



جامعة بوليتكنك فلسطين
كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

مشروع تخرج بعنوان :
تطبيق عرض وتوصيل منتجات
Saree3.ps

اعداد :

تيسير أبو عيشة

زيد نوفل

قتيبة سلطان

احمد غيث

اشراف :

د. ديانا حسونة

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

2023-2024

الشكر

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله، الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على رسول الله. نقدم

أسمى آيات الشكر والامتنان لله تعالى، الكريم العطاء، الذي أكرمنا وأعاننا لاستكمال متطلبات درجة

البكالوريوس في تخصص التسويق الإلكتروني. نتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى أولئك الذين حملوا

رسالة العلم، والذين ساهموا في تهيئة الطريق لنا للوصول إلى هذه المحطة المهمة في حياتنا. نشكر

أساتذة الهيئة التدريسية في كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات في جامعة بوليتكنيك فلسطين،

ونخص بالشكر والتقدير مشرفتنا القيمة د. ديانا حسونة، التي قادتنا وألهمتنا بأفكارها، وقدمت لنا

الدعم والمساعدة اللازمة، ووفرت المعلومات الضرورية لإتمام هذا المشروع بأفضل شكل. كما نعبر

عن خالص الشكر للأستاذ العالي رامي الدراويش، الذي كان مثلاً للمعرفة والخبرة التكنولوجية،

والذي لطالما ساهم بمشاركة معلوماته القيمة لضمان نجاح هذا المشروع. في الختام، نشكر كل الذين

ساهموا في إنجاح هذا المشروع المتواضع، ونتمنى للجميع مزيداً من النجاح والتقدم في المستقبل. والله

الموفق.

الاهداء

بكل تواضع واحترام، نقدم هذا العمل البسيط كتعبير عن امتناننا وشكرنا لكل من ألقى بظلال نوره على دروب حياتنا، وأولئك الذين زرعوا بذور الأمل في أرواحنا، وشجعونا على الاعتقاد أن المستقبل سيكون أجمل وأنا سنحقق تطلعاتنا. نهدي هذا العمل إلى أصحاب الجود الذين ساهموا في نجاحنا بفضل الله، وإلى والدينا الكرام الذين قدموا التضحيات الكبيرة من أجل راحتنا وسعادتنا، والذين لطالما كانوا يحمونا بدعائهم ويسهرون على توفير كل ما نحتاجه. نشكر سادة وسيدات التعليم الذين نقلوا لنا علمهم وأثروا فينا بحروفهم النيرة. نسأل الله أن يجعل علمنا نافعا لنا وللآخرين، وأن يبارك لنا في رحلتنا التعليمية ويوفقنا للمزيد من التقدم والتفوق. بكل فخر وامتنان، نرجو من الله أن يجعل هذا الجهد البسيط خطوة نحو المزيد من النجاح والرفاهية.

المخلص

مشروع "سريع" هو نظام متكامل للتسوق والتوصيل يهدف إلى تحسين تجربة التسوق الإلكتروني من خلال توفير منصة تعرض منتجات الشركات المختلفة وتقديم خدمة توصيل سريعة وموثوقة. يتضمن المشروع تطبيقين وموقع ويب.

تطبيق "سريع" هو تطبيق تسوق إلكتروني يعرض منتجات متنوعة من شركات مختلفة، ويتميز بسهولة الاستخدام، ولدينا خدمة توصيل سريعة خلال ساعة إلى ساعتين، ومتابعة الشحنات ومعرفة موقع البضائع والسائقين في الوقت الحقيقي.

تطبيق "سريع بارتنر" مخصص لموصلي الطرود والشركات، حيث يتيح تلقي إشعارات فورية بالطلبات الجديدة، وتسهيل عملية توصيل الطلبات بكفاءة، وتتبع مواقع السائقين لتحسين إدارة الأسطول. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن المشروع موقع ويب يسمى "saree3.ps"، الذي يتضمن صفحة تسوق لعرض منتجات الشركات وصفحة لتسجيل الدخول للسائقين والشركات.

أيضا يحتوي على عدة وسائل مختلفة في التوصيل وهي الدراجات الهوائية، كهربائية، نارية ومركبات.

النتائج و الاستنتاجات الرئيسية التي تم التوصل إليها هي أن التطبيق فرصة جيدة للتوصيل بشكل أسرع وأنه مفيداً للشركات والمتاجر في تحليل سلوك المستخدمين وتحديد أنماط والاتجاهات في الطلب ويمكن للتطبيق أن يكون جزءاً من استراتيجية التسويق الشاملة للشركات والمتاجر.

يهدف المشروع إلى تقديم حل شامل لتحديات التسوق الإلكتروني وتوصيل الطلبات، مع تعزيز راحة ورضا العملاء من خلال خدمة موثوقة وسريعة وميزات شفافة توفر تحكماً كاملاً للمستخدمين.

Abstract

The "saree3" project is a comprehensive system for shopping and delivery that aims to enhance the online shopping experience by providing a platform that displays products from various companies and offering fast and reliable delivery service. The project includes two applications and a website.

The "saree3" application is an electronic shopping app that showcases a variety of products from different companies. It is known for its user-friendly interface and offers fast delivery within one to two hours. It also enables users to track shipments and know the real-time location of goods and drivers.

The "saree3 Partner" application is dedicated to parcel delivery drivers and companies. It allows them to receive instant notifications of new orders, facilitate efficient delivery processes, and track the locations of drivers to enhance fleet management. Additionally, the project includes a website called "saree.ps," which features a shopping page to display company products and a login page for drivers and companies.

It also contains several different means of delivery, including bicycles, electric bicycles, motorcycles, and vehicles.

The main results and conclusions reached are that the application is a good opportunity for faster delivery and that it is useful for companies and stores in analyzing user behavior and identifying patterns and trends in demand. The application can be part of the comprehensive marketing strategy for companies and stores.

The goal of the project is to provide a comprehensive solution to the challenges of online shopping and delivery, while enhancing customer comfort and satisfaction through reliable, fast service and transparent features that provide full control to users.

3.5

المحتويات

الرقم	المحتوى	رقم الصفحة
	الفصل الأول	
1.1	مقدمة	15
1.2	لماذا هذا التطبيق	15
1.3	مقومات نجاح التطبيق	16
1.4	أهمية التطبيق	17
1.5	هيكلية التقرير	18
	الفصل الثاني	
2.1	Canvas model	20
2.2	الدراسة السوقية	21
2.3	تحليل المنافسين	62

73	الفئة المستهدفة	2.4
73	persona	2.5
74	التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة	2.6
76	خطة فحص التطبيق	2.7
77	اعتماد تصنيف التطبيق	2.8
78	Social media strategy	2.9
79	Content-led Gen	2.10
الفصل الثالث		
80	مقدمة	3.1

80	خطة حجز واستضافة الموقع	3.2
80	الخطوات المتبعة في التحضير وحجز الموقع الإلكتروني	3.3
83	نوع الموقع	3.4
83	مبررات استخدام المساحة	3.5
84	اسم النطاق ومبررات استخدامه	3.6
84	الهوية البصرية	3.7
84	ألوان الموقع	3.8

	الفصل الرابع	
86	أفراد العمل ودور كل منهم	4.1
86	أعمال الفريق الجماعية	4.2
87	خطة التكلفة والسعر	4.3
87	معلومات التواصل بأعضاء الفريق	4.4
88	معلومات الاتصال والتواصل للتطبيق والمنصة	4.5
88	مسؤولية الفريق	4.6
89	Web Metrics	4.7
	الفصل الخامس	
89	خريطة الموقع	5.1
89	خطة بناء المحتوى	5.2
97	الكلمات المفتاحية	5.3
103	تصميم موقع متلائم مع SEO	5.4
106	تصميم واجهات الموقع	5.5
	الفصل السادس	
106	الإعدادات المطلوبة لتشغيل التطبيق	6.1
107	خطوات تحميل التطبيق	6.2

107	الخطة الترويجية للموقع	6.3
108	تقييم أداء التطبيق	6.4
الفصل السابع		
109	الاستنتاجات	7.1
109	التوصيات	7.2
110	خطط تطويرية للمستقبل	7.3

قائمة الجداول

رقم الصفحة	إسم الجدول	رقم الجدول
24	نتائج حول متغير الأعمار	1
26	نتائج حول إسم التطبيق	2
27	نتائج حول نوع المنتجات التي تم طلبها	3
51	نتائج حول العقبات التي تواجه السائقين أثناء التوصيل	4
51	نتائج حول أجره توصيل الطرود داخل مدينة الخليل	5
52	نتائج حول تعليقات واستفسارات أفراد العينة	6
52	نتائج حول طبيعة العمل التي تقوم به فئات العينة الدراسية	7

53	نتائج حول مكان تواجد فئات العينة الدراسية في الخليل	8
55	نتائج حول شركات التوصيل التي تتعامل معها فئات العينة الدراسية في الخليل	9
59	نتائج حول المبلغ الممكن دفعه مقابل طريقة الإشتراك	10
61	نتائج حول متطلبات خاصة إضافية ترغب بها فئات العينة الدراسية	11
86	النقاط الهامة في فترة عمر المشروع	12
87	خطة التكلفة والسعر والتكلفة المستقبلية مفصلا	13
87	معلومات التواصل بأعضاء الفريق	14

قائمة الصور

رقم الصفحة	إسم الصورة	رقم الصورة
23	نتائج حول متغير الجنس	1
24	نتائج حول عدد مستخدمي خدمة 3G	2
25	نتائج حول استخدام والعلم أفراد عينة الدراسة لتطبيق يقوم بعرض وتوصيل المنتجات	3

27	نتائج حول الوسائل المستخدمة في توصيل الطرود	4
28	نتائج حول المشاكل التي تم التعرض لها أثناء البحث عن شركات توصيل	5
29	نتائج حول أنواع الطرود المرغوب نقلها من خلال خدمات التوصيل	6
29	نتائج حول أسباب استخدام خدمات توصيل المنتجات	7
30	نتائج حول المصادر المستخدمة للعثور على خدمات توصيل منتجات	8
31	نتائج حول أكثر المنصات الاجتماعية استخداما	9
31	نتائج حول الميزات الأكثر أهمية في توصيل الطرود	10
32	نتائج حول خيارات التسليم والتوصيل المفضلة	11
33	نتائج حول المعلومات التي يفضل تواجدها مع المنتجات داخل التطبيق	12
33	نتائج حول آليات الدفع المتوفرة عند أفراد عينة الدراسة	13
34	نتائج حول الرغبة في الشراء إلكترونيا والحصول على خدمة توصيل سريع	14
35	نتائج حول تجربة تطبيق يقدم خدمة توصيل من خلال الدراجات	15
35	نتائج حول تقييم أفراد عينة الدراسة بناء على أهمية الفكرة	16
36	نتائج حول فكرة التطبيق و الرغبة في الاشتراك به	17
37	نتائج حول المصادر التي يتم البحث من خلالها حول خدمات توصيل الطرود	18
38	نتائج حول المشاكل التي يتم التعرض لها عند البحث عن شركات توصيل	19
39	نتائج حول أنواع الطرود المرغوب نقلها من خلال خدمات توصيل الطرود	20

40	نتائج حول أسباب استخدام خدمات توصيل الطرود	21
41	نتائج حول الميزات الأكثر أهمية في خدمة توصيل الطرود	22
41	نتائج حول خيارات التسليم	23
42	نتائج حول المعلومات المفضل تواجدها داخل التطبيق	24
43	نتائج حول أكثر المنصات الاجتماعية استخداما	25
43	نتائج حول آليات الدفع عند أفراد عينة الدراسة	26
44	نتائج حول الرغبة في الشراء إلكترونيا والحصول على خدمة توصيل سريع	27
44	نتائج حول تجربة تطبيق يقدم خدمة توصيل من خلال الدراجات	28
45	نتائج حول تقييم أفراد عينة الدراسة بناءا على أهمية الفكرة	29
46	نتائج حول فكرة التطبيق و الرغبة في الاشتراك به	30
47	نتائج حول تجربة سابقة للسائقين	31
47	نتائج حول العمل في التطبيق مختص في توصيل الطرود	32
48	نتائج حول وسائل النقل	33
49	نتائج حول قبول الالتزام بمعايير محددة	34
49	نتائج حول إمكانية قبول جميع الطلبات	35
54	نتائج حول اعتماد الشركة على التوصيل	36
55	نتائج حول تقييم جودة خدمات التوصيل	37

56	نتائج حول تقييم جودة خدمات التوصيل	38
57	نتائج حول الوسائل الأفضل لتوصيل الطرود	39
57	نتائج حول فكرة التطبيق و الرغبة في الاشتراك به	40
58	نتائج حول الطريقة المفضلة للاشتراك بالتطبيق	41
60	نتائج حول متابعة التطبيق من قبل موظف الشركة	42
80	إختيار إسم التطبيق	43
80	عملية الدفع والحجز	44
81	ID نتائج حول نسخ عنوان	45
82	نتائج حول حجز الدومين	46
83	نتائج حول شعار الموقع	47
84	نتائج حول ألوان الموقع	48
88	خريطة الموقع	49
89	معلومات حول التطبيق	50
90	معلومات حول التطبيق(2)	51
91	ميزات-فيس بوك	52
92	ميزات-انستغرام	53
93	كيفية الاشتراك كشركة-فيس بوك	54

الفصل الأول

1.1 مقدمة ونبذة عن الموقع

نعيش في عصر يشهد تحولاً جذرياً في طرق توصيل البضائع والسلع، حيث تندمج التكنولوجيا والسرعة لتلبية احتياجات ورغبات الزبائن بشكل لم يحدث من قبل. مع تزايد انتشار الهواتف الذكية والوصول السهل إلى التطبيقات عبر الإنترنت، أصبحت خدمة توصيل البضائع والسلع بشكل سريع وفعال أمراً لا غنى عنه.

لكن يواجه قطاع التوصيل والمستهلكين بعض التحديات في البحث عن أفضل خدمة توصيل تلبي احتياجاتهم وتقديم البضائع بأفضل الطرق، ومراعاة معايير السلامة للسلع والبضائع المتنوعة وتقييم خدمات الشركات العاملة في هذا القطاع.

من هنا تأتي فكرة تطبيق توصيل، الذي يهدف إلى تسهيل عملية البحث عن خدمات توصيل موثوقة وسريعة. يقدم التطبيق فرصة للمستهلكين للعثور على خيارات توصيل متعددة ومناسبة لاحتياجاتهم. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للشركات وأصحاب الأعمال استخدام التطبيق لتقديم خدماتهم بكفاءة والوصول إلى جمهور أوسع.

يقوم التطبيق على أساس تقنيات توصيل الطرود الحديثة والمبتكرة، يمكن للزبائن اليوم الاستفادة من خدمات التوصيل السريع عبر دراجات هوائية أو نارية أو المركبات.

لمراعاة أهمية السلامة للزبائن والمستلمين على حد سواء، سنقوم بإنشاء تطبيق توصيل يضمن احترام أعلى معايير السلامة على السلع والمنتجات. نسعى جاهدين لتقديم تجربة توصيل آمنة وموثوقة.

مع فكرة هذا التطبيق، يمكن للمستهلكين تتبع حركات السلعة بسهولة ومعرفة مكانها والوقت الدقيق لحين وصولها، حيث نسعى أيضاً لتزويدكم بمكان السلعة واسم السائق، حيث نضع الكفاءة والسرعة في الاعتبار.

1.2 لماذا هذا التطبيق ؟

تم اختيار فكرة هذا التطبيق نظرًا للحاجة الملحة لخدمات توصيل الطرود والسلع بسرعة وسهولة. حيث يتيح التطبيق للأفراد الحصول على البضائع التي يحتاجونها بسهولة وسرعة

الأسباب والمزايا:

حاجة الناس: تلبى هذه الفكرة احتياجات الكثير من الأفراد والشركات في الخليل. فهي تجعل من السهل على الناس الوصول إلى المنتجات والسلع التي يحتاجونها.

الجودة وتوفير الوقت: يتيح التطبيق الوصول إلى منتجات متنوعة و مميزة، مما يساعد في توفير الوقت والجهد في البحث عن منتجات ويوفر الوقت عن طريق ميزة التوصيل السريع أو عن طريق تسليم في يوم محدد.

توصيل متعدد الوسائل: سنقدم فكرة جديدة ومبتكرة في السوق المحلي، حيث توفر خيارات توصيل متعددة تشمل الدراجات الهوائية والنارية والمركبات. يمكن الذي يريد العمل في التوصيل (الموصل) اختيار الوسيلة التي تناسبه.

متابعة الشحنات: سيكون هناك قدرة وميزة لدى الأفراد في متابعة تحركات ووقت وصول السلع بسهولة عبر التطبيق، مما يوفر له الراحة والأمان.

سنعمل على جعل التطبيق يقدم ويلبي احتياجات الأفراد ويجعل تجربة التوصيل أسهل وأكثر متعة.

1.3 مقومات نجاح التطبيق ؟

منصة فريدة في السوق المحلي: بسبب عدم امتلاك معظم الشركات في فلسطين لمواقع إلكترونية، سيصبح هذا التطبيق الخيار الأمثل لعرض منتجاتهم وخدماتهم على الإنترنت والوصول إلى جمهور أوسع.

العضوية المجانية و الاشتراك المدفوع: نحن نقدم نموذج عضوية يتيح للزبائن C2B استخدام التطبيق مجانًا بشكل دائم وعضوية مجانية مؤقتة للشركات B2B قبل الاشتراك المدفوع ومدة الاشتراك المجاني للشركات شهر في البداية.

توصيل سريع وفعال: تطبيق سريع يقدم توصيل عادي مع تحديد اليوم المناسب وتوصيل سريعاً وفعالاً (خلال 1-2 ساعات) لتلبية احتياجات الزبائن, إذا تم تقديم السلع بسرعة وبدقة, سيكون هذا عاملاً رئيسياً في نجاح التطبيق.

وسائل توصيل متعددة: وجود الدراجات الهوائية والكهربائية النارية والمركبات العادية في خدمة التوصيل تمكن من وصول الطرد في سرعة وفي امان اكثر وذلك عن طريق اختيار المشرف للوسيلة التوصيل المناسبة للطرد وللمكان ايضا .

مراقبة ومتابعة الشحنات: وجود نظام لمراقبة ومتابعة الشحنات بدقة, هذا سيسمح للأفراد بمعرفة موقع ووقت وصول الطرد بسهولة.

سهولة الاستخدام: تم بناء التطبيق بطريقة سهلة الإستخدام وتوفر تجربة ممتعة و واجهة مستخدم مبسطة ومفهومة لجعل الموقع جذاباً.

الأمان والسلامة: تم إنشاء تطبيق يتمتع بمعايير عالية من الأمان والسلامة للشحنات والمعلومات الشخصية للزبائن.

تقديم الدعم الفني : توفير دعم فني للعملاء للرد على الاستفسارات والمساعدة في حال وجود مشاكل.

التعاون مع الشركات المحلية: التعاون مع الشركات والمحلات في الخليل عاملاً مهماً في توفير المزيد من المنتجات مما يساعد في سد حاجات الأفراد .

1.4 أهمية التطبيق ؟

أولاً: للمستخدمين:

يقوم التطبيق بتقديم تجربة توصيل طرود سريعة(من ساعة إلى ساعتين) وتوصيل طرود عادي خلال اليوم الذي يختاره الفرد وذلك بواسطة دراجات هوائية وكهربائية ودراجات نارية ومركبات.

ويتيح المتابعة الدقيقة لحركات الطرد والتوصيل في الوقت الحقيقي لضمان الشفافية و الرضا التام للعملاء.

وجود تشكيلة واسعة من المنتجات في التطبيق مما يسهل على الأفراد إيجاد جميع احتياجاتهم .

ثانياً: للشركات:

تعزيز العلامة التجارية: من خلال الظهور على منصة مثل "سريع" لا يوجد مثلها في الخليل, يمكن للشركات تعزيز سمعتها وزيادة الوعي بعلامتها التجارية وذلك عندما يصل التطبيق إلى مرحلة الوعي الكامل.

توسيع نطاق الوصول: يتيح "سريع" للشركات عرض منتجاتها على منصة إلكترونية حديثة، مما يزيد من نطاق وصولها إلى عملاء جدد في مناطق مختلفة داخل الخليل.

تحسين الكفاءة اللوجستية: بفضل خدمة التوصيل السريع وإدارة الطلبات بكفاءة، يمكن للشركات تحسين عملياتها اللوجستية وتقليل تكاليف التوصيل.

تحليل البيانات: يوفر "سريع" للشركات بيانات قيمة حول تفضيلات العملاء وسلوكيات الشراء، مما يمكنها من تحسين منتجاتها وخدماتها بشكل مستمر.

من خلال تلبية هذه الاحتياجات والميزات، يصبح التطبيق محوراً في عمليات توصيل الطرود السريعة في السوق المحلي، مما يزيد من جاذبيته للمستخدمين والشركات.

1.5 هيكل التقرير

بدأ هذا التقرير بالتطرق إلى عدة محاور أساسية تستعرض تطبيق التوصيل السريع. في هذا الفصل الأول، تم التعامل مع مواضيع متنوعة تشمل:

نبذة عن التطبيق:

تقديم ملخص عام للتطبيق وما يقدمه.

التركيز على طبيعة الخدمة وكيفية استخدامها.

سبب اختيار هذا التطبيق:

تسليط الضوء على الحاجة التي يسعى التطبيق لتلبيتها.

توضيح كيفية تسهيل الوصول إلى الطرود بسرعة وكفاءة.

مقومات نجاح التطبيق:

تحليل العوامل والميزات التي تسهم في نجاح التطبيق.

كيفية تقديم توصيل سريع وفعال باستخدام وسائل متنوعة.

أهمية التطبيق:

توضيح لماذا يعتبر التطبيق أهمية بالنسبة للجمهور المستهدف.
الفوائد التي يقدمها التطبيق للمستخدمين والشركات.

هذا الفصل يشكل استعراضًا أوليًا للتطبيق ويقدم رؤية شاملة حول الفكرة والغاية والفوائد المتوقعة. سنتناول الأقسام اللاحقة تفاصيل إضافية حول تطبيق سريع وتحليل السوق واستراتيجية النمو.

الفصل الثاني

Canvas Model 2.1

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
<p>الشركات والمحلات التجارية</p> <p>شركات التطوير والصيانة والدعم للموقع والتطبيق</p> <p>سائقي الدراجات الهوائية والكهربائية والنارية والمركبات</p> <p>مزودي الخدمات المالية والدفع الإلكتروني</p>	<p>عمل تطبيق لاجهزة الهاتف المحمول</p> <p>الترويج للموقع والتطبيق</p> <p>إدارة الموقع والتطبيق</p>	<p>B2C</p> <p>التنوع الكبير في المنتجات</p> <p>توصيل سريع</p> <p>الجودة والسلامة</p> <p>تتبع السلع</p> <p>B2B</p> <p>تمكين الشركات من الوجود على المنصة وعرض منتجاتهم للعملاء النهائيين</p> <p>الانتقال بشكل فيزيائي والإلكتروني</p> <p>تقديم خدمة دعم إعلاني للشركات وتعزيز منتجاتهم وعروضهم على التطبيق</p>	<p>B2C</p> <p>توصيل مجاني اول مرة</p> <p>توصيل سريع</p> <p>دعم فني والتواصل المستمر</p> <p>خصومات لمن يستخدم التطبيق باستمرار</p> <p>تقييم خدمات الموقع</p> <p>B2B</p> <p>اشترك مجاني لمدة شهر</p> <p>تغذية راجعة حول منتجاتهم وكمية الطلب</p>	<p>B2C</p> <p>Demographic الأشخاص من عمر 14 فما فوق</p> <p>Geographic الخليج في الفترة الحالية</p> <p>Psychographic يستهدف الموقع الناس الذين يريدون توفير وقت وجهد والذين يريدون طردهم بسرعة عن طريق التطبيق</p> <p>B2B</p> <p>الشركات</p> <p>المحلات التجارية</p>

<p>Key Resources</p> <p>Domain + Host</p> <p>WordPress</p> <p>الموظفين المتابعة</p> <p>انشاء</p> <p>أنظمة المتابعة وإدارة الطلبات</p> <p>رأس المال</p> <p>وسائل التوصيل</p> <p>معلومات الزبائن والشركات</p>	<p>Channels</p> <p>الموقع الإلكتروني</p> <p>التطبيق</p>
<p>Cost Structure</p> <p>تكاليف حجز دومين + هوست</p> <p>تكاليف بناء موقع والتطبيق</p> <p>تكاليف اعلان ممولة وترويج</p> <p>تكاليف تصميم</p> <p>تكاليف التوصيل</p>	<p>Revenue Stream</p> <p>أخذ نسبة من أجرة التوصيل</p> <p>الاعلانات على الموقع</p> <p>أخذ بنسبة من قيمة البيع وتلك من 5-10 بالمئة وذلك بالتفاوض مع الشركات</p>

2.2 الدراسة السوقية :

2.2.1 مقدمة الدراسة:

التكنولوجيا وتكنولوجيا المعلومات طورت من تفاعلنا مع الإنترنت بشكل كبير. في السابق، كان هناك نظام ويب (1) حيث يتم نشر المعلومات بشكل أحادي الاتجاه. مع تقدم ويب (2)، أصبح التفاعل ممكناً بشكل أكبر، مما يسمح للمستخدمين بالمشاركة وإنشاء المحتوى.

ظهرت المواقع التفاعلية التي تسمح للمستخدمين بخلق ومشاركة المحتوى، سواء للبيع أو للتبادل. هذا التحول لا يقتصر على الإنترنت فحسب، بل يمتد إلى تطبيقات التوصيل السريع. تقدم هذه التطبيقات تجارب

تفاعلية محسّنة، حيث يمكن للمستخدمين ليس فقط استقبال المعلومات بل أيضاً المساهمة في خلق المحتوى والتفاعل بشكل أكبر مع خدمات التوصيل السريع.

2.2.2 مشكلة الدراسة :

الهدف الأساسي من التطبيق هو تلبية إحتياجات الناس وحل مشكلتهم في الخليل ولمعرفة إحتياجاتهم قمنا بطرح الأسئلة التالية:

ما هي المنتجات التي يفضل الزبائن أن تكون متاحة على تطبيق التسوق ؟

أين يقوم الزبائن بالبحث عن المنتجات أونلاين؟

كم من الوقت يستغرق الزبائن في البحث عن المنتجات واستكمال عملية الشراء؟

كم من الوقت يستغرق التوصيل بالعادة عند طلبهم من شركات التوصيل الأخرى ؟

ما هي المشاكل التي تواجه الزبائن أثناء استخدام خدمة التوصيل من الشركات الأخرى؟

ما هي الميزات التي تعتبرها الزبائن هامة عند استخدام تطبيق للطلب؟ مثل:

_ السرعة في التوصيل

_ الأمان والضمان

_ ظهور تحركات الطرد

ما هي المعلومات والوصف التي يحتاجها الزبون مع المنتج أثناء تسوقه للتطبيق ؟

2.2.3 الهدف من الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى فهم مدى رغبة الزبائن (B2C) في استخدام تطبيق يقدم منتجات ويوفر خدمة توصيل طرود، بالإضافة إلى قياس استعداد الشركات وأصحاب المحلات لتسليم منتجاتهم عبر التطبيق.

تحديد مدى توجيه الزبائن لاستخدام تطبيق يقدم منتجات ويوفر خدمة توصيل طرود.

استكشاف عوامل تحفيز استخدام التطبيق للتسوق عبر الإنترنت وتوصيل الطرود.

تحليل تأثير الخدمة المقدمة على تجربة الزبون ورضاه.

تقييم مدى استعداد الشركات وأصحاب المحلات لتسليم منتجاتهم عبر التطبيق.

2.2.4 حدود الدراسة :

1. حدود مكانية :

تم اعتماد الدراسة بناء على أسئلة استبانة إلكترونية موزعة على المحلات والشركات والأشخاص بمدينة الخليل .

2. حدود زمنية :

الدراسة قامت في الوقت الحالي في عام 2023-2024 في الفصل الدراسي الأول .

2.2.5 المنهجية :

● الأدوات

استخدمنا Google form لإنشاء الاستبانة ، وقمنا بنشرها على مجموعات الفيس بوك مثل ملتقى ابو رمان ومجموعات خاصة بمدينة الخليل مثل ask Hebron ، ومجموعات المسنجر ، وعلى الانستغرام وتم نشرها للأقارب والأصدقاء والمعارف في مدينة الخليل .

● أسلوب جمع البيانات

استخدمنا Google form لإنشاء الاستبانة الإلكترونية كما هو موضح أدناه:

● B2C

قمنا بعمل البحث عن طريق نشر ٢ استبانة إلكترونية خاصة لل B2C واحدة تستهدف الزبائن ، والآخرى تستهدف السائقين ، وقمنا بنشر الاستبانة على منصات التواصل الاجتماعي ، وكانت عملية جمع البيانات من خلال دراسة استطلاعية تصف تفضيلات الزبائن والسائقين في موضوع محدد من خلال الإجابة على مجموعة أسئلة .

● B2B

قمنا بعمل استبانة إلكترونية ونشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي للشركات واصحاب المحلات.

وسنعرض الان نتائج الاستبيانات الخاصة ب B2C :

1. استبانة الزبائن : تحتوي على قسمين

القسم الأول معلومات جغرافية وديموغرافية .

القسم الثاني والثالث مبني على إجابته للسؤال قبل الأخير بالقسم الأول وهو (هل سبق وأن مر عليك تطبيق يقوم بتوصيل وعرض المنتجات ؟) . إذا كانت اجابته نعم ينتقل للقسم الثاني ، وإذا كانت الاجابة لا ينتقل إلى القسم الثالث.

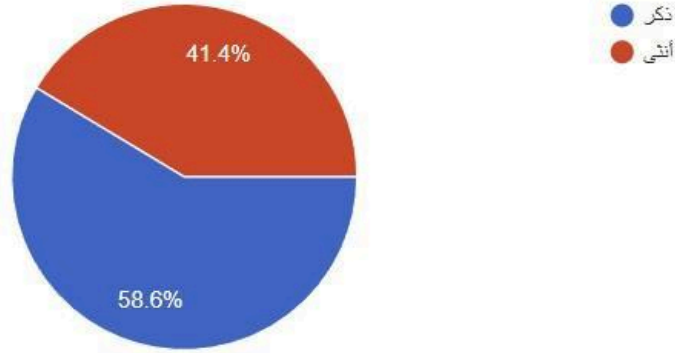
القسم الاول :

متغير الجنس

يتضح من خلال الشكل في صورة (1) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس ، حيث بلغ عدد الذكور 68 وعدد أفراد الإناث 48 وكانت الاغلبية من الذكور كما هو موضح أدناه :

الجنس؟

116 responses



صورة 1 : متغير الجنس

متغير العمر

يتضح من خلال الشكل في جدول (1) متغير العمر لأفراد عينة الدراسة ، حيث كانت أكبر نسبة فئات عمرية هي (21-25) كما هو موضح أدناه:

عدد الفئة	الفئة العمرية
23	18-20
72	21-25
7	26-30
5	31-39
2	40-49
2	50 فما فوق

جدول 1: متغير العمر

متغير مكان السكن

أظهرت نتائج توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان السكن في الخليل التنوع في الأماكن السكنية ، حيث انه منطقة عين سارة أكثر تكرارا من بين النتائج.

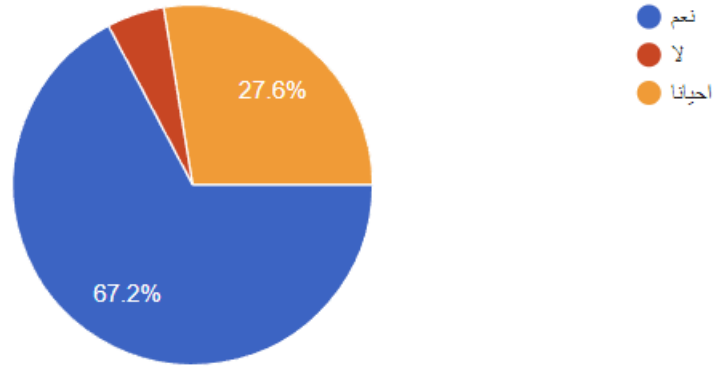
الهدف من الأسئلة الديمغرافية والجغرافية السابقة هي المساعدة في وصف العينة المدروسة بشكل أفضل، مما يتيح لنا فهم ميزات السكان المشاركين وتمثيلهم بشكل دقيق.

هل تستخدم خدمة 3G

الهدف من السؤال هو إحصاء عدد مستخدمي خدمة 3G لأهمية وميزة هذه الخدمة و سهولة تتبع الطرد والتواصل المستمر أينما كان موقع الزبون ويتضح من خلال الشكل في صورة (2) لنتائج أفراد عينة الدراسة حسب استخدامهم للخدمة ، حيث انه معظمهم بنسبة 67.2% منهم يستخدم خدمة الجيل الثالث من الإنترنت وهي نسبة إيجابية كما هو موضح أدناه :

هل تستخدم خدمة 3G

116 responses



صورة 2 : استخدام أفراد العينة لخدمة الجيل الثالث من الإنترنت .

هذه النسبة تبين لنا استمرارية تواجد الزبون بشكل فعال وإمكانية التواصل المتبادل بشكل مستمر في أي زمان ومكان

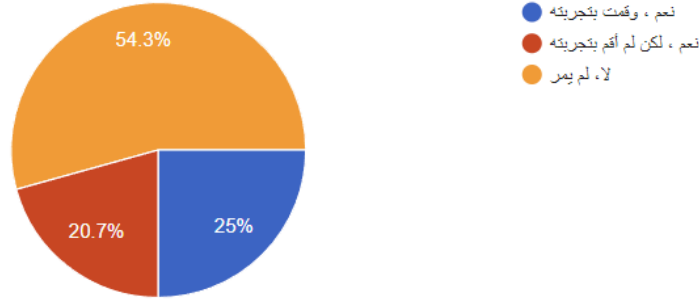
هل سبق وأن مر عليك تطبيق يقوم بتوصيل وعرض المنتجات ؟

سبب طرح هذا السؤال هو معرفة ما إذا كان لدى الزبائن أي خلفية أو تجربة سابقة في إستخدام تطبيق لتوصيل وعرض المنتجات و يتضح من خلال الشكل في صورة (3) نتائج أفراد عينة الدراسة حيث إن كانت نسبة الأفراد الذين لم يمر عليهم تطبيق يقوم بتوصيل وعرض المنتجات هم الاغلبية كما هو موضح ادناه :

هل سبق وأن مر عليك تطبيق يقوم بتوصيل وعرض المنتجات ؟

Copy

116 responses



صورة 3: حول استخدام أو علم أفراد عينة الدراسة لتطبيق لتوصيل وعرض المنتجات

وتكمن فائدة السؤال هنا أن النسبة التي جاوبت بنعم وقامت بتجربته سيتيح لنا بناء سؤال عن ما هي هذه التطبيقات لتعيينها كمنافس في حين كانت الإجابة لا ستكون نقطة إيجابية لنا من ناحية الميزة التنافسية لتطبيقنا في السوق و استمرارنا في الشروع فيه.

ونسنتج أن أكثر من نصف أفراد العينة تقريبا لا تعلم عن تطبيق كهذا.

إذا كانت الأجوبة بنعم بالسؤال السابق , ما اسم التطبيق الذي قمت بالطلب منه؟

أظهرت نتائج الدراسة كما يتضح في جدول (2) أسماء التطبيقات التي قد مرت او تم تجربتها من قبل أفراد العينة الذين أجابوا بنعم على السؤال السابق لهذا السؤال بالاستبانة ، حيث احتل تطبيق (مارت) وتطبيق (شي ان) أعلى نسبة إجابة كما هو موضح بالجدول أدناه :

اسم التطبيق	التكرار
Mart	4

4	Shein
3	وجباتي
2	سابق ولاحق
2	ار امكس
1	talabat
1	توصيل
1	GoBox

. جدول 2 :نتائج أفراد العينة حول اسم التطبيق

الفائدة من هذا السؤال هو تحديد أسماء المنافسين لنا.

. القسم الثاني : الذين قاموا بإجابة نعم على السؤال الخامس

ما هي أنواع المنتجات التي قمت بطلبها من التطبيق؟

أظهرت نتائج الدراسة كما يتضح في جدول (3) أنواع المنتجات التي تم طلبها من التطبيق الذين قاموا بتجربته ، وكانت من أكثر المنتجات التي تم طلبها هي الملابس كما هو موضح بالجدول أدناه :

نوع المنتج	التكرار
الملابس	10
طعام	4
أحذية	3
كفريات جوال	2
مرطبات وعناية بالبشرة	2
اجهزة والكترونيات	3
بروتين	1
متنوعات	4

جدول 3: نتائج أفراد العينة حول نوع المنتجات التي تم طلبها

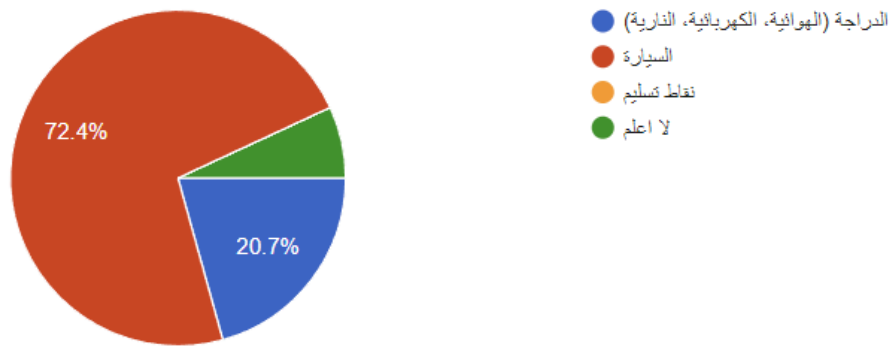
الفائدة من هذا السؤال هو معرفة المنتجات المرغوبة وأكثر طلبا وأيضا لقياس قدرتنا في طرحها في التطبيق و توصيلها

ما هي الوسيلة التي تم استخدامها لتوصيل الطرد لك ؟

الهدف من السؤال هو التعرف على الوسائل التي استخدمها الزبون كما هو موضح الشكل في الصورة (4) ، نتائج أفراد عينة الدراسة حيث أن معظم الاختيارات كانت (السيارة) (بعدد 21 اختيار، بنسبة 72.4%) كما هو موضح أدناه :

ما هي الوسيلة التي تم استخدامها لتوصيل الطرد لك

29 responses



صورة 4 : الوسائل المستخدمة لتوصيل الطرود .

الفائدة هي معرفة وقياس الميزة التنافسية بيننا وبين المنافسين والنتائج السابقة تقودنا إلى التركيز في استخدام الدراجات كوسيلة توصيل مميزة

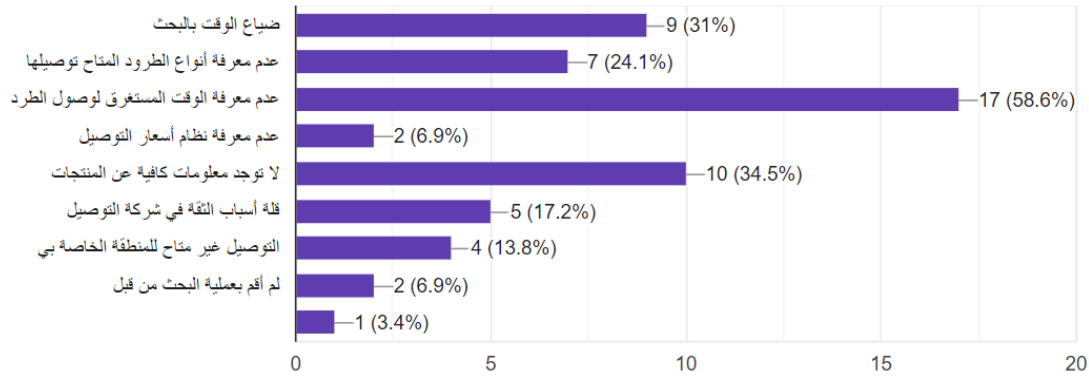
عند بحثك عن الشركات التي تقدم خدمات توصيل المنتجات عبر الإنترنت ، ما هي المشاكل التي تواجهك ؟

الهدف من السؤال هو التعرف على المشاكل التي يواجهها الزبون عند بحثه عن تطبيق يقدم خدمة توصيل وكما أظهرت النتائج لأفراد عينة الدراسة في صورة (5) ، ما هي المشاكل التي تواجههم في البحث عن الشركات التي تقدم خدمات توصيل المنتجات عبر الإنترنت ، وكانت المشكلة الأعلى اختياراً هي (عدم معرفة الوقت المستغرق لوصول الطرد) (بعدد 17 اختياراً، بنسبة 58.6%) كما هو موضح أدناه :

عند بحثك عن الشركات التي تقدم خدمات توصيل المنتجات عبر الإنترنت ، ما هي المشاكل التي تواجهك ؟

Copy

29 responses



صورة 5 : المشاكل التي تتم مواجهتها عند البحث عن شركات تقدم خدمات توصيل منتجات عبر الانترنت .

الفائدة تكمن بعد تعرفنا على هذه المشاكل سيكون لدينا القدرة على تجنب هذه المشاكل عند بناء التطبيق مثل إضافة ميزة الوقت المستغرق لوصول الطرد والتي تعتبر أكبر مشكلة يتعرض لها الزبون كما ذكر في الصورة السابقة.

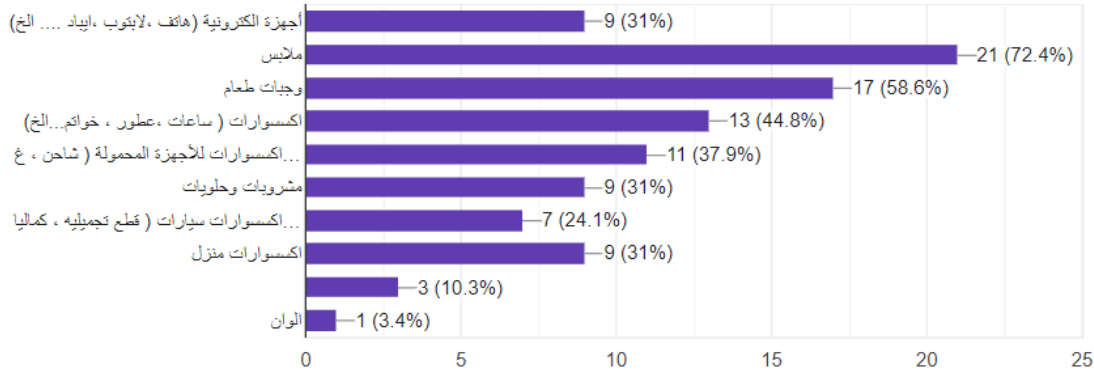
ما هي أنواع الطرود التي تفضل أو ترغب في طلبها ونقلها من خلال خدمة توصيل الطرود ؟

الهدف من السؤال هو معرفة المنتجات التي يفضل أو يرغب الزبون في طلبها ونقلها وتوضح الصورة (6) أنواع الطرود التي تم اختيارها من قبل أفراد عينة الدراسة ويفضلونها ويرغبون في نقلها من خلال خدمة توصيل الطرود ، وقد اظهرت النتائج ان اكثر شيء يفضل نقله هو الملابس (بعدد 21 اختيار ، بنسبة 72.4%) كما هو موضح أدناه :



ما هي أنواع الطرود التي تفضل أو ترغب في طلبها ونقلها من خلال خدمة توصيل الطرود ؟

29 responses



صورة 6 : أنواع الطرود المرغوب او المفضل نقلها من خلال خدمات توصيل الطرود.

الفائدة من السؤال هو معرفة المنتجات الأكثر رغبة لدى الزبائن و توفيرها في التطبيق.

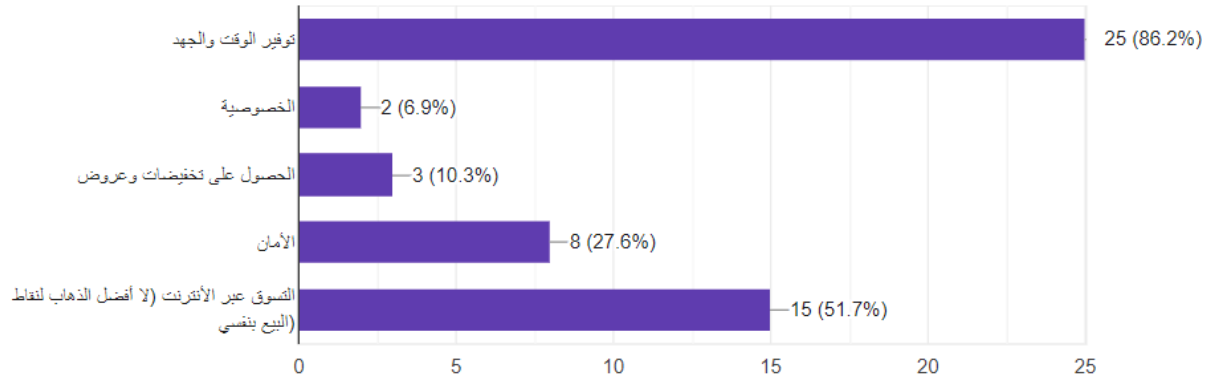
ما هي الأسباب التي تجعلك تستخدم خدمات توصيل المنتجات؟

الهدف من السؤال هو معرفة الأسباب الرئيسية التي تجعل الزبون يقوم باستخدام تطبيق يقدم خدمة توصيل كما هو ظاهر في الصورة (7) ، وقد كان خيار (توفير الوقت والجهد) الأعلى اختيارا (بعدد 25 اختيار ، بنسبة 86.2%) كما هو موضح أدناه :

ما هي الأسباب التي تجعلك تستخدم خدمات توصيل المنتجات؟

Copy

29 responses



صورة 7 : أسباب استخدام خدمات توصيل المنتجات .

الفائدة تتمحور حول معرفة ما هي الأسباب الرئيسية و التركيز على أهمها والأخذ بعين الإعتبار بها وجعلها ميزة لنا مع الإهتمام في باقي الأسباب

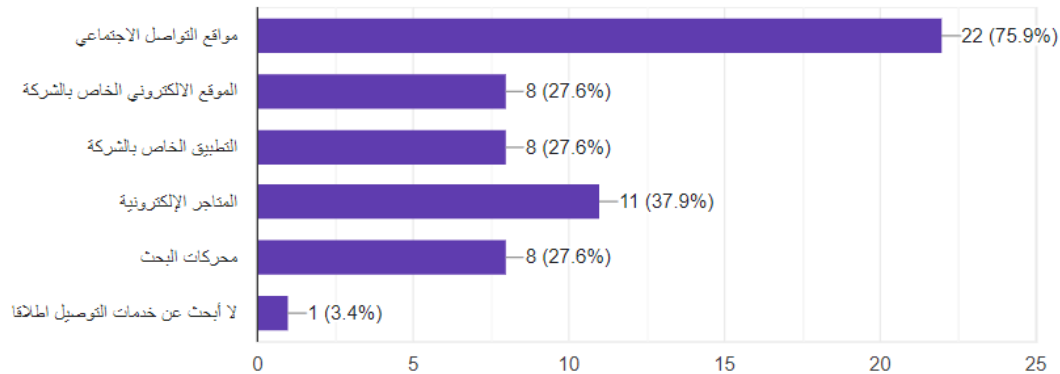
ما هي المصادر التي تستخدمها للعثور على خدمات لتوصيل المنتجات ؟

الهدف كما هو موضح في الصورة رقم (8) هو التعرف على المصادر التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة للعثور على خدمات توصيل المنتجات ، حيث كانت مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر اختيارا من قبل أفراد عينة الدراسة (بعدد 22 اختيار، بنسبة 75.9%) كما هو موضح أدناه :

ما هي المصادر التي تستخدمها للعثور على خدمات لتوصيل المنتجات ؟

Copy

29 responses



صورة 8 : المصادر المستخدمة للعثور على خدمات لتوصيل المنتجات .

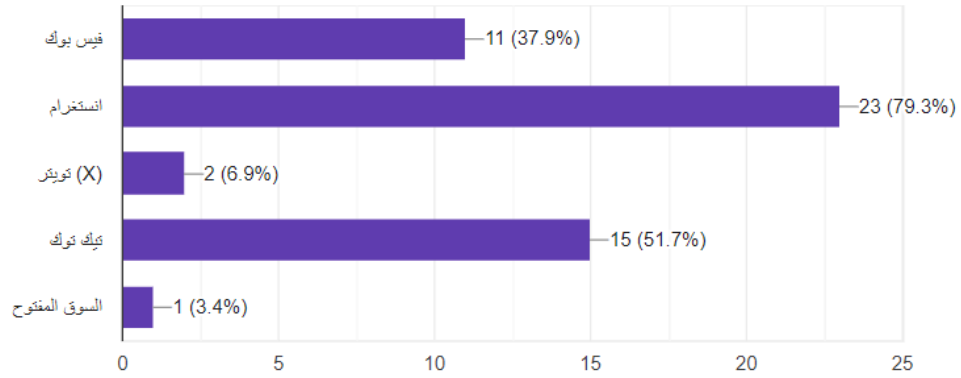
طرحنا لهذا السؤال يساعدنا في الإختيار الصحيح لأهم المصادر المتواجد فيها الزبون بشكل كبير والذي سنقوم بالترويج لـ تطبيقنا فيه .

ما هي أكثر المنصات الاجتماعية التي تقوم باستخدامها؟
الهدف هو كما أظهرت الصورة (9) نتائج أفراد عينة الدراسة حول أكثر المنصات الاجتماعية استخداما ، حيث كانت النتائج على النحو التالي وكانت منصة الانستغرام الاكثر استخداما (بعدد 23 اختيار، بنسبة 79.3%) :

ما هي أكثر المنصات الاجتماعية التي تقوم باستخدامها

Copy

29 responses



صورة 9 : أكثر المنصات الاجتماعية استخداما .

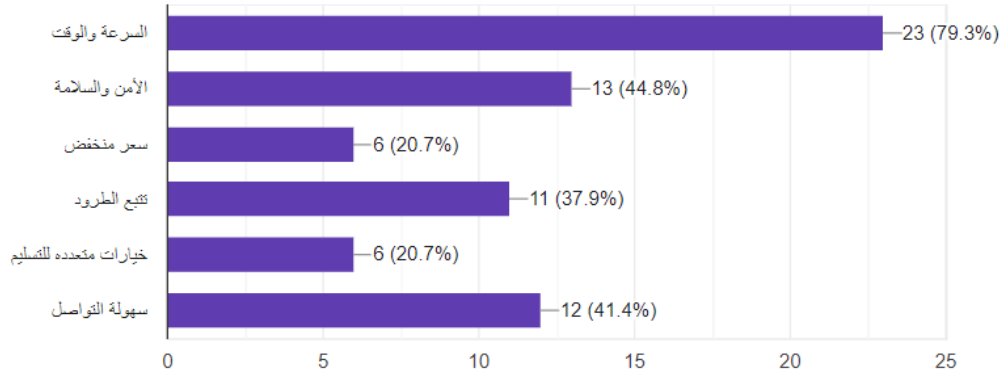
الفائدة هي إختيار المنصات الأكثر استخداما حتى نتوجه له في حملتنا الإعلانية لـ تطبيقنا.

ما هي الميزات الأكثر أهمية بالنسبة إليك في خدمات توصيل الطرود ؟
كما أظهرت الصورة (10) نتائج أفراد عينة الدراسة حول الميزات الأكثر أهمية في خدمة توصيل الطرود ، حيث كانت الميزة الأكثر أهمية حسب افراد العينة ميزة (السرعة والوقت) (بعدد 23 اختيار، بنسبة 79.3%) كما هو موضح أدناه :

ما هي الميزات الأكثر أهمية بالنسبة اليك في خدمات توصيل الطرود ؟

Copy

29 responses



صورة 10 : الميزات الأكثر أهمية في خدمة توصيل الطرود .

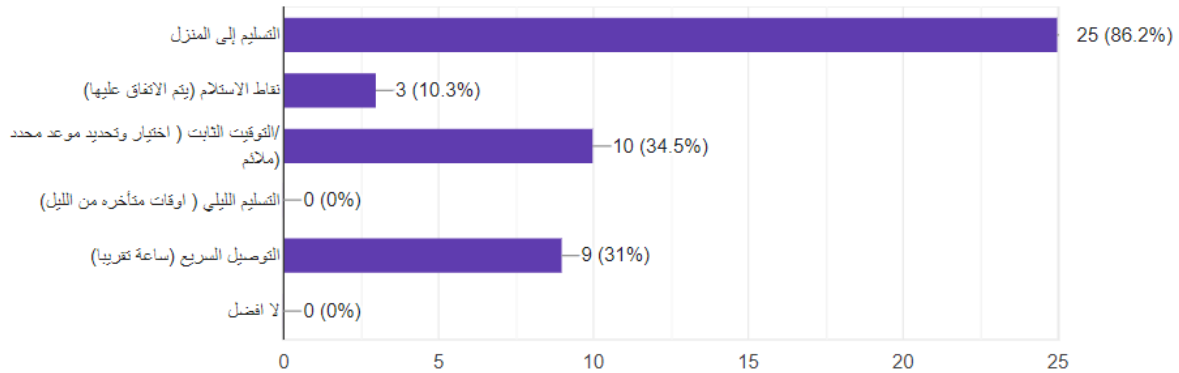
تكمن الفائدة في التعرف على أهم الميزات التي يرغب الزبون بها وتوفيرها له في التطبيق ومن خلالها سنكون قادرين على اكتساب الميزة التنافسية.

ما هي خيارات التسليم والتوصيل التي تفضل تواجدها عند خدمة توصيل الطرود؟
الهدف كما أوضحت لنا الصورة (11) نتائج أفراد عينة الدراسة حول ما هي خيارات التسليم والتوصيل المفضل تواجدها عند خدمة توصيل الطرود بالنسبة لأفراد العينة ، حيث كان الخيار الأعلى تفضيلا هو التسليم إلى المنزل (بعدد 25 خيار ، بنسبة 86.2%) كما هو موضح أدناه :

ما هي خيارات التسليم والتوصيل التي تفضل تواجدها عند خدمة توصيل الطرود؟

Copy

29 responses



صورة 11 : نتائج خيارات التسليم والتوصيل المفضل تواجدها عند خدمة توصيل الطرود .

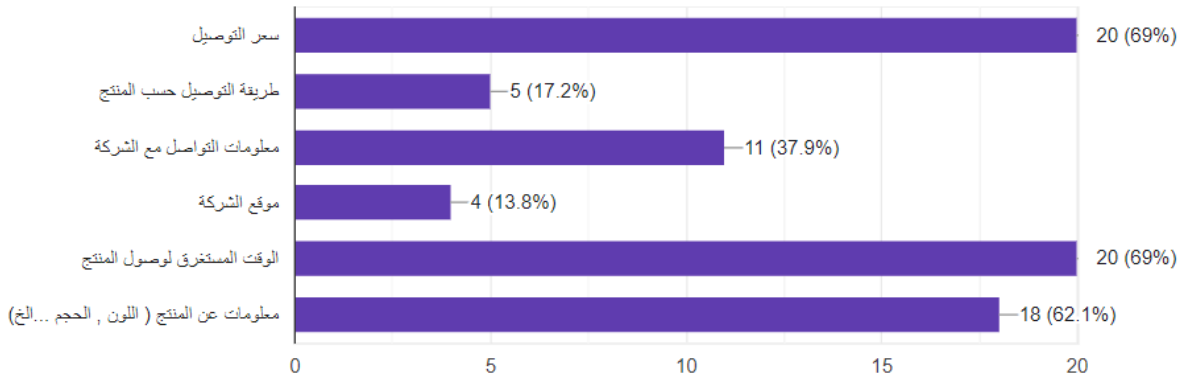
الفائدة التي سنحصل عليها إثر هذا السؤال هو:
أولا حتى نحصل على تصنيفات لهذه الخيارات حسب حاجة الزبون وتفضيلاته.
ثانيا للإبتعاد عن خيار قد يحدث مشاكل إما مع الزبون أو لنظامنا.
ثالثا التركيز على أهم الخيارات مثل التسليم إلى المنزل كما هو موضح في الصورة السابقة.

ما هي المعلومات التي تفضل وجودها مع المنتجات داخل التطبيق عند استخدام خدمات توصيل المنتجات؟
الهدف كما أظهرت الصورة (12) نتائج أفراد عينة الدراسة حول المعلومات التي يفضل وجودها مع المنتجات داخل التطبيق عند استخدام خدمات توصيل المنتجات ، وكانت النتائج كما توضح الصورة أدناه مع تقارب في إجابات العينة حول المعلومات المفضل تواجدها :

Copy

ما هي المعلومات التي تفضل وجودها مع المنتجات داخل التطبيق عند استخدام خدمات توصيل المنتجات؟

29 responses



صورة 12 : المعلومات التي يفضل تواجدها مع المنتجات داخل التطبيق عند استخدام خدمات التوصيل .

سبب طرح هذا السؤال هو لأهميته, فمن خلاله سيجنبنا من الوقوع في مشكلة النقص أو الفجوة داخل تطبيقنا ومنه سيمنع التأثير بشكل سلبي على تجربة الزبون داخل التطبيق وأيضا لتقسيم هذه المعلومات حسب الأهم وطبعا ستكون جميع المعلومات موجودة في التطبيق.

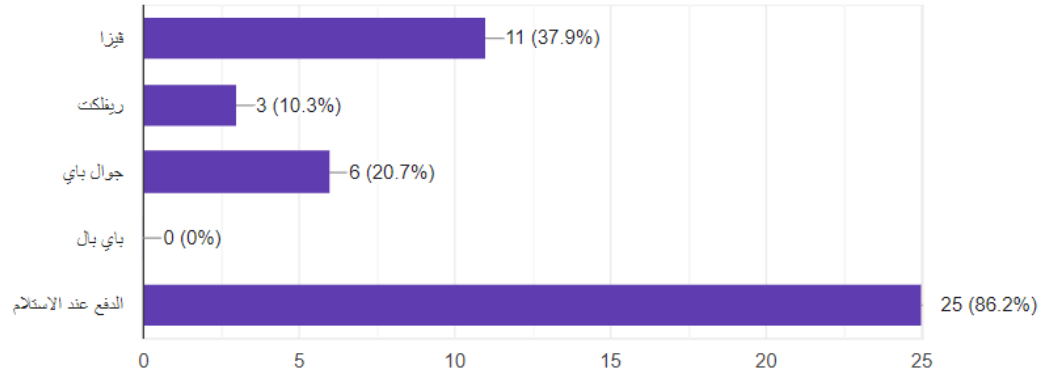
أي من آليات الدفع التالية متوفرة لديك وتقوم باستخدامها ؟

الهدف كما أظهرت نتائج أفراد عينة الدراسة في صورة (13) آليات الدفع المتوفرة لديهم ، حيث أن أغلب أفراد العينة يقومون بالدفع عند الاستلام (بعدد 25 اختيار ، بنسبة 86.2%) كما هو موضح أدناه :

أي من آليات الدفع التالية متوفرة لديك وتقوم باستخدامها ؟

Copy

29 responses



صورة 13 : آليات الدفع المتوفرة عند أفراد عينة الدراسة .

فائد السؤال هو معرفة تفضيلات الناس للآليات التي يستخدمونها في الدفع داخل مدينة الخليل وهذا سيساعدنا في بناء نظام التطبيق حسب التطور الموجود في المدينة من حيث التوجه إلى آلية الدفع عند الاستلام بشكل كبير وأيضا توفر وسائل دفع إلكتروني مثل الفيزا وجوال باي.

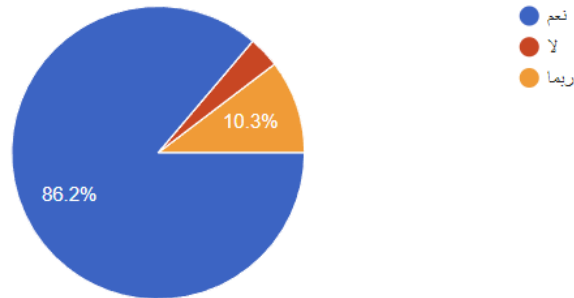
إذا عرضت عليك خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا),هل ترغب بتجربة الشراء الإلكتروني والحصول على خدمة التوصيل للمنتج ؟

الهدف كما أظهرت الصورة (14) نتائج أفراد عينة الدراسة حول خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا) وهل إذا كانوا يرغبون بتجربة الشراء الإلكتروني والحصول على خدمة توصيل المنتج السريعة هذه ، وكانت معظم الاجابات ب (نعم) كما هو موضح أدناه :

إذا عرضت عليك خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا),هل ترغب بتجربة الشراء الإلكتروني والحصول على خدمة التوصيل للمنتج ؟

Copy

29 responses



صورة 14 : الرغبة بالشراء الإلكتروني والحصول على خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا) للمنتج .

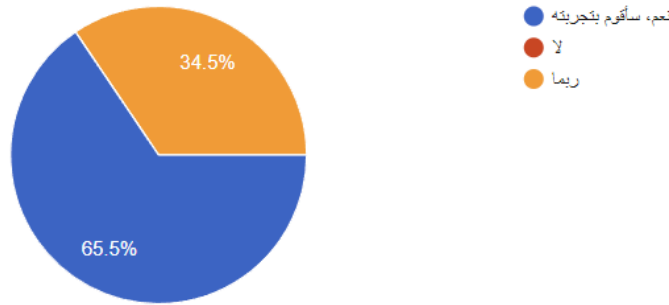
نظرا للازدحام المروري في المدينة وبنيتها التحتية الضيقة والاحتفاظ السكاني الذي يؤثر أيضا في الإزدحام المروري داخل المدينة تكمن فائدة السؤال في معرفة مدى الرضى الزبائن من خدمة توصيل سريع مدتها ساعة تقريبا , وكانت النتائج إيجابية.

إذا أُتيح لك تطبيق يقوم بتوصيل المنتجات من خلال الدراجات، فهل ستقوم بتجربته؟
الهدف من السؤال هو كما أظهرت صورة (15) عن نتائج أفراد عينة الدراسة حول إذا كان هناك رغبة في تجربة تطبيق يقوم بتوصيل المنتجات من خلال الدراجات ، فكانت معظم الاجابات ب (نعم ، بنسبة 65.5%) ولا توجد أي إجابة ب (لا) وهذا يوضح لنا أنه من المحتمل لجميع أفراد عينة الدراسة بتجربة تطبيق كهذا وهذا أمر يجب التركيز عليه والاهتمام به كما هو موضح أدناه :

إذا أُتيح لك تطبيق يقوم بتوصيل المنتجات من خلال الدراجات، فهل ستقوم بتجربته

Copy

29 responses

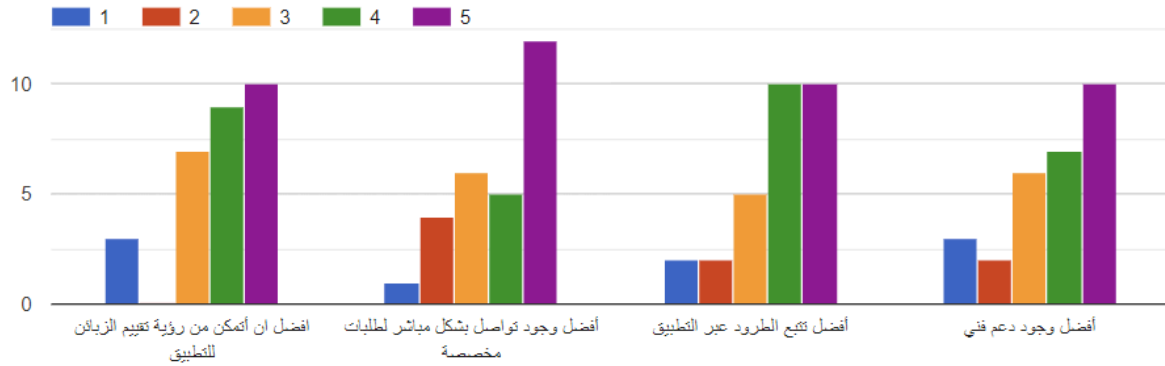


صورة 15 : تجربة تطبيق يقدم خدمة توصيل المنتجات من خلال الدراجات .

الفائدة هي معرفة مدى توجه الناس لفكرة التوصيل من خلال الدراجات وقياس ذلك أيضا بثقافة واعتقاد الناس داخل المدينة حول الدراجة

قيم من 1 (الأدنى تقييماً) إلى 5 (الأعلى تقييماً) بناءً على أهمية الفكرة لديك.
الهدف من السؤال هو كما أوضحت صورة (16) عن ما تم التقييم من قبل أفراد عينة الدراسة بناءً على أهمية الفكرة على النحو الآتي :

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



صورة 16 : تقييم أفراد عينة الدراسة بناءً على أهمية الفكرة .

الفائدة هي جمع المزيد من رغبات الناس وتفضيلاتهم لتخصيص أكثر داخل التطبيق لبنائه بما يتناسب مع المجتمع المتواجد داخل مدينة الخليل.

"تطبيق (سريع) يعرض المنتجات ويقدم خدمة توصيل سريعة وأمنة للمنتجات خلال ساعة تقريباً، مع تحديد موعد دقيق للتوصيل وإمكانية تتبع الطرود. بالإضافة إلى ذلك، يوفر التطبيق للعملاء إمكانية طلب منتجات خاصة من خارج التطبيق"

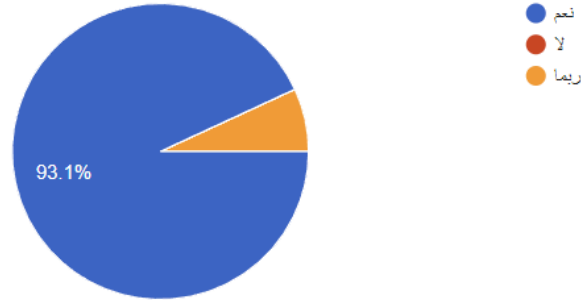
إذا توفر لك تطبيق كهذا هل انت مستعد للإشتراك به ؟

الهدف هو كما أوضحت الصورة (17) نتائج أفراد عينة الدراسة حول فكرة التطبيق و استعدادهم ورغبتهم بالإشتراك به ، ولقد حصلنا على اقبال كبير حول فكرة التطبيق من خلال إجاباتهم ب (نعم ، وكان العدد الأكبر بنسبة 93.1%) كما هو موضح أدناه :

تطبيق (سريع) يعرض المنتجات ويقدم خدمة توصيل سريعة وآمنة للمنتجات خلال ساعة تقريباً، مع تحديد موعد دقيق " للتوصيل وإمكانية تتبع الطرود. بالإضافة إلى ذلك، يوفر التطبيق للعملاء إمكانية طلب منتجات خاصة من خارج التطبيق."

إذا توفر لك تطبيق كهذا هل انت مستعد للاشتراك به ؟

29 responses



صورة 17 : حول فكرة التطبيق والرغبة بالاشتراك به .

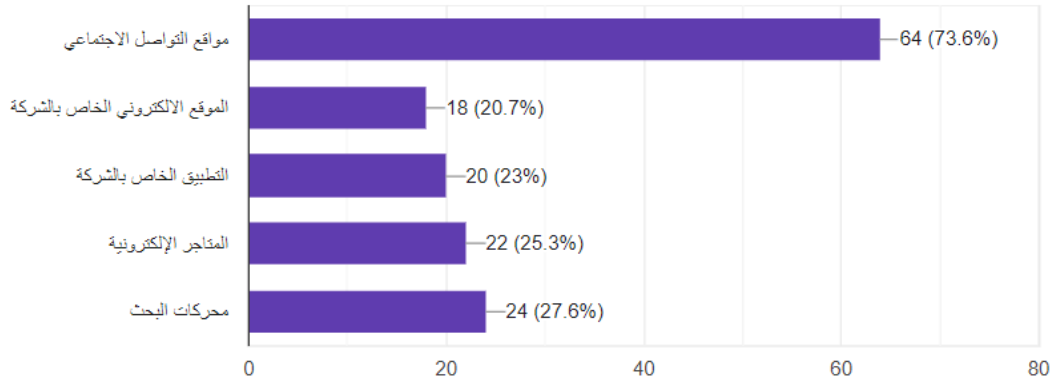
فائدة هذا السؤال هو لقياس مدى استعداد الناس للاشتراك في مثل هذا التطبيق من أجل طرحه في السوق.

القسم الثالث : الذين قاموا بالإجابة ب لا كما ذكرنا سابقا .

ما هي المصادر التي قد تستخدمها وتبحث من خلالها للعثور على خدمات توصيل الطرود ؟ أظهرت النتائج كما هو موضح في صورة (18) ما هي المصادر التي يقوم أفراد عينة الدراسة باستخدامها والبحث من خلالها على خدمات توصيل الطرود ، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر اختيارا (بعدد 64 اختيار ، بنسبة 73.6%) كما هو موضح أدناه :

ما هي المصادر التي قد تستخدمها وتبحث من خلالها للعثور على خدمات توصيل الطرود ؟

87 responses



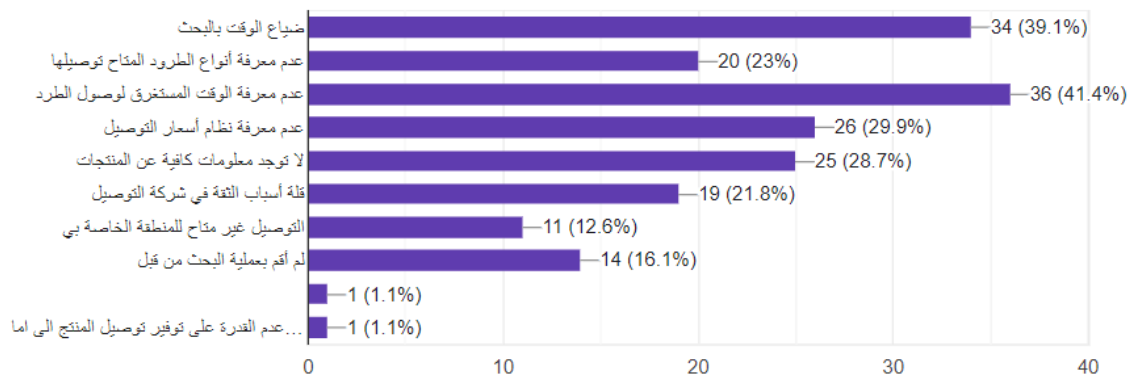
صورة 18 : المصادر التي تستخدم ويتم البحث من خلالها حول خدمات توصيل الطرود .

الفائدة من هذا السؤال هو ليساعدنا في الإختيار الصحيح لأهم المصادر المتواجد فيها الزبون بشكل كبير والذي سنقوم بالترويج له تطبيقنا فيه. ولكن قد كررنا هذا السؤال للأشخاص التي لم يمر عليها وأن استخدمت أي وسيلة تقدم خدمة التوصيل وذلك لأنه سيساعدنا في التعرف على توجهات كل الفئات وتقبلها لمثل هذه الفكرة.

عند بحثك عن الشركات التي تقدم خدمات توصيل المنتجات عبر الإنترنت ، ما هي المشاكل التي تواجهك ؟
أظهرت النتائج لأفراد عينة الدراسة في صورة (19)، ما هي المشاكل التي تواجههم في البحث عن الشركات التي تقدم خدمات توصيل المنتجات عبر الإنترنت ، وكانت المشكلة الأعلى اختياراً هي (عدم معرفة الوقت المستغرق لوصول الطرد) (بعدد 36 اختياراً، بنسبة 41.4%) كما هو موضح أدناه :

عند بحثك عن الشركات التي تقدم خدمات توصيل المنتجات عبر الإنترنت ، ما هي المشاكل التي تواجهك ؟

87 responses



صورة 19 : المشاكل التي تتم مواجهتها عند البحث عن شركات تقدم خدمات توصيل منتجات عبر الانترنت.

الفائدة تكمن بعد تعرفنا على هذه المشاكل سيكون لدينا القدرة على تجنب هذه المشاكل مثل ضياع الوقت في البحث والوقت المستغرق لوصول الطرد والتي تعتبر أكبر مشكلة يتعرض لها الزبون كما ذكر في الصورة السابقة.

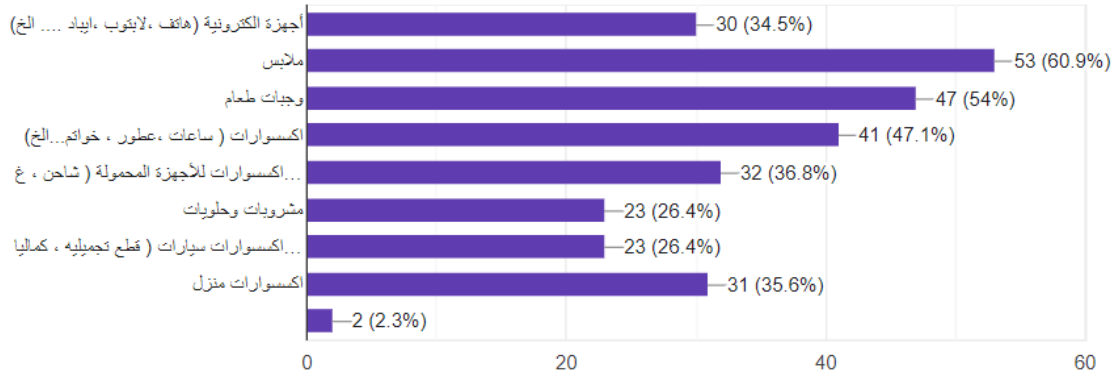
ما هي أنواع الطرود التي تفضل أو ترغب في طلبها ونقلها من خلال خدمة توصيل الطرود ؟

توضح الصورة (20) أنواع الطرود التي تم اختيارها من قبل أفراد عينة الدراسة ويفضلونها ويرغبون في نقلها من خلال خدمة توصيل الطرود ، وقد أظهرت النتائج ان اكثر شيء يفضل نقله هو الملابس (بعدد 53 اختيار، بنسبة 60.9%) كما هو موضح أدناه :

Copy

ما هي أنواع الطرود التي تفضل أو ترغب في طلبها ونقلها من خلال خدمة توصيل الطرود ؟

87 responses



صورة 20 : أنواع الطرود المرغوب او المفضل نقلها من خلال خدمات توصيل الطرود.

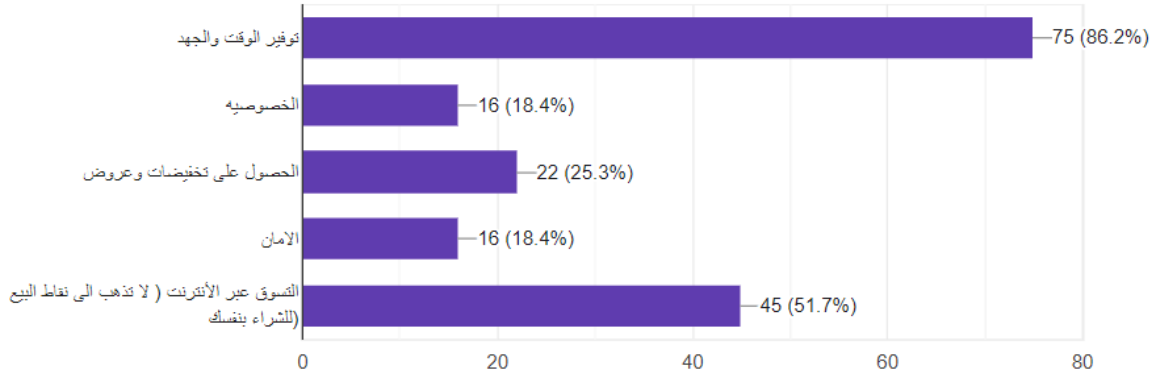
الفائدة من السؤال هو معرفة المنتجات الأكثر رغبة لدى الزبائن و توفيرها في التطبيق وأيضا تحديد المنتجات الأكثر طلبا.

ما هي الأسباب التي تجعلك تستخدم خدمات توصيل المنتجات؟

أظهرت الصورة (21) الأسباب التي جعلت أفراد عينة الدراسة يقومون باستخدام خدمات توصيل المنتجات ، وقد كان خيار (توفير الوقت والجهد) الأعلى اختيارا (بعدد 75 اختيار ، بنسبة 86.2%) كما هو موضح أدناه:

ما هي الأسباب التي تجعلك تستخدم خدمات توصيل المنتجات؟

87 responses



صورة 21 : أسباب استخدام خدمات توصيل المنتجات .

الفائدة تتمحور حول معرفة ما هي الأسباب الرئيسية و التركيز على أهمها والأخذ بعين الإعتبار بها وجعلها ميزة لنا مع الإهتمام في باقي الأسباب وخاصة توفير الوقت والجهد لدى الزبون عند طلبه من التطبيق.

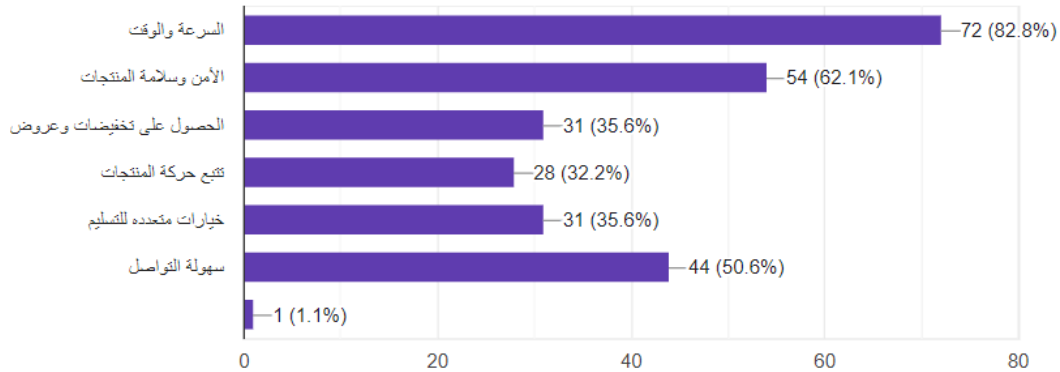
ما هي الميزات الأكثر أهمية بالنسبة لديك في خدمات توصيل المنتجات؟

كما أظهرت الصورة (22) نتائج أفراد عينة الدراسة حول الميزات الأكثر أهمية في خدمة توصيل المنتجات ، حيث كانت الميزة الأكثر أهمية حسب افراد العينة ميزة (السرعة والوقت) (بعدد 72 اختيار، بنسبة 82.8%) كما هو موضح أدناه :

ما هي الميزات الأكثر أهمية بالنسبة لديك في خدمات توصيل المنتجات؟

Copy

87 responses



صورة 22 : الميزات الأكثر أهمية في خدمة توصيل المنتجات .

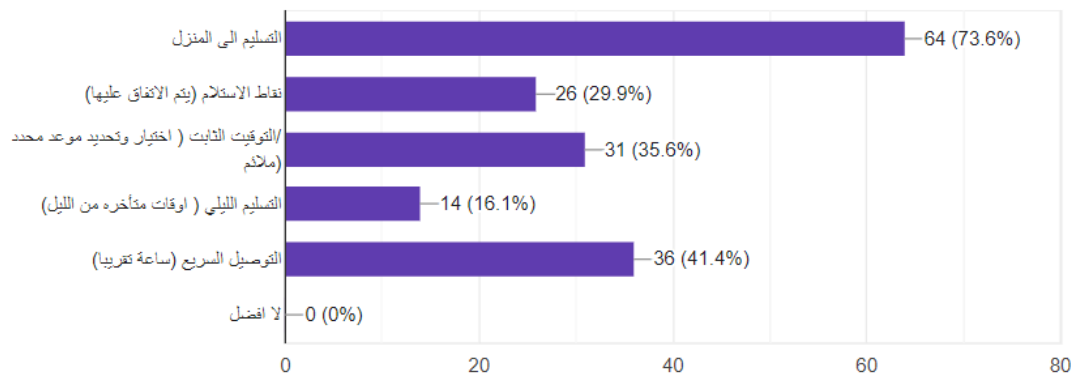
تتمكن الفائدة في التعرف على أهم الميزات التي يرغب الزبون بها وتوفيرها له في التطبيق ومن خلالها سنكون قادرين على اكتساب الميزة التنافسية.

ما هي خيارات التسليم والتوصيل التي تفضل تواجدها عند خدمة توصيل المنتجات؟
أوضحت الصورة (23) نتائج أفراد عينة الدراسة حول ما هي خيارات التسليم والتوصيل المفضل تواجدها عند خدمة توصيل المنتجات بالنسبة لأفراد العينة ، حيث كان الخيار الأعلى تفضيلاً هو التسليم إلى المنزل (بعدد 64 خيار ، بنسبة 73.6%) كما هو موضح أدناه :

ما هي خيارات التسليم والتوصيل التي تفضل تواجدها عند خدمة توصيل المنتجات؟

Copy

87 responses



صورة 23 : نتائج خيارات التسليم والتوصيل المفضل تواجدها عند خدمة توصيل المنتجات .

الفائدة التي سنحصل عليها إثر هذا السؤال هو أن نحصل على تصنيفات لهذه الخيارات حسب حاجة الزبون وتفضيلاته والابتعاد عن خيار قد يحدث مشاكل إما مع الزبون أو لنظامنا والتركيز على أهم الخيارات مثل التسليم إلى المنزل كما هو موضح في الصورة السابقة.

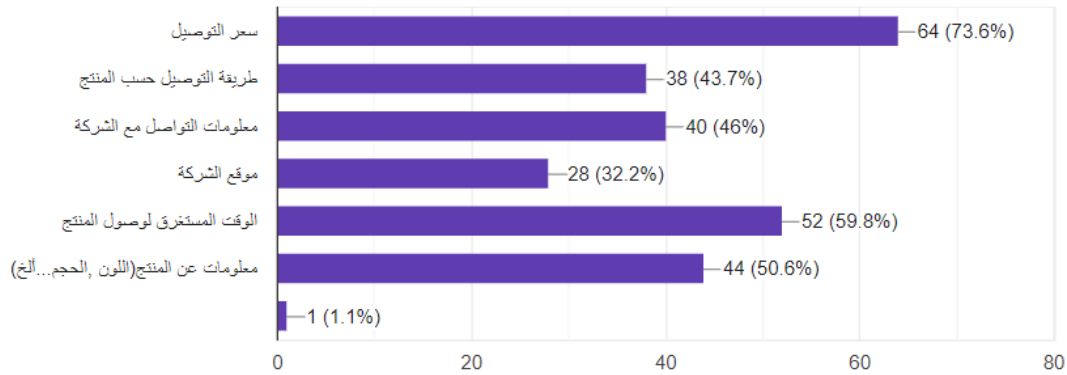
ما هي المعلومات التي تفضل وجودها مع المنتجات داخل التطبيق ؟

أظهرت الصورة (24) نتائج أفراد عينة الدراسة حول المعلومات التي يفضل وجودها مع المنتجات داخل التطبيق ، وكانت أغلب الاختيارات هي سعر التوصيل (بعدد 64 اختيار ، بنسبة 73.6%) كما توضح الصورة أدناه :



ما هي المعلومات التي تفضل وجودها مع المنتجات داخل التطبيق ؟

87 responses



صورة 24 : المعلومات المفضل تواجدها مع المنتجات داخل التطبيق .

سبب طرح هذا السؤال هو لأهميته، فمن خلاله سيجنبنا من الوقوع في مشكلة النقص أو الفجوة داخل تطبيقنا ومنه سيمنع التأثير بشكل سلبي على تجربة الزبون داخل التطبيق وأيضا لتقسيم هذه المعلومات حسب الأهم وطبعا ستكون جميع المعلومات موجودة في التطبيق.

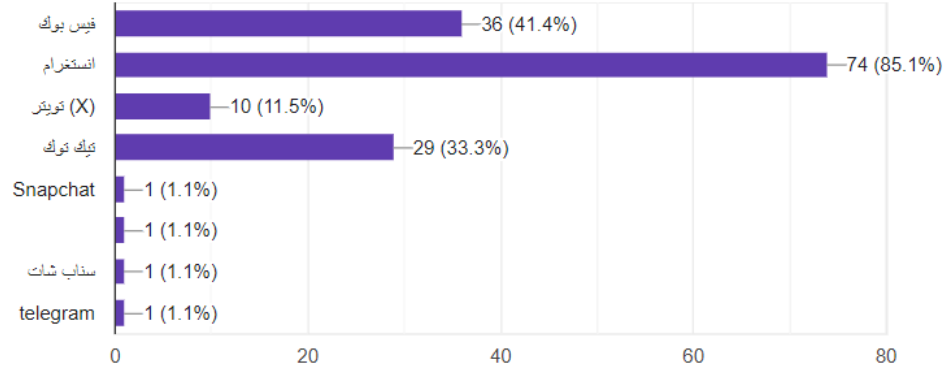
ما هي أكثر المنصات الاجتماعية التي تقوم باستخدامها ؟

كما أظهرت الصورة (25) نتائج أفراد عينة الدراسة حول أكثر المنصات الاجتماعية استخداما ، حيث كانت النتائج على النحو التالي وكانت منصة الانستغرام الاكثر استخداما (بعدد 74 اختيار، بنسبة 85.1%) :

ما هي أكثر المنصات الاجتماعية التي تقوم باستخدامها

Copy

87 responses



صورة 25: أكثر المنصات الاجتماعية استخداما .

الفائدة هي إختيار المنصات الأكثر إستخداما حتى نتوجه له في حملتنا الإعلانية ل تطبيقنا.

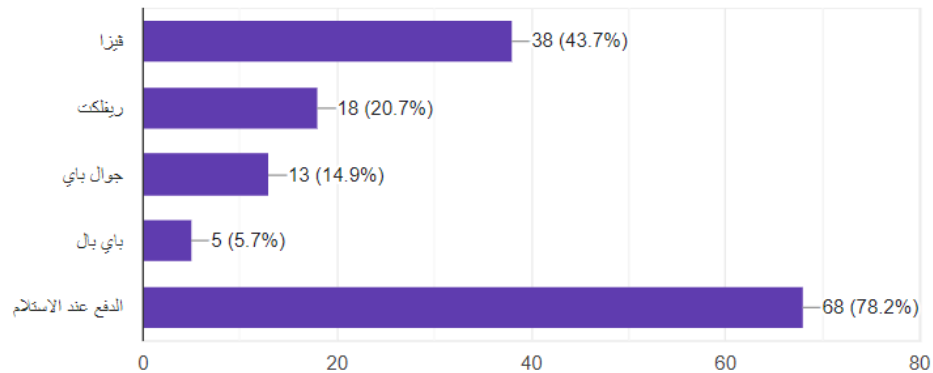
أي من آليات الدفع التالية متوفرة لديك وتقوم باستخدامها ؟

أظهرت نتائج أفراد عينة الدراسة كما في صورة (26) آليات الدفع المتوفرة لديهم ، حيث أن أغلب أفراد العينة يقومون بالدفع عند الاستلام (بعدد 68 اختيار ، بنسبة 78.2%) كما هو موضح أدناه :

أي من آليات الدفع التالية متوفرة لديك وتقوم باستخدامها ؟

Copy

87 responses



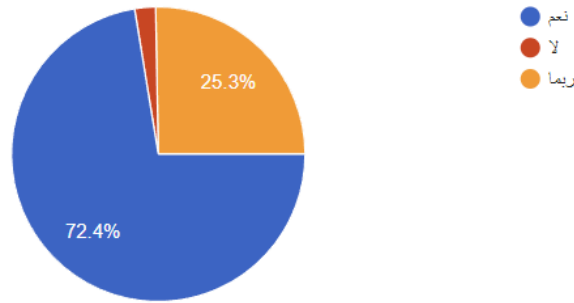
صورة 26: آليات الدفع المتوفرة عند أفراد عينة الدراسة .

فائد السؤال هو معرفة تفضيلات الناس للأليات التي يستخدمونها في الدفع داخل مدينة الخليل وهذا سيساعدنا في بناء نظام التطبيق حسب التطور الموجود في المدينة من حيث التوجه إلى آلية الدفع عند الاستلام بشكل كبير وأيضا توفر وسائل دفع إلكتروني مثل الفيزا وجوال باي.

إذا عرضت عليك خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا), هل ترغب بتجربة الشراء الإلكتروني والحصول على خدمة التوصيل للمنتج؟

أظهرت الصورة (27) نتائج أفراد عينة الدراسة حول خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا) وهل إذا كانوا يرغبون بتجربة الشراء الإلكتروني والحصول على خدمة توصيل المنتج السريعة هذه ، وكانت معظم الاجابات ب (نعم) كما هو موضح أدناه :

إذا عرضت عليك خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا), هل ترغب بتجربة الشراء الإلكتروني والحصول على خدمة التوصيل للمنتج؟
87 responses



صورة 27: الرغبة بالشراء الإلكتروني والحصول على خدمة توصيل سريع (ساعة تقريبا) للمنتج .

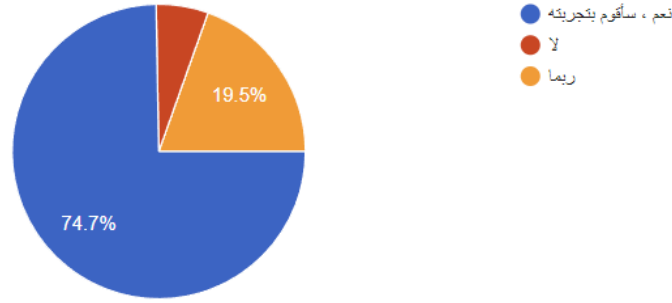
نظرا للازدحام المروري في المدينة وبنيتها التحتية الضيقة والاحتفاظ السكاني الذي يؤثر أيضا في الإزدحام المروري داخل المدينة تكمن فائدة السؤال في معرفة مدى الرضى الزبائن من خدمة توصيل سريع مدتها ساعة تقريبا , وكانت النتائج إيجابية.

إذا أتيح لك تطبيق يقوم بتوصيل الطرود من خلال الدراجات، فهل انت مستعد لاستخدامه؟

أظهرت صورة (28) نتائج أفراد عينة الدراسة حول إذا كان هناك رغبة في تجربة تطبيق يقوم بتوصيل الطرود من خلال الدراجات ، فكانت معظم الاجابات ب (نعم ، بنسبة 74.7%) كما هو موضح أدناه :

إذا أُتيح لك تطبيق يقوم بتوصيل الطرود من خلال الدراجات، فهل انت مستعد لاستخدامه؟

87 responses

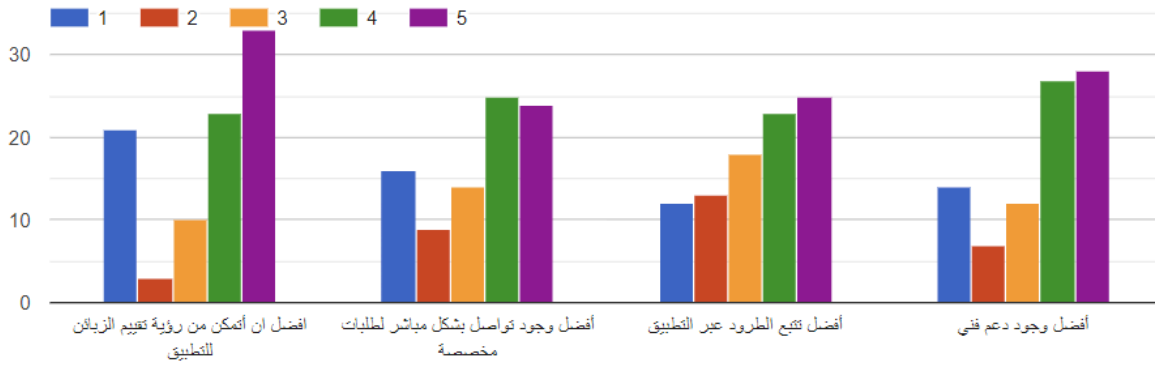


صورة 28 : تجربة تطبيق يقوم بتوصيل المنتجات من خلال الدراجات .
الفائدة هي معرفة مدى توجه الناس لفكرة التوصيل من خلال الدراجات وقياس ذلك أيضا بثقافة واعتقاد الناس داخل المدينة حول الدراجة

قيم من 1 (الأدنى تقييماً) إلى 5 (الأعلى تقييماً) بناءً على أهمية الفكرة لديك؟
في صورة (29) تم التقييم من قبل أفراد عينة الدراسة بناءً على أهمية الفكرة على النحو الآتي :

قيم من 1 (الأدنى تقييماً) إلى 5 (الأعلى تقييماً) بناءً على أهمية الفكرة لديك؟

استخدم خاصية قلب الهاتف بشكل أفقي لتتمتع بتجربة أفضل



صورة 29 : تقييم أفراد عينة الدراسة بناءً على أهمية الفكرة .

الفائدة هي جمع المزيد من رغبات الناس وتفضيلاتهم لتخصيص أكثر داخل التطبيق لبنائه بما يتناسب مع المجتمع المتواجد داخل مدينة الخليل.

"تطبيق (سريع) يعرض المنتجات ويقدم خدمة توصيل سريعة وأمنة للمنتجات خلال ساعة تقريباً، مع تحديد موعد دقيق للتوصيل وإمكانية تتبع الطرود. بالإضافة إلى ذلك، يوفر التطبيق للعملاء إمكانية طلب منتجات خاصة من خارج التطبيق." إذا توفر لك تطبيق كهذا هل انت مستعد للإشتراك به ؟

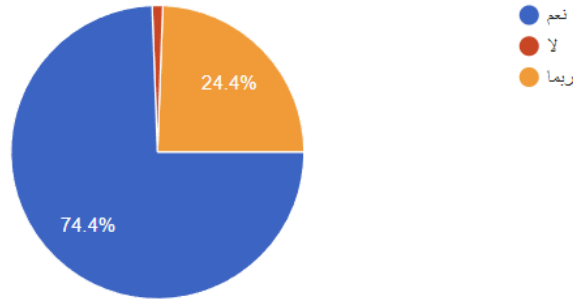
أوضحت الصورة (30) نتائج أفراد عينة الدراسة حول فكرة التطبيق و استعدادهم ورغبتهم بالإشتراك به ، ولقد حصلنا على اقبال كبير حول فكرة التطبيق من خلال إجاباتهم ب (نعم ، وكان العدد الأكبر بنسبة 74.4%) كما هو موضح أدناه :

Copy

تطبيق (سريع) يعرض المنتجات ويقدم خدمة توصيل سريعة وأمنة للمنتجات خلال ساعة تقريباً، مع تحديد موعد دقيق للتوصيل وإمكانية تتبع الطرود. بالإضافة إلى ذلك، يوفر التطبيق للعملاء إمكانية طلب منتجات خاصة من خارج التطبيق.

إذا توفر لك تطبيق كهذا هل انت مستعد للإشتراك به ؟

86 responses



صورة 30: حول فكرة التطبيق والرغبة بالإشتراك به .

فائدة هذا السؤال هو لقياس مدى استعداد الناس للإشتراك في مثل هذا التطبيق من أجل طرحه في السوق.

2. استبانة السائقين :

هناك قسمين بالاستبانة اذا كانت الاجابة *بنعم* على سؤال (في حال توفير تطبيق مختص بتوصيل الطرود داخل مدينة الخليل، بشكل سريع (في غضون ساعة) فهل أنت مستعد للعمل به؟) في القسم الأول فسوف ينتقل إلى القسم الثاني وإذا كانت *لا* فسوف تنتهي الاستبانة .

القسم الاول :

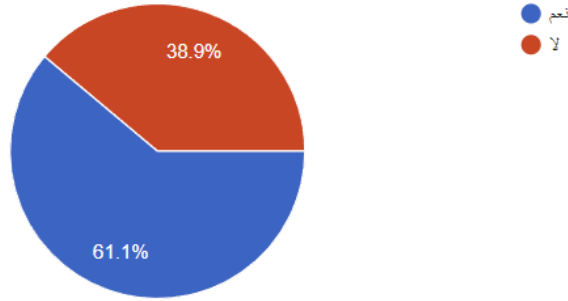
هل لديك تجربة سابقة في توصيل الطرود؟

أظهرت الصورة (31) نتائج أفراد عينة الدراسة حول اذا كان لديهم تجربة سابقة في توصيل الطرود ، حيث كانت الاجابة ب نعم (بعدد 33 ، بنسبة 61.1%) كما هو موضح أدناه :

هل لديك تجربة سابقة في توصيل الطرود؟

Copy

54 responses



صورة 31 : هل قام بتجربة سابقة في توصيل الطرود .

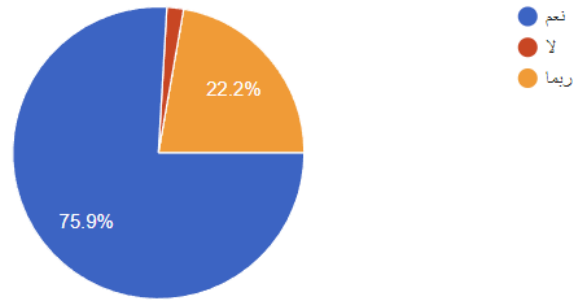
سبب طرح هذا السؤال هو لتقسيم الفئات بحيث تكون لدينا قدرة الحصول على معلومات مختلفة من الأشخاص التي أجابت السؤال بـ لا أو نعم، بحيث الأشخاص التي أجابت بـ نعم سنجمع منها معلومات حول تجاربهم السابقة أما الأشخاص التي أجابت بـ لا سنجمع عنها معلومات حول هل لديهم القدرة أو الاستعداد للعمل في مجال التوصيل.

في حال توفير تطبيق مختص بتوصيل الطرود داخل مدينة الخليل، بشكل سريع (في غضون ساعة) فهل أنت مستعد للعمل به؟

كما توضح الصورة (32) نتائج أفراد عينة الدراسة في حال توفر تطبيق مختص بتوصيل الطرود داخل مدينة الخليل وبشكل سريع فهل سيكونون على استعداد للعمل به ، حيث كانت النتائج كما هو موضح أدناه :

في حال توفير تطبيق مختص بتوصيل الطرود داخل مدينة الخليل، بشكل سريع (في غضون ساعة) فهل أنت مستعد للعمل به؟

54 responses



صورة 32 : استعداد أفراد عينة الدراسة للعمل بتطبيق مختص بتوصيل الطرود داخل مدينة الخليل .

الفائدة من السؤال هو جمع معلومات حول هل لديهم القدرة أو الاستعداد للعمل في مجال التوصيل حتى نقيس ذلك قبل طرح التطبيق وذلك لأهمية السائق في نجاح التطبيق في بدايات انطلاقة.

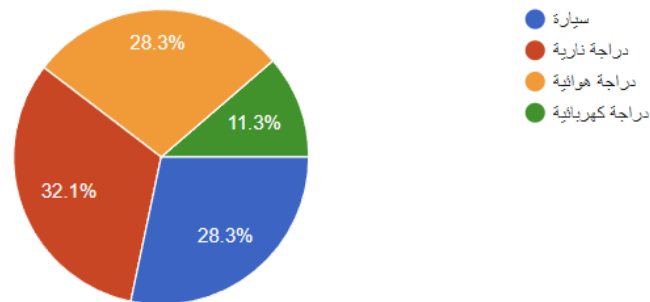
القسم الثاني : عند الإجابة ب نعم .

ما هي وسيلة النقل الخاصة بك؟

أظهرت صورة (33) نتائج أفراد عينة الدراسة حول وسيلة النقل الخاصة بهم وكانت كالاتي :

ما هي وسيلة النقل الخاصة بك؟

53 responses



صورة 33 : وسائل النقل الخاصة بأفراد عينة الدراسة .

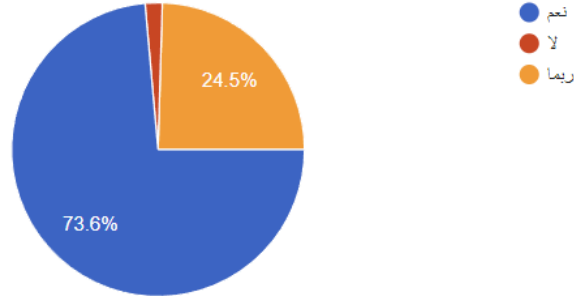
الفائدة من السؤال هو قياس نسبة الوسائل النقل الأكثر استخداما وشيوعا في المدينة، وأيضا لمعرفة إذا كان هناك تفضيلات لدى السائقين من وسائل نقل معينة.

هل أنت مستعد للالتزام بمعايير محددة، يضعها التطبيق؟
أظهرت النتائج في صورة (34) إذا كان أفراد عينة الدراسة مستعدين للالتزام بمعايير محددة يتم وضعها من قبل التطبيق أم لا ، وكانت النتائج كما يلي :

هل أنت مستعد للالتزام بمعايير محددة، يضعها التطبيق؟

Copy

53 responses



صورة 34: قبول الالتزام بمعايير محددة يتم وضعها من التطبيق.

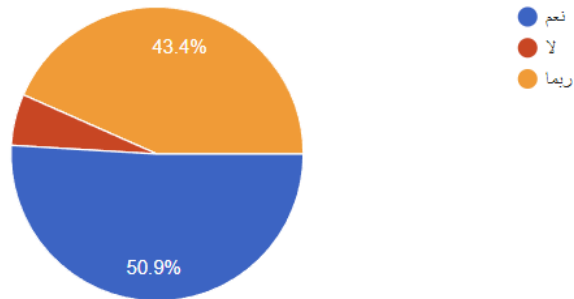
الفائدة من السؤال هو التأكد من استعداد السائق للإشتراك ضمن معايير محددة ونقيس مدى تقبله عند معرفته لوجود شروط للإشتراك في التطبيق.

هل أنت مستعد لقبول جميع الطلبات التي تأتيك من الزبائن دون رفض؟
أظهرت صورة (35) نتائج أفراد عينة الدراسة حول امكانية قبولهم لجميع الطلبات التي تأتيهم من الزبائن دون رفض ، وكانت النتائج كما يلي :

هل أنت مستعد لقبول جميع الطلبات التي تأتيك من الزبائن دون رفض؟

Copy

53 responses



صورة 35: امكانية قبول جميع الطلبات من الزبائن دون رفض .

فائدة السؤال تكمن في قياس نسبة السائقين التي لديها القدرة والإستعداد لقبول جميع الطلبيات وذلك حتى لا يكون هناك اي تقاعس في العمل والأهم من ذلك لكي نتأكد من قبول جميع الطلبات داخل التطبيق لأنه يعد عامل مهم في نجاح التطبيق.

ما هي العقبات التي تواجهك عادةً أثناء توصيل الطرود؟

كما يوضح الجدول (4) النتائج لأفراد عينة الدراسة حول ما إذا كان هناك عقبات تواجهه أثناء توصيل الطرود وما هي هذه العقبات وكانت كالاتي :

التكرار	العقبات
9	عدم الرد من صاحب الطلب/الزبون
17	الازدحام في حركة المرور
4	الحواجز والتفتيش
2	عدم الدقة في تحديد موقع الزبون

جدول 4: العقبات التي تواجه السائقين أثناء توصيل الطرود .

الفائدة من السؤال هو لمعرفة الأسباب التي يتعرض لها السائق من معيقات اثناء توصيله لأي طرد حتى نتجنبها وإيجاد حلول لها في المستقبل.

ما هي أجرة توصيل طرد داخل مدينة الخليل ؟

يوضح الجدول (5) نتائج أفراد عينة الدراسة ، حيث تم الحصول على نتائج حول أجرة التوصيل داخل مدينة الخليل وتم توضيحها كما يلي بالجدول :

التكرار	اجرة التوصيل
2	25-30 شيكل
15	20 شيكل
30	15 شيكل
7	10 شيكل

جدول 5: أجرة توصيل الطرود داخل مدينة الخليل .

الفائدة من السؤال هو الحصول على معلومات حول أجرة التوصيل حسب خبرة السائقين التي لديها تجربة سابقة.

هل هناك أي تعليقات أو استفسارات إضافية ترغب في طرحها؟
كما يوضح جدول (6) بعض من استفسارات أفراد عينة الدراسة ، وكانت هذه مجمل استفساراتهم وتعليقاتهم المطروحة ، وسيتم توضيحها أدناه بالجدول :

تعليقات و إستفسارات أفراد العينة
الفكرة جميلة
في حال وقوع حادث على من المسؤولية والتكاليف
ما هو الحجم المطلوب للسيارة التي سوف تعمل مع هذا التطبيق
ما هي طبيعة الراتب والعمولة الخاصة بي

جدول 6: تعليقات واستفسارات أفراد العينة .

سبب طرح هذا السؤال هو الحصول على معلومات إضافية من قبل السائقين للحرص على تلبية إن أمكن وأيضا لبناء التطبيق بمستوى عالي يتميز عن غيره من المنافسين.

وسنقوم الان بعرض نتائج استبانة B2B

تحليل استبانة الشركات:

-ما هي طبيعة العمل الذي تقوم به ؟

كما هو ظاهر في النتائج الموضح في الجدول رقم (7) أن طبيعة عمل الشركات مختلفة ومتنوعة وأن العدد الأكبر منهم وهو من يعمل في قطاع الملابس ومن ثم المقالات التموينية.

التكرار	طبيعة العمل
1	محاسب
2	بيع جملة
1	مواد غذائية
2	بيع الأحذية
3	قطع سيارات
6	البقالة
1	النثریات
4	مطعم
8	قطاع الملابس
2	تجارة إلكترونية
1	برمجي
4	الإكسسوارات
1	مهندس كبرائي
1	مجوهرات
1	متجر عطور
4	قطاع الخضار
1	تاجر إلكترونيات
1	لحام
1	متجر لبيع الفضة

جدول 7: طبيعة العمل التي تقوم به الشركة.

الفائدة هي لجمع أكبر قدر ممكن من الشركات المختلفة في العمل حتى نحصل على نتائج متنوعة دقيقة.

- اين توجد الشركة في الخليل ؟

كما هو ظاهر في النتائج الموضح في الجدول رقم (8) أن مكان العمل في الخليل متنوع ومعظمهم في منطقة رأس الجورة .

التكرار	مكان العمل في الخليل
3	الحرس
6	راس الجورة
3	عين سارة
1	شارع العدل
3	نمرة
1	ضاحية الرامة
1	الحاووز
2	قرن الثور
1	دوار التحرير
1	بيت أمر
2	طريق المقاطعة
1	دوار ابن رشد
1	عيسى
1	الهيبرون سنتر
2	دوار المنارة
1	وسط البلد
1	بير المحجر

. جدول 8 :مكان تواجد الشركات بالخليل

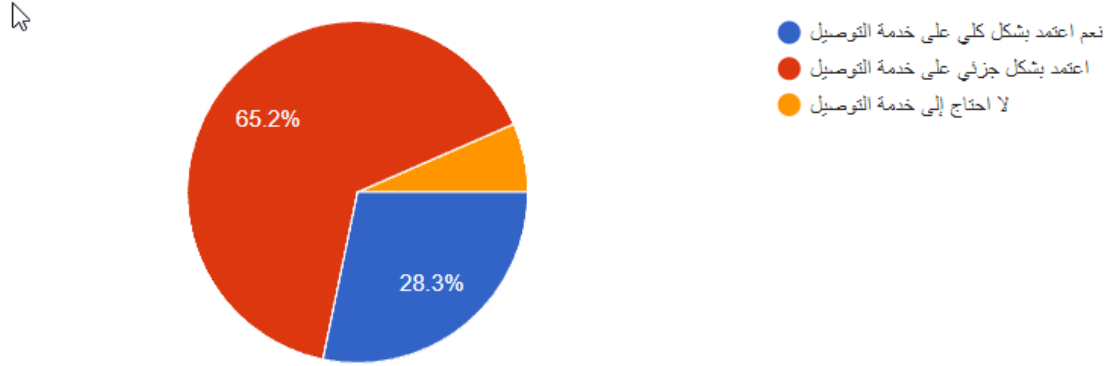
الفائدة: التعرف على مواقع الشركات وتقسيم الشركات لفئات حسب الموقع

-هل شركتك تعمل في مجال البيع الذي يتطلب توصيل البضائع للعملاء؟

كما أظهرت النتائج الموضح في الصورة رقم (36) أن معظمهم يعتمد بشكل جزئي لخدمة توصيل بنسبة 65.2% والمعظم الآخر الذي يعتمد على خدمة التوصيل بشكل كلي بنسبة 28.3% , هنا سوف نقوم بالتوجه لكل فئة بطريقة مختلفة.

هل شركتكم تعمل في مجال البيع الذي يتطلب توصيل البضائع للعملاء؟

46 responses



صورة 36 : اعتماد الشركة على التوصيل.

فائدة السؤال هو قياس نسبة الشركات التي تحتاج وسيلة لتوصيل منتجاتها سواء بشكل جزئي ام كلي وذلك لمعرفة مدى حاجتها لها لقياس نسبة تقبلهم عند معرفتهم لوجود وسيلة لتوصيل منتجاتها

-إذا كان الجواب نعم على السؤال السابق، فما هي شركة التوصيل التي تتعامل معها ؟
كما هو ظاهر في النتائج الموضح في الجدول رقم (9) أن الشركات التوصيل المعروفة عند الناس والتي تعد منافس لنا بنسبة كبيرة هي شركة سابق ولاحق, DHL, wolt أما المعظم الآخر فهو معتمد على نفسه وهذا سيساعدنا كثيرا

التكرار	شركات التوصيل
7	سابق ولاحق
2	DHL
5	توصيل شخصي (من نفس الشركة)
1	لا يوجد
2	غير محدد
3	wolt
1	اوبتموس

1	شركة جوست
1	عربي إكسبرس
2	نقلات عمومي
1	ايرجنت
1	شركات التوصيل عامة

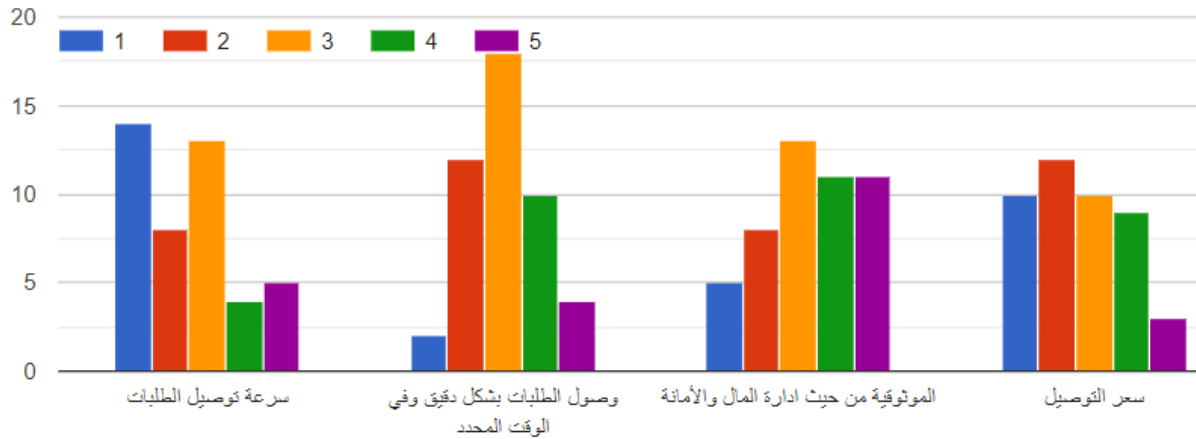
جدول 9 : شركات التوصيل التي تتعامل معها الشركات.

سبب طرح السؤال هو لمعرفة أسماء شركات التوصيل التي تتعامل معها هذه الشركات لتعرف على منافسينا ودراساتهم.

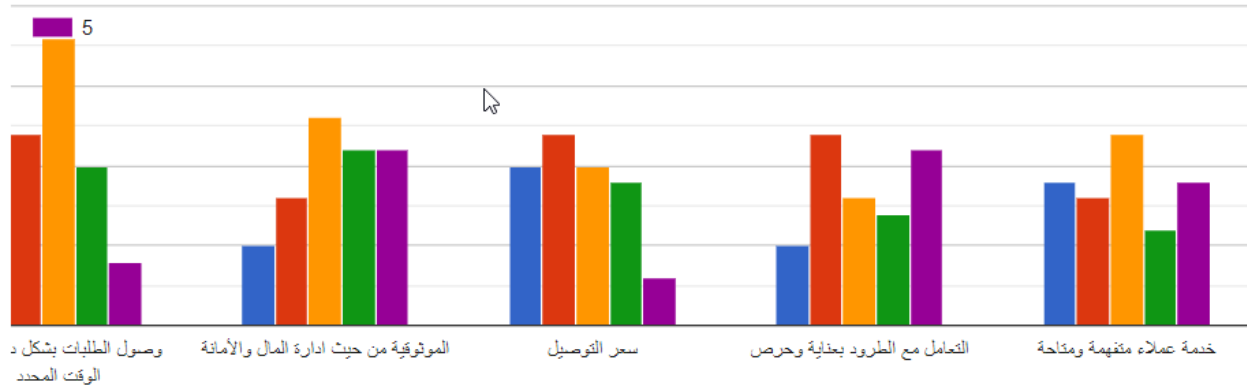
-كيف تقييم جودة خدمات التوصيل التي تقدمها شركات التوصيل من حيث؟

كما أظهرت النتائج الموضح في الصور رقم(37-38) أن النسب الإيجابية للشركات التوصيل ضعيفة وتعد عائد إيجابي علينا إلا بعضا منها وهم الموثوقية من حيث المال والأمان والتعامل مع الظروف بعناية وحرص, لذلك سوف نتوجه للخصائص الأخرى التي تعد نسبة التنافس فيها قليل للتمييز بها مثل سرعة التوصيل

كيف تقييم جودة خدمات التوصيل التي تقدمها شركات التوصيل من حيث؟



صورة 37 : تقييم جودة خدمات التوصيل.



صورة 38 : تقييم جودة خدمات التوصيل .

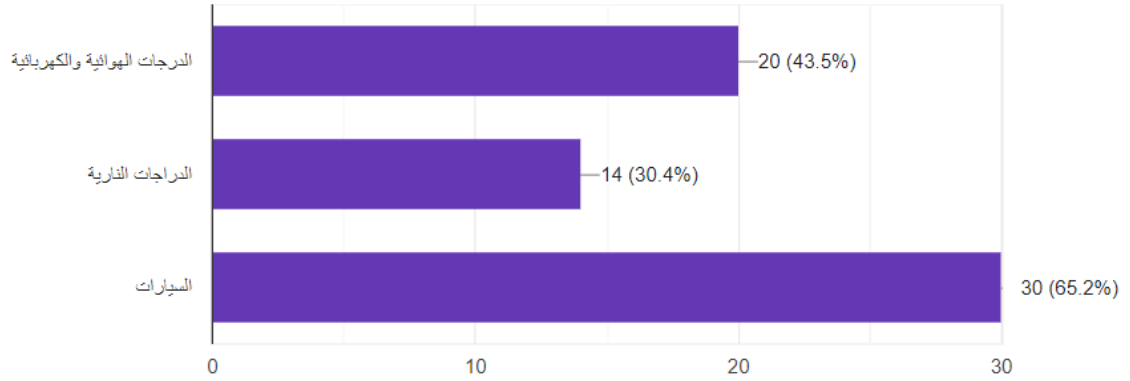
الفائدة: الحصول على معلومات إضافية عن المنافسين ومعرفة نقاط الضعف لديها من خلال خبرة الشركات التي تعاملت معها والحرص على الابتعاد منها أو إيجاد حل لها وبنفس الوقت معرفة نقاط القوة والعمل عليها.

-أي من الوسائل التالية الأفضل لتوصيل الطرود الخاصة بكم؟

كما أظهرت النتائج الموضح في الصورة رقم (39) أن الوسيلة الأفضل لتوصيل الطرود هي السيارات بنسبة 65.2% ومن ثمة الدراجات الهوائية والكهربائية بنسبة 43.5% ومن ثمة الدراجات النارية بنسبة 30.4%

أي من الوسائل الاتية الأفضل لتوصيل الطرود الخاصة بكم؟

46 responses



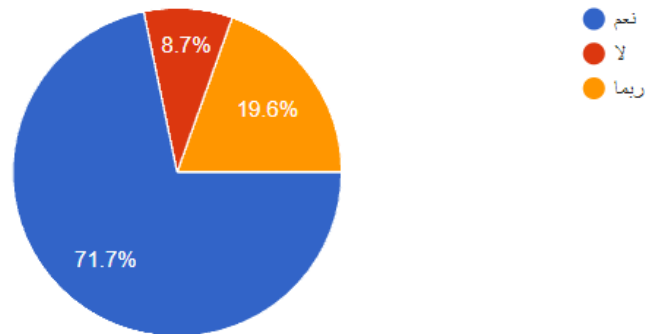
صورة 39 : الوسائل الافضل لتوصيل الطرود.

الفائدة: معرفة تفضيلات الشركات وتوجهاتهم حول الوسيلة التي تناسبهم او التي يرونها الأفضل من حيث الأمان او السرعة.

- "تطبيق (سريع) يعرض المنتجات ويقدم خدمة توصيل سريعة وآمنة للمنتجات خلال ساعة تقريبًا، مع تحديد موعد دقيق للتوصيل وإمكانية تتبع الطرود. بالإضافة إلى ذلك، يوفر التطبيق للشركات إمكانية طلب خدمات التوصيل لطرودها الخاصة من خارج التطبيق، مما يسهل عمليات الشحن والتوصيل بكفاءة ويسر إذا توفر لك تطبيق كهذا هل انت مستعد للإشتراك به ؟

كما أظهرت النتائج الموضح في الصورة رقم (40) أن نسبة المستعدين من الشركات في الإشتراك عالية بنسبة 71.7%

46 responses



صورة 40 : حول فكرة التطبيق والرغبة بالإشتراك به .

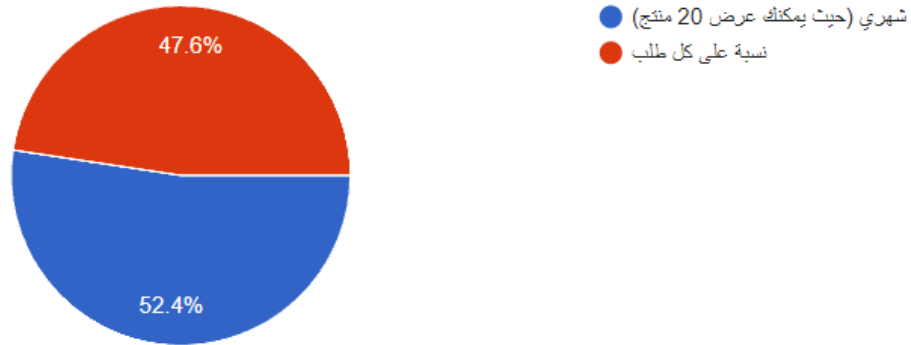
الفائدة: قياس نسبة الشركات المستعدة للإشتراك في تطبيقنا

- إذا كانت اجابتك على السؤال السابق بنعم , "يرجى اختيار الطريقة المفضلة للإشتراك في هذا التطبيق.

كما أظهرت النتائج الموضح في الصورة رقم (41) أن هناك مؤيدون من كلا الطرفين على طريقة الاشتراك إلا أن النسبة المتفوقة في طريقة الدفع هي الشهرية

إذا كانت اجابتك على السؤال السابق بنعم , "يرجى اختيار الطريقة المفضلة للاشتراك في هذا التطبيق

42 responses



صورة 41 : الطريقة المفضلة للاشتراك بالتطبيق.

الفائدة: اختيار للشركات الطريقة الأفضل للاشتراك في تطبيقنا حسب ما تم اختياره من قبلهم

-يرجى تحديد المبلغ الذي أنتم على استعداد لدفعه مقابل الطريقة التي تم اختيارها بالسؤال السابق؟

كما أظهرت النتائج الموضح في الجدول رقم (10) أن المبلغ الأكثر توافقا هو 10% وثانيا 15% وثالثا 20 % في الشهر

التكرار	المبلغ المستعد دفعه شيكل/نسبة
14	10%
12	15%
9	20%
3	100ش
1	200ش
1	لا أعلم
1	1%

التكرار	المبلغ المستعد دفعه شيكل/نسبة
14	10%
12	15%
9	20%
3	100ش
1	22%
2	5%
1	200ش
1	120ش
1	17%
1	15%
1	16%
1	25%
1	50ش
1	2%
1	300ش
1	35%

جدول 10 : المبلغ الممكن دفعه مقابل الطريقة المُختارة للاشتراك .

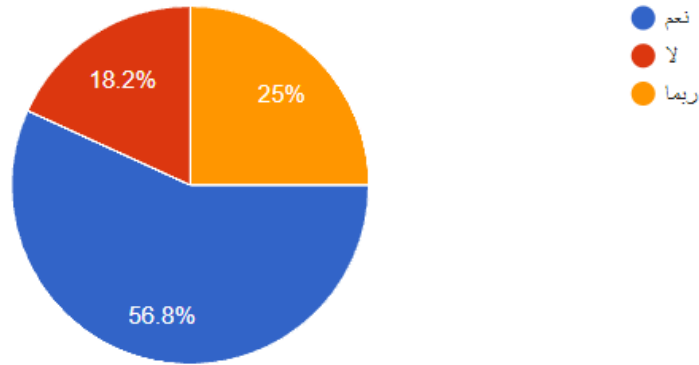
الفائدة: معرفة المبلغ التي تتوقعه الشركات مقابل إشتراكها في التطبيق وقياس ذلك مع إمكانياتنا في إختيار السعر الأفضل والذي سيستفيد منه جميع الأطراف.

-هل هناك موظف داخل الشركة يمكنه متابعة التطبيق , وتحديث معلومات المنتجات باستمرار؟

كما أظهرت النتائج الموضح في الصورة رقم (42) أن هناك نسبة كبيرة تمتلك موظفين بنسبة 56.8% و مستعدون لتسليمهم مهمة التحديث معلومات الشركة الخاصة بها في داخل التطبيق

هل هناك موظف داخل الشركة يمكنه متابعة التطبيق , وتحديث معلومات المنتجات باستمرار ؟

44 responses



صورة 42 : امكانية متابعة التطبيق من قبل موظف بالشركة.

الفائدة: قياس نسبة الشركات التي تمتلك موظف يقوم بتجديد ومتابعة المنتجات التي تطرحها الشركة في التطبيق

-هل لديك أي متطلبات خاصة لعملية توصيل المنتجات ترغب في أن يلبها تطبيق (سريع)؟

كما هو موضح في الجدول رقم (11) عن بعض التوصيات الشركات ونصائح إضافية

توصيات
التحديث المستمر للتطبيق و العمل على توسيع نطاق العمل
السرعة في التوصيل في اقل من ساعة

التوصيل بشكل سريع والتعامل بدقة مع البضاعة التي يتم توصيلها
المحافظة على الطرد من أي تلف بسيط حتى ولو كان بالتغليف
الحرص على عدم إتلاف البضاعة أثناء النقل
الدقة في المواعيد
الحرص على المنتج
الأمانة المتفانية في العمل
الدقة في المواعيد عند التوصيل

جدول 11 : متطلبات خاصة إضافية يرغب بها فئات العينة الدراسية .

الفائدة: الحصول على معلومات إضافية وتعليقات من الشركات بهدف تطوير التطبيق بما يناسب متطلباتهم إن أمكن وأيضاً لقياس توقعات الشركات لتطبيقنا عند طرحه.

2.3 تحليل المنافسين

2.3.1 المنافس المباشر:

• يمي yummy

تطبيق رقمي يدعى (yummy) يعرض مجموعة من المأكولات من قبل مطاعم مشتركة فيه للزبائن من خلال خدمة طلب أونلاين.

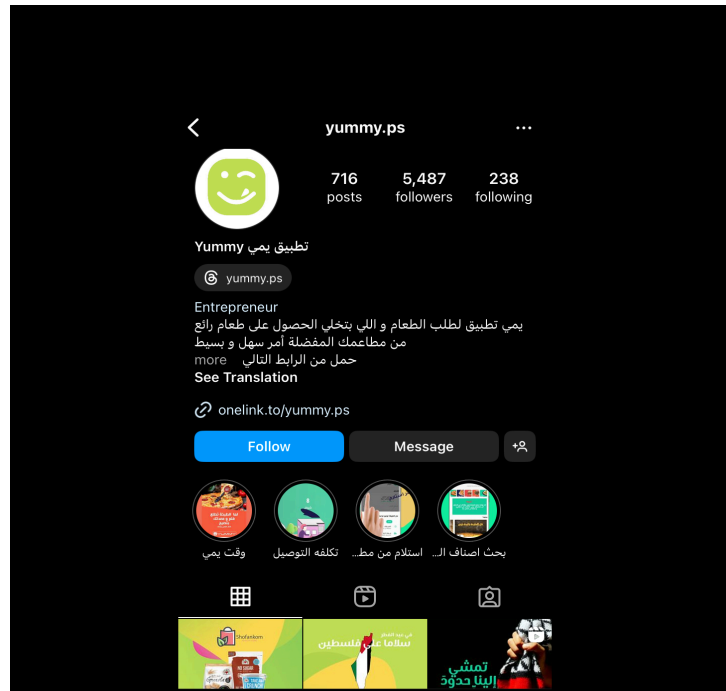
نقاط القوة:

1. يقدم خدمة التوصيل في العديد من مدن الضفة الغربية في فلسطين.
2. السعر حسب المنطقة من 15-30 شيكل.

نقاط الضعف:

1. يقدم خدمات توصيل طعام فقط.
2. لا يوفر خدمة توصيل في جميع أرجاء المدينة .
3. غير معروف, لا يتفاعل بشكل كبير في الأونلاين ولا يستثمر في الإعلانات.

السوشيال ميديا الخاصة بهم:



● سابق لاحق

نقاط القوة:

1. السعر 20ش



الأسعار
من الضفة الغربية إلى

السعر (شيكل)	المنطقة
20	مدن الضفة
30	القدس الشريف

2. توفر الشركة عددًا كبيرًا من السيارات لعمليات التوصيل واسعة.
3. سمعة جيدة بحيث حازت الشركة على ثقة العديد من الزبائن، مما يعكس سمعتها الجيدة في السوق.
4. تمتلك الشركة شبكة توصيل موثوقة تمتد عبر الضفة الغربية، مما يسمح لها بتغطية مناطق واسعة بفعالية.

نقاط الضعف:

1. عدم استخدام تقنيات متقدمة في التواصل مع الزبائن.
2. لا يملكون تطبيق خاص بهم.
3. لا يعرضون منتجات .
4. لا يوجد لديهم قناة يوتيوب.
5. مدة التوصيل من يومين إلى ثلاث.

سوشيال ميديا:

مش مهم المسافة
توصيلنا بيوصل

التوصيل خلال 3 أيام فقط 24 ساعة

للإقليم: 0594333494
رام الله: 0594333197
نابلس: 0594333489
الداخل: 0526389676
www.Sabeq.ps

شركة سابق ولاحق للتوصيل
4.1K likes • 8.3K followers

Message Like Search

Posts About Mentions Reels Photos Videos More

< **sabeq_laheq_** ...

29 posts 453 followers 0 following

سابق ولاحق للتوصيل
شركة سابق ولاحق للتوصيل والخدمات اللوجستية
أفضل خدمة توصيل - الأسرع على الإطلاق - الأقل تكلفة
التوصيل للضفة والقدس وجميع مناطق الداخل
See Translation

Follow Message +

Feedback application... Ac Facebook

• ايرجنت

نقاط القوة :

1. توفير أسطول كبير من السيارات والدراجات النارية.
2. قدرتها على استقبال وتسليم عدد كبير من الطرود بفضل وجود مخازن كبيرة.

نقاط الضعف :

1. ليس لديها حساب سوشيال ميديا غير الفيسبوك
2. ضعفها في إنشاء استراتيجيات التسويق وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية.
3. عدد متابعيها قليل.
4. السعر من 20-50 ش حسب المناطق.

السوشيال ميديا :



شركة ايرجنت للتوصيل - فلسطين
2.2K likes • 2.4K followers

WhatsApp Message Like

Posts About Mentions Reviews Followers Photos More

2.3.2 المنافس غير المباشر:

• شي إن:

نقاط القوة:

1. متواجد في العديد من منصات التواصل الاجتماعي.
2. السعر 0ش (توصيل مجاني).
3. معروف و يستخدمه الكثير من الناس.

نقاط الضعف:

1. منتجات غير محلية.
2. مدة التوصيل لا تقل عن 10 أيام.

السوشيال ميديا:

الفيس بوك



إنستجرام



shein_ar

Follow

Message

+ Add

10,029 posts

5.5M followers

480 following

AR.SHEIN.COM

shein_ar

التوفير، والعيش بأناقة! تقدم شي إن اكتشافات لانهاية بأسعار معقولة، لذا يمكنك الحصول على المزيد مما يعجبك SHEIN #saveinstyle# رابط التسوق

linktr.ee/shein_ar

Followed by m.Joz12, rawaak, and



Closet Inspo



SHEIN Rama...



TikTok



SnapChat



AutismAware...



CHARITY



YOU TOPIA

POSTS

REELS

TAGGED

قناة اليوتيوب

Search

Q

Microphone icon



SHEIN

@SHEINOFFICIAL · 717K subscribers · 398 videos

SHEIN

Welcome to the exciting world of SHEIN! ...more

shein.com and 5 more links

Subscribe

Home

Videos

Shorts

Playlists

Community

Q

بينترست



SHEIN

SHEIN ✓

Verified Merchant

shein.com · Time to give in to those need-new-stuff-everyday cravings! Cuz we bring you inspirations of all things fashion, travel, food +more! You'll never miss...more

SHEINofficial

7.4M followers · 69 following

10m+ monthly views



Follow



Created

Saved

سناپ شات



SHEIN_AR ★

Brand

📍 Riyadh, Saudi Arabia

WEAR YOUR WONDERFUL 🧥 👗 🛍️ 🛒 EM16 %١٦ كود الخصم يخصم 🇸🇦

تبيك توك



shein_ar_official ✓

SHEIN_AR_Official

Follow

131 Following 2.4M Followers 16.3M Likes

!مكانك المفضل للتوفير، والعيش بأناقة



🔗 m.shein.com/ar/new/2024-Ei... |

📲 play.google.com/store/apps/...

● مارت:

نقاط القوة:

1. السعر التوصيل 10ش وفي حالة شراء بمبلغ يصل 150ش يكون التوصيل مجاني.

طرق الدفع	نقدا عند الاستلام
	<p>الضفة الغربية: 10 شيكل اذا كان مجموع كامل طلباتك اقل من 150 شيكل ويكون التوصيل مجاني للطلبات بقيمة 150 شيكل وأكثر</p>

2. دعم فني قوي.

3. توصيل لجميع مدن فلسطين الضفة والداخل.

نقاط الضعف:

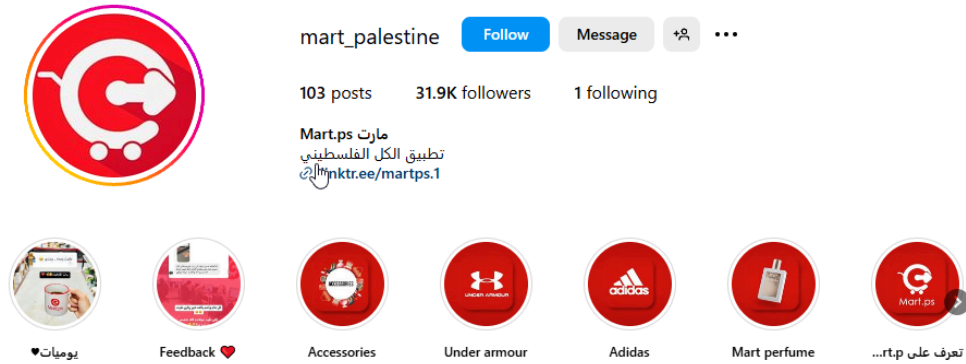
1. مدة التوصيل تصل من 3-4 أيام وقد يصل إلى 7 أيام في حدوث خلل أو تأخير.
2. ليس لديهم تطبيق.

السوشيال ميديا:

فيسبوك



إنستجرام



2.4 الفئة المستهدفة :

● B2C

1. Demographic: الأشخاص من عمر 14 فما فوق.
2. Geographic : الخليل.
3. Psychographic: يستهدف الموقع الناس الذين يريدون توفير وقت وجهد والذين يريدون طردهم بسرعة عن طريق الويب سايت او تطبيق.

● B2B

1. قطاع الملابس
2. قطاع منتجات التجميل
3. قطاع الأجهزة الكهربائية
4. قطاع الأجهزة الإلكترونية
5. قطاع الأثاث المنزلي
6. اكسسوارات المنزل
7. قطاع المطاعم
8. قطاع الألعاب

Persona 2.5

● B2C

1. نورة :

الخلفية: امرأة مهنية في منتصف العمر.
احتياجاتها: تحتاج لتوصيل فعال وسريع بسبب جدولها المزدحم.
تحدياتها: ضغط الوقت وحاجتها إلى تجربة سهلة وسريعة.

2. علي العامل:

الخلفية: رجل عامل يعتمد على التوصيل لتلبية احتياجاته اليومية.
احتياجاته: يفضل تكلفة منخفضة وخدمة سريعة وموثوقة.
تحدياته: قلة الوقت وحاجته إلى الكفاءة في التسليم.

3. لينا الطالبة:

الخلفية: طالبة جامعية تعيش حياة مزدحمة بين الدراسة والأنشطة الاجتماعية.
احتياجاتها: تبحث عن توصيل سريع للوجبات والحاجيات اليومية.
تحدياتها: الضغط الدراسي وحاجتها إلى حلاً فعالاً للتوصيل.

● B2B

1. لشركة ملابس:

اسم الشركة: موضة راقية.

الخلفية: شركة تجزئة للملابس والأزياء الراقية.

احتياجاتها: تحتاج إلى توصيل سريع للملابس الجديدة والاكسسوارات.

2. لشركة مطاعم:

اسم الشركة: تجربة مذاق.

الخلفية: سلسلة مطاعم تقدم وجبات متنوعة.

احتياجاتها: تحتاج إلى توصيل سريع لتلبية طلبات الطعام وتحسين تجربة العملاء.

3. لشركة تموينية:

اسم الشركة: الإمداد السريع.

الخلفية: شركة تموين تقدم منتجات غذائية ومستلزمات منزلية.

احتياجاتها: تحتاج إلى توصيل سريع للطلبات الكبيرة والمستلزمات الضرورية للعملاء.

2.6 التقنيات و التكنولوجيا المستخدمة:

● حجز النطاق و اسم المجال name domain

● WordPress

لقد قمنا باختيار الوردبريس بسبب هذه المزايا:

(1) سهولة الإنشاء:

وردبريس يمكنها إنشاء مواقع ويب بسهولة وفي وقت أقل مقارنة ب البرمجة من الصفر.

القدرة على إطلاق موقع قائم بسرعة تساهم في توفير الجهد وتحسين كفاءة العمل.

(2) قوالب احترافية:

يوفر وردبريس مجموعة متنوعة من القوالب الاحترافية، مما يساعد على تصميم مواقع ذات

مظهر احترافي وجذاب.

(3) سهولة الاستخدام:

واجهة بسيطة وخيارات سهلة تتيح للمستخدمين التحكم في مواقعهم بكل سهولة وفعالية.

هذه السهولة تساهم في استغلال الوقت وتقليل الجهد المبذول في إدارة الموقع.

(4) إدارة جماعية:

يمكن التحكم في ووردبريس بشكل فردي أو جماعي، مما يسهل توزيع المهام وإدارة الصلاحيات بشكل مرن وفعال.

(5) مفتوحة المصدر والتطوير السريع:

وردبريس كمنصة مفتوحة المصدر تتيح تحديثات دائمة وتطوير سريع، مما يوفر ميزات جديدة بانتظام وبشكل مجاني.

● Elementor

وذلك لأنها سهلة الاستخدام، تُمكننا من إنشاء تصميمات رائعة بدون الحاجة لمهارات برمجية متقدمة. بفضل واجهتها المرئية وإمكانيات السحب والإسقاط، ويقوم بتوفير الوقت والجهد في عملية تطوير المواقع.

● WooCommerce

1. مرونة التخصيص:

● يمكننا من تخصيص مظهر وتصميم المتجر بسهولة باستخدام القوالب و التكوينات المختلفة المتاحة.

2. سهولة الاستخدام:

● واجهة المستخدم بديهية تجعل عملية إضافة المنتجات وإدارة الطلبات والمستخدمين سهلة ومفهومة.

3. إدارة المخزون:

● يتيح لك WooCommerce تتبع المخزون بشكل فعال، ويُعلمك عندما يكون هناك حاجة لإعادة تعبئة المنتجات.

4. تكامل الدفعات الآمنة:

● يُدمج بسلاسة مع مزودي خدمات الدفع الشهيرين، مما يوفر خيارات دفع آمنة ومريحة للعملاء.

5. تكامل الشحن:

● يدعم WooCommerce تكامل مع خدمات الشحن الشهيرة، مما يتيح لنا حساب تكلفة الشحن وتوفير تتبع للشحنات.

6. توفير تقارير وإحصائيات:

● يوفر تقارير مفصلة حول مبيعاتك وأداء متجرك، مما يساعد في اتخاذ قرارات أفضل.

● تقنيات الحماية والأمان:

المواقع الإلكترونية تُعد أكثر حساسية لقضايا أمان المعلومات، نظرًا لاحتوائها على معلومات هامة عن العملاء. لذلك، يعد الحصول على شهادة تشفير SSL أمرًا ذا أهمية بالغة، حيث تُشفّر هذه الشهادة البيانات التي يتم نقلها، مما يُعزز من مستوى الأمان ويحمي تلك المعلومات الحساسة بشكل فعّال.

2.7 خطة فحص الموقع:

الخطوة الأولى:

- فحص كل جزء من أجزاء الموقع بشكل منفصل بعد اكتمال عملية التصميم للتأكد من أن كل جزء يعمل بشكل جيد.
- اختبار استقرار الموقع (قدرة الموقع على العمل).
- اختبار أداء الموقع عند دخول المستخدم.
- اختبار الموقع عند الضغط ودخول عدد كبير من المستخدمين.

الخطوة الثانية: قام فريق البحث في هذه الخطوة بالتحقق من:

- أن جميع الروابط تعمل دون وجود أخطاء وستظهر للمستخدم بالشكل المطلوب.
- صحة الروابط الخارجية.
- عدم وجود روابط تؤدي إلى نفس الصفحة.

الخطوة الثالثة:

- التحقق من إمكانية الوصول إلى الصفحة الرئيسية من جميع الصفحات.
- التحقق من صحة بيانات الدخول عند تسجيل الدخول بمعلومات صحيحة.
- التعامل مع خطأ في البيانات عند تسجيل الدخول بمعلومات غير صحيحة.

الخطوة الرابعة:

- فحص مدى قبول الموقع من قبل المستخدمين من خلال تجربته من قبل عينة صغيرة من المستخدمين لضمان عدم وجود أخطاء وتحسينها إذا كانت موجودة.
- اختبار سرعة الموقع باستخدام أداة Page Speed Insights.
- التأكد من أن الأزرار والقوائم مناسبة للاستخدام.

الخطوة الخامسة:

- فحص الأمان في الموقع والتحقق من حماية البيانات والحفاظ عليها.
- التحقق من عدم إمكانية تسجيل الدخول بكلمة مرور غير صحيحة أو اسم مستخدم خاطئ.
- التأكد من عدم الوصول غير المصرح به إلى الصفحات.
- اختبار وجود SSL.
- التحقق من اختبار CAPTCHA باستخدام البرامج النصية التلقائية.

الخطوة السادسة:

- اختبار فهم المستخدم لجميع الصفحات وسهولة استخدامها.
- اختبار مدى تجاوب الموقع مع محركات البحث باستخدام أداة pro.sitechecker.
- ضمان عمل النظام على متصفحات متعددة.
- اختبار الموقع على أجهزة مختلفة وأنواع متنوعة.
- التحقق من عدم وجود أخطاء إملائية.
- التحقق من حجم الصور والخطوط والألوان وتحديد موقعها بشكل صحيح وبحجم مناسب.

الخطوة السابعة:

- اختبار فهم المستخدم لجميع الصفحات وسهولة استخدامها.
- اختبار مدى تجاوب الموقع مع محركات البحث باستخدام أداة pro.sitechecker.
- ضمان عمل النظام على متصفحات متعددة.
- اختبار الموقع على أجهزة مختلفة وأنواع متنوعة.
- التحقق من عدم وجود أخطاء إملائية.
- التحقق من حجم الصور والخطوط والألوان وتحديد موقعها بشكل صحيح وبحجم مناسب.

2.8 اعتماد تصنيف الموقع:

2.8.1 النظام الذي سيتم استخدامه في بناء الموقع:

نظام إدارة المحتوى (CMS)

2.8.2 اسباب اختيار CMS :

قابلية التوسع: يُتيح CMS توسيع الموقع بسهولة عند الحاجة إلى إضافة مزيد من المحتوى أو التعديلات، مما يجعله ملائماً لتطوير المواقع بمرور الوقت.

• مرونة التصميم: يُمكن CMS من تحديد وتغيير تصميم الموقع بشكل مرن وبسهولة، دون الحاجة إلى إعادة بناء هيكله الأساسي.

• التعاون وإدارة الصلاحيات: يُتيح CMS لفرق العمل التعاون بشكل فعال، حيث يمكن تخصيص صلاحيات الوصول لكل عضو في الفريق وتحديد مسؤولياته.

• تحديثات وأمان: يُقدم CMS تحديثات منتظمة وتحسينات أمان لضمان استمرارية عمل الموقع وحمايته من التهديدات الأمنية.

• دعم المجتمع والمجتمع الواسع: يتيح الاعتماد على CMS الاستفادة من دعم وتوجيهات المجتمع الواسع المتاح لمستخدميه، مما يساعد في حل المشكلات وتبادل الخبرات.

• توفير الوقت والجهد: يُسهّل CMS إنشاء المواقع بشكل أسرع وأكثر فعالية مقارنةً بالبناء من الصفر، مما يقلل من الجهد اللازم ويسرع عملية التطوير.

: Social media strategy 2.9

1. تحديد الأهداف:

في هذه المرحلة المحورية، يجب على الفريق تحديد الأهداف بدقة أكبر وبشكل موسع. يمكن تحقيق ذلك من خلال تحديد الأهداف الكمية والنوعية، مثل زيادة الحضور الرقمي للتطبيق بنسبة محددة وتحسين تفاعل المستخدمين عبر الاندماج في حوارات مع العملاء وجذب انتباههم.

2. تحديد الفئة المستهدفة:

- في هذه الخطوة، يتوجب على الفريق فهم عميق لسلوكيات الجمهور المستهدف، بما في ذلك السمات الديموغرافية والاهتمامات. يُشدد على أهمية إجراء أبحاث للتأكد من توجيه الحملة بشكل فعال.

- يمكن تحسين هذه العملية بتقديم نماذج شخصيات العملاء لتحديد الأفراد ذوي الصلة.

3. اختيار وسائل التواصل الاجتماعي:

- يتطلب اختيار المنصات التفاعل معها دراسة دقيقة لإحصاءات الجمهور وأنماط الاستخدام. يُشجع على تحليل الاتجاهات الصاعدة والمحتوى الذي يلقى إعجاباً كبيراً على هذه المنصات.

- يجب استكشاف فرص التعاون مع مؤثرين رقميين لتعزيز الوصول وتعزيز المصداقية.

4. قياس الأداء (KPI):

- *معدل التحويل (Conversion Rate):* يُعد هذا المؤشر حجر الزاوية لتقييم كفاءة الحملة. يجب تتبع نسبة المستخدمين الذين قاموا بالتحويل من مجرد متابعين إلى مستخدمين فعالين.

- *متوسط الوقت المستغرق على الموقع*: يُظهر هذا المؤشر فعالية المحتوى في الاحتفاظ بالمستخدمين على الموقع، مما يعزز الفرصة لتحقيق تحويل.

باستخدام هذا النهج الموسع، يمكن للفريق أن يكون أكثر تحديدًا وفعالية في استراتيجيته لتعزيز تواصل التطبيق عبر وسائل التواصل الاجتماعي .

: Content-led Gen 2.10

المرحلة 1: تحليل الجمهور المستهدف((Target audience analysis)

1. استهداف العملاء المحتملين:

- الشركات الصغيرة والمتوسطة التي تحتاج إلى توصيل سريع وفعال للطرود.
- المتسوقين عبر الإنترنت الذين يرغبون في توصيل الطلبات بسرعة.
- الأفراد الذين يحتاجون إلى توصيل طرودهم الشخصية.

المرحلة 2: إستراتيجية المحتوى(Content strategy)

1. محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي:

- إنشاء محتوى متنوع يستعرض سرعة وفعالية التوصيل باستخدام الدراجات الهوائية.
- فيديوهات قصيرة تظهر العمليات السريعة لتوصيل الطرود.
- نشر قصص نجاح العملاء وتجاربهم الإيجابية مع التطبيق.

2. مدونة التطبيق:

- مقالات تقنية حول كيفية تحسين كفاءة التوصيل باستخدام التكنولوجيا.
- مشاركة أخبار حديثة حول تطورات تقنيات التوصيل والدراجات الهوائية.

المرحلة 3: الحملات الإعلانية والتسويقية(ADV and marketing campaigns)

1. إعلانات عبر الإنترنت:

- حملات PPC (الدفع مقابل النقرة) مستهدفة للكلمات الرئيسية المتعلقة بالتوصيل السريع والدراجات الهوائية.
- ترويج العروض الخاصة للعملاء الجدد.
- 2. شراكات محلية:
- التعاون مع المحلات الصغيرة والمتاجر الإلكترونية لتقديم خدمة التوصيل بسرعة معتمدة على التطبيق.

المرحلة 4: تقديم قيمة مضافة(Providing an added service)

1. خدمة العملاء المميزة:

- توفير واجهة مستخدم سهلة وتجربة تطبيق مريحة.
- دعم عملاء على مدار الساعة لضمان حل أي مشكلات في التوصيل.
- 2. برنامج ولاء:

- نظام مكافآت للعملاء المتكررين والشركات المستخدمة للتطبيق بشكل متكرر.

المرحلة 5: تقييم الأداء وتحسينه(Evaluating and improving performance)

1. مراقبة الأداء:

- تحليل البيانات لمعرفة الأداء في مجالات مثل سرعة التسليم ومستوى رضا العملاء.
- مراقبة التفاعل مع المحتوى والإعلانات لتحديد النجاح والتعديلات اللازمة.

2. تحسين الخدمة:

- استجابة لتغذية العملاء الراجعة ((feedback والتعليقات، تحسين الخدمة وفقاً للاحتياجات المحددة.
- تذكر أنّ استراتيجية Content-led Gen تعتمد على إنشاء محتوى قيم وجذاب يستهدف جمهورك المستهدف ويساعد في بناء الوعي والثقة حول خدمتك.

الفصل الثالث

3.1 المقدمة:

يعد هذا الفصل موجزاً حول الخطوات الأساسية المتبعة في عملية حجز نطاق التطبيق، نبدأ في هذا الفصل بتحديد الموقع الإلكتروني والتطبيق الذي يتم عمله وصناعته من ثم يسلم الضوء على عملية اختيار النطاق، حيث يتم تحديد اسم التطبيق وتوضيح المعايير التي تم اختيارها أثناء عملية اختيار النطاق بعد عمليات البحث والتحقق من توفر النطاق المختار.

وفي نهاية الفصل يتم توضيح نوع التطبيق بما يتناسب مع طبيعة هذا العمل مشيراً إلى سبب وراء اختيار هذا النوع من المشروع، يتيح هذا الفصل معرفة عميقة وتفصيل العمليات المشمولة في حجز النطاق للتطبيق والموقع والاستضافة.

3.2 خطة حجز الدومين:

بداية قمنا بتحديد احتياجات حجز الموقع وهي: الفيزا كارد وجهاز الحاسوب وقمنا باختيار النطاق والتحقق من توافر النطاق.

واتخاذ قرار حول نوع الاستضافة ومن ثم الدخول الي موقع نطاقي لحجز saree3.ps حيث انها معتمدة من قبل منظمة الايكان العالمية لتسجيل النطاقات ثم إتمام تكوين الاستضافة

3.3 الخطوات المتبعة في تحضير وحجز الموقع الإلكتروني:

الخطوة (1):

فتح موقع interserver واختيار اسم للتطبيق الذي نريد تصميمه

Web Hosting Direct Admin

Choose the hostname you want for your site.


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



Continue

صورة 43 : اختيار اسم التطبيق .

الخطوة (2)

إتمام عملية الدفع وحجز مساحة على السيرفر

 Order Summary

saree3.ps 	12 Month(s)
Availability:	 Already Registered! Proceed only if you already own the domain
Web Hosting Direct Admin	\$2.50 / month
Total	US\$30.00

Agree to the offer terms

The subscription will automatically renew every **12 month(s) at US\$84.00** until canceled.

By checking this box, you acknowledge that you are purchasing a subscription product that automatically renews (**As Per The Terms Outlined Above**) and is billed to the credit card you provide today. If you wish to cancel your auto-renewal, you may access the customer portal ([Here](#)) select the active service and click the **Cancel** link or email at: billing@interserver.net or use another method outlined in the **Terms and Conditions**. By checking the box and clicking Place My Order below, You also acknowledge you have read, understand, and agree to our [Terms and Conditions](#) and [Privacy Policy](#).

I have read the terms above and I agree.

Place Order

صورة 44: عملية الدفع والحجز .

الخطوة (3):

نسخ id الخاص بالسيرفر من interserver لاستضافته على موقع نطاقي

إدارة saree3.ps

saree3.ps / إدارة الدومينات / منطقة العمل / البوابة الرئيسية

نظرة عامة

قفل الدومين مفتوح حالياً

يجب تفعيل قفل الدومين إلا في حالة رغبتك بنقله

الدومين:

saree3.ps

بداية الإشتراك:

12/12/2023

تاريخ التجديد:

12/12/2024

الحالة:

فَعَال

SSL Status

 Valid SSL Detected

SSL Issuer Name

R3

الدفع للمرة الأولى:

\$35.00 USD

المبالغ الدورية:

كل 1 سنة / سنوات \$45.00 USD

طريقة الدفع:

دفع فيزا او ماستر كارد و (VISA / MASTER / ATM card)

SSL Start Date

12/12/2023

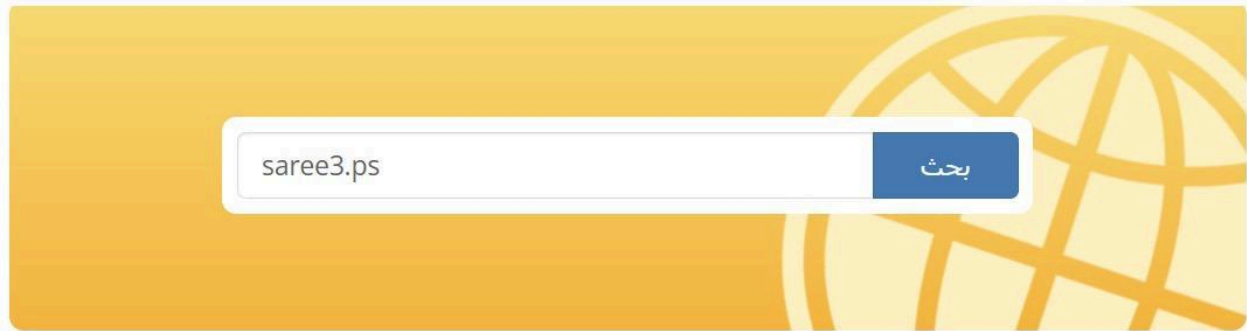
SSL Expiry Date

11/03/2024

صورة 45 : نسخ عنوان ID واستضافته على موقع نطاقي .

خطوة (4)

حجز الدومين على موقع نطاقي



متاح الدومين المطلوب saree3.ps

\$35.00 USD أضف للعربة



صورة 46 : حجز الدومين على موقع نطاقي .

3.4 نوع التطبيق:

تجاري ، خدماتي ، متجر ، منصة ، حجز مواعيد ... الخ .

3.5 مبررات استخدام المساحة:

قمنا بحجز ال domain عن طريق موقع نطاقي.
قمنا باستخدام موقع نطاقي لأسباب عدة:

- 1- سهولة الاستخدام.
- 2- أمان وقوة.
- 3- شهادة SSL مجانية.
- 4- عدد زوار غير محدود.
- 5- مساحة تخزينية غير محدودة.

3.6 اسم النطاق ومبررات اختياره:

Saree3.ps

- القابلية للتذكر والتميز ووصول الفكرة للزبون.
- الحدائة حيث ان اسم التطبيق غير موجود او مستخدم عند أحد آخر غيرنا.
- قابلية التطوير على هذا التطبيق والتوسع فيه.
- اسم ذو صلة ومعنى كبير وواضح يجذب انتباه الزبائن و يتناسب مع طبيعة عمل التطبيق .
- سهل الحفظ والكتابة .
- له علاقة بالموقع .

3.7 الهوية البصرية :

شعار الموقع :



صورة 47 : شعار الموقع .

3.8 ألوان الموقع:



صورة 48 : ألوان الموقع .

اللون البرتقالي: #FF9305

يمثل اللون البرتقالي مشاعر الحماس، والإيحاء والإثارة وفي الأغلب يستخدم هذا اللون في جذب الانتباه، ويعتبر من الألوان النشطة، يرمز من الشمس، ويوحى بالتفاؤل والإشراق المستقبل.

اللون الأزرق: #0379DB

اللون الأزرق يدل على: السرعة، الثقة، الكرامة، والذكاء، والسلطة، والسيطرة، النظافة، والقوة، والاعتمادية، ورباطة الجأش.

اللون الأبيض: #FFFFFF

النظافة، التجدد والإشراق، الترتيب والتنظيم، الخير، ويرمز إلى بداية وفرصة جديدة.

الفصل الرابع:

4.1 أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم :

يتكون فريق العمل من أعضاء المشروع أنفسهم ، 4 طلاب من جامعة بوليتكنك فلسطين وهم أحمد غيث وقتيبة سلطان وزيد نوفل وتيسير أبو عيشة ، جميعنا من تخصص التسويق الإلكتروني ، تم العمل على المشروع بطريقة جماعية وتكاملية ، وتم تبادل الأفكار ومناقشتها بروح عالية والإجماع على القرارات واتخاذ المناسب لنجاح المشروع .

4.2 بعض الأعمال الجماعية التي قام بها فريق العمل ككل :

1. حجز الاستضافة والنطاق.
2. جمع المعلومات وتحديد الأفكار المهمة.
3. تحديد واختيار أفكار التصميم لـ واجهات الموقع والتطبيق.
4. إضافة المحتوى والمنتجات على الموقع والتطبيق.
5. إنشاء منصات سوشيال ميديا.
6. إنشاء بوستات منصات سوشيال ميديا.
7. تصوير فيديوهات تعليمية وتحميلها على اليوتيوب
8. تصوير فيديوهات إعلانية ونشرها في منصات سوشيال ميديا

النقاط الهامة في فترة عمر المشروع :

المهمة	الفترة الزمنية
فترة خلق فكرة المشروع	اسبوعين
فترة وضع الأفكار والأفكار الداعمة	اسبوع
فترة اختيار اسم المشروع	4 ايام
فترة عمل الاستبيان وتحليل السوق	5 اسابيع
حجز النطاق والاستضافة للمنصة	يوم
فترة انشاء وتصميم صفحة الهبوط للمنصة	3 اسابيع
فترة بناء التطبيق	5 اسابيع
فترة بناء السوشيال ميديا والمحتوى	اسبوع

اسبوعين	فترة اختبار المنصة
---------	--------------------

جدول رقم (12)

4.3 خطة التكلفة والسعر والتكلفة المستقبلية مفصلا لكل البنود الواردة فيها :

الأعمال التي تمت	السعر
حجز اسم دومين	112/30\$ ش
رفع من خلال سيرفر (host)	130/35\$ ش
التصاميم	260/70\$ ش
الإعلانات	112/30\$ ش
بناء موقع وتطبيق	1490/400\$ ش
استخدام أدوات تصوير	41/10\$ ش
الأعمال المستقبلية	السعر
حملة إعلانية في منصات التواصل الاجتماعي	4830/1300\$ ش
الترويج من خلال اللوحات المطبوعة والشاشات في الشوارع المدينة (إعلان ثابت ومتحرك)	1970/530\$ ش
تصوير فيديوهات قصص حول شخصيات منها مشهورة في استخدام التطبيق	1600/430\$ ش

جدول رقم (13)

4.4 معلومات التواصل بأعضاء الفريق :

اسم العضو	البريد الإلكتروني	رقم الهاتف
احمد غيث	204146@ppu.edu.ps	0569606145
قتيبة سلطان	204138@ppu.edu.ps	0595538415

0599126450	204203@ppu.edu.ps	زيد نوفل
0597900003	204123@ppu.edu.ps	تيسير أبو عيشة

جدول رقم (14)

4.5 معلومات الاتصال والتواصل للتطبيق والمنصة :

البريد الإلكتروني: support@saree3.ps

الفيس بوك :

https://www.facebook.com/profile.php?id=61559864331959&sk=friends_likes

الانستجرام :

<https://www.instagram.com/saree3ps>

اليوتيوب:

<https://www.youtube.com/channel/UCPYx2x8HjEeYqGuSFLzvwkQ>

4.6 مسؤولية الفريق :

1. عمل الاستبانة وجمع المعلومات من السوق المستهدف .
2. عمل صفحات للمنصة و التطبيق على منصات التواصل الاجتماعي .
3. إنشاء التصاميم اللازمة لصفحات التواصل الاجتماعي .
4. إنشاء إعلانات ممولة .
5. تصميم شعار الموقع والتطبيق.
6. تصميم الواجهات للموقع والتطبيق .
7. تصميم وتنسيق العناصر بالموقع والتطبيق .
8. تنسيق وكتابة محتوى الموقع والمنصة .
9. تصميم وإضافة القوالب.
10. عمل الربط اللازم بين الموقع والتطبيق .

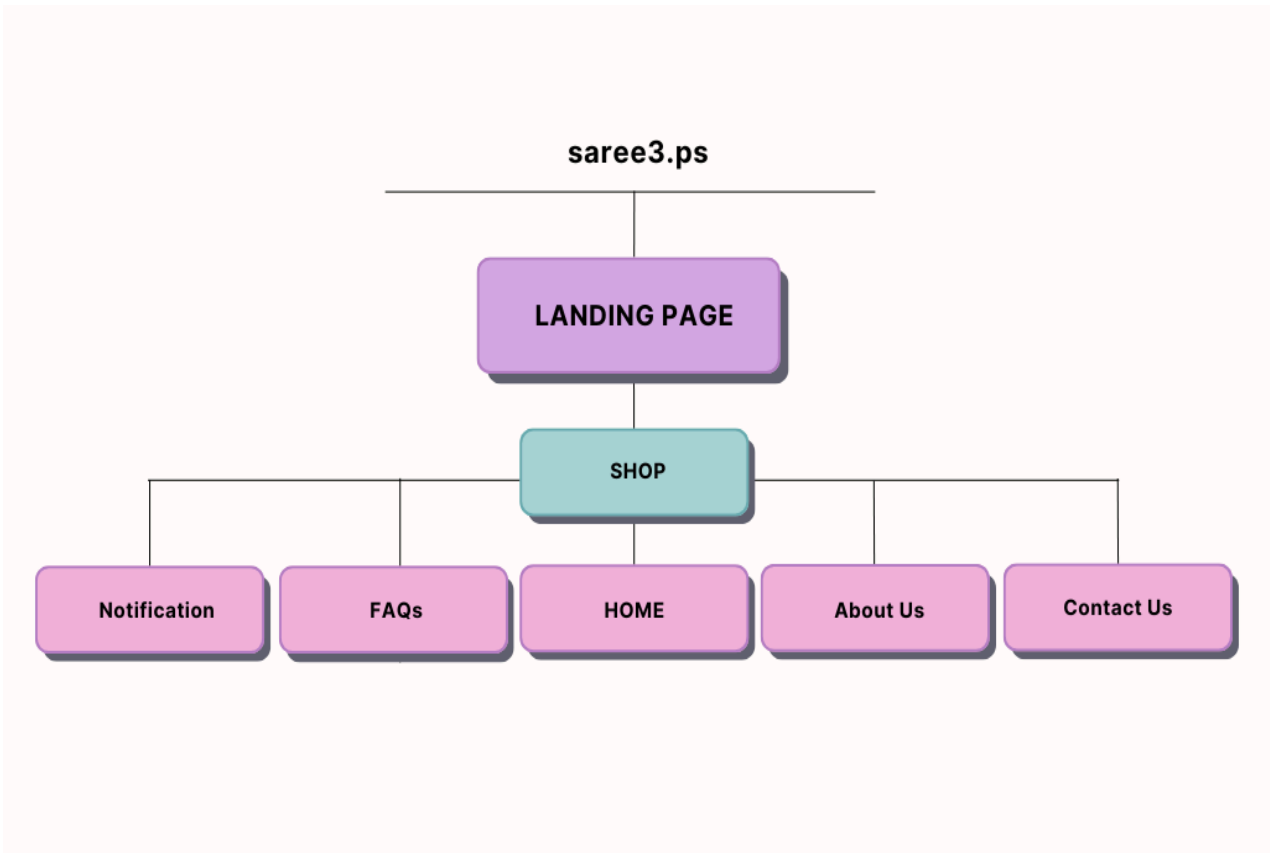
4.7 Web metrics:

سوف نختار أكثر الأدوات القياسية أهمية وهم:

- Average Time Spent: الوقت الذي قضاه الزائر في الموقع
- Exit Pages: الصفحة التي يخرج منها الزائر من الموقع
- Entrance Pages: الصفحة الأولى التي يدخلها الزائر عند دخوله الموقع
- Bounce Rate: معدل الإرتداد أي عدد الأشخاص التي بدأت وانتهت بنفس الصفحة
- Repeat Visits: عدد الزائرين المتكررين للموقع
- Feed Subscribers: هو عدد الأشخاص الذين أشاروا إلى رغبتهم في تلقي المحتوى الخاص بنا.
- Top Internal Search Keywords: الكلمات المفتاحية الأكثر استخداما في الموقع من قبل الزوار
- Conversion Rate: معدل التحويل أي قياس نسبة المستخدمين الذين يكملون أهداف الموقع
- Length of session: وقت الذي يستغرق فيه الزائر داخل الموقع من بداية دخوله حتى خروجه
- Depth of session: عدد الصفحات التي زارها لكل مدة الزمن session

الفصل الخامس:

5.1 خريطة الموقع:



صورة 49 : خريطة الموقع

5.2 خطة بناء المحتوى:

● تحديد الهدف من المحتوى:

بناء على الفئة المستهدفة سنقوم ببناء الموقع كوسيلة لتسهيل على المستخدمين التعرف على التطبيق وعلى الخدمة التي يقدمها وهدف وجوده بالإضافة إلى وجود خطوات إرشادية لكيفية الاشتراك واستخدام التطبيق وذلك من خلال بناء محتوى بسيط وسهل يحتوي على عناوين رئيسية وكلمات مختصرة .

● إختيار أهداف محتوى قابلة للتحقيق والقياس:

-عمل 4 بوستات ونشرها في منصات التواصل الإجتماعي من الفيسبوك والإنستجرام.

-عمل 3 فيديوهات تعريفية وتعليمية داخل منصة اليوتيوب

-إظهار أحد المشاهير داخل فيديو إعلاني

● إختيار نوع المحتوى:

سنقوم ببناء المحتوى بما يتناسب مع الفئة المستهدفة من خلال اختيار محتوى كتابي بسيط و صور وفيديوهات على اليوتيوب.

● تجهيز المحتوى:

4 بوستات:

1- بوست يحتوي على معلومات مختصرة حول التطبيق/الموقع ويحتوي على روابط تحميل التطبيق و رابط shop.

The image shows a Facebook post for Saree3 and a portion of its profile page. The post, published by Ahmad Ghaith on May 25 at 5:16 PM, promotes the Saree3 app, highlighting its speed and security. It provides download links for both iOS and Android, along with a website link (shop.saree3.ps) and a hashtag (#Saree3). The profile page below shows the app's name, a bio in Arabic, contact information (phone, email, website), and a 'Promote Website' button. The bio mentions that Saree3 offers a wide range of products and services with high quality and fast delivery.

صورة 50 : معلومات حول التطبيق

... saree3ps Hebron, West Bank

saree3ps امع سريع. وقتك ما بضيع - Saree3

حفل التطبيق الآن وتمتع بخدمة توصيل سريعة وآمنة مع إمكانية تتبع الطرود في الوقت الحقيقي

روابط التحميل في البايو

توصيل_سريع #تتبع_الطرود #Saree3

تم التعديل · أسبوع واحد

malak_shalabi1 بالتوفيق 🍀❤️

أسبوع واحد رد

m0sab_natsheh 🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

anas_aisheh 🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

yazan_qaoud 🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

mohammad_banat4 🍀🍀🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

ghaith_samar 🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

mohasakeeb بالتوفيق

أسبوع واحد رد

_motaz_g 🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

mohd_ta7 🍀🍀🍀❤️

أسبوع واحد رد

ahmadsaqerr 🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

ricardo_226 بالتوفيق يا حبيب القلب

أسبوع واحد رد

ahmadsaqerr 🍀🍀🍀

أسبوع واحد رد

ترويج مقطع ريلز

عرض الرؤى

تم تسجيل الإعجاب بواسطة zaid.nofal و80 من الأشخاص الآخرين

25 مايو

صورة 51 : معلومات حول التطبيق(2)

2- بوست يعرض ميزات التطبيق/موقع سريع.

-facebook

Great work! Now keep it up by completing more actions to improve your Page's health.

See more

Intro

نحن في Saree3 نسعى لتقديم تجربة تسوق شاملة ومريحة لعملائنا، حيث نجمع بين مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات عالية الجودة مع خدمة توصيل موثوقة وسريعة.

Edit bio

Page · Department Store

فلسطين

+972 59-912-6450

Saree3.H@gmail.com

shop.saree3.ps

Promote Website

Delivery

Not yet rated (0 Reviews)

Edit details

Add featured

Photos See all photos

هل تواجه مشاكل مع خدمات التوصيل؟
هل تلقيت طلبك في حالة سيئة؟
هل تعرضت لصعوبة في تتبع الطرود؟
مع سريع وقتك ما بضعب!
-التوصيل سريع
-تشكيلة واسعة من المنتجات
-الامان والموثوقية
-خاصية تتبع الطلب
شاركنا تجاربك وقم بزيارة الموقع وتحميل التطبيق.
#سريع #تتبع_الطرود #saree3 #توصيل_سريع

مميزات SAREE3

- خدمة التوصيل السريع .
- توفير تشكيلة كبيرة من المنتجات.
- المصداقية والامان
- نظام لتتبع حركة المنتج

تسوق الان

www.shop.saree3.ps

صورة 52 : ميزات-فيس بوك

-instagram

... saree3ps الحظيل

saree3ps هل نلقت طلبك في حالة سيرة؟ هل تعرضت لصعوبة في تتبع الطرود؟ مع سرعة وفكك ما يتبع

- التوصيل سريع
- تشكيلة واسعة من المنتجات
- الأمان والموثوقية
- خاصية تتبع الطلب

شاركنا تغاراك وقم بزيارة الموقع وتحميل التطبيق.

#سرعة_تتبع_الطرود #saree3
تم التتبعيل - 4 من

عرض الرؤى

ترويج المنشور

🔍 📌 📌

تم تسجيل الإعجاب بواسطة zaid.nofal و 3 من الأشخاص الأخرين منذ 5 ساعة

SAREE3

مميزات
SAREE3

- خدمة التوصيل السريع .
- توفير تشكيلة كبيرة من المنتجات.
- المصداقية والامان
- نظام لتتبع حركة المنتج

تسوق الان

www.shop.saree3.ps

صورة 53 : ميزات-انستغرام

3- بوست للشركات يعرض كيفية الإشتراك واستخدام تطبيق/موقع سريع من خلال رابط فيديو على اليوتيوب.

-facebook

Create post



Saree3

Public

حابب تزيد من مبيعاتك 📈؟
بدك طريقة للوصول لعملاء جدد ✓؟

مع سريع بتقدر تعرض منتجاتك بشكل إلكتروني وتوسع نطاق عملك.
لمعرفة المزيد حول كيفية الإشتراك قم بزيارة قناتنا على اليوتيوب من خلال
الرابط الآتي:

<https://www.youtube.com/watch?v=qqaoG2CoBPM>

😊#سريع #saree3 #زيادة_مبيعات #توصيل_سريع #تطبيق



ماذا يجب على شركتك
الانضمام الينا

- زيادة مبيعاتك
- تنمية عملك
- التواجد الالكتروني
- ربح المزيد من المال
- الوصول لعملاء جدد

www.saree3.com

Add photos and videos from your mobile device. Add

Add to your post



Boost post

You'll choose settings after you click Post.



Post

صورة 54: كيفية الإشتراك كشركة-فيس بوك

-instagram

لم يتم نشره ب بعد بحيث سوف يتم نشره في تاريخ 4/6/2024

4- بوست للموصلين يحتوي البوست على معلومات تعريفية عن التطبيق/الموقع وفرص العمل التي يوفرها و يعرض كيفية الإشتراك واستخدام تطبيق/موقع سريع من خلال رابط فيديو.
-facebook

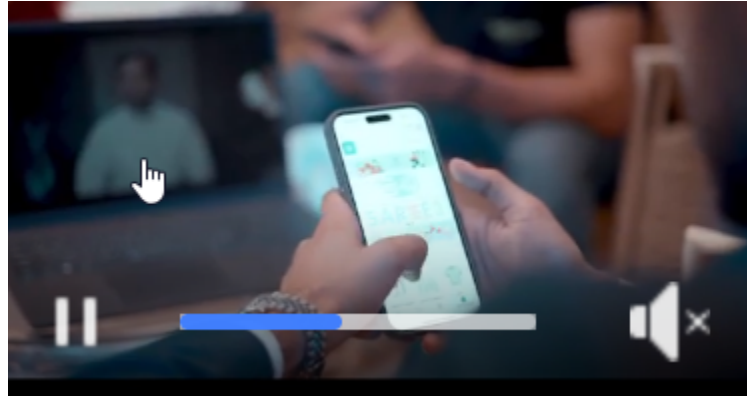
صورة 55 : كيفية الإشتراك كموصل-فيس بوك

-instagram

صورة 56 : كيفية الاشتراك كموصل-انستغرام

3 فيديوهات:

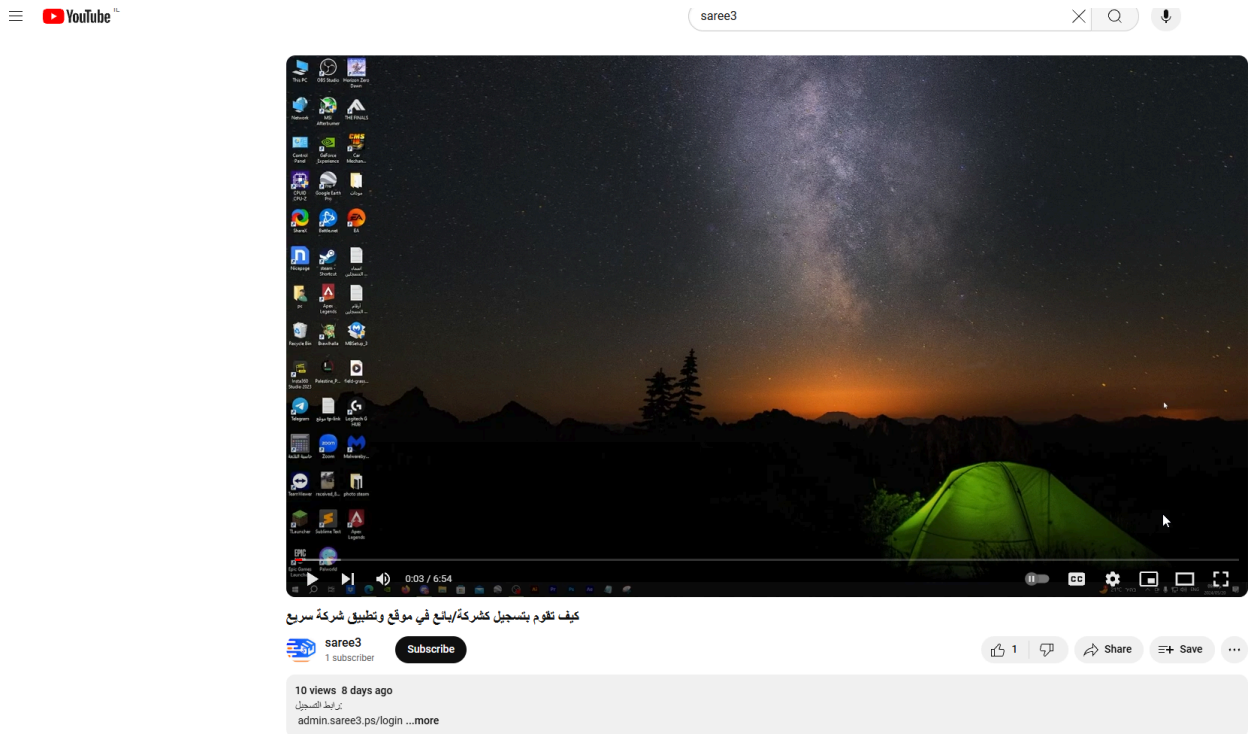
1- فيديو للزبائن يعرض مقطع سينمائي عن شخص يقوم باستخدام التطبيق لشراء منتج. ملاحظ: لم يتم رفع الفيديو على اليوتيوب لأننا نريد عرضه بالمناقشة أولاً.



صورة 57 : فيديو خاص بالزبائن

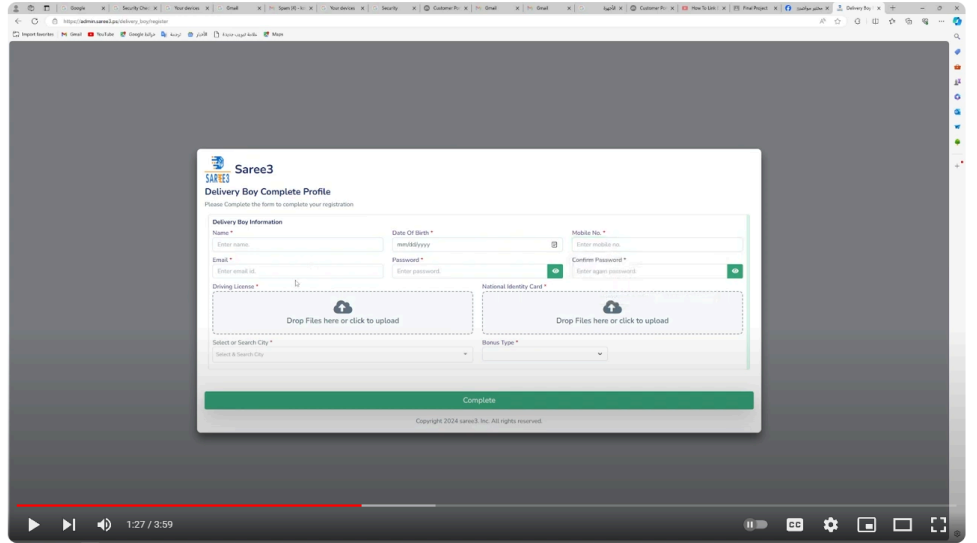
2- فيديو للشركات لشرح كيفية الإشتراك والتسجيل في التطبيق/ الموقع.

الرابط <https://www.youtube.com/watch?v=qqaoG2CoBPM>



صورة 58 : فيديو خاص بالشركات

3- فيديو للموصلين لشرح كيفية الإشتراك والتسجيل في التطبيق/ الموقع.



كيف تلوم بتسجيل كموصل في موقع وتطبيق شركة سريع

saree3 1 subscriber [Subscribe](#)

0 likes 0 comments [Share](#) [Save](#)

11 views 7 days ago
رابط التسجيل
<admin.saree3.ps/login...more>

0 Comments [Sort by](#)

[Add a comment...](#)

صورة 59 : فيديو خاص بالموصلين

• الترويج للمحتوى:

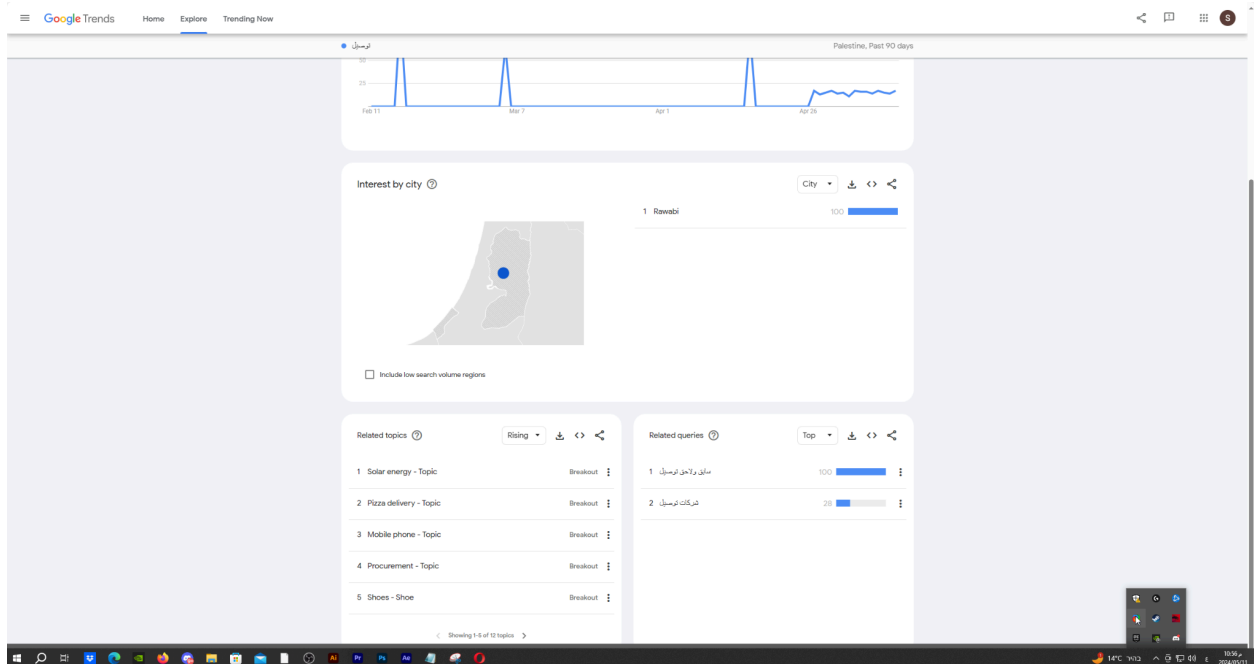
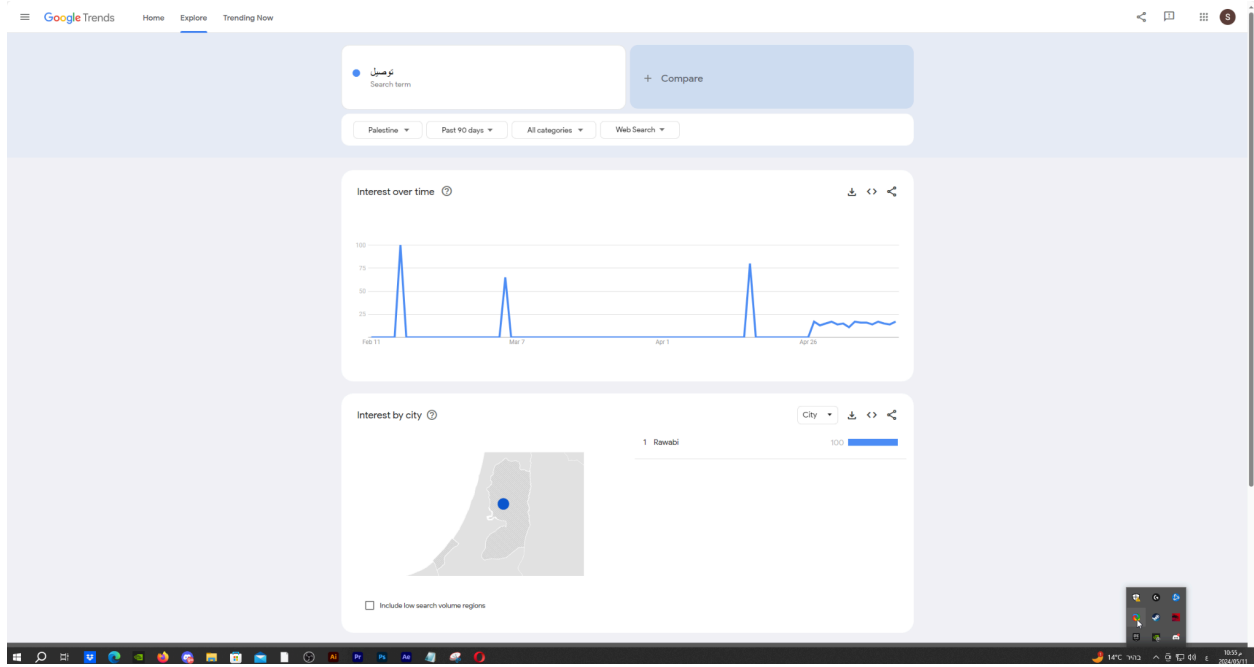
- طريقة الترويج ستكون من خلال:
 - وسائل التواصل الإجتماعي لأهميتها وكونها الأكثر إستخداما و منه قد إختارنا الفيسبوك والإستجرام حسب كثر مستخدميه وأيضا بحسب سؤال الإستبانة التي أظهرت أنهم الأكثر إستخداما.
 - استخدام مندوب لترويج بشكل مباشر للشركات.
 - استخدام لوحات الشاشات ولوحات المطبوعة في شوارع الخليل في المناطق الأكثر اكتظاظا بالناس.

5.3 الكلمات المفتاحية:

:Generating Content Ideas

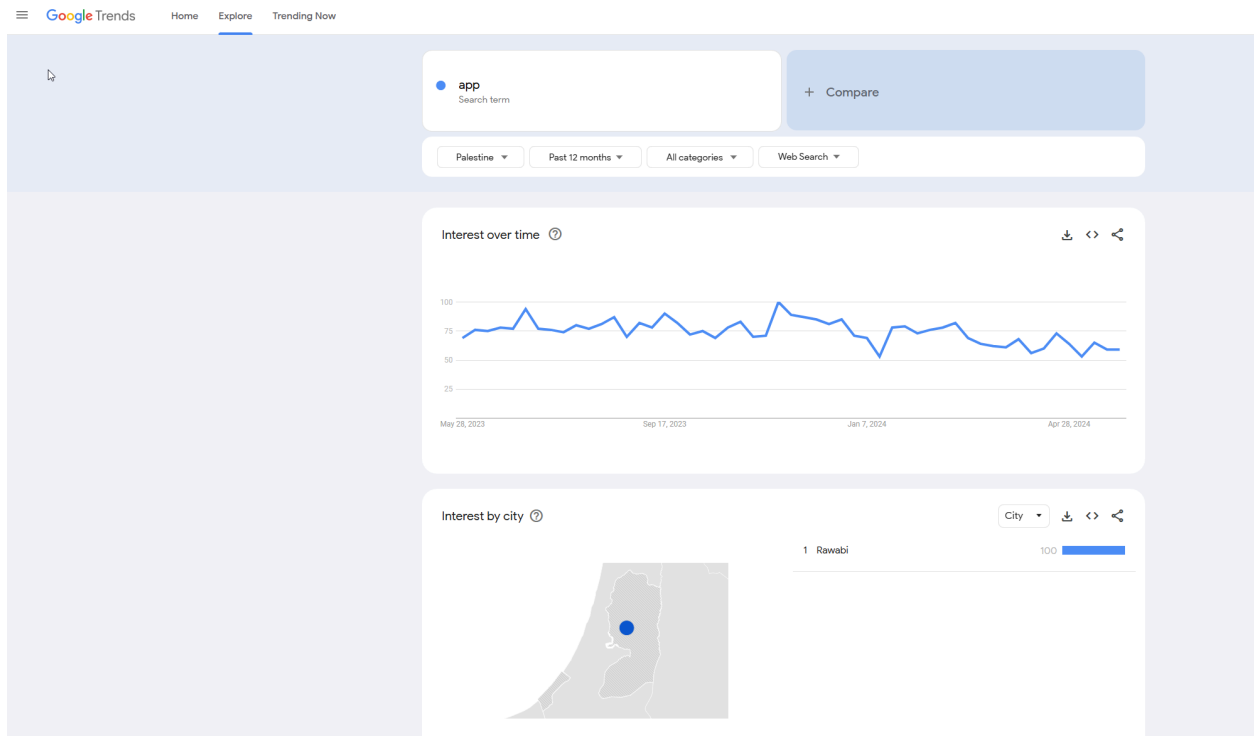
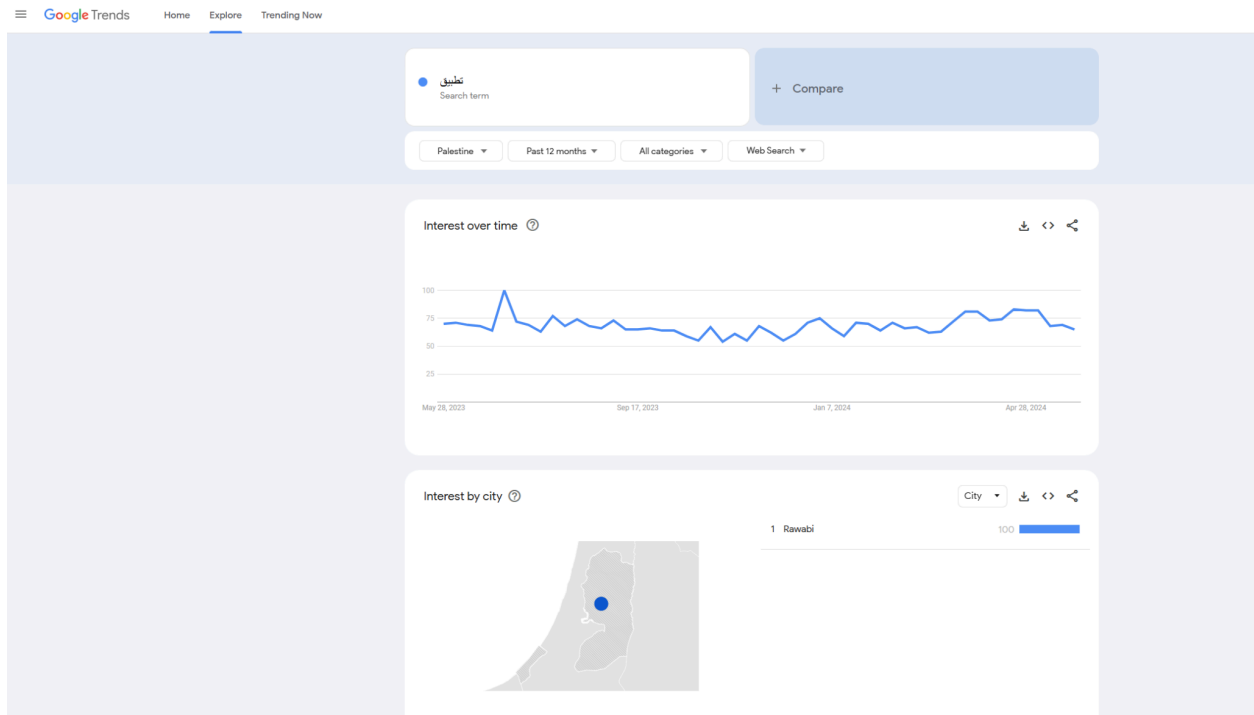
:google trends

1. توصيل



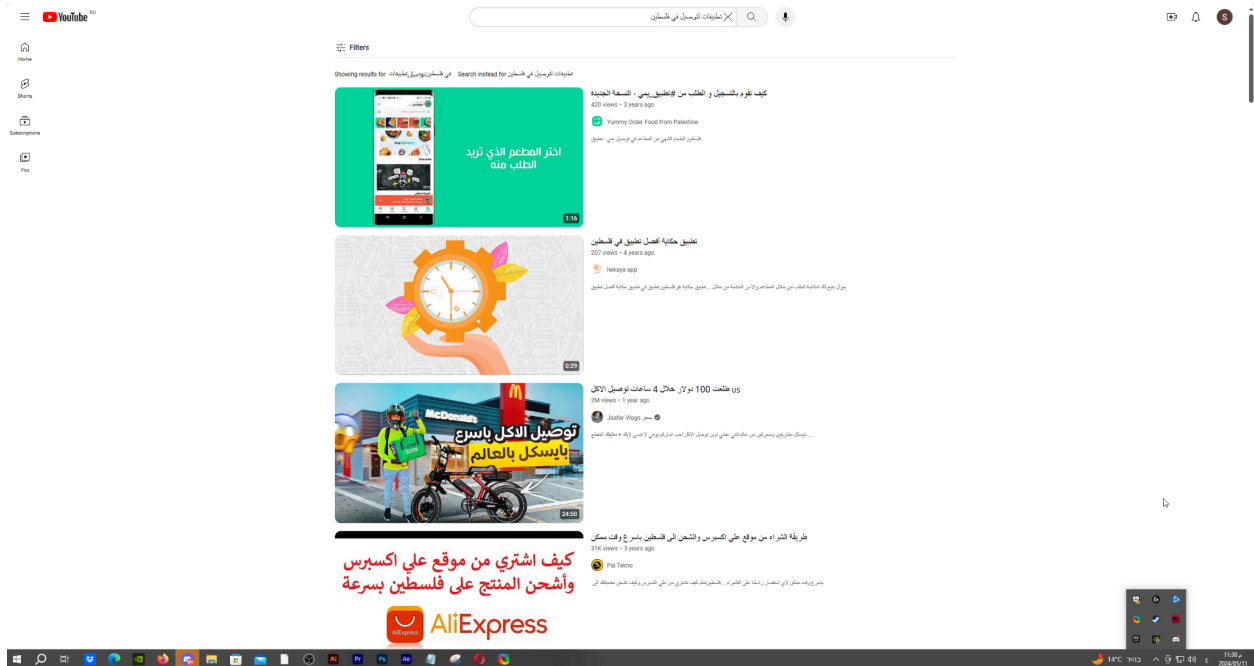
صورة 60 : كلمات مفتاحية (Google) - توصيل

2. تطبيق, App.

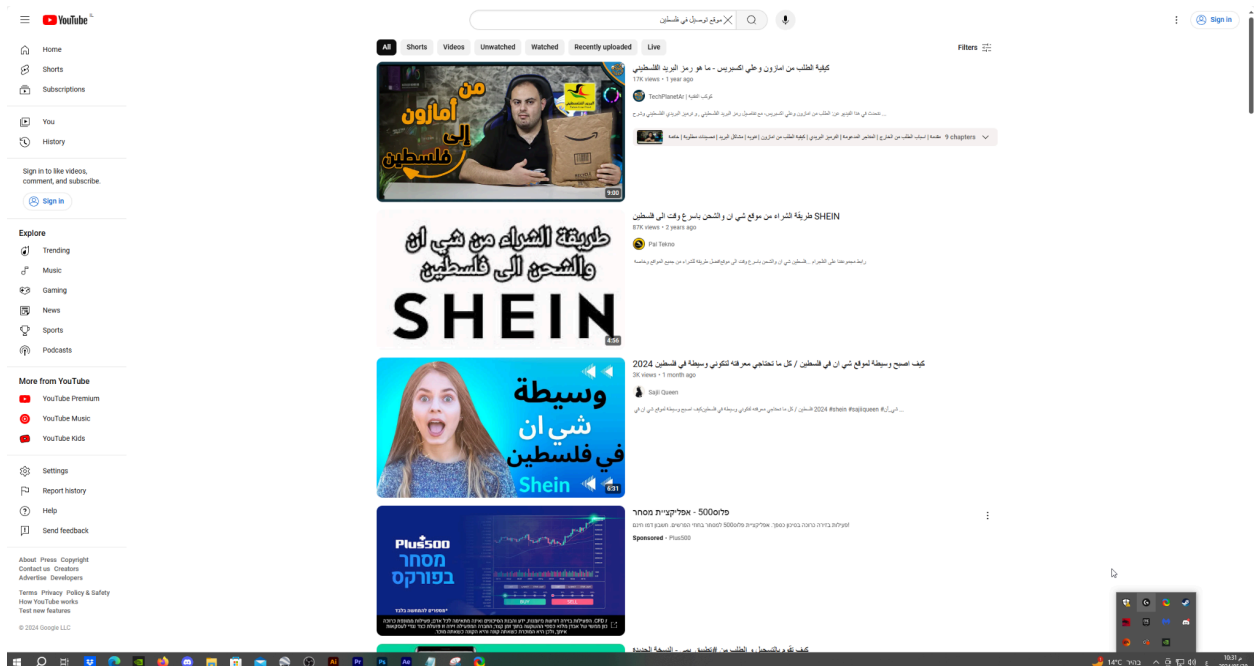


صورة 61 : كلمات مفتاحية (Google) - تطبيق APP

1. تطبيقات للتوصيل في فلسطين



2. موقع توصيل في فلسطين



صورة 62 : كلمات مفتاحية(youtube)-تطبيقات للتوصيل في فلسطين

● كلمات رئيسية قصيرة:

تطبيق سريع، saree3، توصيل، delivery، طلب، منتجات، product، منتج، إكسسوارات، تنزيلات، طرود، طرد، التسوق

● كلمات طويلة للشركات:

1. كفاءة التوصيل
2. موثوقية الخدمة
3. تتبع الطلبات
4. التواصل الفعال
5. تعزيز المبيعات
6. زيادة الوعي بالعلامة التجارية
7. توصيل سريع في الوقت المحدد
8. توسيع نطاق الوصول إلى العملاء الجدد وتعزيز المبيعات

● كلمات طويلة للزبائن:

1. طلب الطعام بسهولة
2. تسوق عبر الإنترنت
3. خيارات متنوعة
4. تقييمات المستخدمين
5. عروض وخصومات
6. توفير الوقت والجهد
7. توصيل سريع وموثوق
8. دعم عملاء ممتاز
9. تتبع الطلبات
10. خيارات الدفع المتنوعة
11. طلب مستلزمات الطفل
12. طلب المواد الغذائية
13. توصيل إلى باب المنزل
14. تصنيفات المنتجات
15. متاجر مفضلة
16. التسوق أونلاين

● كلمات طويلة للموصلين:

1. سهولة تلقي الطلبات
2. تنظيم جدول التوصيلات
3. واجهة سهلة الاستخدام
4. تعليمات واضحة للوصول
5. دخل إضافي
6. ساعات عمل مرنة
7. تقييمات المستخدمين
8. تعويضات عادلة
9. دعم فني متاح
10. دعم GPS لتسهيل الوصول إلى عناوين العملاء

● كلمات عامة وطويلة :

1. توصيل سريع في فلسطين
2. أفضل تطبيقات التوصيل في الخليل
3. طلبات توصيل في فلسطين
4. تطبيقات توصيل فلسطينية
5. طعام فلسطيني
6. منتجات فلسطينية
7. توصيل في الخليل
8. توصيل في دورا
9. طلب بقالة
10. طلب مستلزمات منزلية
11. طلب هدايا
12. طلب زهور
13. شراء منتجات عبر الإنترنت
14. توصيل للطلاب
15. توصيل للموظفين
16. توصيل للعائلات

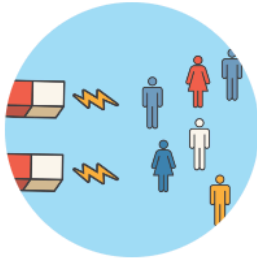
17. توصيل لكبار السن
18. توصيل للأشخاص ذوي الإعاقة
19. توصيل أدوات رياضية
20. توصيل أدوات مستلزمات أطفال
21. توصيل أدوات مستلزمات حيوانات أليفة
22. توصيل أدوات مستلزمات طبية
23. توصيل أدوات مستلزمات مكتبية
24. حلول توصيل موثوقة للشركات الكبيرة

5.4 تصميم الموقع بما يتلاءم مع SEO

• تصميم الموقع داخلياً:

1. يحتوي عناوين جذابه ومحتوى مناسب وغني بالمعلومات بشكل مرتب وواضح .

لماذا يجب عليك الشراكة معنا



الوصول إلى المزيد من العملاء

نحن هنا لمساعدتك في توسيع قاعدة عملائك وزيادة نطاق توصيل منتجاتك. باستخدام استراتيجياتنا المبتكرة والفعالة في مجال التسويق والتواصل، نضمن لك الوصول إلى المزيد من العملاء وزيادة الطلب على منتجاتك بشكل ملحوظ. دعنا نكون شريكك في رحلتك لتحقيق النجاح في عالم التوصيل والعرض عبر التطبيقات."



إربح المزيد من المال

سنساعدك على تلبية احتياجات عملائك وتوفير خدمة فعالة وسريعة دون الحاجة إلى زيادة في البنية التحتية الخاصة بك. بفضل حلولنا المبتكرة، نضمن لك تحقيق أرباحك بشكل فوري وزيادة رضا العملاء. دعنا نساعدك في تحقيق نجاح أعمالك بكفاءة وفعالية



تنمية عملك

قم بزيادة المبيعات أو الوصول إلى المزيد من العملاء أو تسويق أعمالك بشكل أفضل. نحن نقدم طرقاً لتنمية أعمالك لأنه عندما نتجح، فإننا نتجح أيضاً

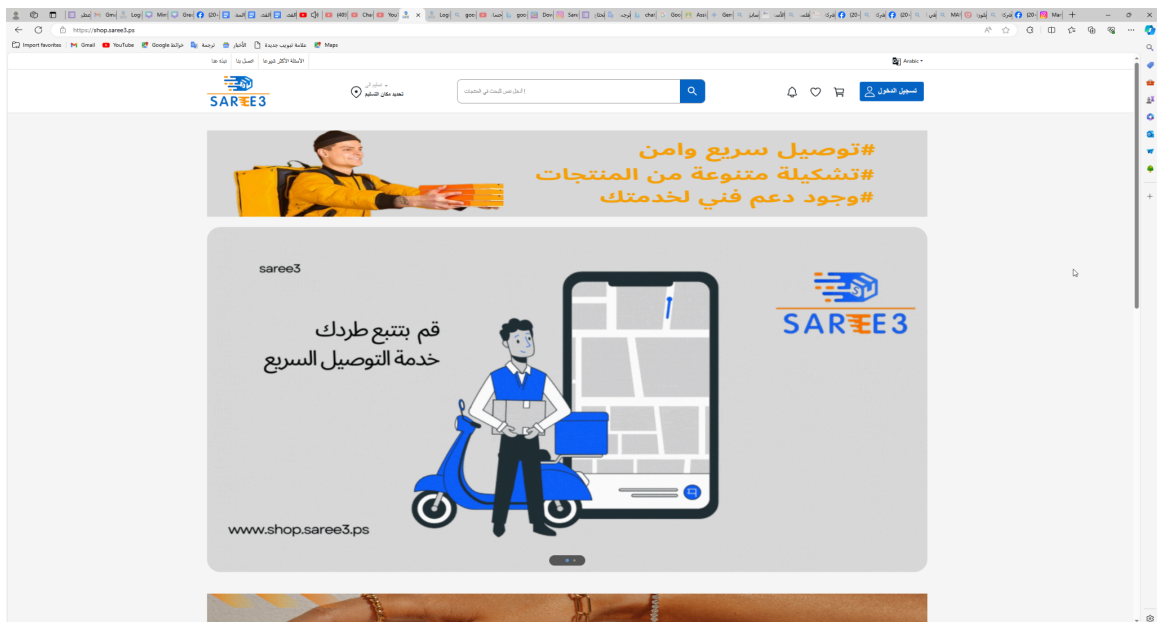
صورة 63 : تصميم المحتوى

ميزاتنا




صورة 64 : تصميم المحتوى (2)

2. يحتوي صور وروابط توضيحية لتسهيل تجربة المستخدم.




صورة 65 : صور وروابط توضيحية داخل الموقع


كيف سنعمل معًا




شاهد نمو أعمالك
تتبع مبيعاتك، وراقب الطلبات، واستثمر في التسويق



نحن نقدم
سيكون أحد راكبي طلبات موجودًا قريبًا لاستلام الطلب وتسليمه إلى العميل




أنت تستعد
سوف يصلك إشعار لبدء تحضير الطلب




طلبات العملاء
يتم العميل بتقديم طلب عبر تطبيق سريع

اشترك الآن للشركات




فيديو توضيحي للإشتراك

إضغط هنا




حمل التطبيق على آبل

إضغط هنا



حمل التطبيق على الأندرويد

إضغط هنا



اشترك عبر الويب

إضغط هنا



The screenshot shows the SAREE3 website with a banner for a 20% discount on jewelry. Below the banner, there are several product categories: jewelry, watches, shoes, and cosmetics. The website also features a navigation bar with social media links and a footer with a delivery service advertisement.

صورة 66 : صور وروابط توضيحية داخل الموقع (2)

● تصميم الموقع خارجيا:

1. سنقوم بإضافة أزرار المشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي لتشجيع الزبائن على مشاركة صفحاتنا.

2. سنقوم بتشجيع المواقع الأخرى على الإشارة للموقع الإلكتروني الخاص بنا وذلك بوضع الرابط الخاص بموقعنا داخل موقعهم.

5.5 تصميم واجهات الموقع المختلفة:

سوف نقوم بتصميم صفحة تحتوي على جميع الأمور التي يحتاجها الزائر للتعرف على التطبيق والوصول إليه بسهولة

الفصل السادس:

6.1 وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل التطبيق

:Domain name

هو عبارة عن نظام عام، يخزن المعلومات تتعلق بأسماء النطاقات الإنترنت في قاعدة البيانات اللامركزية على الإنترنت، من خلال اسم النطاق يتم ربط الموقع واسم النطاق وذلك من خلال IP المرتبط في ذلك النطاق.

1. قاعدة بيانات لتخزين المعلومات.(Database)

قاعدة البيانات هي مجموعة من البيانات المنظمة بطريقة منطقية ومخزنة إلكترونياً، تستخدم قواعد البيانات لتخزين وإدارة المعلومات بشكل فعال، تسمح بسهولة الوصول إلى البيانات وتحديثها وحذفها وإدراجها، يتيح استخدام قاعدة البيانات للتطبيقات البرمجية تنظيم البيانات بشكل مناسب، مما يزيد من كفاءة التطبيق ويوفر مرونة في إدارة البيانات.

2. خوادم لاستضافة التطبيق. (Servers to use the application)

الخادم هو جهاز كمبيوتر أو نظام يوفر خدمات مختلفة للأجهزة الأخرى، مثل تخزين الملفات، أو استضافة المواقع الإلكترونية، أو تشغيل التطبيقات. يستخدم الخادم لاستضافة تطبيقات الويب وقواعد البيانات وتوفير خدمات مثل توزيع المحتوى أو البريد الإلكتروني.

3. واجهة برمجة التطبيقات (Multivendor e-commerce platform) للتواصل مع مكونات أخرى.

هي عبارة عن مجموعة من البروتوكولات التي قمنا باستخدامها لربط مكونات التطبيق الخاص بنا مع بعضها البعض والتفاعل في موقعنا وتعمل Multivendor e-commerce platform على السماح بتبادل البيانات الخاصة بالتطبيق وتطويرها والتعديل عليها.

4. نظام دفع آمن وفعال.

قمنا باستخدام نظام دفع آمن وفعال وذلك لأن تطبيقنا يحتاج إلى نظام دفع إلكتروني مثل pay pal أو عن طريق الفيزا الشخصية للزبون.

5. تحديد دقيق للمواقع عبر GPS.

6. واجهة مستخدم مستجيبة وسهلة الاستخدام.

الصور:

قمنا باستخدام وادراج صور داخل الموقع بصيغة JPEG التي تتميز بالجودة العالية والوضوح والدقة حيث أنها على الرغم من هذه الميزات لا تحتاج مساحة تخزينية عالية.

الشعار:

قمنا بتصميم شعار خاص بنا عن طريق استخدام برنامج photo shop وقمنا بإضافتها مسبقا للتطبيق الخاص بنا

6.2 وصف خطوات تحميل التطبيق

قمنا بإرسال نموذج عن التطبيق الخاص بنا لشركة Apple وAndroid للحصول على موافقة لرفع التطبيق على App Store و android app لكي يتم تحميل تطبيقنا على الهواتف التي تستخدم النظامين Mac و Android وتثبيتها على هواتف العملاء الخاصين بنا وحصلنا على الموافقة وتم تحميل التطبيق على النظامين بنجاح.

6.3 الخطة الترويجية الخاصة بالموقع

1. تحديد الجمهور المستهدف: تحديد فئة العملاء المحتملين من الشركات أو الأفراد.

2. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: إنشاء حملات دعائية موجهة على منصات مثل فيسبوك وإنستجرام.
حيث أننا قمنا بإنشاء صفحات خاصة بالتطبيق الخاص بنا على مواقع التواصل الاجتماعي وعمل إعلانات ممولة لكي تظهر للأشخاص ونشر الفيديوهات التوضيحية للتطبيق.
3. الشراكات مع الشركات المحلية: توسيع قاعدة العملاء من خلال الشراكات مع الشركات المحلية والبقالات ومحلات المتخصصة في بيع الملابس والإكسسوارات والمطاعم.
4. برامج الولاء والعروض الترويجية: تقديم خصومات أو عروض خاصة للعملاء، مثل: توصيل الطرود في أول أسبوع بشكل مجاني قد نسميها التسويق التجريبي.
5. التسويق التجريبي: تقديم خدمة تجريبية مجانية لجذب عملاء جدد وإثبات جودة الخدمة.
6. التقديم في المعارض والفعاليات المحلية: المشاركة في فعاليات محلية لزيادة الوعي بالتطبيق، مثل: أيام جامعة البوليتكنك. البازارات

6.4 تقييم أداء التطبيق:

1. واجهة المستخدم (UI/UX):
- تم تصميم واجهة المستخدم بشكل سلس وسهل الاستخدام، مما يسهل على العملاء تصفح التطبيق وطلب الخدمة بسهولة.
2. **سرعة التوصيل**:
- تقديم الخدمة في أقل من ساعة داخل مدينة الخليل يعتبر ميزة كبيرة ويضيف قيمة كبيرة للعملاء.
3. خدمة تحديد الموقع (GPS):
- إضافة خدمة تحديد الموقع عن طريق GPS تسهل على العملاء تتبع طرودهم ومعرفة موقع وصولها بشكل دقيق.
4. جودة الخدمة:
- سرعة التوصيل وتوفير خدمة تحديد الموقع تعكس جودة الخدمة التي تقدمها، وتساعد على تحقيق رضا العملاء.

الفصل السابع:

7.1 الاستنتاجات:

-يعد التطبيق فرصة جيدة للتوصيل بشكل أسرع، وعرض الشركات والمحال التجارية للبضاعة الخاصة بهم واستخدام التطبيق لترويج البضائع الخاصة بهذه الشركات والمحال وتقديم العروض الخاصة بهم والحصول على خدمات توصيل أسرع.

-يمكن للمستخدمين من الزبائن الذين يودون توصية الطرود الخاصة بهم الاستفادة أكثر والحصول على صفقات تجارية مميزة من خلال الموقع وتوفير الوقت والجهد في عملية شراء وتوصية الطرود والمنتجات.

-يتطلب للقيام بإنشاء هذا التطبيق تخطيطاً وتصميماً جيداً لجذب العملاء، وأن يتميز التطبيق بسهولة الاستخدام والتحكم والتحميل السريع وأن يحتوي على معلومات شاملة عن المنتجات التي يتم عرضها وتوفر معلومات دقيقة حول عملية توصيل الطرد وموقعه ومكان وجود سائق التوصيل ومدى قربته عن موقع العميل وكم سوف يستغرق وقت الوصول للزبون وذلك عن طريق خاصية GPS التي تم تفعيلها في التطبيق.

-يمكن للتطبيق أن يكون مفيداً للشركات والمتاجر في تحليل سلوك المستخدمين وتحديد أنماط والاتجاهات في الطلب والاهتمامات وتلبية احتياجاتهم بالوقت والسرعة المناسبة بالنسبة لعملية التوصيل.

-يمكن للتطبيق أن يكون جزءاً من استراتيجية التسويق الشاملة للشركات والمتاجر، وذلك عن طريق الجمع بين المنتجات الموجودة على التطبيق وحملات التسويق لزيادة الإيرادات والمبيعات وذلك من خلال واجهة التطبيق التي تعمل على عرض المنتجات بشكل واضح وسهل للمستخدم.

7.2 التوصيات

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

ضرورة التطوير المستمر في هذا المشروع، لأن النوع هذا من المشاريع يحتاج لتطوير مستمر واستخدام أحدث التقنيات التكنولوجية بما يتناسب مع احتياجات ورغبات الفئة المستهدفة بشكل متزامن وعدم تطوير هذا المشروع ومواكبة هذا التطوير سوف يعد التطبيق قديم وغير ملائم للوقت الراهن.

من الضروري جداً الإبقاء على إطلاع دائم بجميع الأمور والتطورات والتغيرات التي تحدث وتلبية رغبات الزبائن بشكل دائم ومواكب للتطور.

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

من الضروري جداً جمع المعلومات اللازمة التي تخص المشروع من الناحية القانونية وتم ذلك عندما قمنا بتحميل ورفع التطبيق على (APP Store و Google play) 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 وتطوير المشروع ، مثال: ضرورة وضع وتجهيز خطة للعملاء المحتملين وإدارة العلاقة معهم وذلك لوجود احتمال تحولهم إلى زبائن في التطبيق وبالتالي يجب وضع آليات تعمل على تشجيعهم لدخول التطبيق من خلال تقديم محتوى يعمل على جذبهم.

تم إنشاء خاصية تتبع الطرود من خلال (GPS) لمنح المستخدمين تجربة أفضل , ولكن واجهنا مشاكل من نفس ال (GPS) في فلسطين بسبب الحرب , مما أدى الى عدم القدرة على التتبع والحصول على الاداء المطلوب من قبل ال (GPS) , مع العلم على استمرارية وجود هذه الخاصية ولكن بأداء ضعيف خارج عن ارادتنا وامكانياتنا بسبب ما تم ذكره .

من المهم جداً التفكير في المستقبل، والأخذ بعين الاعتبار كيف سيكون التطبيق بعد تجهيزه وإطلاقه من أجل تصور عملية إدارة الموقع والتحضير له مسبقاً، ومن الضروري الأخذ بعين الاعتبار الطريقة التي يفكر بها الزوار للتطبيق عند إجراء أي تعديلات أو تطوير فيه.

7.3 خطط تطويرية للمستقبل

- إضافة إمكانية التقييم التعليقات عند الزبون لعملية الطلب كلها والتقييم الشركات.
- جعل التطبيق آمن جداً للحفاظ على سرية وخصوصية معلومات المستخدمين من خلال استخدام خاصية أمان التطبيق والتي تقدمها كل من شركة Apple و Android للحفاظ على معلومات مستخدمي التطبيق.

- توسيع القاعدة الجماهيرية B2C، وتوسيع نطاق المشروع B2B ليشمل الشركات والمحلات التجارية في الضفة كاملة وليس مدينة الخليل فقط.
- إنشاء مدونة خاصة بالتطبيق تحتوي على موضوعات تهم الجمهور والفئة المستهدفة وتدفعهم لزيارة وتحميل التطبيق.
- إنشاء حسابات على المنصات التواصل الإجتماعي الأخرى مثل تيك توك، إكس.
- الترويج من خلال حملة اعلانية من خلال منصات التواصل الإجتماعي وأيضا من خلال اللوحات الإعلانية المطبوعة وشاشات الكبيرة كإعلان ثابت ومتحرك في المناطق المزدهمة في الخليل مثل رأس الجورة و شارع عين سارة والبلد... الخ.
- تطوير طرق ترفيهية للزبون أثناء إنتظاره وصول الطلب مثل بناء لعبة شبيهة ب subway.
- تصوير فيديو لكيفية الإستخدام والتعامل مع الخيارات الخاصة بواجه الشركات داخل التطبيق/الموقع.
- تصوير فيديو لكيفية الإستخدام والتعامل مع الخيارات الخاصة بواجه الشركات داخل التطبيق/الموقع.
- سوف نقوم بتجهيز صور توضيحية لمبدأ عمل التطبيق من خلال موقع كانفا وفري بك ونصوص قصير وبسيطة.
- إضافة منتجات جديدة داخل التطبيق/موقع.

ملاحظة: لم يتم فريق العمل بوضع آليات مفصلة وواضحة من أجل تحقيق هذه الخطط المستقبلية في الوقت الحالي ولكن نسعى لدراسة ووضع استراتيجيات الأنسب لبناء هذه الآليات بعد الحصول على درجة البكالوريوس جامعة بوليتكنك فلسطين.