



جامعة بوليتكنك فلسطين
كلية العلوم الادارية ونظم المعلومات

مشروع تخرج بعنوان :
إنشاء منصة إلكترونية
تجارتى TIJARTI

إعداد :

تقى خمائسة
يوسف امريش

شهد الجعبري
يزن عبد النبي

اشراف : د. محمد نادر فلاح

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

2024

جدول المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
5	الشكر والتقدير
6	الإهداء
7	الملخص
8	Abstract
9-15	القسم الأول
10-11	مقدمة عن المنصة
12	الحاجة السوقية التي يغطيها المنصة الالكترونية
13	مقومات نجاح المنصة الالكترونية
14	أهمية المنصة الالكترونية
15	(TIJARTI) مميزات منصة
16-42	القسم الثاني
17	المقدمة
17-18	Canvas Model بناء استراتيجية المنصة ال
19-32	اسئلة الدراسة السوقية وتحليل نتائجها
33	تحليل المنافسين
34	personas
34-35	تقنيات التكنولوجيا المستخدمة
35-37	خطة فحص المنصة الالكترونية
38	اعتماد تصنيف المنصة

39	إعداد إستراتيجية المواقع التواصل الاجتماعي
40-42	استراتيجية Content lead generation
43-50	القسم الثالث
42	المقدمة
42	الخطة الحجز واستضافة المنصة
42-46	الخطوات المتبعة في تحضير وحجز المنصة الالكترونية
47	نوع المنصة
47	مبررات استخدام مساحة الحجز
47	اسم النطاق ومبررات اختياره
48-50	الهوية بصرية
51-55	القسم الرابع
52	المقدمة
52	أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم
53-54	Proposal المقترح الأولي للمنصة
55	النقاط الهامة في فترة عمر مشروع
55	Web Metrics
56-62	القسم الخامس
57	المقدمة
57-58	sitemap خريطة الموقع
58-59	Rot وضع خطة بناء المحتوى وتجهيزه حسب استراتيجية
60	المستخدم في مختلف اقسام Keyword خطة الكلمات المفتاحية المنصة.
60	خطة المستندات والوثائق وكيفية تتبعها

61	SEO خطة تصميم المنصة باستخدام عناصر محرك البحث الأمثل
62	تصميم واجهات المنصة المختلفة - تجربة المستخدم
63-68	القسم السادس
64	وصف إعدادات المطلوبة لتشغيل المنصة
65	وصف خطوات تحميل المنصة
65	الخطة الترويجية
66-68	تقييم أداء المنصة
69-71	القسم السابع
70	الإستنتاجات
70	التوصيات
71	خطط تطويرية للمستقبل

الشكر والتقدير

الشكر والثناء لله أولاً على نعمة الصبر والقدرة على إنجاز هذا العمل، فالحمد لله على هذه النعمة.

ونتقدم بالشكر والتقدير للدكتور محمد نادر الفلاح الذي تكرم بالإشراف على هذا المشروع وعلى كل ما قدمه لنا من دعم وتوجيه لإتمام هذا العمل كما هو ، وله أسمى عبارات الثناء والتقدير.

نتقدم بالشكر إلى جامعة بوليتكنك فلسطين التي وصلنا بفضل الله تعالى وفضلها إلى هذه المرحلة، ونتقدم بالشكر لكلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات ممثلة بعميدها وجميع الإداريين. وأعضاء هيئة التدريس على عطائهم وما قدموه لنا في السنوات الماضية، ونتقدم بالشكر والامتنان من آبائنا وأمهاتنا وإخواننا وأخواتنا على اهتمامهم الواسع ودعمهم الكامل في رحلتنا التعليمية ، وشكراً زملائنا وأصدقائنا في مجال التسويق الإلكتروني على دعمهم الكامل ، وشكراً لكل من ساهم في نجاح هذا المشروع ولكل من ترك بصمته في هذا العمل.

والشكر العظيم لأمتنا فلسطين العظيمة ، ونسأل الله العلي القدير أن لا تمر السنين إلا وقد أكرمنا الله بتحريرها.

فريق المشروع

الإهداء

نهدي هذا العمل المتواضع

الى من علمنا النجاح والصبر ... إلى النور الذي ينير لنا درب النجاح

والدنا

وإلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها ... من علمتنا وعانت الصعاب لنصل إلى ما نحن

عليه الان

أمهاتنا

إلى من كانوا يضيئون لنا الطريق ... ويساندوننا ويتنازلون عن حقوقهم

لإرضائنا ... إخواننا

إلى هذه الصرح العلمي الشامخ جامعتنا الحبيبة

جامعة بوليتكنك فلسطين

الى كل من أضاء بعلمه عقل غيره ... أو هدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه ... فأظهر بسماحته تواضع

العلماء ... وبرحابته سماحة العارفين ... الى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة ...

أساتذتنا الأفاضل

الى من سرنا معهم لنشق طريق العلم والنجاح أصدقائنا وزملائنا وطلاب جامعتنا

الى الأرض العربية المقدسة وأرض فلسطين الحبيبة

الى من وهبوا أرواحهم فداءً لها ... شهدائنا الأبرار

الى الصامدين خلف قضبان السجن ولم تقهرهم ظلمة السجن ... أسرانا البواسل

الى الشعب الفلسطيني العظيم

فريق المشروع

الملخص

منصة وسيط بين تجار الجملة للمواد الغذائية وأصحاب السوبرماركت. يستطيع المستخدم من خلال حسابه طلب المنتجات من تجار الجملة، يتم توصيل الطلبية للسوبر ماركت من خلال تاجر الجملة، ويتم الدفع عبر الانترنت او نقداً عند التوصيل. يتم إنشاء الطلبات دون الاتصال بتاجر الجملة او انتظار مندوب المبيعات.

تتميز المنصة بوجود صفحة خاصة للإعلانات، يستطيع التاجر من خلالها بوضع إعلانات وعروض. وهناك ميزة النقاط حيث كلما زاد التعامل داخل المنصة من قبل التاجر وصاحب السوبر ماركت، يحصل على أو خصومات (بالاتفاق مع التاجر).

تم عمل دراسة بهدف معرفة سلوك وتوجهات وتفضيلات أصحاب محلات المواد الغذائية الشرائية، وبناء عليها سيتم تصميم الموقع، ليكون موقعا مصمما وفق رغباتهم وتفضيلاتهم، والمواصفات التي يرغبون بها.

الكلمات المفتاحية:

مواد غذائية، سلع غذائية، طعام، أغذية معلبة ، فلسطين، سوبر ماركت ، ماركت ، تجار، تجارتي، الخليل ،
تجار الخليل ، **Tijarti**

Abstract

A digital platform that facilitates seamless transactions between wholesale food distributors and supermarket owners. Users can conveniently place orders for products directly from the platform, eliminating the need for direct contact with wholesalers or waiting for sales representatives. Orders are fulfilled and delivered directly to supermarkets by the respective wholesalers, with payment options including online and cash-on-delivery.

Platform Features:
Dedicated advertising page: Merchants can utilize the platform's advertising page to showcase their products, services, and special offers, reaching a wider audience of potential customers.
Rewards program: A loyalty program incentivizes users to increase their engagement on the platform. Points earned can be redeemed for discounts and other benefits, as per agreements with participating merchants.
User-centric design: The platform's design is tailored to meet the specific needs and preferences of supermarket owners, based on insights gathered through a comprehensive study of their purchasing behavior and preferences.

Keywords:

Foodstuffs, food commodities, food, canned food, Palestine, supermarket, market, merchants, my trade, Hebron, Hebron traders, Tijarti

القسم الأول	
المحتوى	الرقم
مقدمة عن المنصة.	1.1
الحاجة السوقية التي تغطيها المنصة الإلكترونية.	1.2
مقومات نجاح المنصة الإلكترونية.	1.3
أهمية المنصة الإلكترونية.	1.4
مميزات المنصة (TIJARTI)	1.5

1.1 مقدمة عن المنصة:

إن المشهد المتغير لـ مستقبل التجارة الإلكترونية أصبح مثير للغاية، فقد وصلت مبيعات التجارة الإلكترونية إلى ما يقرب من 4.2 تريليون دولار أمريكي مع نهاية عام 2020. ولا شك أن أزمة Covid-19 الأخيرة قد غيرت المشهد بشكل كامل بعد التغيير الهائل في سلوك المستهلكين واتجاهه بشكل كبير نحو الشراء الأونلاين.

في الواقع هذا النمو أيضاً لم يكن مفاجئاً، فقد كان هناك متوسط لزيادة معدل النمو بنسبة 25.6% في مبيعات التجارة الإلكترونية على مدار الأعوام.

بدأ تحسن التجارة الإلكترونية في السوق الفلسطيني عام 2020 عندما ظهر كوفيد 19 حيث أصبح اعتماد الجميع على التجارة الإلكترونية مما فتحت آفاق شركات توصيل كثيرة في السوق الفلسطيني والداخل المحلل وكانت تعتبر نقلة نوعية في عالم التجارة الإلكترونية في فلسطين ، أيضا كان أحد عوامل النجاح كثرة التجار الذين يبيعون بضائعهم عبر الإنترنت وكثرة الطلب عليها ومرونة البيع والشراء ، حيث أن زيادة عدد تجار التجزئة ومعاناتهم لوصول مندوبي المبيعات من تجار الجملة ، انطلاقاً من هنا جاءت فكرة المنصة الإلكترونية لـ تربط بين تاجر الجملة وتاجر التجزئة لحل هذه المشكلة وتوفير الوقت والجهد على كلا الطرفين .

وصف المشروع:

يهدف هذا المشروع إلى إنشاء منصة إلكترونية متكاملة تعمل كوسيط بين تجار الجملة وتجار التجزئة. سيتاح للمستخدمين إنشاء حسابات خاصة بهم على الموقع لتصفح وطلب المنتجات من تجار الجملة المتوفرين في النظام. يتمكن المنصة المستخدمين من مقارنة الأسعار، والتحقق من توافر المنتجات، وتقديم الطلبات بسهولة عبر واجهة مستخدم بسيطة وفعالة. كما ستوفر المنصة أدوات لإدارة الطلبات وتتبع الشحنات، مما يسهم في تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل الفاقد في الوقت والموارد. بالإضافة إلى ذلك، ستشمل المنصة ميزات أمان متقدمة لحماية البيانات والمعاملات التجارية، ودعم فني متواصل لضمان تجربة مستخدم سلسة وموثوقة. من خلال هذا المشروع، نهدف إلى تسهيل العمليات التجارية، تعزيز الشفافية والثقة بين الأطراف، وزيادة فرص النمو والازدهار لكلا الجانبين.

عناصر المشروع:

- 1- تجربة المستخدم (User Experience): جعل التصفح سهلاً ومريحاً للزوار، مع واجهة مستخدم بديهية وتصميم جذاب.
- 2- محتوى غني وجودة عالية (Quality Content): نشر محتوى ذو قيمة مضافة وجودة عالية يستهدف جمهورنا.
- 3- نماذج الاتصال والتعليقات (Contact Forms and Comments): توفير وسائل للزوار للتواصل معك وترك تعليقات.
- 4- دمج وسائل التواصل الاجتماعي (Social Media Integration): ربط الموقع بحسابات وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التفاعل وزيادة الانتشار.
- 5- الردود التلقائية (Chatbots): إضافة نظام دردشة تلقائي لتقديم دعم فوري والرد على استفسارات الزوار.
- 6- التكامل مع نظم الدفع الإلكتروني (E-commerce Integration): يساهم وجود نظام الدفع الإلكتروني يساهم في تسهيل عمليات الشراء عبر الإنترنت.
- 7- صفحة الأسئلة الشائعة (FAQ): إنشاء صفحة تحتوي على الأسئلة الشائعة وإجاباتها لتوفير معلومات شاملة للزوار.
- 8- الدعم الفني (Customer Support): تقديم وسائل فعالة للزوار للحصول على الدعم الفني في حالة وجود مشكلات أو استفسارات.

1.2 الحاجة السوقية التي يغطيها المنصة الإلكترونية:

هذا الموقع الإلكتروني يأتي لتلبية حاجة ملحة في سوق تجارة المواد الغذائية بين تجار الجملة وتجار التجزئة. سيوفر النظام منصة سهلة الاستخدام وآمنة لهؤلاء الأطراف، تمكنهم من التواصل وإجراء عمليات البيع والشراء بكفاءة وموثوقية.

● بعض الفوائد والاحتياجات التي يغطيها الموقع تشمل :

1. توسيع نطاق العملاء : يتيح لتجار الجملة زيادة قاعدة عملائها من خلال الوصول إلى تجار التجزئة الذين يستخدمون المنصة لتلبية احتياجاتهم من المواد الغذائية.
2. تبسيط العمليات التجارية : يقلل من التعقيدات في عمليات التوريد والتوزيع من تجار الجملة إلى تاجر التجزئة ، مما يساهم في تحسين كفاءة العمليات.
3. تقليل التكاليف: يمكن لتاجر الجملة توفير التكاليف التي قد تكون مرتفعة في عمليات تسويق وتوزيع المواد الغذائية عن طريق تقليل عدد مرات تحريك سيارات الشركة لاستلام الدفعات وإرسال البضائع، والاستغناء عن موظفي التسويق. بالإضافة إلى ذلك، يمكن لتاجر التجزئة الحصول على خصومات عند استخدام الموقع مرارًا وتكرارًا، مما يساهم في توفير تكاليف إضافية بالنسبة له.
4. توفير الوقت: يسمح للمستخدمين بتوفير الوقت من خلال إمكانية تصفح وطلب المنتجات عبر الإنترنت في أي وقت دون الحاجة إلى انتظار المورد لأخذ طلبهم .
5. تعزيز الشفافية : يوفر نظام الموقع إمكانية عرض العروض والأسعار بوضوح لضمان شفافية ونزاهة في العمليات التجارية.

باختصار، يهدف هذا الموقع إلى تحسين تجربة التجارة بين تجار الجملة وتجار التجزئة من خلال منصة سهلة الاستخدام وموثوقة وآمنة.

1.4 مقومات نجاح المنصة الإلكترونية :

بعد إجراء فريق المشروع مقابلات مع عدد من تجار الجملة والتجزئة واستعراض التحديات التي تواجههم، تبين أن التجار يعانون من مشاكل في التواصل وتنظيم المعاملات التجارية بينهم، مما يؤدي أحياناً إلى تأخر في تسليم البضائع أو نقص في المنتجات المطلوبة. بالإضافة إلى ذلك، يواجه التجار صعوبة في العثور على شركاء جدد وزيادة قاعدة عملائهم. بناءً على هذه المعطيات، نشأت فكرة إنشاء منصة تربط بين تجار الجملة والتجزئة، بهدف تسهيل عملية التواصل وتنسيق الطلبات بشكل فعال. ستساهم هذه المنصة في تحسين الكفاءة التشغيلية للتجار، وتوفير الوقت والجهد، وزيادة فرص الأعمال من خلال تعزيز شبكة العلاقات التجارية. تعتمد مقومات نجاح هذا المشروع على تقديم خدمات مميزة تشمل واجهة مستخدم سهلة الاستخدام، ودعم فني متواصل، وإجراءات أمان محكمة لحماية المعاملات والبيانات التجارية.

1. فهم عميق للسوق واحتياجاته ، تقديم فكرة فريدة ومبتكرة تميز المشروع عن منافسيه.
2. الاتفاق مع شركات كبيرة ومهمة في السوق مما ساهم في بناء سمعة قوية وجذب العملاء .
3. اعتماد تكنولوجيا موثوقة ومنصة سهلة الاستخدام تجعل تجربة المستخدم مريحة وممتعة.
4. وجود استراتيجية تسويق فعالة ساهمت في زيادة الوعي بالمشروع وجذب العملاء الجدد.
5. بناء علاقات دائمة وموثوقة مع العملاء والشركاء ساهم في دعم نمو المشروع.
6. مراقبة الأداء والبحث، وجود دعم فني وخدمة عملاء ممتازة .
7. تسهيل عمليات البحث والتصفح وتوفير خيارات دفع متنوعة.

1.5 أهمية المنصة الإلكترونية

تلعب المواقع الإلكترونية في وقتنا الحاضر دوراً كبيراً، حيث تقدم مجموعة من الخدمات والفوائد للأفراد والشركات والمؤسسات. ويمكن تلخيص أهمية المنصة الإلكترونية فيما يلي (على سبيل المثال لا الحصر)

تعتبر منصتنا الإلكترونية التي تربط بين تجار الجملة والتجزئة ذات أهمية كبيرة في تعزيز الكفاءة والفعالية في العمليات التجارية. فهي تسهل التواصل السريع والدقيق، وتحسن إدارة المخزون، وتزيد من فرص الأعمال من خلال توسيع الشبكات التجارية. كما توفر الوقت والجهد عبر أتمتة العمليات التقليدية، وتعزز الشفافية والثقة بين الأطراف من خلال تتبع الطلبات والمراجعة الواضحة للصفقات. بالإضافة إلى ذلك، تسهم المنصة في تحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء وتحقيق كفاءة اقتصادية من خلال إدارة أفضل للعمليات التجارية وتقليل الفاقد.

1- الطلب عبر الإنترنت: يمكن لموقعنا توفير منصة للطلب عبر الإنترنت، وهو ما يفضله العملاء بشكل متزايد. تعمل هذه الميزة على تبسيط عملية الطلب، وتقليل الأخطاء، ويمكن أن تؤدي إلى زيادة أحجام الطلبات.

2- إمكانية رؤية المنتجات ومقارنتها مع منتجات أخرى.

3- إمكانية اختيار الشركات المفضلة بالنسبة اليك من خلال موقعنا.

4- مشاركة العملاء: من خلال ميزات مثل المراجعات والتقييمات والقوائم التفاعلية، يعزز موقعنا بيع المواد الغذائية مشاركة العملاء.

5- عملية التسويق والترويج: يعمل موقعنا على الويب كأداة تسويق حيث يمكنك عرض العروض الترويجية والخصومات وبرامج الولاء الخاصة. يمكنك أيضاً جمع بيانات العملاء للاستفادة منها في حملات التسويق المستهدفة.

6- المعلومات والتحديثات الذي يقوم بها موقعنا بشكل دوري.

7- خيارات الدفع: يمكن لموقعنا بيع المواد الغذائية، وتوفير خيارات دفع متنوعة، مما يسهل على العملاء الدفع عبر الإنترنت، ويقلل من التعقيد في عملية الطلب.

1.6 ميزات منصة (TIJARTI):

يعتبر موقعنا منصة وساطة فعّالة تهدف إلى تيسير التعامل بين تجار الجملة وتجار التجزئة ، يتميز موقعنا بمجموعة من المميزات المبتكرة التي تجعل تجربة التسوق والتعامل أكثر سهولة وجاذبية . وهذه بعض المميزات التي تميز موقعنا وتزيد من فعاليته في تسهيل العلاقات التجارية بين الأطراف المعنية.

- أدوات تصفية متقدمة: نقدم أدوات بحث متقدمة تساعد المستخدمين على تصفية النتائج بناءً على معايير مثل العلامات التجارية والفئات.
- نظام تقييم المستخدمين: يوفر موقعنا نظاماً لتقييم تجار الجملة وتجار التجزئة لبناء الثقة وتقاسم التجارب.
- صفحة مخصصة للعروض : يوفر الموقع صفحة مخصصة للعروض تشمل جميع العروض المقدمة من الشركات.
- دعم دفع آمن : يتيح الموقع للمستخدمين اختيار خيارات دفع متعددة وأمنة.
- قوائم الانتظار للمنتجات: يمكن للمستخدمين تسجيل اهتمامهم بالمنتجات التي لا تتوفر حالياً تلقي إشعار عند توفرها.
- معلومات دقيقة حول الشحن والتوصيل: تقديم تفاصيل شاملة حول الخيارات المتاحة للشحن والوقت المتوقع للتوصيل.
- واجهة إعلانات خاصة: توفير مساحة لعرض إعلانات خاصة لجذب المزيد من التجار التجزئة.
- إشعارات المخزون الأوتوماتيكية: تقديم إشعارات تلقائية للمستخدمين عند توفر المنتجات المفضلة أو تخفيض الأسعار.
- الحركة التجارية: يوجد خيار لكل مستخدم اسمه (فواتيري) يوضح حركاته التجارية داخل الموقع.

تتوفر هذه الميزات لتحسين تجربة المستخدم وتحقيق أقصى استفادة من الموقع كوسيط بين تجار الجملة وتجار التجزئة.

القسم الثاني

المحتوى	الرقم
المقدمة	2.1
بناء استراتيجية المنصة ل Canvas Model	2.2
الدراسة السوقية .	2.3
أسئلة الدراسة وتحليل نتائجها.	2.4
تحليل المنافسين.	2.5
Personas.	2.6
تقنيات التكنولوجيا المستخدمة.	2.7
خطة فحص المنصة الإلكترونية.	2.8
اعتماد تصنيف المنصة.	2.9
إعداد إستراتيجية المواقع التواصل الاجتماعي .	2.10
استراتيجية content lead generation .	2.11

2.1 مقدمة :

في هذا الفصل ، سنقدم شرحاً نموذج الأعمال الخاص بالمنصة ، وهي منصة إلكترونية وسيط بين التجار الجملة وتجار التجزئة ، بالإضافة إلى تسليط الضوء على المزايا الفريدة التي تقدمها المنصة . سنقوم أيضاً بإجراء دراسة سوقية لاستطلاع آراء العملاء حول هذه المنصة ومدى استجابتهم لها .

2.1 بناء استراتيجية المنصة ل Canvas Model :

Customer segment	Customer Relationship	Value Proposition	Key Activities	Key partners
Geographic تجار التجزئة والجملة في مدينة الخليج الشركات المصنعة الشركات المستوردة	علاقة مباشرة : توفير دعم سريع وفعال للمستخدمين عبر قنوات متعددة (البريد الإلكتروني، الهاتف، (الردشة الحية زيادة تفاعل : مكافأة العملاء على استخدام المنصة بانتظام من خلال عروض وخصومات حصريّة.	للتجار (وصول أوسع إلى العملاء، زيادة المبيعات، كفاءة أكبر في سلسلة التوريد، انخفاض التكاليف، تحسينات في تحليلات البيانات) للتجار بالتجزئة (مجموعة متنوعة أكبر من المنتجات، أسعار أفضل، تحسين كفاءة المخزون..	تحديث بيانات الشركات مشاركة في المنصة . إضافة صور جديدة لمنتجات الشركات الجديدة تحديث واجهة الإعلانات بإضافة إعلانات متجددة	شركات التكنولوجيا لتوفير حلول تقنية لبناء وصيانة المنصة الإلكترونية شركات الخدمات اللوجستية: لتقديم خدمات الشحن والتخزين شركات الدفع: توفير معالجة الدفع الآمنة مزودو الخدمات التسويقية: للمساعدة في الترويج للمنصة
Channels	Revenue Streams	Key Resources	Cost Structure	Unique Features
موقع ويب: سيتم الوصول إلى المنصة الإلكترونية من خلال موقع ويب سهل الاستخدام التسويق الرقمي: سيتم استخدام	الإعلانات: عرض الإعلانات على المنصة مقابل رسوم رسوم المعاملات: فرض رسوم على المستخدمين مقابل كل معاملة تتم على المنصة. اشتراكات: تقديم خطط	المنصة الإلكترونية: البنية التحتية الأساسية للمنصة الإلكترونية ضرورية لتشغيل العمل قاعدة البيانات:	تكاليف التطوير والصيانة: تكلفة تطوير وصيانة المنصة الإلكترونية تكاليف التسويق: تكلفة تسويق المنصة وجذب	نظام مكافآت وخصومات لتشجيع التعامل المتكرر سهولة الاستخدام

<p>التسويق عبر محركات البحث (SEO) والإعلانات عبر الإنترنت والتسويق بالمحتوى لجذب العملاء المحتملين وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والانستغرام</p>	<p>اشترك مختلفة للمستخدمين مع ميزات إضافية</p>	<p>قاعدة بيانات المستخدمين والمنتجات ضرورية لتسهيل عملية المطابقة بين المشتريين والبائعين. طاقم العمل: توظيف مطورين ومسوقين وممثلي خدمة عملاء ذوي كفاءة عالية العلاقات: علاقات قوية مع تجار الجملة والتجزئة</p>	<p>العملاء المحتملين،تكلفة الاعلانات تكاليف معالجة المدفوعات</p>	
---	--	---	--	--

2.3 الدراسة السوقية الشاملة: استراتيجية لتحسين تجارة الجملة للمواد الغذائية :

2.3.1:مقدمة الدراسة:

- يشهد قطاع تجارة الجملة للمواد الغذائية تطورات سريعة، ولكن تواجه التحديات في التكامل بفعالية مع تجار التجزئة. تهدف هذه الدراسة إلى فحص هذه التحديات وتقديم استراتيجية شاملة لتحسين هذه العلاقات.

2.3.2 مشكلة الدراسة:

- تتمثل المشكلة المحددة في التحديات التي يواجهها قطاع تجارة الجملة للمواد الغذائية والتواصل مع تجار التجزئة. يشمل ذلك تعقيدات العمليات والتسويق التي قد تعيق التجارة الفعالة، قام فريق البحث بعمل استبيان وحددوا مشكلة الدراسة .

- هل تواجه مشاكل بتعاملك مع المندوبين ؟
- هل تجد صعوبة في العثور على تجار موثوقين ؟
- هل تجد صعوبة في تحديد الاسعار والعروض المناسبة ؟
- هل تجد صعوبة في التواصل والتفاوض مع تجار متعددين ؟
- هل تعاني من وصول الطلب في الوقت المناسب ؟
- هل تجد صعوبة في توفر تشكيلة واسعة من المنتجات ؟

2.3.3 الهدف من الدراسة:

- لا بد من وجود هدف للدراسة وهو معرفة مدى رغبة الزبائن بوجود منصة وسيطة بين تجار الجملة والتجزئة متخصصة بتوفير العروض على المنتجات والخدمات، ومعرفة مدى إقبال الشركات وأصحاب المحلات على عرض منتجاتهم لدينا وتزويدنا بعروض خاصة للموقع.

2.3.4 حدود الدراسة:

- حدود المكانية: يقتصر نطاق الدراسة على تحليل تجارة الجملة للمواد الغذائية في إطار تعبئة استبانة لتجار التجزئة في مدينة الخليل .

- حدود الزمنية:

سوف تكون دراسة في الوقت الحالي من عام 2023 الفصل الدراسي الأول.

2.3.5 المنهجية:

● البحث الكمي والكيفي:

1. تصميم استبيانات لجمع بيانات من تجار الجملة وتجار التجزئة .
2. إجراء مقابلات هيكلية مع ممثلين عن الفئتين للحصول على رؤى عميقة.
3. مراجعة دراسات الحالة: استعراض دراسات حالة مشابهة لاستخلاص أفضل الممارسات وتجارب النجاح.

● الأدوات:

1. استبيانات: تصميم استبيانات هادفة لفهم احتياجات وآراء تجار الجملة وتجار التجزئة .
2. مقابلات: إجراء مقابلات هيكلية لجمع معلومات تفصيلية.

● أسلوب جمع البيانات:

جمع البيانات بطريقة ورقية يقدم مجموعة من الفوائد التي يمكن الاستفادة منها بحسب السياق والغرض المطلوب. أحد الجوانب الإيجابية لهذا الأسلوب هو سهولة تنفيذه وتكلفته المنخفضة. يتيح هذا النهج التفاعل المباشر مع المشاركين وتوفير تجربة جمع البيانات أكثر قربًا وشمولاً.

من خلال تصميم استبيان أو نموذج يلبي الغرض المطلوب، يمكن طباعته وتوزيعه بسهولة على الفئة المستهدفة. تعبئة البيانات بشكل يدوي يسمح بالتواصل المباشر مع المشاركين، مما يضمن تفاعلاً أفضل وتوضيحاً لتفاصيل الإجابات. بالإضافة إلى ذلك، يوفر هذا الأسلوب سيطرة أكبر على عملية جمع البيانات ويسمح بفحص دقيق للإجابات .

2.4 أسئلة الدراسة وتحليل نتائجها:

كانت الدراسة وسيلة لجمع معلومات عن الزبائن ومعرفة نسبة رضاهم عن فكرة مشروعنا:

- 1- اسم محلك التجاري ؟
- 2- هل تفضل التعامل الالكتروني؟
- 3- كيف تبحث عن تاجر الجملة ؟
- 4- عدد الموردين الذين تتعامل معهم ؟
- 5- هل تواجه مشاكل بتعاملك مع المندوبين ؟
- 6- هل تجد صعوبة في العثور على تاجر موثوقين ؟
- 7- هل تجد صعوبة في تحديد الاسعار والعروض المناسبة ؟
- 8- هل تجد صعوبة في التواصل والتفاوض مع تاجر متعددين ؟
- 9- هل تعاني من وصول الطلب في الوقت المناسب ؟
- 10- هل تجد صعوبة في توفر تشكيلة واسعة من المنتجات ؟
- 11- هل تحتاج إلى تقييم جودة المنتجات ؟
- 12- في حال وجدت حل لجميع هذه المشاكل داخل منصة الكترونية هل ترغب بالتعامل معها؟
- 13- لى ماذا تطمح أن تصل في تجارتك ؟
- 14- هل سبق أن بحثت عن موردين وتواصلت معهم عبر الإنترنت؟
- 15- اذا كانت الاجابة عن السؤال السابق نعم، هل كان هناك مرونة في التعامل ؟
- 16- هل سبق أن تفاوضت مع مورد عبر الإنترنت؟
- 17- اذا كانت الاجابة عن السؤال السابق نعم،هل تفضلها عن الطريقة التقليدية ؟
- 18- إذا توفرت منصة كيف تفضل ان يكون الدفع ؟
- 19- هل لديك أي اقتراحات ترغب في مشاركتها للتطوير على المنصة ؟

● تم جمع البيانات بطريقة فيزيائية لمعظم المحلات التجارية الموجودة في مدينة الخليل، حيث قمنا بسؤالهم عن عدة أمور، منها الصعوبات التي يواجهونها أثناء إيجاد مندوبين والأسعار. تم جمع البيانات أيضاً من خلال عمل استبانة إلكترونية ونشرها على الزبائن للحصول على آرائهم وملاحظاتهم. أظهرت النتائج أن العديد من التجار يواجهون تحديات في العثور على مندوبين موثوقين وفي إدارة التكاليف بشكل فعال. بناءً على هذه البيانات، تم تطوير فكرة إنشاء منصة إلكترونية متكاملة تربط بين تاجر الجملة والتجزئة. ستنجح هذه المنصة للمستخدمين إنشاء حسابات خاصة بهم لتصفح وطلب المنتجات من تاجر الجملة المتوفرين في

النظام بسهولة ويسر. بفضل هذه المنصة، سيتمكن التجار من تحسين كفاءة عملياتهم التجارية، تقليل التكاليف، وزيادة فرص النمو من خلال شبكة موسعة من العلاقات التجارية.

2.4.2 النتائج:

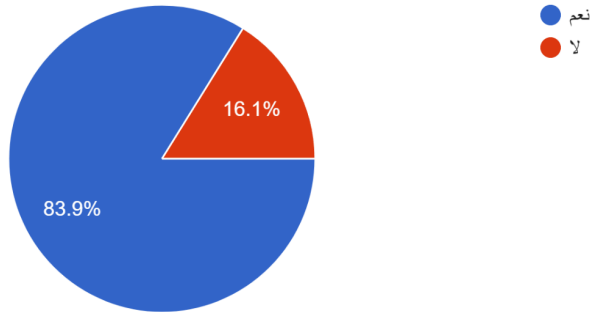
نتائج الاستبيان:
1. اسم محلك التجاري؟

شركة الجبريني للألبان
شركة الجبدي للألبان
أبو سنيده ماركت
شركة الاصيل مول
سوبر ماركت دنديس
سوبر ماركت الشرباتي
سوبر ماركت الشيماء
سوبر ماركت روابي
سوبر ماركت الاخوه

2. هل تفضل التعامل الالكتروني؟

هل تفضل التعامل الالكتروني؟

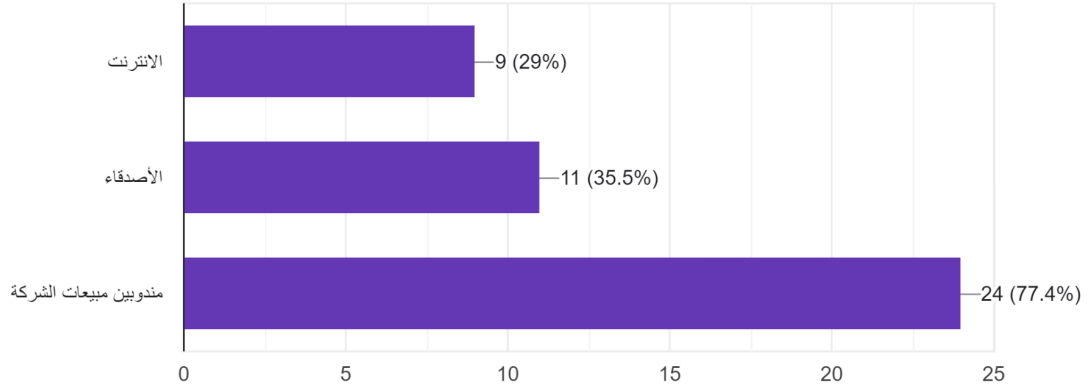
31 responses



3. كيف تبحث عن تاجر الجملة؟

كيف تبحث عن تاجر الجملة؟

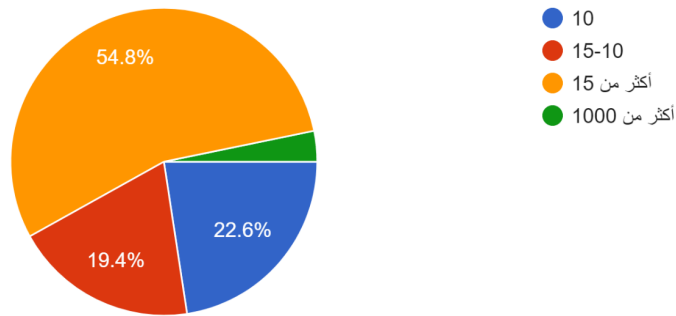
31 responses



4. عدد الموردين الذين تتعامل معهم؟

عدد الموردين الذين تتعامل معهم؟

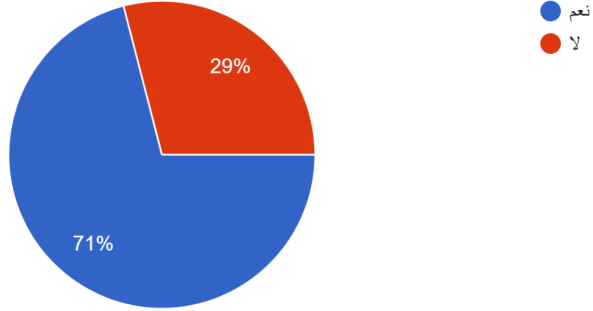
31 responses



5. هل تواجه مشاكل بتعاملك مع المندوبين؟

هل تواجه مشاكل بتعاملك مع المندوبين؟

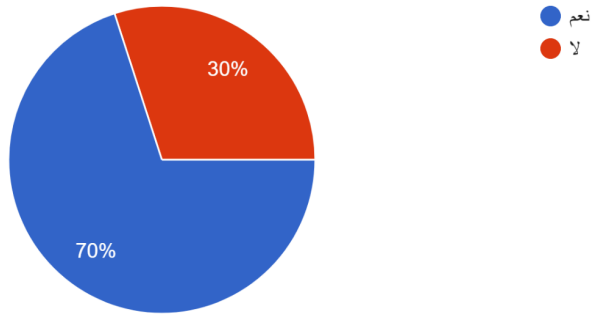
31 responses



6. هل تجد صعوبة في العثور على تجار موثوقين؟

هل تجد صعوبة في العثور على تجار موثوقين؟

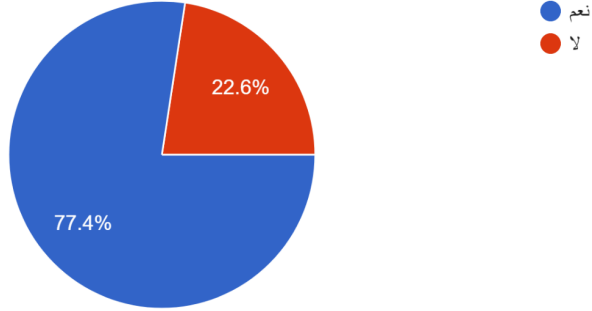
30 responses



7. هل تجد صعوبة في تحديد الاسعار والعروض المناسبة؟

هل تجد صعوبة في تحديد الاسعار والعروض المناسبة؟

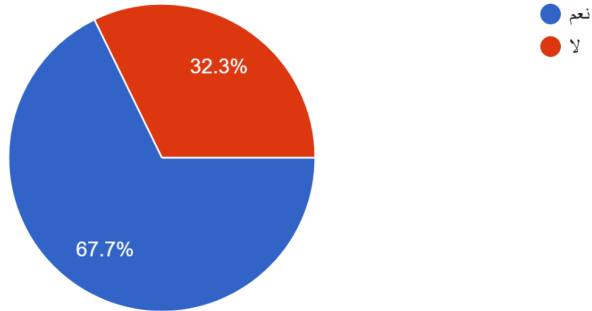
31 responses



8. هل تجد صعوبة في التواصل والتفاوض مع تجار متعددين؟

هل تجد صعوبة في التواصل والتفاوض مع تجار متعددين؟

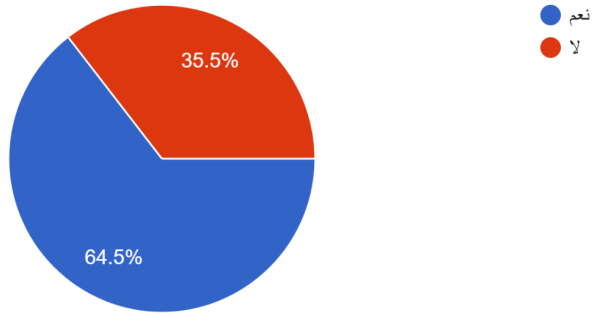
31 responses



9. هل تعاني من وصول الطلب في الوقت المناسب؟

هل تعاني من وصول الطلب في الوقت المناسب؟

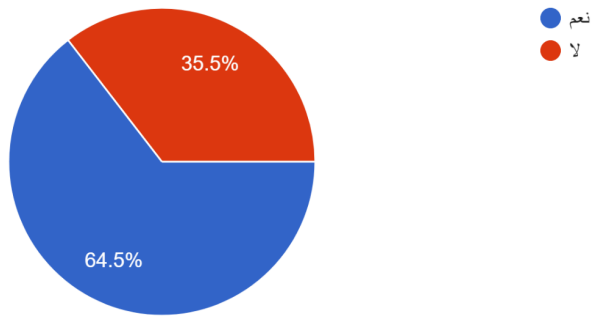
31 responses



10. هل تجد صعوبة في توفر تشكيلة واسعة من المنتجات؟

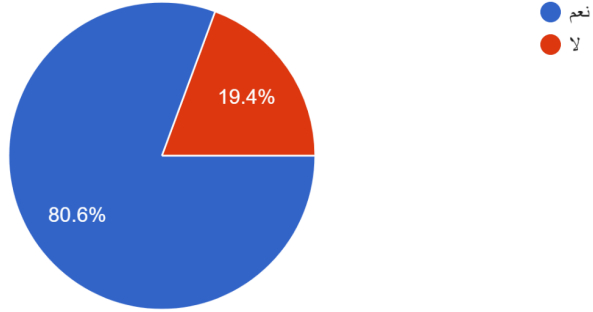
هل تجد صعوبة في توفر تشكيلة واسعة من المنتجات؟

31 responses



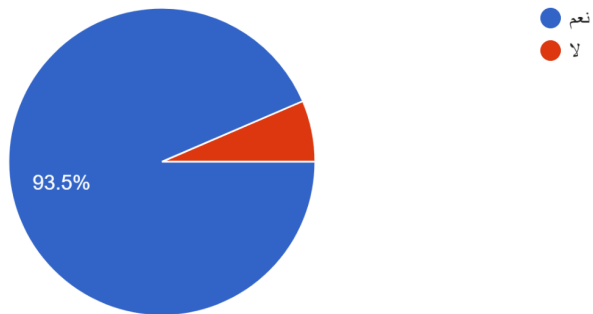
11. هل تحتاج إلى تقييم جودة المنتجات؟

هل تحتاج إلى تقييم جودة المنتجات؟
31 responses



12. في حال وجدت حل لجميع هذه المشاكل داخل منصة الكترونية هل ترغب بالتعامل معها؟

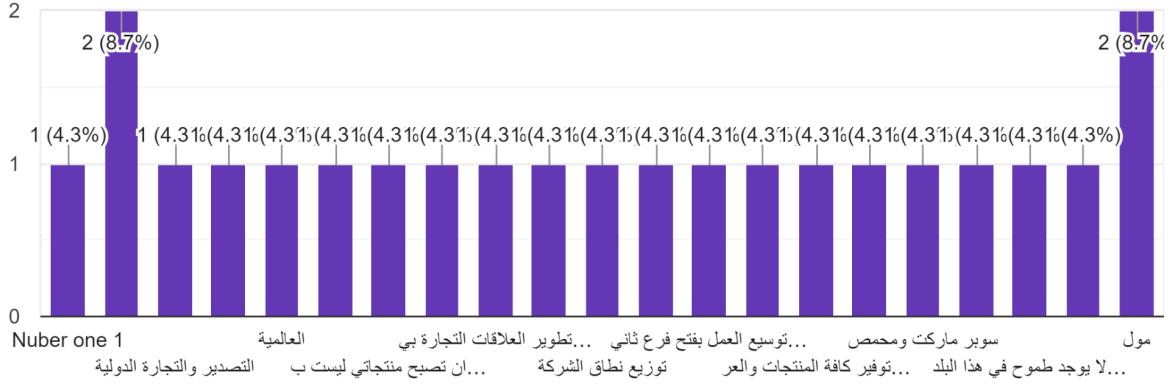
في حال وجدت حل لجميع هذه المشاكل داخل منصة الكترونية هل ترغب بالتعامل معها؟
31 responses



13. إلى ماذا تطمح أن تصل في تجارتك ؟

إلى ماذا تطمح أن تصل في تجارتك ؟

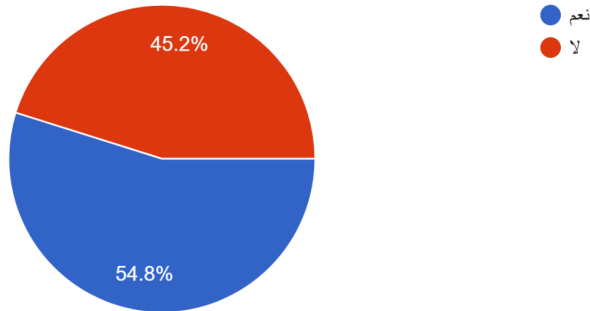
23 responses



14. هل سبق أن بحثت عن موردين وتواصلت معهم عبر الانترنت؟

هل سبق أن بحثت عن موردين وتواصلت معهم عبر الانترنت؟

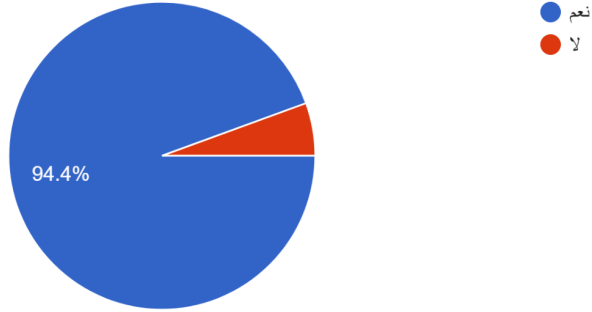
31 responses



15. اذا كانت الاجابة عن السؤال السابق نعم، هل كان هناك مرونة في التعامل؟

اذا كانت الاجابة عن السؤال السابق نعم، هل كان هناك مرونة في التعامل؟

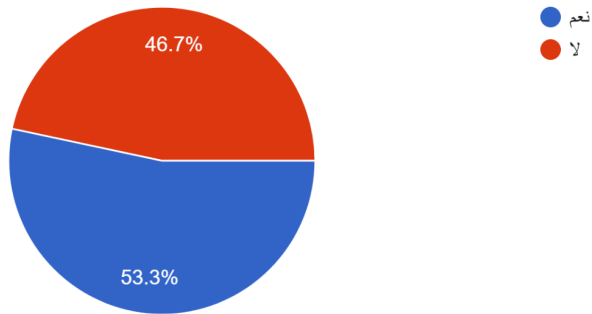
18 responses



16. هل سبق أن تفاوضت مع مورد عبر الإنترنت؟

هل سبق أن تفاوضت مع مورد عبر الإنترنت؟

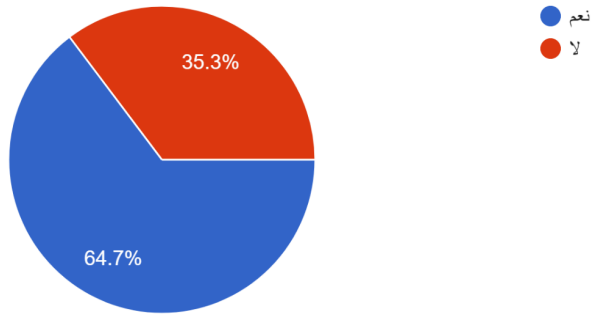
30 responses



17. إذا كانت الاجابة عن السؤال السابق نعم، هل تفضلها عن الطريقة التقليدية ؟

إذا كانت الاجابة عن السؤال السابق نعم، هل تفضلها عن الطريقة التقليدية ؟

17 responses



18. إذا توفرت منصة كيف تفضل ان يكون دفع ؟

إذا توفرت منصة كيف تفضل ان يكون الدفع ؟

31 responses



19. هل لديك أي اقتراحات ترغب في مشاركتها للتطوير على منصة؟

هل لديك أي اقتراحات ترغب في مشاركتها للتطوير على المنصة؟

31 responses

لا شيء

لا شيء

لا شيء

لا

تواجد التجار التي لديها سيطرة عالية في السوق وليس اي تاجر جملة جديدة ، توفير شركة توصيل توصل عيدات للمنتج

كيفية اجراء مفاصله مع التاجر

كما يستعمل تقنيات البلوك p2p croud funding بإمكان استعمال التكنولوجيا الحالية الحديثة في اعمال التطبيقات كهذه مثل استعمال طرق الدفع مثل وتوفير للمستخدم امكانية تخصيص المعاملات التي يريدھا Supply chanل في السيطرة على المبيعات وتشمل العملية ادارة المخزون من خلال والخدمات المرادة وان كانت خارج التصنيف

توفير عروض مناسبة

تت
انت

- تبين لنا من الاستبيان أن نسبة الزبائن التي تفضل العمل بشكل إلكتروني تصل إلى 83.9%، وأن أغلبهم يبحثون عن تجار الجملة عن طريق مندوبين مبيعات الشركة، يليها الأصدقاء، ثم الإنترنت. كما تبين أن نسبة المشاكل التي يواجهها الزبائن مع المندوبين تصل إلى 71%، وهي نسبة عالية تشير إلى ضرورة إيجاد حلول بديلة. بالإضافة إلى ذلك، بلغت نسبة الزبائن الذين تعاملوا مع الموردين عبر الإنترنت 53.3%، ونسبة تفضيلهم للتعامل عبر الإنترنت كانت 64.7%، وهي نسبة جيدة تشجعنا على بدء العمل عبر الإنترنت.

● بناءً على هذه المعطيات، نرى أن هناك فرصة كبيرة لإنشاء منصة إلكترونية متكاملة تعمل كوسيط بين تجار الجملة وتجار التجزئة. ستتيح هذه المنصة للتجار إنشاء حسابات خاصة بهم، وتصفح وطلب المنتجات من تجار الجملة بسهولة وفعالية. ستساهم المنصة في تقليل المشاكل التي تواجه الزبائن مع المندوبين، وتعزز تجربة الشراء من خلال واجهة مستخدم ميسرة وأدوات لإدارة الطلبات وتتبع الشحنات. كما ستشمل ميزات أمان متقدمة لحماية البيانات والمعاملات، ودعم فني مستمر لضمان رضا المستخدمين. تهدف هذه المنصة إلى تحسين كفاءة العمليات التجارية، تعزيز الشفافية والثقة بين الأطراف، وزيادة فرص النمو والازدهار لكلا الجانبين.

- المقابلة: من خلال المقابلة تم التوصل إلى نتائج عدة وهي كالآتي:
1. تقبل الزبائن لفكرة العمل عبر الإنترنت وتفضيلها عن الطريقة التقليدية .
 2. الحاجة إلى التدريب والتوعية: تم التوصل أيضاً إلى أن هناك حاجة لتقديم التدريب والتوعية للزبائن حول كيفية استخدام الخدمات عبر الإنترنت بفاعلية، وكذلك تسليط الضوء على فوائد وسهولة التسوق الرقمي.
 3. تحسين تجربة المستخدم: تم التأكيد على أهمية تحسين تجربة المستخدم عبر الإنترنت، بما في ذلك تبسيط عمليات الشراء وتقديم محتوى جذاب ومعلومات دقيقة حول المنتجات والخدمات.
 4. تحديات التحول: كما تم رصد تحديات محتملة قد تواجه عملية التحول إلى التسوق عبر الإنترنت، مثل قلق بعض الزبائن بشأن أمان المعاملات الإلكترونية وجودة الخدمة الرقمية. قد تكون هذه النقاط حاسمة في تصميم استراتيجيات التسويق الرقمي وتحسين تجربة العملاء عبر الإنترنت.

2.5 تحليل المنافسين :

يعتبر تحليل المنافسين أداة أساسية لفهم التحولات التي تحكم ساحة التسويق المحلية. من خلال تفحص استراتيجيات المنافسين (مندوبين المبيعات) ونقاط قوتهم وضعفهم، سنقوم برسم صورة واضحة لتحديات وفرص مندوبي المبيعات في هذا السياق .

نقاط القوة:

- مندوبي المبيعات الذين يتمتعون بفهم عميق للثقافة والقيم في مدينة الخليل قد يكونون قادرين على بناء علاقات أقوى مع العملاء المحليين.
- مهارات التواصل الجيدة التي يمتلكها المندوبين بالتواصل يمكن أن تكون نقطة قوة كبيرة، خاصة في عملية البيع وبناء علاقات مستدامة مع العملاء.
- وجود شبكة اجتماعية قوية في مدينة الخليل ، يمكن للمندوبين الاستفادة من هذه العلاقات لتوسيع قاعدة العملاء وتحقيق المزيد من المبيعات.

نقاط الضعف:

- تأثير الأحداث السياسية على المنطقة قد يؤثر على قدرة المندوبين على تنفيذ مهامهم بفعالية.
- هناك نقص في الدعم الفني والتدريب ، مما يؤثر على قدرة المندوبين على التعامل مع متطلبات العملاء بشكل فعال.
- وجود تحديات بيئية مثل زحمة المرور أو قلة وسائل النقل، فإن هذا قد يؤثر على جدوى عمل المندوبين.
- الذهاب الى تجار التجزئة في اوقات الذروة يسبب تعقيدات في الوصول إلى منتجات .

: Personas 2.6

- أشخاص يفضلون الطلب بشكل الكتروني.
- أشخاص يفضلون استخدام التكنولوجيا لتسهيل مهامهم اليومية.
- أشخاص تبحث عن قيمة الخدمة وليس الخدمة فقط.
- اصحاب السوبر ماركت يستفيدون من المنصة لتوفير تكاليف الشراء.
- أشخاص يستفيدون من العروضات والخصومات الحصرية التي تقدمها المنصة الإلكترونية.

2.7 تقنيات التكنولوجيا المستخدمة:

- حجز النطاق واسم مجال (domain name).
في الفصل الثالث يوجد تفاصيل كاملة عن الحجز والتقنيات .
- جهاز الحاسوب بمواصفات فيزيائية لا تقل عن

Cpu: i5
HDD: SSD 1 TB
Ram: 8 GB
Monitor : 20
Keyboard and Mouse

- برمجيات

Microsoft Leno

هو عبارة عن نظام تشغيل تم إصداره من قبل مايكروسوفت حيث قمنا باستخدامه لأنه متوفر بسعر مناسب بالإضافة الى سهولة استخدامه وعمله واحتوائه على العديد من المميزات التي تسهل عملية بناء الموقع مثل الأمان ودعمه التطورات الحديثة في أجهزة الكمبيوتر مثل السرعة في الأداء المتكاملة.

• Wordpress

سيتم استخدام الوردبريس تساعد في انشاء المواقع بكافة أنواعها مما دفعت فريق البحث لاختيارها بدلاً عن البرمجة ولعدة أسباب:

1. سهولة الاستخدام ووردبريس يتميز بواجهة مستخدم سهلة الفهم، مما يجعله مناسباً للمبتدئين والمستخدمين غير التقنيين.
2. مرونة التخصيص يوفر ووردبريس مجموعة واسعة من القوالب والمكملات (الـ Plugins) التي تسمح بتخصيص شكل ووظائف الموقع بسهولة.
3. يحظى ووردبريس بدعم قوي من مجتمع كبير من المطورين والمستخدمين، مما يعني توفر موارد كبيرة للمساعدة والتحسين المستمر.
4. متوفر مجاناً ومفتوح المصدر: ووردبريس متاح للتحميل والاستخدام مجاناً، وهو مفتوح المصدر، مما يعني أن المستخدمين يمكنهم تعديل الشيفرة المصدرية وتكييفها حسب احتياجاته.
5. توفر خدمات الاستضافة: هناك العديد من خدمات الاستضافة التي تدعم ووردبريس، مما يجعل عملية نشر المواقع سهلة ومتاحة للجميع.

• تقنيات الحماية والأمان

قمنا باختيار نظام الحماية SSL لعدة أسباب منها:

1. حماية البيانات الحساسة: يوفر SSL حماية البيانات الحساسة، مثل معلومات تسجيل الدخول وتفصيل البطاقات الائتمانية، عند نقلها عبر الإنترنت.
2. تأمين الاتصالات: يشفر SSL الاتصالات بين متصفح المستخدم وخادم الويب، مما يمنع المتسللين من مراقبة أو تعديل البيانات أثناء النقل.
3. بناء الثقة والمصادقية: شهادة SSL توفر إشارة بصرية للزوار بأن الموقع آمن ويهتم بحماية بياناتهم، مما يزيد من مصداقية الموقع.

2.8 خطة فحص المنصة الإلكترونية :

من المهم جدا تحديد خطة لفحص الموقع بعد تطبيقنا وتحليل نجاح الموقع , يتم اختبار أداء الموقع، بما في ذلك سرعة التحميل و استجابة الخادم. يُجرى تحليل تجربة المستخدم وتحسينها، مع اختبار التوافق مع المتصفحات. يتم أيضًا فحص الأمان للتحقق من التصريحات وإعدادات الوصول، إلى جانب مراقبة السجلات للكشف عن أنشطة غير مصرح بها.

1. الخطوة الأولى :

- فحص الأداء استخدام أدوات خاصة لفحص سرعة التحميل وتحديد وجود أي عامل يؤثر على الموقع .
- اختبار استجابة الخادم قياس وتحليل استجابة الخادم للطلبات للتأكد من عدم وجود تأخير غير مبرر.
- اختبار الموقع عند الضغط ودخول عدد كبير من المستخدمين.

2. الخطوة الثانية :

- التأكد من أن جميع الروابط تعمل بشكل صحيح دون وجود خطأ.
- صحة الروابط التي يرسلها الزبون وأنها تعمل .
- عدم وجود رابط يأخذ الزبون الى مكان خطأ .

3. الخطوة الثالثة :

- إمكانية الوصول لصفحة الرئيسية بكل سهولة وبساطة .
- التأكد من عدم وجود خطأ في البيانات عند تسجيل الدخول بمدخلات خاطئة تظهر رسالة تفيد بوجود خطأ في البيانات المدخلة.
- صحة بيانات الإدخال: عند تسجيل الدخول بمدخلات صحيحة يتم الانتقال إلى صفحة المستخدم الشخصي.

4. الخطوة الرابعة :سوف نقوم بفحص تجربة المستخدمين ومدى تفاعلهم على الموقع من خلال تجربة

- فئة قليلة من الزبائن والتأكد من أن الموقع يعمل بشكل جيد وواضح ومفيد للمستخدمين .
- اختبار مدى سرعة الموقع اثناء الاستخدام .

- قياس فعالية الموقع من خلال تسجيل زمن الاستجابة أثناء التصفح.
- تصفح مختلف الأقسام في الموقع وتقديم تعليقات حسب تجربتهم .
- التحقق من حجم الصور والخطوط والألوان ووضعها بالشكل الصحيح وبالجم المناسب.
- التأكد من عدم وجود اي اخطاء املائية ونحوية .
- التأكد من أن الموقع يعمل بشكل مناسب على جميع احجام الاجهزة بشكل مناسب .
- عمل النظام على العديد من المتصفحات المختلفة مثل جوجل وفايرفوكس وسفاري.

5. الخطوة الخامسة:

- فحص الأمان والحماية من خلال وجود شهادة SSL.
- فحص تحديث البرمجيات التأكد من أن جميع البرمجيات والتطبيقات محدثة بأحدث الإصدارات لسد الثغرات الأمنية.
- التأكد من عدم إمكانية تسجيل الدخول أثناء إدخال كلمة مرور خاطئة أو اسم مستخدم غير صحيح.
- التحقق من الحماية من الهجمات وفحص موقعنا لضمان حمايتها.

2.9 اعتماد تصنيف المنصة :

- **النظام المنوي استخدامه في بناء الموقع CMS Content Management System** وهي مجموعة الإجراءات المتبعة لإدارة سير العمل في بيئة تعاونية، هذه الإجراءات إما أن تكون يدوية أو مبنية على الحاسوب. البيانات في نظام إدارة المحتوى قد تكون أي شيء تقريباً وثائق، أفلام، صور، أرقام هواتف ، أرقام خاصة، بيانات علمية، ، وهكذا تستخدم نظم إدارة المحتوى عادة في التحكم في الوثائق وترتيبها والتحكم بالمراجعات الموجودة منها، في نظام إدارة المحتوى يزيد رقم الإصدار Version مع كل تعديل يطرأ على الملف ، والتحكم بالمراجعات هو أحد المميزات الرئيسية لنظام إدارة المحتوى.
- **أسباب اعتماد الموقع CMS** الخدمات التي يقدمها النظام للمستخدم والتي تسهل عملية إنجاز الأعمال داخل الموقع وهي:

1. إمكانية إنشاء وتسجيل حسابات للمستخدمين هذه الميزة رغم بساطتها وتوفيرها إلا أنها مهمة جداً وتساعد على تنظيم محتوى الموقع بشكل أفضل والوصول إلى المحتوى المطلوب بسهولة.

2. إضافة وتعديل المحتوى بشكل سهل، تختلف طرق توفير هذه الخاصية من نظام إلى نظام، فأحياناً تكون هذه الخاصية ضمن البنية الأساسية للنظام كما هو في منصة Wordpress.

3. يعد صديق لمحركات البحث أي أنه يظهر بمرتبة أعلى من المواقع الثابتة (static)

2.10 إعداد إستراتيجية المواقع التواصل الاجتماعي :

تم إعداد استراتيجية وسائل التواصل الاجتماعي من خلال عدة خطوات وهي:

1. تحديد الأهداف التي تحققها المنصة من استخدام SMS

في هذه الخطوة يتم تحديد الأهداف المتعلقة باستخدام وسائل التواصل المناسبة وما هو المطلوب منها، والهدف في البداية سيكون زيادة الوعي حول المنصة الإلكترونية وزيادة الزيارات والتفاعل وعدد المتابعين للموقع من خلال مشاركة رابط tijarti.ps على صفحة الشركة في مواقع التواصل الاجتماعي وسيكون المطلوب من الزبائن (new visitors) وبناء قاعدة تواصل مع الفئة المستهدفة تسمح للشركة بمحاولة معرفة آراء الزبائن حول المنصة الإلكترونية والمنتجات وأيضاً تشجيع الزبائن على التفاعل وإبداء الآراء حول المنصة وما المقدمة من أجل معرفة مدى رضا الزبون عن المنصة والمنتجات والخدمات التي يقدمها.

2. تحديد الفئة المستهدفة لوسائل التواصل الاجتماعي للمنصة الإلكترونية

- الباحثين عن العروض عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- المهتمين برؤية العروض عن طريق المنصة الإلكترونية.
- المهتمين باستخدام الانترنت لتسهيل حياتهم .
- المهتمين بتوفير الوقت والجهد.

3. موقع تواصل الاجتماعي التي تم اختياره

- تم استخدام facebook كونه الموقع الأكثر استخداماً في فلسطين ، ويبلغ معدل المستخدمين وفقاً لتقرير paltimes فإن نسبة استخدام فيسبوك في فلسطين بلغت 92% لعام 2022 .
- تم استخدام instagram ، يبلغ عدد مستخدمي التطبيق 63.2% من مستخدمي الإنترنت في فلسطين لعام 2022 .

4. الأساليب والطرق المتبعة لقياس الأداء KPI

- معدل CTR: حي يتم تقسيم عدد Clicks التي تحصيلها منشورات الصفحات على عدد المشاهدات التي تم مشاهدتها ليتم بذلك تمييز عدد الأفراد الذين تفاعلوا مع المقالات من عدد الأفراد الذين شاهدوا الإعلان.
- Reach: تحديد كمية الوصول لكل مشاركة في الصفحات من كافة المعجبين لمعرفة نسبة التفاعل التي تجنيها المشاركات.

2.11 إستراتيجية content lead generation:

يمكن جلب الزبائن إلى المنصة الإلكترونية بالعديد من الطرق المجانية وهذا يعتمد على ظهور الموقع في نتائج البحث الأولى وتفوقه على المنصات المنافسة أو المواقع التي تستخدم نفس keywords.

● المدونات :

تعد المدونات أحد أهم الأمور التي تساعد المنصة للظهور في النتائج الأولى محرك البحث بشكل خاص وبشكل عام تعد جاذبة لزبائن من خلال استخدام المحتوى والكلمات المفتاحية الفريدة التي من خلالها سيتم تحويل الزبائن للمنصة المنوي عملها ، ومن فوائدها أنها مجانية أيضا تمكن جذب الزبائن بأقل التكاليف.

لذلك سيتم عمل مدونة تحتوي على هذه الأمور:

1. Updates : يحتوي هذا القسم على التحديثات التي يمكن أن يقوم بها فريق العمل لإشراك الزبون في عملية اتخاذ القرار.

2. Call to action : سيتم وضع call to action في نهاية كل صفحة للاستفادة من الزائر.

3. خدمة RSS : وهي خدمة توصيل الزبائن بالمنصة آخر تحديثات محتوى المنصة فور حدوثها مثلا : عروض جديدة يتم طرحها.

● أمور يجب توفرها في المنصة :

1. سهولة الاستخدام: إذا كانت المنصة سهلة الاستخدام يصبح أداة سهلة العمل و فعالة في مساعدة الزائر في العثور على المعلومات التي يريدها.

2. سرعة الموقع: لا شيء يحبط المستخدمين أكثر من بطء تحميل صفحات الويب حيث جعلت شركة قوقل السرعة عامل أساسي في خوارزمية البحث ، أي أن المواقع البطيئة تحصل على نتائج ضعيفة لذلك سيقوم فريق البحث بالاهتمام في سرعة فتح المنصة وصفحاتها.

3. مربع بحث ذكي: سنقوم بتوفير مربع بحث سريع و ذكي يقدم اقتراحات للزبائن، وذلك بهدف تسهيل عملية وصول الزبائن لهدفهم.

● تحسين محرك البحث:

1. Being SEO-friendly
2. Title Tags في كل الصفحات .
3. Meta description tags في كل الصفحات.
4. content Header في كل الصفحات .
5. content Body في كل الصفحات .
6. Clean URL .
7. Content management system .

● : Keywords

قام فريق البحث بتحديد الكلمات المفتاحية التي يستخدمها الزبائن للبحث عن المنصة للحصول على الخدمات والعروض ، سيتم تضيق نطاق التركيز على الكلمات المفتاحية التي احتمالية استخدامها أكثر ستكون هذه الكلمات لديها القدرة على المنافسة الظهور في المواقع الأولى في محرك البحث .

● :Sitemap

عند انتهاء فريق البحث من الكلمات المفتاحية سيتم إنشاء ملف sitemap بالتفصيل، في كل صفحة من منصة ، يضمن sitemap عدم وجود مشاكل أي أنه لا يوجد تداخل بين الكلمات المفتاحية.

● : Custom title tags

سيحرص فريق البحث على أن تكون العناوين فردية لكل صفحة من صفحات المنصة وتتضمن الكلمة الرئيسية المستهدفة المناسبة وتلبية طلبات الفئة المستهدفة.

● : Body content

يجب أن يستوفي محتوى منصة العديد من معايير الجودة لزيادة زيارة الزبائن للموقع واستقطاب الزبائن الجدد بالإضافة إلى لك تحسين محركات البحث مع توفر المعايير التالية:

1. الملائمة: يجب أن يكون المحتوى ملائماً للفئة المستهدفة من حيث الموضوع والأسلوب.

2. الإقناع: سيقوم فريق البحث بإنشاء محتوى بشكل احترافي قادر من خلاله على إقناع الزبائن بمتابعة القراءة والاستفادة من العروض.

• Conversion :

1. Call to action: سيقوم فريق البحث بوضع Call to action الذي يحث الزبائن على الاستفادة من العروض .

2. القوائم الرئيسية في المنصة : سيقوم فريق البحث باختيار القوائم التي تناسب المنصة ووضعها في الصفحة الرئيسية للمنصة حتى تجعل استخدام المنصة سهل و ملائم للزبائن.

3. معلومات الاتصال والتواصل: سيقوم فريق البحث بوضع روابط التواصل الاجتماعي مع وجود حقل للتواصل بين التجار والشركات على المنصة لتسهيل الوصول إلى معلومات والرد على استفسارات الزبائن.

4. Landing page: الاهتمام بكل صفحة من صفحات المنصة كأنها صفحة landing page التي سوف تظهر للزبون.

5. Payment method: الدفع عن طريق الفيزا والبنوك سيقوم فريق البحث بالتنسيق والاتفاق مع المؤسسات من أجل تطوير طريقة الدفع.

القسم الثالث

المحتوى	الرقم
المقدمة.	3.1
خطة الحجز واستضافة المنصة.	3.2
الخطوات المتبعة في التحضير وحجز المنصة الالكترونية .	3.3
نوع المنصة .	3.4
مبررات استخدام المساحة .	3.5
اسم النطاق ومبررات استخدامه .	3.6
الهوية البصرية .	3.7

3.1 المقدمة :

يحتوي هذا الفصل على الخطوات المتبعة في عملية حجز نطاق المنصة الإلكترونية ، كون هذه العناصر مهمة لتشغيل المنصة وإتاحتها للزبائن وتحديد نوع المنصة الإلكترونية وسبب اختيار هذا النوع من ثم تحديد ما هو النطاق الذي تم اختياره للمنصة.

3.2 الخطة الحجز واستضافة المنصة:

قمنا بتحضير المتطلبات لحجز المنصة وهي: الفيزا كارد، جهاز الحاسوب، ومن ثم الدخول الى موقع نطاقي لحجز PS:TLD حيث أنها معتمدة من قبل منظمة الايكان العالمية لتسجيل النطاقات، وتنشأ نسخة احتياطية، وفيها حسابات FTP غير محدودة.

3.3 الخطوات المتبعة في تحضير وحجز المنصة الالكترونية :

- حجز المنصة-الخطوة الأولى

- الأقسام
 - خطط الاستضافة العادية
 - خطط استضافة الأعمال المتميزة
 - DNS Hosting
 - بناء المواقع
 - Cloud VPS
 - CRM Services
 - Bulk Sms
 - خدمة البريد الإلكتروني eMail services
- الإجراءات
 - تسجيل نطاق جديد
 - نقل النطاق
 - شاهد العربة

حجز دومين

البحث عن اسم نطاق جديد. أدخل الاسم أو الكلمات أدناه للتحقق من التوفر.

أدخل نطاق أو كلمة

الدومين الذي أدخلته محجوز من قبل ، لا بد أن تقوم بحذفه من هذا الطلب

.ps	.org.ps	.com.ps	.net.ps	.org	.com	.net	.me
غير متاح	\$29.99 USD إضافة	\$35.00 USD إضافة	\$29.99 USD إضافة	\$15.99 USD إضافة	غير متاح	غير متاح	غير متاح

حجز المنصة -الخطوة الثانية



يرجى التحقق من بريدك الإلكتروني واتبع رابط التحقق من عنوان بريدك الإلكتروني.

إعادة إرسال تأكيد البريد الإلكتروني

- الأقسام
 - خطط الاستضافة العادية
 - خطط استضافة الأعمال المتميزة
 - DNS Hosting
 - بناء المواقع
 - Cloud VPS
 - CRM Services
 - Bulk Sms
 - خدمة البريد الإلكتروني eMail services
 - خدمات مرتبطة
- الإجراءات
 - تسجيل نطاق جديد
 - نقل النطاق
 - شاهد العربة

إعدادات الدومين

يرجى مراجعة النطاقات المحددة و الإضافات المتوفرة لهم.

tijarti.ps

الاستضافة
[اضغط هنا لطلب استضافة]

المدة المطلوبة
سنة / سنوات 1

أسماء السيرفرات

إذا كنت ترغب في ربط الدومين الخاص بك بـ دي ان اس معين فقم بكتابتته أدناه ، بشكل افتراضي الدومينات الجديدة يتم ربطها بالدي ان اس الخاص بنا

NS 1	NS 2	NS 3
<input type="text" value="vda6700a.trouble-free.net"/>	<input type="text" value="vda6700b.trouble-free.net"/>	<input type="text"/>
NS 4	NS 5	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

الاستمرار

حجز المنصة-الخطوة الثالثة

Note: All Fields with * sign are required.

First Name *

Joe

Last Name *

Cool

Enter Email *

Email Address

Enter Password *

Password

Enter Company

My Company

Street Address *

123 Some Street

Address Line 2.

Apt 1A

Address Line 3.

Address Line 3

City *

City

State *

State

Zip / Postal Code *

Zip

Country *

Select Country

Phone Number *

● حجز المنصة - الخطوة الرابعة

Web Hosting Direct Admin

Choose the hostname you want for your site.

tijarti.ps

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

Continue

● حجز المنصة - الخطوة الخامسة

المعلومات الخاصة بك

tijarti
yousof imraish
hebron
hebron, hebron, 090100
Palestine, State of

التحديث

اتصالات

لا توجد عضوات

.. عضو فرعي جديد +

مرحباً , yousof

مسئفة العميل / الدوابة الرئيسية

0
الخدمات

1
النطاقات

0
التذاكر

0
الفواتير

... أدخل سؤالك للبحث في مكتبة الشروحات لدينا

منتجاتك/خدماتك الفعالة

يبدو أنه لا يوجد لديك أي منتجات/خدمات حتى الآن. اختر منتج أو خدمة الآن

View More...

3.4 النوع المنصة :

الموقع المنوي العمل عليه Order and Shop من خلال منصة Wordpress، أحد أنواع CMS وهي منصة متخصصة في بناء المنصات والمواقع الإلكترونية.

3.5 المبررات استخدام المساحة :

قمنا باختيار شركة interserver.net كونها من الشركات الرائدة في هذا المجال وتتميز بالعروض التي تقدمها :

1. مساحة تخزينية غير محدودة.
2. عدد زوار غير محدود.
3. شهادة SSL مجانية .
4. عدد غير محدود من الايميلات.

3.6 اسم نطاق ومبررات استخدامه :

- تم اقتراح اسم Tijarti يعكس الاسم طابعاً تجارياً يكون واضحاً للمستخدمين المستهدفين أن المنصة تعنى بالتجارة والتبادل التجاري بين التجار.
- له علاقة بفكرة المنصة.
 - سهل الحفظ .
 - سهل الكتابة.

3.7 الهوية البصرية.

- شعار المنصة



● الوان المنصة وتفسير الشعار



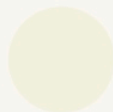
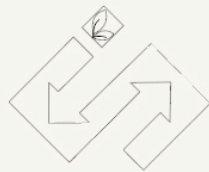
TIJARTI



Trading arrows

olive plant

olive leaf



f4f2df



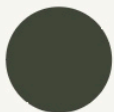
d7d6a8



b2b084



cdd6a5



41473a

● الدلالات اللونية :

اعتمدنا في اختيارنا اللون الأخضر على ارتباطه بالطبيعة، الثقة، الصدق، التفاؤل، والصبر، ويعبر أيضًا عن النشاط والدقة والانفعال. استوحينا هذا اللون من شجرة الزيتون التي ترمز إلى الهوية الفلسطينية ارتباطًا وثيقًا، والتي يعود تاريخها إلى آلاف السنين، حيث تعكس تجذرننا في أرضنا المباركة. ترمز شجرة الزيتون إلى السلام، الحكمة، الخصوبة، الازدهار، الخلود، والنجاح، وهي القيم التي نطمح لتعزيزها من خلال هويتنا وعلامتنا التجارية.

نسعى من خلال علامتنا التجارية إلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الدول الخارجية، وتعزيز هويتنا وإنجازتنا على المستوى المحلي والدولي. نهدف إلى أن يكون اللون الأخضر تجسيدًا لقيمنا ورسالتنا، وأن يعكس التزامنا بالجودة والتميز في تقديم خدماتنا. نؤمن بأن اللون الأخضر سيساعدنا في بناء ثقة عملائنا، وتقديم تجربة متميزة تساهم في تحقيق رؤيتنا المستقبلية في السوق العالمية.

القسم الرابع	
المحتوى	الرقم
المقدمة .	4.1
أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم.	4.2
خطة التكلفة والسعر.	4.3
المقترح الأولي للموقع Proposal.	4.4
النقاط الهامة في فترة عمر المشروع TIJARTI.	4.5
.Web Metrics	4.6

4.1 المقدمة:

في هذا الفصل ، سنقوم بتجهيز المشروع عن طريق تحديد مهام كل فرد في الفريق ووضع خطة تكلفة مفصلة. سنبدأ أيضا في إعداد خطة المشروع الرسمية بصيغة "المقترح" ، و نحدد فترة العمر المتوقعة للمشروع التي تشمل مواعيد استكمال كل جزء وتسليمه . في النهاية ، سنقوم بقياس أداء المنصة عن طريق استخدام أداة شهيرة تابعة لشركة Google وتسمى "تحليلات Google" تتبع مقاييس الويب (Metrics Web) .

4.2 أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم:

يتكون فريق العمل من 4 طلاب جميعهم من تخصص التسويق الإلكتروني، وفيما يلي اسم كل طالب ودوره في المشروع بالإضافة إلى مبررات أو اختياره :

أفراد العمل ودور كل فرد ومبررات اختياره

اسم الطالب	دور الطالب	مبرر الاختيار
تقى خمايسة	الإشراف على مواقع التواصل الاجتماعي	لديهم مهارة التعامل مع البيانات
شهد الجعبري	جمع وتدقيق البيانات وتحليلها العمل مع الفريق على إنشاء المنصة	خبرة سابقة في الإشراف على منصات التواصل الاجتماعي
يزن عبد النبي	الإشراف على المنصة إنشاء المحتوى العمل مع الفريق على إنشاء المنصة إضافة الشركات	مهارة التعامل مع المنصة مهارة إنشاء المحتوى
يوسف امريش	إدارة العلاقات العامة العمل على التصميم المنصة وصورها العمل مع الفريق على إنشاء المنصة إضافة المنتجات	مهارة التواصل مع العملاء الخبرة في مواقع معالجة الصور

4.3 خطة التكلفة والسعر:

تكاليف إنشاء المنصة:

35 \$	Domain
27.51\$	Host
0 \$	Social Media Ads
50 \$	Promotion
50 \$	Designs (Canva)
162.15 \$	Total Cost

4.4 المقترح الأولي للمنصة Proposal:

4.3.1 لمحة عن المنصة الإلكترونية TIJARTI

منصة وسيط بين تجار الجملة للمواد الغذائية وأصحاب السوبرماركت. يستطيع المستخدم من خلال حسابه طلب المنتجات من تجار الجملة.

4.3.2 معلومات الاتصال

العنوان فلسطين - الخليل

البريد الإلكتروني tijartimarketing@gmail.com

الهاتف 0595165707

4.3.3 وصف المشروع – التصميم

- السرعة في الأداء وتحميل صفحات المنصة .
- تقليل استيراد شفرة JavaScript من المصادر الخارجية التي تحتاج إلى وقت عند تحميل الصفحة.
- موقع إلكتروني متوافق مع كافة الشاشات.
- خطوط وكلمات واضحة للجميع وألوان مريحة للعين.
- سهولة التعامل مع المنصة ، لغة واضحة ومفهومة للجميع.
- سرعة وصول الزبائن إلى العروض .

- موقع الكتروني يعمل على كافة المتصفحات بدون استثناء.
- يعمل الموقع على أجهزة مختلفة وبأنواع مختلفة.
- حجز server قريب على مكان العملاء .

4.3.4 وصف المشروع – التسويق

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي .
- التركيز الكبير على الكلمات الرئيسية والكلمات المفتاحية .
- إرسال رسائل للزبائن عبر البريد الإلكتروني في اوقات العروض وعرض منتجات جديدة.
- استخدام أدوات التصميم الجرافيكي وتوظيفها في التسويق .

4.3.4 الاسم و البريد الإلكتروني ومعلومات الاتصال لفريق العمل:

رقم الهاتف	البريد الإلكتروني	الاسم الثاني	الاسم الأول
056-747-9789	Toqakh93@gmail.com	خمايسة	تقى
059-516-5707	shahdmurad.jabari@gmail.com	الجعبري	شهد
059-532-3166	yazan.amjad2016@gmail.com	عبد النبي	يزن
059-961-9643	yousofimraish7@gmail.com	امریش	يوسف

4.3.5 الأسلوب المفضل للاتصال

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

4.5 النفاط الهامة في فترة عمر المشروع:

- فترة الاجتماعات والتخطيط الأولي 29/2/2024
- إنشاء المحتوى 29/3/2024
- تطوير الواجهة الأمامية 2/4/2024
- اختبار الموقع وضمان الجودة 27/4/2024
- المراجعة النهائية 29/5/2024
- تسليم المشروع 3/6/2024

: Web Metrics 4.6

- Page views هو مؤشر يظهر عدد الزوار للصفحة.
- Referrals يقوم بتحديد المصادر التي يأتي منها الزائرين للمنصة.
- Top keywords الكلمات المفتاحية الأكثر استخداما من قبل الزوار في البحث .
- Top Search Engine تحديد أكثر المتصفحات استخداما في تصفح المنصة .
- Exit page الصفحات التي يغادر منها المستخدمين .
- Session وهي الفترة التي يبقى فيها الزوار داخل المنصة.
- Traffic Source تحديد هل كافة الزيارات التي تأتي للمنصة من فلسطين أو من الدول أخرى ، وهل الزوار من الفئة المستهدفة أم لا ، وهل مدن الزوار هي الفئة المستهدفة أم لا .
- Top page تحديد الصفحات الأكثر استخداما في المنصة .

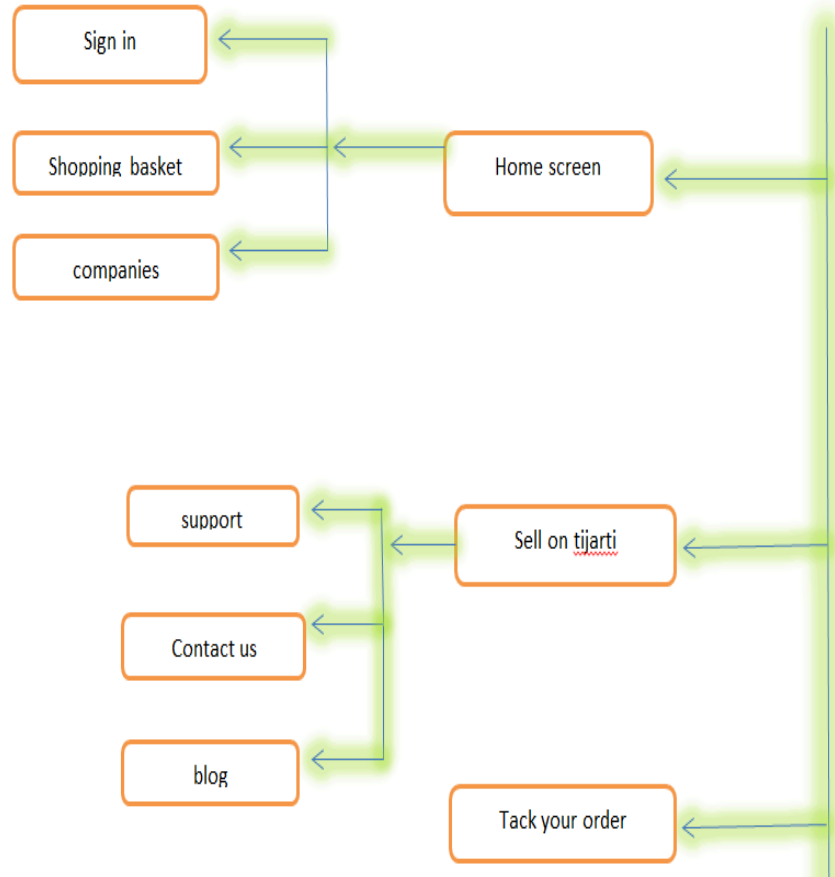
القسم الخامس

المحتوى	الرقم
المقدمة	5.1
خريطة الموقع sitemap	5.2
وضع خطة بناء المحتوى و تجهيزه حسب استراتيجية ROT	5.3
خطة الكلمات المفتاحية المستخدمة في مختلف أقسام الموقع	5.4
خطة المستندات و الوثائق وكيفية تتبعها	5.5
خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر محركات البحث الأفضل SEO	5.6
تصميم واجهات الموقع المختلفة – تجربة المستخدم	5.7

5.1 المقدمة:

في الفصل الأول، استعرضنا فكرة المشروع بوضوح، بما في ذلك الحاجة السوقية التي يستهدف تلبيتها، مع التركيز على المقومات الأساسية التي تسهم في نجاح المشروع. تم التركيز أيضًا على أهمية هذا المشروع في السوق المعنية. في الفصل القادم، سنركز على دراسة السوق وتحليل المنافسين، بالإضافة إلى تحديد الفئة المستهدفة ووضع استراتيجيات تسويقية فعالة. كما سنقوم بتحديد التقنيات والتكنولوجيا المناسبة التي ستدعم المشروع، و سنناقش المؤشرات والمقاييس التي ستستخدم لقياس أداء المشروع بفعالية.

5.2 خريطة الموقع sitemap





5.3 وضع خطة بناء المحتوى و تجهيزه حسب استراتيجية ROT:

استراتيجية ROT تعني "ردود الفعل على الوقت" وهي منهجية تستخدم في تطوير المواقع الإلكترونية وإدارة المحتوى. تهدف هذه الاستراتيجية إلى تحسين كفاءة إنتاج المحتوى وتجديده بشكل منتظم لضمان استمرارية جودته وتحديثه بشكل فعال. هناك ثلاث أسس يجب أن يبنى عليها محتوى الموقع ، وهي :

1- التقييم الدوري: يتضمن هذا الخطوة مراجعة المحتوى الحالي بانتظام لتحديثه وتحسينه وفقاً للمتطلبات الجديدة وتغيرات السوق.

2- إعادة الهيكلة والتنظيم: إعادة تنظيم محتوانا بطريقة تجعله أكثر سهولة للوصول إليه وفهمه من قبل جمهورنا المستهدف.

3- إزالة المحتوى غير المفيد والسخيف التقييم المستمر للمحتوى للتأكد من إزالة المحتوى الذي أصبح قديماً أو غير مفيد أو لم يعد متوافقاً مع أهداف موقعنا.

بناءً على أهمية المحتوى في الموقع الإلكتروني، قام فريق المشروع بوضع استراتيجية محتوى متكاملة لضمان تنفيذ الخطة بدقة، مع التركيز على الخطوات الرئيسية المحددة.

1- تحليل الجمهور المستهدف: قمنا بدراسة وفهم احتياجات واهتمامات جمهورنا المستهدف لتحديد نوع المحتوى المناسب والملائم لهم.

2- تحديد الأهداف والرسالة الرئيسية: تحديد أهداف المحتوى والرسالة الرئيسية التي يجب أن ينقلها للجمهور، وضمان أن يكون المحتوى متماشياً مع هذه الرسالة.

3- تطوير الأفكار والمواضيع: إعداد قائمة بالمواضيع والأفكار المناسبة للمحتوى بناءً على احتياجات الجمهور وأهداف الموقع.

4- إنشاء المحتوى: في هذه الخطوة يجب اختيار النوع المناسب من المحتوى الذي يتناسب مع الفئة المستهدفة لهذا قمنا بسؤال الزبائن عن رأيهم في الموقع وما يحبون ان يكون متوفر فيه هذه الأسئلة ستساعد في الوصول إلى نوع المحتوى المناسب .

5- تجهيز المحتوى: المحتوى عبارة عن معلومات عن السوبرماركت التي سوف نقوم بربطها بالزبائن دون الحاجة لوجود مندوب مبيعات .

6- الترويج للمحتوى : في هذه المرحلة، يتطلب الأمر وصول المحتوى المخطط له والمستهدف إلى الفئة المعنية، لفهم رغباتهم واحتياجاتهم بعد ذلك سوف نقوم فريقنا مراقبة تأثير المحتوى بعد النشر، عن طريق توجيهه إلى الأماكن والأوقات المناسبة للفئة المستهدفة، مع التركيز على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي نظراً لدورها البارز واستخدامها الشائع في الحملات الترويجية في الوقت الحالي.

4.5 خطة الكلمات المفتاحية keyword المستخدم في مختلف أقسام المنصة:

الكلمات المفتاحية

تجارة إلكترونية، منصة تجارية، بيع عبر الإنترنت، تسوق عبر الإنترنت، تسهيل البيع والشراء، تجارة إلكترونية مباشرة، موقع تسوق، منصة تجارية عبر الإنترنت، تجارة إلكترونية متعددة المنتجات، تسهيل التجارة، تجارة الخليل , تجار

E-commerce, trading platform, online selling, online shopping, facilitating buying and selling, direct e-commerce, shopping website, online trading platform, multi-product e-commerce, trade facilitation, traders, merchants.

5.5 خطة المستندات و الوثائق وكيفية تتبعها:

description	File name	location
شعار تجارتي	logo.png	https://tijarti.ps/wp-content/uploads/2024/04/cropped-tijarti-logo.png
صورة السلايدر الاول	Slide1. jpeg	https://tijarti.ps/wp-content/uploads/2024/05/ae2faca0-7e40-4080-a586-378b9e80f66d.jpeg
صورة السلايدر الثاني	Slide2. jpeg	https://tijarti.ps/wp-content/uploads/2024/05/39ed81da-19bf-4979-a2c8-adf69a4319cd.jpeg
صورة السلايدر الثالث	Slide3.png	https://tijarti.ps/wp-content/uploads/2019/05/partner-5.png
صورة السلايدر الرابع	Slide4. jpeg	https://tijarti.ps/wp-content/uploads//
صورة السلايدر الخامس	Slide5.png	https://tijarti.ps/wp-content/uploads/2024/04/sharawi-logo-arabic.png
صورة السلايدر الخامس	Slide5. jpeg	https://tijarti.ps/wp-content/uploads/2024/04/e35b4009-aea8-46a5-9e5b-8ff12ce22bf9-1.jpeg

5.6 خطة تصميم المنصة باستخدام عناصر محرك البحث الأمثل SEO :

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

5.6.1 تصميم المنصة داخلياً وتهيئته لمحركات البحث (On The Page)

- 1- عملنا على أن تكون بنية الموقع متناسقة وسهلة الاستخدام، وأنها تتيح لمحركات البحث فهم هيكل الموقع وتصنيف صفحاته بسهولة.
- 2- استخدمنا العناوين والوصف الوسيطة المناسبة لكل صفحة، مما يساعد في فهم محتوى الصفحة من قبل محركات البحث وزوار الموقع.
- 3- قدمنا محتوى عالي الجودة ومفيد للمستخدمين، مع التركيز على حل مشكلاتهم وتقديم معلومات مفيدة وموثوقة.
- 4- تصميم الموقع بطريقة تتناسب مع جميع الشاشات والأجهزة المختلفة .

5.6.2 تهيئة الموقع خارجياً لمحركات البحث (Out The Page)

- 1- بناء روابط خارجية مع مواقع أخرى ذات جودة و ذات سلطة مرتفعة، مما يعزز تصنيف موقعنا في نتائج البحث.
- 2- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لنشر منصتنا لتشجيع الزبائن على مشاركة الصور و المعلومات في صفحاتهم .
- 3- تشجيع المستخدمين على تقديم مراجعات إيجابية عن موقعنا على مواقع التقييم والمراجعات، مما يعزز سمعة موقعنا على الإنترنت.

5.7 تصميم واجهات الموقع المختلفة user experience (UX-Design) تجربة المستخدم:

تهدف عملية تحسين تجربة المستخدم إلى تعزيز التفاعل والتواصل الفعال مع الموقع الإلكتروني، خاصة مع الفئة المستهدفة، من خلال تحسين عمليات البحث واختيار تصميم يتسم بالسهولة والبساطة. يركز الفريق على تحليل احتياجات الفئة المستهدفة وتحديد رغباتهم ومتطلباتهم لضمان تقديم تجربة مستخدم مريحة وملائمة.

تم تطوير استراتيجية مخصصة للمحتوى والتصميم الشامل للموقع، تتمحور حول تلبية احتياجات الفئة المستهدفة بشكل أمثل، وتعزيز العلامة التجارية للموقع. كما تم وضع دليل للمستخدم يشرح كيفية التسجيل واستخدام الموقع، مع التركيز على نقاط البداية التي تؤثر بشكل كبير على تجربة المستخدم، مما يعمل على تحسين وزيادة رضا وولاء الزوار.

تصميم الموقع تم بعناية لضمان أن جميع الصفحات تعمل بشكل فعال وتوفير جميع البيانات والمعلومات اللازمة للزائرين، مع تسهيل وصولهم إلى أي صفحة أخرى بسهولة. هذه الجهود المتكاملة تسعى لتقديم تجربة مستخدم متميزة وممتعة، مع تحقيق أقصى استفادة وتلبية احتياجات الفئة المستهدفة بشكل كامل.

القسم السادس

المحتوى	الرقم
وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل المنصة	6.1
وصف خطوات تحميل المنصة	6.2
الخطة الترويجية	6.3
تقييم أداء المنصة	6.4

6.1 وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل المنصة:

• Domain Name

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

• Host

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

• برنامج بناء الموقع

قام فريق المشروع باختيار منصة Wordpress.

• Google Analytics

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

• الصور

تم استخدام الصور بصيغة JPEG ذات جودة العالية بسبب مساحتها القليلة حتى لا تشكل ضغط على المنصة

• الشعار

قمنا بعمل شعار جديد للمنصة يعبر عن الاسم وورق الزيتون حيث أنه من المواد الغذائية المهمة (تم اضافته في الفصل الثالث)

6.2 وصف خطوات تحميل المنصة:

- قمنا بتثبيت المنصة الرئيسية على النطاق والمساحة مباشرة بدون امتداد فرعي.
- تم رفع الإضافات (Plugins) على القسم المخصص لها في المنصة من ملفات الهوست والذي اسمه **public_html**.

- تحميل ملفات **Wordpress** إلى المنصة مباشرة ، و في هذه الخطوة سيتم نقل جميع ملفات المنصة إلى الخادم.
- سنحتاج إلى **phpMyAdmin** لتحميل الملفات على المنصة.

6.3 الخطة الترويجية:

التي هدفها تعريف الفئة المستهدفة بعد الانتهاء من تصميم المنصة وطبيعة عمل المنصة، قرر فريق العمل المتواجد على منصة **Instagram** ،
Facebook نشر الصور و النصوص ومقاطع الفيديو على هذه المنصات لتعريف الجمهور بالمنصة الإلكترونية.
تنفيذ الخطة الترويجية، حيث قام فريق العمل بتنفيذ الخطة الترويجية كالتالي:

1- التسويق المباشر:

حيث قمنا بشرح الموقع وآلية عمله لمن نعرف من الأصدقاء و اصحاب السوبر ماركت وتجار المواد الغذائية.

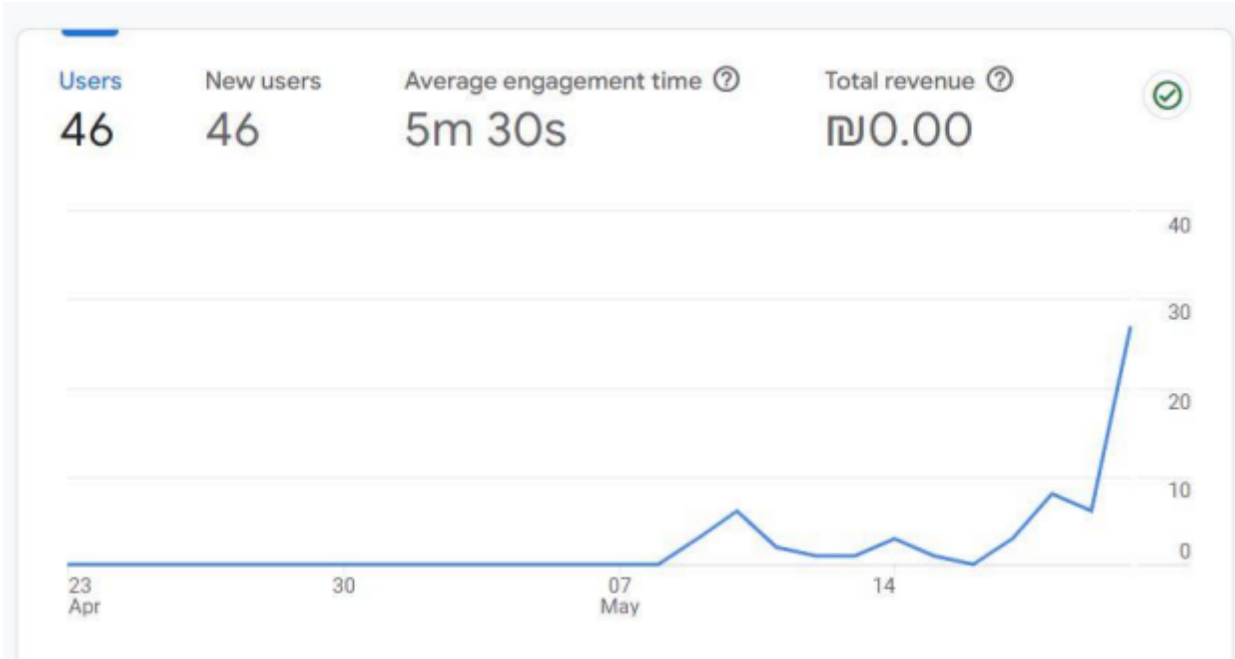
2- التسويق من خلال منصات التواصل الاجتماعي:

النشر على منصة **Facebook**
النشر على موقع **Instagram**، قمنا بعمل منشورات على المنصة لعرض فكرة المنصة (تجارتية) وعرض صور للمنصة وآلية عملها لتشجيع الفئة المستهدفة لزيارة المنصة.

6.3 التقييم أداء المنصة :

تم استخدام منصة Google Analytics لتحليل أداء المنصة :

● Page views عدد زوار الصفحة .



● الدول الأكثر زيارة .

Users ▾ by Country



COUNTRY	USERS
Palestine	34
Israel	14
China	1
United Kingdom	1

● نشاط المستخدمين بمرور الوقت.

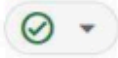


● مدى درجة الاحتفاظ بالمستخدمين

HOW WELL DO YOU RETAIN YOUR USERS?

User activity by cohort

Based on device data only



	Week 0	Week 1	Week 2	Week 3	Week 4	Week 5
All Users	100.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
9 Apr - 15 Apr	█	█	█	█	█	█
16 Apr - 22 Apr	█	█	█	█	█	
23 Apr - 29 Apr	█	█	█	█		
30 Apr - 6 May	█	█	█			
7 May - 13 May	█	█				
14 May - 20 May	█					

6 weeks ending May 20

[View retention →](#)

القسم السابع	
المحتوى	الرقم
الاستنتاجات	7.1
التوصيات	7.2
خطط تطويرية للمستقبل	7.3
المراجع	7.4

7.1 الاستنتاجات:

- يعد الموقع فرصة جيدة للتسويق، حي يمكن للشركات والمتاجر استخدامه للترويج عروضهم وجذب المزيد من العملاء.
- يمكن للمستخدمين الاستفادة من الموقع للعثور على صفقات جيدة وتوفير المال على المشتريات.
- يتطلب إنشاء موقع عروض جيد تخطيط وتصميم جيدين لجذب العملاء يجب على الموقع ان يكون سهل الاستخدام وسريع التحميل ويحتوي على معلومات شاملة عن العروض والمنتجات.
- يمكن للمنصة ان يكون مفيد للشركات والمتاجر في تحليل سلوك المستخدمين وتحديد الأنماط والاتجاهات في الطلب والاهتمامات.

7.2 التوصيات:

خرج فريق المشروع بعد الانتهاء منه بعدة توصيات تتمثل في :

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

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

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

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

يجب ترتيب أولويات الموقع واتخاذ القرارات الأهم والتي تعمل على نجاح وتطور المشروع فمثلا : ضرورة وضع خطة للعملاء المحتملين وادارة العلاقة معهم وذلك لوجود احتمال لتحولهم في اي وقت الى زبائن في المنصة فبالتالي يجب وضع آليات تعمل على تشجيعهم لدخول الموقع من خلال تقديم محتوى يعمل على جذبهم .

من المهم جدا التفكير في المستقبل والأخذ بعين الاعتبار كيف ستكون المنصة الإلكترونية بعد تجهيزها واطلاقها من اجل تصور الية ادارة المنصة والتحضير لها مسبقا ، ومن الضروري الأخذ بعين الاعتبار الطريقة التي يفكر بها الزوار للمنصة عند اجراء اي تعديلات او تطويرات عليه .

7.3 خطط تطويرية للمستقبل:

- بناء تطبيق للهواتف من نوع Android , IOS
- جعل المنصة الإلكترونية آمنة جدا للحفاظ على سرية وخصوصية معلومات للمستخدمين من خلال استخدام خاصية أمان الموقع والتي تقدمها شركة جوجل للحفاظ على معلومات زوار الموقع ومستخدميه .
- توسيع القاعدة الجماهيرية B2C ، وتوسيع نطاق المشروع B2B ليشمل الشركات والمحلات التجارية في الضفة كاملة وليس فقط مدينة الخليل .
- انشاء مدونة خاصة بالموقع تحتوي على موضوعات تهم الجمهور المستهدف وتدفعهم إلى زيارة المنصة الإلكترونية.

ملاحظة : لم يقيم الفريق بوضع آليات واضحة مفصلة من أجل تحقيق هذه الخطط المستقبلية في الوقت الحالي ، ولكن نسعى لدراسة ووضع الاستراتيجيات الأنسب لبناء هذه الآليات بعد الحصول على درجة البكالوريوس من جامعة بوليتكنك فلسطين .

7.4 المراجع

<https://ipoke.social/SocialPage/Instagram#:~:text=%D9%8A%D8%B9%D8%AA%D8%A8%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1%20%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A7%D9%8B%20%D9%84%D8%AF%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%84%D8%B3%D8%B7%D9%8A%D9%86%D9%8A,%D8%AA%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D8%B9%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%B9%D8%B1%D8%B4%20%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B7%D8%A8%D9%8A%D9%82>

<https://paltimeps.ps/post/349327/%D9%81%D9%84%D8%B3%D8%B7%D9%8A%D9%86-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85-%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A3%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%AA%D9%8A%D8%A7%D8%AA>

<https://www.pcbs.gov.ps/>

<https://www.un.org/ar/61413?fbclid=IwAR1YICjXNgOI5FPVGEWfT6tRstsaWpiv96>

[| سوشال ايبوك \(ipoke.social\)](https://ipoke.social)

[صمم موقعك الالكتروني بنفسك - ويلت \(wuilt.com\)](https://wuilt.com)

[Website Traffic - Check & Analyze Any Website | Similarweb](https://www.similarweb.com)

[التجارة الإلكترونية في فلسطين | مركز المعلومات الوطني الفلسطيني \(wafa.ps\)](https://wafa.ps)

[البوابة الرئيسية - Netage نطاق](https://www.netage.com)