



جامعة بوليتكنك فلسطين
كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

مشروع تخرج بعنوان :

ArtAR

إنشاء تطبيق لعرض اللوحات الفنية

تسويق إلكتروني

فريق المشروع :

أيات محمد فقوسة
فاطمة نادر البيطار

أمل "محمد مطيع" ناصر الدين
ضحى منجد أبو منشار

ميس محمد حسونة

إشراف : د. ديانا حسونة

قُدِّم هذا المشروع استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص التسويق الإلكتروني

2023/2024

الشكر

وقبل كل شكر، نحمدُ الله تعالى كريم العطاء والمنة الذي أكرمنا وأعاننا ومنَّ علينا باستكمال متطلبات درجة البكالوريوس (تخصص التسويق الإلكتروني).

نقدم أسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة ألا وهي رسالة العلم والمعرفة.

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، إلى الهيئة التدريسية في كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات في جامعة بوليتكنك فلسطين.

ونخص بالشكر والتقدير مشرفتنا د. ديانا حسونة.

التي كانت داعماً لنا وأفكارنا ومدت يدّ العون والمساعدة و زودتنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا المشروع بأفضل صورة ممكنة.

والشكر الجزيل للأستاذ رامي الدراويش، رمز المعرفة والخبرة التكنولوجية الذي مَدَّ يد العون لمساعدتنا لإتمام هذا المشروع.

وننقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساعدنا في إتمام وإنجاز هذا المشروع.

الإهداء

(وَأَخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنْ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)

الحمد لله، حباً وشكراً وامتناناً على البدء و الختام.

وسط أحداث أليمة وقعت منذ قرابة ثمانية أشهر ومجازر بشعة وقعت بأبناء شعبنا وغزتنا الحبيبة، نصل اليوم إلى مبتغانا وقلبنا يعتصرُ ألماً وثأراً لأبناء جلدتنا، و نقف شامخين رافعين الرأس تحية رحمة وإجلال لشهدائنا الأبرار رحمهم الله.

”من قال أنا لها نالها، ونحن لها وإن أبت رغماً عنها أتينا بها“، لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريباً ولم يكن الطريق محفوفاً بالتسهيلات، لكننا فعلناها.

نهدي هذا النجاح لأنفسنا أولاً ثم إلى كل من سعى معنا لإتمام هذه المسيرة، دمتم لنا سنداً لا عُمر له.

إلى من كانوا دائماً السند والمرشد، إلى من أضاءوا دربنا بحكمتهم وعطفهم إلى من نرفع رؤوسنا افتخاراً بهم. (آباءنا الأعراء)

إلى روح العزيز في ذمة الله ”محمد مطيع ناصر الدين“، إلى من غادر بالجسد ولكنه ما زال حياً في القلب والذاكرة، لذكراك الطيبة التي لا تنسى.

إلى من سكنوا دفة الفؤاد، إلى من علمونا معنى الحب والتضحية، إلى من تزيل ابتسامتهن أثر التعب، إلى اللواتي ندين لهنّ بكل النجاح. (أمهاتنا الحبيبات)

إلى من قيل فيهم (سَنَشُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ)، إلى العزوة والسند في الحياة. (إخوتنا)

إلى من بذرنا فينا الأمل وانتزعنّ اليأس، إلى القلوب النظيفة والملينة بالحب والعطف. (أخواتنا)

إلى الملاذ الآمن، إلى الذين نختبئ دائماً خلف محبتهم، إلى الكتف الثابت، إلى شركاء الروح و الحياة.

إلى رفاق الدرب، إلى من يجعلون الصعاب تبدو أسهل، إلى الغيوم التي نستظل بها، إلى الأصدقاء.

الملخص

هذا المشروع يهدف إلى تطوير تطبيق متخصص ببيع الأعمال الفنية الفلسطينية عبر الإنترنت. سيوفر التطبيق منصة رقمية تجمع بين الفنانين الفلسطينيين والزبائن من مختلف أنحاء العالم بطريقة مبتكرة ومريحة، حيث سيتمكن الفنانون من عرض وبيع أعمالهم الفنية بسهولة، بينما سيجد الزبائن تشكيلة واسعة من اللوحات للاختيار من بينها، سيتمكن المستخدمون أيضاً من استخدام خاصية الواقع المعزز والواقع الافتراضي من خلال النظارات الذكية لتجربة الأعمال الفنية في بيئتهم المحيطة قبل القيام بعملية الشراء. كما وساعد الموقع جامعة البوليتكنك لاستخدام الموقع كمنصة لعرض أعمال طلابها الفنية وتعزيز مكانتها كمركز للإبداع والتميز الفني. تأتي هذه الفكرة كاستجابة للحاجة المتزايدة للمنتجات التذكارية الفلسطينية ذات القيمة الفنية، وإتاحة فرصة للفنانين الفلسطينيين الموهوبين لعرض وبيع أعمالهم.

Abstract

This project aims to develop an application specialized in selling Palestinian artworks online.

The application will provide a digital platform that brings together Palestinian artists and customers from different parts of the world in an innovative and convenient way. Artists will be able to display and sell their artwork easily, while customers will find a wide variety of paintings to choose from. Users will also be able to use the augmented reality and virtual reality features to experience the works. Artistic awareness of their surrounding environment before making the purchase.

The site also helped the Polytechnic University to use the site as a platform to display its students' artistic works and enhance its position as a center for creativity and artistic excellence.

This idea comes as a response to the growing need for Palestinian souvenir products with artistic value, and to provide an opportunity for talented Palestinian artists to display and sell their work.

المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى	الرقم
8	الفصل الأول	
9	مقدمة التطبيق	1.1
10	لماذا هذا التطبيق	1.2
10	مقومات نجاح التطبيق	1.3
11	أهمية التطبيق	1.4
11	هيكلية التقرير	1.5
12	الفصل الثاني	
13	Canvas model	2.1
16	persona	2.2
17	الدراسة السوقية	2.3
31	الفئة المستهدفة	2.4
31	تحليل المنافسين	2.5
34	التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة	2.6
34	خطة فحص الموقع	2.7
36	اعتماد تصنيف الموقع	2.8
36	Social media strategy	2.9
37	خطة بناء المحتوى	2.10
38	الفصل الثالث	
39	مقدمة	3.1
39	خطة حجز واستضافة الموقع	3.2
39	الخطوات المتبعة في التحضير وحجز الموقع الإلكتروني	3.3
41	نوع الموقع	3.4

41	مبشرات استخدام المساحة	3.5
42	اسم النطاق ومبشرات استخدامه	3.6
43	الهوية البصرية	3.7
53	الفصل الرابع	
54	أفراد العمل ودورهم	4.1
54	خطة التكلفة والسعر	4.2
54	المقترح الأولي للموقع	4.3
55	النقاط الهامة في فترة عمر المشروع	4.4
56	Web metrics	4.5
57	الفصل الخامس	
58	خريطة الموقع Site Map	5.1
58	تصميم الموقع بما يتلاءم مع SEO	5.2
59	تصميم واجهات الموقع المختلفة	5.3
60	الفصل السادس	
61	وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع	6.1
61	وصف خطوات تحميل الموقع	6.2
61	الخطة الترويجية	6.3
62	تقييم أداء الموقع	6.4
65	مراحل رحلة المشتري	6.5
66	الفصل السابع	
67	سياسات الموقع	7.1
69	الاستنتاجات	7.2
70	التوصيات	7.3
71	خطط تطويرية للمستقبل	7.4

قائمة الأشكال والصور

رقم الصفحة	إسم الصورة	الرقم
18	تحليل استبانة الأشخاص المهتمين بالفن و إقتناء الفنون (القسم الأول)	صور 1
18	تحليل استبانة الأشخاص المهتمين بالفن و إقتناء الفنون (القسم الثاني)	صور 2
20	تحليل استبانة الأشخاص المهتمين بالفن و إقتناء الفنون (القسم الثالث)	صور 3
22	تحليل استبانة الفنانين والرسامين	صور 4
26	تحليل استبانة الأجانب المهتمين بالفن واقتناء الفنون المتنوعة (القسم الاول)	صور 5
27	تحليل استبانة الأجانب المهتمين بالفن واقتناء الفنون المتنوعة (القسم الثاني)	صور 6
29	تحليل استبانة الأجانب المهتمين بالفن واقتناء الفنون المتنوعة (القسم الثالث)	صور 7
39	حجز الموقع - الخطوة الأولى	صورة 8
40	حجز الموقع - الخطوة الثانية	صورة 9
40	حجز الموقع - الخطوة الثالثة	صورة 10
41	حجز الموقع - الخطوة الرابعة	صورة 11
43	الهوية البصرية	صورة 12
58	خريطة الموقع Site Map	صورة 13
62	تقييم أداء الموقع	صور 14

الفصل الأول

المحتوى	الرقم
مقدمة التطبيق	1.1
لماذا هذا التطبيق	1.2
مقومات نجاح التطبيق	1.3
أهمية التطبيق	1.4
هيكلية التقرير	1.5

1.1 المقدمة

يعتبر سوق الفن واللوحات واحدًا من الأسواق التي شهدت تحولًا كبيرًا نتيجة للتطور التكنولوجي السريع. حيث تمثل اللوحات وسيلة مميزة للتعبير عن الفنانين وجمال الإبداع البشري، ومع تزايد الاهتمام بالفن والثقافة، يأتي تطبيق ArtAr حلاً مبتكرًا لتلبية احتياجات عشاق الفن والفنانين على حدٍ سواء.

يعد الموقع فرصة جيدة للتسويق، حيث يمكن للفنانين الفلسطينيين استخدامه للترويج لأعمالهم الفنية وجذب المزيد من العملاء. وساعد الموقع جامعة البوليتكنك لاستخدام الموقع كمنصة لعرض أعمال طلابها الفنية وتعزيز مكانتها كمركز للإبداع والتميز الفني.

و يساعد الموقع الفنانين الفلسطينيين على الاستفادة من الواقع المعزز لعرض لوحاتهم بشكل أكثر تفاعلية وجاذبية، مما يسهل على المستخدمين استكشاف الأعمال والتفاعل معها. كما أن هذا الموقع يعد الموقع الأول فلسطينياً الذي يدعم عرض الأعمال الفنية عن طريق خاصية الواقع الافتراضي من خلال النظارات الذكية.

هذا المشروع يهدف إلى تطوير تطبيق متخصص ببيع الأعمال الفنية الفلسطينية عبر الإنترنت. سيوفر التطبيق منصة رقمية تجمع بين الفنانين الفلسطينيين والزبائن من مختلف أنحاء العالم بطريقة مبتكرة ومريحة، حيث سيتمكن الفنانون من عرض وبيع أعمالهم الفنية بسهولة، بينما سيجد الزبائن تشكيلة واسعة من اللوحات للاختيار من بينها. تأتي هذه الفكرة كاستجابة للحاجة المتزايدة للمنتجات التذكارية ذات القيمة الفنية، وإتاحة فرصة للفنانين الموهوبين لعرض وبيع أعمالهم.

سيشمل هذا المشروع تحليلاً للحاجة إلى تطبيق مثل هذا التطبيق وفوائده المحتملة للمستخدمين والفنانين. سيبحث أيضاً في التقنيات والأدوات المستخدمة لتطوير التطبيق وكيفية تسويقها بنجاح. إن هذا المشروع يمثل فرصة مميزة لدمج التكنولوجيا مع الفن وخدمة مجتمع الفن بشكل فعال. و يبرز بوجود خاصية الواقع المعزز والعالم الافتراضي باستخدام النظارات الذكية لعرض هذه اللوحات في بيئته بأساليب مختلفة.

1.2 لماذا هذا التطبيق ؟

ARTAR منصة تربط بين الفنانين ومحبى الفن و تكنولوجيا الواقع المعزز.

- بيع اللوحات: يمكن للفنانين عرض وبيع أعمالهم الفنية على التطبيق، مما يوفر لهم منصة للترويج لإبداعاتهم وزيادة مبيعاتهم .
- تقنية الواقع المعزز: تتيح للزبائن تجربة اللوحات بتقنية الواقع المعزز، مما يمنحهم فرصة للتفاعل مع الأعمال بشكل فعال ورؤية كيف تندمج في بيئتهم.
- توفير مساحة للفنانين الطلاب: يمكن للطلاب الجامعيين عرض أعمالهم الفنية والاستفادة من المنصة للتعريف بأنفسهم وتسويق مواهبهم.
- دعم المنظمات غير الربحية: من خلال توفير فرصة لهم لبيع الأعمال الفنية، وتحقيق إيرادات إضافية، ومساعدتهم للوصول لجمهور أكبر.
- تعزيز المشهد الفني: يمكن للتطبيق أن يساهم في تعزيز الثقافة الفنية ودعم الفنانين الناشئين من خلال توفير مكان لعرض وبيع أعمالهم.

1.3 مقومات نجاح التطبيق :

- يستطيع الزبائن من خلال التطبيق استخدام خاصية الواقع المعزز لتجربة اللوحات في بيئتهم المحيطة والتي تعتبر ميزة جديدة وغير متوفرة في التطبيقات والمواقع المنافسة.
- يقدم التطبيق فرصة للزبائن لتجربة الأعمال الفنية في بيئتهم المحيطة عن طريق خاصية الواقع الافتراضي، حيث أنه التطبيق الأول فلسطينياً الذي يدعم تجربة الأعمال الفنية عن طريق النظارات الذكية.
- سيقدم التطبيق تشكيلة متنوعة من اللوحات لتناسب مختلف الأذواق والميزانيات.
- يتيح للزبائن B2C استخدامه مجاناً.
- توفير مساحة للفنانين حيث يمكنهم التطبيق من عرض أعمالهم الفنية والاستفادة من المنصة للترويج لموهبتهم وتوفير مصدر دخل إضافي لهم.
- يوفر التطبيق أيضاً مساحة لطلاب الجامعات والمؤسسات غير الربحية لعرض لوحاتهم، وبيعها والاستفادة منها.

1.4 أهمية التطبيق

بالنسبة للمستخدمين : توفير الوقت والجهد على المستخدمين، حيث يوجد تشكيلة متنوعة من اللوحات تناسب مختلف الأذواق والميزات، كما أن خاصية الواقع المعزز تساعد الزبون في اتخاذ القرار، وتعزز عامل الثقة لديه.

بالنسبة للفنانين والبائعين : استخدام الفنان للمنصة، يوفر عليه جهد إنشاء معرض أو تطبيق خاص به والترويج له، كما يتيح لهم التطبيق التواجد مع الزبائن على نفس المنصة الإلكترونية مما يخلق لهم طريقة لفهم الزبائن واحتياجاتهم بشكل أكبر.

1.5 هيكلية التقرير

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

فقد تناولنا في البداية الفكرة العامة للتطبيق، كما قمنا بتوضيح أسس ومقومات نجاح التطبيق، وما هي أهميته بالنسبة للفئة المستهدفة.

تم التركيز في الفصل الثاني على مخطط نموذج العمل التجاري "canvas model" والدراسة السوقية للتطبيق، تحليل المنافسين والفئة المستهدفة وأهم التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة، إضافة إلى خطة فحص الموقع وخطة بناء المحتوى ومواقع التواصل الاجتماعي.

أما في الفصل الثالث فيُعد هذا الفصل موجزاً حول الخطوات الأساسية المتبعة في عملية حجز نطاق الموقع الإلكتروني والتطبيق، يبدأ الفصل بتحديد نوع الموقع الإلكتروني والتطبيق الذي يتم تطويره، من ثم، يُسلط الضوء على عملية اختيار النطاق، حيث يتم تحديد الاسم الذي سيمثل الموقع الإلكتروني والتطبيق و سيتم توضيح العوامل التي أخذت في الاعتبار أثناء اختيار النطاق، بعد عمليات البحث والتحقق من توفر النطاق المختار.

في الفصل الرابع، تم مناقشة أدوار فريق العمل وعدد الجلسات التي عُقدت لتحقيق الأهداف. كما تم عرض التكلفة التي أنفقت على المشروع والمقترح الأولي للموقع، بالإضافة إلى ذلك، ذُكرت نقاط مهمة بفترة عمر المشروع، وتم الحديث عن مقاييس الويب الخاصة بالموقع.

بالنسبة للفصل الخامس، فتم وضع وتوضيح خطة فحص الموقع وكيفية تصميمه بما يتلاءم مع محركات البحث (SEO)، كما تم مناقشة واجهات الموقع المختلفة.

أما في الفصلين السادس والسابع، فتم وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع وخطوات تحميله، كما تم مناقشة خطة الترويجية وتقييم أداء الموقع، بالإضافة إلى مراحل رحلة المشتري وسياسات الموقع. واختتم الفصل السابع بالاستنتاجات والتوصيات، ووضع خطط ترويجية للمستقبل.

الفصل الثاني

المحتوى	الرقم
Canvas Model	2.1
persona	2.2
الدراسة السوقية	2.3
تحليل المنافسين	2.4
الفئة المستهدفة	2.5
التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة	2.6
خطة فحص الموقع	2.7
اعتماد تصنيف التطبيق	2.8
Social Media Strategy	2.9
خطة بناء المحتوى	2.10

Canvas Model 2.1

Customer segments	Customer relationship	Value proposition	Key Activities	Key Partners
<p>Psychographic</p> <p>B2B مجموعات مستهدفة خاصة الجامعات. الرسامين المحترفين.</p> <p>Geographic فلسطين B2C محبّي الفن وهم الأشخاص الذين يرغبون في شراء وجمع الأعمال الفنية. محبّي التميز. الأشخاص المهتمين بدعم الفن الفلسطيني.</p> <p>Geographic فلسطين الدول العربية والغربية</p>	<p>B2B تصوير اللوحات بطريقة احترافية. صفحة خاصة بالفنان ولوحاته.</p> <p>B2C إمكانية تقييم الزبائن للوحات وإعطاء تغذية راجعة عن تجربتهم للتطبيق. إرسال رسالة تنبيه عبر التطبيق للزبون حول أي تحديثات للتطبيق أو عروض.</p> <p>Channels الموقع الإلكتروني والتطبيق.</p>	<p>B2B توفير الوجود الإلكتروني. التواجد مع الزبائن على نفس المنصة. دعم الطلاب والجامعات من خلال إعطائهم مساحة لعرض أعمالهم والاستفادة منها.</p> <p>B2C يسهل عملية البحث عن الأعمال الفنية. عرض مجموعة من الأعمال الفنية المتنوعة. توفير فرصة للزبائن لتجربة الأعمال الفنية قبل شرائها عن طريق خاصية الواقع المعزز والواقع الافتراضي. توفير فرصة للزبائن لدعم فلسطين و الفنانين الفلسطينيين. توفير الوقت والجهد. توفير فرصة للزبائن لاختيار لوحة حسب إرادتهم.</p>	<p>الموقع والتطبيق: حجز Domain+Host ربط النطاق والمساحة. بناء التطبيق والموقع. جمع البيانات الخاصة بالفنانين وطبيعة عملهم. الترويج للتطبيق والموقع.</p> <p>Key Resources مهارات تصميم مواقع الويب والتطبيقات. مهارات تحسين نتائج محركات البحث. المهارات التسويقية. رأس المال . فريق العمل .</p>	<p>Interserver.com Netaqe.net جامعة بوليتكنيك فلسطين</p>

Customer segment

استراتيجية تقسيم العملاء بناءً على طبيعة التطبيق ومستهديفه، تم تحديد فئتين رئيسيتين من العملاء المحتملين

B2B

الجامعات الفلسطينية. الهدف : تمكين هذه الجامعات من بيع أعمال طلابها الفنية عبر التطبيق.	مجموعات مستهدفة خاصة
هؤلاء الفنانين يهدفون لبيع أعمالهم الفنية عبر التطبيق. الهدف: تقديم منصة لتسويق أعمالهم الفنية وتسهيل عملية البيع.	الرسامين المحترفين
فلسطين	Geographic

B2C

وهم الأشخاص الذين يرغبون في شراء وجمع الأعمال الفنية. الهدف: تقديم تجربة تسوق فريدة تشمل معاينة الأعمال الفنية باستخدام تقنية الواقع المعزز والواقع الافتراضي.	محبّي الفن
فلسطين الدول العربية والغربية	Geographic

Customer Relationship

B2B

- تصوير اللوحات بطريقة احترافية.
- توفير مساحة خاصة بالفنان وأعماله الفنية.

B2C

- إمكانية تقييم الزبائن للأعمال الفنية وإعطاء تغذية راجعة عن تجربتهم للتطبيق.
- إرسال رسالة تنبيه عبر التطبيق للزبون حول أي تحديثات للتطبيق أو عروض.

Value Proposition

B2B

- توفير الوجود الإلكتروني.
- التواجد مع الزبائن على نفس المنصة وتسهيل عملية التواصل بين البائع والزبون.
- يُسهل عملية بيع الأعمال الفنية.
- دعم الجامعات من خلال إعطائهم مساحة لعرض أعمال طلابهم الفنية والاستفادة منها.

B2C

- يسهل عملية البحث عن الأعمال الفنية.
- توفير الوقت والجهد.
- عرض مجموعة من الأعمال الفنية المتنوعة.
- توفير فرصة للزبائن لتجربة الأعمال الفنية قبل شرائها عن طريق خاصية الواقع المعزز والواقع الافتراضي.
- توفير فرصة للزبائن لدعم فلسطين و الفنانين الفلسطينيين.
- توفير فرصة للزبائن لاختيار أعمال فنية حسب إرادتهم.

Key Activities

- عمل دراسة سوقية للمستخدمين، والفنانين وطرح فكرة التطبيق عليهم.
- حجز domain+host.
- ربط النطاق والمساحة وبناء التطبيق والموقع.
- جمع البيانات الخاصة بالأعمال الفنية والفنانين وتفضيلاتهم.
- الترويج للتطبيق على منصات التواصل الإجتماعي.

Key Partners

- الشركاء الرئيسيين في المشروع
- Interserver.com
- Netaqe.net
- جامعة بوليتكنيك فلسطين

Key resources

- مهارات تصميم مواقع الويب والتطبيقات.
- مهارات تحسين نتائج محركات البحث.
- المهارات التسويقية.
- رأس المال.
- فريق العمل.

Distribution Channels

- الموقع الإلكتروني الخاص بنا (artar.ps)
- التطبيق الخاص بنا (ARTAR)

Cost structure

- تكاليف حجز domain+host.
- تكاليف بناء الموقع والتطبيق.
- تكاليف الترويج وتصوير الإعلان.
- تكاليف تصميم أو تصوير الأعمال الفنية.
- تكاليف الواقع المعزز (AR).

Revenue stream

- عمولة مرنة حسب حجم مبيعات الفنان بما لا يتجاوز نسبة 30%.
- الخدمات الإضافية مثل تصوير اللوحات.

Affiliate marketing

يتم الاتفاق مع الفنانين للترويج للتطبيق من خلال الروابط و Barcode على صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

Personas 2.2

<ul style="list-style-type: none"> ● محمد: ذكر/ متزوج/ يبلغ من العمر 40 عام/ رجل أعمال/ دخله عالي/ يسكن في أمريكا/ يملك معرض يهتم بالفن واللوحات المصنوعة يدوياً والأثاث ويرغب في الشراء بطريقة إلكترونية باحثاً عن لوحات فنية تنسجم مع هوية معرضه وتلفت انتباه الزبائن. المخاوف التي تواجهه: الثقة المحدودة في الشراء عبر الإنترنت، والخوف من تفاصيل اللوحات على الواقع، لذلك يريد تجربة خاصية الواقع المعزز. 	<p>persona 1</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● ميس: أنثى/ متزوجة/ تبلغ من العمر 30 عاماً/ معلمة/ دخلها متوسط/ تسكن في دبي/ محبة للفن واللوحات/ وكونها معلمة ليس لديها الوقت للتسوق وشراء اللوحات فنتجه إلى الشراء عبر الإنترنت/ تهتم بالعروض الفنية والثقافية وتود دعم المجتمع الفني الفلسطيني وتسعى لتجديد ديكور منزلها باستمرار. 	<p>persona 2</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● فاطمة: أنثى/ عزباء/ تبلغ من العمر 21 عام/ تدرس وسائط متعددة/ تسكن في فلسطين(الخليل)/ الدخل متدني/ تقوم برسم لوحات لعدة مسابقات/ تريد استثمار مهارة الرسم لديها في تحويلها لمصدر دخل من خلال بيع لوحاتها ورسوماتها عبر التطبيق للمعارض والأفراد. 	<p>persona 3</p>

2.3 الدراسة السوقية

2.3.1 مقدمة الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى فهم الفعالية الحالية لتطبيق ARTAR وتحليل كيفية تحسين تجربة المستخدم في هذا السياق. من خلال هذا البحث، نطمح إلى توجيه التوصيات لتطوير وتحسين تطبيقنا، بهدف تحقيق تجربة فريدة ومرضية للفنانين وعشاق الفن على حد سواء. كما وتهدف هذه الدراسة السوقية إلى فهم احتياجات وتوقعات المستخدمين المحتملين والفنانين، وذلك لضمان تحقيق التطبيق لأقصى إمكاناته وفعاليته في سوق يتسم بالتنوع والابتكار.

2.3.2 مشكلة الدراسة:

تعد مشكلة الدراسة من الأمور التي يجب التركيز عليها نظراً لأهميتها الكبيرة في البحث، قام فريق العمل بعمل استبيان وحددوا مشكلة الدراسة .

- نقص الخبرة في بيع اللوحات عبر الإنترنت.
- تردد في تجربة التطبيق.
- تفضيل استخدام تقنية الواقع المعزز بشكل ثابت أو متغير حيث قد يكون هناك تحدي في فهم تفضيلات الفنانين بين عرض أعمالهم الفنية بشكل ثابت أو متغير باستخدام تقنية الواقع المعزز.
- قلق بشأن خصوصية البيانات حيث قد يؤثر استخدام تقنية الواقع المعزز مخاوف بشأن خصوصية البيانات، مما يستلزم توضيح وتأكيد سياسات الخصوصية المتبعة في التطبيق.
- تحدي المصادقية.
- ضعف خدمات ما بعد البيع.
- مشكلة توافق الصور مع الأعمال الفعلية.
- تحديد فعالية الدعم للمواهب.

2.3.3 منهجية البحث :

قمنا بعمل البحث من خلال 3 استبيانات إلكترونية استهدفنا من خلالها 3 فئات بشكل عشوائي، الأولى كانت تستهدف الفنانين الذين يريدون بيع أعمالهم الفنية عبر التطبيق. والثانية استهدفت الأشخاص المهتمين بالفن والأعمال الفنية، الثالثة استهدفت الأشخاص المهتمين بالفن والأعمال الفنية الفلسطينية من الأجانب. قمنا بتوزيع الاستبيانات على الفنانين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، كما قمنا بنشرها على حسابات الفنانين لاستهداف زملائهم وزبائنهم، كانت عملية جمع البيانات من خلال دراسة استطلاعية تصف تفضيلات الفنانين والزبائن من خلال الإجابة على مجموعة أسئلة.

2.3.4 الأدوات :

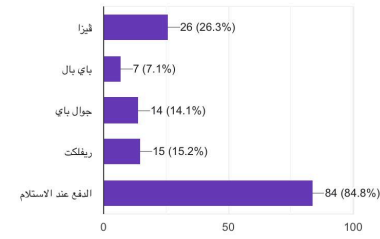
قمنا باستخدام google forms لإنشاء الاستبيانات، حيث تم تعبئة الاستبانة الأولى من قبل 162 شخص، الاستبانة الثانية 119 شخص، أما الثالثة فتم تعبئتها من قبل 144 شخص.

2.3.5 أسلوب جمع البيانات :

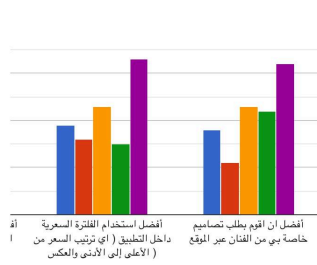
استبيانات (تم إنشاؤها بواسطة google forms).

أي من آليات الدفع التالية متوفرة لديك وتقوم باستخدامها

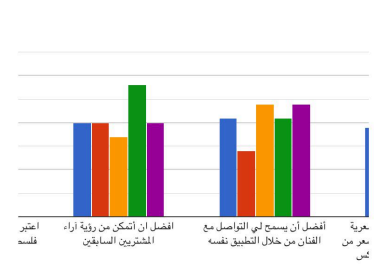
99 responses



قيم من 1 (الأدنى تقييماً) إلى 5 (الأعلى تقييماً) بناءً على توافقك مع الفكرة
استخدم خاصية قلب الهاتف بشكل أفقي لتتمتع بتجربة أفضل

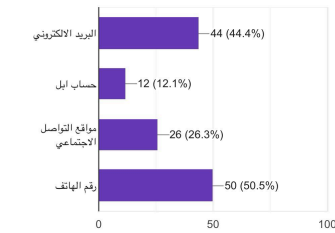


قيم من 1 (الأدنى تقييماً) إلى 5 (الأعلى تقييماً) بناءً على توافقك مع الفكرة
استخدم خاصية قلب الهاتف بشكل أفقي لتتمتع بتجربة أفضل



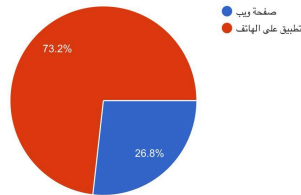
ما هو الحساب الذي تفضل استخدامه لتسجيل الدخول للتطبيق

99 responses



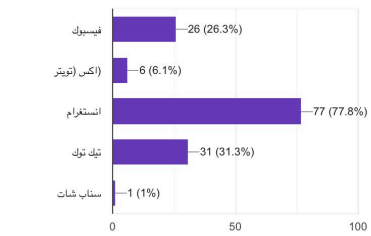
هل تفضل أن يكون شرائك للأعمال الفنية من خلال منصة (صفحة ويب) أو عبر تطبيق على الهاتف

97 responses



ما هي المنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً بالنسبة لك

99 responses



ما هو أعلى سعر أنت مستعد لدفعه مقابل شراء عمل فني

89 responses



في هذا القسم تم توضيح نتائج إجابات الأشخاص الذين لم يقوموا بشراء الأعمال الفنية. أولاً تم سؤالهم عن الأسباب التي تمنعهم من شراء أعمال فنية، وكان سبب (الاستثمارات الأخرى) صاحب أعلى نسبة، من ثم التغييرات المستمرة في الأذواق، بينما أجاب البعض منهم أنهم لم يحظوا بفرصة تحفزهم على الشراء من قبل.

ثانياً قمنا بسؤالهم عن أنه في حال توفير تطبيق مختص ببيع الأعمال الفنية بشكل إلكتروني، فهل سيقومون بتجربته أم لا، فكانت الإجابات كالتالي:

كانت (ربما) النسبة الأعلى من الإجابات، من ثم (نعم) بنسبة 37.4% .

بالنسبة لنتيجة تقييم المستقصى منهم الذين لم يقوموا بشراء الأعمال الفنية سابقاً، لفكرة أن دعم المواهب الفنية تقع ضمن اهتمامهم فكان أعلى تقييم هو 3 من 5.

بينما فكرة دعم القضية الفلسطينية كانت أعلى تقييم، وكان 5 من 5. أما تفضيلهم لرؤية آراء المشترين السابقين على التطبيق فكان أعلى تقييم هو 4 من 5. وفكرة تفضيلهم للتواصل مع الفنان نفسه من خلال التطبيق حظيت على تقييم 5 و 3 من 5. بينما فكرة استخدام الفلتر السعري حظيت على أعلى تقييم من أعلى عدد وكان التقييم الأكبر هو 5. أما فكرة طلب القيام بتصاميم خاصة فقد بلغ تقييمه الأعلى 5 من 5.

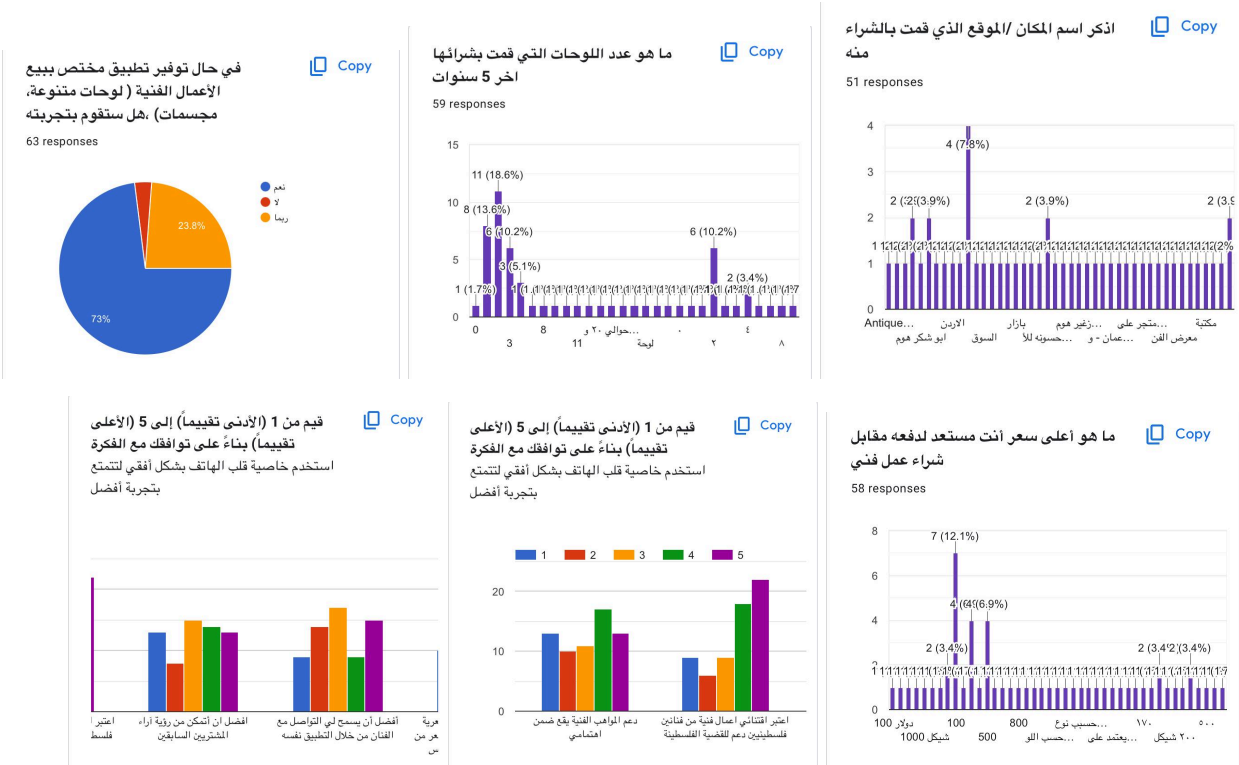
بالنسبة لسؤال هل تفضل أن يكون شرائك للأعمال الفنية من خلال موقع ويب، أو عبر تطبيق هاتف، فكانت الإجابات كالتالي: 73.2% يفضلون استخدام تطبيق للقيام بعملية الشراء، بينما 26.8% يفضلون استخدام صفحة ويب.

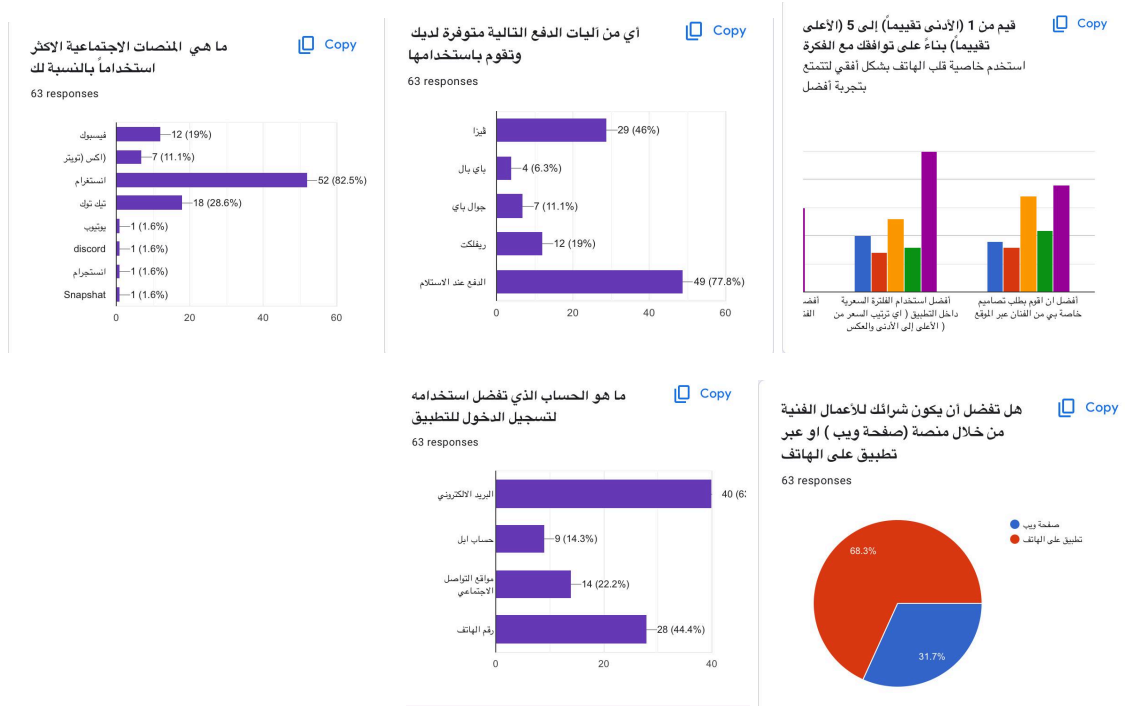
بالنسبة للحساب الذي يفضلون استخدامه لتسجيل الدخول إلى التطبيق، فكانت الإجابات كالتالي: 50.5% يفضلون استخدام رقم الهاتف، 44.4% البريد الإلكتروني، 26.3% مواقع التواصل الاجتماعي، 12.1% حساب أبل.

أيضاً تم سؤالهم عن الطرق والوسائل المتوفرة للدفع لديهم ويفضلونها، فكانت (الدفع عن الاستلام) الخيار الحاصل على أعلى نسبة، حيث بلغت 84.8% وتأتي بعدها الفيزا بنسبة 26.3%. كما وكان انستغرام أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة 77.8%.

بالنسبة لسؤال أعلى سعر المشتري على استعداد لدفعه مقابل شراء عمل فني، فكانت \$10.000 هي أعلى رقم، وأدنى سعر كان \$10، وغالبية الإجابات كانت أن السعر يعتمد على القطعة، جودتها، والجهد المبذول في إنتاجها.

القسم الثالث:





في هذا القسم تم توضيح نتائج إجابات الأشخاص المهتمين بالفنون، والذين قاموا بشراء أعمال فنية من قبل.

أولاً، تم سؤالهم عن الأعمال الفنية التي قاموا بشرائها من قبل، وكانت معظم الإجابات (لوحات) بجميع أشكالها. ثانياً، تم سؤالهم عن الطريقة التي تمت من خلالها عملية الشراء، فكانت نسبة الشراء من معرض فيزيائي هي الأكبر بنسبة 47.7%، ومن ثم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 39.7%، والموقع الإلكتروني بنسبة 27%.

ثالثاً: تم سؤالهم عن اسم المكان/الموقع الذي تمت من خلاله عمليات الشراء، وكان موقع Shein مذكور في معظم الإجابات، وباقي الإجابات كانت أسماء معارض، بازارات، محلات أثاث.

بالنسبة لعدد اللوحات التي قام الشخص بشرائها آخر 5 سنوات، وتراوحت الإجابات بين 1 إلى 10 لوحات عند معظمهم. وكان كل من الجمالية والديكور، شراء هدية، اهتمام خاص بالأعمال الفنية هو السبب الذي يدفعهم لشراء الأعمال الفنية.

بالنسبة لسؤال أنه في حال تم توفير تطبيق مختص ببيع الأعمال الفنية بشكل إلكتروني، فهل سيقومون بتجربته أم لا، فكانت الإجابات كالتالي:

كانت (نعم) النسبة الأعلى من الإجابات حيث شكلت ما نسبته 73%، من ثم (ربما) بنسبة 23.8%، ونسبة قليلة جداً أجابت ب (لا).

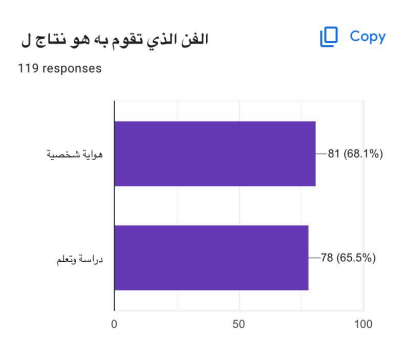
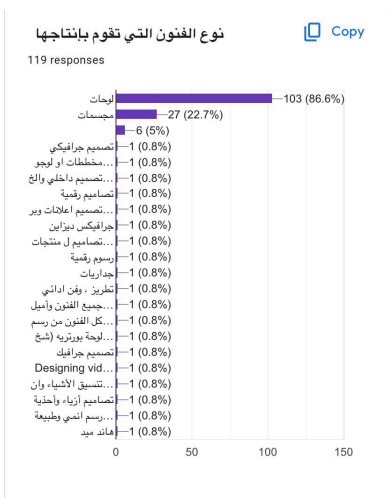
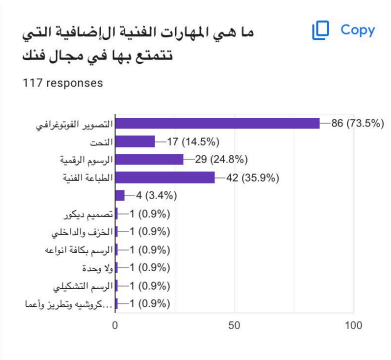
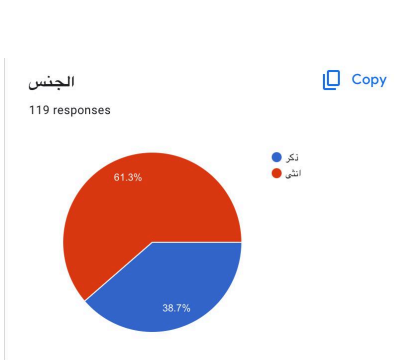
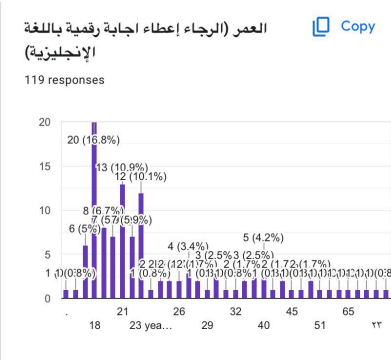
بالنسبة لسؤال هل تفضل أن يكون شرايك للأعمال الفنية من خلال صفحة ويب، أو عبر تطبيق هاتف، فكانت الإجابات كالتالي: 68.3% يفضلون استخدام تطبيق للقيام بعملية الشراء، بينما 31.7% يفضلون استخدام صفحة ويب.

نتيجة تقييم المستقصى منهم، الذين قاموا بشراء الأعمال الفنية سابقاً، لفكرة أن دعم المواهب الفنية تقع ضمن اهتمامهم كان أعلى تقييم هو 4 من 5.

بينما فكرة دعم الفنانين الفلسطينيين كانت أعلى تقييم، وكان 5 من 5. أما تفضيلهم لرؤية آراء المشترين السابقين كان أعلى تقييم 3 من 5. وفكرة تفضيلهم للتواصل مع الفنان نفسه من خلال التطبيق حظيت على تقييم 3 من 5. بينما فكرة استخدام الفاترة السعريّة حظيت على أعلى تقييم من أعلى عدد وكان التقييم الأكبر هو 5. أما طلب القيام بتصاميم خاصة فقد بلغ تقييمه الأعلى 5 من 5. أما بالنسبة للحساب الذي يفضلون استخدامه لتسجيل الدخول إلى التطبيق، فكان التسجيل بالبريد الإلكتروني صاحب أعلى نسبة، حيث شكل ما نسبته 63.5%، ومن ثم التسجيل بواسطة رقم الهاتف بما نسبته 44.4%.

أيضاً تم سؤالهم عن طرق ووسائل الدفع المتوفرة لديهم والتي ويفضلون استخدامها، فكانت (الدفع عن الاستلام) الخيار الحاصل على أعلى نسبة، حيث بلغت 77.8% ومن ثم الفيزا بنسبة 46%. وكان استغرام أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة 82.5%. بالنسبة إلى سؤال ما هو أعلى سعر المشتري على استعداد لدفعه مقابل شراء عمل فني، فكانت الإجابات تتراوح بين (100-1000)، واعتمدت الإجابات على أن السعر يعتمد على القطعة، حجمها، جودتها، والجهد المبذول في إنتاجها.

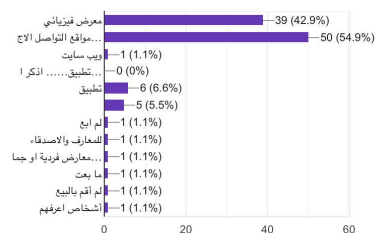
الاستبانة الموجهة إلى الفنانين والرسامين : أسئلة الاستبانة :



في حال أنك قمت ببيع أعمالك من قبل، فأين قمت ببيعها

Copy

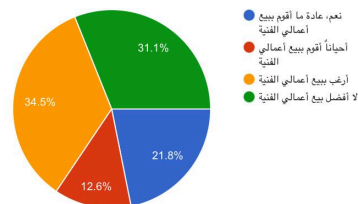
91 responses



هل قمت ببيع أعمالك الفنية من قبل

Copy

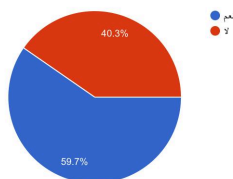
119 responses



هل لديك أعمال فنية قمت بتصميمها وتود بيعها

Copy

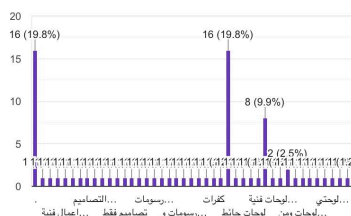
119 responses



ما نوع الأعمال التي تود عرضها وبيعها في التطبيق / الموقع

Copy

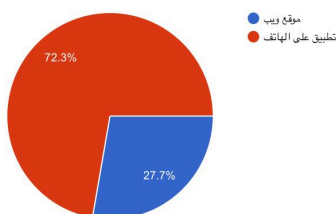
81 responses



هل تفضل بيع أعمالك الفنية من خلال

Copy

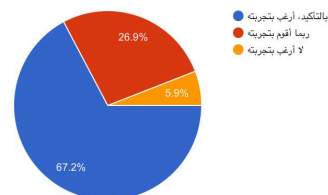
119 responses



في حال توفر تطبيق لعرض أعمالك الفنية وبيعها هل ستقوم بتجربته

Copy

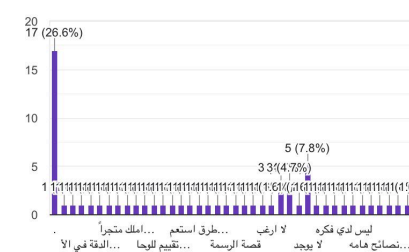
119 responses



ما هي المعلومات الإضافية التي ترغب في توفيرها

Copy

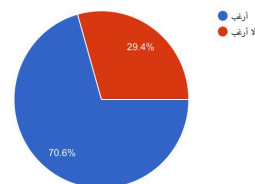
64 responses



هل ترغب في توفير تفاصيل إضافية حول أعمالك مثل: (قصة الفنان، تقنيات الرسم ، حجم اللوحة)

Copy

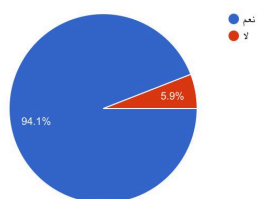
119 responses



هل ترغب في تلقي ردود فعل (فيديباك) من المشترين

Copy

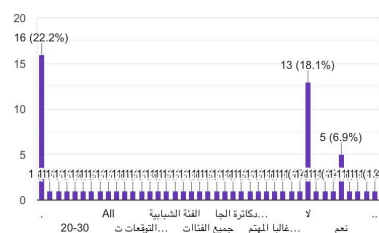
119 responses



هل لديك توقعات بشأن الفئة التي تتوقع أن تكون مهتمة بأعمالك الفنية

Copy

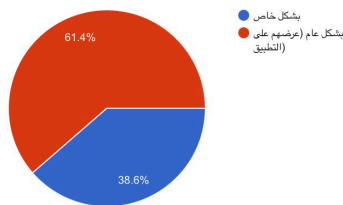
72 responses



في حال اجابتك على السؤال السابق بنعم ، فهل تفضل تلقي ردود الفعل

Copy

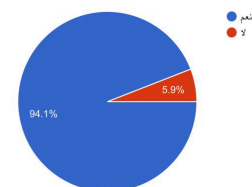
114 responses



هل ترغب في تلقي ردود فعل (فيديباك) من المشترين

Copy

119 responses



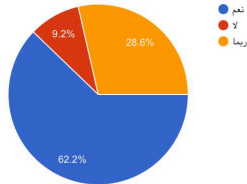
ما هو معدل سعر الاعمال الفنية التي تقوم بإنتاجها

77 responses

١٠٠ شيكل _ ٢٥٠ شيكل
اسعار متوسطة
يختلف باختلاف العمل الفني و مقدار الجهد ولكن لا يقل عن ١٠٠ شيكل
\$ ما بين 500 الى 10000
100\$/300\$
١٠٠-\$٥٠٠-\$
مختلف حسب العمل الفني
حسب حجم اللوحة وما تضمن من تكلفة وقت واسعار المسلزمات لبدأ اللوحة

هل أنت مستعد لدفع اشتراك أو رسوم لمنصة تقوم بعرض وبيع أعمالك الفنية عالمياً ؟

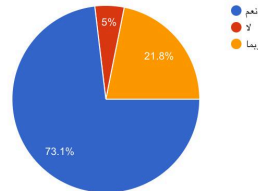
119 responses



Copy

هل يمكنك تخصيص تصميم خاص بالزبون (حسب الطلب)

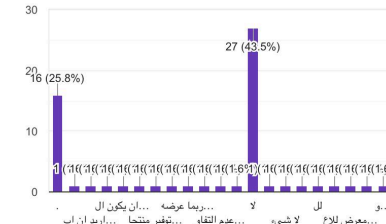
119 responses



Copy

هل لديك أي متطلبات أخرى تود تضمينها لتحسين تجربة بيع أعمالك الفنية

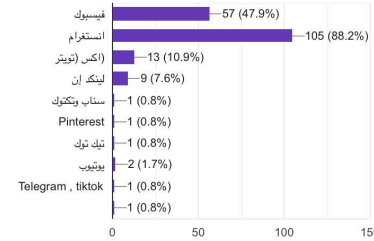
62 responses



Copy

ما هي المنصات الاجتماعية التي تستخدمها بكثرة

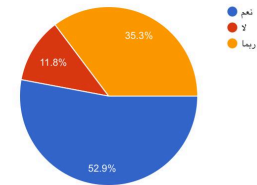
119 responses



Copy

هل أنت مستعد لدفع سعر أعلى مقابل الحصول على خدمات إضافية مثل: تصوير أعمالك ، عرضها بصورة ثلاثية أو ثنائية الأبعاد

119 responses



Copy

تم تعبئة الاستبانة من قبل 119 شخص، 61.3% إناث، 38.7% ذكور.

كانت الأعمار تتراوح بين 18-65، وكانت غالبية المستقصى منهم أعمارهم تتراوح بين 20-23 عام.

بالنسبة لسؤالهم عن منذ متى وأنت تقوم بتصميم الأعمال الفنية، كانت الإجابات كالتالي:

غالبية الإجابات من 2-3 أعوام، وكانت إجابة 20 عام هي الأطول بالنسبة لشخص يعمل في المجال.

بالنسبة لسؤالهم عن كيفية بدأهم بالعمل بمجال الفنون، فكانت غالبية الإجابات أنها نتاج عن هواية شخصية بنسبة 68.1%، بينما 65.5% نتاج للدراسة والتعلم.

بالنسبة لسؤالهم عن نوع الفنون الذين يقومون بإنتاجها كانت إجابة اللوحات هي أعلى نسبة، حيث بلغت 86.6% وحصلت المجسمات على نسبة 22.7% .

أما عند سؤالهم عن المهارات الفنية الإضافية التي يتمتع بها الفنان في مجاله، فكانت إجابة التصوير الفوتوغرافي هي أعلى نسبة، حيث بلغت 73.5%، الطباعة الفنية 35.9%، الرسوم الرقمية 42.8%، النحت 14.5% .

بالنسبة لسؤالهم عن قيامهم ببيع أعمالهم الفنية من قبل، فكانت إجابة "أرغب ببيع أعمالى الفنية" هي الأعلى حيث شكلت 34.5%، وكانت نسبة "لا أفضل بيع أعمالى الفنية" هي 31.1%، بينما كانت نسبة "نعم عادة ما أقوم ببيع أعمالى الفنية" تساوي 21.4%، وبلغت نسبة "أحياناً ما أقوم ببيع أعمالى الفنية" 12.6% .

بالنسبة لسؤالهم عن مكان بيعهم لأعمالهم، فكانت أغلبية الإجابات أنه تم البيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث شكلت ما نسبته 54.9% ، من ثم عبر معرض فيزيائي بنسبة 42.9% .

بالنسبة لسؤالهم عن وجود أعمال فنية لديهم يرغبون ببيعها، فكانت هناك ما نسبته 59.7% أجابوا نعم على الفكرة.

بالنسبة لسؤالهم عن فكرة توفير تطبيق لعرض أعمالهم الفنية وبيعها، فهل سيقومون بتجربته فكانت نعم هي أعلى نسبة حيث شكلت 67.2% .

بالنسبة لسؤالهم عن تفضيلهم لأن يكون بيعهم لأعمالهم الفنية من خلال موقع ويب، أو عبر تطبيق هاتف، فكانت الإجابات كالتالي:

72.3% يفضلون استخدام تطبيق للقيام بعملية البيع، بينما 27.7% يفضلون استخدام صفحة ويب.

بالنسبة لسؤال ما نوع الأعمال التي تود عرضها وبيعها في التطبيق / الموقع كانت غالبية الإجابات لوحات بأنواعها (كالنحت، اللوحات الزيتية ، الرسوم الرقمية، البورتريه ، الزخارف والمجسمات)

بالنسبة لسؤالهم عن رغبتهم في توفير تفاصيل إضافية حول أعمالهم فكان هناك ما نسبته 70.6% أجابوا ب أرغب وما نسبته 29.4% أجابوا ب لا أرغب.

بالنسبة لسؤالهم عن ما هي المعلومات الإضافية التي يرغبون بتوفيرها، فكانت غالبية الإجابات أنهم لا يريدون إضافة شيء، إلا أن البعض أراد أمور إضافية كتقديم نصائح هامة للمقبلين على تعلم الرسم وقصة الرسام وثقة لضمان صدق المشتري ومعلومات عن العمل الفني والتقنيات المستخدمة و السعر ونوع المواد المستخدمة.

بالنسبة لسؤال هل ترغب في تلقي ردود فعل (فيدباك) من المشترين فكان هناك ما نسبته نسبة 94.1% أجابوا بنعم.

بالنسبة لسؤالهم عن الطريقة التي يفضلونها لتلقي ردود الفعل 61.4% أجابوا بشكل عام و 38.6% أجابوا بشكل خاص .

بالنسبة لسؤال هل لديك توقعات بشأن الفئة التي تتوقع أن تكون مهتمة بأعمالك الفنية فكانت الإجابة الأعلى هي الأشخاص الهاويين للفن والنسبة التي تليها هي فئة الشباب الذين يهتمون بالأعمال الفنية .

بالنسبة لسؤال ما هو معدل سعر الأعمال الفنية التي تقوم بإنتاجها، كان المعدل بين 200-500 شيكل ، وكان أعلى رقم 5000 شيكل وأقل رقم 50 شيكل .

بناءً على نتيجة سؤال (إمكانية تخصيص تصاميم حسب الطلب) فيمكن للفنانين تصميم أعمال فنية حسب الطلب فقد كان جواب (نعم) أعلى نسبة، حيث بلغ 73.1%

كما قمنا بسؤال المستقصى منهم عن استعدادهم لدفع رسوم اشتراك لمنصة تقوم بعرض أعماله عالمياً فكانت الإجابة نعم اعلى نسبة بلغت 62.2% بينما 9.2% أجابوا ب (لا) 28.6% أجابوا (ربما).

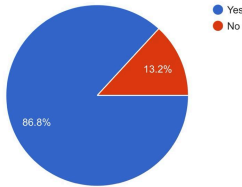
وحيثما قمنا بالسؤال عن استعدادهم لدفع سعر أعلى مقابل الحصول على خدمات إضافية كالواقع المعزز أجاب 52.9% بنعم وعبروا عن استعدادهم للدفع و35.3% أجابوا ربما و11.8% أجابوا (لا).

بالنسبة للمنصات الاجتماعية الأكثر استخداماً بناءً على إجابات المستقصى منهم فقد حظي الانستغرام بالنسبة الأعلى للاستخدام فقد بلغ مستخدميه 88.2% ثم يأتي الفيس بوك.

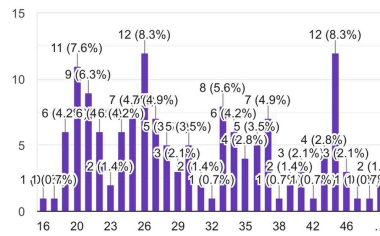
في النهاية قمنا بسؤالهم عن أي متطلبات أخرى يريدون إضافتها لتحسين عملية البيع كانت غالبية الإجابات ب لا بينما الدين أرادوا إضافة متطلبات كانت تتضمن التالي :
وجود صفحة شخصية يمكن عرض الأعمال فيها و تفاصيلها و التواصل مع زبائن بطريقة رسمية بحيث لا يحدث احتيال و ضمان حقوق الطرفين
و عدم التفاوض على سعر القطعة الفنية
و توفير خدمة التغليف للوحات.

الاستبانة الموجهة إلى (الأجانب) المهتمين بالفن واقتناء الفنون المتنوعة : القسم الأول:

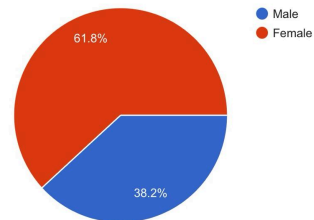
Have you ever purchased artworks (paintings of all kinds, sculptures) before?
144 responses



Age
144 responses



Gender
144 responses

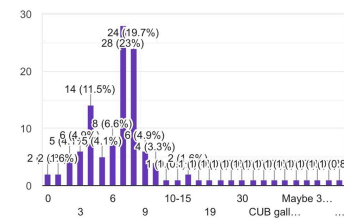


تم تعبئة الاستبانة من قبل 144 شخص، 61.8% إناث، 38.2% ذكور.
عند سؤالهم عن العمر كانت غالبية الأعمار تتراوح بين 19-56.
بالنسبة لمكان السكن، فكانت غالبية المستقصى منهم من: (ألمانيا، أمريكا، إسبانيا، تركيا)
أما عند سؤالهم عن قيامهم بشراء أي أعمال فنية من قبل، فكانت الإجابات كالتالي:
86.8% نعم ، 13.2% لا.

القسم الثاني:

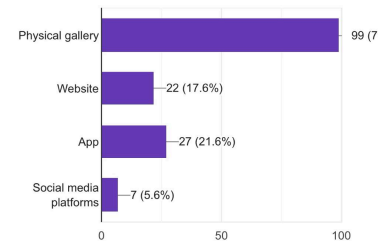
What is the number of paintings you have purchased in the last 5 years?

122 responses



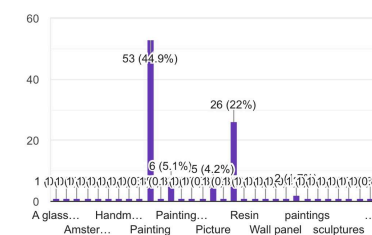
What is the method through which the purchase was made?

125 responses

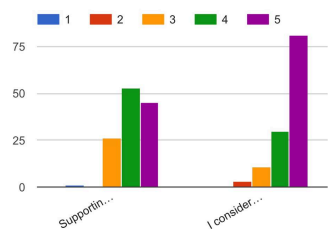


What artworks have you purchased?

118 responses

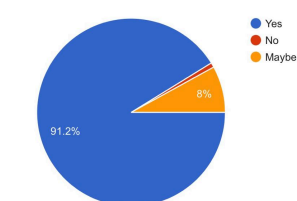


Rate from 1 (lowest) to 5 (highest) based on your agreement with the idea.



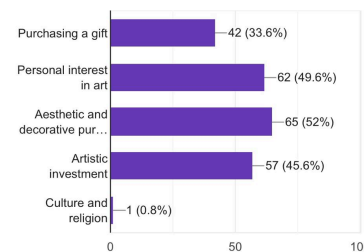
If a specialized app for selling artworks (various paintings, sculptures) is available, would you try it?

125 responses



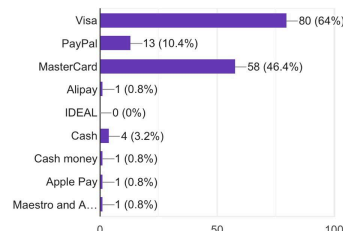
What is the reason that motivates you to buy artworks?

125 responses



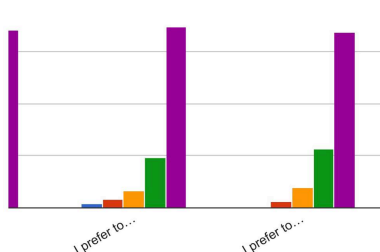
Which of the following payment mechanisms are available to you and are being used?

125 responses



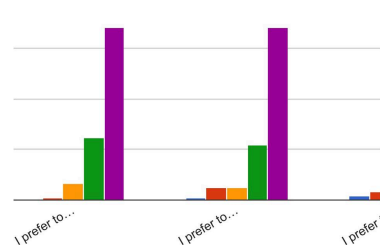
Rate from 1 (lowest) to 5 (highest) based on your agreement with the idea.

125 responses



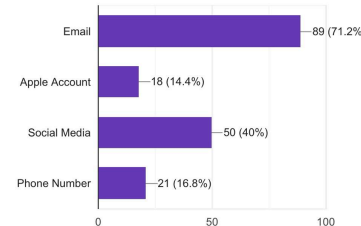
Rate from 1 (lowest) to 5 (highest) based on your agreement with the idea.

125 responses



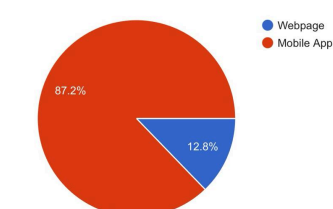
What is the preferred account for logging into the app?

125 responses



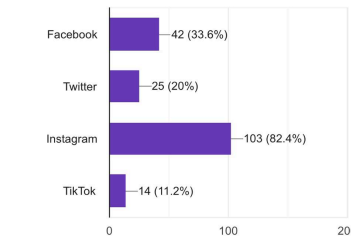
Do you prefer purchasing artworks through a (webpage) or via a mobile (app)?

125 responses



What are the most commonly used social media platforms for you?

125 responses



في هذا القسم تم توضيح نتائج إجابات الأشخاص المهتمين بالأعمال الفنية، والذين قاموا بشراء أي أعمال فنية من قبل.

- أولاً، تم سؤالهم عن الأعمال الفنية التي قاموا بشرائها من قبل، وكانت معظم الإجابات (لوحات) بجميع أشكالها.
- ثانياً، تم سؤالهم عن الطريقة التي تمت من خلالها عملية الشراء، فكانت نسبة الشراء من معرض فيزيائي هي الأكبر حيث شكلت ما نسبته 79.2%، عن طريق تطبيق أخذت كانت في المركز الثاني حيث كانت النسبة تساوي 21.6%، عن طريق موقع إلكتروني المركز الثالث وكانت النسبة تساوي 17.6%.
- ثالثاً: تم سؤالهم عن اسم المكان/الموقع الذي تمت من خلاله عمليات الشراء، فكان كل من موقع amazon، و etsy, Shein, trendyol مذكورة في معظم الإجابات، وباقي الإجابات كانت أسماء معارض وبازارات، محلات أثاث .

بالنسبة لعدد اللوحات التي قام الشخص بشرائها آخر 5 سنوات، تراوحت الإجابات بين 1 إلى 15 لوحة.

- أيضاً تم سؤالهم عن السبب الذي يدفعهم لشراء الأعمال الفنية، وكانت معظم الإجابات تعود للأسباب التالية: الجمالية والديكور، شراء هدية، الاستثمار الفني، اهتمام خاص بالأعمال الفنية.
- كما قمنا بسؤالهم عن أنه في حال تم توفير تطبيق مختص ببيع الأعمال الفنية بشكل إلكتروني، فهل سيقومون بتجربته أم لا، فكانت الإجابات كالتالي:
- كانت (نعم) النسبة الأعلى من الإجابات حيث شكلت ما نسبته 91.2%، من ثم (ربما) بنسبة 8% .
- بالنسبة لسؤال هل تفضل أن يكون شرائك للأعمال الفنية من خلال صفحة ويب، أو عبر تطبيق هاتف، فكانت الإجابات كالتالي: 87.2% يفضلون استخدام تطبيق للقيام بعملية الشراء، بينما 12.8% يفضلون استخدام صفحة ويب.
- نتيجة تقييم المستقصى منهم، الذين قاموا بشراء الأعمال الفنية سابقاً، لفكرة أن دعم المواهب الفنية تقع ضمن اهتمامهم كان أعلى تقييم هو 4 من 5.
- بينما فكرة دعم القضية الفلسطينية كانت أعلى تقييم، وكان 5 من 5.
- أما تفضيلهم من رؤية آراء المشترين السابقين كان أعلى تقييم هو 5 من 5.
- وفكرة تفضيلهم للتواصل مع الفنان نفسه من خلال التطبيق حظيت على تقييم 5 من 5.
- كما أن فكرة استخدام الفلتر السعري حظيت على أعلى تقييم من أعلى عدد وكان التقييم الأكبر هو 5.
- أما طلب القيام بتصاميم خاصة فقد بلغ تقييمه الأعلى 5 من 5.
- بالنسبة لسؤال الحساب الذي يفضل استخدامه لتسجيل الدخول إلى التطبيق، فكان التسجيل عن طريق البريد الإلكتروني صاحب أعلى نسبة، حيث شكل ما نسبته 71.2%، ومن ثم التسجيل بواسطة وسائل التواصل الاجتماعي بما نسبته 40%، أما التسجيل بواسطة رقم الهاتف شكل ما نسبته 16.8%.

أيضاً تم سؤالهم عن الطرق والوسائل المتوفرة ويفضلون استخدامها، وكانت الفيزا الخيار الحاصل على أعلى نسبة، حيث بلغت 64% ومن ثم ماستر كارد بنسبة 46.4%.

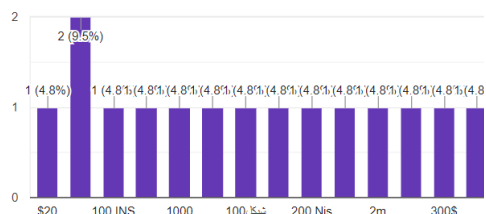
كما وكانت انستغرام أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة 82.4%.

بالنسبة إلى سؤال ما هو أعلى سعر المشتري على استعداد لدفعه مقابل شراء عمل فني، فكانت الإجابات تتراوح بين (500-5000)، واعتمدت الإجابات على أن السعر يعتمد على القطعة، حجمها، جودتها، والجهد المبذول في إنتاجها.

القسم الثالث:

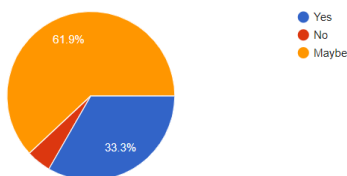
What is the highest price you are willing to pay to purchase an artwork?

21 responses



If a specialized app for selling artworks (various paintings, sculptures) is available, would you try it?

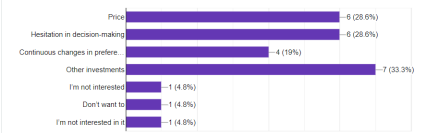
21 responses



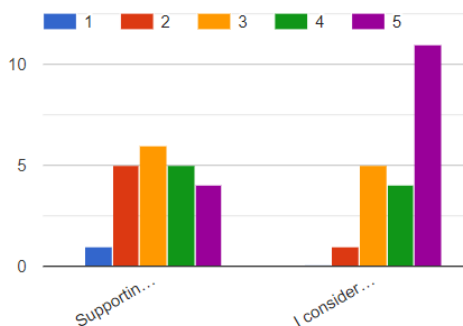
This section is intended for individuals interested in artworks but haven't made a purchase before.

What are the reasons preventing you from purchasing artworks?

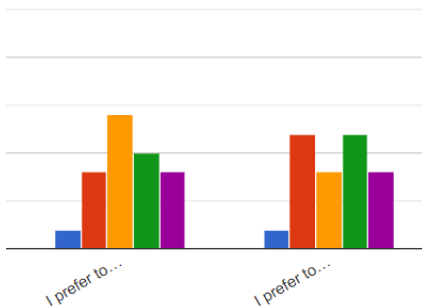
21 responses



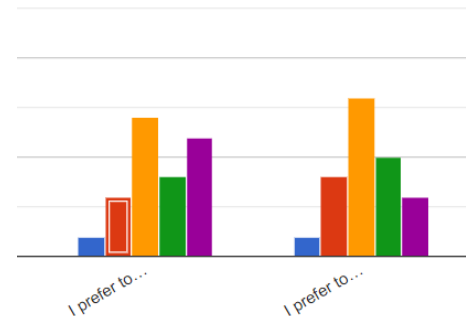
Rate from 1 (lowest) to 5 (highest) based on you



Rate from 1 (lowest) to 5 (highest) based on your agreement

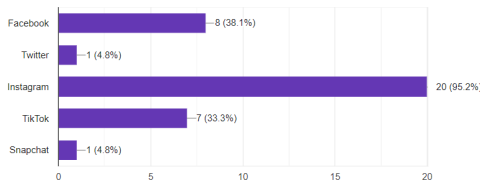


Rate from 1 (lowest) to 5 (highest) based on your agreement with the idea.



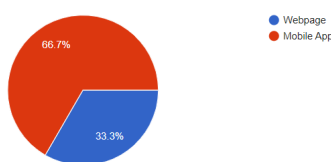
What are the most commonly used social media platforms for you?

21 responses



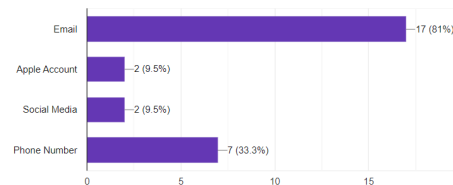
Do you prefer purchasing artworks through a (webpage) or via a mobile (app)?

21 responses



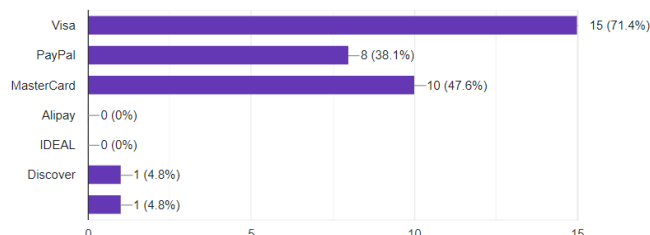
What is the preferred account for logging into the app?

21 responses



Which of the following payment mechanisms are available to you and are being used?

21 responses



في هذا القسم تم توضيح نتائج إجابات الأشخاص الذين لم يقوموا بشراء الأعمال الفنية.

- أولاً تم سؤالهم عن الأسباب التي تمنعهم من شراء أعمال فنية، وكان سبب (الاستثمارات الأخرى) صاحب أعلى نسبة من من بين الأسباب الأخرى، من ثم السعر وايضاً التردد في اتخاذ القرار، بينما أجاب البعض منهم أنهم لم يحظوا بفرصة تحفزهم على الشراء من قبل.
- ثانياً قمنا بسؤالهم عن أنه في حال توفير تطبيق مختص ببيع الأعمال الفنية بشكل إلكتروني، فهل سيقومون بتجربته أم لا، فكانت الإجابات كالتالي:
كانت (ربما) النسبة الأعلى من الإجابات، من ثم (نعم) بنسبة 33.3%.
- بالنسبة لسؤال أعلى سعر المشتري على استعداد لدفعه مقابل شراء عمل فني، فكانت 1000 شيكل هي أعلى رقم، وأدنى سعر كان \$20.
- بالنسبة لنتيجة تقييم المستقصى منهم الذين لم يقوموا بشراء الأعمال الفنية سابقاً، لفكرة أن دعم المواهب الفنية تقع ضمن اهتمامهم فكان أعلى تقييم هو 3 من 5.
بينما فكرة دعم القضية الفلسطينية كانت أعلى تقييم، وكان 5 من 5.
أما تفضيلهم لرؤية آراء المشترين السابقين على التطبيق فكان أعلى تقييم هو 3 من 5.
وفكرة تفضيلهم للتواصل مع الفنان نفسه من خلال التطبيق حظيت على تقييم 2 و 4 من 5.
بينما فكرة استخدام الفلتر السعري حظيت على أعلى تقييم من أعلى عدد وكان التقييم الأكبر هو 3 من 5 أما فكرة طلب القيام بتصاميم خاصة فقد بلغ تقييمه الأعلى 3 من 5.
- أيضاً تم سؤالهم عن الطرق والوسائل المتوفرة للدفع لديهم ويفضلونها، فكانت (الفيزا) الخيار الحاصل على أعلى نسبة، حيث بلغت 71.4%.
- كما وكان انستغرام أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً بنسبة 95.2%.
- بالنسبة لسؤال هل تفضل أن يكون شرائك للأعمال الفنية من خلال موقع ويب، أو عبر تطبيق هاتف، فكانت الإجابات كالتالي:
66.7% يفضلون استخدام تطبيق للقيام بعملية الشراء، بينما 33.3% يفضلون استخدام صفحة ويب.
- بالنسبة للحساب الذي يفضلون استخدامه لتسجيل الدخول إلى التطبيق، فكانت الإجابات كالتالي:
81% يفضلون البريد الإلكتروني، استخدام رقم الهاتف، 33.3% مواقع التواصل الاجتماعي وحساب ابل 9.5%.

2.4 الفئة المستهدفة :

هذا التطبيق يتيح للرسمين بيع أعمالهم والمهتمين بالفن تجربة الأعمال الفنية في بيئتهم باستخدام تقنية الواقع المعزز والعالم الافتراضي

استراتيجية تقسيم العملاء بناءً على طبيعة التطبيق ومستهدفه، تم تحديد فئتين رئيسيتين من العملاء المحتملين

B2B

الجامعات الفلسطينية. الهدف : تمكين هذه الجامعات من بيع أعمال طلابها الفنية عبر التطبيق.	مجموعات مستهدفة خاصة
هؤلاء الفنانين يهدفون لبيع أعمالهم الفنية عبر التطبيق. الهدف: تقديم منصة لتسويق أعمالهم الفنية وتسهيل عملية البيع.	الرسمين المحترفين

وهم الأشخاص الذين يرغبون في شراء وجمع الأعمال الفنية. الهدف: تقديم تجربة تسوق فريدة تشمل معاينة الأعمال الفنية باستخدام تقنية الواقع المعزز والواقع الافتراضي.	محبّي الفن
---	------------

2.5 تحليل المنافسين :

	Direct competitor		indirect competitor	
	Souqfann	zawyeh	Shein	Etsy
Global rank	#724,062	#2,944,119	#111	#58
Country rank	#41,837	#3,186,096	#105	#29
Total visits	101,960	44,433	636.6M	1.433B
Avg visit duration	00:01:18	00:00:11	00:07:47	00:05:59
Bounce rate	79.22%	92.86%	34.26%	45.29%

2.5.1 المنافس المباشر

● سوق الفن <https://souqfann.com> :

نبذة عن الموقع : سوق الفن هو موقع إلكتروني فلسطيني متخصص في بيع المنتجات اليدوية والحرف الفلسطينية. تم إطلاق الموقع في عام 2018 من قبل مجموعة من الشباب الفلسطينيين، بهدف دعم الفنانين والحرفيين الفلسطينيين وتوفير منتجات فلسطينية عالية الجودة للعملاء حول العالم.

نقاط القوة:

- تشكيلة واسعة من المنتجات: يضم الموقع مجموعة واسعة من المنتجات الفنية الفلسطينية، بما في ذلك اللوحات والمجسمات والحرف اليدوية.
- الجودة العالية للمنتجات: تتميز المنتجات المعروضة على الموقع بجودتها العالية.
- الأسعار التنافسية: تقدم الموقع أسعارًا تنافسية مقارنة بالمواقع الأخرى التي تباع المنتجات الفنية الفلسطينية.
- سهولة الاستخدام: يتميز الموقع بتصميم سهل الاستخدام وواجهة مستخدم سهلة الفهم.

نقاط الضعف:

- التسويق: يمكن أن يحسن الموقع جهوده التسويقية لزيادة الوعي به وجذب المزيد من العملاء.
- التوصيل: يمكن أن يقدم الموقع خيارات توصيل أكثر تنوعًا لتلبية احتياجات العملاء المختلفة.
- الدعم الفني: يمكن أن يحسن الموقع دعمه الفني لتوفير تجربة أفضل للعملاء.

● موقع زاوية (غاليري رام الله، القدس، بيت لحم) <https://zawyeh.net> .

نقاط القوة :

- موقعه الجغرافي المميز في قلب مدينة رام الله ، بيت لحم، القدس ، مما يسهل الوصول إليه من قبل الجمهور.
- تنوع العروض الفنية والثقافية التي يقدمها، والتي تلبي اهتمامات مختلف شرائح المجتمع.
- طاقم العمل المبدع و المتمكن، والذي يحرص على تقديم تجربة فريدة للزوار.
- التعاون مع المؤسسات الثقافية المحلية والدولية، مما يساعد على إثراء العروض المقدمة وجذب جمهور أكبر

نقاط الضعف:

- التمويل المحدود، مما يحد من قدرة الموقع على تقديم عروض أكثر تنوعًا وجذبًا للجمهور.
- عدم وجود استراتيجية تسويقية فعالة، مما قد يحد من شهرة الموقع ووصوله إلى جمهور أكبر.

2.5.2 المنافس الغير مباشر

• <https://m.shein.com/?ref=www&rep=dir&ret=m> Shein

نبذة عن الموقع : يعتبر موقع shein موقعًا إلكترونيًا جيدًا لبيع اللوحات. يتميز الموقع بتشكيلة واسعة من اللوحات بأسعار تنافسية. ومع ذلك، يمكن أن يحسن الموقع جودة المنتج وخدمات العملاء وجعل عملية الإرجاع والاستبدال أسهل.

نقاط القوة:

- تشكيلة واسعة من اللوحات: يضم موقع shein مجموعة واسعة من اللوحات، بما في ذلك اللوحات الزيتية والمائية والأكريليك والمطبوعات واللوحات الرقمية.
- التسويق الفعال: يستثمر موقع shein بكثافة في التسويق، مما يساعده على الوصول إلى عدد كبير من العملاء المحتملين.
- التوصيل الدولي: يقدم موقع shein خدمة التوصيل الدولي إلى أكثر من 200 دولة ومنطقة.

نقاط الضعف :

- جودة المنتج: يشكو بعض العملاء من أن جودة اللوحات التي يشترونها من موقع shein ليست دائمًا عالية.
- خدمات العملاء: يشكو بعض العملاء من أن خدمات العملاء في موقع shein ليست دائمًا فعالة.
- التراجع والتبديل: قد يكون من الصعب إرجاع اللوحات أو استبدالها من موقع شي إن.

• <https://www.etsy.com/market/لوحات> etsy موقع

نقاط القوة:

- قاعدة عملاء واسعة: يضم موقع Etsy أكثر من 80 مليون مستخدم حول العالم، مما يوفر فرصة كبيرة للفنانين لعرض أعمالهم للبيع أمام جمهور واسع.
- رسوم منخفضة: تفرض Etsy رسومًا بنسبة 3.5% على المبيعات، وهي أقل من العديد من المنصات الأخرى.
- سهولة الاستخدام: يوفر موقع Etsy واجهة سهلة الاستخدام تجعل من السهل على الفنانين إنشاء متاجر وعرض أعمالهم للبيع.
- أدوات ترويجية: تقدم Etsy مجموعة متنوعة من الأدوات الترويجية للمساعدة في تسويق أعمال الفنانين، مثل الترويج المستهدف والإعلانات الممولة.

نقاط الضعف :

- تنافس شديد: يضم موقع Etsy ملايين الفنانين والمبدعين الآخرين، مما قد يؤدي إلى تنافس شديد على جذب العملاء.
- صعوبة التمييز: من الصعب على الفنانين التميز عن بعضهم البعض في بيئة تنافسية للغاية.
- إمكانية الاحتيال: هناك بعض الحالات التي يتعرض فيها الفنانون لعمليات احتيال على موقع Etsy، لذلك من المهم أن يكون الفنانون على دراية بمخاطر الاحتيال.

2.6 التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة

- حجز النطاق واسم المجال (domain name)
- Direct admin
- Plugins
- Premare
- Photoshop
- Audation

2.7 خطة فحص الموقع

هذه الخطة من أهم مراحل تطوير النظام ونجاح الموقع والتطبيق وذلك باستخدام منصات Google و HeatMaps و Analytics و onesignal، فهذه الخطوة يتم التأكد من عدم وجود أخطاء في الموقع أو التطبيق، واكتشافها إن وجدت، والعمل على حلها، للتأكد من أن الموقع والتطبيق يعمل بالشكل المثالي، تتضمن هذه الخطة عدة خطوات:

- فحص كل جزء من أجزاء الموقع والتطبيق بشكل منفصل بعد إتمام عملية التصميم للتأكد من أن كل جزء يعمل بشكل جيد.
- اختبار استقرار الموقع والتطبيق (قدرة الموقع على العمل).
- اختبار أداء الموقع والتطبيق عند دخول المستخدم.
- اختبار الموقع والتطبيق عند الضغط ودخول عدد كبير من المستخدمين.
- ضمان سهولة التصفح و وصول المستخدمين إلى لوحات الفن بسلاسة.
- تحسين تجربة الشراء عبر واجهة مستخدم فعّالة.
- التأكد من توافق التطبيق مع مختلف الأجهزة.
- تكامل تقنية الواقع المعزز لتمكين المستخدمين من معاينة لوحات الفن في بيئاتهم الحقيقية.
- اختبار وتحسين أداء ميزة الواقع المعزز.
- متابعة وتحسين روابط الموقع الداخلية والخارجية.
- تحسين استراتيجيات SEO لزيادة رؤية الموقع على محركات البحث.

2.8 اعتماد تصنيف الموقع

2.8.1 النظام المنوي استخدامه في بناء الموقع (CMS (content management system

وهي مجموعة الإجراءات المتبعة لإدارة سير العمل في بيئته تعاونية وهذه الإجراءات ما ان تكون يدوية أو مبنية على الحاسوب .

البيانات في نظام ادارة المحتوى قد تكون أي شيء تقريبا وثائق, افلام ,صور , ارقام هواتف , ارقام خاصة , بيانات علمية , وهكذا تستخدم نظم ادارة المحتوى عادة في التحكم في الوثائق وترتيبها والتحكم بالمراجعات الموجودة منها في نظام إدارة المحتوى يزيد رقم الإصدار (version) مع كل تعديل يطرأ على الملف, التحكم بالمراجعات هو أحد المميزات الرئيسية لنظام إدارة المحتوى .

2.8.2 اسباب اعتاد الموقع CMS

- الخدمات التي يقدمها النظام للمستخدم والتي تسهل عملية إنجاز الأعمال داخل الموقع هي:
- اضافة وتعديل المحتوى بشكل سهل , تختلف طرق توفير هذه الخاصية من نظام إلى نظام , فأحيانا تكون هذه الخاصية ضمن البنية الاساسية للنظام كما هو في منصة wordpress .
 - يعد صديق لمحركات البحث أي أنه يظهر بمرتبة أعلى المواقع الثابتة (static)

social media strategy 2.9

تم تصميم استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي بعناية فائقة لموقع "Art AR" للفن، حيث اعتُبرت عدة خطوات أساسية لتعزيز تجربة الفنانين والمهتمين بالفن على حد سواء.

1. تحديد أهداف محددة لزيادة الوعي بموقع "Art AR"، وتعزيز التفاعل وزيادة عدد المتابعين لضمان تحقيق أقصى استفادة من وسائل التواصل الاجتماعي.
2. بناء قاعدة تواصل فعّالة مع الجمهور المستهدف عبر جمع آرائهم حول الأعمال الفنية والفنانين، وكذلك رأي الفنانين مع التحفيز للمشاركة والتفاعل الفعّال.
3. جمع وتحليل ردود الفعل وآراء العملاء بانتظام لتحسين تجربة المستخدم على "Art AR" وضمان تقديم خدمات تلبي توقعات واحتياجات العملاء.

تحديد الفئة المستهدفة لوسائل التواصل الاجتماعي للموقع الإلكتروني:

1. المستخدمون الباحثون عن العروض الفنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
2. الأفراد المهتمين برؤية الأعمال الفنية عبر موقع "Art AR" (العملاء الفعليين).
3. الذين يستخدمون الإنترنت لتسهيل حياتهم والبحث عن الفنون وكذلك بيع الفنون.
4. المهتمين بتوفير الوقت والجهد من خلال التصفح عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
5. المهتمين بالأعمال الفنية الفلسطينية والفنانين الفلسطينيين.

تم اختيار المنصات التالية لاستخدامها من قبل الموقع :

- "Instagram" و "Tik Tok"، وذلك نظرًا لكونها المواقع الأكثر استخداماً من قبل فئتنا المستهدفة.
- "Facebook"، وذلك نظرًا لكونه الموقع الأكثر استخداماً .

الأساليب والطرق المتبعة لقياس الأداء (KPI)

- CTR (معدل النقر): يتم حسابه عبر قسمة عدد النقرات على الصفحات الخاصة بـ "Art AR" على عدد المشاهدات، مما يساهم في تحديد التفاعل مع الأعمال الفنية.
- Reach (الوصول): يتم قياسه لتحديد كمية الوصول لكل منشور على صفحات "Art AR" على الفيس بوك والانستغرام ، مما يساعد على تحديد مدى تأثير المحتوى والتفاعل معه.
- Engagement Rate (معدل التفاعل): يحسب عبر مجموع التفاعلات (likes، comments، shares) على صفحات "Art AR" مقسوماً على عدد المشاهدات، لتحديد مدى جاذبية المحتوى.
- Conversion Rate (معدل التحويل): يُفاس بناءً على عدد الزيارات التي أدت إلى إجراءات محددة، مثل شراء لوحة فنية عبر "Art AR" أو إنشاء حساب للفنان
- Customer Feedback (آراء العملاء): يتم جمع وتحليل آراء المستخدمين حول "Art AR" لقياس مستوى الرضا والتحسين المستمر.

2.10 خطة بناء المحتوى

Month	Smart goal	Topic idea	opportunities	Key words	Distribution channel	Content types	publishing
شباط	زيادة متوسط عدد الزيارات اليومية للموقع بنسبة 25% زيادة نسبة البائعين (الفنانين) في التطبيق بنسبة 30% زيادة نسبة تحميل التطبيق بنسبة 40%	فنون وتقنيات الرسم. استكشاف الفنون التشكيلية.	النمو في السوق العالمية.	أعمال فنية لوحات مجسمات فن فنون واقع معزز	Blog post الموقع الإلكتروني	Blogs صور	1 شباط / 28 شباط
آذار	زيادة الإيرادات بنسبة 25% تحسين معدل التحويل على الموقع بزيادة نسبة العملاء الجدد بنسبة 30%	الديكور الفني للمنزل. فن الصورة والتصوير الفوتوغرافي.	الطلب المتزايد على اللوحات المخصصة.	رسم رسام لوحات زيتية مجسمات ورقية لوحات حائط	Blog post الموقع الإلكتروني	Blogs صور	1 آذار / 30 آذار
نيسان	إطلاق حملة ترويج لزيادة متابعي صفحات التواصل الاجتماعي بنسبة 30% توسيع مجموعة المنتجات بإضافة 50 قطعة فنية	فن الرسم بالألوان الزيتية. تأثير الثقافة على الفن.	النمو في وسائل التواصل الاجتماعي.	لوحات جدار . لوحات فنية. لوحات كلاسيكية. لوحات حديثة مجسمات خشبية	الموقع الإلكتروني	Blogs صور	1 نيسان / 30 نيسان

الفصل الثالث

المحتوى	الرقم
مقدمة	3.1
خطة حجز واستضافة الموقع	3.2
الخطوات المتبعة في التحضير وحجز الموقع الإلكتروني	3.3
نوع الموقع	3.4
مبررات استخدام المساحة	3.5
اسم النطاق ومبررات استخدامه	3.6
الهوية البصرية	3.7

3.1 المقدمة

يعد هذا الفصل موجزاً حول الخطوات الأساسية المتبعة في عملية حجز نطاق الموقع الإلكتروني والتطبيق، يبدأ الفصل بتحديد نوع الموقع الإلكتروني والتطبيق الذي يتم تطويره، من ثم، يُسلط الضوء على عملية اختيار النطاق، حيث يتم تحديد الاسم الذي سيمثل الموقع الإلكتروني والتطبيق وسيتم توضيح العوامل التي أخذت في الاعتبار أثناء اختيار النطاق، بعد عمليات البحث والتحقق من توفر النطاق المختار.

وختاماً، يُسلط الفصل الضوء على تحديد نوع الموقع الإلكتروني والتطبيق بما يتناسب مع أهداف العمل، مشيراً إلى السبب وراء اختيار هذا النوع من المشروع الرقمي. يتيح هذا الفصل معرفة عميقة وتفصيل العمليات المشمولة في حجز نطاق الموقع والاستضافة .

3.2 خطة حجز واستضافة الموقع

بدايةً قمنا بتحديد احتياجات حجز الموقع وهي : الفيزا كارد و جهاز الحاسوب كما وقمنا سابقا باختيار النطاق، والتحقق من توافر النطاق واتخاذ قرار حول نوع الاستضافة ومن ثم الدخول الى موقع **نطقي** لحجز **Artar.ps** حيث انها معتمدة من قبل منظمه الايكان العالمية لتسجيل النطاقات ثم إتمام تكوين الاستضافة

3.3 الخطوات المتبعة في التحضير وحجز الموقع الإلكتروني .

الخطوة (1)

فتح موقع interserver واختيار اسم للموقع الذي نود تصميمه

Web Hosting Direct Admin

Choose the hostname you want for your site.

Example: your-domain.com or your-domain.com.uk

[Continue](#)

خطوة (4) حجز الدومين على موقع نطاقي

البحث عن اسم نطاق جديد. أدخل الإسم أو الكلمات أدناه للتحقق من النوفر.

artar

متاح الدومين المطلوب artar.ps

\$35.00 USD أضف للعرض

الامتداد	السعر	الحالة
.ps	\$35.00 USD	متاح
.org.ps	\$29.99 USD	متاح
.com.ps	\$35.00 USD	متاح
.net.ps	\$29.99 USD	متاح
.org		غير متاح
.com		غير متاح
.net		غير متاح
.me		غير متاح

3.4 نوع الموقع :

هو موقع dynamic يتم تحويل الزوار من الموقع الى التطبيق مباشرة ، حيث سيتم تغيير المحتوى باستمرار والسماح للزوار والمستخدمين بالتفاعل عليه باستخدام شركة **interserver.net** لإنشاء الموقع الالكتروني

3.5 مبررات استخدام المساحة

قمنا بحجز Domain عبر موقع نطاقي , وحجز Host عبر موقع **interserver.net** .
حيث أن سبب اختيارنا موقع **direct admin (interserver.net)** كونها من الشركات الرائدة في هذا المجال وتتميز بالعروض التي تقدمها .

- سهولة الاستخدام.
- سرعة وأداء ممتاز.
- أمان قوي.
- شهادة SSL مجانية.
- أسعار تنافسية.
- مساحة تخزينية غير محدودة.
- عدد زوار غير محدود.

3.6 اسم النطاق ومبررات استخدامها Artar.ps

- له علاقة بفكرة الموقع.
- القابلية للتذكر والتميز والارتباط بالهوية الإعلامية للشركة.
- الحدائة حيث أن الاسم حديث وموجز، و يتناسب مع طبيعة العمل التجاري عبر الإنترنت.
- قابلية التوسع حيث يمكن استخدام الاسم للتوسع في أسواق أخرى، حيث يمكن ترجمة الاسم الى اللغات الاخرى.

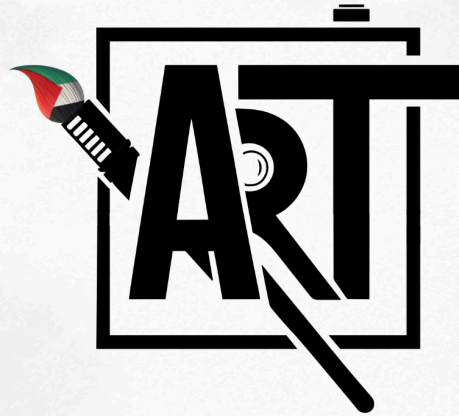
Brand Guidelines

Identity Manual

TABLE OF CONTENT.

- LOGO
- COLOR
- SAMPLE APPLICATION

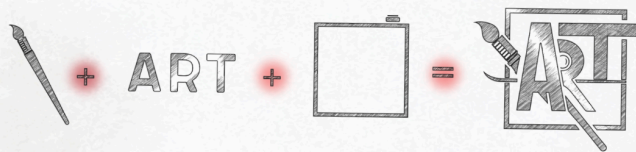
PRIMARY LOGO



Logo Brand Identity

MEANING

The logo combines art and augmented reality, appearing as a simple artwork. A stylized camera is added, consisting of a frame and lens integrated into the letter "R" in the word "ART," with an interactive interface outside the frame to represent augmented reality. The camera button extends beyond the frame, symbolizing augmented reality, and the artist's brush crosses the frame to indicate creativity. The brush tip has been transformed into the Palestinian flag, symbolizing the art and drawings created by Palestinians, reflecting their artistic spirit and heritage.



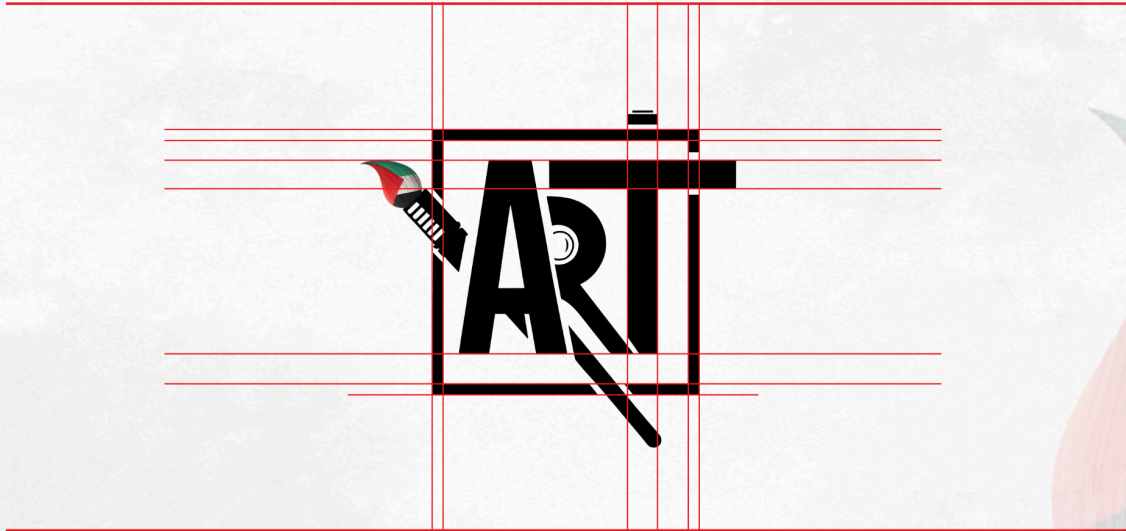
يجمع الشعار ما بين الفن والواقع المعزز، حيث يظهر كلوحة فنية بسيطة، تمت إضافة كاميرا مجردة، مكونة من إطار وعدسة الكاميرا المتداخلة في حرف R في كلمة ART، مع واجهة تفاعلية خارج الإطار لتمثيل الواقع المعزز. وتم إضافة زر كاميرا يتجاوز الإطار اللوحة ليمثل الواقع المعزز، وتتخطى فرشاة الفنان الإطار للإشارة إلى الإبداع والابتكار وتفكير الفنان الفلسطيني دائماً خارج الصندوق. أصبحت رأس الفرشاة عبارة عن علم بألوان العلم الفلسطيني، مما يرمز إلى الفن والرسومات التي أبدعها الفلسطينيون، وتعبّر هذه الألوان عن الروح الفنية والتراثية.

في تصميم الشعار، تعبّر ألوان العلم الفلسطيني - الأحمر والأبيض والأسود والأخضر - عن جوانب متعددة من الفن الفلسطيني.

اللون الأحمر يرمز إلى التضحيات والشجاعة، ويظهر في الأعمال الفنية ليعكس القوة والعزيمة التي تميز الفلسطينيين. اللون الأبيض يعبر عن السلام والنقاء، ويستخدم في الفنون كرمز للأمل والمستقبل الأفضل. اللون الأخضر يرمز إلى الأرض والطبيعة، ويعبر عن الحياة والنمو، مما يجسد ارتباط الفلسطينيين بأرضهم وتراثهم.

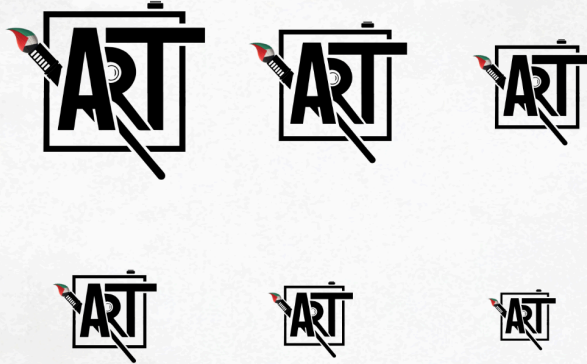
إضافة اللون الأسود في التصميم يعزز الأناقة والتعبير الفني. الأسود يستخدم بشكل فعال لتحقيق توازن بصري في الشعار، مما يضيف عليه طابعاً من العمق والقوة. يعكس استخدام الأسود البساطة والرقى، ويعمل على إبراز الألوان الأخرى بطريقة متناغمة، مما يساهم في إيصال رسالة الفن والتكنولوجيا بشكل واضح وجذاب.

MARK CONSTRUCTION



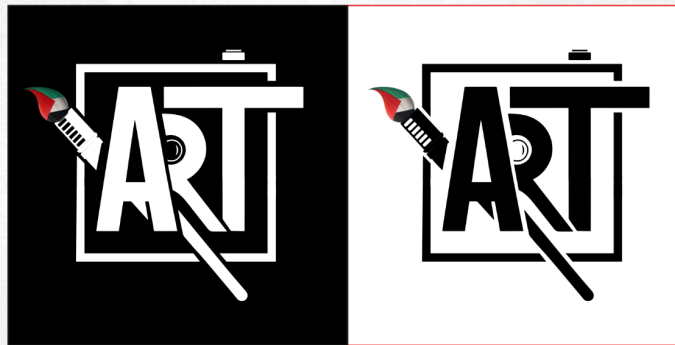
Logo Brand Identity

MINIMUM SIZE



Logo Brand Identity

LOGO MARK



Logo Brand Identity

COLOR PALETTE



#E71C24



#26523E



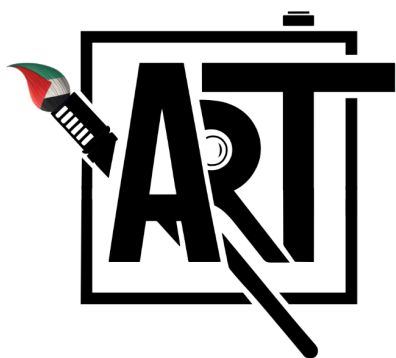
#FFFFFF



#000000

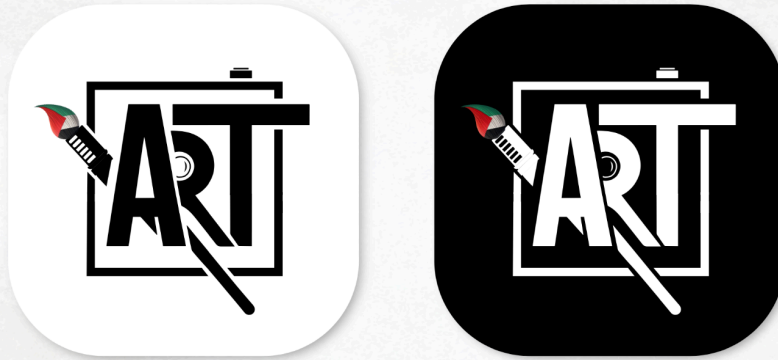
Logo Brand Identity

COLOR VARIATIONS

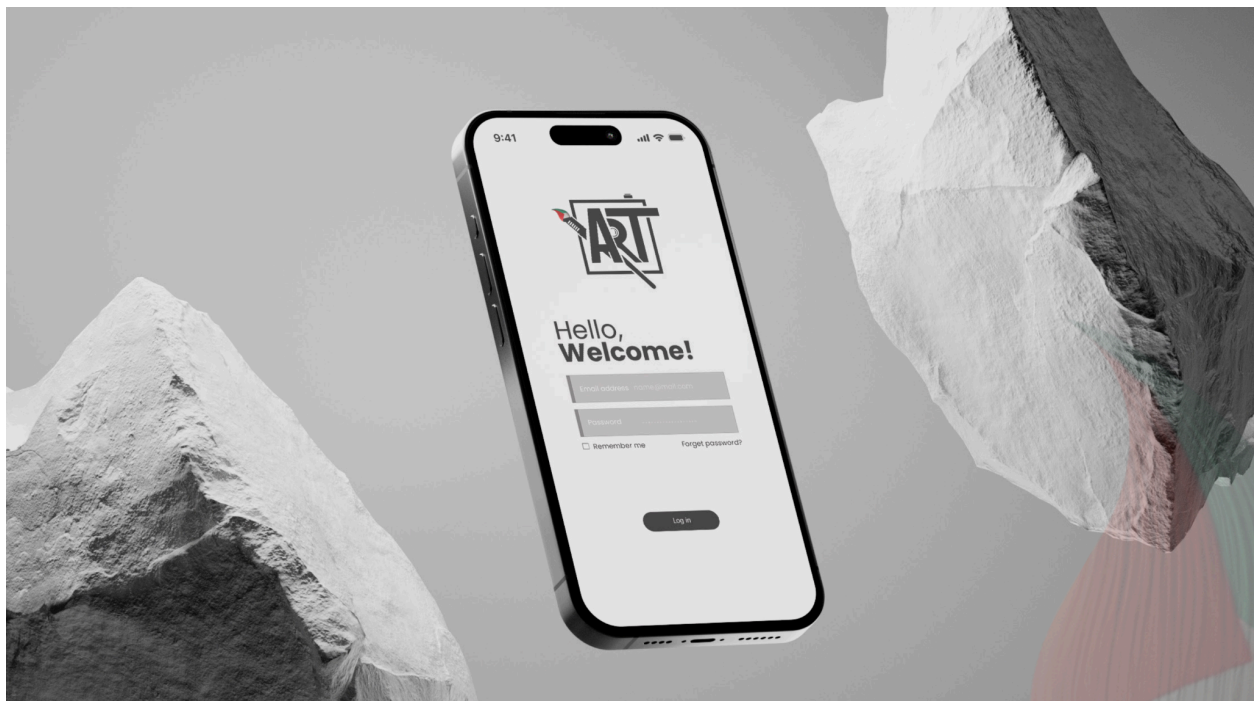


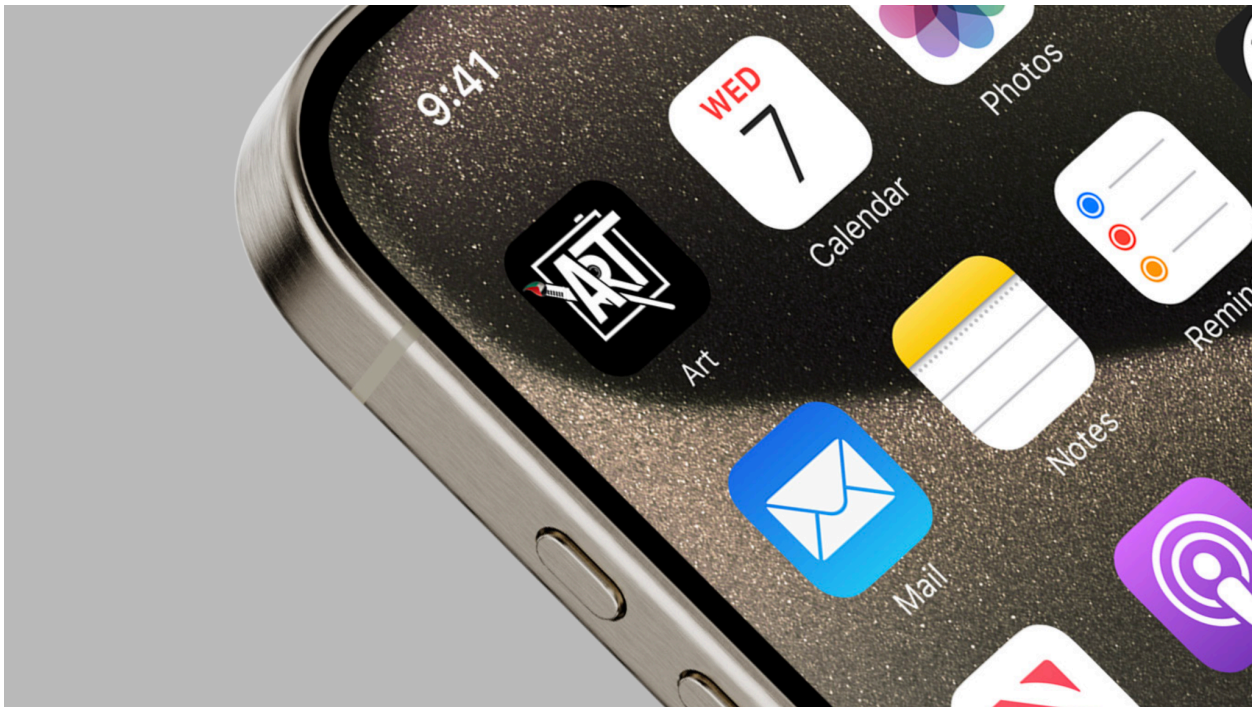
Logo Brand Identity

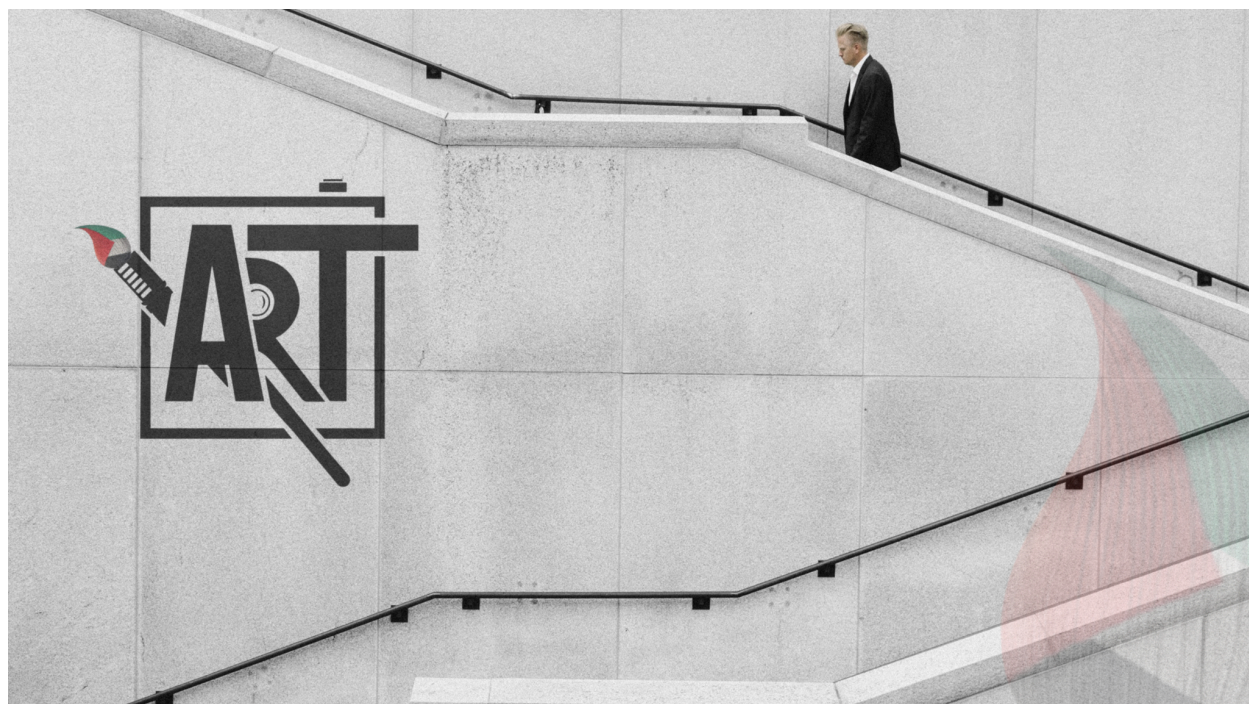
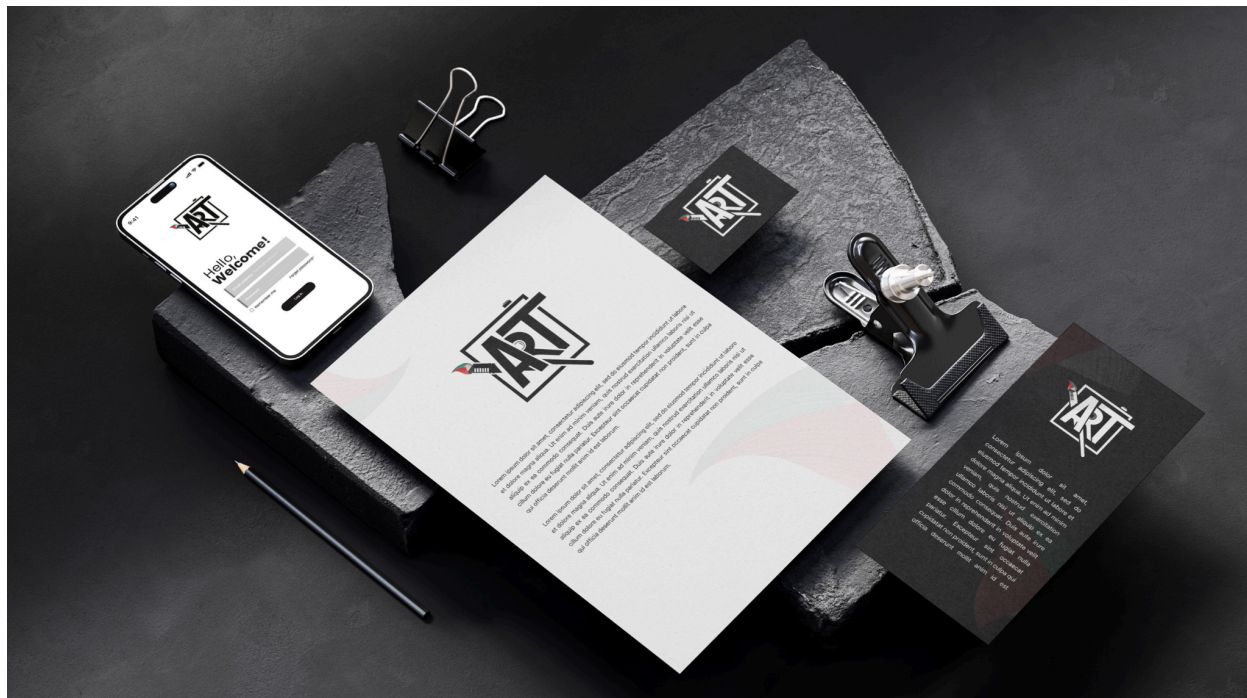
APP ICON

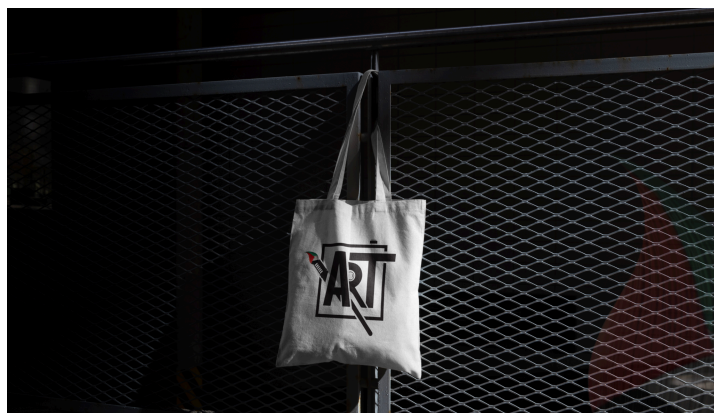


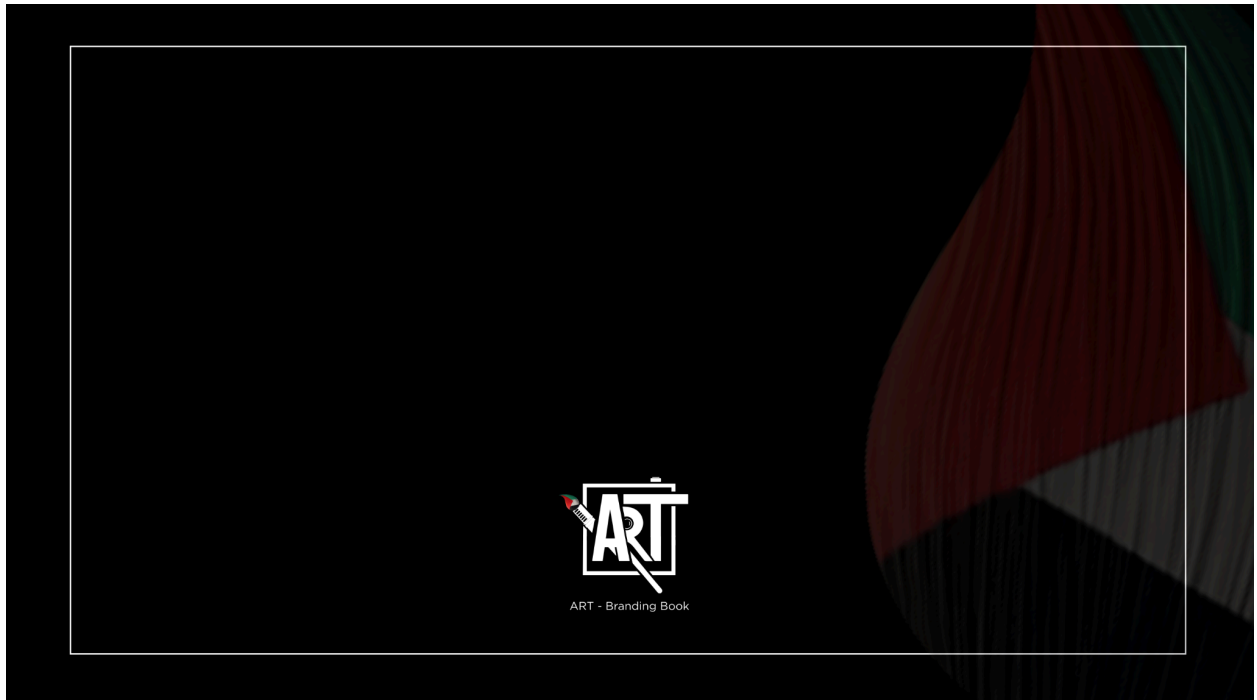
Logo Brand Identity











الفصل الرابع

المحتوى	الرقم
أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم.	4.1
خطة التكلفة والسعر .	4.2
المقترح الأولي للموقع .	4.3
النقاط الهامة في فترة عمر المشروع .	4.4
Web Metrics	4.5

1.4 أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم.

يتكون فريق العمل من 5 طالبات، جميعهم من تخصص التسويق الإلكتروني، تم العمل على المشروع بشكل جماعي، حيث تم العمل على المشروع وإنجازه من خلال عقد 32 اجتماعاً ومكالمة هاتفية للفريق. خلال كل جلسة، كان يتم وضع هدف لتحقيقه، وتوزيع المهام على أفراد الفريق لضمان تحقيق هذا الهدف. جميع الأعضاء حضروا جلسات العمل بانتظام، وعملوا معاً بشكل تعاوني لتحقيق الأهداف المحددة.

4.2 خطة التكلفة والسعر.

35\$	Domain
28\$	Host
0\$	Social Media Ads
500\$	Ar
300\$	Promotion
90\$	Designs
953\$	Total Cost

4.3 المقترح الأولي للموقع Proposal

4.3.1 لمحة عن المنصة الإلكترونية Artar.ps

تطبيق إلكتروني Artar.ps مختص ببيع الأعمال الفنية يتيح للفنانين الفلسطينيين بيع أعمالهم الفنية على نطاق عالمي و يتيح للمستهلكين إيجاد وشراء الأعمال الفنية بسهولة وتجربتها قبل شرائها افتراضياً، عن طريق خاصية الواقع الافتراضي والواقع المعزز في بيئتهم المحيطة.

4.3.2 معلومات الاتصال

العنوان	فلسطين - الخليل.
البريد الإلكتروني	artar@artar.ps
الهاتف	0598745719

4.3.3 وصف المشروع - التصميم

- السرعة في الأداء وتحميل صفحات الموقع.
- دعم النظارات الذكية عن طريق خاصية الواقع المعزز و الواقع الافتراضي .
- تقليل استيراد شفرة javascript من المصادر الخارجية التي تحتاج إلى وقت عند تحميل الصفحة.
- موقع إلكتروني متوافق مع كافة الشاشات.
- خطوط وكلمات واضحة للجميع، وألوان مريحة للعين.
- سهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني والتطبيق، لغة واضحة ومفهومة للجميع.
- موقع إلكتروني يعمل على كافة المتصفحات بدون استثناء.
- يعمل الموقع والتطبيق، على أجهزة مختلفة وبأنواع مختلفة.
- يتوفر الموقع والتطبيق باللغة الإنجليزية.

4.3.3 وصف المشروع - البرمجة

قمنا بتثبيت نظام CMS الرئيسي على host & domain مباشرة دون امتداد فرعي، ثم وفرنا خاصية الواقع المعزز "AR" ، عن طريق ملفات تتوافق مع أجهزة ios & android ، وبعد رفعها تأكدنا من أنها تعمل بشكل تام ومتكامل.

4.3.4 الاسم والبريد الإلكتروني ومعلومات الاتصال لفريق العمل:

رقم الهاتف	البريد الإلكتروني	الاسم الأخير	الاسم الأول
0595405470	amalnasser653@gmail.com	ناصر الدين	أمل
0568464324	afqwst@gmail.com	فقوسة	آيات
0598745719	duhamunjed@gmail.com	أبو منشار	ضحى
0597482736	fatimabetarr@gmail.com	بيطار	فاطمة
0598251281	mayshassouneh123@gamil.com	حسونة	ميس

4.3.5 الأسلوب المفضل للاتصال:

البريد الإلكتروني artar@artar.ps

4.4 النقاط الهامة في فترة عمر المشروع Milestones

- فترة الاجتماعات والتخطيط الأولي 10/9/2023
- إنشاء المحتوى 31/10/2023
- تطوير الواجهة الأمامية 14/2/2024
- اختبار الموقع وضمان الجودة
- المراجعة النهائية 11/5/2024
- تسليم المشروع 28/5/2024

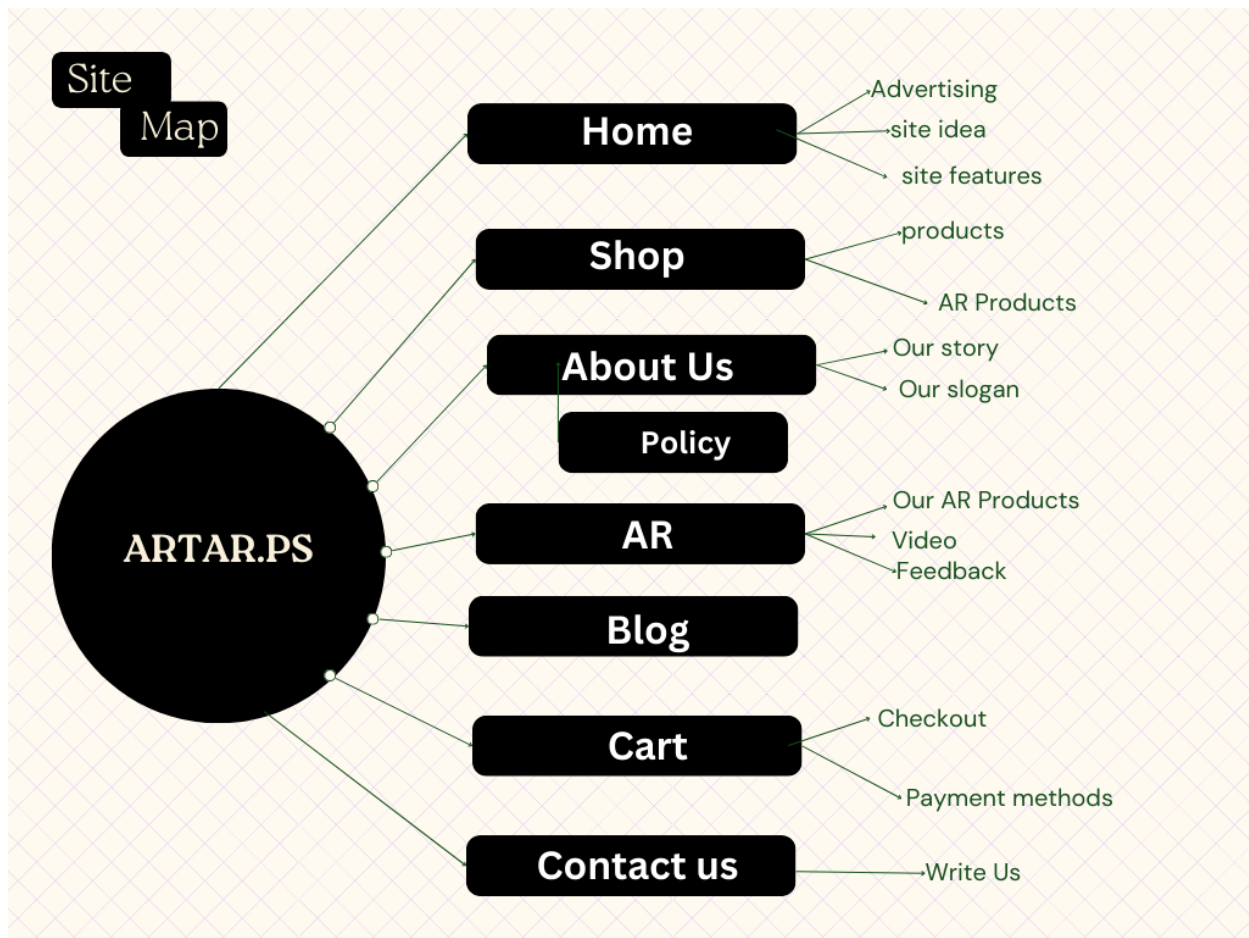
Web Metrics 4.5

- **Page Views** : مؤشر يظهر عدد الزوار للصفحة.
- **Bounce Rate**: نسبة الزوار الذين يغادرون الموقع دون التفاعل معه.
- **Customer Lifetime Value**: قيمة العمر الزمني للعميل، أي المتوسط المالي الذي ينفقه العملاء خلال فترة تفاعلهم مع الموقع.
- **Abandoned Cart Rate**: نسبة الزوار الذين يضيفون لوحة إلى سلة الشراء ولكنهم لا يكملون العملية .
- **Customer Acquisition Cost**: تكلفة اكتساب العملاء، أي المبلغ المستثمر في جلب كل عميل جديد إلى الموقع.
- **(Return on Investment (ROI)**: عائد الاستثمار، يقيس كمية العائد الناتجة عن الاستثمارات المالية في الموقع.
- **Repeat Purchase Rate**: نسبة العملاء الذين يعيدون شراء لوحات إضافية بعد الشراء الأول.
- **Customer Satisfaction Score (CSS)**: درجة رضا العملاء، تقييم عملاء الموقع لتجربتهم الشاملة.

الفصل الخامس

المحتوى	الرقم
خريطة الموقع Site Map	5.1
تصميم الموقع بما يتلاءم مع SEO	5.2
تصميم واجهات الموقع المختلفة	5.3

. Site Map خريطة الموقع 5.1



5.2 تصميم الموقع بما يتلاءم مع SEO .

لقد اعتمدنا على عدة نقاط في تصميم الموقع والتطبيق للظهور في نتائج البحث الأولى على محركات البحث :

5.2.1 : تصميم الموقع داخلياً وتهيئته لمحركات البحث (on the page)

- عملنا على وضع عناوين جذابة وكتابة محتوى مناسب غني بالمعلومات وإضافة الكلمات المفتاحية التي تبحث عنها الفئة المستهدفة.
- إضافة all text , title , description لكل لوحة ومجسم واستخدام صور ذات امتداد jpeg وذلك لأنها صغيرة الحجم وذات جودة عالية.
- تصميم الموقع بطريقة تتناسب مع جميع الشاشات والأجهزة المختلفة.
- إضافة شهادة تشفير البيانات |ssl.

5.2.2 : تهيئة الموقع خارجياً لمحركات البحث (out the page)

- إضافة أزرار المشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي لتشجيع الزبائن على مشاركة الصور والمعلومات على مواقع التواصل.
- تشجيع المواقع الأخرى على الإشارة للموقع الإلكتروني الخاص بنا وذلك بوضع الرابط الخاص بموقعنا داخل مواقعهم.

5.3 تصميم واجهات الموقع المختلفة .

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

الفصل السادس

المحتوى	الرقم
وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع	6.1
وصف خطوات تحميل الموقع	6.2
الخطة الترويجية.	6.3
تقييم أداء الموقع	6.4
مراحل رحلة المشتري	6.5

6.1 وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع

: Domaine name

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

: Host

هي مساحة تخزينية يتم استخدامها لحفظ بيانات الموقع على سيرفرات متخصصة تعمل على مدار الساعة 24/7.

: برنامج بناء الموقع:

قام فريق المشروع باختيار منصة Wordpress.

: Google analytics

وهي خدمة مجانية مقدمة من google، تعمل على تعقب الموقع وتقديم تقارير حول حركة الموقع، ويتم استخدام هذه الأداة بتحليل البيانات من أجل تطوير الموقع والمساعدة على فهم زوار الموقع وتحليل الفئة المستهدفة.

: الصور:

تم استخدام الصور بصيغة JPEG ذات جودة عالية وسبب استخدام هذه الصيغة من الصور هو مساحتها القليلة حتى لا تشكل ضغط على الموقع، سيتم التصوير من قبل الفنان بمعايير معينة متفق عليها كحجم الصورة والخلفية وإرسالها إلى مالكين الموقع والتطبيق لرفعها عليه .

: الشعار :

قمنا بعمل شعار جديد للموقع تمت إضافته مسبقاً.

6.2 وصف خطوات تحميل الموقع :

قمنا بتثبيت المنصة الرئيسية على النطاق والمساحة مباشرة بدون امتداد فرعي.

6.3 الخطة الترويجية :

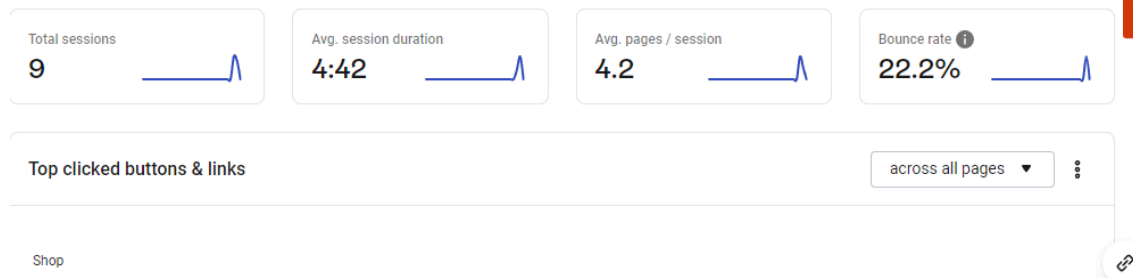
1. تم عمل حسابات للموقع على كل من انستغرام، تيك توك وفيس بوك كونهم أكثر التطبيقات تفضيلاً للفئة المستهدفة (التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي).
2. تم عمل إعلان مُصور للترويج لفكرة الموقع، ونشره على مواقع التواصل الاجتماعي.
3. تم مشاركة فكرة المشروع مع مجموعة من الرسامين، وبالتالي ترويج الفكرة لهم.

6.4 تقييم أداء الموقع :

تم استخدام منصة Hotjar لتقييم أداء الموقع، وهي عبارة عن منصة تحليلية مبتكرة تُستخدم لتتبع وتقييم تفاعل المستخدمين مع المواقع الإلكترونية. حيث تُقدم هذه المنصة مجموعة شاملة من الأدوات التي تساعد على فهم سلوك الزوار وتحليل تجربة المستخدم بدقة، ومن خلال الاستفادة من البيانات التي توفرها Hotjar، يمكن للمطورين وأصحاب المواقع تحسين أداء مواقعهم وزيادة تفاعل المستخدمين.

حيث تم إظهار نتائج كل من:

1. Bounce Rate، Total Sessions، Avg Session Duration، Avg Pages Session



2. Top clicked buttons & links across all pages



Top Pages .3

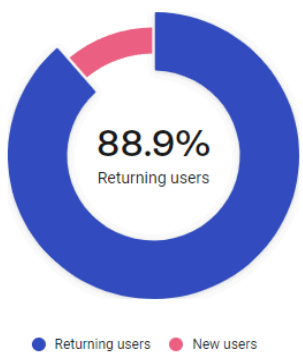
Top pages

All pages ▾ ⋮

artar.ps/ar/		5 sessions			
artar.ps/		5 sessions			
artar.ps/product/		3 sessions			
artar.ps/blog/		3 sessions			
artar.ps/contact-us/		2 sessions			

New vs Returning .4

New vs Returning



Browsers.5

Technology

Browsers ▾ ⋮

Safari		7 sessions		
Chrome		2 sessions		

Recordings of user interactions .6

<input type="checkbox"/>	Highlights	Relevance	Frustration	Engagement	Date	User	Country	Action #
<input type="checkbox"/> ▶ Play	-	Moderate	0	2	31 May, 17:20	5d9ce697	Palestine	47
<input type="checkbox"/> ▶ Play	-	Low	0	1	30 May, 00:33	ea499ff4	Palestine	30
<input type="checkbox"/> ▶ Play	-	Low	0	1	31 May, 11:43	a6dcc4e3	Palestine	4
<input type="checkbox"/> ▶ Play	-	Low	0	1	30 May, 22:35	a6dcc4e3	Palestine	6
<input type="checkbox"/> ▶ Play	-	Very low	0	0	31 May, 20:09	8e11373b	Palestine	1
<input type="checkbox"/> ▶ Play	-	Very low	0	0	31 May, 15:51	ea499ff4	Palestine	12

Action #	Pages #	Duration				Referrer URL	Landing page
47	7	4:15				artar.ps/ar/	/product/wall-painting-11/
30	4	1:14				artar.ps/policy/	/ar/
4	1	21:55				artar.ps/shop/	/
6	2	4:44				Unknown	/shop/
1	1	0:56				artar.ps/blog/	/blog/
12	2	0:38				Unknown	/ar/

6.5 مراحل رحلة المشتري :

- **البحث والتصفح:** يقوم المشتري بزيارة موقعنا أو تطبيقنا واستعراض مجموعة اللوحات والمجسمات المتاحة.
- **اختيار اللوحة:** بعد تصفح الموقع، يقوم بتحديد العمل الفني الذي يرغب في شرائه بعد تجربة خاصية الواقع المعزز أو الافتراضي.
- **إضافة إلى السلة:** يقوم بإضافة العمل الفني إلى عربة التسوق عبر النقر على زر "إضافة إلى السلة".
- **المعلومات الشخصية والدفع:** بعد اختيار العمل الفني، يقوم المشتري بملء معلومات الشحن ووسيلة الدفع المفضلة.
- **المعالجة والشحن:** بعد استكمال الطلب وتأكيده، يقوم الموقع أو التطبيق بمعالجة الطلب والعمال الفني للشحن.
- **التوصيل:** تتولى شركة يونايبيد، الشحن وتوصيل العمل الفني إلى عنوان المشتري المحدد خلال الفترة المحددة، ويمكن للمشتري تتبع حالة الشحن عبر الرقم التتبع المقدم من الشركة .

الفصل السابع

المحتوى	الرقم
سياسات الموقع	7.1
الاستنتاجات.	7.2
التوصيات.	7.3
خطط تطويرية للمستقبل.	7.4

7.1 سياسات الموقع :

- **حقوق الموقع:** يتم حماية حقوق الموقع وفقاً للقوانين المعمول بها في فلسطين، وتشمل هذه الحقوق الحق في الملكية الفكرية والحق في العلامة التجارية.
- **حقوق الفنان:** يحترم Artar حقوق الفنانين ويسعى جاهداً لحماية أعمالهم الفنية.
- عند عرض لوحة على الموقع، يجب أن يكون الفنان المالك الشرعي للوحة أو يحمل الإذن الكتابي لبيع اللوحة.
- **حقوق المشتري:** تهدف Artar إلى تقديم تجربة تسوق آمنة وموثوقة للمشتريين.
- يتم ضمان أن المعلومات الشخصية للمشتريين تُعامل بسرية تامة وفقاً لسياسة الخصوصية للموقع.
- **محتوى الموقع:** يُحظر استخدام منصة Artar لعرض أو بيع أي محتوى غير قانوني أو ينتهك حقوق الملكية الفكرية للآخرين، ويتمتع Artar بالحق في إزالة أو تعليق أي محتوى يتعارض مع هذه السياسة.
- **خدمة العملاء:** يوفر Artar خدمة عملاء متميزة لمساعدة المشتريين والبائعين على حل أي مشكلات تنشأ أثناء عملية الشراء أو البيع، يمكن للمشتريين الاتصال بفريق خدمة العملاء من خلال قسم الاتصال على الموقع.
- (تمثل سياسة الموقع لـ Artar التزاماً بتوفير بيئة آمنة وموثوقة لبيع وشراء اللوحات الفنية، وحماية حقوق الفنانين والمشتريين، والحفاظ على جودة المحتوى المقدم على المنصة.)

سياسة الخصوصية لمنصة Artar

- **جمع المعلومات:** نحن في Artar نقوم بجمع معلومات محددة عن المستخدمين بشكل تلقائي أثناء استخدامهم للمنصة، بما في ذلك عناوين البريد الإلكتروني والمعلومات الخاصة بالمعاملات.
 - **استخدام المعلومات:** تُستخدم المعلومات التي نجعلها في Artar لتحسين تجربة المستخدم، وتوفير خدماتنا، وتخصيص المحتوى والإعلانات بناءً على اهتمامات المستخدمين.
 - **مشاركة المعلومات:** لا نشارك أو نبيع المعلومات الشخصية للمستخدمين مع أطراف ثالثة دون إذن صريح منهم، إلا في الحالات التي تقتضيها القوانين أو تلبية الطلبات القانونية.
 - **حماية المعلومات:** نحن نتخذ إجراءات أمنية معقولة لحماية المعلومات الشخصية من الفقدان أو السرقة أو الوصول غير المصرح به.
 - **ملفات تعريف الارتباط (الكوكيز):** تستخدم Artar ملفات تعريف الارتباط لتحسين تجربة المستخدم وتخصيص المحتوى، يمكن للمستخدمين تعطيل ملفات تعريف الارتباط في إعدادات متصفحهم إذا كانوا يفضلون ذلك.
 - **الاتصال بنا:** يمكن للمستخدمين الاتصال بنا عبر البريد الإلكتروني لطرح أي أسئلة أو استفسارات حول سياسة الخصوصية أو ممارساتنا.
- (سياسة الخصوصية في Artar تهدف إلى حماية معلومات المستخدمين وضمان الثقة والشفافية في التعامل معها.
نحن ملتزمون بالتزاماتنا تجاه حماية خصوصية مستخدمينا والمحافظة على ثقتهم.)

سياسة الإرجاع لـ Artar

- **الإرجاع والاسترداد:** نحن في Artar نسعى جاهدين لضمان رضا عملائنا عن كل عملية شراء.
- إذا كنت غير راضٍ عن اللوحة التي اشتريتها من منصتنا، يمكنك إرجاعها واسترداد المبلغ المدفوع خلال فترة زمنية معينة لا تتجاوز عن ثلاثة أيام.

شروط الإرجاع:

- يجب أن يتم إرجاع اللوحة في حالتها الأصلية دون أي تلف أو تغيير في الحالة.
 - يجب إرسال طلب الإرجاع خلال فترة زمنية محددة من تاريخ استلام اللوحة، كما هو محدد في سياسة الإرجاع.
 - يمكن أن تتحمل الرسوم اللوجستية للإرجاع على المشتري، ما لم يكن الإرجاع ناتجاً عن خطأ من جانبنا.
 - **عملية الاسترداد:** بمجرد استلام اللوحة المُرجَّعة والتأكد من حالتها، سيتم معالجة عملية الاسترداد في غضون فترة زمنية معينة.
 - سيتم استرداد المبلغ المدفوع بنفس طريقة الدفع التي تم استخدامها في الشراء الأصلي خلال 10 إلى 15 يوم عمل.
 - **استثناءات:** قد تنطبق استثناءات على سياسة الإرجاع للعناصر الخاصة أو المخصصة، وسيتم الإعلان عنها بوضوح قبل عملية الشراء.
 - **الاتصال بنا:** يرجى التواصل معنا إذا كان لديك أي استفسارات حول عملية الإرجاع، وسنكون سعداء بمساعدتك.
- (تهدف سياسة الإرجاع في Artar إلى توفير راحة البال لعملائنا وضمان تجربة شراء سلسة وموثوقة. نحن هنا لضمان رضاك التام عن كل عملية شراء.)

الاستثناءات

- **اللوحات المخصصة:** اللوحات المخصصة أو المصنوعة حسب الطلب قد لا تكون قابلة للإرجاع، إلا في حال وجود عيوب مادية أو عيوب في الصنع.
- **اللوحات الفنية النادرة:** بعض اللوحات الفنية النادرة قد تكون استثناءات من سياسة الإرجاع بناءً على طبيعتها الفريدة والقيمة العالية.
- **العروض والتخفيضات الخاصة:** قد تكون بعض العروض الخاصة أو اللوحات المخفضة في السعر غير قابلة للإرجاع، وسيتم تحديد ذلك بوضوح عند عملية الشراء.

7.2 الاستنتاجات :

- يعد الموقع فرصة جيدة للتسويق، حيث يمكن للفنانين الفلسطينيين استخدامه للترويج لأعمالهم الفنية وجذب المزيد من العملاء.
- يوفر موقعنا تجربة تسوق مميزة من خلال دمج التكنولوجيا الحديثة مثل الواقع المعزز.
- يوفر الموقع فرصة للفنانين الفلسطينيين للوصول إلى سوق عالمي واسع وزيادة فرص بيع أعمالهم وتحقيق دخل إضافي.
- ساعد الموقع جامعة البوليتكنك لاستخدام الموقع كمنصة لعرض أعمال طلابها الفنية وتعزيز مكانتها كمركز للإبداع والتميز الفني.
- يساهم الموقع في توفير بيئة افتراضية ملهمة ومحفزة للطلاب لتطوير مهاراتهم الفنية والابتكارية لعرض أعمالهم الفنية على الموقع .
- يساعد الموقع الفنانين الفلسطينيين الاستفادة من الواقع المعزز لعرض لوحاتهم بشكل أكثر تفاعلية وجاذبية، مما يسهل على المستخدمين استكشاف وتفاعل مع الأعمال.
- تعزز المجسمات واللوحات المعروضة على الموقع التعبير الفني والإبداعي.
- يساهم استخدام الواقع المعزز في تحسين تجربة المستخدم وزيادة مستوى التفاعل مع الموقع.
- يتيح الموقع للزوار استكشاف مجموعة واسعة من الأعمال الفنية واختيار ما يناسب ذوقهم.

7.3 التوصيات :

خرج فريق ArtAr بعد الانتهاء من المشروع بالتوصيات التالية :

- **تعزيز الوصول الرقمي:** نوصي الفنانين الفلسطينيين والمعارض الفنية الفلسطينية بتعزيز الحضور الرقمي للفن الفلسطيني من خلال منصات عبر الإنترنت مثل ArtAr، وتوفير وسائل لتسويق أعمال الفنانين بشكل فعال عبر الإنترنت.
- **التعاون مع الجهات الدولية:** تعزيز التعاون والشراكات مع جهات دولية في مجال الفن لتبادل المعرفة والخبرات والموارد، وتوسيع نطاق الترويج للفن الفلسطيني على الصعيدين المحلي والعالمي.
- **التواجد في المعارض الدولية:** نوصي الفنانين والمعارض الفنية الفلسطينية بالمشاركة في المعارض الفنية الدولية لعرض وتسويق أعمال الفنانين الفلسطينيين وجذب انتباه المستثمرين والمشتريين الدوليين.
- **تطوير البنية التحتية الثقافية:** نوصي بتوفير المزيد من المساحات الفنية والمعارض وورش العمل في المجتمعات المحلية، وتعزيز الوصول إلى الموارد الفنية والثقافية لتشجيع الإبداع والابتكار.
- **شبكة الاتصالات الفنية:** نوصي بإنشاء شبكة قوية من الفنانين والجمعيات الفنية والمؤسسات الثقافية المحلية والدولية، وذلك لتبادل الخبرات والموارد والفرص وتعزيز التعاون.
- **التعليم الفني في المدارس:** نوصي بدمج التعليم الفني كجزء من المناهج التعليمية في المدارس لتشجيع الطلاب على التعبير الفني وتطوير مواهبهم الإبداعية منذ الصغر.
- **تنظيم الفعاليات الفنية:** نوصي بتنظيم فعاليات فنية متنوعة مثل العروض الفنية الحية، وورش العمل الإبداعية، والمحاضرات الفنية، وذلك لزيادة الوعي بالفن وجذب جمهور جديد.
- **تقديم أعمال فنية عالية الجودة:** نوصي الفنانين الفلسطينيين بتقديم أعمال فنية ذات جودة عالية وأصالة فنية لضمان جاذبية القطع وجذب المشتريين.
- **تطوير العلاقات:** نوصي الفنانين ببناء علاقات مع مجتمع الفن والثقافة المحلي والدولي، بما في ذلك التواصل مع الفنانين والجمعيات الفنية والمعارض الفنية.

7.4 خطط تطويرية للمستقبل :

- **توسيع قاعدة الفنانين:** سنسعى لجذب مزيد من الفنانين الموهوبين من كافة بقاع فلسطين لعرض أعمالهم على المنصة، وذلك لتوفير تنوع أكبر في المحتوى الفني المقدم للمشتريين.
- **تحسين واجهة المستخدم:** سنقوم بتحسين تجربة المستخدم على الموقع من خلال تحسين واجهة المستخدم وتبسيط عملية البحث عن اللوحات والتفاعل معها، مما يزيد من راحة المستخدم ومدى رضاه.
- **تطوير تقنية الواقع المعزز:** سنستمر في تطوير تقنية الواقع المعزز (AR) لتوفير تجربة تفاعلية وواقعية بشكل أكبر للمشتريين يمكنهم من خلالها معاينة اللوحات في بيئة حقيقية قبل الشراء.
- **توسيع الشراكات الدولية:** سنعمل على توسيع الشراكات مع منصات فنية عالمية ومعارض فنية دولية لتوسيع نطاق التسويق للموقع وزيادة عدد العملاء الدوليين.
- **إضافة فئات جديدة:** سنعمل على إضافة فئات جديدة من الفنون إلى الموقع مثل النحت والفنون الحرفية والفنون الرقمية، لتوفير تنوع أكبر للمشتريين وزيادة فرص البيع.
- **تحسين خدمة العملاء:** سنعمل على تعزيز خدمة العملاء من خلال توفير دعم فني متميز ومتجاوب مثل خدمة الرد عن طريق الروبوت الذكي واستخدام بعض مزايا الذكاء الاصطناعي، وذلك لضمان رضا العملاء وحل أي مشكلات تنشأ خلال تجربتهم.
- **تنظيم معارض فنية عبر الإنترنت:** سنعمل على تنظيم معارض فنية افتراضية عبر المنصة بشكل دوري لعرض أعمال الفنانين الفلسطينيين المميزة والنادرة وجذب الاهتمام من الجمهور العالمي.