



LIVE WEBINAR

CLUB FOUNDER, HOST
DR. MAHMOUD BAHGAT
LEGENDARY DIRECTOR

Date

5-11
2024
Tuesday

Time

10:00PM
 Egypt

Time

11:00PM
 KSA

Time

12:00 am
 UAE

Place

Online
Zoom



Instructor
Dr. Mohamed Saeed
Sales & Marketing Consultant

أهلا وسهلا

ms





Mohammad Said

Marketing Director

Lecturer

Business consultant

Freelance corporate trainer

MBA Holder "Marketing major"

24 years experience in sales & marketing management



<https://mohammadsaid.site123.me/>





Dr. Ehab Mesallum





Sales Analysis

Successful sales don't happen by chance

قيادة .. تميز .. تطبيق



كُلُّ عِلْمٍ لَيْسَ فِي الْقِرْطَاسِ ضَاعَ



قبل ما نتكلم في التحليل و البيع

إنت المهم

RE-Invent Your Self





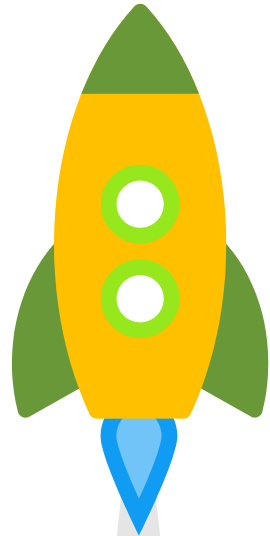
١%



٣٧
ضعف

2 years is 1400
and after 3 Years will be more than 5000





من لم يتقدم يتقادم
خلي كل يوم افضل







The Vital Link Between Sales and Marketing

Marketing Strategy



Sales Management



Revenue Generation

Sustainable business growth

Optimize the customer journey

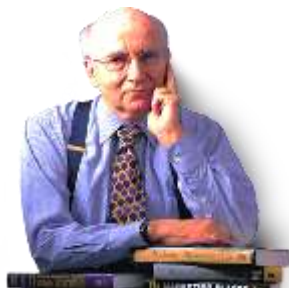




Production



Product -
Customer
centric



Human
centric

Mkg
3.0



Marketing
From A to A

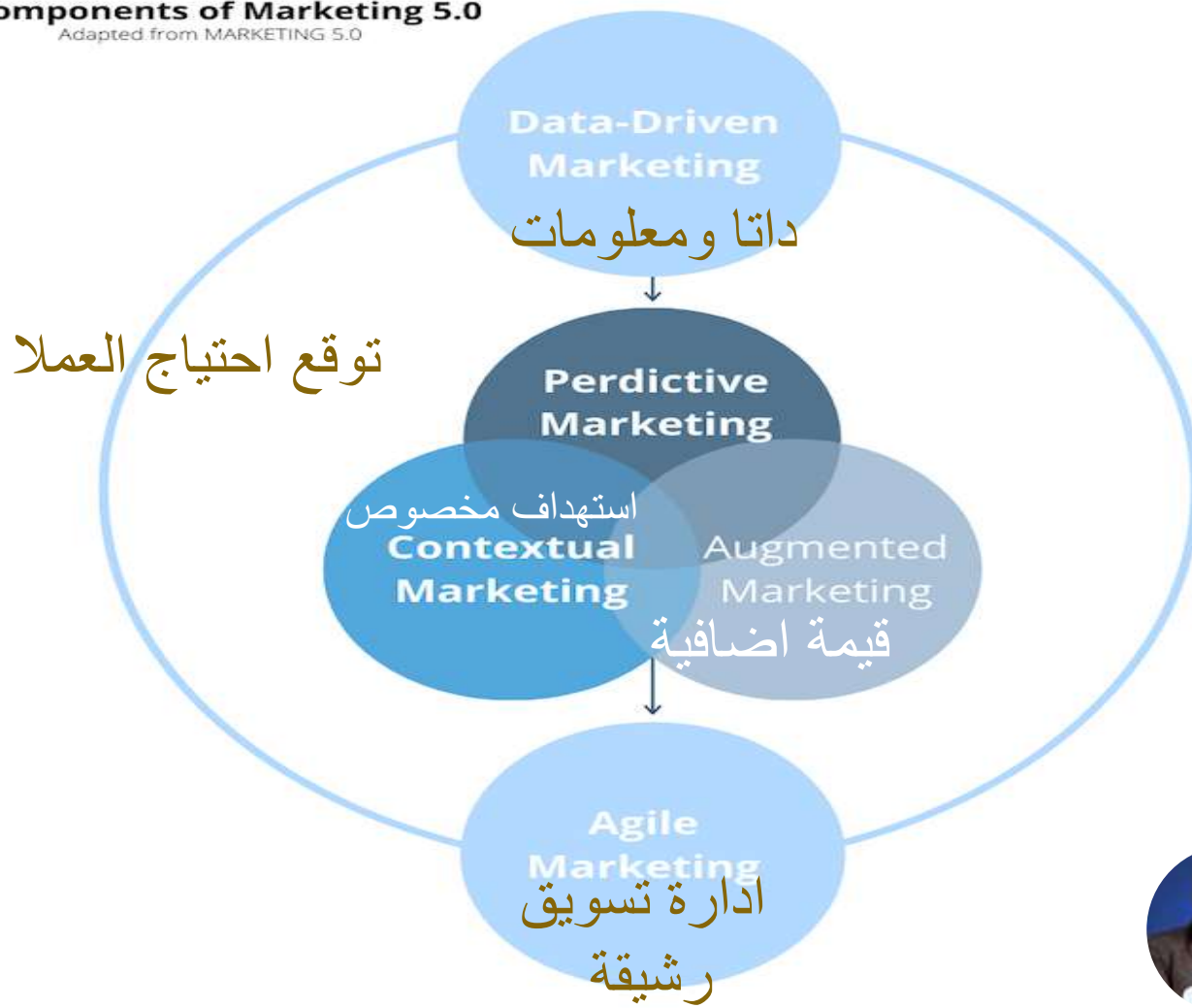
Mkg

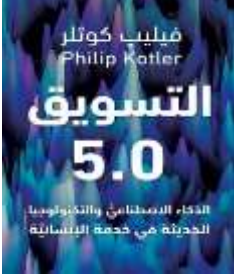




5 Components of Marketing 5.0

Adapted from MARKETING 5.0





BABY BOOMERS



GEN X



GEN Y



GEN Z



GEN ALPHA

KEY
DEFINITION

The Aging
Economic
Power-
house

The
Middle-
Child
Leaders

The Gen-
Why
Millennials

The First
Digital
Natives

The
Children of
Millennials

BRAND
PREFERENCE

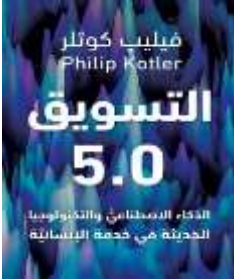
ESTABLISHED BRANDS

EXPERIENTIAL BRANDS

ENGAGING BRANDS

FIGURE 2.1 The Five Generations and Their Brand Preference





DOMINANT GENERATION



MARKETING SCHOOL OF THOUGHT



FIGURE 2.3 The Five Generations and Marketing Evolution



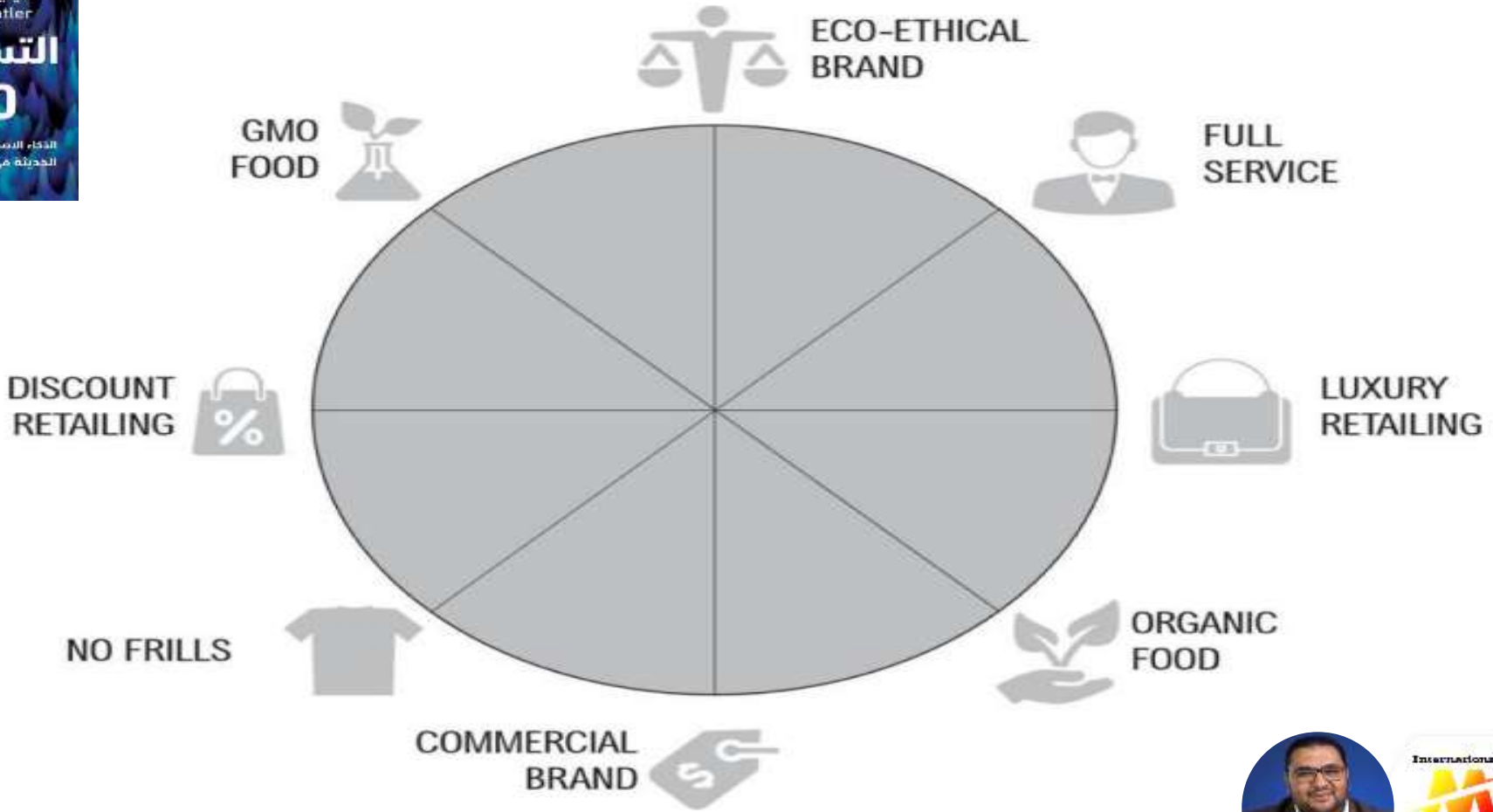


FIGURE 3.2 Market Polarization Across Categories





مكانك
M A K A N A K



فيليب كوتلر
Philip Kotler

التسويق 6.0

التسويق في عصر الميتافيرس
والتجارب الغامرة للعملاء







Marketer Role

Guide
Organization
Through Strategy

To generate the
optimal customer
segment
& positioning

Control

Performance
Revenue

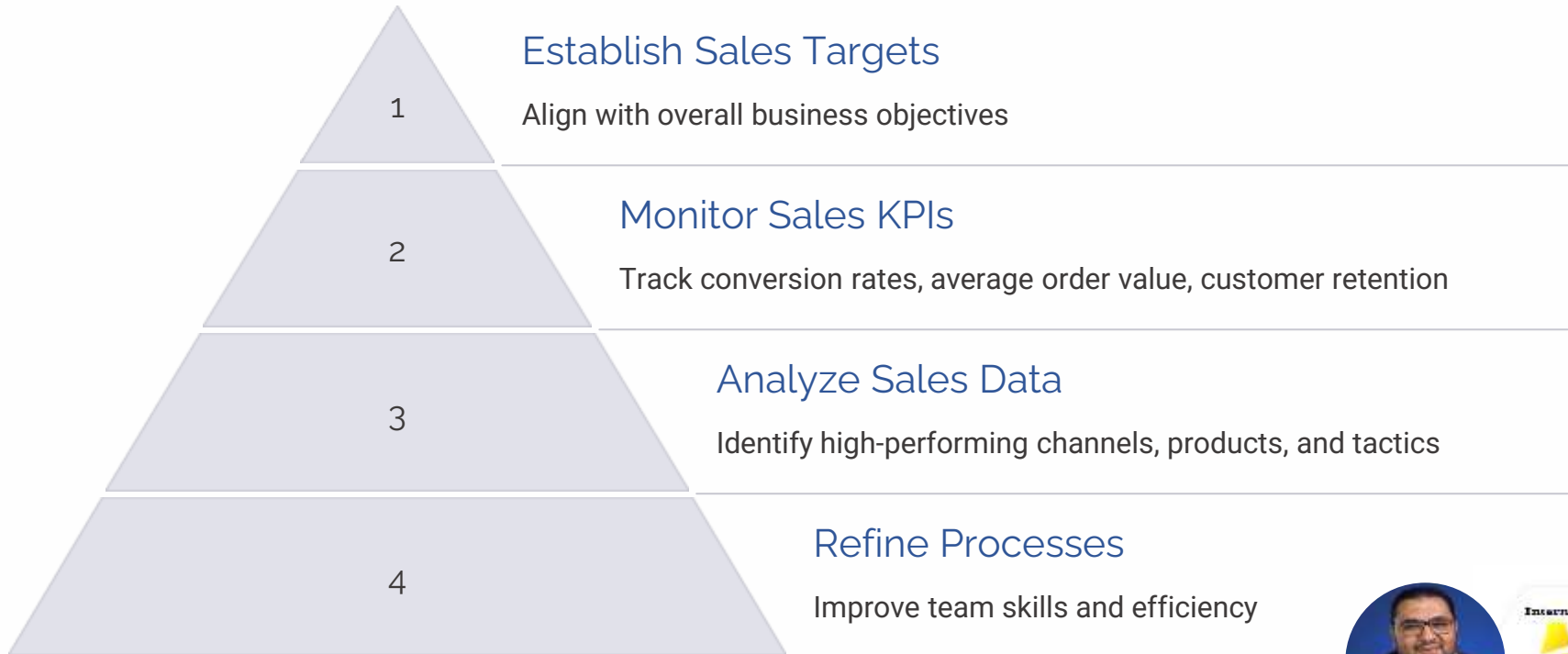
Support

Team to Drive
Sales
Excellence

Brand



Driving Sales Excellence



Overcoming Sales Challenges in Marketing

1

Aligning Sales and Marketing Messaging

Present a unified brand story to customers by aligning sales and marketing messaging.

2

Bridging the Knowledge Gap

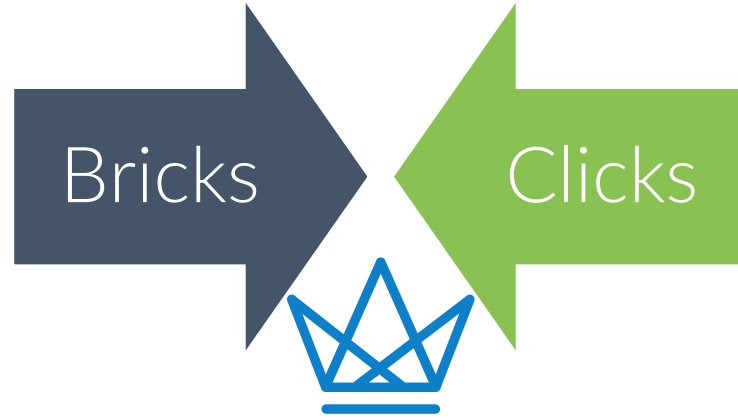
Bridge the gap between technical sales capabilities and marketing-driven customer insights.

3

Fostering Collaboration to excellence

Optimize the customer experience by fostering collaboration between siloed sales and marketing teams.





Sales Analysis

Successful sales don't happen by chance



قيادة .. تميز .. تطبيق

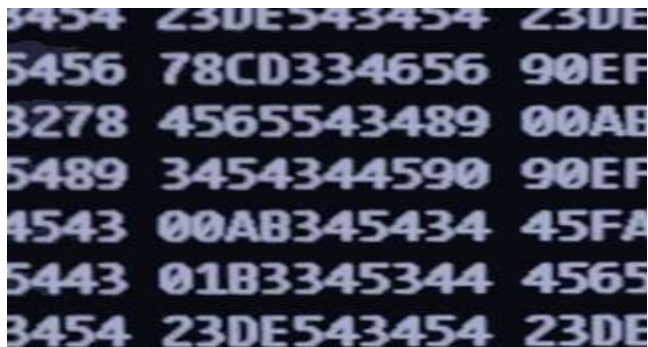




WITH REGARD DR. MOHAMMAD SAID



Sales = ??



Product sales analysis

Sales performance analysis

Sales pipeline analysis

Sales Opportunities

Customer Lifetime Value (LTV)

Sales Targets

Revenue

Net Profit Margin

Gross Profit Margin

Prescriptive analysis

Predictive sales an

Monthly Sales Gr

Lead Conversion Rate



Organization Effectiveness Framework



**Sales
Analysis**



**Productivity
Analysis**



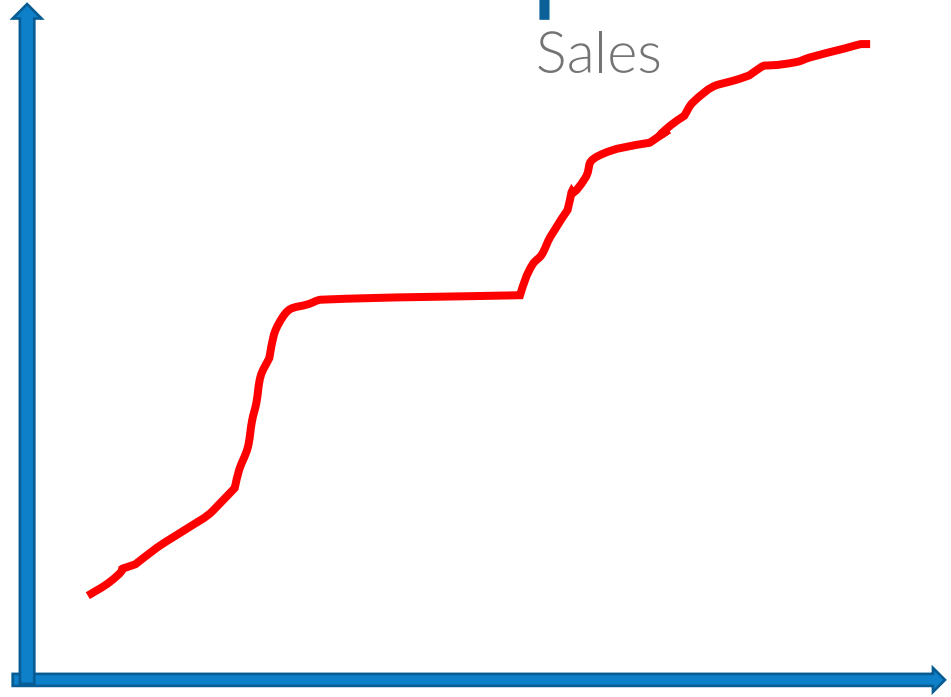
**Cost
Analysis**



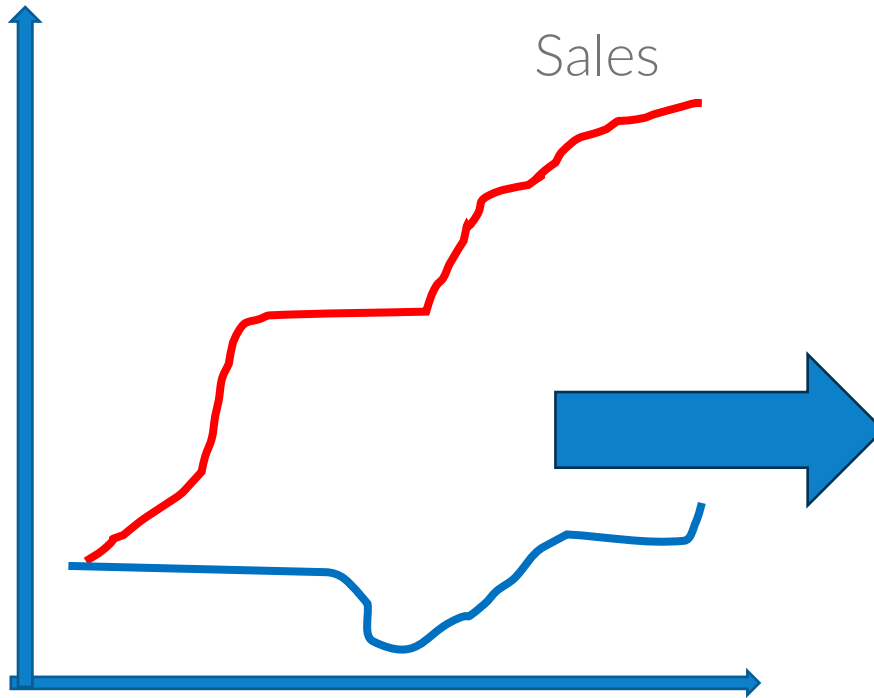
**Profitability
analysis**



Good sales may cover bad performance



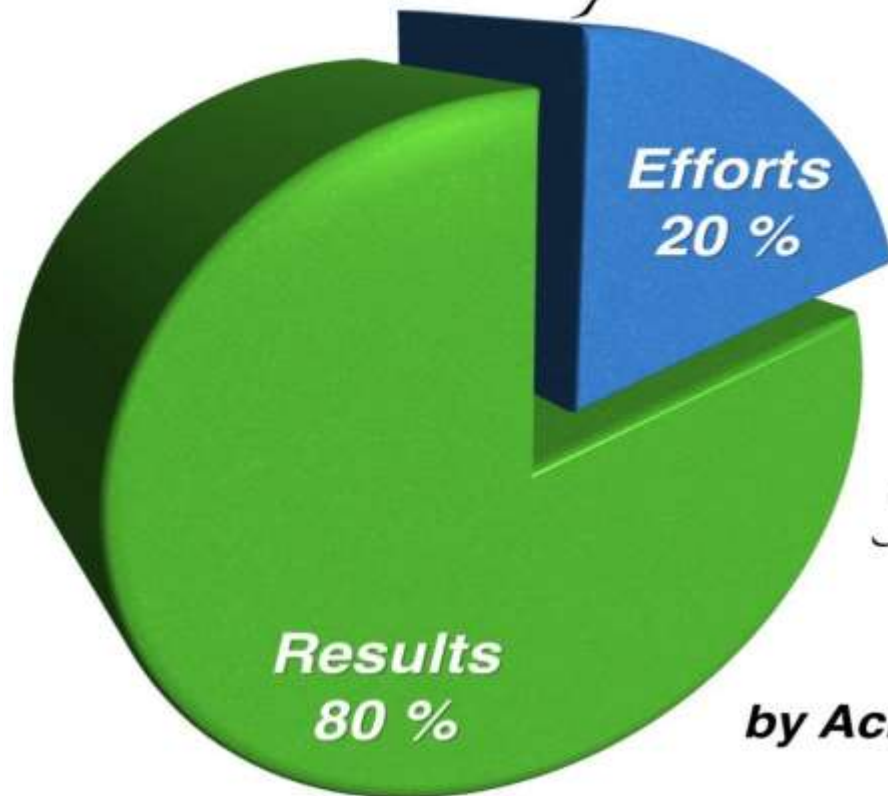
Additional analysis



- Regions
- Sales rep
- Products
- Account
- No. of customers
- Cost
- Profit
- Order size
- Missed opportunity



The Pareto Principle



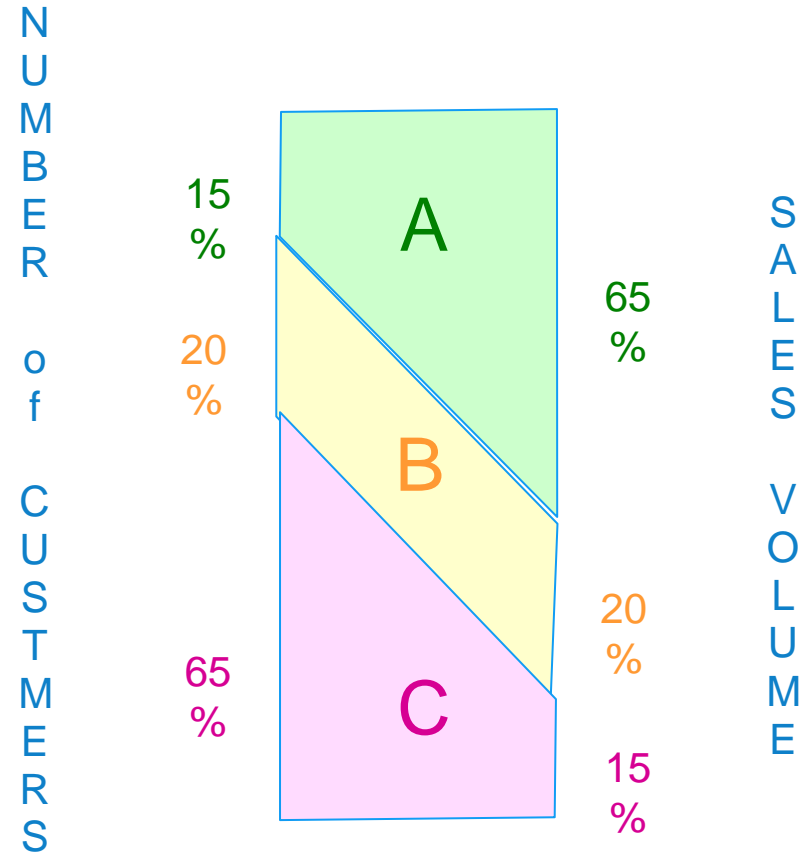
by Vilfredo Pareto
1848-1923

**The Secret to Success
by Achieving More with Less**





Juran Diagram



how to implement

۲۰/۸۰



THE 1-PAGE MARKETING PLAN by ALLAN DIB

خطة تسويق في صفحة واحدة



استراتيجية تسويق
عملية للشركات الصغيرة
والمتوسطة لتحقيق
بيع مباشر وفعال

ألن ديب

BEFORE

Target Market



Message



Advertising Media



DURING

Capture Leads



Nurture Leads



Convert Sales



AFTER

World-Class
Experience



Customer
Lifetime Value



Referrals



٢٠ / ٨٠



٤ / ٦ ٤



خُطَّتِي للتسويق في صفحة واحدة

<p>٣. وسائل الأفعال التي ستستخدمها للوصول إلى تلك السوق</p>	<p>٦. رسائل تسويقيَّة أَسَهِّدُ</p>	<p>١. سويِّي السَّجْدَة</p>	<p>عَمَلِيَّاتِي الْمُسْتَهْدَرَاتِي</p>	
<p>٦. استراتيجيتي للتحويل اليهات</p>	<p>٥. نظامي لتدبير المصْرَاحِي</p>	<p>١. نظامي للإسْكَانِ بِالمُصْرَاحِي</p>		<p>فِي الْمَدَى الْمَرْكَبِي الْمُسْتَهْدَرِي</p>
<p>٩. كيف سأشرك الإعلَامَة (التوصيات) وأسْفَرُهَا</p>	<p>٥. كيف سأزيد القيمة الدائمة للمَرْكَب</p>	<p>٧. كيف سأقوِّم تجربة وادي حَسْرَتِي عَالِي</p>		<p>عَمَلِيَّاتِي الْوَالِدِي</p>

THE 1-PAGE MARKETING PLAN by ALLAN DIB

خُطَّةُ تسويق في صفحة واحدة



استراتيجيَّة تسويق
عملية للشركات الصغيرة
والمتوسِّطة لتحقيق
بيع مباشر وفَعَّال



آلان ديب



خطة تسويق في صفحة واحدة

مرحلة ما بعد الشراء

الهدف:
لقة الزبون واستمرار شرائه
ملك والتوصية بك - Customer

7- كيف يمكنني تقديم تجربة
على مستوى عالمي

8- كيف يمكنني زيادة قيمة
العميل الدائمة CLV

9- تنظيم وتنسيق الوصول إلى
توصيات من الزبائن

مرحلة أثناء الشراء

الهدف:
أن يحبك ويشتري منك العميل
للمرة الأولى - Lead

4- نظام استهداف الزبائن
المحتملين

5- نظام تنمية الزبائن المحتملين

6- نظام تحويل المبيعات

مرحلة ما قبل الشراء

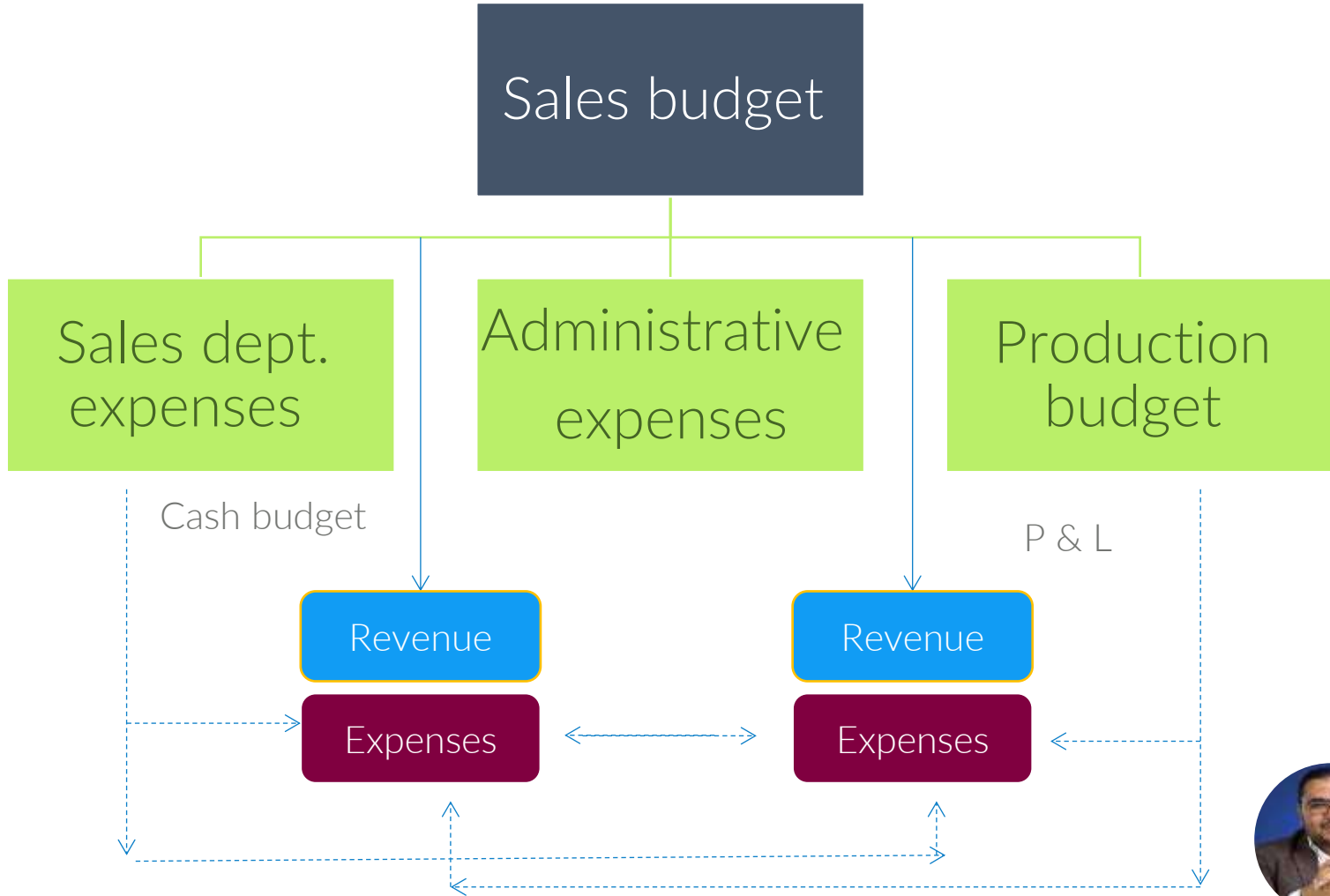
الهدف:
تعريف العميل بك واهتمامه
بمنتجك أو خدمتك - Prospect

1- لتحديد السوق المستهدف

2- رسالتي إلى الجمهور
المستهدف

3- الطرق التي سأصل بها
إلى السوق المستهدف





WITH REGARD DR. MOHAMMAD SAID



Cost analysis

Classification	Actual 2022 2	Original Budget 2023 3	2nd Quarter Revision	3rd Quarter Revision	4th Quarter Revision
Compensation expenses					
Salaries					
Commissions					
Bonuses					
Total					
Travel expenses					
Lodging					
Food					
Transportation					
Miscellaneous					
Total					
Administrative expenses					
Recruiting					
Training					
Meetings					
Sales offices					
Total					



The ultimate purpose of budget is to generate sales
lowest budget to achieve the goals

%

Compensation Costs

Training Costs

	Actual Cost	Budgeted Cost	Variance	Actual Cost	Budgeted Cost	Variance
Region 1	\$3,660,000	\$3,600,000	+\$60,000	\$985,000	\$1,030,000	-\$45,000
Region 2	\$3,500,000	\$3,700,000	-\$200,000	\$2,110,000	\$2,040,000	+\$70,000
Region 3	\$3,150,000	\$3,400,000	-\$250,000	\$830,000	\$1,060,000	-\$230,000
Region 4	\$4,200,000	\$3,900,000	+\$300,000	\$2,340,000	\$2,160,000	+\$180,000



Profit analysis

Full Cost Approach

Contribution Approach

	Sales
Minus:	<u>Cost of goods sold</u>
	Gross margin
Minus:	Direct selling expenses
Minus:	<u>Allocated portion of shared expenses</u>
	Net profit

	Sales
Minus:	<u>Cost of goods sold</u>
	Gross margin
Minus:	<u>Direct selling expenses</u>
	Profit contribution



Profitability Analysis

Total	Full Cost Approach	For district Contribution Approach		
	Region	District 1	District 2	District 3
Sales	\$300,000,000	\$180,000,000	\$70,000,000	\$50,000,000
Cost of goods sold	\$255,000,000	\$168,500,000	\$58,500,000	\$28,000,000
Gross margin	\$45,000,000	\$11,500,000	\$11,500,000	\$22,000,000
District selling expenses	\$11,000,000	\$5,000,000	\$3,500,000	\$2,500,000
Region direct selling expenses	\$10,000,000	—	—	—
Profit contribution	\$24,000,000	\$6,500,000	\$8,000,000	\$19,500,000
Allocated portion of shared zone costs	\$16,000,000			
Net profit	\$8,000,000			

% ROI



Analyze

	District 1	District 2	District 3	District 4
Sales	\$20,000,000	\$24,000,000	\$20,000,000	\$24,000,000
Selling expenses	\$2,000,000	\$2,400,000	\$3,000,000	\$3,000,000
Sales calls	9,000	7,500	8,500	10,000
Proposals	220	180	260	270
Number of salespeople	20	30	20	30
Sales/salesperson	\$1,000,000	\$800,000	\$1,000,000	\$800,000
Expenses/salesperson	\$100,000	\$80,000	\$150,000	\$100,000
Calls/salesperson	450	250	425	333
Proposals/salesperson	11	6	13	-



Sales Data
In clicks

الكام بكام
معدل التحويل
سعر استحواذ العميل
لو عايز ازود ادفع كام





صرفت كام

معدل التحويل

بعث بكام

جودة المحتوى
جودة الاعلان حسب ميثا
جودة الاستهداف
ميزانية جيدة



كام رسالة
كام تحويل



كام عميل تفاعل



كام عميل قرر يشتري

معدل الارتداد



سعر استحواذ العميل

محتاج كام عميل يشتري
محتاج كام عميل يشوفني
محتاج كام عميل يتفاعل
محتاج ازود الصفحة كام عميل



هصرف كام



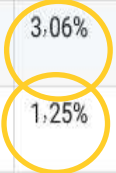
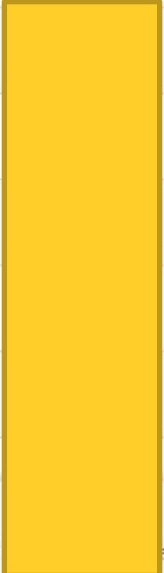
Success Snapshot

الاعلانات



success snapshot

التكلفة لكل 1000 ظهور	المبلغ الذي تم إنفاقه	نسبة النقر إلى الظهور المفردة (الكل)	نسبة النقر إلى الظهور (الكل)	التكلفة لكل نقرة مفردة (الكل)	لكل نقرة	الإعلان	إيقاف/تشغيل
ج.م. ١٠	ج.م. ٦٠,١٩	1,07%	1,07%	ج.م. ١,٨٨	ج.م. ١,٦٧	المنشور: "ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ، ده وقت عروص...	<input type="checkbox"/>
ج.م. ١٠		0,56%	0,67%	ج.م. ١,٠٤	ج.م. ٠,٨٣	منشور Instagram: وحدي لون بشرتك و احميها من...	<input checked="" type="checkbox"/>
ج.م. ٧٧		9,84%	9,21%	ج.م. ٠,٦٦	ج.م. ٠,٦٥	منشور Instagram: ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ،...	<input checked="" type="checkbox"/>
ج.م. ٤		3,06%	3,07%	ج.م. ٠,٠٩	ج.م. ٠,٠٩	المنشور: "مين قال ان واقي الشمس بيستخدم في الصيف بي...	<input checked="" type="checkbox"/>
ج.م. ٥٠		1,25%	1,14%	ج.م. ٢,٩٣	ج.م. ٢,٦٧	المنشور: "ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ، ده وقت عروض ا...	<input checked="" type="checkbox"/>
ج.م. ٣١		2,84%	2,47%	ج.م. ٢,٥٤	ج.م. ٢,٣٢	المنشور: "مين قال ان واقي الشمس بيستخدم في الصيف بي...	<input checked="" type="checkbox"/>
ج.م. ١٥		0,60%	0,46%	ج.م. ٧,٥٠	ج.م. ٧,٥٠	الشمس بيستخدم...	<input checked="" type="checkbox"/>
ج.م. ٣		2,99%	2,17%	ج.م. ١,٢٠	ج.م. ٠,٩٢		<input checked="" type="checkbox"/>



Navigation icons: Home, Grid, Settings, Notifications, Search, Help, and Refresh.

جاري نشر ٢ من ٢

success snapshot

التكلفة لكل ظهور	المبلغ الذي تم إنفاقه	نسبة النقر إلى الظهور الفريدة (الكل)	نسبة النقر إلى الظهور (الكل)	التكلفة لكل نقرة فريدة (الكل)	التكلفة لكل نقرة (الكل)	الإعلان	إيقاف/تشا	
		-	-	-	-	منشور Instagram: ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		5.07%	4.82%	ج.م. ٠,٥٩	ج.م. ٠,٥١	المنشور: "ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ، ده وقت عروض ا...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		3.56%	4.14%	ج.م. ٠,٦٠	ج.م. ٠,٤٨	المنشور: "ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ، ده وقت عروض ا...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		2.35%	2.16%	ج.م. ٠,٦٩	ج.م. ٠,٥٨	المنشور: "في خطوتين فقط تحصللي علي بشرة دهنية صد...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		2.79%	3.36%	ج.م. ١,٣٣	ج.م. ٠,٨٨	المنشور: "أحصلي علي عناية متكامله للبشرة الدهنية بخلا...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		-	-	-	-	المنشور: "الحقي عرض ١+١ من Bel Clinic 🍌🍌"	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		-	-	-	-	منشور Instagram: كل يوم بتعرض لثوبت في الجو...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
لكل 1000	إجمالي	2.84%	2.54%	ج.م. ٠,٧٩	ج.م. ٠,٦٢	النتائج من 233 من الإعلانات		
		لكل شخص	لكل مرة من مرات ظهور الإ...	لكل شخص	لكل نقرة			



success snapshot

تكلفة الي 1000	التكلفة لكل 1000 ظهور	المبلغ الذي تم إنفاقه	نسبة النقر إلى الظهور الفريدة (النك)	نسبة النقر إلى الظهور (النك)	التكلفة لكل نقرة فريدة (النك)	الإعلان	إيقاف/تشا	
	ج.م. ٣٩,٨٥	ج.م. ٤١٠,٢٥	3.98%	2.93%	ج.م. ١,٥٧	إعلان جديد يهدف المبيعات	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	ج.م. ١,٤٦	ج.م. ٢٥,٨٠	3.89%	3.90%	ج.م. ٠,٢٥	المنتور: "روتين البشرة الدهنية والمختلطة 🌟🥰🥰 ..."	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		ج.م. ٢٥,٢٢	3.83%	3.18%	ج.م. ٠,٨١	المنتور: "الروتين الأمثل للبشرة الدهنية والمعرضة للحبوب..."	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		ج.م. ٢٦١,٥٨	3.52%	5.13%	ج.م. ٠,٦٦	المنتور: "تعرفي ان خلايا الجلد الميتة والمتركمة على س..."	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		ج.م. ٤٣٥,٤٨	1.20%	1.04%	ج.م. ١,٩٦	المنتور: "ده الوقت اللي كلكم مستبينوا ، ده وقت عروض ا..."	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		ج.م. ١٣٥,١٠	2.80%	2.91%	ج.م. ٠,١٩	منتور Instagram: وحدي لون بشرتك و احميها من..."	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		ج.م. ١٢٨,٧٧	3.98%	3.55%	ج.م. ٠,٥٦	منتور Instagram: ده الوقت اللي كلكم مستبينوا ، ا..."	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
لكل 1000	لكل 1000	إجمالي المبلغ الذي تم إنفاقه	لكل شخص	3.39%	لكل مرة من مرات ظهور ا...	2.52%	النتائج من 243 من الإعلانات	



success snapshot

الإعلان	إيقاف/تشا	النقرات الفريدة (الكل)	التكلفة لكل نفرة (الكل)	التكلفة لكل نفرة فريدة (الكل)	نسبة النقر إلى الظهور (الكل)	نسبة النقر إلى الظهور الفريدة (الكل)
منشور Instagram: ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ،...	<input checked="" type="checkbox"/>	47	٣,٩٢٠ ج.م	٤,١٨٠ ج.م	0.61%	0.90%
المنشور: "مين قال ان واقي الشمس بيستخدم في الصيف بي...	<input checked="" type="checkbox"/>	4٠0	١,٠٠٩ ج.م	١,٠٠٩ ج.م	4.05%	4.47%
المنشور: "أحصلي علي عناية متكامله للبشرة الدهنية بخلا...	<input checked="" type="checkbox"/>	79٤	١,٢٥٠ ج.م	١,٨١٠ ج.م	2.39%	2.97%
منشور Instagram: وحدي لون بشرتك و احميها من...	<input checked="" type="checkbox"/>	3٠6	١,١٧٠ ج.م	١,٢١٠ ج.م	3.21%	3.92%
المنشور: "في خطوتين فقط هتحصلي علي بشرة دهنية ص...	<input checked="" type="checkbox"/>	5٠0	١,٠٠٠ ج.م	١,٣٤٠ ج.م	2.15%	3.23%
منشور Instagram: ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ،...	<input checked="" type="checkbox"/>	1٠0	١,٦٠٠ ج.م	١,٦٥٠ ج.م	3.32%	4.55%



المنشور: "ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ، ده وقت عروض ا..."	
المنشور: "مين قال ان واقي الشمس بيستخدم في الصيف ب..."	
منشور Instagram: مين قال ان واقي الشمس بيستخدم..."	
المنشور: "في خطوتين فقط هتحصلي على بشرة دهنية ص..."	
Ad	

إعلان جديد بهدف المبيعات	
المنشور: "روتين البشرة الدهنية والمختلطة 🌟🤔🤔..."	
المنشور: "الروتين الأمثل للبشرة الدهنية والمعرضة للحبو..."	
المنشور: "تعرفي ان خلايا الجلد الميتة والمتركمة علي س..."	
المنشور: "ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ، ده وقت عروض ا..."	
منشور Instagram: وحدي لون بشرتك و احميها من..."	
منشور Instagram: ده الوقت اللي كلكم مستنيينوا ،..."	



Success Snapshot

الصفحة



Success Snapshot

Between [1 nov] and [29 nov], we achieved the following:

آخر ٢٨ يومًا : 29 نوفمبر - 2 نوفمبر ▼

820,733

▲١٠٩%

الأشخاص الذين تم الوصول إليهم

147,435

▲٣٥٤%

التفاعلات مع المنشورات

1,698

▲٨١%

تسجيلات الإعجاب بالصفحة

241

▲٢٨%

نقرات على المنتجات التي تمت الإشارة إليها



Success Snapshot

Between [1 nov] and [29 nov], we achieved the following:



Success Snapshot

Between [2 nov] and [29 nov], we achieved the following:

٣٨٤
▲١٧٢%
النقرات إلى موقع الويب من صفحة المنذ...
?

٣,٩٦٣
▲١٠٧%
مشاهدات صفحة المنتج
?

وصول المنشور
من ٢ نوفمبر إلى ٢٩ نوفمبر

819,755

الأشخاص الذين تم الوصول إليهم ▲110%



النقرات على المنتجات التي تمت الإشارة إليها
من ٢ نوفمبر إلى ٢٩ نوفمبر

241

التي تمت الإشارة إليها ▲28%



Instagram Performance

تصدير

المتابعون الجدد على Instagram

↑ ٢١,٤٧٣ ٢.٩ ألف %



Facebook Performance

تسجيلات الإعجاب والمتابعات الجديدة

تسجيلات الإعجاب الجديدة بصفحة فيسبوك

↑ ١,٦٩٨ ٧.٣ %

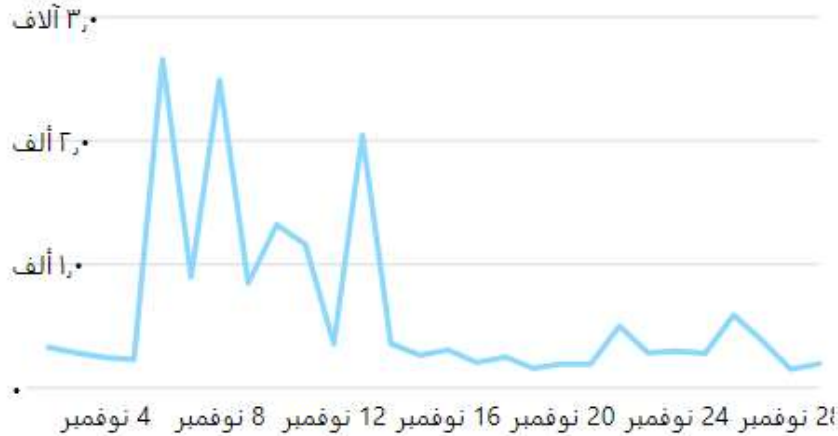


Instagram Performance

تصدير

زيارات الملف الشخصي على Instagram

↑ ١٧,٤٧٢ %٣٣٩,٩



Facebook Performance

زيارات الملف الشخصي والصفحة

زيارات صفحة فيسبوك

↑ ١٤,٢٩٤ %٩٦,٤



Success Snapshot

الفيديوهات



١٧ ألف

صافي المتابعين

▲ 75.9% من آخر ٢٨ ال

٢ ألف

التفاعل مع الفيديو

▲ 185% من آخر ٢٨ من الأيام

١٧٨,٧ ألف

مشاهدات الفيديو لمدة 3 ثوان

▲ 1087% من آخر ٢٨ من الأيام

١١ ألف

مشاهدات الفيديو لمدة دقيقة واحدة

▲ 2176% من آخر ٢٨ من الأيام

٧٨,٨ ألف

دقائق المشاهدة

▲ 1457% من آخر ٢٨ من الأيام

عرض حسب:

عرض أداء أنواع منشوراتك المختلفة



i

٦,٧ آلاف

٥ آلاف

٣,٣ آلاف

١,٧ آلاف

٢ نوفمبر

٥ نوفمبر

٨ نوفمبر

١٢ نوفمبر

١٥ نوفمبر

١٨ نوفمبر

٢٢ نوفمبر



دقائق المشاهدة

2022/11/29 - 2022/11/02

الفترة السابقة ٥,٠٦١

دقائق المشاهدة ٧٨,٨١٤

افضل الفيديوهات

١٠,٣ ألف

مشاهدات الفيديو لمدة د...

٥٥,٣ ألف

دقائق المشاهدة

1 مارس 05:06 م

عرض الرؤى

وحدني لون بشرتك و احميها من التجاعيد و الجف...

Bel Clinic

٨,٩ آلاف

دقائق المشاهدة

6 نوفمبر 12:21 م

عرض الرؤى

مين قال ان واقي الشمس يستخدم في الصيف...

Bel Clinic

٥٩٠

مشاهدات الفيديو لمدة د...

٥,٦ آلاف

دقائق المشاهدة

2021/08/29

عرض الرؤى

روتين البشرة الدهنية والمختلطة امتى تستعمل...

Bel Clinic



Success Snapshot

المراسلات



أداء المراسلة

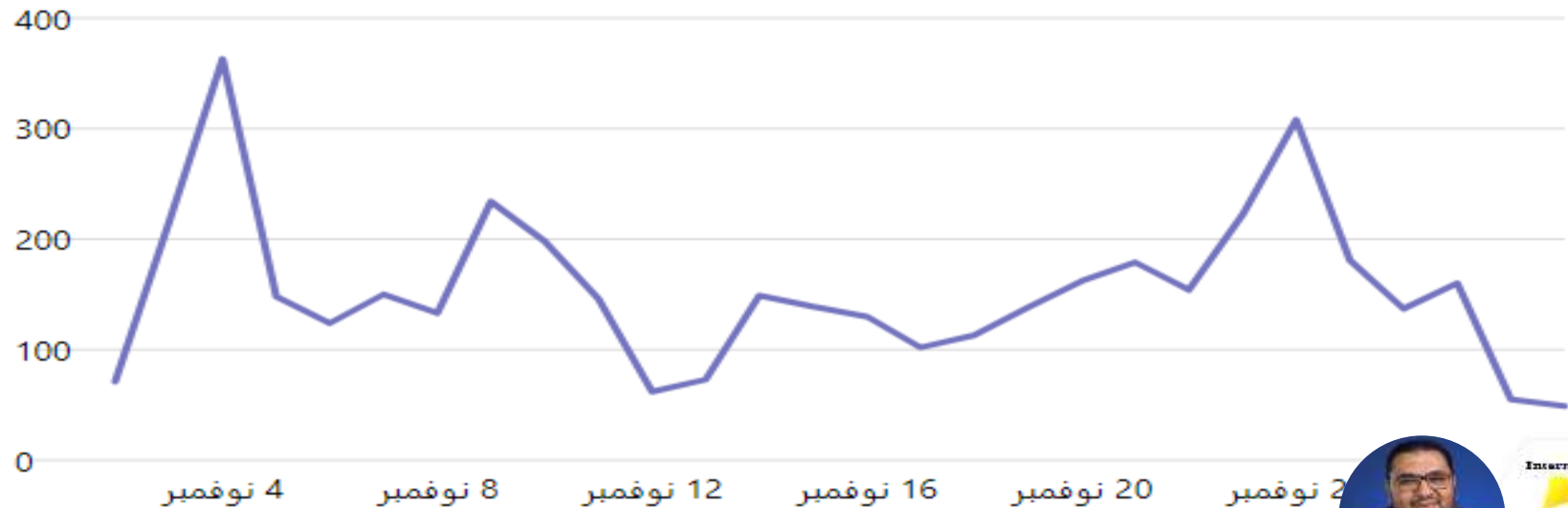
يمكنك تتبع التقدم الذي أحرزته باتجاه أهداف مراسلة النشاط التجاري.

❶ جهات التواصل الجديدة عبر الرسائل

٤٧٥ ↑ ٣٩٥,٨%

❷ محادثات تم بدؤها عبر الرسائل

٤,٢٩٥ ↑ ١,٦ ألف%



Success Snapshot

Between [2 nov] and [29 nov], we achieved the following:



Success Snapshot

الجمهور

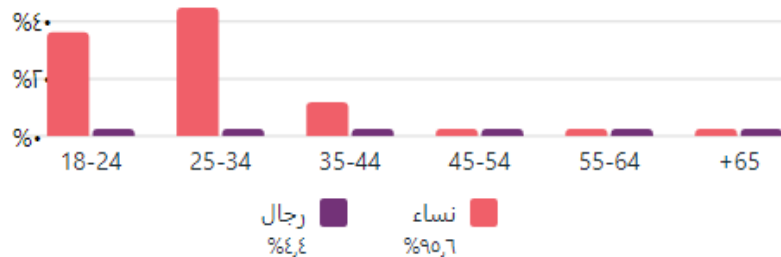


Instagram Performance

① المتابعون على Instagram

٧٦,١٥٢

① العمر والجنس

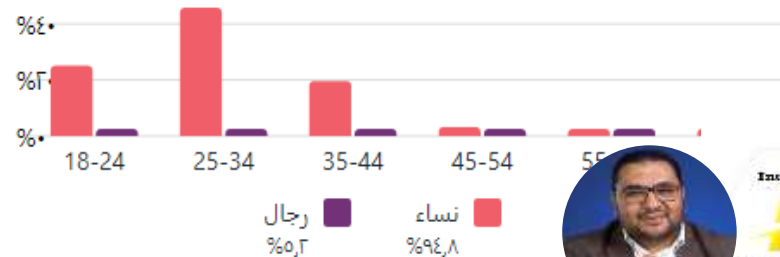


Facebook Performance

① تسجيلات الإعجاب بصفحة فيسبوك

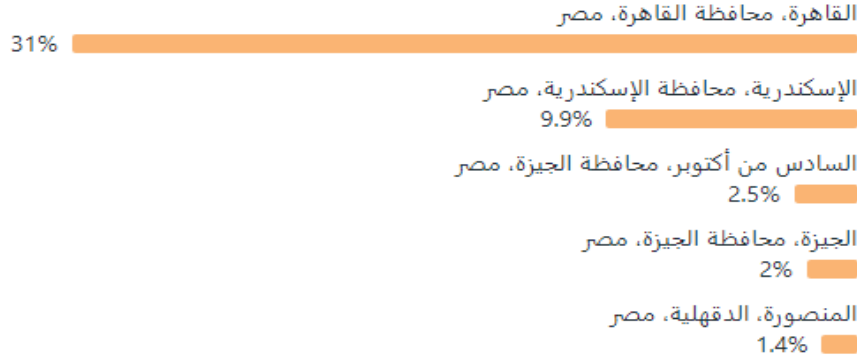
١٠٠,٢٠٥

① العمر والجنس



Instagram Performance

أبرز المدن



Facebook Performance

أبرز المدن



حافظه القليوبية، مصر



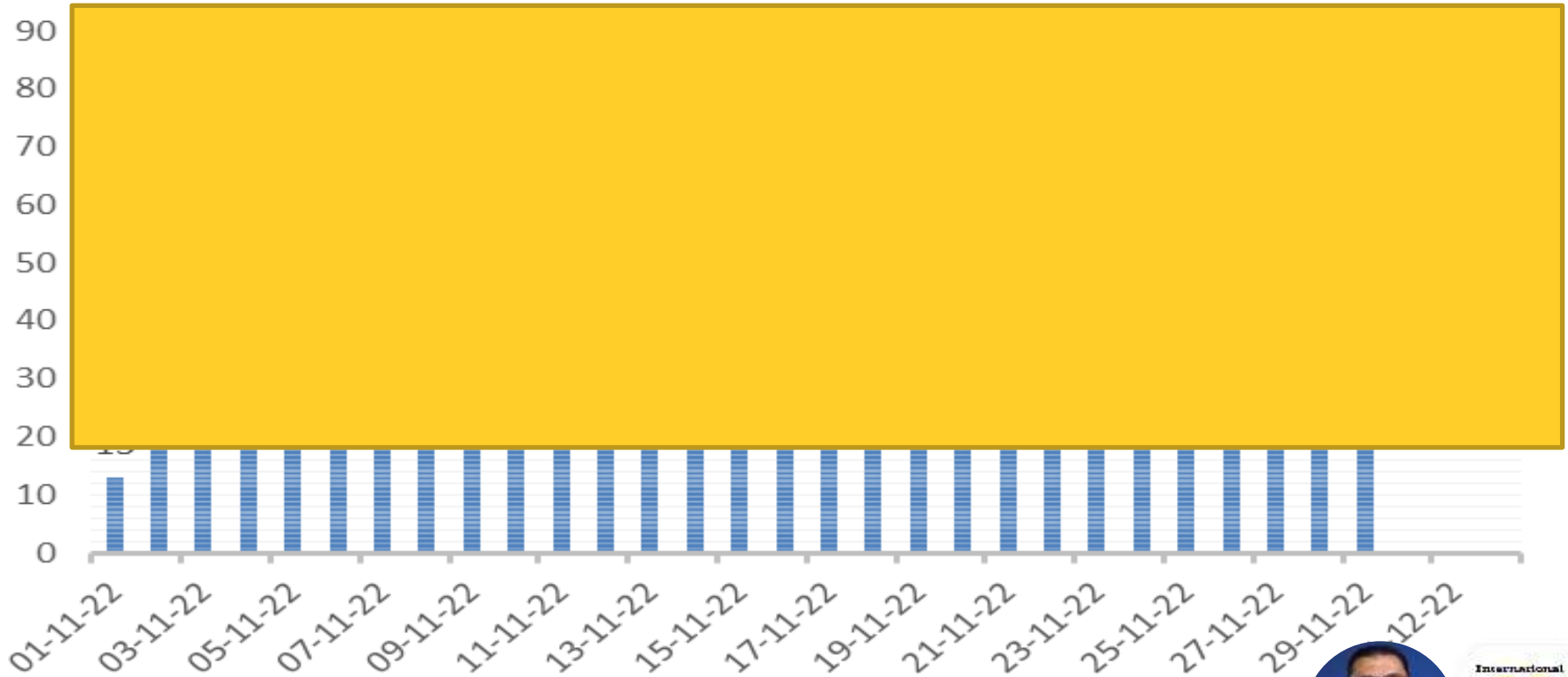
Data tracking

نسبة تحويل	مصروف	ملغي	القيمة	عدد الاوردرات

رسايل لحجز
فلوس لرسايل
فلوس لحجوزات

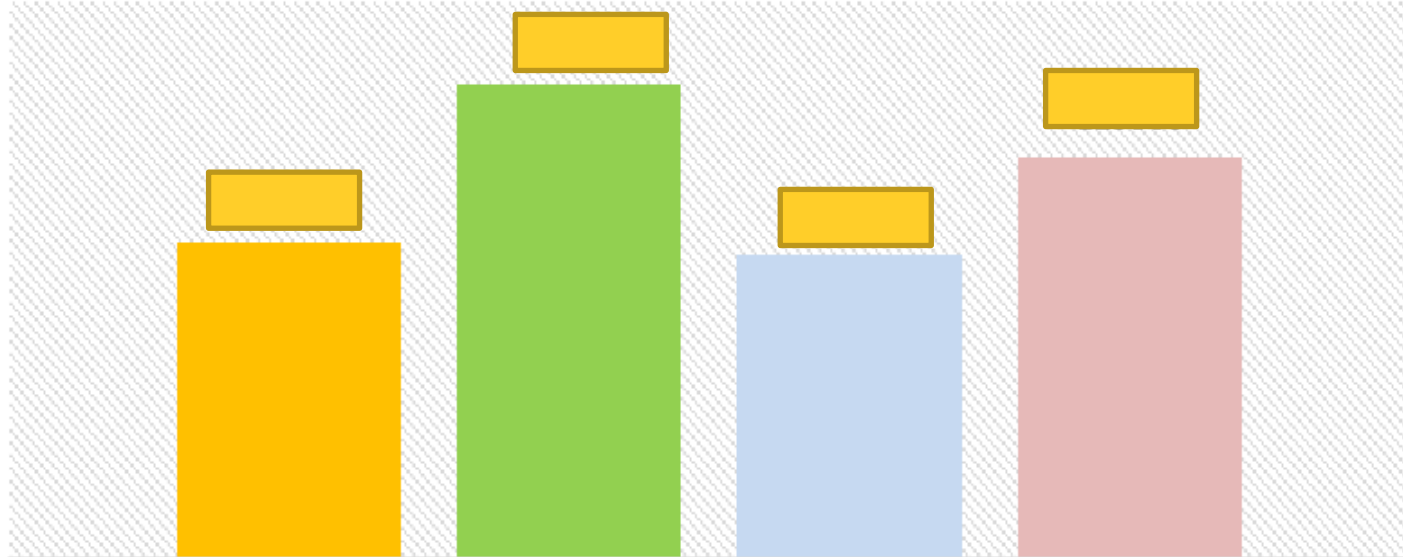


11



تطور البيع كل اسبوع

■ Series1 ■ Series8 ■ Series15 ■ Series22



1





World War z

10th man

1st to know

1st to Act



Automation of the world





Thanks!

Any questions?

Dr. Mohammad Said

