



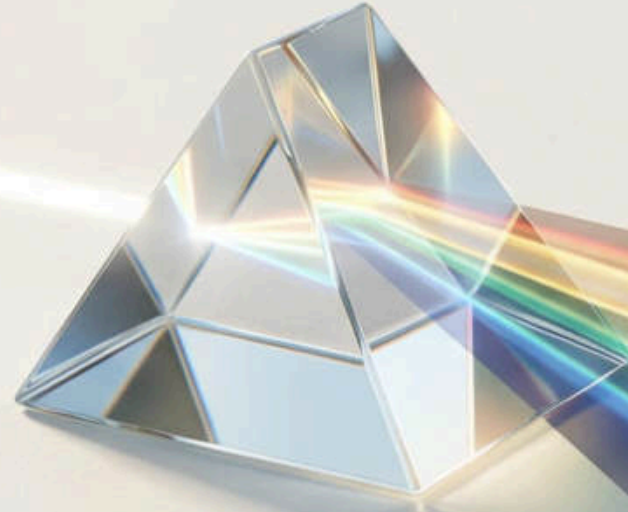
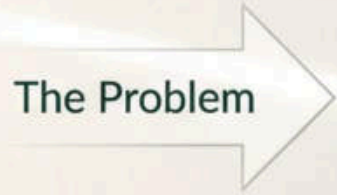
مشروع الناس

(The People Project)

عندما تصبح القصة... فعلاً
(When the story becomes... action)

موشور البصيرة - The Insight Prism

أنا لا أبدأ بالحل. أبدأ بالسؤال الذي لم يسأله أحد. ثم أتمرر المشكلة عبر 5 طبقات حتى يخرج الضوء من الجهة الأخرى.



01

التقشير (The Peel)

لا أقبل الطلب الظاهري. أسأل 'لماذا؟' 5 مرات لأقشر طبقات الافتراضات وأصل للجذر الحقيقي للمشكلة.

02

الأنماط (The Patterns)

أبحث عن الأنماط المخفية في السلوك والسوق. أقرن النجاح والفشل لاكتشاف "القاسم المشترك" غير المرئي.

03

النموذج (The Model)

أبتكر إطاراً مخصصاً يدمج السياق المحلي مع الأطر العالمية لخلق حل فريد لا يمكن نسخه.

04

التدخل (The Intervention)

أصمم تدخلات تطويرية تغيّر قواعد اللعبة. كل تدخل مبني على بيانات حقيقية وسرد وسرد قصصي يبني الدهشة.

05

الأثر (The Impact)

أقيس كل شيء. لا كلام عام. نتائج بنسب وأرقام ومؤشرات أداء مبنية على benchmarks عالمية.



أم نورة. الباحة. 63 عاماً.

تصنع العسل الجبلي بنفس الطريقة
التي علّمتها إياها جدتها.

لم يسمع بها أحد خارج قريتها.

حتى الآن.



شاهد (Watch)

قصتها وصلت لمليون مشاهد.
أحبوها. علّقوا. شاركوا.
ثم... انتهى كل شيء عند زر الإعجاب.



اشتري (Buy)

ماذا لو... نفس القصة فتحت لك
باب متجرها؟

عسل جبلي. من يدها إلى بيتك.



زُر

القصة تأخذك إليها

ماذا لو... نفس القصة أخذتك
للمنحلقها في جبال الباحة؟
يوم كامل مع أم نورة: تقطف العسل،
تشرب القهوة، تسمع الحكاية.





مؤل (Fund) القصة تُغَيِّر حياتها

ماذا لو... نفس القصة مكّنت أم نورة
من توسيع منحلها وتوظيف 3 نساء من
قريتها؟

ليس الهدف أن تُرى القصة...
الهدف أن تُغيّر مسار صاحبها.

لماذا الغائية؟

175%

Growth over 12 years
(Kantar)

4x

Purchase Intent
(Zeno)

58%

Higher Revenue
(CECP)

58%

Higher Revenue
(CECP)

13.6%

Annual Return
(Jump)

5x

Innovation
(McKinsey)

الغائية ليست ترفاً أخلاقياً – بل ميزة تنافسية مُثبتة.

غائي

مشاريع وراء أرباحها... غايات.

محتوى قصصي قابل للفعل – Actionable Storytelling

القصة لا تنتهي عند المشاهدة – بل تفتح 3 مسارات:



- غائي ليست مشروعاً واحداً.
بل فلسفة تنتج مشاريع.
كل مشروع تحت مظلتها يحقق شرطين:
1. مستدام تجارياً
 2. وراءه غاية إنسانية واضحة

منظومة غائي



منظومة متكاملة. ومشروع الناس هو البداية.

مجموعة غائي

الاستثمار الغائي

تغالي للاستثمار
Taghali Investment

صندوق مغاياة
Mughayah Fund

الخدمات الغائية

غايا للاستشارات
Ghaya Consulting

وكالة غاية
Ghayah Agency

استوديو الشركات
Corporate Studio

المنتجات الغائية

غياية
Ghayayah

متجر غاي
Ghai Store

مسرعة المحتوى
Content Accelerator



مشروع الناس (The People Project)

التطبيق الأول لفلسفة غائي

نكتشف الشخصيات غير المرئية في
المدن الواعدة من المدن الواعدة، ونحوّل
قصصهم إلى تجارب قابلة للعيش والشراء
والتمكين.



اكتشف (Discover) المكوّن الأول

فريقي ميداني يجوب المدن الواعدة
بحثاً عن الشخصيات التي تملك:
قصة أصيلة +
قيمة اقتصادية كامنة + ارتباط عميق
بالمكان.

بدون اكتشاف حقيقي، لا توجد قصة
حقيقية.



اسرد (Narrate)

نبني لكل شخصية قصة سينمائية
تكشف المعنى وتفتح الباب للفعل.
ليست دعاية – بل وثيقة إنسانية.

Insight:

السرد هو الجسر بين الاكتشاف والفعل.
بدون قصة مؤثرة، لا يتحرك أحد.

الاكتشاف ← السرد

تجربة المنصة - The Platform Experience

مشروع الناس: تجربة رقمية غامرة | منصة واحدة... ثلاثة مناظير لاكتشاف المملكة



تحويل الأصول البشرية إلى واجهة رقمية قابلة للاستكشاف، الشراء، والزيارة.

أثر



كل قصة تُنتج أثراً قابلاً للقياس:
دخل محلي، زيارات، تمكين.
ليس تفاعلاً رقمياً – بل تغييراً حقيقياً.

هذا ليس مشروعاً خطياً – بل منظومة ذاتية التغذية.

(The success of one story reveals new characters, feeding the cycle again.)



الفجوة (The Gap)

أسفار تبني الوجهة. من يبني الإنسان فيها؟

أسفار تستثمر في البنية التحتية والمرافق السياحية. لكن الوجهة العظيمة ليست مبانٍ فقط – بل ناس يعيشون فيها ويروون قصتها.

"تمكين المجتمعات المحلية من أن تكون جزءاً من التجربة السياحية" – asfar.com



مشروع الناس × قيم أسفار

الحفاظ على الإرث 
يحفظ التراث الحي عبر أشخاصه

تجربة استثنائية 
يضيف البعد الإنساني للزائر

التأثير المجتمعي 
يحوّل السكان من متفرجين إلى مستفيدين

التنمية الإقليمية 
يخلق اقتصاداً حول كل شخصية

الجدوى التجارية 
يرفع قيمة الوجهة ومدة الإقامة

رحلة العميل

مشروع الناس في كل مرحلة من رحلة الزائر



مشروع الناس ليس إضافة – بل طبقة أساسية تكمل ما تبنيه أسفار.

أمثلة حية: مشروع الناس في مدن أسفار

(Live Examples: The People Project in Asfar Cities)



حائل: راوي القصص ← جلسة سمر
(Hail: The Storyteller ← Evening Gathering)

الطائف: مزارع الورد ← جولة الحقول
(Taif: The Rose Farmer ← Field Tour)

الأحساء: مزارع التمر ← تجربة الواحة
(Al-Ahsa: The Date Farmer ← Oasis Experience)

ينبع: صياد تقليدي ← رحلة بحرية
(Yanbu: Traditional Fisherman ← Sea Trip)

الباحة: عشّالة الجبل ← تجربة المنحل
(Al-Baha: The Mountain Beekeeper ← Apiary Experience)

من أسفار... إلى منظومة PIF



Dan Company

قصص المزارعين ←
تجارب إيكو-سياحية



QSAS

القصص تتحول لتجارب
غامرة ومعارض تفاعلية



Saudi Downtown
Company (SDC)

تفعيل وسط المدينة
كمنتج ثقافي



Saudi Coffee
Company

قصص مزارعي البن ←
طلب مُفسّر بالسرد



Boutique Group

قصص الأشخاص تعمق
تجربة الضيافة التراثية

غائي: طبقة الربط بين شركات الصندوق



غائي ليست مشروعاً يخدم شركة واحدة — بل طبقة ربط تضاعف قيمة كل شركة في المحفظة.

منظومة الشركاء (Partners Ecosystem)

القطاع غير الربحي

الجمعية السعودية للمحافظة على التراث
SHPS

جمعية أصايل التعاونية
Asayal Cooperative

جمعيات التنمية المحلية
Local Development Associations

القطاع الخاص

شركة حرف السعودية
Saudi Crafts Co.

أمد الحرف
Amad Craft

Turquoise Mountain Arabia

القطاع الحكومي

هيئة التراث
Heritage Commission

صندوق التنمية السياحي
TDF

وزارة السياحة
Ministry of Tourism

الهيئة الملكية للعلا
RCU

وزارة الثقافة
Ministry of Culture

قصة الوحدة
The Lonely Story

القصة المفعلة
The Activated Story

هذا ليس خيالاً.
هذا ما يحدث عندما تتحوّل القصة إلى فعل.



الوجهة العظيمة
ليست مكاناً تزوره...
بل إنساناً تتذكره.

(The great destination is not a place
you visit... but a human you
remember.)

غَائِي

مشروع الناس — التطبيق الأول لفلسفة غائي

جاهزون للحوار