



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

مشروع تخرج بعنوان:

منصة رقمية **We Save you online** لتقييم المتاجر والصفحات التي تتبع بشكل
الالكتروني في فلسطين.

إعداد:

نور الدين عيسى آمنة السراحنة زينة القصراوي حلا ابو عليا

إشراف:

أ.رامي الدراويش

قدم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص التسويق
الالكتروني.

2022

الشكر

وقبل كل شكر،

نشكر الله تعالى كريم العطاء والمنة الذي أكرمنا وأعاننا ومنَّ علينا باستكمال متطلبات درجة البكالوريوس،

نشكر الاستاذ رامي الدراويش على إشرافه ومساعدته لنا في إتمام هذا المشروع،

والشكر الجزيل لقدوتنا الدكتورة ديانا حسونة على ما قدمته لنا خلال سنوات دراستنا لتخصص التسويق

الإلكتروني،

والشكر الجزيل أيضاً لصاحب الضحكة الدائمة أستاذنا الغالي عبد الناصر دعنا ونسال الله ان يعود سالما من

سفره،

لكل ما قدمه لنا خلال مسيرتنا ودراستنا لتخصص التسويق الإلكتروني

والشكر الجزيل لأستاذنا الغالي امجد الهريني، رمز المعرفة والخبرة التكنولوجية في جامعتنا وعلى كل ما قدمه

لنا خلال مسيرتنا التعليمية.

فريق المشروع

الإهداء

نهدي هذا العمل المتواضع لكل من كانت كلماته تضيء ظلام طرقاتنا،

لمن كانت حروفه تغرس فينا أملاً بأن القادم أجمل وأنا سنحقق ما حلمنا به،

نهديه لأصحاب الفضل علينا من بعد الله تعالى،

والدينا الكرام، لأيديهم التي عملت ليلاً نهاراً من أجلنا ولأعينهم التي سهرت علينا منذ صغرنا ترقب تميزنا

والوقت الذي نجني فيه ثمار تعبنا، لقلوبهم الداعية لنا تحرسنا عند كل شدة تصيينا،

ونهديه لأساتذتنا ولكل من علمنا حرفاً أزهر فينا حتى وصولنا لهذه اللحظة،

ونسأل الله أن يبارك لنا في علمنا هذا وأن يرزقنا استكمال مسيرتنا التعليمية لما فيه النفع والخير لنا ولامتنا

ومجتمعنا.

فريق المشروع

المخلص

يشكل التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية أحد أكبر القطاعات التي اتخذت حيزًا كبيرًا ومهمًا في القرن الواحد والعشرين، لا يمكن إنكار الإيجابيات الكبيرة التي منحت لنا جراء هذا التطور، لكن برزت هناك العديد من المشاكل التي تواجه المستخدمين، ومن هذه المشاكل هي الخداع والتلاعب في المنتجات والخدمات المقدمة بشكل إلكتروني، مما أدى إلى ضعف الثقة بين طرفي البيع (المستخدم و التاجر)، وفي أحيان أخرى أدى إلى انعدام هذه الثقة، ومن هذا المنطلق، برزت الحاجة لوجود حل ما يساعد في القضاء على هذه الظواهر السلبية في بعض المجتمعات، ومن أبرزها المجتمع المحلي الفلسطيني، الذي يعاني بشكل كبير من هذه المشاكل، والتي أصبحت تتفاقم مع الوقت، وبناء على هذا الأساس، وجب وجود حل منطقي وابداعي يخفف أو يقضي على هذه الظاهرة، وعليه قدمت هذه المنصة حل لهذه المشكلة على المستوى المحلي الفلسطيني، فنحن نتطلع الى نشر ثقافة التقييم وإبداء الآراء، والنقد البناء الذي يساعد على النمو والرقى والتطور في قطاع التجارة والتسويق الإلكتروني على المستوى المحلي الفلسطيني.

Abstract

E-marketing and e-commerce is one of the largest sectors that have taken a large and important space in the twenty-first century, there is no denying the great positives that have been given to us as a result of this development, but there have been many problems facing users, and these problems are deception and manipulation of products and services provided electronically, which led to weak trust between the two parties to the sale (the user and the merchant), and at other times It led to the lack of this trust, and from this point of view, the need arose for a solution that helps eliminate these negative phenomena in some communities, most notably the Palestinian local community, which suffers greatly from these problems, which have become aggravated with time, and based on this basis, there must be a logical and creative solution that mitigates or eliminates this phenomenon, and therefore this platform provided a solution to this problem at the Palestinian local level, we look forward to spreading the culture of evaluation, expressing opinions, and criticism Construction that helps growth, advancement and development in the trade and e-marketing sector at the local Palestinian level.

جدول المحتويات

العنوان	رقم الصفحة
الشكر	2
الاهداء	3
التلخيص	4
الفصل الأول:	13
مقدمة و نبذة عن الموقع	13
لماذا هذا الموقع؟ (ما الحاجة السوقية التي يغطيها)	14
مقومات نجاح الموقع	14
أهمية المشروع	15
هيكلية التقرير	16
الفصل الثاني:	17
Business Model Canvas	17
دراسة السوق	21
صفحة Facebook الخاصة بالموقع	36
الفصل الثالث:	39
خطة حجز واستضافة الموقع	39
تصميم الموقع	45
اسم النطاق ومبررات اختياره	45
الفصل الرابع:	46

47	أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم
48	خطة التكاليف
49	المقترح الأولي للموقع Proposal بصيغة رسمية
51	النقاط المهمة في فترة عمل المشروع
52	Web Metrics
53	الفصل الخامس:
54	خريطة الموقع Sitemap
55	خطة بناء المحتوى واستراتيجية ROT
57	Keywords
58	تصميم الموقع بما يتلاءم مع SEO
59	تصميم واجهات الموقع المختلفة - تجربة المستخدم
59	التصاميم
59	المقدمة
60	تصميم الشعار
62	الوان الخاصة في الموقع
63	تصميم الموقع
64	الصور المضافة على الموقع
66	انواع التصاميم المطبوعة
67	انواع التصاميم المرئية
69	البرامج التي تم استخدامها في التصميم المرئي
70	صور التصاميم النهائية
74	مجسم الشعار

74	الفصل السادس:
75	وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع
78	وصف خطوات تحميل الموقع
79	الخطة الترويجية
80	تقييم أداء الموقع
80	الفصل السابع:
81	الاستنتاجات
81	التوصيات
82	خطط تطويرية للمستقبل

جدول الصور

رقم الصفحة	رقم الشكل
21	شكل 1 : (2-1)
23	شكل 2 : (2-2)
24	شكل 3 : (2-3)
25	شكل 4 : (2-4)
26	شكل 5 : (2-5)
27	شكل 6 : (2-6)
28	شكل 7 : (2-7)

29	شكل 8 : (2-8)
30	شكل 9 : (2-9)
31	شكل 10 : (2-10)
32	شكل 11 : (2-11)
33	شكل 12 : (2-12)
34	شكل 13 : (2-13)
35	شكل 14 : (2-14)
36	شكل 15 : (2-15)
37	شكل 16 : (2-16)
37	شكل 17 : (2-17)
38	شكل 18 : (2-18)
38	شكل 19 : (2-19)
39	شكل 20 : (3-20)
40	شكل 21 : (3-21)
40	شكل 22 : (3-22)
41	شكل 23 : (3-23)
41	شكل 24 : (3-24)
42	شكل 25 : (3-25)
42	شكل 26 : (3-26)

43	شكل 27: (3-27)
43	شكل 28: (3-28)
44	شكل 29: (3-29)
44	شكل 30: (3-30)
45	شكل 31: (3-31)
55	شكل 32: (5-32)
60	شكل 33: (5-33)
61	شكل 34: (5-34)
61	شكل 35: (5-35)
63	شكل 36: (5-36)
63	شكل 37: (5-37)
64	شكل 38: (5-38)
64	شكل 39: (5-39)
65	شكل 40: (5-40)
65	شكل 41: (5-41)
66	شكل 42: (5-42)

68	شكل 43: (5-43)
69	شكل 44: (5-44)
69	شكل 45: (5-45)
71	شكل 46: (5-46)
71	شكل 47: (5-47)
72	شكل 48: (5-48)
72	شكل 49: (5-49)
73	شكل 50: (5-50)
74	شكل 51: (5-51)
74	شكل 52: (6-52)
77	شكل 53: (6-53)
77	شكل 54: (6-54)
78	شكل 55: (6-55)
78	شكل 56: (6-56)

محتويات الجداول:

رقم الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
47	جدول 1 : (4-1)	أفراد العمل و دور كل فرد منهم و ميررات الاختيار
48	جدول 2: (4-2)	تكاليف انشاء الموقع
51	جدول 3: (4-3)	الاسم و البريد الالكتروني ومعلومات الاتصال لفريق العمل

الفصل الأول

أولاً: مقدمة عن الموقع

تحتل التكنولوجيا أهمية كبيرة في حياتنا ، حيث أصبح الاعتماد على التكنولوجيا كبير في جميع مجالات الحياة وأصبح وجودها شيء أساسي من الصعب الاستغناء عنه ، وفي الآونة الأخيرة ظهرت التجارة الإلكترونية التي سهلت عملية تبادل البضائع بين الدول دون الحاجة إلى السفر.

وأيضاً ظهرت صفحات البيع الإلكتروني التي يقوم عملها على بيع المنتجات من خلال عمل صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي (Facebook / Instagram) ، ولكن يوجد من هذه الصفحات ما هو مخادع حيث تقوم بجذب الزبائن من خلال الإعلانات الجذابة لصور منتجات غير حقيقية او بالحقيقة خصائصها ليست كما هي معروضة بالإعلان ، وأصبح عدد كبير من الناس يشتكون من هذه الصفحات .

ووفقاً لهذه الشكاوي والمشاكل والغش الذي يتعرض له الأشخاص تم التفكير في عمل منصة الكترونية يمكن من خلالها أن تقوم الأشخاص بإجراء التقييم لصفحات البيع الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المنصة ، حيث سيكون صفحة في المنصة تحتوي على نموذج تعبئة من خلاله يمكن أن يرسل المستخدم التقييم للصفحات سواء كانت جيدة أم سيئة مع اثباتات عبر البريد الإلكتروني الذي سيتم ربطه بنموذج التعبئة أو من خلال رقم الواتس اب الذي ستكون اشارته مرفقة في الصفحة للتسهيل على المستخدم إرسال التقييم ، وبعد التأكد من هذا التقييم ووجود اثباتات سيتم نشر التقييمات على المنصة ولن يتم نشر اي تقييم بدون اثباتات مثل (صور للمحادثة مع الصفحة ، صور للمنتج المعروض في الاعلان ، صور المنتج على الحقيقة) .

معايير التقييم :

- 1- وجود أدلة واضحة عن الصفحة المخادعة (صور المنتج في الإعلان وصور المنتج في الحقيقة وصور للمحادثة مع الصفحة).
- 2- اسم الصفحة او الشركة المخادعة .
- 3- يتم نشر التقييم بعد مراجعته من قبل أفراد الموقع .
- 4- لن يتم نشر اي تقييم بدون أدلة .

ثانياً: الهدف من المنصة

هدفنا من إنشاء هذه المنصة هو حاجة الناس لمثل هذه المنصة التي تساعد على اتخاذ قرار شرائي بسهولة مع تقليل المخاطر من خلال توفر تقييمات صادقة و صريحة عن صفحات البيع الإلكتروني المتواجدة على Facebook و المتاجر الإلكترونية ، مما يؤدي إلى تجنب مثل هذه الصفحات و عدم التعامل معها و في النهاية تفشل .

كما تساعدهم المنصة على اتخاذ القرار الشرائي بشكل أسرع وثقة أكثر ، حيث توفر لهم المنصة اقتراحات بالصفحات التي حصلت على تقييمات جيدة مع اثباتات التي تزيد ثقتهم ، وهذا يجعل تجربتهم الشرائية من صفحات البيع الالكتروني أكثر أماناً .

ثالثاً: مقومات نجاح الموقع

1. الزبائن أو المجتمع بحاجة الى منصة صادقة و موثوقة تعطي لهم تقييمات صفحات Facebook و Instagram و تسمح لهم بإعطاء آرائهم وعرض تجاربهم السابقة , ال تتوفر هذه الفكرة بطابعها المميز في فلسطين لذلك تعتبر نقطة تساهم في نجاح الموقع (المنصة).

2. طريقة عرض التصنيفات التي تم تقييمها تكون واضحة وسهلة الوصول لها, أو من خلال خانة البحث تبحث عن الشركة المعني بها, عرض تصنيفات الاشتراكات واضحة وموضح كل نوع من الاشتراك مواصفاته و المميزات التي يحصل عليها.

3. وجود عدة طرق للربح من الموقع إما من خلال اشتراك الشركات أو Affiliate market ويعني أنه يتم وضع صور لمنتجات الشركات التي تم تقييمها والتي تكون ذات تقييم عالي و جيد يتم عرضها للزبائن المعنيين في Related Pages بهذا المنتج , يتم الضغط على صورة المنتج ويتم نقلهم الى صفحتهم الرئيسية .

رابعاً: الهوية البصرية للموقع

الألوان المستخدمة:

اللون البرتقالي درجة #CE6628 / هو لون مكمل للون الأزرق .

واللون الأزرق درجة #317B89/ لون يدل على الامان .

واللون الرمادي درجة #9999 / لون محايد يأتي مع جميع الألوان .

تتكون المنصة من الصفحات التالية :

- الرئيسية : تحتوي على معرض صور للموقع , نبذة مختصرة عن الموقع , كيفية استخدام الموقع , عدد , و عدد الصفحات و المتاجر التي تم تقييمها , خانية البحث عن الشركة.

- الصفحات : تحتوي على صفحات البيع الإلكتروني و المتاجر الإلكترونية التي تم تقييمها مثل : Hand Made , ملابس و أحذية , مواد طبية و تجميلية , الكترونيات , اكسسوارات , متاجر و مواقع محلية مثل Mart.ps و Go Shop .
- اتصل بنا : تحتوي على نموذج من خلاله يمكن للمستخدم في إرسال استفسارات و اسئلة و معلومات التواصل و الساعات المتاح بها للتواصل , و خريطة .
- قيم : تحتوي على نموذج التقييم من خلالها الزبائن ترسل تقييمها عن الشركات و الذي يحتوي على رابط الصفحة التي تقييمها , تقييمك من 5 , في حال وجود صور أو محادثات لإرفاقها.
- التسجيل : صفحة يقوم المستخدم بإنشاء حساب جديد على المنصة وبعد ذلك يتم انتقاله إلى صفحة حسابي .
- حسابي : يتوفر بها معلومات عن حساب المستخدم و من خلالها يقوم المستخدم بالدخول إلى الموقع .

الشركات بحاجة إلى حلول و معالجة انتقادات الزبائن لهم لذلك سوف يتم تقديم تقارير حلول للشركات المعنية .

خامساً: أهمية الموقع

يمكن تقسيم أهمية الموقع إلى محورين كالتالي:

أهمية الموقع بالنسبة للمستخدمين:

تتمثل أهمية الموقع للمستخدمين هي في تقديم خيارات آمنة للعملية الشرائية، وذلك من خلال رؤية تقييمات الزبائن او الأشخاص ممن خاضوا تجربة الشراء بشكل إلكتروني، وبالتالي تقليل المخاطر المتوقع حدوثها عند إجراء عملية شرائية بشكل الكتروني.

كما انه عند تصفح المستخدم للبحث عن منتج معين تقدمه شركة معينة يمكن أن يظهر له نفس المنتج لكن من شركات أخرى وبالتالي زيادة الخيارات المتاحة أمام المستخدم.

زيادة ثقة المستخدمين وتحسين العملية الشرائية الإلكترونية على المستوى المحلي الفلسطيني، وذلك من خلال تقديم محتوى ذو ثقة ومصداقية مبني على تجارب زبائن آخرين.

كما تصبح بعض الشركات مجبرة بتقديم خدمات ومنتجات بمهنية ومصداقية عالية وذلك خوفا من تقديم تجربة سيئة لأحد الزبائن وبالتالي انتقال تجربة هذا الزبون الى زبائن اخرين وبالتالي التأثير على سمعة الشركة.

أهمية الموقع بالنسبة للشركات:

أما بالنسبة للشركات فيمكن استغلال هذه المنصة لتحسين تواجد الشركات الإلكترونية من خلال الاشتراك أو الإعلان في الموقع.

كما يمكن للشركات الاستفادة من تجارب الزبائن، والعمل على تطويرها وعدم الوقوع في المشاكل التي قد تضر في العلاقة بينهم وبين زبائنهم.

كما يمكن للشركات التي اشتركت في الموقع الحصول على تقارير دورية عن آراء وتجارب الزبائن في الشراء أو التعامل معهم، وبالتالي في حال كان هناك أي مشكلة مع أحد الزبائن العمل على حلها وعدم تكرار حدوثها.

سادساً: هيكلية التقرير

تم في هذا الفصل الأول تناول عدة محاور أساسية بدأت في نبذة عن الموقع أو المنصة ولماذا هذا الموقع ومقومات نجاح هذا الموقع وأهميته.

فقد تناولنا في البداية الفكرة العامة للموقع ومن ثم قمنا بشرح المشكلة التي يقوم بحلها هذا الموقع.

كما قمنا بتوضيح أسس ومقومات نجاح الموقع وما هي أهميته بالنسبة للفئة المستهدفة.

سوف يتم التركيز في الفصل الثاني على مخطط نموذج العمل التجاري والدراسة السوقية للموقع

الفصل الثاني

يتضمن هذا الفصل شرح عن نموذج الأعمال لموقع We Save التي تقوم فكرته على تقييم صفحات البيع الإلكتروني و المتاجر , و عمل دراسة سوقية لمعرفة آراء الزبائن حول هذه المنصة و مدى إقبالهم عليها.

أولاً Business Model Canvas :

1. Value proposition

منصة إلكترونية تعرض تقييمات الزبائن و التجارب و الحالات السابقة لهم حول الشركات المتواجدة على Facebook و المتاجر الإلكترونية, حيث يساعدهم في اتخاذ القرارات الشرائية بشكل أسهل و تكون المخاطرة أقل و رؤية بدائل أكثر وأفضل.

2. Revenue Model

طريقة الربح من الموقع تم اعتماد 3 طرق:

1. تقديم تقارير حلول مدفوعة للشركات على طلب الشركات.

2. **Affiliate marketing** يتم عرض روابط المنتجات ذات اهتمام الزبائن , يتم وضع صور لمنتجات الشركات التي تم تقييمها والتي تكون ذات تقييم عالي و جيد يتم عرضها للزبائن المعنيين في **Related Pages** بهذا المنتج , يتم الضغط على صورة المنتج ويتم نقلهم الى صفحتهم الرئيسية .

3. الإعلانات لمنتجات تكون بالنسبة للزبون مهتم بها , و طريقة عرض الإعلان يكون في **Related Pages** .

3. Key Resources

1. Word press

2. Elementor

3. رأس المال

4. Domain name

5. Host

6. بيانات من الزبائن

4. Key activities

1. الاشتراكات .

2. مشاركة تقييمات الزبائن .

3. الإعلانات من خلال عمل صفحة مخصصة للإعلانات في المنصة ولكن الاعلانات تكون مشروطة

بالحصول على تقييم عالي من قبل الزبائن ونشر التقييم مع الاعلان للشركة وذكر هذا الشرط في

الصفحة المخصصة للإعلانات ، لتكون المنصة فيها مصداقية أكثر .

5. Channels

1. صفحات الويب .

2. على شبكات التواصل الاجتماعي .

3. الایمیل .

4. ارقام الفريق القائم على المنصة للتواصل معهم .

5. لا يوجد مكان فيزيائي للمنصة.

6. Customer segments

شريحة العملاء للمنصة هم العملاء الذين يتعاملون مع صفحات البيع على مواقع التواصل الاجتماعي (facebook/ instagram) لتلبية حاجتهم في التعامل مع صفحات موثوقة وحمايتهم من الصفحات الغير موثوقة ، الشركات التي حصلت تقييم عالي وتريد عرض اعلاناتها على المنصة .

7. Key partner

العلاقات التي تربط المنصة بالشركات الأخرى في نموذج العمل لضمان نجاحه.

إن وجود هذه الشراكات يوفر للشركة يد العون في المجالات التي لن يكون من الممكن لها التعامل معها بمفردها، وفي نموذج العمل الخاص بالمنصة هناك العديد من الشراكات مثل: الشراكة مع مستشار قانوني، الشراكة مع شركة علاقات عامة، content creator ، Google .

المستشار القانوني

يتمثل دور المستشار القانوني في تقديم الخدمات القانونية والتخفيف من امكانية حدوث أي مخاطر أو مشاكل قانونية.

العلاقات العامة

من الجدير بالذكر أن العلاقات العامة يمكن أن تؤثر على العمل بشكل إيجابي أو سلبي فهي الحد الفاصل للمؤسسة فيما أن تزيد من الربحية وتضمن مستقبل أعمالها أو قد تتسبب بانهيارها لذلك هي الأداة الأكثر أهمية في التسويق وإذا تم استخدامها بشكل صحيح يمكنها التغلب على أي عقبة في العمل تقريباً.

Google

تتمثل الشراكة مع جوجل في إنشاء إعلانات خاصة بالموقع على محرك البحث الخاص بها والمواقع الأخرى الخاصة بها مثل يوتيوب، كما يمكننا الحصول على تقارير خاصة بالموقع من خلال نظام تحليلات جوجل.

Content creator

وذلك من خلال التعامل مع منشئي محتوى ملائم للموقع.

يتم انشاء شراكات مع محركات البحث وذلك لتعريف الموقع على محركات البحث المختلفة وإنشاء الإعلانات المختلفة على تلك المحركات.

أهمية key partner في الأعمال

في بيئة تنافسية معرضة للتغيير ، من الضروري تقليل المخاطر ، وقد تكون هذه الشراكات قادرة على القيام بذلك. (يحدث هذا حتى بين المنافسين ، الذين يمكنهم التجمع معاً لإنشاء شيء جديد و / أو حماية أنفسهم من عوامل عدم التأكد في السوق).

8. Customer relationships management

تعد إدارة العلاقة مع الزبائن من المفاتيح الأساسية لنجاح الأعمال، وفي المنصة هناك ضرورة كبيرة لوجود إدارة صحيحة للزبائن من حيثية الاستقطاب والحفاظ على الزبائن الحاليين فمن حيثية الاستقطاب، يمكننا استقطاب الشركات للاشتراك في الموقع من تقديم فترة تجربة مجانية على المنصة، أما بالنسبة للمستخدمين العاديين فيمكننا توعيتهم حول أهمية المنصة وما هي القيمة التي سوف يحصلون عليها عند استخدام الموقع، ومن الممكن أيضا تشجيعهم من قبل الشركات التي يتعاملون معها وقد اشتركت في المنصة للدخول والتفاعل في هذه المنصة مقابل الحصول على خصم بناء على اتفاق بين الشركات وأصحاب المنصة.

كما يمكننا المحافظة على الزبائن الحاليين من خلال اجراء سحوبات ومسابقات بشكل منظم ودوري، كما يمكننا أيضا إعطاء عدد معين من النقاط لكل مستخدم يقوم بالتفاعل في المنصة وعند تجميع عدد نقاط معين يمكن للمستخدم استبدالها بمنتجات أو خدمات من احد الشركات المشتركة في المنصة، وكل ذلك بناء على اتفاق معين و واضح مع الشركات المسجلة في المنصة.

9. Cost Structure

تتمثل تكاليف المنصة في أجور الموظفين، تسويق المنصة، وتصميمها وتطويرها.

أجور الموظفين

تتمثل في المبالغ المدفوعة للموظفين مقابل أداء مهام وأعمال معينة.

تسويق المنصة

تتمثل في العديد من الأنشطة منها: الترويج للمنصة، استقطاب الزبائن، العلاقات العامة، المستشار القانوني.

تصميم وتطوير المنصة

تتمثل في المبالغ المدفوعة مقابل: حجز مكان للمنصة على احد السيرفرات، شراء البرامج والاضافات لتصميم الموقع.

ثانياً: الدراسة السوقية

1. المنهجية

تم جمع البيانات من خلال عمل استبانة الكترونية على Google Form و تم نشرها على مجموعات Facebook مثل (مجموعة شركات سيئة السمعة , سوبر ماميز) , العينة 123 شخص .

4.2 أفراد العمل و دور كل فرد منهم و مبررات الاختيار :

يتكون فريق العمل من 4 طلبة ، ثلاثة طالبات وطالب ، ثلاثة منهم من تخصص (التسويق الالكتروني)، والطالبة الرابعة تخصص (جرافيك) وفيما يلي اسم كل طالب ودوره الأساسي في المشروع بالإضافة الى المبررات:

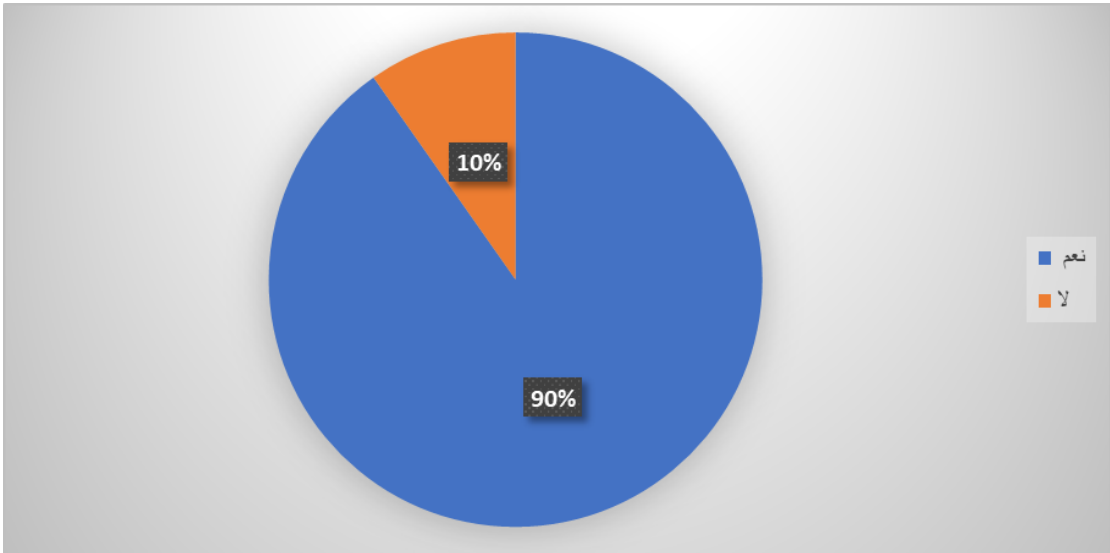
اسم الطالب	دور الطالب	مبرر الاختيار
نور الدين عيسى	<ul style="list-style-type: none">تصميم المواقع الالكترونيةإدارة شبكات التواصل الاجتماعيتحليل البيانات	<ul style="list-style-type: none">يوجد لديه خلفية جيدة في تصميم المواقع الالكترونيةالانخراط بسوق العمل في مجال إدارة شبكات التواصل الاجتماعيكان مشارك في دورة

<p>في مجال تحليل البيانات تابعة لمركز التميز والتعليم المستمر في جامعة بيرزيت</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ● الابداع و الذوق في تصميم المواقع الالكترونية ● لديها دقة ملاحظة عالية مما يؤهلها في مجال تدقيق البيانات ● شاركت في دورات متعددة في مجال العلاقات العامة 	<ul style="list-style-type: none"> ● تصميم المواقع الالكترونية ● تدقيق البيانات ● العلاقات العامة 	<p>آمنة السراحنة</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● لديها خبرة علمية وعملية في مجال تصميم المواقع الالكترونية ● لديها القدرة على جمع البيانات ● تمتلك مهارة استخراج الأفكار الإبداعية 	<ul style="list-style-type: none"> ● تصميم المواقع الالكترونية ● جمع البيانات ● التفكير الإبداعي 	<p>زينة القسراوي</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● الخلفية العلمية والعملية في كافة برامج التصميم 	<ul style="list-style-type: none"> ● إنشاء التصاميم الثابتة و المتحركة ● إنشاء الهوية البصرية الخاصة بالمشروع 	<p>حلا ابو عليا</p>

2. تحليل نتائج الاستبيان

1. هل قمت بعمل أو إجراء عملية شراء المنتجات أو الخدمات بشكل إلكتروني؟

- نعم
- لا

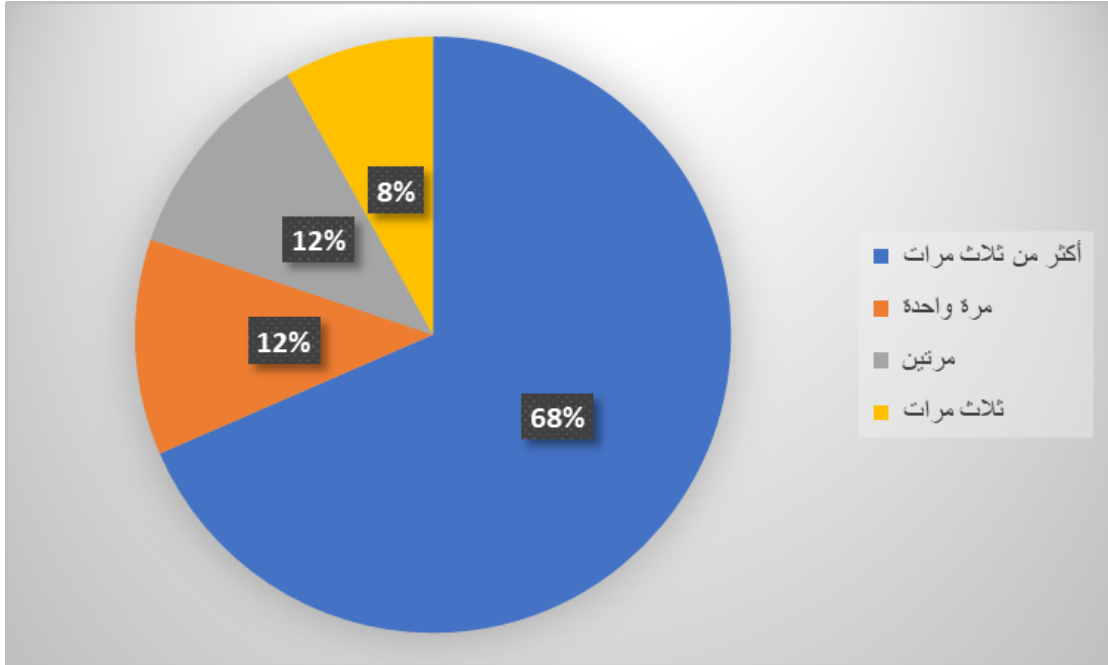


شكل 1 : (2-1)

حصلنا على 122 إجابة على هذا السؤال، وفيه يتضح انه ما يزيد عن 90% من الفئة المستهدفة قامت بعملية شراء بشكل إلكتروني.

2. في حال كانت إجابتك على السؤال السابق (السؤال الأول) هي نعم، ما هو عدد المرات التي قمت خلالها بالشراء بشكل الكتروني (اون لاين).

- مرة واحدة
- مرتين
- ثلاث مرات
- أكثر من ثلاث مرات

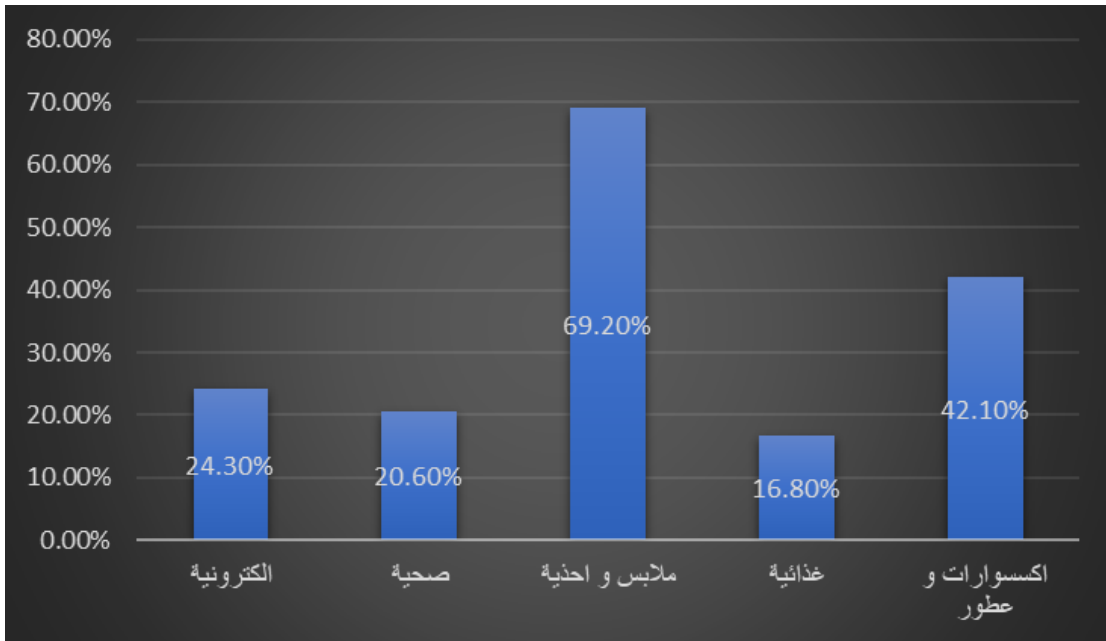


شكل 2 : (2-2)

حصلنا على 110 إجابات على هذا السؤال، ويتضح من خلال الإجابات أن ما نسبته 68.2% قاموا بالشراء عبر الانترنت أكثر من ثلاث مرات، وإن 11.8% قاموا بعملية الشراء مرة واحدة، وما نسبته 11.8% قاموا بعملية شراء، ما نسبته 8.2% قاموا بثلاث عمليات شراء عبر الإنترنت.

3. إذا كانت الإجابة على السؤال الأول هي نعم، ما هي طبيعة المنتجات التي قمت بشرائها

- منتجات الكترونية
- منتجات صحية
- ملابس وأحذية
- منتجات غذائية
- اكسسوارات و عطور



شكل 3 : (2-3)

حصلنا على 107 ردود على هذا السؤال، يتضح من خلال الرسم البياني ان أكبر نسبة للمنتجات التي يتم شراؤها عبر الإنترنت هي الملابس والأحذية بنسبة 69.20%، ومن ثم تليها الاكسسوارات والعطور بنسبة تشكل 42.10%، ومن ثم المنتجات الالكترونية والصحية، من خلال هذه النتائج يتضح لنا ما هي أكثر الصفحات والمتاجر التي يجب التركيز عليها في التقييم في المنصة.

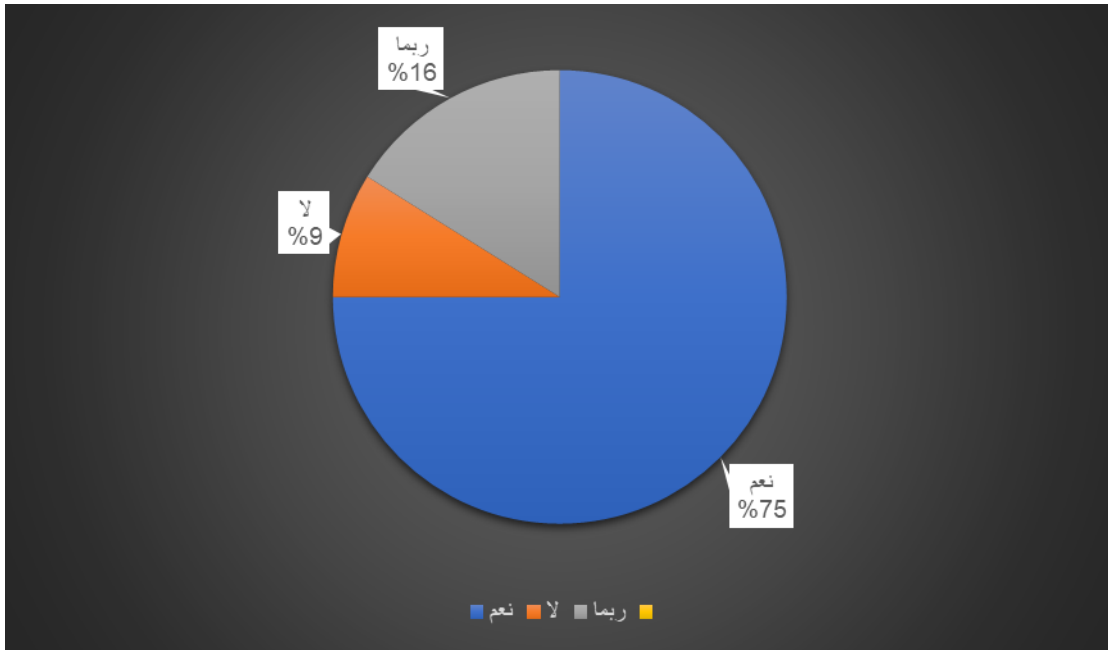
4. إذا كانت الإجابة على السؤال الاول هي لا، هل لديك أسباب لعدم القيام بذلك؟

كانت الإجابة على السؤال فقرة قصيرة.

حصلنا على 14 رد على هذا السؤال، وكانت معظم الأسباب لعدم القيام بعملية شراء عبر الإنترنت تتركز حول المصداقية والثقة بالدرجة الأولى، وبالدرجة الثانية كانت تتركز حول عدم تطابق الصور الموجودة على الانترنت مع المنتج المطلوب من حيث المواصفات ام من حيث الجودة، ومن خلال الإجابات يتضح لدينا وجوب وجود خانة الثقة والمصداقية في البيع وخانة تطابق الصور من حيث المواصفات او الجودة في صفحة التقييم الخاصة بكل متجر او صفحة.

5. إذا كانت الإجابة على السؤال الأول هي لا، هل لديك أسباب عدم القيام بذلك؟

- نعم
- لا
- ربما

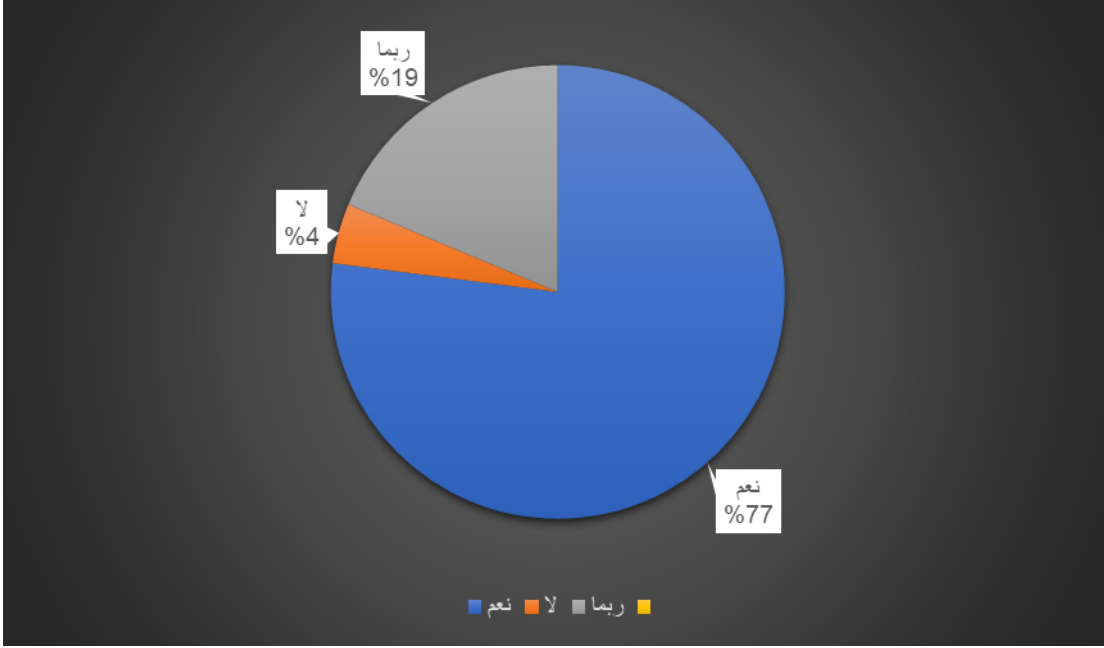


شكل 4 : (2-4)

حصلنا على 56 رد على هذا السؤال، ومن خلاله يتضح أن هناك نسبة كبيرة تشكل 75% لديها الاستعداد للقيام بعملية شراء عبر الإنترنت.

6. في عالم التجارة والتسوق الالكتروني، هل تهتم بما يقوله الناس عن منتج أو شركة معينة؟

- نعم
- لا
- ربما

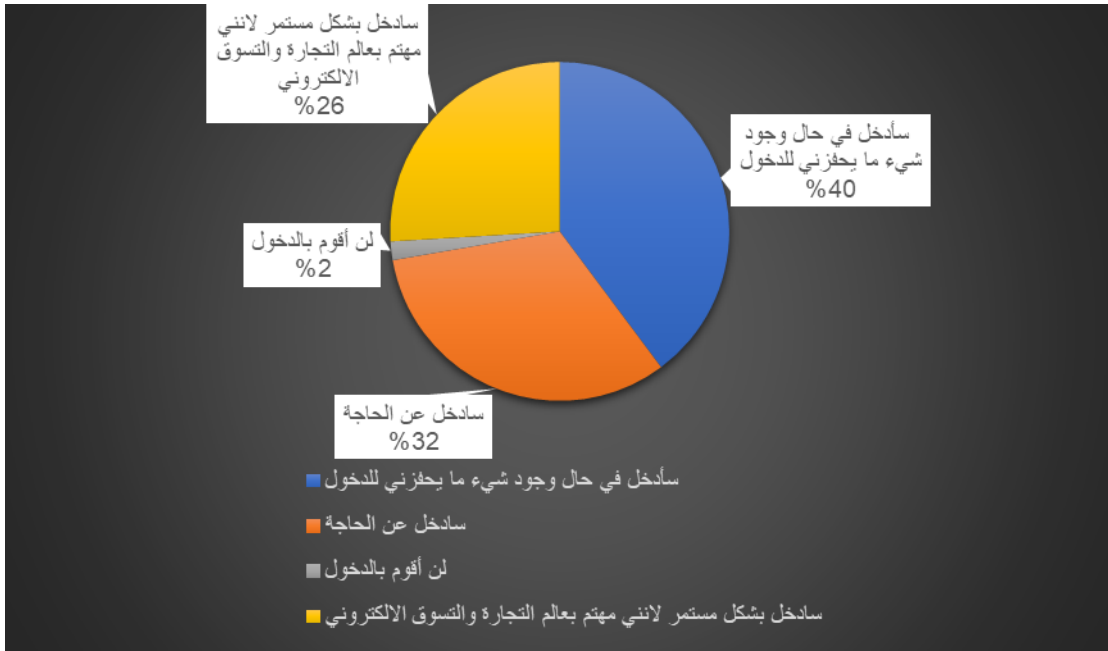


شكل 5 : (2-5)

حصلنا على 122 إجابة على هذا السؤال، بحيث كانت النسبة الأكبر هي اجابتها نعم، 77% يهتمون لما يقوله الناس عن منتج أو شركة معينة، تتضح أهمية هذا السؤال في طبيعة عمل المنصة التي تعتمد على ما يقوله الناس بناء على تجاربهم.

7. في حال وجود منصة أو تطبيق لتقييم المتاجر والصفحات الالكترونية، ما هي احتمالية دخولك لهذه المنصة أو التطبيق؟

- سأدخل بشكل مستمر لأنني مهتم بعالم التجارة والتسوق الالكتروني
- سأدخل في حال وجود شيء ما يحفزني للدخول
- سأدخل عند الحاجة
- لن أقوم بالدخول

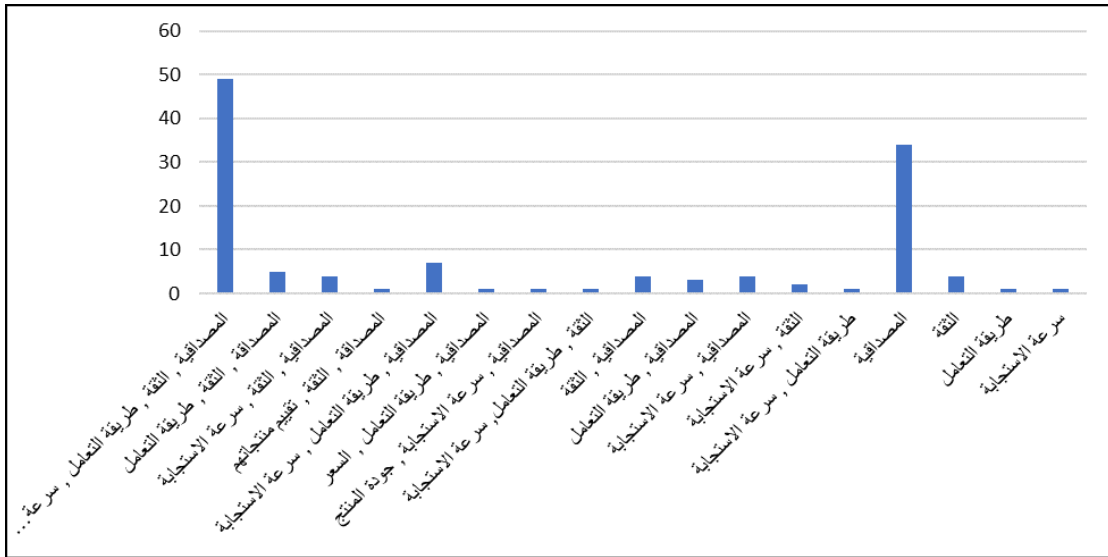


شكل 6 : (2-6)

حصلنا على 122 رد على هذا السؤال، وتتركز أعلى نسبة للإجابات في أنهم سيدخلون في حال وجود شيء ما يحفزني للدخول بنسبة 40% من مجمل الإجابات، يتضح لدينا أهمية وجود شيء في المنصة يقوم بتحفيز الزبائن للدخول الى المنصة.

8. ما هي الأمور التي تهتمك أن يكون لها التقييم في صفحات البيع ؟

- المصدافية
- الثقة
- التعامل
- سرعة الاستجابة
- جودة المنتج
- السعر
- تقييم منتجاتهم



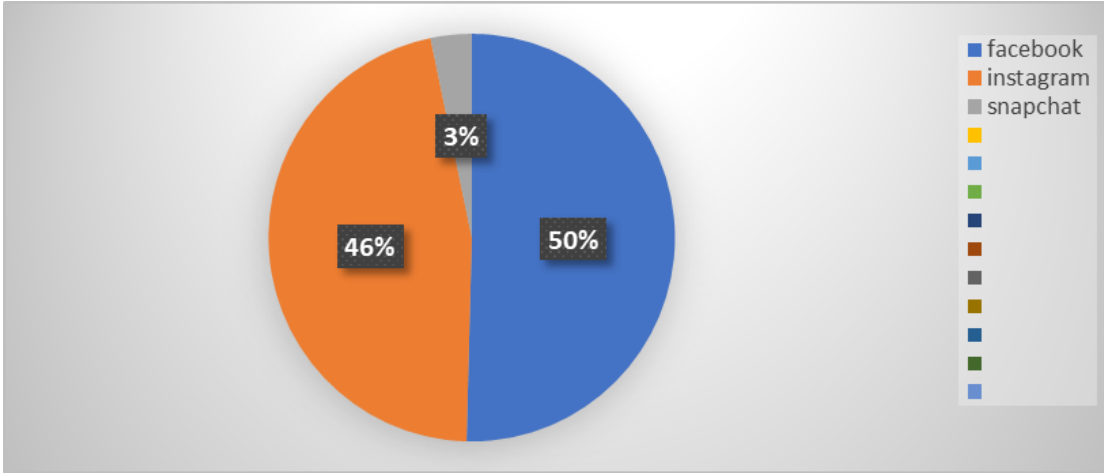
شكل 7 : (2-7)

كما هو موضح في الرسم البياني النتيجة الأعلى هي المصدافية , يعني ذلك أن يتم تقييم صفحات البيع الالكتروني على مصداقيتهم في البيع من ناحية السعر الحقيقي و مكان إنتاج المنتج و جودته .

لذلك يتم وضع في Form الخاص بإرسال التقييم خانة يضع بها المستخدم أدلة وإثباتات مثل صور أو Voice Message تدل على أن الشركة غير صادقة .

9. ما هي شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بالنسبة لك ؟

- Facebook
- Instagram
- Snapchat

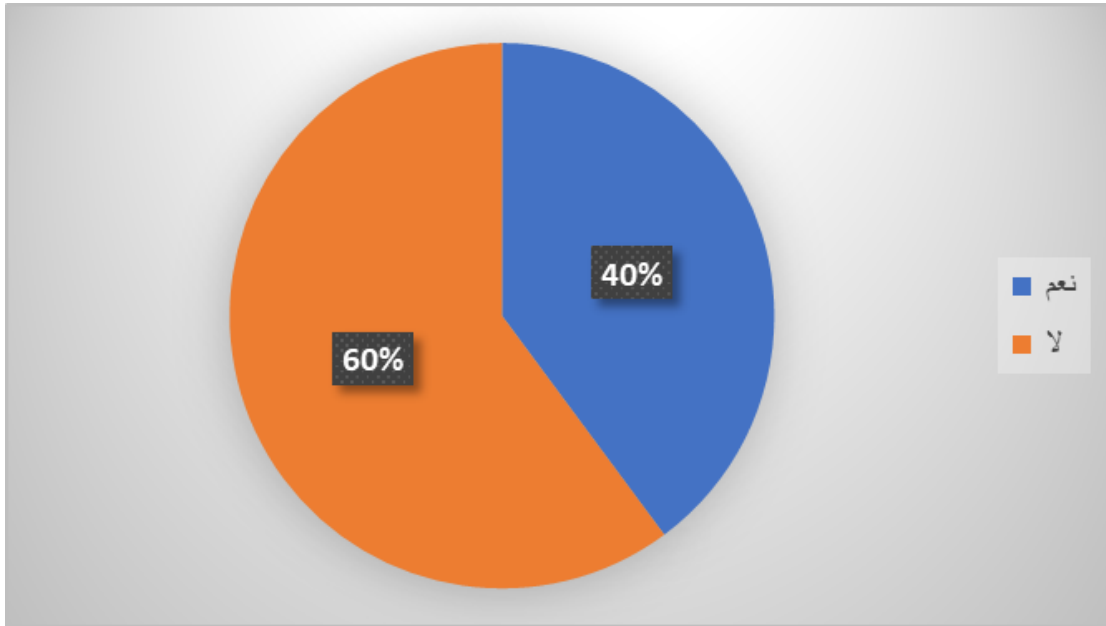


شكل 8 : (2-8)

كما هو موضح في الرسم البياني أن الأكثر استخداماً هو Facebook و بعد ذلك Instagram , يمكن الاستفادة من هذه الأرقام التوجه إلى Facebook عمل صفحة خاصة للمنصة و عمل الحملات الترويجية و أيضاً التوجه نحو Instagram .

10. هل قمت بطرح سؤال على مواقع التواصل الاجتماعي للاستفسار عن شيء معين بخصوص الشراء بشكل الكتروني؟

- نعم
- لا

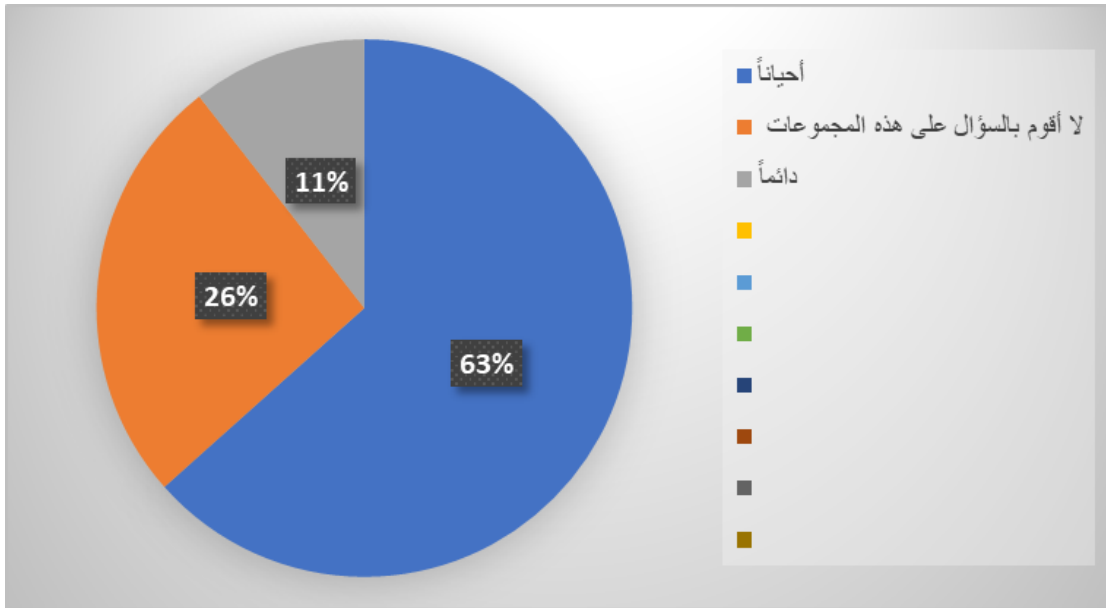


شكل 9 : (2-9)

الأكثر كانت إجاباتهم لا نسبة 60% من المجتمع الدراسي 123 إجابة .

11. هل برأيك المجموعات الموجودة على شبكات التواصل الاجتماعي مثل مجموعات Facebook تفي الحاجة عند الاستفسار عن شيء معين؟

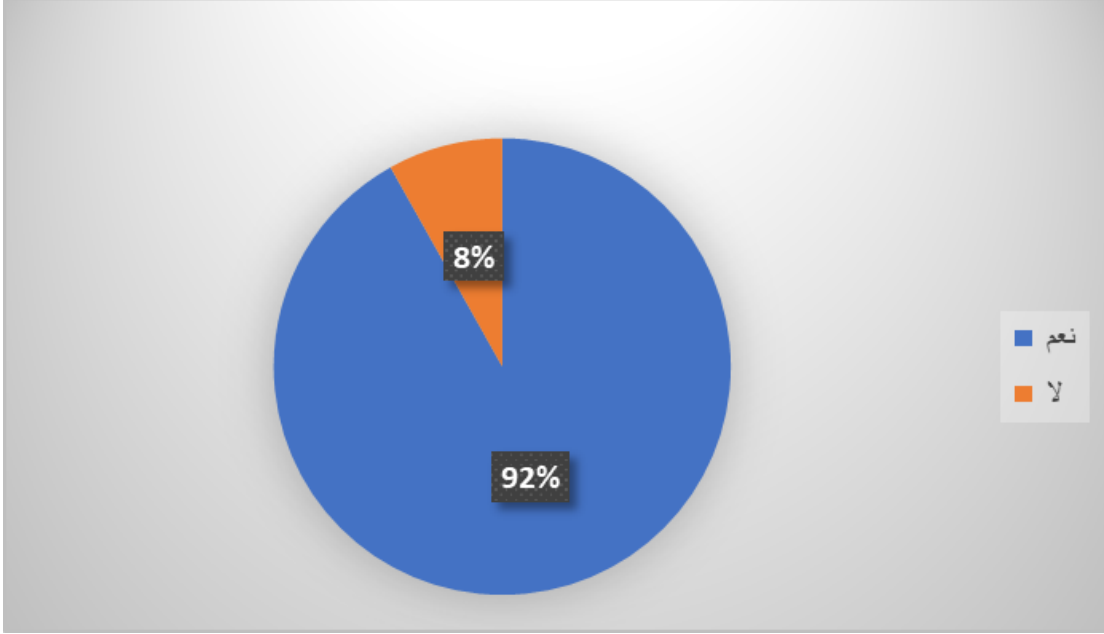
- أحياناً
- لا أقوم بالسؤال على هذه المجموعات
- دائماً



شكل 10 : (2-10)

12. هل أنت مع ثقافة تقييم صفحات البيع الالكتروني؟

- نعم
- لا

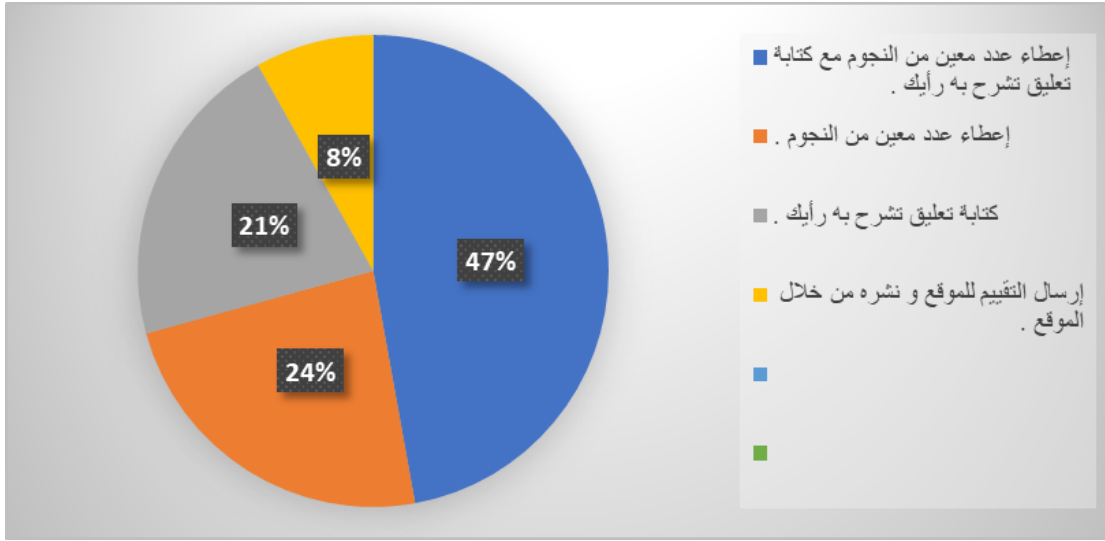


شكل 11 : (2-11)

كما هو موضح في الرسم البياني أكثر الأجوبة كانت مع ثقافة التقييم صفحات البيع الالكتروني , لذلك نعتبر هذا معيار لنجاح منصة We Save .

13. في حال اللجوء لعملية تقييم الشركات و صفحات البيع الالكتروني ما هي الطريقة التي تفضلها عند التقييم ؟

- إعطاء عدد معين من النجوم مع كتابة تعليق تشرح به رأيك .
- إعطاء عدد معين من النجوم .
- كتابة تعليق تشرح به رأيك .
- إرسال التقييم للموقع و نشره من خلال الموقع .

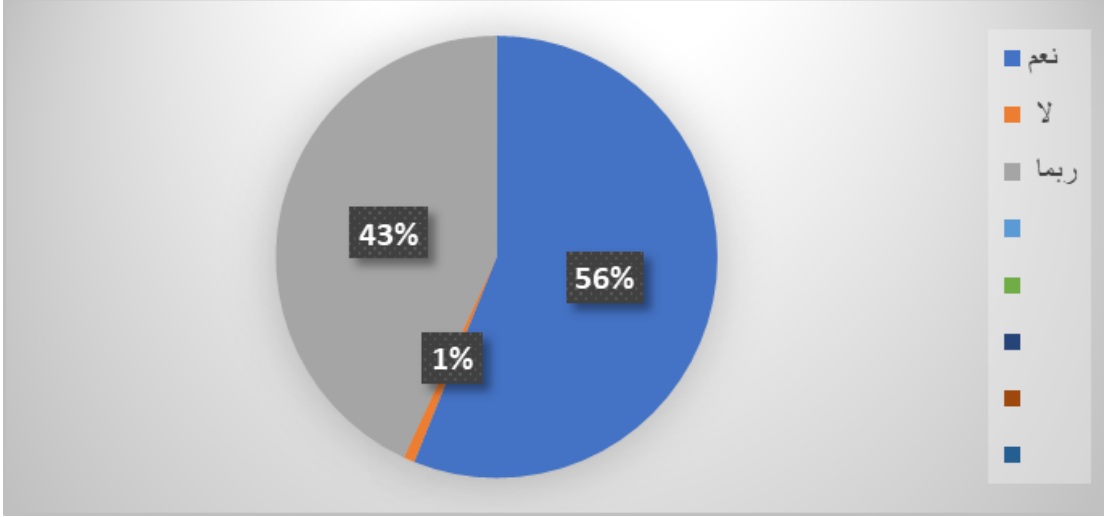


شكل 12: (2-12)

عمل Form نموذج من خلاله يشرح به المستخدم رأيه بهذه الصفحة الخاصة بالبيع الالكتروني , و تقييم الصفحة من خلال النجوم من أصل 5 نجوم .

14. في حال وجود تطبيق أو منصة لتقييم هل سوف تشترك ؟

- نعم
- لا
- ربما

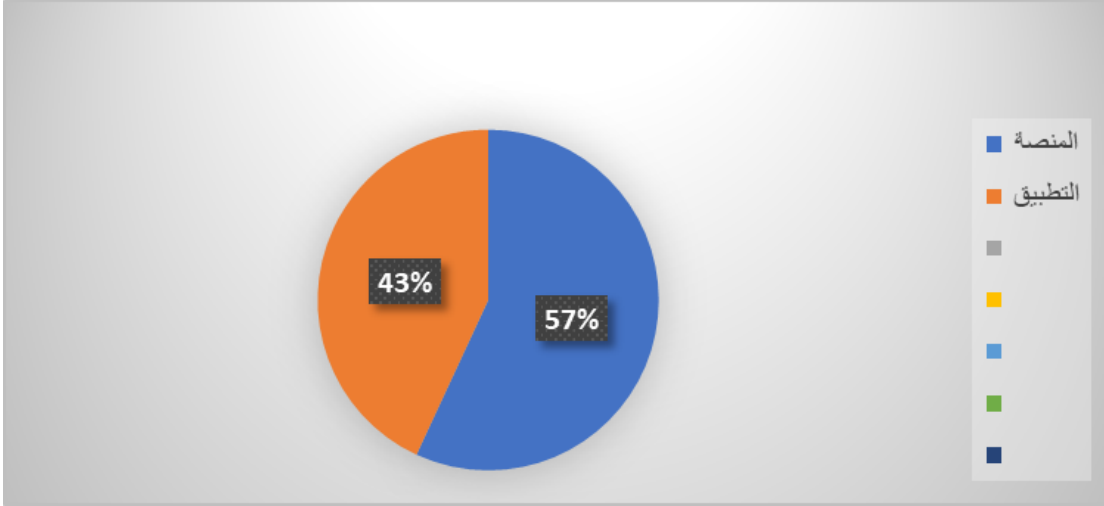


شكل 13 : (2-13)

أكثر الإجابات كانت نعم لديهم استعداد للاشتراك بهذه المنصة .

15. هل تفضل أن يكون التقييم من خلال المنصة أم من خلال التطبيق ؟

- المنصة
- التطبيق



شكل 14 : (2-14)

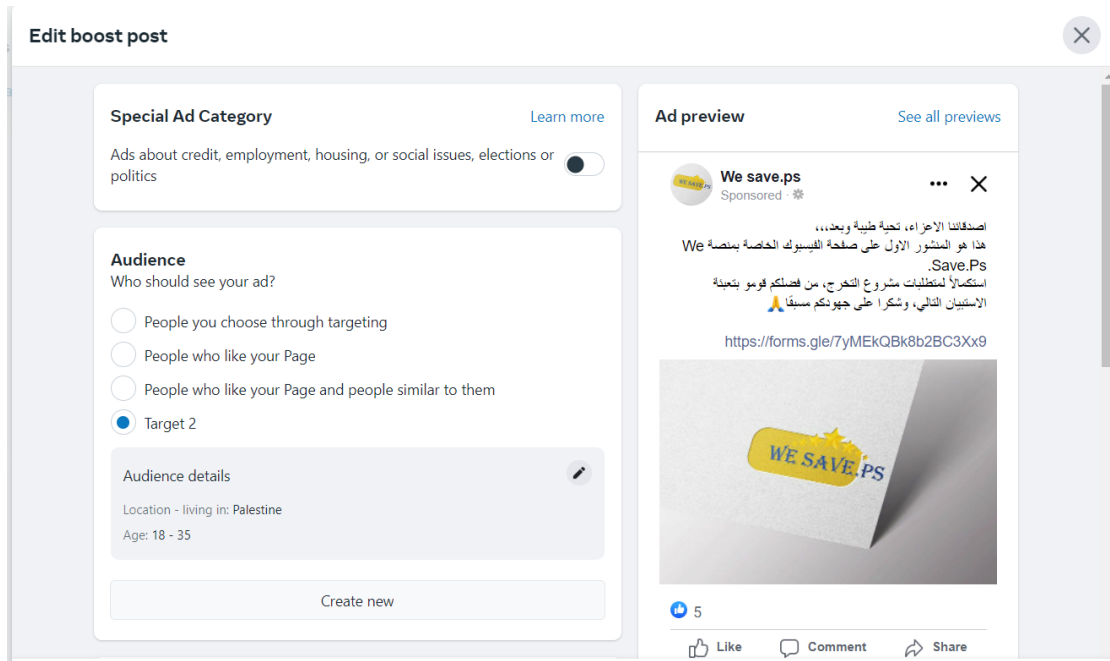
كما هو موضح في الرسم البياني الأكثر يفضل التقييم من خلال المنصة لذلك سوف يتم عمل منصه من خلالها يستطيع المستخدم الدخول عليها عبر الهاتف و أيضاً عمل Mobile application لخدمة باقي المجتمع .

ثالثاً : صفحة Facebook خاصة لمنصة Wesave

تم عمل صفحة على Facebook لمنصة We Save , من خلالها يتم عمل ترويج للموقع و عمل Brand Awareness وزيادة Traffic على الموقع .

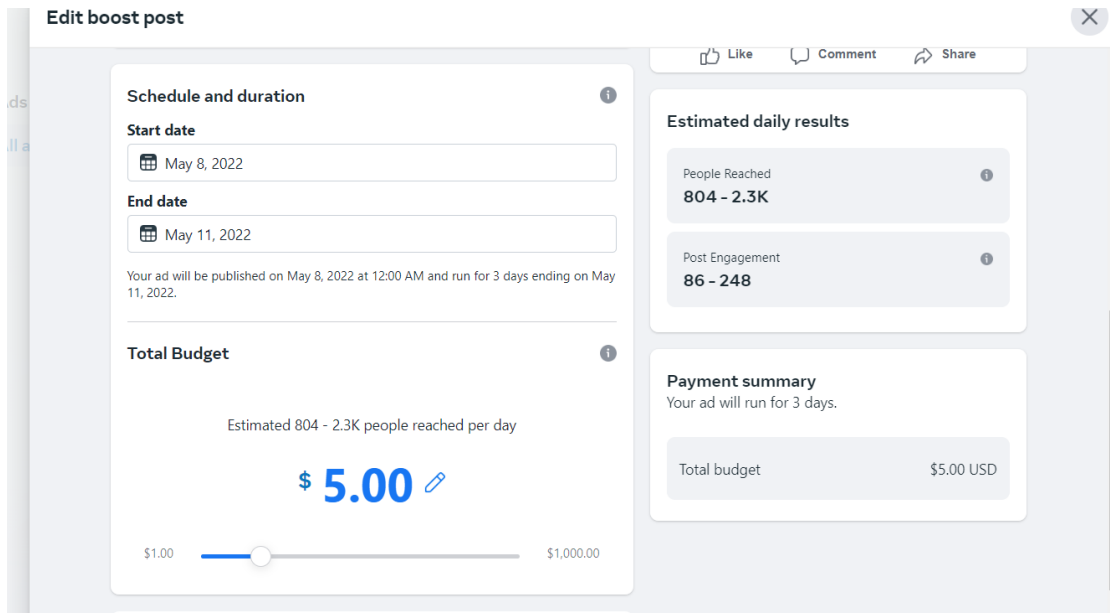
تم عمل إعلان ممول للاستبيان على صفحة Facebook لضمان وصول الاستبيان للفئة المستهدفة و هي ذكور و إناث أعمارهم من (18-35) سنة .

تم إنشائه في تاريخ May-2022-7 و نشره في تاريخ May-2022-8 واستمر حتى تاريخ May-2022-11 , و تم تحديد الميزانية \$5 .



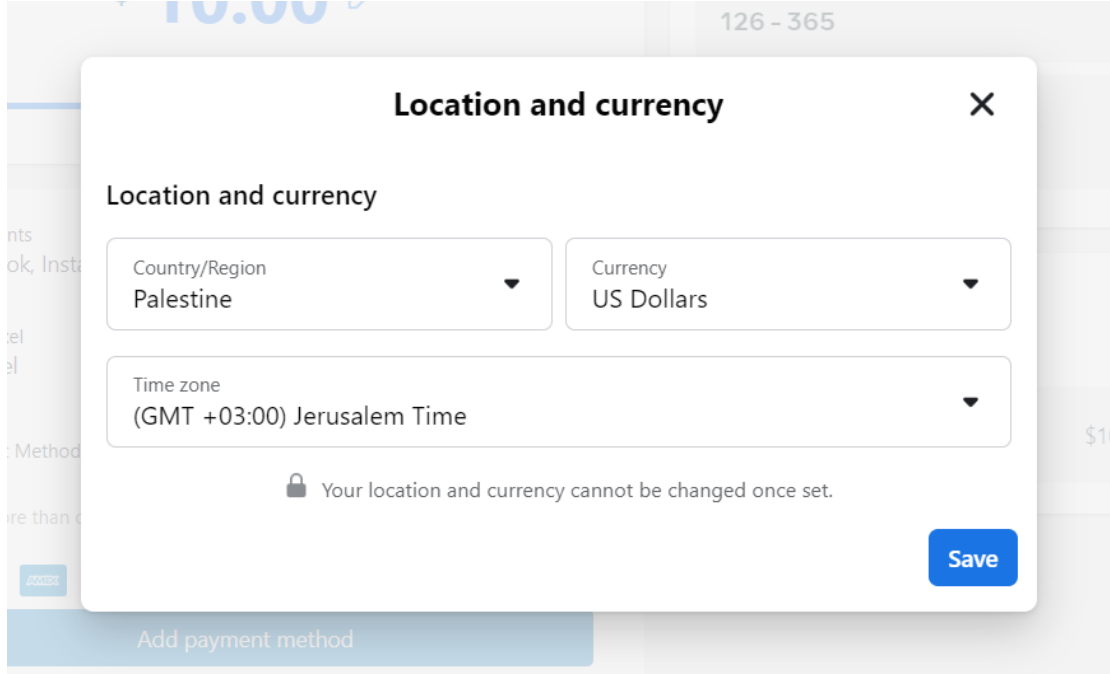
شكل 15 : (2-15)

عمل New Target Audience و تحديد العمر و المنطقة التي يتواجد بها الفئة المستهدفة



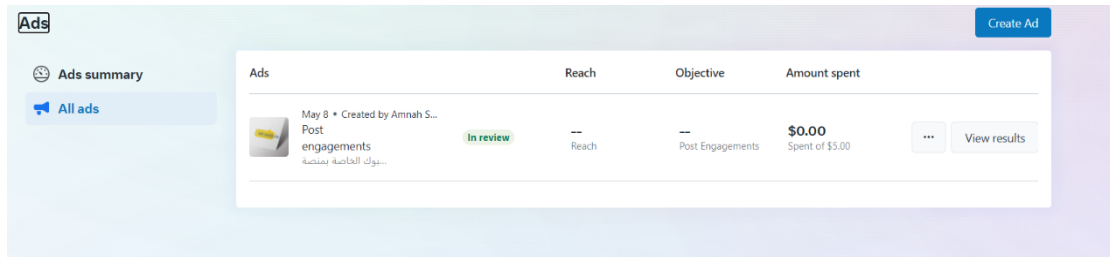
شكل 16 : (2-16)

تم تحديد الأيام التي يظهر بها الإعلان و المدة التي يظهر بها تم تحديد 3 أيام



شكل 17 : (2-17)

تحديد الدولة و العملة و من ثم وضع معلومات Visa Card و من ثم الدفع



شكل 18 : (2-18)

يتم التحقق من الإعلان من قبل Facebook خلال مدة 24 ساعة وبعد ذلك يتم نشره

Post details
✕

We save.ps

Published by Nour Arafat Eisa · May 6 at 11:00 PM · ⚙️

اصدقائنا الاعزاء، تحية طيبة وبعد،،، هذا هو المنشور الاول على صفحة الفيسبوك الخاصة بمنصة We Save.Ps. استكمالاً لمتطلبات مشروع التخرج، من فضلكم قوموا بتعبئة الاستبيان التالي، وشكراً على جهودكم مسبقاً 🙏

https://forms.gle/7yMEkQBk8b2BC3Xx9

You and 20 others

Performance for your post

1847 People reached

21 Likes, comments & shares

46 Post clicks

16 Photo views	2 Link clicks	28 Other clicks
--------------------------	-------------------------	---------------------------

View more details

Negative feedback

0 Hide all posts	0 Hide post
0 Report as spam	0 Unlike Page

21 Likes, comments & shares

Branded content distribution

View breakdown		
1847 Total reach	102 Organic reach	1749 Paid reach
1989 Total impressions	115 Organic impressions	1874 Paid impressions

شكل 19 : (2-19)

معلومات تفصيلية عن نتائج الإعلان الممول

الفصل الثالث

هذا الفصل يشمل خطوات حجز Domain و Host , التي من خلالها يصبح الموقع متاح للفئة المستهدفة , و اختيار TLD , والربط Domain مع Host و تحديد نوع Host .

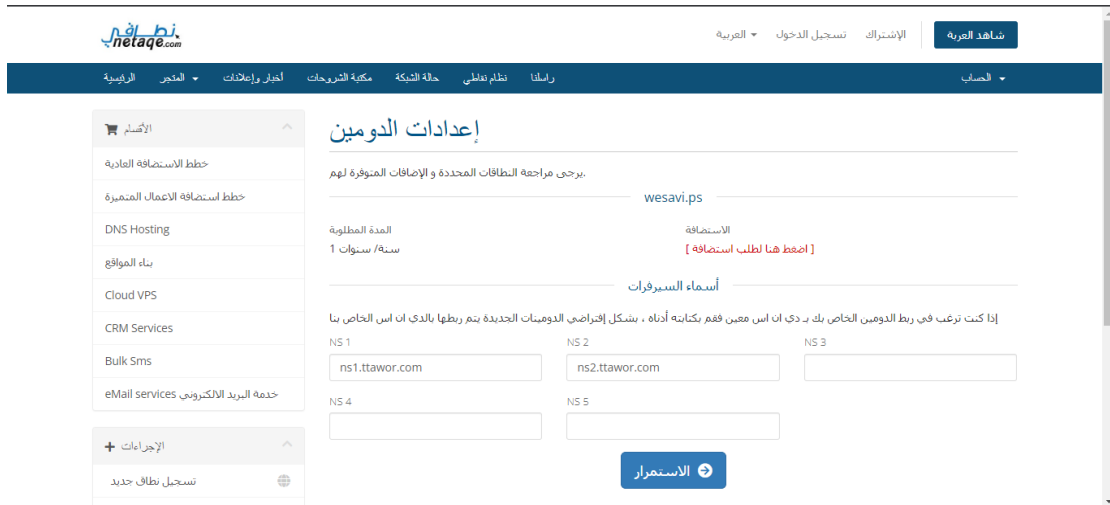
أولاً : حجز Domain name

1. تم البحث عن اسم wesave.ps من خلال موقع نطاقي , <https://www.netage.com> .



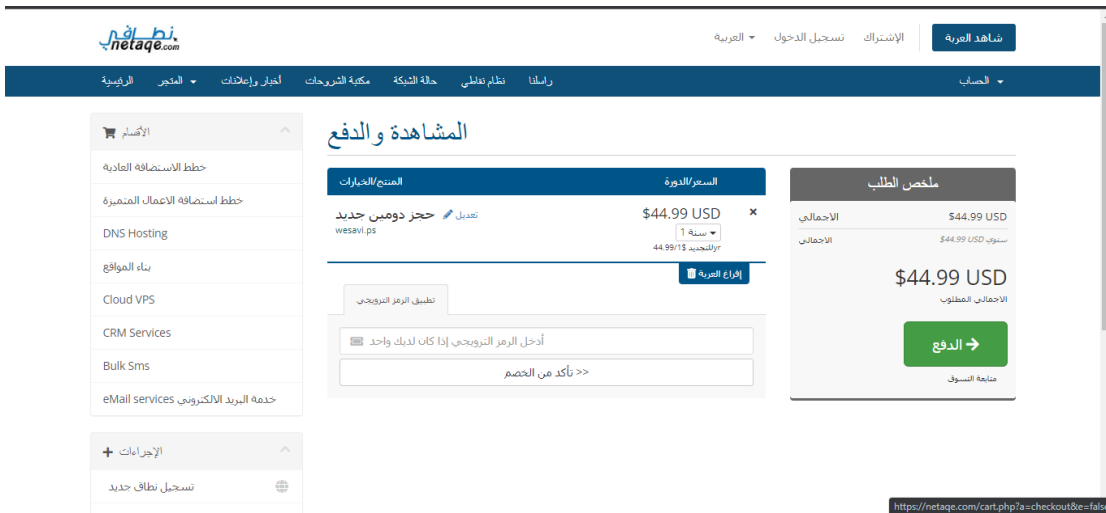
شكل 20: (3-20)

البحث عن اسم النطاق



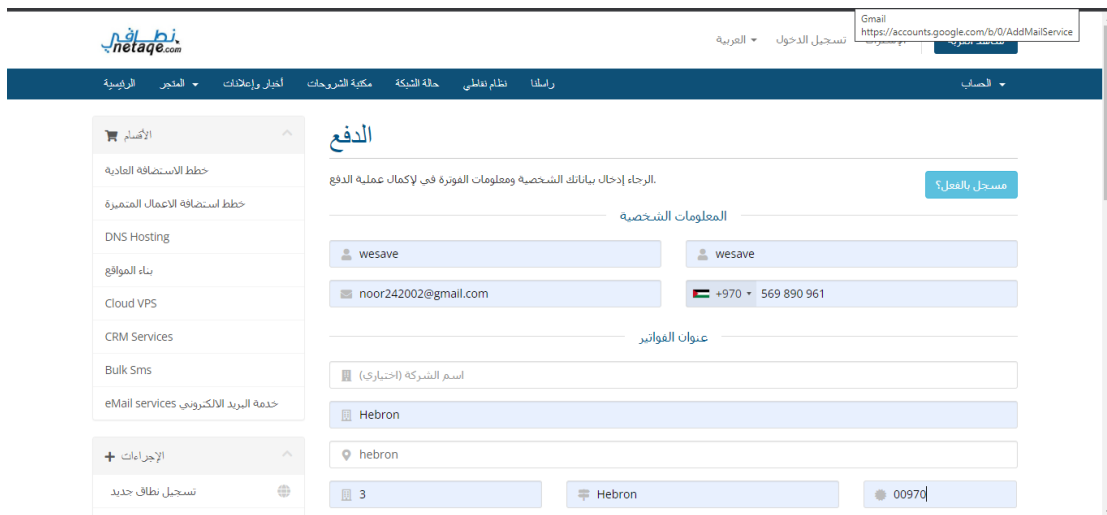
الشكل 21: (3-21)

إعدادات Domain Name



شكل 22: (3-22)

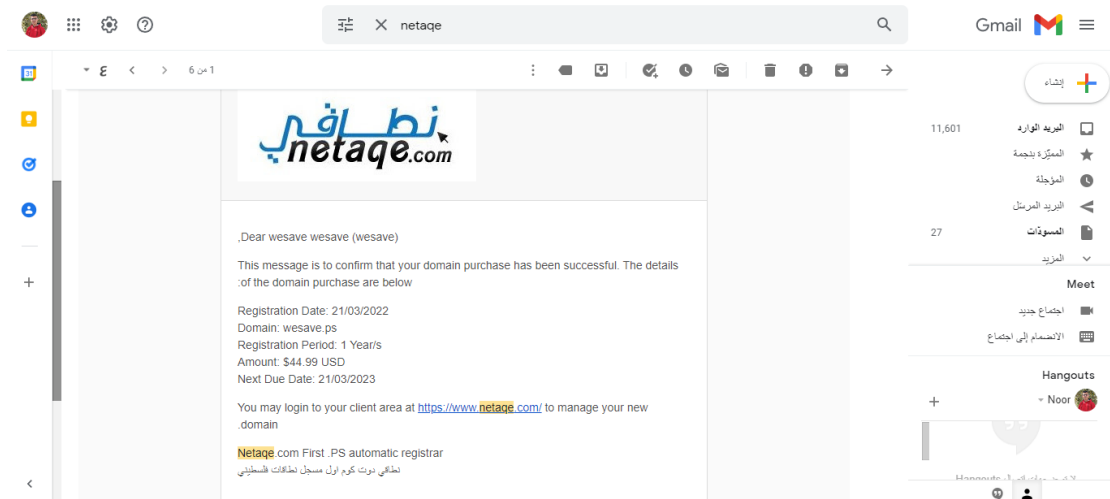
الدفع



شكل 23: (3-23)

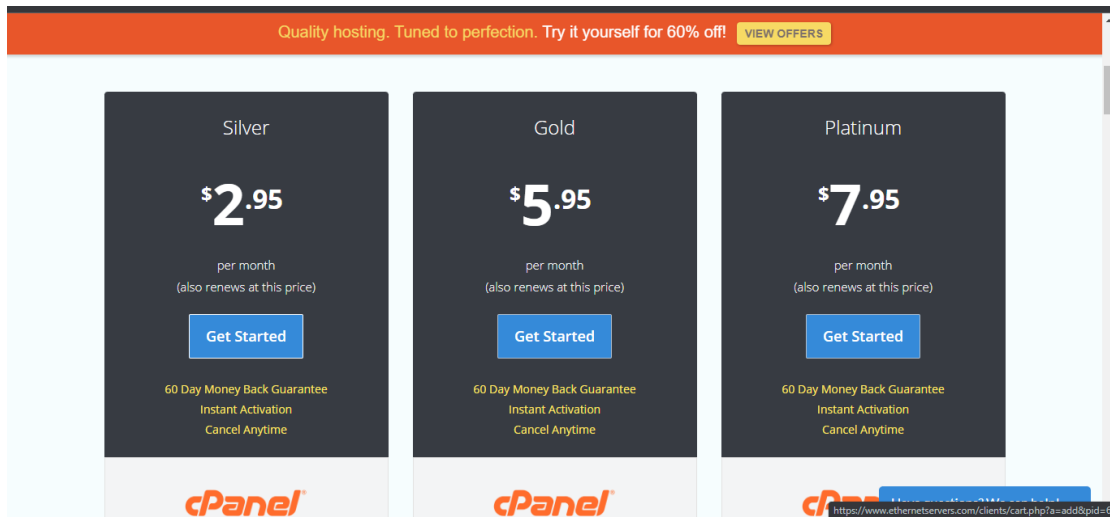
خطوات الدفع

شكل 24: (3-24)



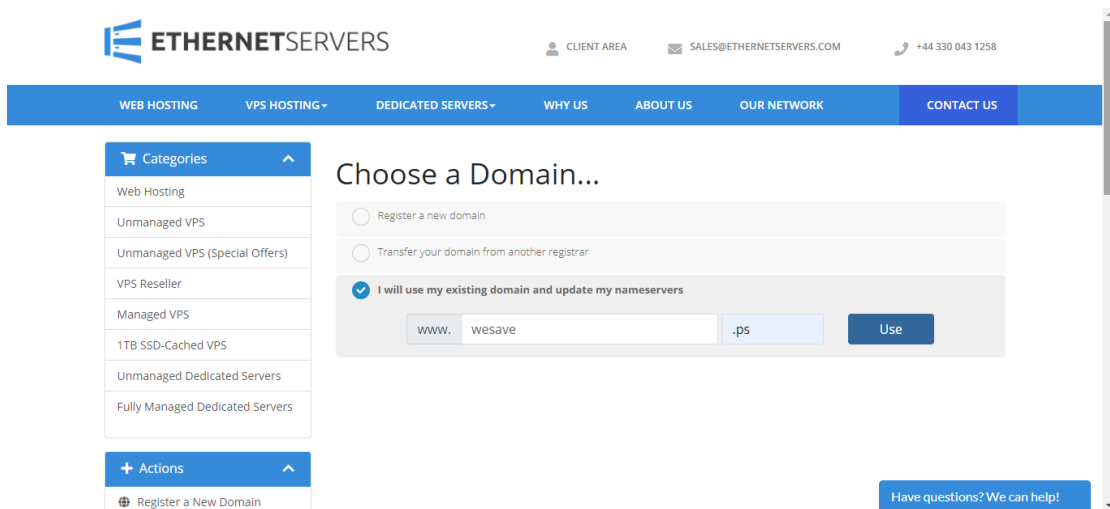
شكل 25: (3-25)

التأكد من حجز Domain Name



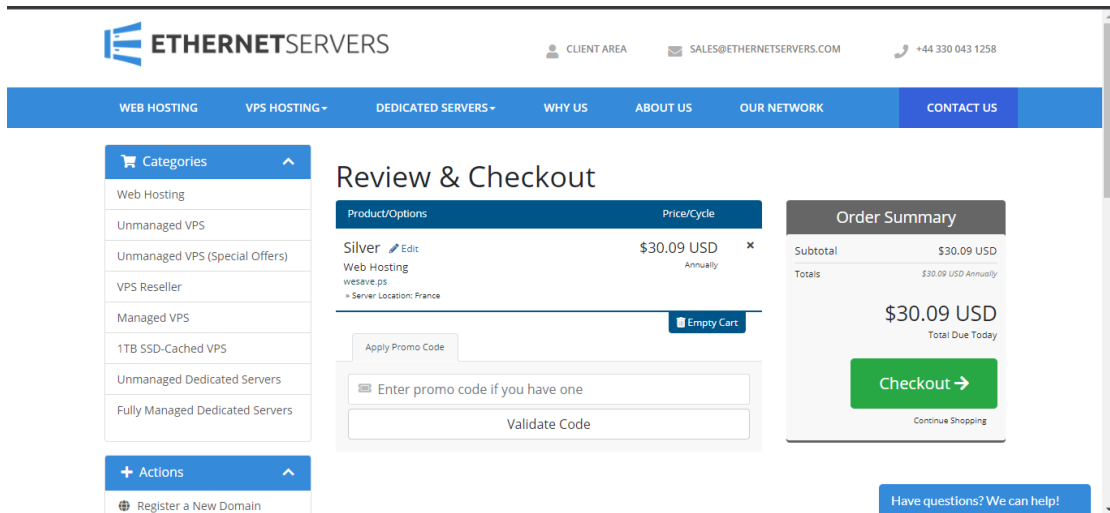
شكل 26: (3-26)

حجز Host تم اختيار حزمة silver



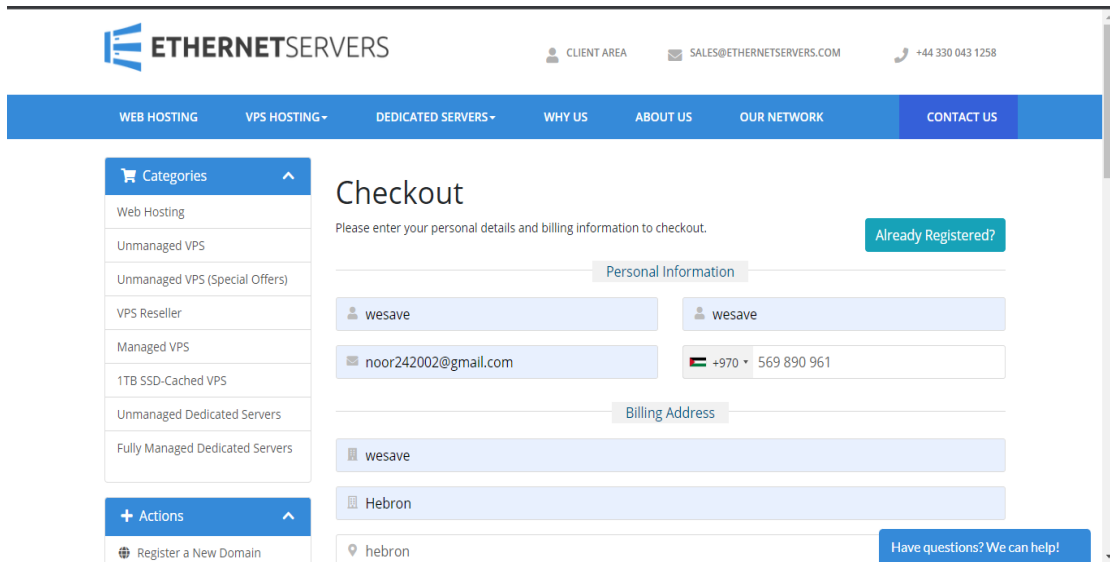
شكل 27: (3-27)

تم اختيار TLD PS



شكل 28: (3-28)

التأكد من نوع الحزمة التي تم اختيارها



شكل 29: (3-29)

الانتقال إلى صفحة Checkout و يتم إدخال البيانات الخاصة بالدخول

+ Actions
 Register a New Domain
 Transfer in a Domain
 View Cart

hebron
 hebron
 3 Palestine 00970
 Palestine, State of

Account Security
 Password Strength: 100% Strong

Payment Details
 Total Due Today: **\$30.09 USD**

Please choose your preferred method of payment.
 PayPal Credit / Debit Card Perfect Money Skrill Allpay Bitcoin

Complete Order

Have questions? We can help!

شكل 30: (3-30)

ETHERNETSERVERS CLIENT AREA SALES@ETHERNETSERVERS.COM +44 330 043 1258

WEB HOSTING VPS HOSTING DEDICATED SERVERS WHY US ABOUT US OUR NETWORK CONTACT US

No Notifications Logged in as: hebron

Home Services Domains Billing Support Open Ticket Affiliates Hello, nour!

Portal Home / Client Area / My Products & Services / Product Details

Overview
Information
Actions
 Log in to cPanel
 Log in to Webmail
 Change Password
 Upgrade/Downgrade
 Request Cancellation

My Name Servers
 ns75.cleannameservers.com (54.38.176.192)
 ns76.cleannameservers.com (51.75.64.141)

My Account IP Address
 Click here

Package/Domain
 Web Hosting Silver
 www.wesave.ps
 Visit Website

Usage Statistics
 Disk Usage Bandwidth Usage
 0 0

شكل 31: (3-31)

تم الانتهاء من حجز Host و Domain Name

ثانياً : تصميم الموقع

سوف يتم تصميم الموقع على منصة Wordpress هي منصة نوعها Content Management System

يتوفر بها Templates جاهزة و أيضاً يمكن تخصيص Template خاصة بك , سهل الاستخدام و يوجد بها خيارات كبيرة .

ثالثاً : سبب اختيار اسم Wesave.ps

1. الاسم مرتبط بالهدف الأساسي للموقع وهو مساعدة المجتمع على اتخاذ قرار شرائي أفضل من خلال رؤيتهم لتقييمات صفحات البيع الإلكتروني على Facebook .
2. سهل الحفظ و التذكر و قصير.

الفصل الرابع

4.1 المقدمة

4.2 أفراد العمل و دور كل فرد منهم و مبررات اختيارهم.

4.3 خطة التكاليف و السعر مفصلاً لكل البنود الواردة فيها

4.4 المقترح الأولي للموقع Proposal بصيغة رسمية

4.5 تحديد النقاط المهمة في فترة عمل المشروع

4.6 تحديد web metrics التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق المشروع

4.1 مقدمة :

سيتم في هذا الفصل التحضير لعمل المشروع وذلك بتحديد المهام لكل فرد في المشروع ومن ثم تحديد خطة التكلفة بالتفصيل، والبدء بالعمل على تحضير خطة المشروع بصيغتها الرسمية "proposal"، ومن ثم تحديد الفترة لعمر المشروع والتي تشمل الفترات الزمنية التي يتم فيها إنجاز العمل على المشروع وتاريخ تسليم كل جزء، وفي النهاية يتم قياس أداء الموقع الإلكتروني "Web Metrics" والتي يتم تتبعها عبر الأداة الشهيرة لشركة "Google" وهي "Google analytics".

جدول 1 : (4-1)

4.3 خطة التكاليف و السعر مفصلاً لكل البنود الواردة فيها:

تكاليف انشاء الموقع:

30\$	Domain Name
85\$	Hosat
93\$	Plugins
5\$	Social Media Ads
100\$	Promotion

جدول 2: (4-2)

إجمالي التكاليف= \$313

4.4 المقترح الأولي للموقع (Proposal) بصيغة رسمية

4.4.1 لمحة عن المنصة الإلكترونية We Save

منصة wesave.ps، هي منصة تم إنشاؤها بهدف تقديم خيارات امنة للعملية الشرائية، وذلك من خلال رؤية تقييمات الزبائن او الاشخاص ممن خاضوا تجربة الشراء بشكل إلكتروني، وبالتالي تقليل المخاطر المتوقع حدوثها عند إجراء عملية شرائية بشكل الكتروني.

تقدم المنصة خدمات إجراء ومشاهدة التقييمات، الاشتراك بالمنصة وتسجيل حساب عليها لمتابعة آخر التحديثات.

4.4.2 معلومات الاتصال

العنوان : الخليل - فلسطين.

البريد الإلكتروني:

wesave@wesave.ps

4.4.3 وصف المشروع – التصميم

1. السرعة في الأداء و تحميل صفحات الموقع.

2. تقليل استيراد شفرة استيراد JavaScript من المصادر الخارجية التي تحتاج إلى وقت عند تحميل الصفحة.

3. موقع الكتروني متوافق مع كافة الشاشات.
4. خطوط و كلمات واضحة للجميع و الوان مريحة للعين.
5. سهولة التعامل مع الموقع الالكتروني، لغة واضحة ومفهومة للجميع.
6. سرعة وصول الزبائن إلى هدفهم في أقل وقت ممكن.
7. موقع الكتروني يعمل على كافة المتصفحات بدون استثناء و الاعتماد على خاصية cache memory.
8. يعمل الموقع على أجهزة مختلفة وبأنواع مختلفة.
9. حجز server قريب على مكان العملاء.

4.4.4 وصف المشروع – البرمجة

لا يحتاج المشروع في بداياته كثيرا الى البرمجة ، كونه مبني على منصة إلكترونية توفر الحاجة لمبرمجين و هي " wordpress " وقد نحتاج في البداية بعض التعديلات البرمجية ويمكن الاعتماد على أعضاء الفريق في ذلك.

4.4.5 الاسم و البريد الالكتروني ومعلومات الاتصال لفريق العمل:

رقم الهاتف	البريد الالكتروني	الاسم الأخير	الاسم الأول
0569890961	noor242002@gmail.com	عيسى	نور الدين
0568042783	amnasarahneh@gmail.com	السراحنة	امنة

0594528878	Zeinatamimi20@gmail.com	القصر اوي	زينة
0595665737	fgsuberangle@gmail.com	ابو عليا	حلا

جدول 3: (4-3)

4.4.6 الأسلوب المفضل للاتصال:

يفضل أعضاء فريق هذا المشروع التواصل معهم من خلال البريد الإلكتروني ومن خلال المكالمات الهاتفية والاجتماعات عند الضرورة.

4.5 تحديد النقاط المهمة في فترة عمل المشروع

- فترة الاجتماعات والتخطيط الأولي – (9/1)
- إنشاء المحتوى – (10/1)
- تطوير الواجهة الأمامية – (11/1)
- اختبار الموقع وضمان الجودة – (11/25)
- المراجعة النهائية – (12/15)
- تسليم المشروع – (12/26)

4.6 تحديد (Web metrics) التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق المشروع

1. Page views

هو مؤشر يظهر عدد الزوار للصفحة.

2. Referrals

يقوم بتحديد المصادر التي يأتي منها الزائرين للموقع.

3. Top keyword

الكلمات المفتاحية الأكثر استخداماً من قبل الزوار في البحث.

4. Top search engine

تحديد أكثر المتصفحات استخداماً في تصفح الموقع.

5. Exit page

الصفحات التي يغادرها المستخدمون.

6. Sessions

وهي الفترة التي يبقى فيها الزوار داخل الموقع.

7. Traffic source

تحديد هل كافة الزيارات التي تأتي للموقع من فلسطين أو من دول أخرى، و هل الزوار من الفئة المستهدفة أم لا ، هل دولة الزوار هي الفئة المستهدفة أم لا .

8. Top page

تحديد الصفحات الأكثر استخداماً في الموقع.

الفصل الخامس

5.1 المقدمة

5.2 خريطة الموقع sitemap

5.3 وضع خطة بناء المحتوى و تجهيزه حسب استراتيجيه ROT

5.4 خطة الكلمات المفتاحية المستخدمة في مختلف أقسام الموقع

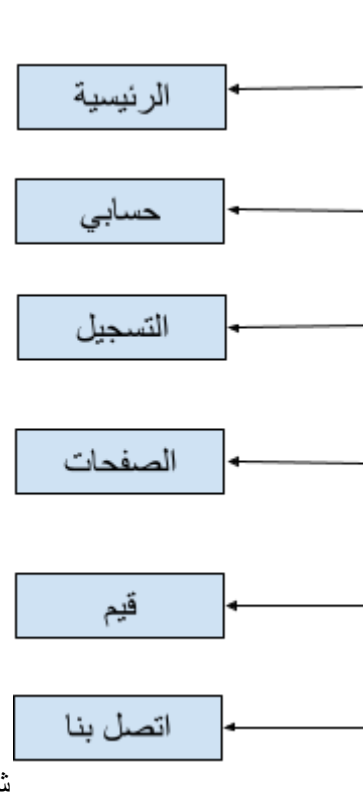
5.5 خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر محركات البحث الأفضل SEO

5.6 تصميم واجهات الموقع المختلفة – تجربة المستخدم

5.1 المقدمة

تم في هذا الفصل توضيح فكرة المشروع والحاجة السوقية التي يحققها من ثم النظر الى المقومات الداعمة والتي يرتكز نجاح المشروع عليها وتوضيحها وفي الأخير تم توضيح أهمية المشروع. سوف يتم التركيز في الفصل الثاني على دراسة السوق والفئة المستهدفة وبناء الاستراتيجيات التسويقية وتحديد التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة في الموقع ومن ثم النظر الى المؤشرات التي سوف تستخدم لعملية قياس أداء الموقع.

5.2 خريطة الموقع sitemap



شكل 32: (5-32)

5.3 وضع خطة بناء المحتوى و تجهيزه حسب استراتيجية ROT

استراتيجية (ROT) : (Redundant , outdated , Trivial) : تنص هذه الاستراتيجية على أن هناك ثلاث أسس يجب أن يبني عليها محتوى الموقع ، وهي :

1. ألا يكون هناك نفس المحتوى في صفحات مختلفة (تجنب تكرار نفس المحتوى) .
2. أن تكون المعلومات ، والتقييمات ، وغيرها من المحتوى حديث ومتجدد باستمرار .
3. أن يكون المحتوى مهم و غير سخيف .

ونظرا لأهمية المحتوى في الموقع الالكتروني عمل فريق المشروع على صياغة استراتيجية المحتوى من اجل التأكد من وضع الخطة بالشكل الصحيح بالاعتماد على الخطوات التالية :

1. تحديد الهدف من المحتوى

بعد أن قام الفريق بتحديد الفئة المستهدفة ، عمل على وضع الأهداف بنوعها الأساسية والثانوية ، وتسعى هذه الأهداف إلى بناء قاعدة جماهيرية لهذا الموقع وجذب الزوار الى المنصة.

2. صياغة الأهداف بطريقة سهلة وقابلة للتحقيق والقياس والتركيز على أهم الأهداف حسب أولويتها بالنسبة للمشروع والفريق.

3. اختيار نوع المحتوى

في هذه الخطوة يجب اختيار النوع المناسب من المحتوى الذي يتناسب مع الفئة المستهدفة . ولهذا ، فقد تم طرح تساؤلات تعبر عن الزبائن على النحو التالي :

- هل يفضل الزبائن القراءة أم الصور ؟

- هل يملكون الوقت للقراءة ؟

هذه الأسئلة ستساعد في الوصول إلى نوع المحتوى المناسب ، بعد القيام بجمع المعلومات .

وقد تبين من إجابات هذه الأسئلة ، أن المحتوى الأمثل سيكون مزيج ما بين الصور والنصوص لضمان ملائمة المحتوى مع الفئة المستهدفة .

4. تجهيز المحتوى

النسبة الأكبر من المحتوى هي عبارة معلومات خاصة عن الشركات والمتاجر الالكترونية وبالتالي تم تجهيز المحتوى الذي يتضمن اسم الشركة و التقييم الخاص بكل شركة.

5. الترويج للمحتوى

تتطلب هذه المرحلة وصول المحتوى الذي تم وضعه والتخطيط له الى فئة معينة ، وهي الفئة التي تم استهدافها ، تحديد رغباتها بشكل مسبق ، وبعد ذلك سيكون الفريق لديه القدرة على ملاحظة الأثر بعد نشر المحتوى في الأماكن والأوقات المناسبة للفئة المستهدفة ، حيث تم التركيز على وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المحتوى نظرا لأهميتها وكونها الأكثر استخداما في الوقت الحالي للأغراض الترويجية .

5.4 خطة الكلمات المفتاحية keyword المستخدم في مختلف أقسام

الموقع

الكلمات المفتاحية:

تقييم، متاجر الكترونية، اونلاين، اون لاين ، بيع اون لاين، بيع إلكتروني، آراء الآخرين، مدى الثقة، مصداقية،

تجارب الزبائن

5.5 خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر محرك البحث الأمل SEO

لقد اعتمدنا على عدة نقاط في تصميم الموقع لظهور الموقع في نتائج البحث الاولى على محركات البحث :

5.5.1 تصميم الموقع داخلياً و تهيئته لمحركات البحث (On The Page)

1. عملنا على وضع عناوين جذابة و كتابة محتوى مناسب غني بالمعلومات و إضافة الكلمات المفتاحية التي

تبحث عنها الفئة المستهدفة ، بالإضافة إلى استخدام الصور والفيديوهات لجعل الموقع أكثر حيوية .

2. إضافة Alt text , title , caption , Description لكل صورة ، و استخدام صور ذات امتداد

JPEG و ذلك لأنها صغيرة الحجم وذات جودة عالية .

3. تصميم الموقع بطريقة تتناسب مع جميع الشاشات و الأجهزة المختلفة .

4. إضافة شهادة تشفير البيانات SSL .

5. إضافة Favicon بجميع الأحجام لتتناسب مع جميع الأجهزة .

5.5.2 تهيئة الموقع خارجياً لمحركات البحث (Out The Page)

1. إضافة أزرار المشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي لتشجيع الزبائن على مشاركة الصور و المعلومات في صفحاتهم .

2. تشجيع المواقع الأخرى على الإشارة للموقع الالكتروني الخاص بنا وذلك بوضع الرابط الخاص بموقعنا داخل مواقعهم .

5.6 تصميم واجهات المواقع المختلفة (UX-Design user experience)

تهدف إلى تحسين تفاعل المستخدم (الفئة المستهدفة) مع الموقع الالكتروني من خلال تحسين البحث ، واختيار التصميم الخاص بالموقع والذي يتصف بسهولة الاستخدام والبساطة .

عمل الفريق على تطوير تجربة المستخدم من خلال إتباع إستراتيجية خاصة بالمحتوى والشكل العام للموقع لتقديمه بالشكل الأنسب للاستخدام من قبل الزوار ، حيث تم البدء بتحليل الفئة المستهدفة وتحديد رغباتها ومتطلباتها من حيث السهولة في التعامل مع الموقع والشكل الخارجي ، ودرجة ثراء وغنى المحتوى ، ووضع خطة لتلبية هذه الاحتياجات بالشكل الأمثل من خلال اختيار التصميم الأكثر ملائمة مع متطلباتهم وتطوير العلامة التجارية الخاصة بالموقع .

كما وقام الفريق بعد تجهيز الموقع بوضع دليل للمستخدم والذي يوضح طريقة التسجيل واستخدام الموقع ، بالرغم من أن الموقع سهل الاستخدام بشهادة بعض مستخدمي الموقع قبل إطلاقه ولحظة وصول الزوار الى الموقع ، هي نقطة البداية لتجربة المستخدم بما تتضمنه من تفاعل ، والتركيز على هذه النقاط يعمل على زيادة وتحسين رضا وولاء زوار موقعنا الالكتروني .

وتم التركيز في تصميم الموقع على التأكد من عمل جميع الصفحات بالشكل المطلوب ، بالإضافة إلى توفير البيانات كافة والمعلومات التي يمكن أن يحتاجها الزائر ، بالإضافة إلى تمكين وصوله إلى أي صفحة أخرى بشكل سهل .

5.7 التصميم

5.7.1 المقدمة:

تعتبر مرحلة تصميم الموقع من المراحل المهمة في عملية بناء وتطوير أي نظام، لأنها تعطي فكرة كاملة عن جميع أجزاء النظام بالرسومات التوضيحية، ويجب مراعاة أنواع ورغبات مستخدمي النظام عند التصميم وان يكون ملفت وجذاب ومريح للزبون، وفي هذا القسم سنتناول تصاميم بأنواعها

5.7.2 تصميم الشعار

تم ابتكار أكثر من شكل لشعار واختيار الأكثر ملائم للهدف الأساسي والأكثر جمالية للمشروع



تم تصميمه من قبل الفريق



شكل 33: (5-33)

التصاميم الأولية للشعار



شكل 34: (5-34) الشعار المعتمد

مميزات الشعار:

- الشعار مصمم على جميع الأسس التي تسهل وضعه في الويب (Media Social) عموماً والطباعة.
- ألوان اللوجو تم اختيارها بعد دراسة حيث ان اللون المستخدم هو الأزرق المخضر والبرتقالي والسكني والخط (Agency FB)



شكل 35: (5-35) ألوان الشعار

- البساطة في الشعار والانحناءات في الخط التي تعبر عن الفن.
- تطبيق النسبة الذهبية في الشعار.

مميزات الموقع:

- يحتوي على أزرار تقود إلى حسابات الشركة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- توفر محرك البحث في الموقع ليسهل عملية البحث عن صفحات الموجودة على موقع

الفيسبوك

- توفر قسم خاص لزيائن لتقييم وتقديم تجاربهم
- الألوان المختارة تعكس الهوية البصرية لمحتوى الموقع.
- لغة المشروع هي لغة الفئة المستهدفة للمشروع (اللغة العربية)

5.7.3 الألوان الخاصة في الموقع:

اللون الأزرق: يعزز الأزرق مشاعر الأمن والثقة الداخلية، كما يزيد من الشعور بالاسترخاء البدني والعقلي، والتقليل من التوتر يعطي شعور بالطمأنينة

اللون البرتقالي: يُشع اللون البرتقالي بالطاقة، ويبعث الحرارة والدفء اللذان يُميزان لون أشعة الشمس بالمشاهد؛ ويعود السبب في ذلك لأنه ناتجٌ عن مزج لونين قويين، حيث إنه خليط من الأصفر الذي يرمز للفرح والسعادة مع الأحمر الذي يُعبر عن الطاقة

اللون السكني: يُعدّ اللون الرمادي الذي يُعرف أيضاً باللون الرصاصي من الألوان المحايدة التي تتناسب مع جميع الألوان

وتم اعتماد هذه الألوان للموقع للأسباب التالية:

1. إظهار روح الفن في الموقع.
2. يعطي شعور البساطة في كل شيء.
3. يعتمد على الدمج بين عناصر التصميم التقليدي والعصري.
4. لشعور الزبون كما وأنه في مكان مألوف ومريح



شكل 36: ألوان الموقع (5-36)

5.7.4 تصاميم الموقع:



شكل 37: تصميم صفحة تسجيل دخول (5-37)

فكرة التصميم:

تم اختيار التصميم التالي لأعلى صفحة تسجيل الدخول لتوضيح فكرة الموقع وهي (التقييم)

كما وتم اختيار خلفية بصورة باللون السكني من ألوان الشعار



شكل 38: (5-38) تصميم 1(header)



شكل 39: (5-39) تصميم 2(header)

5.7.5 الصور المضافة على الموقع:



شكل 40: (5-40) الأولى وضعت بالموقع



شكل 41: (5-41) الثانية وضعت بالموقع

3. المطوية (Brochure)

هو عبارة نشرة تحمل معلومات عن الموقع نبذة ورسالتها إلى الجمهور ومميزات للموقع وتكون على قياس ورقة A4 على الوجهين وكل وجهة مقسم الى 3 اجزاء اي انها تتكون من 6 صفحات كل صفحة تحتوي على نص معين وصور.

4. كرت الشخصي (Business Card)

يعتبر الكرت من أصغر العناصر في التصميم الإعلانية المطبوعة. حيث يشمل معلومات رئيسية عن الموقع مثل الأسم والشعار وأرقام الهواتف والموقع ووسائل التواصل الاجتماعي، تم تصميمه بقياس 9*5 سم على الوجهين.

5. Flyer

هو عبارة عن شكل مصغر للبوستر بقياس (25*17.5)سم، لا تكثر فيه المعلومات والتفاصيل لتكون فيه الأهمية للتصميم.

6. Roll-up

عبارة عن إعلان يعرض بشكل طولي بقياس (80*200) سم، يعرض على قاعدة معينة ويعرض فيه معلومات عن الموقع وصور تعبر عن الموقع حيث يحتوي على الألوان المعتمدة في التصميم الأخرى

5.7.7 أنواع التصميم المرئية

مع التطور الحاصل في مجال الحاسوب والتلفاز أصبح من الضروري الإعلان عن المنتجات أو الأعمال من خلال التصميم المتحركة، لكي تلفت انتباه الأشخاص لها. وفي هذا الجزء من المشروع سيتم تصميم الأعمال المتحركة (المرئية) من اعلان فيديو تسويقي و الإعلان الترويجي، والآن سوف نتحدث عما تشمله التصميم المتحركة (المرئية) وهي كما يلي:

1. إعلان دعائي (تسويقي)

فيديو دعائي (تسويقي) سيتم بناؤه عن طريق برنامج Adobe After Effects

2. إعلان تمثيلي ترويجي

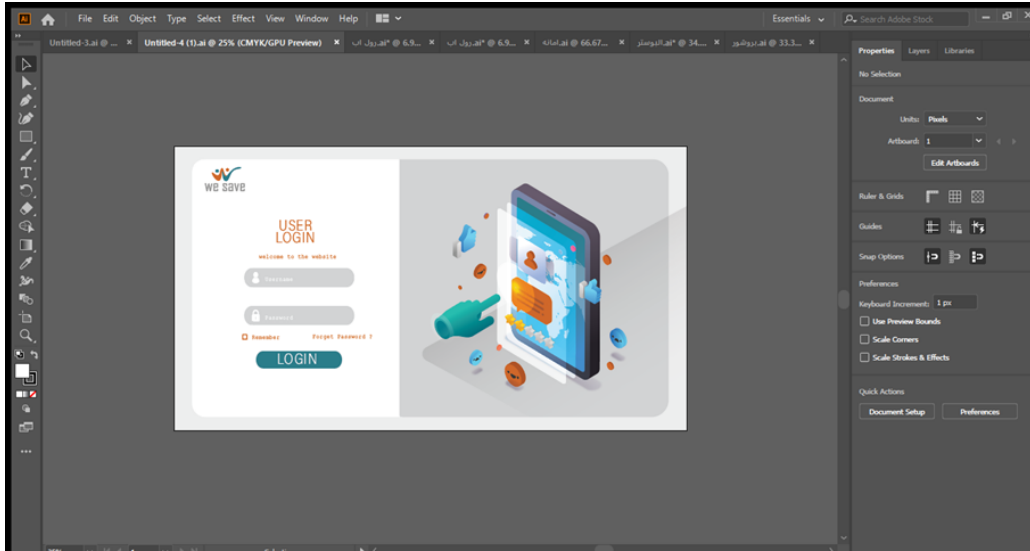
في هذا النوع من الإعلانات تتم كافة العملية من خلال برامج Adobe Premiere حيث أن مقاطع الفيديو التي تم تعديلها وتقطيعها توضع بشكل مناسب في هذا البرنامج وتضاف لها التأثيرات والحركة المناسبة التي تؤدي دورها في إيصال الفكرة عن الموقع ، وتعتمد هذه الإعلانات على الفكرة والمهارة التي تصاغ فيها كل الأفكار على شكل فيديو وتضاف له الأصوات والموسيقى زيادة الحيوية والجمالية.

وهنا في مشروعنا سوف يتم تنفيذ الفيديو الدعائي من خلال التصوير فيديو تمثيلي يعرض مشكلة تواجه الكثير منا في هذا الوقت وبالتالي تعتبر هذه المادة جيدة لعرضها على التلفاز ليتمكن المشاهد وخصوصاً الفئة المستهدفة من التعرف على طبيعة الموقع والهدف منه، من خلال هذا الإعلان.

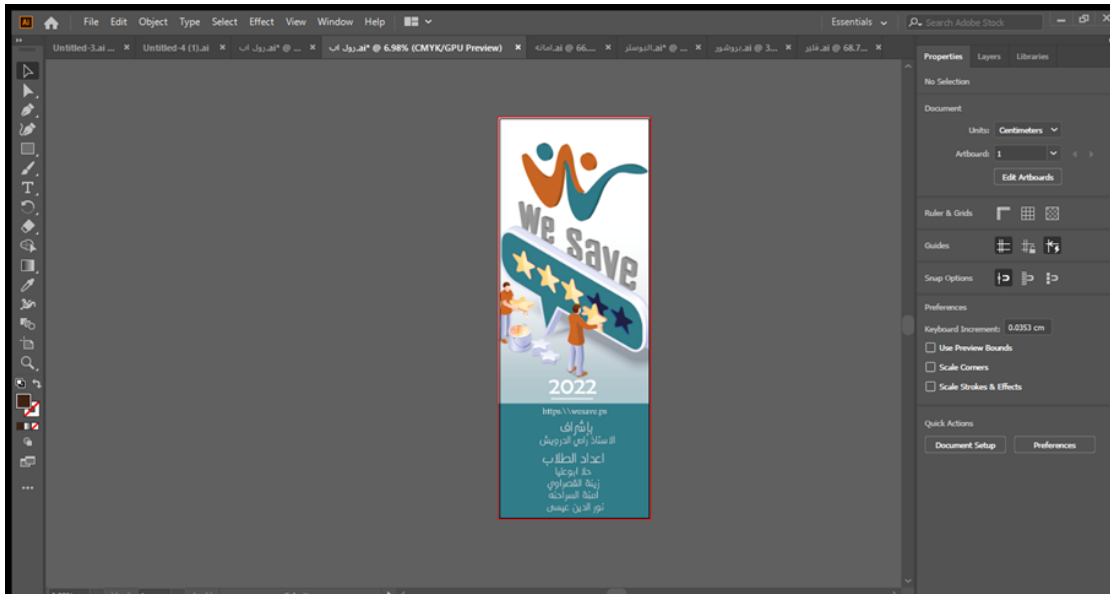
● بعض التصاميم خلال تنفيذها على البرنامج:



شكل 43: (5-43) بوستر خلال التنفيذ



شكل 44: (5-44) login خلال التنفيذ



شكل 45: (5-45) رول اب خلال عملية التصميم

5.7.8 البرامج التي سوف تستخدم في التصميم المرئي ودورها في تنفيذ المشروع

Adobe premiere cc 2020



هو من البرامج الأكثر شيوعاً الذي يتم من خلاله ترتيب وتعديل الفيديو ومعالجته ليصل في النهاية الى فيديو كامل ومتواصل بالشكل المطلوب.

ما يتميز به هذا البرنامج:

- يتعامل مع عدد كبير من صيغ وملفات الفيديو.
- إمكانية إضافة النصوص والصور الى ملف العمل.
- تعدد الخيارات الصيغ النهائية للملفات.

Adobe after effects cc 2020



سوف يتم استخدام هذا البرنامج في الإخراج النهائي الفيديو الدعائي.

ما يتميز به هذا البرنامج:

- يمكن عمل شكل ثلاثي الأبعاد.
- إمكانية تصدير العمل النهائي بعدة صيغ و امتدادات مختلفة.
- إمكانية إدخال ملفات الصوت والفيديو الى ملف العمل النهائي والتعديل عليها وإضافة المؤثرات المختلفة لها.
- إمكانية إضافة المؤثرات التي تعطي الفيديو مزايا مختلفة.

Adobe Animate cc 2020



سوف يتم استخدام البرنامج في عمل كرت الدعوة بطريقة لعبة تشويقية حيث أن هذا البرنامج عبارة عن نسخة متطورة من برنامج فلاش له نفس الواجهة والادوات والاستخدامات ولغة البرمجة الخاصة به بلغة أكشن سكريبت.

ما يتميز به هذا البرنامج:

- يمكنه التلاعب بالنواقل والجغرافيكس.
- تدعم البث ثنائي الاتجاه للنظم السمعية والبصرية.
- يحتوي على لغة برمجة تدعى أكشن سكريبت

5.7.9 صور التصاميم النهائية:



شكل 46: (5-46) رول اب



شكل 47: (5-47) بوستر



شكل 48: (5-48) الفليير



شكل 49: (5-49) كرت شخصي



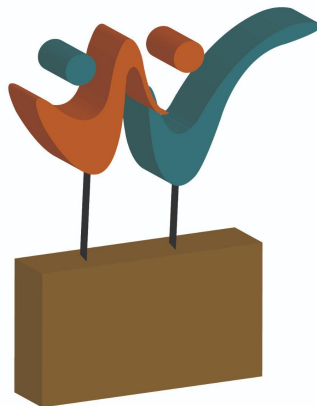
شكل 50: (5-50) مطوية



شكل 51: كرت الدعوة (5-51)

5.7.10 مجسم لشعار

سيتم تصميم وبناء مجسم لشعار



شكل 52: رسمة توضح شكل المجسم (5-52)

الفصل السادس : بناء و تشغيل الموقع

6.1 المقدمة

6.2 وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد

6.3 وصف خطوات تحميل الموقع

6.4 تنفيذ خطة ترويجية

6.5 تقييم أداء الموقع

6.1 المقدمة

يتضمن هذا الفصل شرح حول عمل الموقع الالكتروني من حيث الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الالكتروني وجعله متاح للعمل ، ومن ثم التطرق إلى خطوات تحميل الموقع الالكتروني من لحظة دخول المستخدمين إليه والانتهاؤ بتحولهم لأعضاء في الموقع الالكتروني والوصول إلى الهدف المرغوب , سيتم العمل على إنشاء حملة ترويجية للموقع الالكتروني لاستقطاب الزبائن والعمل على تحديد سلوك المستخدمين داخل الموقع الالكتروني من حيث الصفحات والمتاجر الأكثر تقييما والصفحات و المتاجر الأقل تقييما، و تحديد سلوكيات الزبائن داخل الصفحة .

6.2 وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد

· اسم النطاق

هو نظام عام يخزن معلومات تتعلق بأسماء نطاقات الانترنت في قاعدة البيانات اللامركزية على الانترنت ، من خلال اسم النطاق يتم ربط الموقع واسم النطاق وذلك من خلال عنوان IP المرتبط بذلك النطاق.

· Host

هي مساحة تخزينية يتم استخدامها لحفظ بيانات الموقع على سيرفرات متخصصة تعمل على مدار

الساعة 24/7.

· برنامج بناء الموقع

قام فريق البحث باختيار منصة wordpress لبناء الموقع، لعدة أسباب :

1. يوجد خبرة عملية سابقة باستخدام هذه المنصة.

2. تعد أكثر المنصات الشائعة لبناء المواقع.

3. سهولة في التعامل.

4. منصة مجانية.

· Google analytics

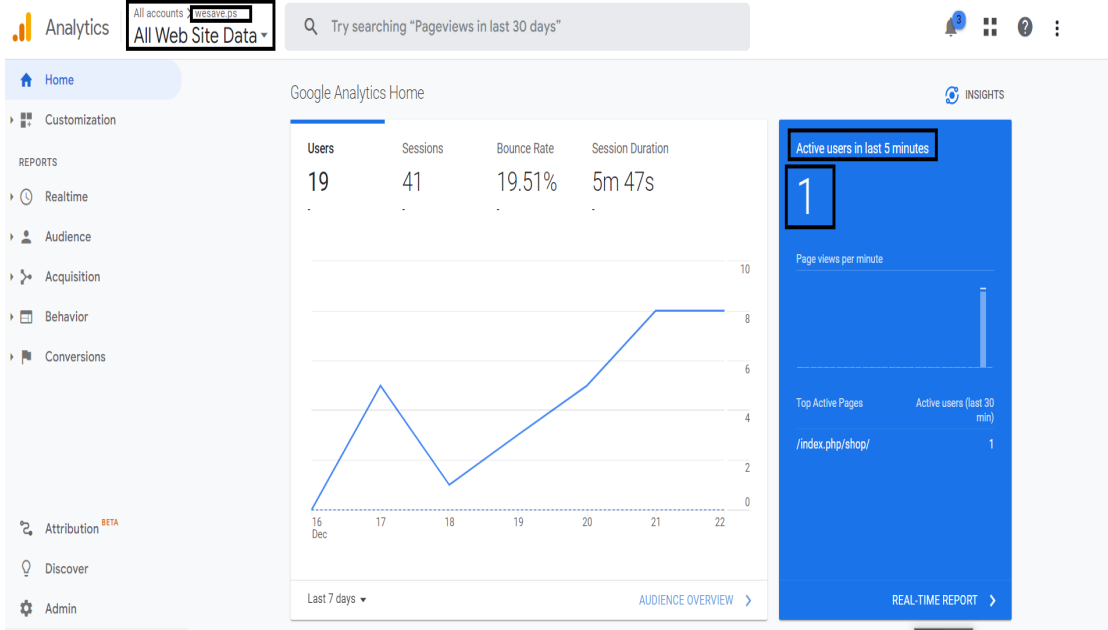
وهي خدمة مجانية مقدمة من Google تعمل على تعقب الموقع وتقديم تقارير حول حركة الموقع و يتم استخدام هذه الأداة لتحليل البيانات من أجل تطوير الموقع و المساعدة على فهم زوار الموقع و تحليل الفئة المستهدفة.

The screenshot shows the WordPress plugin directory interface. At the top, there's a search bar with the text 'google kit' entered. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Search Results', 'Featured', 'Popular', 'Recommended', and 'Favorites'. The search results show two plugins: 'Site Kit by Google - Analytics, Search Console, AdSense, Speed' and 'Elementor Website Builder'. The 'Site Kit by Google' plugin card is highlighted with a red box and an arrow pointing to it. The card includes the Google logo, the plugin name, a star rating of 4.5 (579 reviews), and a note that it is compatible with the user's version of WordPress. Below the plugin cards, there are navigation controls for the search results, including '115 items' and pagination options.

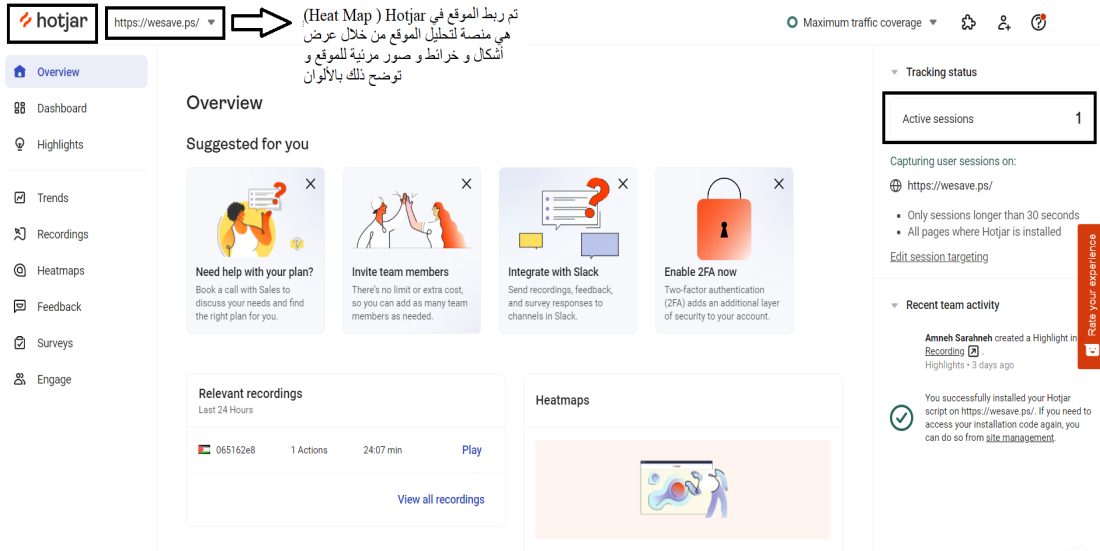
شكل 53: (6-53)

The screenshot shows the Google Analytics dashboard. At the top, there's a navigation bar with the 'Site Kit' logo and a search bar. Below the navigation bar, there are tabs for 'Traffic', 'Content', 'Speed', and 'Monetization'. The main content area is titled 'Find out how your audience is growing' and includes a line chart for 'All Users' over time, a donut chart for 'By Channels', and a table for 'Channels', 'Locations', and 'Devices'. The 'All Users' metric is highlighted with a red box and an arrow pointing to it. The 'By Channels' donut chart is also highlighted with a red box and an arrow pointing to it. The line chart shows a significant increase in users over time, and the donut chart shows that the majority of users are from the 'Direct' channel.

شكل 54: (6-54)



شكل 55: (6-55)



شكل 56: (6-56)

· الصور

سيتم استخدام الصور بصيغة JPEG ذات جودة عالية وسبب استخدام هذه الصيغة من الصور هو مساحتها القليلة حتى لا تشكل ضغط على الموقع.

· الشعار: تم استخدام شعار المنصة المقترح مسبقاً.

6.3 وصف خطوات تحميل الموقع

· تصدير قاعدة البيانات الخاصة من الخادم المحلي، و في هذه الخطوة سنقوم بتصدير قاعدة بيانات wordpress لاستخدام DHP.

· تحميل ملفات Wordpress إلى الموقع المباشر ، و في هذه الخطوة سيتم نقل جميع ملفات الموقع إلى الخادم ، سنحتاج إلى phpMyAdmin لتحميل الملفات على الموقع.

· إنشاء قاعدة بيانات MySQL.

6.4 تنفيذ خطة ترويجية

بعد الانتهاء من تصميم الموقع قام الفريق بتطبيق الخطة الترويجية الموضحة مسبقاً والتي بهدفها تعريف الفئة المستهدفة بالموقع الالكتروني والخدمات وطبيعة عمل الموقع، وقرر فريق العمل المتواجد على المنصات الآتية: Instagram، Facebook . وسيتم نشر الصور و النصوص و مقاطع الفيديو على هذه المنصات لتعريف الجمهور بالموقع الالكتروني .

تنفيذ الخطة الترويجية ، حيث قام فريق البحث بتنفيذ الخطة الترويجية على مرحلتين، وكانت كالتالي

:

1. التسويق المباشر

حيث قمنا بشرح الموقع وآلية عمله لمن نعرف من الأصدقاء وغيرهم.

2. التسويق من خلال منصات التواصل الاجتماعي

الإعلانات على منصة Facebook ، قمنا باستخدام أداة ads manager Facebook من أجل نشر الإعلانات كما كان مخطط له مسبقاً.

الإعلانات على موقع Instagram ، قمنا بعمل منشورات وإعلانات على موقع Instagram لعرض صور الموقع الإلكتروني و آلية عمله لتشجيع الفئة المستهدفة على زيارة الموقع و استخدام الخدمة .

6.5 تقييم أداء الموقع

تم استخدام منصة Google Analytics لتحليل أداء الموقع

6.5.1 عدد زوار الصفحة page views.

6.5.2 المصادر التي يأتي منها الزائرين للموقع.

6.5.3 المتصفحات الأكثر استخداماً من قبل الزوار (Top Page).

6.5.4 الصفحات التي يغادر منها الزوار (Exit Page).

6.5.5 الصفحة التي يبقى فيها الزوار اطول وقت (Page Session) .

6.5.6 أكثر الأماكن التي يأتي منها الزوار (Traffic Source).

الفصل السابع

7.1 المقدمة

7.2 الاستنتاجات

7.3 التوصيات

7.4 خطط تطويرية للمستقبل

7.1 المقدمة

بعد انتهاء أعضاء المشروع من بناء الموقع الإلكتروني و تشغيله ، تم التوصل الى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تؤدي الى تحسين أداء الموقع الإلكتروني وبناء سمعة و صورة ذهنية جيدة في الزبائن.

7.2 الاستنتاجات

قام الفريق في البداية بتجهيز استبيان من أجل الحصول على بعض النتائج لوضع الأهداف العامة للانطلاق منها ، و قد توصل إلى الأفكار العامة لهذا المشروع و التي تم الانطلاق منها و تطويرها حتى وصلت الى ما هي

عليه الآن ، فقد كانت نتائج الاستبيان أساسية لما لها من دور كبير في تحديد آلية و طريقة تنفيذ المشروع من خلال تحديد الفئة المستهدفة و متطلباتها و أهمية هذا المشروع بالنسبة لها.

7.3 التوصيات

خرج فريق المشروع بعد الانتهاء منه بعدة توصيات ، تتمثل في :

ضرورة التطوير المستمر في هذا المشروع ، لأن هكذا نوع من المشاريع يتطلب تطوير مستمر واستخدام أحدث التقنيات التكنولوجية بما يتناسب مع احتياجات ورغبات الفئة المستهدفة بشكل متزامن وبدون هذه التطويرات يعتبر المشروع قديم وغير ملائم للوقت الراهن .

من الضروري جدا البقاء على اطلاع بجميع الأمور والتطورات والتغيرات التي تحدث.

متابعة الجمهور المستهدف ، والتخطيط بشكل محكم من أجل تجنب المشاكل التي قد تحدث باختلاف تأثيرها على المشروع .

من الضروري جمع المعلومات اللازمة التي تخص المشروع من الناحية القانونية ، والتأكد من وجود متطلبات قيام المشروع قبل المباشرة به لتجنب أي تعطل ، أو توقف ، أو حتى انحراف في المسار .

يجب ترتيب أولويات الموقع واتخاذ القرارات الأهم والتي تعمل على نجاح وتطور المشروع . فمثلا : ضرورة وضع وتجهيز خطة للعملاء المحتملين وإدارة العلاقة معهم وذلك لوجود احتمال لتحولهم في أي وقت إلى زبائن في الموقع وبالتالي يجب وضع آليات تعمل على تشجيعهم لدخول الموقع من خلال تقديم محتوى يعمل على جذبهم .

من المهم جدا التفكير في المستقبل ، والأخذ بعين الاعتبار كيف سيكون الموقع الإلكتروني بعد تجهيزه وإطلاقه من أجل تصور عملية إدارة الموقع والتحضير لها مسبقا ، ومن الضروري الأخذ بعين الاعتبار الطريقة التي يفكر فيها الزوار للموقع عند إجراء أي تعديلات أو تطويرات فيه .

7.4 خطط تطويرية للمستقبل

خطط تطويرية في المستقبل :

- بناء تطبيق للهواتف من نوع " Android " و " IOS " بحيث يكون التطبيق متاح للزبائن يمكنهم من خلاله التقييم
- اضافة اللغة الإنجليزية إلى جانب اللغة العربية في الموقع الإلكتروني.
- جعل الموقع الإلكتروني أمن جداً للحفاظ على سرية وخصوصية معلومات المستخدمين من خلال استخدام خاصية أمان المواقع والتي تقدمها شركة جوجل للحفاظ على معلومات زوار الموقع ومستخدميه .
- توسيع القاعدة الجماهيرية ، وتوسيع نطاق المشروع
- إنشاء مدونة خاصة بالموقع تحتوي على موضوعات تهم الجمهور المستهدف وتدفعهم إلى زيارة الموقع الإلكتروني .

ملاحظة : لم يتم الفريق بوضع آليات واضحة ومفصلة من أجل تحقيق هذه الخطط المستقبلية في الوقت الحالي

، ولكن نسعى لدراسة , و وضع الاستراتيجيات الأنسب لبناء هذه الآليات بعد الحصول على درجة البكالوريوس من جامعة بوليتكنك فلسطين .