بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة بوليتكنك فلسطين – الخليل

كليّة العلوم الإدارية ونظم المعلومات

# ProMark

موقع الكتروني يقدم الخدمات التسويقية

فريق العمل

جنى خالد التميمي ربى ماجد الذيبة

قصي بشار المحتسب منى اسماعيل فقوسة

بإشراف الدكتور : غسان شاهين

قُدِّم هذا العمل إستكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص التسويق الإلكتروني

2024 - 2023

# كلمة شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على نبينا المجاهد الشهيد وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان الى يوم الدين ومن جاهد جهاده وبعد ...

إننا بدون توفيق الله هباء منثورا ، وبدون معيّته وعطائه لنا ما وصلنا إلى هنا، فالحمد لله حتى يبلغ الحمد منتهاه الذي وفقنا لإنجاز هذا المشروع ، له الحمد والشكر دائما وابدا

ثم نود أن نشكر مشرفنا الدكتور "غسان عمر شاهين" الذي كانت خبرته لا تقدر بثمن والذي لم يبخل علينا بأي جهد في مساعدتنا في هذ المشروع وفي دعمنا للوصول إلى نجاحنا، وله منّا خالص آيات الشكر وأسمى باقات التقدير

جزاكَ الله عنّا جميعا خير الجزاء

# الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم
"وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ" (سورة التوبة , الاية 105)
صدق الله العظيم

الى من بَلّغ الرسالة ... وأدى الأمانة .. وهدى الأمة .. الى نبي الرحمة ونور العالمين
"سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم"

نهدي هذا المشروع إلى كل من ساندنا وشجعنا خلال رحلة التعلم والبحث ، إلى عوائلنا الاكارم الذين كانوا دائمًا مصدر الدعم والتحفيز، هذا المشروع هو ثمرة تعاوننا وتضافر جهودنا المستمر.

ونهدي هذا العمل في لحظات التتويج والإنجاز هذه كهدية متواضعة تعبر عن صمودنا واعتزازنا الكبير بوطننا العظيم ..فلسطين
و إلى قلب الصراع والأمل، إلى غزة الصامدة القوية، ليكون هذا المشروع رمزًا للإصرار على العلم والنهوض في وجه التحديات.

والى اسرانا واسيراتنا الصابرين الصامدين ، والى شهدائنا في جنان النعيم ، والى شعبنا الفلسطيني الشجاع الذي يقف صامدًا في وجه الصعاب.
لكل مَنَّ يعيش في هذا الوطن الحبيب، من الشمال إلى الجنوب، من الشرق إلى الغرب، هذا المشروع يأتي كتعبير عن الولاء والانتماء ، الذي يحمل في طياته رغبة في خدمة وتقديم الأفضل لتقدّم وتطوّر وطننا الغالي.

إنه عربون حب واهتمام لأراضينا المقدسة ، ومساهمة منا تتجاوز الكلمات في بناء مستقبل أفضل.
وبإذنه تعالى يكون في كل نجاح يحققه هذا المشروع نصيبٌ من إرادتنا القوية وعزيمتنا الصلبة

مع الأمل في غد أفضل، ومع الدعاء لبلادنا بالسلام والاستقرار.

# قائمة المحتويات


| المادة | رقم الصفحة |
|---|---|
| الفصل الأول | 13 |
| نبذة عن الموقع | 13 |
| لماذا هذا الموقع؟ (الحاجة السوقية) | 13 |
| مقومات نجاح المشروع | 14 |
| أهمية المشروع | 15 |
| هيكلية التقرير | 16 |
| الفصل الثاني | 17 |
| بناء استراتيجية المشروع المنوي تأسيسه، باستخدام Canvas Model | 17 |
| دراسة سوقية شاملة بحسب الأصول العلمية | 19 |
| تحليل المنافسين | 29 |
| تحديد ال Audience Target حسب تحليل استراتيجية الموقع | 36 |
| تفصيل Personas المختلفة للموقع ومبررات اختيارها | 39 |
| تحديد التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة في الموقع ومبررات استخدامها | 42 |
| خطة فحص الموقع بعد التطبيق | 43 |
| اعتماد تصنيف الموقع " CMS Or Static " مع ذكر الأسباب | 48 |
| اعداد استراتيجية Social Media الداعمة للموقع | 49 |
| خطة Content Lead Generation | 56 |
| Content idea | 58 |

| المادة | الصفحة |
| --- | --- |
| الفصل الثالث | 59 |
| شرح مفصل حول الخطوات المتبعة في التحضير والحجز للموقع بشكل الكتروني | 59 |
| نوع الموقع المنوي العمل عليه ومبررات استخدامه | 67 |
| اسم النطاق ومبررات استخدامه | 68 |


## قائمة الجداول


| اسم الجدول | رقم الجدول | رقم الصفحة |
| --- | --- | --- |
| Canvas model | 1 | 17 |
| المنافسين المباشرين | 2 | 30 |
| المنافسين غير المباشرين | 3 | 33 |
| الشخصيات persona | 4 | 40/39/38 |


## جدول الأشكال:


| رقم الشكل | مدلول الشكل | رقم الصفحة |
| --- | --- | --- |
| 1 | الجنس | 20 |
| 2 | العمر | 20 |
| 3 | هل راودتك من قبل فكرة انشاء مشروع خاص بك؟ | 21 |
| 4 | اذا كانت اجابتك لا ، اذا | 21 |

| | | |
|---|---|---|
| | توفر لديك موقع يساعدك بكافة الخدمات التسويقية والتواصل بشكل مباشر مع مختصين في التسويق ، هل ستفكر في إنشاء مشروعك الخاص ؟ | |
| 5 | اذا كانت اجابتك نعم ، هل هناك خدمات تسويقية انت بحاجة لها ؟ | 22 |
| 6 | اذا كانت اجابتك على السؤال السابق نعم ، ما هي طبيعة هذه الخدمات؟ | 23 |
| 7 | هل لديك الان مشروع قائم في السوق سواءً كان اونلاين او اوفلاين (على أرض الواقع)؟ | 23 |
| 8 | اذا كانت اجابتك نعم هل هناك مشاكل تسويقية تواجهها ؟ | 24 |
| 9 | اعتمادا على السؤال السابق ، ما هي المشاكل التسويقية التي تواجهها في هذا المشروع من الناحية التسويقية | 24 |

| | | |
|---|---|---|
| 10 | اذا توفر لديك موقع مختص في الخدمات التسويقية والتعامل بشكل مباشر مع المختصين في التسويق ، هل ستقوم باستخدامه ؟ | 25 |
| 11 | هل انت مستعد لدفع مبالغ رمزية على خدمات تسويقية ولانشاء تواصل بشكل مباشر مع مختصين التسويق؟ | 26 |
| 12 | اذا كانت إجابتك على السؤال السابق نعم ، هل تعتقد أن وجود موقع إلكتروني مختص في الخدمات التسويقية سيكون له تأثير إيجابي على توسيع دائرة عملك أو نشاطك التجاري؟ | 26 |
| 13 | ما هي طريقة الدفع المتوفرة لديك مقابل الحصول على الخدمات التسويقية ؟ | 27 |
| 14 | هل ترى فكرة وجود موقع يقدم لك الخدمات التسويقية بشكل كامل ويسعى للتواصل بشكل مباشر مع مسوقين مختصين ومحترفين في مجال التسويق هي فكرة جيدة ام لا ؟ | 28 |

| | | |
|---|---|---|
| 15 | هل هناك ملاحظات إضافية أو اقتراحات تتعلق بفكرة إنشاء موقع إلكتروني للخدمات التسويقية؟ | 28 |
| 16 | اشكال الشخصيات | 40/39/ 38 |
| 17 | حساب الفيسبوك | 50 |
| 18 | حساب الانستغرام | 51 |
| 19 | حساب تيك توك | 51 |
| 20 | حساب لينكد ان | 52 |
| 21 | تسجيل حساب على موقع نطاقي | 59 |
| 23 | تأكيد حجز الاستضافة | 61 |
| 24 | ميزات الخطة الفضية لحجز الاستضافة | 62 |

| رقم الشكل | مدلول الشكل | رقم الصفحة |
|---|---|---|
| 25 | ربط اسم النطاق بالاستضافة | 63 |
| 26 | المعلومات العامة بالاستضافة | 63 |
| 27 | التأكد من ربط الاسم بالاستضافة | 64 |
| 28 | التأكد من نجاح العملية | 65 |
| 29 | المعلومات العامة للموقع | 66 |
| 30 | تفعيل شهادة SSL | 67 |
| 31 | صفحة Landing Page | 68 |
| 32 | شعار الموقع | 69 |
| 33 | فلسفة الشعار | 69 |

## المصطلحات العلمية التي تم استخدامها

**Target Audience** ( الفئة المستهدفة )

مجموعة من الزبائن في السوق والذين يشتركون في كونهم مهتمين بما تعرضه الشركة، أو ما تقدمه من منتجات أو خدمات بغض النظر عن المنتج أو الخدمة والمختصين الذين سيقومون بالانضمام للموقع .

**Direct Competitors** ( المنافسين المباشرين )

هم المؤسسات أو الشركات أو الاشخاص الذين يقدمون منتجات متشابهة بالطريقة ذاتها لنفس الجمهور الذي تخدمه الشركة.

**Indirect Competitors** ( المنافسين غير مباشرين )

هم الذين يجذبون نفس الفئة المستهدفة، ولكنهم يقدمون منتجات وخدمات تختلف عن التي تقدمها الشركة، وهي منتجات يمكن أن تنتمي لصناعات مختلفة، ولكن قد تتنافس مع بعضها البعض.

**persona** ( شخصية خيالية )

يشير إلى تمثيل تخيلي لشخص يمثل جزءًا من جمهور معين. يتم إنشاء الشخصيات لتمثيل احتياجات ورغبات محددة لمجموعة معينة من الناس، ويتم استخدامها لتحسين تفاعل المنتجات أو الخدمات مع هذه الجماهير.

**Business Model Canvas** ( مخطط نموذج العمل التجاري )

يشير إلى الخطة التي تتبعها الشركة لتوليد الإيرادات وتحقيق الأرباح، حيث توضح المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة والخطوات المتبعة في ذلك، ويشمل ذلك النفقات والمصاريف التي تتكبدها الشركة.

**Heat map** ( خريطة حرارية )

هي التمثيل المرئي للبيانات التي تعرض كيفية تفاعل الزوار مع موقع الويب

**sGoogle Analytic ( التحليلات باستخدام جوجل )**

هي خدمة مجانية بشكل جزئي متوفرة من قبل شركة جوجل والتي تتعقب حركة الزوار لإنشاء تقارير حولها، يمكن استخدام هذه التقارير في اتخاذ القرار الصحيح بالنسبة للمهمة المدروسة.

**( اسم النطاق ) Domain Name**

وهو الإسم الفرد الذي يظهر بعد علامة - @ - في البريد الإلكتروني، وبعد .WWW في عناوين الويب

**Wordpress**

هو نظام لإدارة المحتوى ويستخدم من أجل إنشاء وتصميم وإدارة المواقع الإلكترونية

**( نظام إدارة المحتوى ) CMS**

نظام إدارة المحتوى للمستخدمين حيث يساعد في إنشاء وتحرير ونشر المحتوى على موقع الويب دون الحاجة إلى مهارات تقنية عميقة ويتميز هذا النوع من الأنظمة بواجهة مستخدم سهلة الاستخدام تتيح للمحررين إضافة وتعديل المحتوى بشكل فعال.

**( مؤشرات قياس الأداء ) KPI**

وهي مؤشرات رئيسية تُستخدم لقياس وتقييم أداء الأعمال والأنشطة في المؤسسات و تعمل كأدوات تساعد في فحص الأهداف وتحديد الأداء العام للمنظمة.

**Hosting** ( الإستضافة )

إستئجار جزء من حاسوب أو سيرفر ذو مواصفات عالية من معالج ومساحة وسرعة اتصال بالإنترنت، وتوفر شركات الاستضافة هذه المساحة لإستخدامها ووضع المواقع الإلكترونية عليها.

**( صفحة الهبوط ) Landing Page**

هي الصفحات التي يتحول لها المستخدم بعد نقره على رابط لإعلان ما، حيث يتم تصميم هذه الصفحة من أجل هدف واحد وهو دعوة الزائر إلى إتخاذ إجراء مخطط له.

**( CTA (Call To Action**

هي كلمة أو جملة تدعو المستخدم إلى القيام بإجراء ما، وتمثل الغرض الذي لأجله تم صناعة المحتوى، سواء كانت صفحة الهبوط أو منشور مدونة أو فيديو.

# الملخص

بعد التطور الكبير الذي شهده العصر أصبح أثر التكنولوجيا على حياتنا بكل المجالات وخاصة دخولها في السوشيال ميديا وعلى الطريقة التي نعيش بها ونتسوق بها حيث تطورت الوظائف التسويقية لتتوافق الخدمة الإلكترونية مع كل التغيرات العصرية و تبرز الحاجة السوقية في فلسطين لتسويق ناجح وتطوير أعمال الشركات والأفراد

ومن هنا جاءت فكرة موقع **ProMark** حيث يقدم خدمات تسويقية متنوعة للشركات والأفراد في فلسطين ، وتسهيل الوصول إلى خدمات متنوعة مثل إدارة الحملات الإعلانية، تحليل السوق ، وإنشاء حملات ترويجية وغيرهم الكثير داخل الموقع

ومن ثم تنفيذ المشروع بتحليل شامل للسوق لتحديد احتياجات الفئة المستهدفة وفهم التحديات التي تواجهها ، وتم استخدام المنهجية القصدية واختيار عينة عشوائية في مدينة الخليل وأظهرت نتائج الدراسة وجود حاجة للخدمات التسويقية في السوق الفلسطيني، خاصة بين الشركات الصغيرة والمتوسطة وتم تطوير واجهة المستخدم للموقع وتصميم صفحاته لضمان سهولة الاستخدام والوصول إلى الخدمات.

وبعد سلسلة اختيارات تم التوصل الى خطوة مهمة نحو تحسين الأداء التسويقي للشركات في فلسطين، من خلال تقديم خدمات تسويقية معينة تسهم في تلبية احتياجات السوق المتزايدة. وباتباع التوصيات المطروحة، يمكن للمشروع أن يحقق نجاحاً ويعزز من فعالية ورضا العملاء، مما يسهم في نجاح وتطور السوق الفلسطيني .

# Abstract

With the significant advancements of the modern era, technology has profoundly impacted our lives in various fields, especially in social media, influencing the way we live and shop,Marketing functions have evolved and .adapted to these contemporary changes

In Palestine, there is a notable need for effective marketing to develop .businesses and meet the needs of companies and individuals

ProMark is a platform that offers diverse marketing services to companies and ccess to various services such as individuals in Palestine, It facilitates a campaign management, market analysis, promotional campaign creation, and .many more within the site

The implementation stages of the project began with a comprehensive market dience and understand the analysis to identify the needs of the target au challenges they face , A purposive methodology was employed, and a random sample was selected in the city of Hebron,The study results indicated a need for marketing services in the Palestinian market, especially among small and sized enterprises , The user interface of the website was -diumme developed,and its pages were designed to ensure ease of use and accessibility .to services

This project represents a significant step towards improving the marketing Palestine by providing specific marketing services performance of companies in that cater to the growing market needs , By following the proposed recommendations, the project can achieve success and enhance customer f the satisfaction, thereby contributing to the success and development o .Palestinian market

# الفصل الأول في مقدمة مشروع التخرج

## □ مقدمة و نبذة عن الموقع

موقع إلكتروني يهدف الى دعم أصحاب العمل والشركات في دولة فلسطين من خلال توفير موقع يجمع بين المختصين في مجال التسويق و الزبائن الراغبين في الاستفادة من الخدمات تسويقية ، وإتاحة الفرصة للأشخاص الذين يمتلكون خبرة في مجال التسويق لانضمامهم كمختصين في الموقع وتقديم الخدمة للزبون ، وتعزيز التواصل والتعاون بين مقدمي الخدمات والزبائن ، و يعكس هذا المشروع التزامه بتطوير البيئة الريادية في فلسطين وتحسين فرص العمل للمحترفين في مجال التسويق.

والتي جاءت فكرة هذا الموقع من أجل مساعدة أصحاب العمل والشركات والمبتدئين في تطوير أعمالهم التسويقية وزيادة أعمالهم وأرباحهم وتميزهم ونجاحهم في السوق بالإضافة إلى توفير حل لكافة المشاكل التي يمكن أن تواجه اصحاب الاعمال في الأمور التسويقية والاجابة على استفسارات الزبائن داخل هذا الموقع

## □ لماذا هذا الموقع؟ (الحاجة السوقية)

من اجل مساعدة السوق الفلسطيني على التطور والنجاح الأكبر في مجال التسويق والخدمات التسويقية التي من الممكن ان يكون هناك نقص فيها وحاجة أصحاب العمل والمبتدئين والشركات الى تسويق ناجح لعملهم وتقديم لهم خدمات تساعدهم لنجاح اعمالهم وتحقيق اهدافهم لذلك تم إنشاء هذا الموقع .

1. يمكن للموقع توفير خدمات تسويقية مثل ( تحليل السوق واحتياجه , الإعلانات الممولة , بناء خطط تسويقية , تصميم وتنفيذ حملات ترويجية , ادارة العلاقات مع العملاء , تصميم المواقع الإلكترونية , حجز النطاق , تطوير تطبيقات الهاتف ) بأسعار معقولة تلبي احتياجات الشركات الصغيرة التي من الممكن أن تعاني من صعوبات في التسويق الفعّال بسبب الموارد المحدودة لديها
2. مساعدة الأشخاص الذين يرغبون بالتواصل مع مختصين دون الحاجة الى الذهاب إليه مباشرة بل عن طريق الموقع وبالتالي يعمل ذلك على التخلص من فكرة الشعور بالجهد والوقت للوصول إليه.

3. تقديم تحليلات و بيانات تسويقية لمساعدة الشركات في اتخاذ قرارات مستندة إلى الخطط التي تم انشاؤها.

4. مساعدة الزبائن على إدراك الأهمية المتعلقة بالتسويق كأساس لهم عند تقديم الخدمة من قِبل الموقع

## □ مقومات النجاح للموقع:

كل مشروع له أسبابه ومقومات نجاحه، فلا بد من وجود هذه المقومات لتزيد من فرص نجاح المشروع الخاص بنا ، بالنظر الى الموقع الإلكتروني هذا الذي سيتم بنائه فإن مقومات نجاحه تتضمن التالي:

1. تصميم واجهة وتجربة للمستخدم سهلة الاستخدام
2. التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي
3. إثبات وجود الموقع في السوق الفلسطيني
4. تقديم الخدمات بالشكل الصحيح وبشكل متكامل
5. ميزته الخدماتية والتسويقية في السوق الفلسطيني
6. تقديم معلومات تسويقية داخل الموقع للزبائن

## □ تعتمد نجاح هذه الفكرة على :

1. المختصين
2. الزبائن
3. مؤسسي الموقع
4. دراسة السوق
5. متابعة الزبائن والتحليل بشكل دوري

## □ أهمية هذا المشروع:

إن إطلاق موقع يقدم خدمات تسويقية في السوق الفلسطيني يمكن أن يحمل أهمية كبيرة، وذلك لعدة أسباب:

1. تقديم دعم للأعمال الصغيرة والمتوسطة:يمكن أن يكون المشروع داعمًا للأعمال الصغيرة والمتوسطة التي قد تحتاج إلى مساعدة في التسويق وبناء حضور قوي على الإنترنت.

2. تقديم فرص التعلم والتطوير:يمكن أن يكون المشروع مصدرًا للتعلم والتطوير المعلوماتي في مجال التسويق الالكتروني، حيث يمكن أن يستفيد الأفراد والشركات من المحتوى المعلوماتي والخدمات المقدمة وتقديم نصائح عامة تسويقية مجانية للمستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي ، وللزوار من خلال المدونات الموجودة وبعض المعلومات الخاصة بكل خدمة في الموقع .

3. إتاحة الفرصة للأشخاص الذين يمتلكون خبرة في مجال التسويق الالكتروني أن يقوموا بالانضمام الى فريق المختصين في الموقع

4. بناء العلاقات بين الزبائن والمختصين والقدرة على التواصل والتفاعل في ما بينهم عن طريق الموقع.

- هيكلية تقرير المشروع

1. الملخص التنفيذي: إنشاء موقع إلكتروني يختص في الخدمات التسويقية وهو عبارة عن موقع يقدم بعض الخدمات التسويقية ، وتكمن أهميته في تقديم خدمات تسويقية في السوق الفلسطيني ومن أهم الأهداف لهذا المشروع هي مساعدة وتقديم الخدمة لأصحاب العمل والشركات والمبتدئين في تطوير أعمالهم السوقية وزيادة أعمالهم وأرباحهم وتميزهم ونجاحهم في السوق واتاحة الفرصة لبعض الاشخاص الذين لديهم الخبرة في مجال التسويق الالكتروني ان يقوموا بالانضمام للموقع لتقديم الخدمات ايضا .

2. تحليل السوق: تتمثل حالة التسويق الإلكتروني في السوق الفلسطيني من النمو التكنولوجي حيث يشهد السوق الفلسطيني تزايدًا في استخدام التكنولوجيا والإنترنت، وهو ما يفتح الأفق لفرص التسويق الإلكتروني وتشمل الفجوات المحتملة التحديات في البنية التحتية الرقمية، والقيود الاقتصادية، والظروف السياسية.
يعتبر المنافسين المحتملين هم شركات التسويق الالكتروني المحلية التي تقدم خدمات مشابهة في السوق الفلسطيني

3. الجمهور المستهدف: في هذا المشروع تم استهداف السوق الفلسطيني من أصحاب العمل والشركات والمبتدئين والزبائن الذين هم بحاجة الى المعرفة التسويقية والخدمات التي نقدمها في هذا الموقع

4. تحديد الخدمات:(إعلانات ممولة ، تحليل السوق ودراسته ، إنشاء خطط تسويقية ، انشاء مواقع الكترونية ، حجز domain ، انشاء تطبيقات على الهاتف، تحليل الإعلانات ، انشاء حملات اعلانية ، CRM )

5. مراقبة الأداء والتقييم:مراقبة الأداء والتقييم للموقع الإلكتروني يعتبران جزءًا حيويًا من عملية إدارة المشروع وتحسين الأداء على المدى الطويل من حيث تحليل البيانات ، تقييم تجربة المستخدم ،متابعة وسائل التواصل الاجتماعي ، حل المشاكل الخاصة بالزبون والإجابة على استفساراتهم ومتابعة الزبائن ما بعد الحصول على الخدمة

# الفصل الثاني
## تخطيط واستراتيجية الموقع الإلكتروني

- بناء استراتيجية المشروع المنوي تأسيسه، باستخدام **Model Canvas**

هي أداة تخطيط استراتيجي تستخدم في تطوير وتحليل نماذج الاعمال لمشروع يقدم خدمات تسويقية ويستهدف الزبائن في فلسطين يتمثل في ذلك الزبائن في الشركات الصغيرة والمتوسطة، والشركات الكبيرة، وأصحاب العمل الفرديين والمستقلين وترتكز العلاقة مع الزبائن على تقديم خدمة الزبائن الفعالة .

القيمة المقدمة للزبائن تتمثل في إتاحة الفرصة للتواصل المباشر مع المختصين في الموقع وتقديم المعلومات التسويقية المجانية والأنشطة الرئيسية تتضمن تقديم خدمات تسويقية بالتعاون مع المختصين التسويقيين.

القنوات المستخدمة تشمل الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث وتتمثل الموارد الرئيسية التي تتضمن الموارد البشرية والموارد المادية مثل الاستضافة والنطاق.

نموذج الدخل يعتمد على المبلغ مقابل الخدمة التي سيتم تقديمها للزبون ، والنسبة التي سيتم الحصول عليها لأصحاب الموقع عند انضمام مختص جديد وعقد الدورات التسويقية للزبائن في المستقبل .

| تقسيم الزبائن | إدارة علاقة الزبائن | القيمة المقدمة للزبائن |
| --- | --- | --- |
| تشمل مرحلة التقسيم جميع الاعمار لجميع الفئات<br><br>وتعتبر فلسطين هي المنطقة الجغرافية المستهدفة<br><br>وتم اعتبار قطاع الأعمال والتجارة الذي يشمل الشركات الصغيرة والمتوسطة<br>والشركات الكبيرة<br>وأصحاب العمل الفرديين والمستقلين | علاقة الزبون هي جزء أساسي من نجاح موقع تقديم خدمات التسويق تتمثل العلاقة في المحافظة على عدة أمور ، منها :<br><br>1. خدمة الزبائن :التي تتمثل في تقديم الخدمات التسويقية والرد بسرعة على استفسارات الزبائن وحل المشكلات بفعالية وفهم احتياجات الزبون بشكل دقيق وتقديم خدمات تسويقية مخصصة لتلبية تلك الاحتياجات وتقديم استشارات فردية للزبائن لتحسين استراتيجيات التسويق لديهم.<br><br>2. برامج الولاء والمكافآت : من حيث تقديم العروض والخصومات على الخدمات التي يتم تقديمها | **1.** إتاحة الفرصة للزبائن بالتواصل مع المختصين بشكل مباشر عبر الموقع حتى يتم تقديم الخدمة لهم<br><br>**2.** معرفة معلومات تسويقية مجانا من خلال المدونات الموجودة في الموقع ومن خلال المعلومات المتوفرة عن كل خدمة |
| الافعال الرئيسية | الشركاء الرئيسيون | القنوات |
| بناء موقع يقدم خدمات تسويقية | 1. المختصين<br>2. مسؤولي الموقع | 1. الموقع الإلكتروني<br>2. وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك ، انستغرام ، تيك توك ، لينكد ان)<br>3. محركات البحث |

| الموارد الرئيسية | نموذج الدخل | هيكل التكلفة |
| --- | --- | --- |
| الموارد البشرية :<br>(أعضاء الفريق)<br>مصمم ، مختص<br>الموارد المادية :<br>الاستضافة<br>النطاق | 1. النسبة التي يتم الحصول عليها الموقع من قبل الزبون عند تقديم الخدمة له | 1. الاستضافة ( **host**)<br>2. النطاق ( **domain name**)<br>3. تكاليف التسويق من ترويج وتصميم وغيرها من الأمور التسويقية |

- الدراسة السوقية الشاملة حسب الأصول العلمية

هي عملية تحليل وفهم شاملة للسوق وتهدف إلى فهم جميع جوانب السوق بشكل شامل ومعلومات مفصلة عن الفئة المستهدفة ويتمثل هدف هذه الدراسة في تقديم جميع الخدمات التسويقية التي تسعى لتحديد، أو خلق، أو تواصل، أو توصيل قيم وفوائد إلى الزبائن، وانشاء علاقة مباشرة بين الزبائن والمختصين من خلال الموقع وتقديم المعاملات غير الملموسة التي تقدم قيمة للزبائن.

تم تمثيل مجتمع الدراسة وهو مجتمع فلسطين وتم اختيار العينة لدراسة السوق وتحليله من جنوب الضفة الغربية وتحديداً مدينة الخليل وضواحيها وذلك بسبب صعوبة الوصول الى كل مجتمع الدراسة .
وتم اختيار العينة العشوائية وتتبع للمنهجية القصدية من الفئة المستهدفة التي تتمثل في أصحاب المشاريع الناشئة و الرياديين واصحاب الشركات الصغيرة والكبيرة والاشخاص الذين يحتاجون استشارة تسويقية للبدء في مشروعهم والخريجين والأشخاص الذين لديهم القدرة على تقديم خدمات تسويقية في الموقع.

مشكلة الدراسة

تم تحديد مشكلة الدراسة وهي نقص في خدمات التسويق الالكتروني في السوق الفلسطيني وذلك بناءً على دراسات عديدة وحديثة في السوق الفلسطيني ومنها دراسة الخبير التسويقي ابراهيم شهوان الذي اكد على وجود المنافسة بشكل كبير وفي ظل اشتدادها؛ فإن أصحاب العمل يبحثون عن أدوات وخطط لتساعده على إبراز نفسه بين المنافسين ولفت شهوان إلى نتائج دراسة جديدة ومهمة صدرت قبل حوالي شهر ونصف ، إن 22% من فشل المشاريع كان بسبب مشاكل في التسويق، أي عدم استخدام الأدوات التسويقية الصحيحة وعدم وجود استراتيجيات تسويقية، أما الباقي ويبلغ 18% لفشل المشاريع تعود لمشاكل داخلية تتعلق بالطاقم وفريق العمل.

اللينك **2023-2-16**

تتمثل الأمور الرئيسية في مشكلة الدراسة :

- معرفة ما هي الأمور التي تعتبر هي محور اهتمام الزبائن للعمل على تقديمها في الموقع
- معرفة كيفية إقبال الناس على فكرة وجود موقع يقدم هذه الخدمات التسويقية مع التواصل بشكل مباشر مع المختصين التسويقيين

منهجية الدراسة

تم دراسة المناهج البحثية كافة وتم اختيار العمل على المنهجية التجريبية وهذه النتائج لا يمكن تعميمها لانها تعمم على العينة الخاصة بهذا المشروع و تتضمن هذه المنهجية الاستبانة وتحليلها وجمع المعلومات من خلالها وتم اعتماد كافة أساسيات بناء الإستبيان وقواعده ، تضمنت الاستبانة خمسة عشر سؤالاً حتى يتم العمل على تحليل السوق المستهدف ومعرفة متطلباته التسويقية وحاجتهم من وجود هذا الموقع وهل هم مؤيدين لهذه الفكرة أم لا ومعرفة ما هي اهتماماتهم وما هي الخدمات التي يحتاجون لها

موقع مختص في الخدمات التسويقية

مرحبًا بكم في استبياننا الذي يهدف الى جمع المعلومات لانشاء موقع يقّدم لكم خدمات تسويقيّة فعّالة وانشاء علاقات مباشره مع المختصين التسويقيّين.

نسعى إلى تقّديم الدعم الكامل للأفراد الذين يجدون تحديات في عالم التسويق ، ويهدف هذا الاستبيان إلى فهم احتياجاتكم وتحدياتكم في مجال التسويق.

اجابتكم ستساعدنا في تقّديم خدمات مخصصة ومحسّنة تلبي توقعاتكم وتحقّق أهدافكم الشخصية والتسويقيّة.

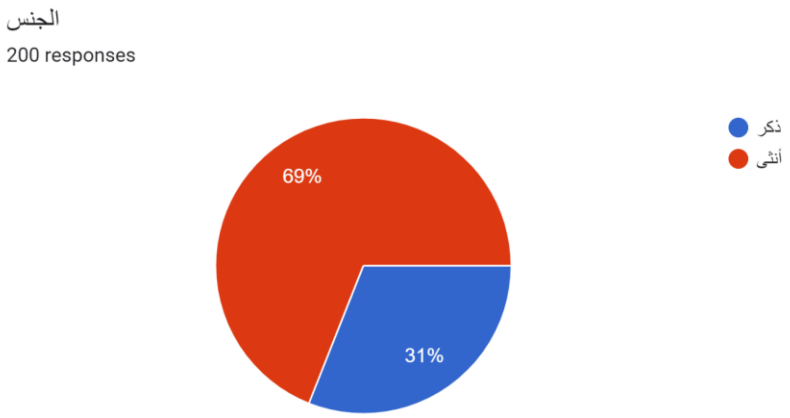
شارك في هذا الاستبيان الذي يستغرق ٥ دقائق ، والذي يسعى للتعبير بحرية عن آرائكم وتحدياتكم ، شكرًا مقّدمًا على مساهمتكم في مساعدتنا لتقّديم خدمات تلبي احتياجاتكم بشكل افضل.

## تحليل نتائج الاستبيان:

للحصول على أفضل النتائج الدقيقة تم استخدام منصة جوجل وتم الحصول على 200 رد ، وتم توزيع الاستبيانه بشكل الكتروني على منصات التواصل الاجتماعي ، وكانت كالتالي:

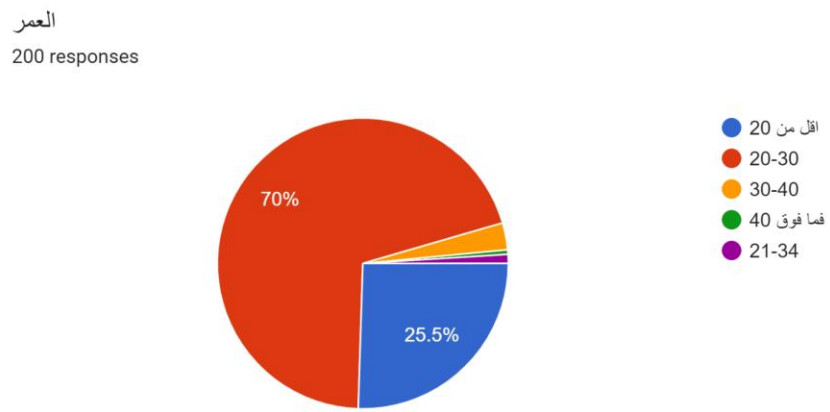
- السؤال الأول : الجنس

تم طرح هذا السؤال لمعرفة ما هي نسبة إقبال الفئات المستهدفة وما هي نسبتهم بالأرقام
حيث تم الحصول على نسبة 69% من الإناث و 31% من الذكور



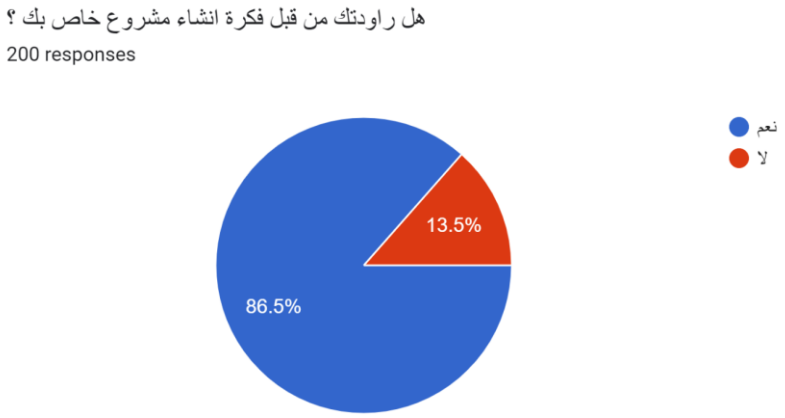

- السؤال الثاني : العمر

تم طرح هذا السؤال لمعرفة أعمار الفئة المستهدفة وما هي الفئة التي تسعى لاستخدام هذا الموقع ، وهذا سيعطينا لمحة دقيقة عن الحالة التي تكون عليها الفئة المستهدفة
حيث كانت الفئة الأكبر من الأعمار هي من عمر 20-30 سنة ، تليها الاعمار التي تعتبر أقل من 20 سنة



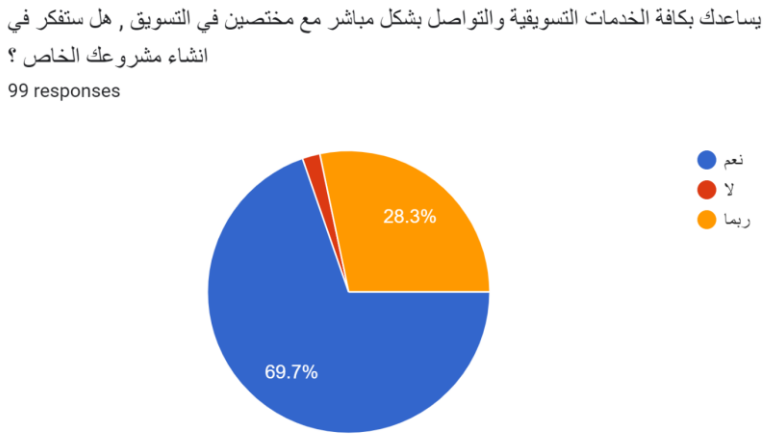

السؤال الثالث: هل راودتك من قبل فكرة انشاء مشروع خاص بك؟

تم طرح هذا السؤال لمعرفة هل هذه الفئة هي مهتمة بالأمور التسويقية و تراودها فكرة انشاء مشروع خاص بها أم لا ، وكانت الاغلبية من هذه الفئة مهتمة في إنشاء مشروع خاص بها
حيث كانت النسبة 86.5% تراودها فكرة انشاء مشروع خاص بها ، و 13.5% لم تراودها الفكرة لذلك تم طرح السؤال الذي يليه لمعرفة ما هو سبب عدم التفكير في إنشاء مشروع




- السؤال الرابع: اذا كانت اجابتك لا ، اذا توفر لديك موقع يساعدك بكافة الخدمات التسويقية والتواصل بشكل مباشر مع مختصين في التسويق ، هل ستفكر في إنشاء مشروعك الخاص ؟

تم طرح هذا السؤال للأشخاص الذين اجابوا اجابة (لا) على السؤال السابق ،و تم الحصول على نسبة 69.7% من الإجابات التي تمثل (نعم) وسيتم التفكير في إنشاء مشروع خاص بهم ، و 28.3% من الإجابات التي تمثل (ربما) ، و 2% من الإجابات التي لم تفكر بانشاء موقع وهي نسبة قليلة

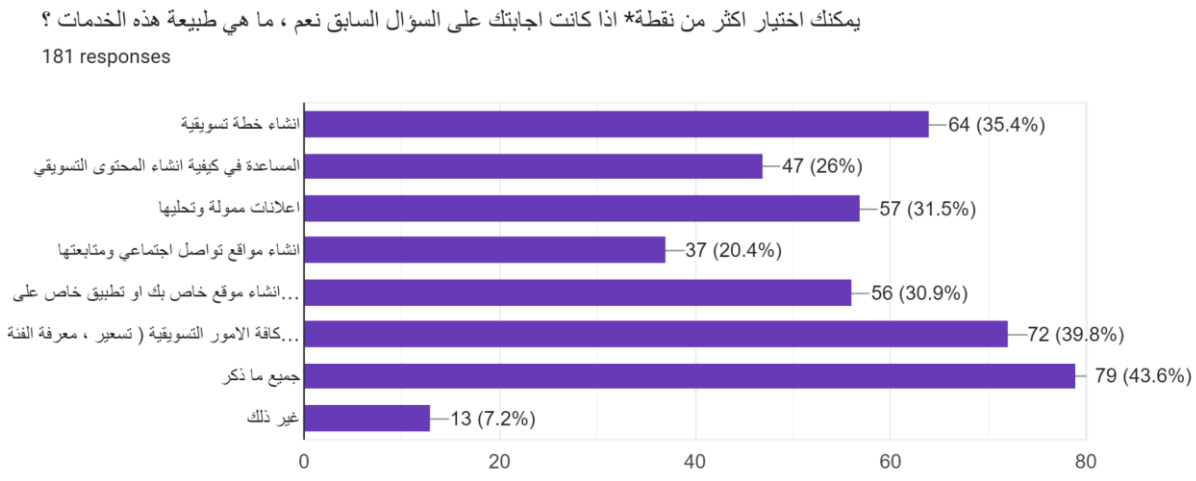


- السؤال الخامس: اذا كانت اجابتك نعم ، هل هناك خدمات تسويقية انت بحاجة لها ؟

تم طرح هذا السؤال اعتماداً على السؤال الثالث ، اعتمادا على إجابات الفئة المستهدفة أنها ستقوم بالتفكير بإنشاء مشروع خاص بهم لمعرفة هل هم بحاجة الى الخدمات التسويقية ، وقد كانت الاجابة بنسبة 92.1% بنعم يحتاجون إلى خدمات تسويقية .

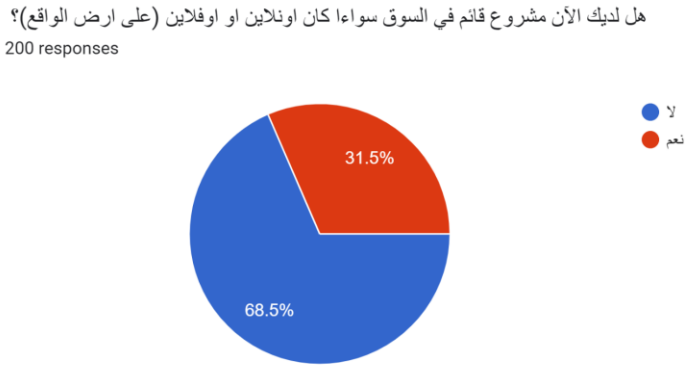
- السؤال السادس: اذا كانت اجابتك على السؤال السابق نعم ، ما هي طبيعة هذه الخدمات؟

وهذا السؤال تم طرحه لتحديد ما هي الاحتياجات من الخدمات التسويقية التي تحتاجها هذه الفئة ، وكانت أكبر نسبة من الإجابات تدل على أنهم يرغبون بجميع الخدمات التسويقية وهذا الامر يدل على الحاجة الشديدة والطلب العالي على توفير جميع الخدمات التسويقية التي هي تعتبر هدف هذا المشروع .



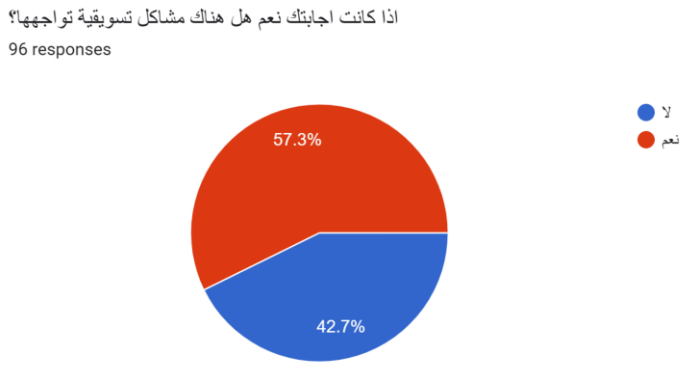
- السؤال السابع : هل لديك الان مشروع قائم في السوق سواءً كان اونلاين او اوفلاين (على أرض الواقع)؟

تم طرح هذا السؤال لمعرفة كمية ونسبة المشاريع القائمة حالياً واغلب الاجابات كانت أنه لا يوجد لديهم مشروع قائم في السوق
حيث تم الحصول على 68.5% من الاجابات ب (لا) و 31.5% من الاجابات ب (نعم)



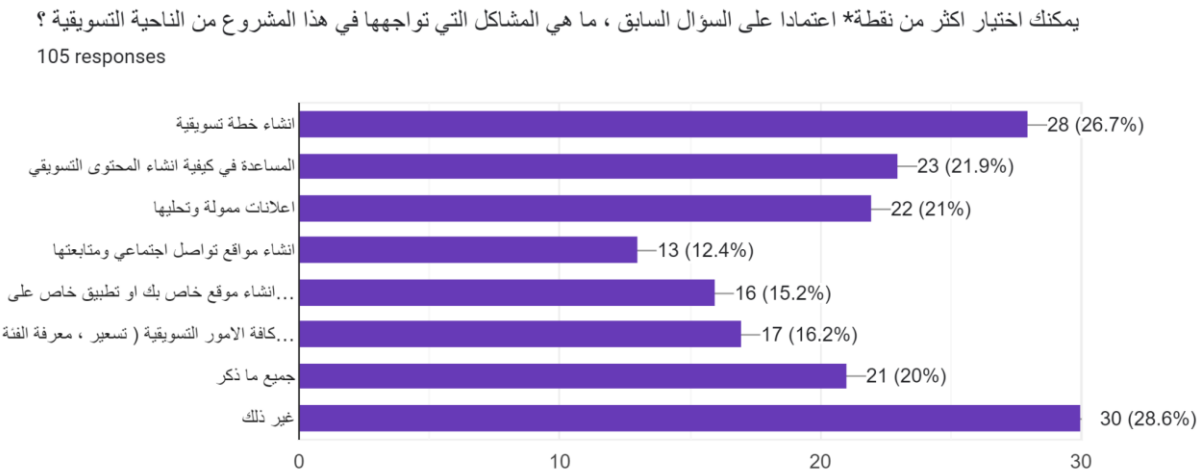

- السؤال الثامن : اذا كانت اجابتك نعم هل هناك مشاكل تسويقية تواجهها ؟

يعتمد هذا السؤال على السؤال السابق حيث تم السؤال على أن الذين كانت إجاباتهم (نعم) انه يوجد لديهم مشروع قائم ، تم السؤال على أنه هل هناك مشاكل تسويقية يواجهونها ، حتى يتم دراستها ومعرفة مشاكل هذه الفئة المستهدفة
حيث تم الحصول على 57.3% من الاجابات ب (لا) و 42.7% من الاجابات ب (نعم)



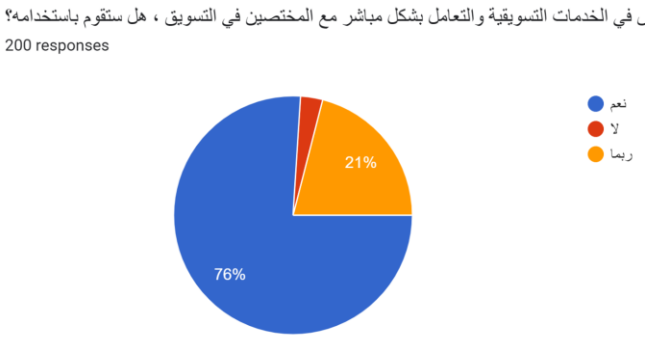
- السؤال التاسع :اعتمادا على السؤال السابق ، ما هي المشاكل التسويقية التي تواجهها في هذا المشروع من الناحية التسويقية

في هذا السؤال تم اقتراح بعض الأمور التسويقية لمعرفة ما هي المشاكل التي تواجه هذه الفئة وتعتبر النسب الأكبر من الإجابات على أن هناك مشكلة في انشاء الخطة التسويقية ومشاكل غير المشاكل المطروحة في الاستبيان



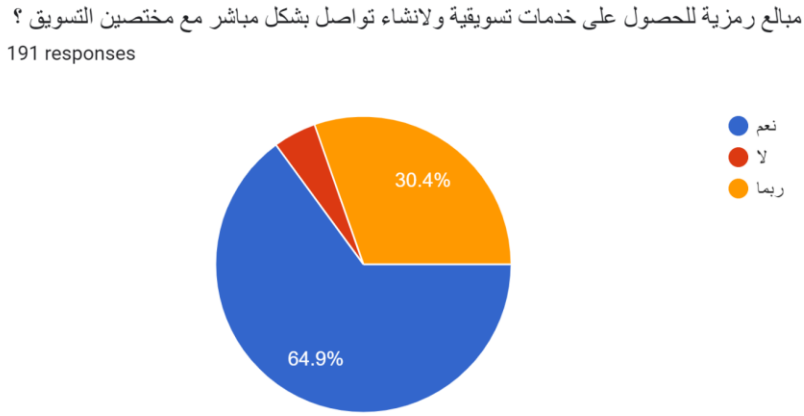

- السؤال العاشر : إذا توفر لديك موقع مختص في الخدمات التسويقية والتعامل بشكل مباشر مع المختصين في التسويق ، هل ستقوم باستخدامه ؟

تم عرض هذا السؤال لمعرفة هل هناك اقبال من قبل هذه الفئات إلى استخدام الموقع عند انشاؤه ام لا وكانت الاجابات على ان الاغلبية ستقوم باستخدام الموقع وكانت تتمثل الإجابات 76% ب (نعم) ، 21% ب (ربما) ، 3% لا تريد أن تستخدمه



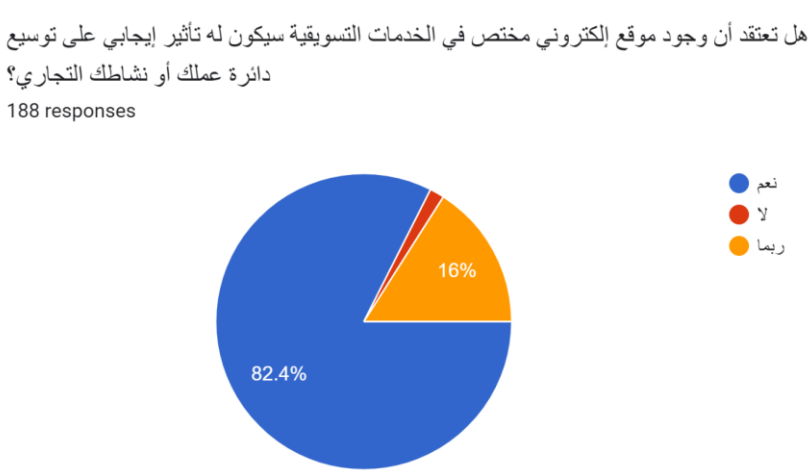
- السؤال الحادي عشر : هل انت مستعد لدفع مبالغ رمزية على خدمات تسويقية ولانشاء تواصل بشكل مباشر مع مختصين التسويق؟

تم طرح سؤال على انه هل ستقوم بدفع مبالغ رمزية للحصول على هذه الخدمات التسويقية وتمثلت اجابات 64.9% وهي تعتبر الاغلبية ب(نعم) ، واجابات 30.4% ب(ربما) و 4.9% ب(لا)



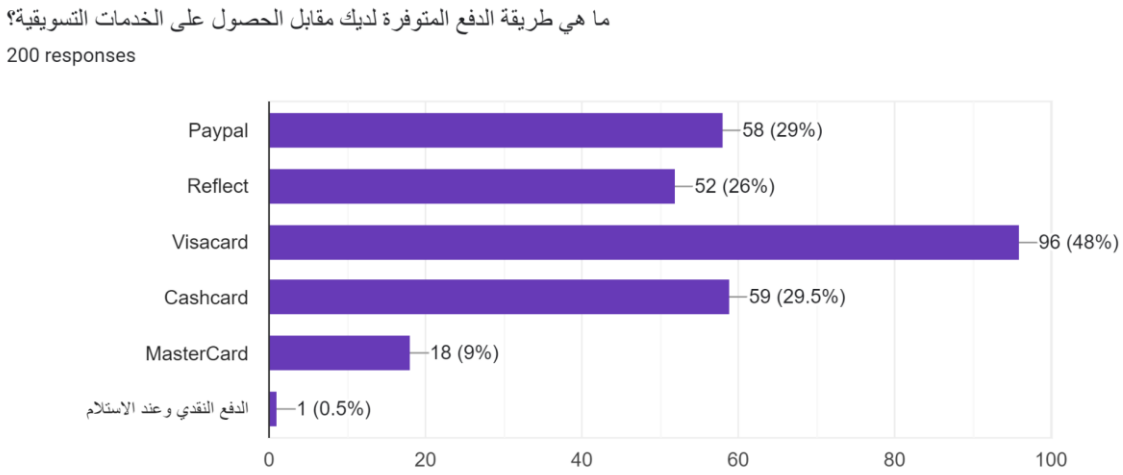

- السؤال الثاني عشر : إذا كانت إجابتك على السؤال السابق نعم ، هل تعتقد أن وجود موقع إلكتروني مختص في الخدمات التسويقية سيكون له تأثير إيجابي على توسيع دائرة عملك أو نشاطك التجاري؟

هذا السؤال يعتمد على السؤال السابق حيث تم طرحه لمعرفة توقع واعتقاد الأشخاص الذين أجابوا ب (نعم) والذين سيقومون بدفع المبالغ للحصول على الخدمات التسويقية أنه هل سيكون له تأثير ايجابي على أعمالهم ونشاطهم التجاري أم لا
تمثلت إجابات 82.4% ب (نعم) ، 16% ب(ربما) ،1.6% ب (لا)



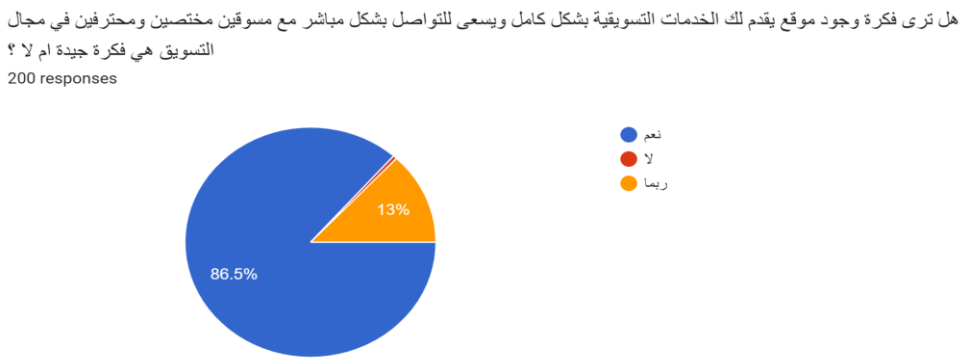
- السؤال الثالث عشر : ما هي طريقة الدفع المتوفرة لديك مقابل الحصول على الخدمات التسويقية ؟

تم طرح سؤال معرفة طرق الدفع المتوفرة عند هذه الفئة لمعرفة كيف يمكنهم الدفع مقابلة الخدمات التسويقية
تمثلت أعلى اجابة هي Visa Card بنسبة 48% ويليها Cash Card بنسبة 29.5%




- السؤال الرابع عشر :هل ترى فكرة وجود موقع يقدم لك الخدمات التسويقية بشكل كامل ويسعى للتواصل بشكل مباشر مع مسوقين مختصين ومحترفين في مجال التسويق هي فكرة جيدة ام لا ؟

تم طرح هذا السؤال لجمع رؤية هذه الفئة المستهدفة حول هذا المشروع بنظرهم هل هو فكرة جيدة ام لا
تمثلت 86.5% ب(نعم) ، 13% ب(ربما) ، 0.5% ب(لا)




السؤال الخامس عشر : هل هناك ملاحظات إضافية أو اقتراحات تتعلق بفكرة إنشاء موقع إلكتروني للخدمات التسويقية؟

تم طرح هذا السؤال لمعرفة ما هي اقتراحات هذه الفئة أو اذا كان هناك ملاحظات خاصة بهم وكانت هذه أكثر الردود مساهمة وتقدم الفائدة لنا

وبناءً على نتائج هذا الاستبيان تم التوصل الى عدة نتائج ، منها :

- أن الفئة العمرية هي من فئة الشباب ، هذا التحليل لهذه الأعمار يساعدنا في العمل على اختيار طريقة المخاطبة المناسبة للزبائن ، حيث تختلف طريقة المخاطبة حسب الفئة العمرية التي لها دور كبير بذلك
- تم التوصل أن العديد من الأشخاص تراودهم فكرة انشاء مشروع خاص بهم وانهم بحاجة الى العديد من الخدمات التسويقية ، هذا التحليل يساعدنا في نشر منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات في الموقع التي تلبي هذا الاهتمام واختيار المختصين الذين سيقوموا بتلبية احتياجات هذه الحاجة
- تم التوصل أن هناك مشاكل تسويقية تواجه هذه الفئة وتم عرض عدة مشاكل تسويقية مقترحة ليقوموا بتحديدها بشكل مباشر
- تم التوصل إلى ان هذه الفئة مستعدة لدفع مبالغ رمزية للحصول على هذه الخدمة ، أي أنه لا يوجد لديهم مانع بهذا الامر وان هذا الموقع يستحق أن يقوموا بالدفع له
- ايضا طريقة الدفع المناسبة لهم هي visa card ، هذا الجزء يساعدنا في معرفة أي الطرق الأنسب للعميل والمتوفرة بشكل أكبر لهم
- تم التوصل الى ان فكرة وجود موقع الكتروني فلسطيني يقدم الخدمات التسويقية وانشاء علاقات بشكل مباشر مع الزبائن هي فكرة جيدة وهناك إقبال من قبل الفئة المستهدفة عليها والعمل على تشجيعها وانهم سيقوموا باستخدامه في حال توفره

وفي المستقبل سيتم استهداف المختصين بشكل اوسع وانشاء استبيان خاص بهم واضافتهم للموقع

## □ تحليل المنافسين

يعتبر تحليل المنافسين أحد العوامل الحاسمة لنجاح أي مشروع بحيث يستند إلى فهم دقيق للبيئة التنافسية ويمثل الأساس الذي يساعد المشروع أن ينمو ويزدهر على المدى الطويل

كما تساهم تفصيلية التحليل التنافسي في تحديد مميزات المشروع التي يمكنها تحقيق التفوق التنافسي، سواء كان ذلك من خلال تقديم خدمات تسويقية ، أو بناء علاقات قوية مع الزبائن، أو تحسين استراتيجيات التسويق والترويج في هذا السياق، يأتي تحليل المنافسين كخطوة رئيسية في رحلة بناء مشروع ناجح، حيث يمثل الفهم الدقيق للسوق عاملاً أساسياً لاتخاذ قرارات استراتيجية مستدامة وفعّالة.

1- المنافسين المباشرين: هم المنافسين الذين يقدمون نفس الخدمة لنفس الفئة المستهدفة والمنطقة.

| المنافس | تارجت للتسويق الرقمي | التميت للتكنولوجيا-التسويق الالكتروني في فلسطين | بلو ويب |
|---|---|---|---|
| وصف عام للمنافس | تقدم تارجت باقة مميزة من أهم القنوات التسويقية الأحدث والأوسع انتشارا بالاضافة الى اعتماد تقنيات الاستهداف المباشر بناءً على معايير متعددة كالموقع الجغرافي والجنس والفئة العمرية وغيرها بهدف تحقيق أفضل النتائج للحملات التسويقية. | هي شركة تكنولوجيا معلومات فلسطينية, متخصصة في تطوير البرامج للأعمال, تصميم وتطوير المواقع الالكترونية, التصميم الجرافيكي, التسويق الالكتروني, تحسين الظهور على مواقع البحث, استضافة المواقع الإلكترونية, خدمات البريد الالكتروني للأعمال, تطبيقات جوجل السحابية | بلو هي شركة متخصصة في تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية وأنظمة الويب المتكاملة، تمتلك بلو أكثر من 14 عامًا من الخبرة في تقديم خدمات البرمجة الاحترافية. لقد أكمل بنجاح أكثر من 1000 مشروع من مختلف الأحجام والتعقيد في مختلف مجالات الأعمال والتكنولوجيا. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| استراتيجية التسويق | التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تعتمد حركة المرور لديهم على حساب الفيس بوك الخاص بهم فقط وإدراج ارقام التواصل المباشرة الخاصة بالشركة<br><br>التسويق عبر البريد الإلكتروني :تعتمد على الايميل في جمع المعلومات عن الزبائن | التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: اعتمدت هذه الشركة على العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل ( الفيس بوك والانستغرام واليوتيوب والواتس اب والتويتر )<br><br>ايضا اضافت التسويق عبر البريد الالكتروني حيث اضافته وتم اضافة الرقم الشخصي للتواصل بشكل مباشر من قبل الزبائن | التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: تعتمد الشركة على العديد من طرق للتواصل مثل مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيس بوك و linkedin وتويتر)<br><br>التسويق عبر البريد الإلكتروني:عن طريق البريد الالكتروني ورقم الهاتف الخاص بهم يتم التواصل بشكل مباشر<br><br>وتم عرض الموقع عن طريق الخريطة<br>ايضا تم التسويق عبر المحركات البحثية حيث انها تظهر في قائمة البحث الاولى عند البحث على عبارة خدمات تسويقية |
| نقاط القوة | تقديم تقنيات متطورة وقاعدة بيانات محدّثة وقنوات متعددة وفريق متخصص وتقارير تفصيلية ومتابعة 7/24 | لديهم خبرة 15 عام في صناعة تكنولوجيا المعلومات خبرة في تطوير البرامج تصميم المواقع الالكترونية التصميم الجرافيكي تحسين الظهور على seo | الشركة تصمم مواقع لشركات معروفة<br>مما يجعل هذه الشركة خيارًا استراتيجيًا للشركات الراغبة في بناء وتعزيز وجودها الالكتروني.<br>كما لدى الشركة مقر فعلي في رام الله |

| | | | |
|---|---|---|---|
| نقاط الضعف | -عدم وجودهم على اكتر من منصة من منصات التواصل الاجتماعي التي تكون تابعة للشركة على الموقع الالكتروني الخاص بهم<br><br>-عدم عرض الخدمات التي تم تنفيذها للزبائن | -عدد المشاريع التي قاموا بها قليل جدا مقارنة مع سنوات عمل الشركة حيث قدموا 221 مشروع خلال 15 عشر عام .<br>-عدد الزبائن السعداء فقط 74 زبون.<br>-ليس لديهم نشاط على مواقع التواصل الاجتماعي حيث آخر بوست كان قبل عام من الآن. | -التصميم غير جذاب للموقع<br><br>-يعاني الحساب الرسمي للشركة على وسائل التواصل الاجتماعي من نقص في التحديثات، حيث يقتصر وجودها على منصات قليلة، وخصوصاً فيسبوك الذي لم يتم تحديثه منذ عامين.<br><br>-عدد السنوات الكبير لتواجدهم على الموقع لا يتوافق مع عدد المشاريع القليل الذي تم تقديمه |
| ميزة تنافسية | -مزود خدمات التسويق الالكتروني من استهداف مباشر على (فيسبوك ، فايبر، واتساب) وميزة الرسائل القصيرة والرسائل صوتية. | تعد ميزتها في تقديم خدمات دعم فني متكاملة بغرض تحقيق رضى الزبون الكامل من خلال فريق متخصص وملتزم، وتسعى لتوفير حل فوري بعد البيع يتجاوز توقعات الزبائن | لديهم خبرة وسجل حافل بالأعمال والمعروفة في البلد شبكة واسعة من العلاقات تقديم جميع الخدمات المتنوعة التسويقية<br>كما تظهر في نتائج البحث الأولى |
| رابط الموقع الإلكتروني | https://www.ta/rget.ps | https://umtco.com/ar-online/marketing.php | https://www.blue.ps/arcontact/ |
| **SEO**<br><br>( توافقية الموقع مع محركات البحث ) | عند البحث على خدمات تسويقية في فلسطين تظهر في الصفحة الاولى-الموقع الخامس | يجب عليهم تحسين استراتيجية تحسين محركات البحث بحيث أن الموقع لا يظهر في صفحات نتائج محركات البحث الأولى. | يظهر في محركات البحث الأولى عند كتابة خدمات تسويقية في فلسطين |
| **Email** | ---— | info@umtco.com | info@blue.ps |

2- المنافسين غير المباشرين:

هم المنافسين الذين لا يقدمون نفس الخدمة، لكنهم يستهدفون نفس الفئة المستهدفة.

| المنافس | **fastercapital** | خمسات – خدمات التسويق الالكتروني |
|---|---|---|
| وصف عام للمنافس | فاستر كابيتال حاضنة ومسرّعة أعمال افتراضيّة وشركة داعمة للشركات والمشاريع الناشئة.<br>يعملون مع الشركات الناشئة في مجالات مختلفة مثل التطوير التقني, المبيعات, التسويق, وتأمين رأس المال. | خمسات هو أكبر سوق عربي لبيع وشراء الخدمات المصغرة ، يجمع خمسات بين الشباب العربي الموهوب المستعد لتقديم خبراته ومهاراته على شكل خدمات مصغرة بأسعار تبدأ من 5 دولار، وبين الأفراد ورواد الأعمال الذين يحتاجون هذه الخدمات لتساعدهم في تنمية وتطوير أعمالهم. |
| استراتيجية التسويق | تعتمد الشركة على طريقة التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك ، انستغرام، تيك توك، واتس اب، kedinlin، وتويتر ويوتيوب ) في الترويج واغلب العمليات البيعية<br>والبريد الإلكتروني للتواصل بشكل مباشر | يعتمد على استراتيجية تسويق تركز بشكل أساسي على التواصل المباشر بين مقدمي الخدمات (البائعين) والزبائن (المشترين).<br>كما تعتمد على إمكانية قيام الزبون ببيع خدماته على موقع خمسات<br>تعتمد على الايميل في جمع المعلومات عن الزبائن |

| | | |
|---|---|---|
| نقاط القوة | • التخطيط من أجل التمويل<br>• وتمويل الشركات الناشئة،خدمات التطوير التقني<br>• اضافةً الى خدمات النمو والتوسع<br>• وتصميم مميز للموقع الخاص بهم | • امكانية التحكم في أسعار الخدمة<br>• تنوع الخدمات<br>• تقديم فرص عمل للمستقلين وهناك شعبية للموقع كبيرة |
| نقاط الضعف | • الشرح الكثير والكلام المتداخل في موقعهم الالكتروني وعدم تجانس اللغة في صفحات الموقع<br>• تم عرض آراء الزبائن بشكل عام وليس لكل خدمة بحد ذاتها | • يعتمد مستوى الجودة في الخدمات المُقدمة على الفرد المقدم للخدمة، مما قد يؤدي إلى تباين في جودة الخدمات والتجارب بين مقدمي الخدمات.<br>• تنافس شديد داخل الموقع بين مقدمي الخدمات |
| ميزة تنافسية | الاستثمار في مجالات مختلفة ( FinTech, EduTech, HealthTech, Entertainment, Media, Software, Ecommerce, Blockchain, وغيرها ) | اكبر موقع عربي وانتشاره كواحد من أبرز المواقع لبيع وشراء الخدمات عبر الإنترنت |
| رابط الموقع الإلكتروني | https://fastercapital.com/a/r | https://khamsat.com/ |

| | | |
|---|---|---|
| **SEO**<br>( توافقية الموقع مع محركات البحث ) | عند البحث على خدمات تسويقية في الضفة الغربية تظهر هي في الصفحة الاولى-الموقع الثاني | لدى الموقع توافق عالي في محركات البحث حيث تظهر في نتائج البحث الاولى عند قيام الشخص بالبحث عن الخدمات التسويقية |
| **Email** | contact@fastercapital.com | ------— |

- تحديد **Target Audience** (الفئة/الجمهور المستهدف) حسب تحليل استراتيجية الموقع

تحديد الفئة المستهدفة يسهم في توجيه الجهود والموارد بشكل فعّال نحو الجمهور الذي سيستفيد بشكل كبير من الخدمات التي يوفرها الموقع الالكتروني، مما يزيد من فرص نجاح المشروع.

**Age audiences** (أعمار الفئات المستهدفة )

يستهدف الموقع الأفراد من سن 18 إلى 60 سنة ، سوف يتم تلبية احتياجات كل شخص يبحث عن دعم في مجال التسويق، سواء كانوا في مرحلة الشباب أو كانوا في مرحلة أكبر ويرغبون في تحسين تسويق أعمالهم .

**Audience type** (جنس الفئات المستهدفة )

سيتم تقديم الخدمات لكل فرد بغض النظر عن الجنس، سواء كانوا ذكورًا أو إناثًا، بحيث يعتبر التسويق والإبداع ميدانًا متساويًا يمكن للجميع الاستفادة منه، ويتم السعي دائما لدعم وتمكين كل فرد يبحث عن خدمات تسويقية متخصصة

**Geographic area** (المنطقة الجغرافية)

تعتبر فلسطين هي المنطقة الجغرافية للفئة المستهدفة حيث سيتم تقديم الخدمات التسويقية لهم ، وتلبية احتياجاتهم التسويقية، ودعم الأعمال والأفراد والمساهمين في تطوير المشاريع الخاصة بهم .

- **Target audiences** (الجمهور المستهدف)

- رياديي الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة

سيتم استهداف أصحاب الأعمال الجدد الذين يحتاجون إلى دعم في وضع استراتيجيات تسويق لبناء هويتهم التجارية وزيادة الوعي بالعلامة التجارية الخاصة بهم.

- أصحاب المشاريع الناشئة:

حيث يساعد الموقع الأشخاص الذين يبحثون عن دعم في إطلاق منتجاتهم أو خدماتهم الجديدة.

- المستقلين والمحترفين الذين لديهم اعمال حرة :

يكون الموقع مفيدًا للمستقلين الذين يقدمون خدمات تسويقية متخصصة، مثل كتابة المحتوى، تصميم الشعارات، أو حملات الإعلانات.

- الشركات الكبيرة والمؤسسات:

يساعد الموقع الشركات الكبيرة والمؤسسات على زيادة نجاحهم وتطورهم من خلال اضافة بعض الامور التسويقية مثل إنشاء موقع خاص بالشركة او تطبيق على الهاتف

- المستهلكين النهائيين:

يقدم الموقع خدمات تسويقية للأفراد، مثل الأفراد الذين يرغبون في بناء موقع شخصي أو تعزيز نفسهم عبر الإنترنت واعطائهم افكار لدخول السوق

- تفاصيل **Personas** المختلفة للموقع ومبررات إختيارها

1. الأشخاص الناشئين في عالم الأعمال (business) الذين هم بحاجة لكافة الخدمات التسويقية
2. الشركات الكبيرة التي تهدف لتطوير عملها وتواجدها في السوق
3. الرياديين والمستقلين في أعمالهم
4. الأشخاص الذين يخططون لإنشاء عمل (business) جديد وخاص بهم والمساعدة من نقطة الصفر
5. الاشخاص الذين لديهم محلات تجارية على ارض الواقع وبحاجة الى زيادة تواجدهم على الانترنت
6. الأشخاص الذين هم بحاجة لاستشارة تسويقية في بعض الامور الخاصة بمشاريعهم

# Persona

| | |
|---|---|
| حاتم<br><br>عمره 39 سنة<br><br>يمتلك مكتب للهندسة المعمارية وبحاجة الى مواقع تواصل اجتماعي لنشر كافة الرسومات والتصاميم الهندسية والتي يتم تنفيذها من قبله حتى يشارك المجتمع في خدماته ، ايضا بحاجة لخطة تسويقية مفصلة الى دراسة السوق ودراسة كافة التطورات والتحديثات الهندسية | رؤى<br><br>24 سنة<br><br>تمتلك متجر الكتروني لبيع الملابس النسائية على منصات التواصل الاجتماعي وهي تعتبر ناشئة وتحتاج إلى حلول تسويقية لزيادة الوعي في متجرها الإلكتروني وزيادة المبيعات |
| | |

| | |
|---|---|
| حازم<br><br>35 سنة<br><br>لديه شركة كبيرة تضم العديد من الموظفين وتختص بالمفروشات المنزلية ، حيث يحتاج الى إنشاء خطة تسويقية بعيدة المدى ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي وتحليلها وانشاء إعلانات ممولة تصل الى اكبر عدد من الزبائن بهدف زيادة المبيعات | وليد<br><br>20 سنة<br><br>يمتلك محل تجاري على أرض الواقع متجر يقدم ملابس رياضية للشباب ويحتاج الى خطة محتوى للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع تصميم موقع |
| | |

| رناد | عبد الله |
| --- | --- |
| عمرها 27 سنة<br><br>لديها أكبر مشروع لصناعة الشموع في فلسطين وتقدم الدورات المكثفة لطلابها على موقعها الالكتروني الخاص بها ولديها وسائل تواصل اجتماعي عديدة<br>وهي الآن تطمح بإنشاء تطبيق على الهاتف لاعتماده في هذه الدورات ولهؤلاء الطلاب لاستهداف أكبر عدد من الزبائن | عمره 18 سنة<br><br>عبدالله لديه تفكير في التوجه للعمل المستقل في منصات التواصل الاجتماعي ويحتاج الى استشارة تسويقية تفيده للبدء في مشروعه الغير قائم من حيث الفئة المستهدفة وطريقة كتابة المحتوى |
| | |

- تحديد تقنيات التكنولوجيا المستخدمة في الموقع ومبررات استخدامها.

**(Domain name)** حجز النطاق واسم النطاق

جهاز الحاسوب
تم استخدام جهاز يتوفر فيه المواصفات التالية:

اسم الجهاز:460 KAJ-DESKTOP

المعالج:i511 G7 @ 2.40GHz 2.42 GHz1135-th Gen Intel(R) Core(TM)

نوع النظام: Windows 10 Pro

الاصدار: 2H22

**WordPress**

سيتم استخدامه لمساعدة أفراد المشروع في إنشاء الموقع الالكتروني وذلك لعدة أسباب:

1. ووردبريس معروفة بواجهة استخدام سهلة وبسيطة، مما يجعلها ملائمة للمبتدئين وأيضًا لأولئك الذين ليسوا محترفين في التكنولوجيا.
2. منصة مفتوحة المصدر، مما يعني أن البرمجيات متاحة مجاناً للاستخدام ويمكنك تخصيصها وتعديلها حسب احتياجاتك.
3. توفير القوالب (Themes) والإضافات (Plugins)
4. مصممة بشكل يساعد في تحسين تصنيف مواقعها في محركات البحث، مما يسهم في جعل الموقع أكثر وجودًا على الإنترنت.
5. يتم تحديث WordPress بانتظام لتوفير التحديثات الأمنية وتحسين الأداء، مما يجعلها منصة آمنة للاستخدام.
6. تدعم WordPress الوسائط المتعددة بشكل جيد، مما يتيح لك تحميل وإدارة الصور ومقاطع الفيديو بسهولة.
7. يتوافق WordPress مع مختلف متصفحات الويب، مما يضمن تجربة مستخدم سلسة للزوار.

يمكن أن يتم مواجهة بعض التحديات والمساوئ التي سيتم أخذها في عين الاعتبار،منها:

- انه يعتمد على الاضافات Plugins بشكل أساسي لذلك سيتم اختيارها بعناية
- وقد يحتاج أعضاء الفريق في بعض الأحيان إلى الاعتماد على دعم فني إذا تم مواجهة مشاكل تقنية

## □ تقنيات الحماية والأمان

مع انتشار الاختراقات والتجسس على المنصات الالكترونية يجب ان لا يكون هناك ثغرة في موقعنا الالكتروني حتى نحافظ على أمان الموقع والبيانات وبيانات الزبائن، لذلك تم الحصول على شهادة أمان SSL للموقع .

## □ فحص جودة الموقع بعد التطبيق

تعتبر من أهم الخطوات التي تمكن الفريق من اكتشاف أخطاء وثغرات الموقع الالكتروني بعد انطلاقه سيتم ذلك باستخدام منصة تحليل جوجل للتأكد من خلو الموقع من الأخطاء وانه يعمل بشكل صحيح ويناسب المستخدمين وذلك بعدة خطوات:

- اختبار سرعة الموقع
- اختبار سهولة الموقع وعمل جميع الوظائف في الموقع من طلب الخدمة والتواصل مع المختصين وغيره من الوظائف
- التأكد من سهولة التنقل بين صفحات الموقع كزائر من الخارج
- التأكد من صحة عناوين URL
- التحقق من ملف Robots.txt الخاص بالموقع
- اختبار التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعية
- التحقق من إمكانية الوصول إلى الموقع من خلال الكلمات المفتاحية
- حفظ نسخة احتياطية من الموقع وتأمينه
- تأكيد شهادة SSL الخاصة بالموقع والتأكد منها بشكل مستمر
- تجنب البريد المزعج و العشوائي
- تحديث المنطقة الزمنية
- الاهتمام وتاكد بالأمور القانونية
- حذف أي ملحقات غير مرغوب فيها
- المراجعة اللغوية للمحتوى
- اختبار عمل الروابط الخارجية والداخلية
- تفعيل حساب Google Analytics لمتابعة الموقع

## خطة فحص الموقع بعد التطبيق

لفحص الموقع وتحليله بعد تطبيقه سوف يتم استخدام أدوات القياس التالية :

**1 google analytics- ( تحليلات جوجل )**

تعتبر تحليلات جوجل أداة مهمة حيث توفر تقارير مفصلة عن مصادر الزيارات وسلوكيات الزوار وعدد الزوار ، وتستخدم أيضا في تحسين الأداء وقياس فعالية الحملات التسويقية والتحكم في ترتيب الصفحات ، كما تمكّن من معرفة الصفحات أو المنتجات الأكثر زيارة، والكيفية التي يتفاعل بها زوار الموقع مع عناصر الصفحات، وتتيح لنا أيضًا الكثير من المعلومات التقنية، مثل الأجهزة التي يستخدمها زوار الموقع، ونوع المتصفحات وأنظمة التشغيل التي يستعملونها.

لذلك يعد استخدام تحليلات جوجل أمر هام لقياس التفاعل على الموقع ، وتوفير معلومات دقيقة عن كل حركة وتفاعل على الموقع.

بعض المقاييس الأساسية التي نحصل عليها من تحليلات جوجل **Google** :

- **Bounce Rate** (معدل الارتداد)

هو قياس عدد الأشخاص الذين ابتدأت وانتهت زيارتهم للموقع وهم متواجدين بنفس الصفحة

- **Conversion Rate** ( معدل التحويل )

عدد الاشخاص الذين كانوا visitor وقاموا بانهاء عملية CTA بشكل كامل

- **Length Of Session** ( مدة الجلسة )

ما هو عدد الأوقات التي يقوم الشخص بقضائها داخل الصفحات داخل الموقع

- **Of Session Depth** ( عمق الجلسة )

ما هو عدد الصفحات التي قام بزيارتها والخروج منها داخل موقعنا

- **Exit Pages** ( صفحة المغادرة )

ما هي صفحة الخروج التي ينهي منها المستخدم رحلته

- **Entrance Pages** ( صفحة البداية )

تحليل ما هي الصفحة التي يقوم المستخدم البدء برحلته من خلالها

- **KeyWord** ( الكلمات المفتاحية )

ما هي الكلمات المفتاحية والدلالية التي يقوم المستخدم والزائر بكتابتها للوصول الى موقعنا

- **Search Engine** ( محرك البحث )

ما هي محركات البحث التي يقوم المستخدم باستخدامها لكتابة KeyWord من خلالها للبحث والوصول الى موقعنا

- **eferralsR** ( مصدر الزوار )

ما هي الجهات التي من الممكن أن تعمل على إرسال زوار لموقعنا

- **Page Views** ( مشاهدات الصفحة )

تحليل الصفحة الرئيسية التي تُعرض للزوار التي تحمل كافة العناصر مثل الكتابة والصور

- **Average Time Spent** ( الوقت المُستغرق )

معدل الوقت الذي يقضيه الشخص داخل الموقع ويقاس بالمدة الزمنية

- **Repeat Visits** ( الزيارات المتكررة )

كم عدد الزيارات التي قام بها نفس الشخص عند دخول الموقع

- **Feed Subscribers** ( تفاعل المستخدمين مع **CTA** )

عدد الأشخاص الذين يتخذون عملية CTA المطلوبة ولكن هنا تكون بشكل Feed

- **Internal Search Keywords Top** ( كلمات مفتاحية للبحث الداخلي )

ما هي الكلمات التي يتم استخدامها من قبل الزبون في البحث الداخلي في الموقع

## Heat maps _2

هي تمثيل مرئي للبيانات التي تعرض كيفية تفاعل الزوار على الموقع في كل صفحة، حتى نتمكن من التعديل والتحسين، هي توضح الأجزاء التفصيلية من الموقع التي يتم زيارتها كثيرا والتي لا يتم زيارتها، والأشخاص الذين يتجاهلونها ، حيث نتمكن من خلالها تحسين معدلات التحويل على الويب ،وخفض معدلات الارتداد ، وزيادة المبيعات ، ويتم استخدامها لعرض عدد النقرات على صفحة الويب عن طريق ترميز كل عنصر من عناصر الصفحة وفقاً لمدى زيارتها والتفاعل معها.

فوائد الخطة الحرارية:

1. ما هو المحتوى الذي يهم الزوار؟

تقدم الخرائط الحرارية تحليلًا شاملًا لأكثر الأزرار والأقسام استخدامًا من قبل الزوار .

**2.** هل يقوم الزوار بالنقر على أزرار معينة أكثر من الأزرار الأخرى؟

التعرف على الأزرار التي يتم النقر عليها بكثرة من قبل الزوار ،والتعرف على السبب في هذا السلوك فربما يكون الزر غير مرئي للمستخدمين.

3. هل يكمل الزوار قراءة كل محتوى الصفحة؟

معرفة فيما إذا كان الزائر يقوم بالتمرير إلى نهاية الصفحات لرؤية كافة محتوياتها أم لا.

4. ما هو أول شيء يجذب الزائر عند دخوله إلى الصفحات على الموقع؟

معرفة التفاصيل التي تجذب زوار الموقع من خلال تمييز الأزرار والأقسام الأكثر نقرًا في الموقع، فهذا يساعد على التعرف على المحتوى الذي يشدّ الزوار أكثر من غيره.

- اعتماد تصنيف الموقع **CMS or Static** مع ذكر الاسباب

تم اختيار تصنيف (Content management system) ، لأنه الأداة المثالية التي تنظم المعلومات وتبسيطها بشكل فعال ومميز حيث تساعد أنظمة ادارة المحتوى في بناء الموقع مباشرة من البداية دون أي معوقات تُذكر.

- يمنح نظام إدارة المحتوى CMS القدرة على تحميل وتعديل وحذف المحتوى من موقع الويب الخاص بنا دون الحاجة إلى معرفة لغات البرمجة العالمية HTML أو CSS
- تقديم خدمات زبائن مُحسّنة مع خدمة التفاعل الفوري مثل التواصل مع المختصين بسهولة داخل الموقع
- يتيح CMS للعديد من المستخدمين العمل على الموقع بغض النظر عن مكانه أو عدد الأماكن التي من الممكن أن يتواجد بها الشخص المسؤول عن التعديل.
- يكون لدى أعضاء الفريق سيطرة كاملة للوصول إلى المحتوى الخاص بالموقع.
- تتمتع أنظمة ادارة المحتوى بأفضل ميزات الأمان التي تحمي المحتوى والموقع لدينا.
- يتمتع بالمرونة حيث يتيح امكانية اضافة مميزات ووحدات حسب الحاجة في أي وقت
- إمكانية تطوير موقع الويب بدرجة عالية وتحسين ترتيب تحسين محركات البحث في إشارة إلى حداثة المحتوى.
- من خلال الخصائص التي ستكون في الموقع، سيكون الزبون قادر على إضافة بياناته ومعلوماته وتفاصيل الطلبات التي يريدها وكذلك مشاركة البيانات والمحتوى الذي يريده، وهذا يعطيه حريّة مشاركة البيانات.

- من خلال الكلمات المفتاحية سيكون الزبون قادر على إيجاد الموقع، وتصفّحه والقيام بالعمليّات المطلوبة منه، لأنه يكون تحت نسق وتنظيم محرّكات البحث التي يستخدمها الزبائن، وإستخدام الكلمات المفتاحيّة الفريدة لزيادة نسبة ظهور الموقع في نتائج البحث الأولى.
- تحديث الموقع بسهولة: في هذا النظام لا تحتاج الى انتظار تحديثات من المطور وانتظار وقت حتى يتم تنفيذها فيسمح ذلك تحميل الملفات وإجراء تعديلات على الفور دون الحاجة الى المطور.

- إعداد إستراتجية مواقع التواصل الإجتماعي الداعمه للموقع.

سيتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة التواجد الإلكتروني للموقع ، كما يساعد في الوصول بشكل أسرع وأسهل للفئة المستهدفة وزيادة الوعي بالموقع الإلكتروني الذي يساهم في زيادة الوصول إلى موقعنا.

قال خبراء ومختصون في مجال تكنولوجيا المعلومات وأعلنت شركة آيبوك (ipoke) وهي (شركة مساهمة) مقرها فلسطين، تقدم الخدمات والحلول في مجالات الوسائط الرقمية والاجتماعية والحلول التفاعلية ، نتائج تقريرها السنوي السابع للعام 2022 فإنه في هذا العالم ببلغت نسبة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين 65.7% ، وإن نسبة استخدام فيسبوك في فلسطين بلغت 92% أما واتساب فكانت نسبة استخدامه 90% وجاء يوتيوب في المركز الثالث بنسبة استخدام تصل إلى 81% في حين بلغت نسبة استخدام انستغرام 67% في الوقت الذي بلغت فيه نسبة استخدام سناب شات 40% أما تيك توك فبلغت نسبة استخدامه 38% أما نسبة استخدام تليغرام فوصلت إلى 37% أما تويتر فبلغت نسبة استخدامه 26% وحل لينكد ان في المرتبة الأخيرة بنسبة استخدام وصلت إلى 17%.

المرجع

## Platform Selection

### : 1-Facebook

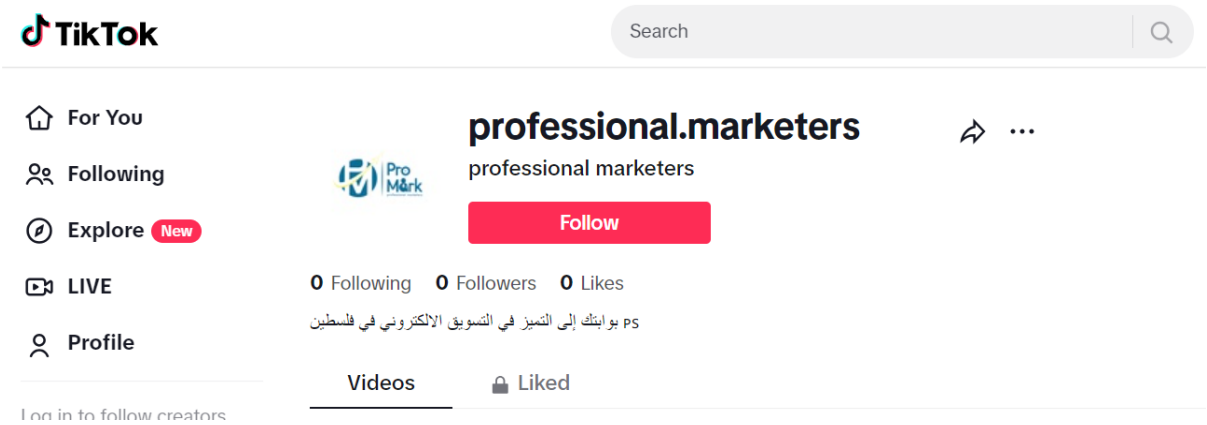
سيتم استخدام هذه المنصة لأنها تساعد في الوصول الى الجمهور المستهدف بشكل أسهل وخاصّة الفئة ما بين أعمار ( 30 – 45 سنة ) ،حيث تبلغ نسبة استخدام منصة الفيسبوك في فلسطين نسبة 60.6% .

### :2-Instagram

الانستجرام من منصات التواصل الاجتماعي التي تشهد زيادة لعدد المتابعين بصورة يومية، كما صُنف بكونه ثاني أكبر منصات التواصل الاجتماعي من حيث عدد المتابعين ومن الممكن أن يتم فيها نشر الصور والريل والستوريات التي تدعم فكرة الموقع الخاص بنا ، وتؤثر اعلانات الانستقرام بشكل فعال في الترويج على نطاق واسع ووقت قياسي.

**3- Tik Tok:**

تساعد هذه المنصة في الوصول الواسع والتفاعل السريع ، ويعمل على جذب الأشخاص بصورة أكبر نظرا لمدة استخدامه الطويلة

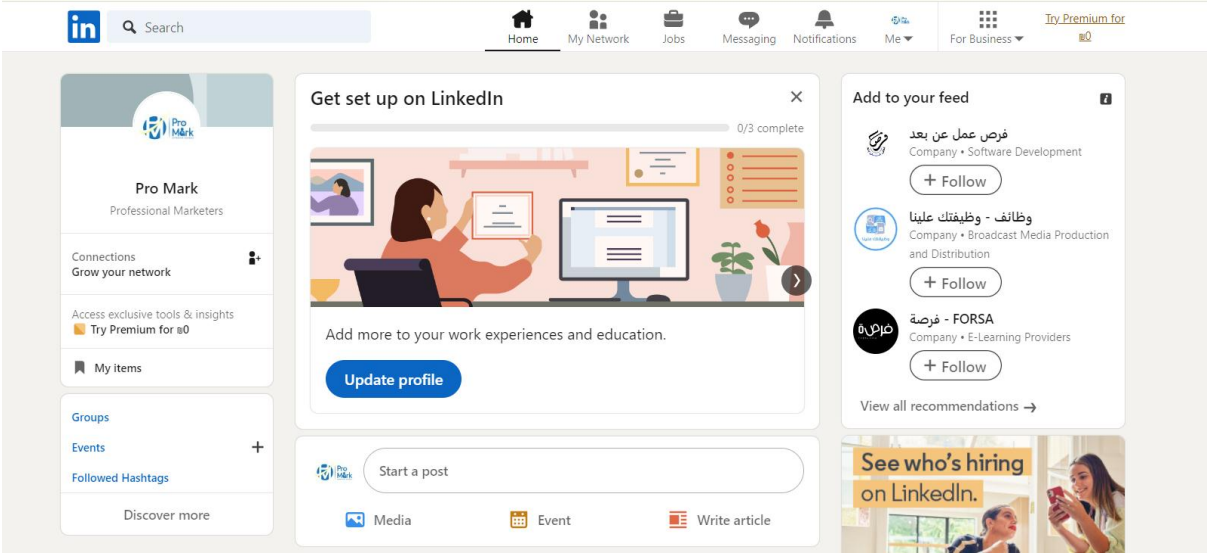



**4-Whatsapp:**

تعد منصة الواتساب من أهم المنصات الداعمة للموقع حيث يسهل في خدمة التواصل المباشر مع الزبائن مع إمكانية الاحتفاظ بقوائم ارقام الهاتف المحمول الخاصة بالزبائن وارسال العروض الترويجية المختلفة.

**5-Linkedin:**

هو شبكة اجتماعية مهنية والتي تجمع المتخصصين في تخصصات مختلفة و يمكننا من مشاركة المحتوى المهني والأخبار ذات الصلة بالاسواق ويمكن كتابة منشورات، ومشاركة مقالات، والتفاعل مع منشورات الآخرين ، و يعتبر هذا وسيلة لبناء سمعة احترافية وجذب انتباه صانعي القرار والفئة المستهدفة وتبلغ نسبة استخدامه 350 ألف شخص في 2023



المحتوى الذي سيتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي:

1. **Facebook:**
- إجراء مقابلات مع المختصين في مجال التسويق وتبادل الآراء والنصائح
- نشر مقالات أو مدونات تقنية حول أحدث اتجاهات في مجال التسويق الالكتروني.
- مشاركة نصائح واستراتيجيات فعّالة في مجال التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- استعراض حالات نجاح الزبائن وقصص نجاحهم باستخدام خدماتك.
- مشاركة أحدث الأخبار والاتجاهات في عالم التسويق الالكتروني.

2. **Instagram:**
- نشر مقاطع فيديو قصيرة أو محتوى مرئي يوضح استراتيجيات التسويق الالكتروني.
- رد على التعليقات والرسائل بانتظام لتعزيز التواصل مع الجمهور
- نصائح واستراتيجيات فعّالة في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- استعراضات نتائج إيجابية عن زبائن لديهم حالة من الرضى
- مشاركة روابط إلى المدونات والمحتوى القيم الذي يتم نشره على الموقع
- نشر تجارب النجاح التي تظهر قيمة الخدمات التي نقدمها

3. **Tiktok:**
- مشاركة نصائح تسويقية قصيرة وفعّالة
- جعل المتابعين يطرحون أسئلتهم حول التسويق، ونقوم بالرد عليهم بشكل قصير وجذاب
- إضافة الطابع التسويقي على جميع الفيديوهات التي نقدمها لإظهار الممارسة الجيدة لدينا في مجال التصميم وزيادة الثقة بيننا وبين المتابعين
- جعل الزبائن الحاليين يشاركون تجاربهم عن طريق الدويتو

4. **WhatsApp:**
- تقديم خدمة زبائن فورية من خلاله والرد للرد على استفسارات الزبائن وحل مشاكلهم
- تقديم دعم فوري يساعد في بناء ثقة الزبائن
- تقديم إجابات توضح تفاصيل الخدمات التي نقدمها

5. **LinkedIn:**

- نشر مقالات أو منشورات حول الموقع ، وتقديم رؤى وتحليلات حول نتائج الزبائن
- مشاركة تجارب الزبائن الإيجابية والقصص الناجحة التي تعكس جودة خدماتنا واستخدام قصص الزبائن كوسيلة لتوضيح قيمة العمل الذي نقدمه
- المشاركة في المحادثات الهامة في مجتمعنا المهني بشكل عام والتسويقي بشكل خاص والانضمام إلى مجموعات تسويقية للمشاركة في النقاشات وعرض الخدمات التي نقدمها
- مشاركة إنجازات موقعنا وخدماته ، مثل تحقيق أهداف خاصة به ونشر تجربته

## مؤشرات الأداء الرئيسية (KPI)

هي نوع من المعايير التي تساعد في تحديد أهداف الموقع وقياس وتقييم مدى تقدم هذه الأهداف وبالتالي معرفة هل الموقع يحرز تقدم ونجاح ام لا

**1.** الفيس بوك

- عدد الاعجابات بالصفحة
- عدد المتابعين
- نسبة التفاعل على الصفحة ( اعجاب ، تعليق ، مشاركة)
- نسبة الوصول وعدد المشاهدات
- معدل النقرات على لينك الموقع الإلكتروني
- الوصول العضوي ويعني ذلك عدد الأشخاص الذين رؤوا منشوراتنا بشكل طبيعي
- الوصول المدفوع وهو معرفة وصول الأشخاص من خلال الاعلانات
- قياس نسبة التفاعل عن طريق جمع إعجابات وتعليقات ومشاركات ونقسمها على عدد الوصول.

**2.** الانستجرام

- عدد المتابعين
- نسبة التفاعل ( اعجاب ، تعليق ، مشاركة)
- نسبة الوصول
- عدد الزيارات للموقع
- عدد المشاهدات للفيديو والتفاعل عليه

3. تيك توك

- عدد المتابعين الجدد
- عدد الزيارات والمشاهدات
- عدد الرسائل التي تصل إلى الصفحة ومعرفة مدى اهتمام المتابعين ومدى وصول الصفحة لهم
- التفاعل على المحتوى (عدد الإعجابات والتعليقات والمشاركات والاحتفاظ في البوستات)
- قياس عدد الأشخاص الذين شاهدوا منشوراتنا أو قصصنا خلال فترة زمنية محددة
- قياس كيف يتم استخدام وسوم الهاشتاج الخاصة بنا التي نستخدمها وتفاعل المتابعين معها
- تحليل المنشورات أو القصص التي حققت أعلى معدلات تفاعل وفهم أنواع المحتوى التي يفضلها المتابعين

4. لينكد إن

- عدد المرات التي ظهرت بها المنشورات والإعلانات للأشخاص.
- نسبة التفاعل ( الإعجاب ، إعادة النشر ، التعليق ) .
- عدد المتابعين الجدد.
- نسبة الاختلاف في عدد المتابعين من فترة إلى أخرى .
- عدد متابعينا مقارنة بعدد متابعي المنافسين .
- عدد الزائرين الجدد .
- معلومات ديموغرافية عن الزوار الجدد والمتابعين

## خطة المحتوى **(content planning)**

- اولاً مرحلة جمع المعلومات **Generating the ideas**

تقوم هذه المرحلة على جمع المعلومات القائمة على تحديد الهدف بناءً على persona ، ويتمثل الهدف في تقديم جميع الخدمات التسويقية التي تسعى لتحديد، أو خلق، أو تواصل، أو توصيل قيم وفوائد إلى

الزبائن، وانشاء علاقة مباشرة بين الزبائن والمختصين وتقديم المعاملات غير الملموسة التي تقدم قيمة للزبائن

تقوم هذه المرحلة على جمع المعلومات اللازمة للمساعدة في كتابة المحتوى على الموقع ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة له

اول خطوات عملية جمع المعلومات تمت عن طريق الاستبيان الذي تم تقديمه للفئة المستهدفة وتم من خلال معطياته دراسة كافة الاحتياجات التي تواجه هؤلاء الزبائن وما هي المشاكل التي يحتاجونها ، ايضا تم من خلاله للتوصل الى الامور التي يسعى هذا الزبون لمعرفة كافة المعلومات التسويقية عنها

في خلال رحلة أعضاء الفريق في جمع المعلومات تم دراسة SEO عند كتابة عبارة (خدمات تسويقية) وتم عرض الكلمات المفتاحية الاولى التي يقوم الزبون بالبحث عنها ومن خلال هذه الكلمات المفتاحية تم معرفة اهتمامتهم بشكل مفصل

أيضا في SEO تم عرض SERP وهؤلاء الصفحات الاولى والثانية التي يتم عرضهم من خلاله تعتبر هم من أكثر الصفحات المشابهة لنا وتساعدنا في دراسة منافسينا وإجراء عملية التحليل لمواقعهم ومن الممكن التعلم منهم

في المراحل المتقدمة تم استخدام منصة Buzzsumo وتم البحث في Analyzer Question الذي يعتبر جزءًا من المنصة ، ومن خلالها تم كتابة marketing service وتم عرض الأمور التالية التي يقوم الأشخاص بالبحث والتي تساعدنا في الكتابة وزيادة الأفكار لهذا المحتوى وهي التي تمثل الدائرة الذهبية في المحتوى من حيث الإجابة على الأسئلة التالية (ow/Why/WhatH) :

- لماذا تحتاج إلى خدمات التسويق الالكتروني لعملك؟
- ما هي بعض الفوائد الرئيسية لخدمات التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- هل خدمات التسويق الالكتروني هي المفتاح لبقاء الأعمال التجارية عبر الإنترنت؟
- ما هي الفوائد الأساسية لاستخدام خدمات التسويق على Instagram لتنمية حضور علامتك التجارية والتفاعل مع جمهورك المستهدف بفعالية؟
- ما هي أفضل 3 خدمات التسويق عبر البريد الإلكتروني؟
- ما هي خدمات التسويق SEO؟

كل هذه الاسئلة هي من محور اهتمام الزبائن والأمور التي يبحثون عنها والتي تساعدنا في كتابة هذا المحتوى وتقديم الخدمة التي هم بحاجة لها

تم البحث أيضا من خلال هذه المنصة في Content Ideas Generator التي تم الحصول منها على أهم القصص الرائجة لهذا الأسبوع و أهم المحتوى المشترك والمرتبط لهذا الأسبوع وما هي الكلمات الرئيسية الشائعة هذا الشهر وايضا تم الحصول على الأسئلة التي يتم طرحها هذا الأسبوع وهي اسئلة

الدائرة الذهبية التي تساعد على كتابة المحتوى (How/Why/What) و المواضيع ذات الصلة الشائعة هذا الأسبوع ، و تم عرض مخطط يساعد في اظهار نوع المحتوى الذي تتم مشاركته أكثر حيث يتم تصنيف المحتوى حسب الكلمات الموجودة في العنوان وتم عرض مخطط يوضح مدى تأثير التفاعل في المحتوى على معدلات المشاركة على كل شبكة اجتماعية

ايضا تم عرض مخططات توضح الأماكن التي يتلقى فيها المحتوى اكبر عدد من التفاعلات في مواقع التواصل الاجتماعي والأيام التي يتم فيها البحث بشكل اكبر

- المرحلة الثانية **Content idea**

سيتم النشر خلال عدة مراحل على منصات التواصل الاجتماعي ، بهدف زيادة معرفة الناس بموقعنا الإلكتروني والخدمات التسويقية التي يتم تقديمها ، وبذلك

- سيتم نشر اول اسبوع منشورات تضم عبارات ملفتة مثل ( انتظرونا/coming soon) وتقديم نبذة صغيرة عن الموقع الذي سوف نقوم بإطلاقه
- أما بالاسبوع الثاني سوف يتم نشر كواليس العمل لهذا الموقع من خلال عدة فيديوهات وصور توضح آلية العمل على الموقع
- اما الاسبوع الثالث سوف يتم نشر مقاطع يتم انشائها لعرض المختصين المتعاقدين مع الموقع الخاص بنا ويتم عرض نبذة عن كل شخص منهم وهي تكون عبارة عن خطوات تحفيزية ومشوقه لتشجيع الزبائن لزيارة الموقع ولزيادة الثقة بين الزبائن والمختصين
- اما الاسبوع الرابع سوف يتم نشر فيديو عبارة عن رحلة الزبون بالموقع و دليل الإستخدام للموقع التي توضح طريقة تقديم الخدمة له

سيتم بعد ذلك عمل خطة نشر بشكل متكرر حيث سيتم نشر ثلاث مرات خلال الأسبوع الواحد ،وهذه الأيام تتمثل في يوم الجمعة والاربعاء والاثنين بناءُ على دراسة حول افضل ايام النشر على مواقع التواصل الاجتماعي في فلسطين ، حيث سيتم نشر منشورات تعريفية وتفصيلية لكل خدمة يتم تقديمها على الموقع ، ومنشورات تحفيزية ونصائح واستشارات تسويقية ، كما سوف يتم نشر بعض من نجاحات الزبائن لدينا ، وتحديات ومسابقات.

أما بالنسبة للموقع الإلكتروني، سيتم تقديم محتوى تسويقي يشمل نصائح ومدونات ، و سيتم تسليط الضوء على نجاحات عملائنا من خلال نشرها على الموقع بحيث يمكن للزبائن التفاعل والتبادل معنا مباشرة، وزيادة الثقة بيننا وبين الزبائن وسيتم ربط هذه المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة.

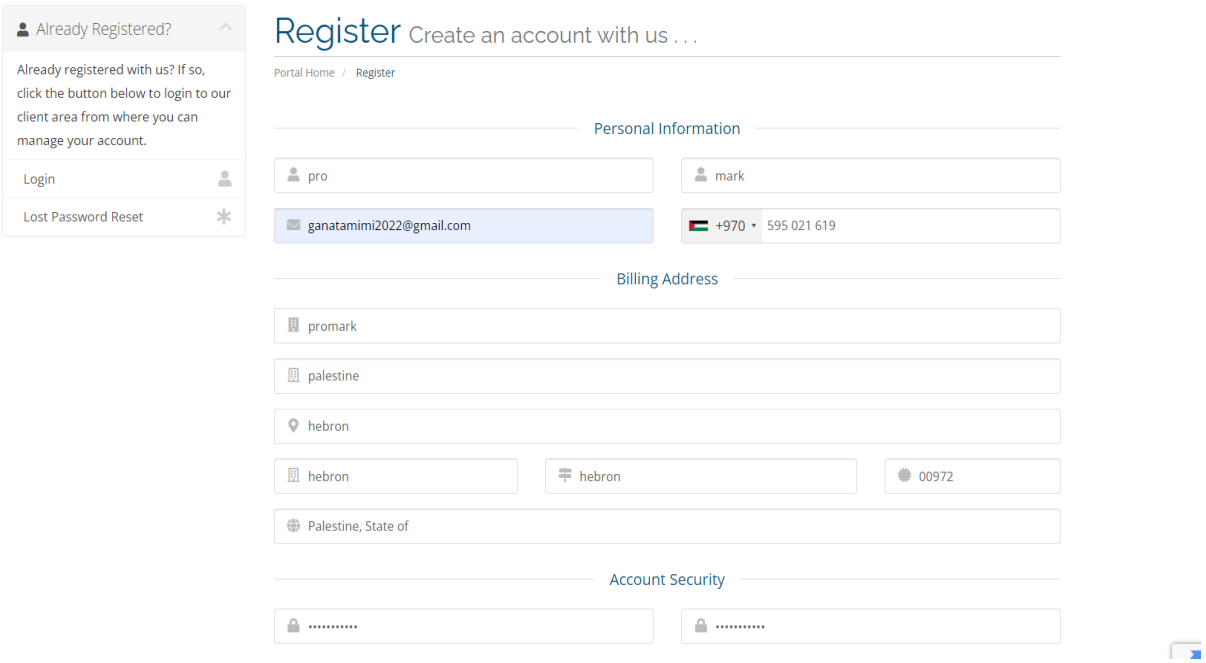
# الفصل الثالث

## خطة حجز واستضافة الموقع

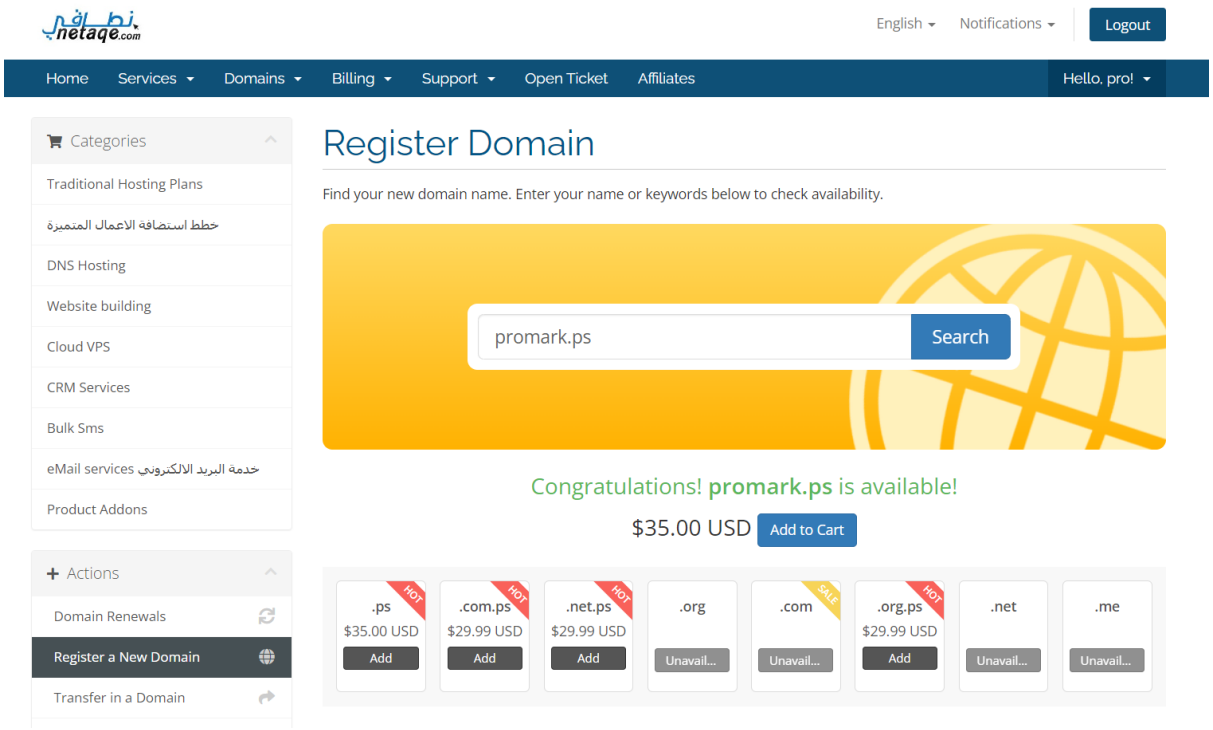
تم اختيار اسم لم يتم استخدامه سابقاً وهو اسم فريد يعبر عن الهوية البصرية ويعبر عن ما يتم تقديمه بشكل تفصيلي في الموقع وهي فكرة تقديم خدمات تسويقية في فلسطين والتواصل بشكل مباشر مع المختصين التسويقيين

بدايةً تم اختيار اسم ProMark الذي يعبر عن (Professional Marketers) وتم اختيار امتداد .ps لان هذا الموقع هو يشمل السوق الفلسطيني

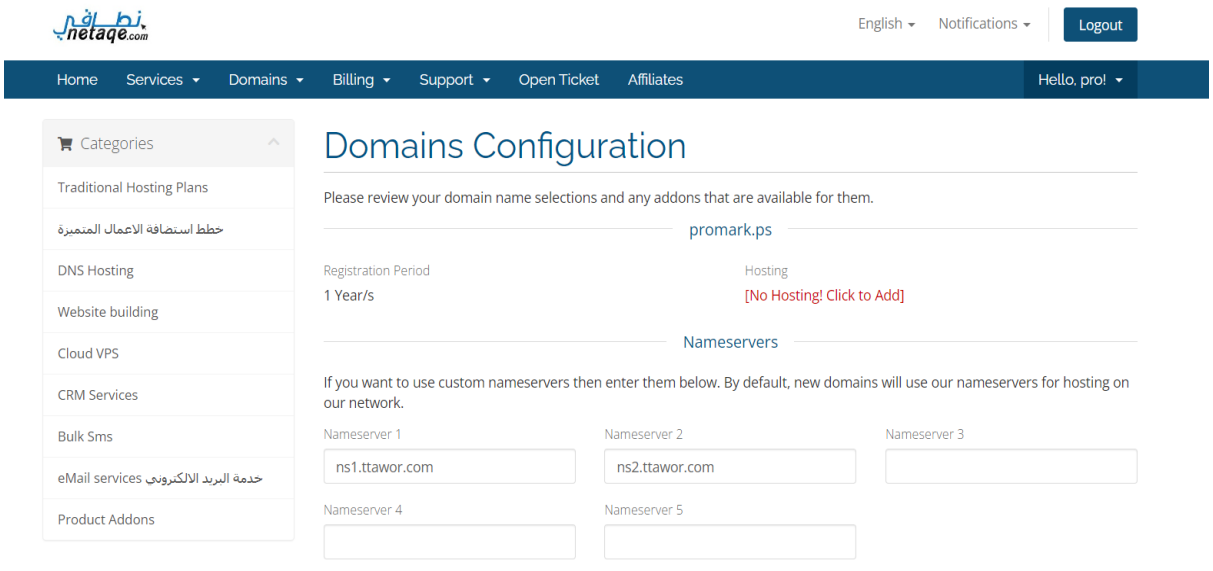
تم انشاء حساب في موقع netaqe.com للبحث عن Domain name خاص باسم النطاق الذي تم اختياره



وتبيّن لنا أنه متاح بسعر 35 دولار




وتم اضافته الى سلة الشراء وتحديد الفترة الزمنية لحجزه تم اختيار سنة كاملة




- تم اختيار وسيلة الدفع وهي Visa Card، و تأكيد معلومات التواصل لإتمام الإشتراك
- إدخال معلومات البطاقة ووصول فاتورة من موقع نطاقي لتأكيد عملية الدفع

- التأكد من تفعيل اسم النطاق وإتمام حجزه، لربطه مع الاستضافة التي سيتم حجزها.

Ttawor IT - Netaqe.com Service

## رقم الفاتورة3591

تاريخ الفاتورة: 07/12/2023

تاريخ الإستحقاق: 07/12/2023

**أنشأت هذه الفاتورة لـ**
promark
عناية: mark pro
palestine
hebron
hebron, hebron, 00972
Palestine, State of

| الإجمالي | تفاصيل |
|---|---|
| $35.00 USD | حجز الدومين - ps.promark - 1 سنة/ سنوات (07/12/2023 - 06/12/2024) |
| **$35.00 USD** | **المجموع** |
| **$0.00 USD** | **رصيد مستقطع** |
| **$35.00 USD** | **الإجمالي** |

### عمليات إيداع

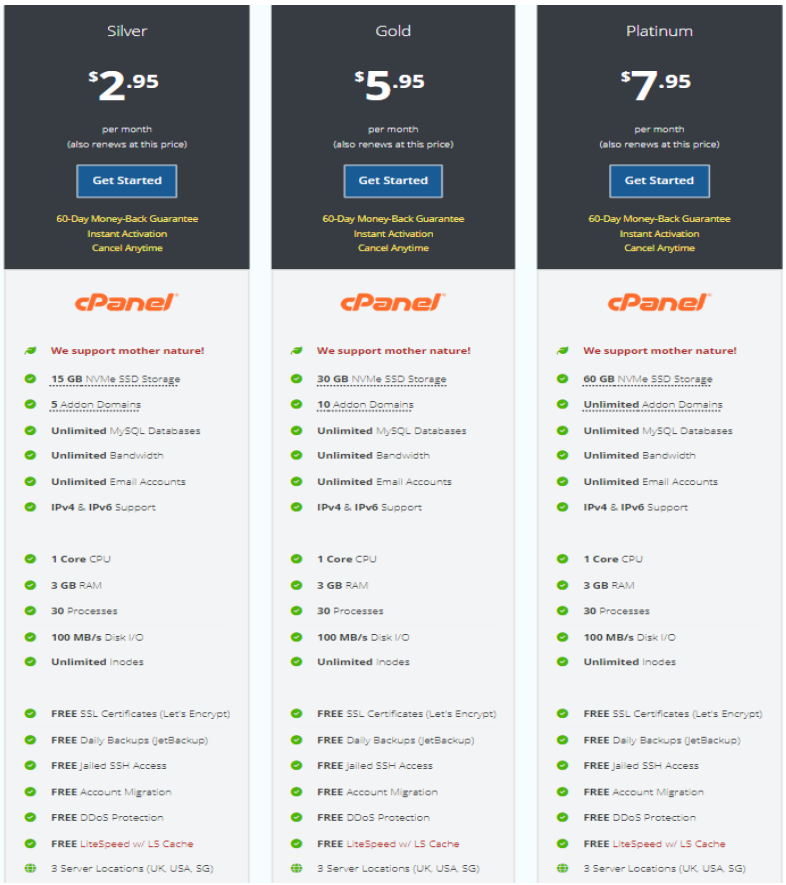
| مبلغ الإيداع | رقم العملية | وسيلة الدفع | تاريخ الايداع |
|---|---|---|---|
| $35.00 USD | 334612562800 | دفع فيزا او ماستر كارد و (VISA / MASTER / ATM card) | 12/12/2023 |
| **$0.00 USD** | **الإجمالي المستحق** | | |

تم تجهيز PDF في 12/12/2023

## مرحلة حجز الاستضافة ( Host ):

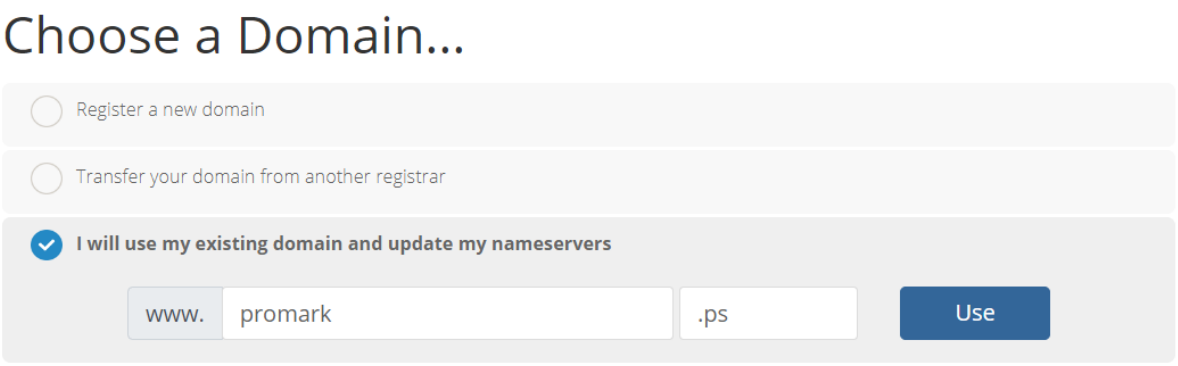
تعتبر منصة Servers Ethernet من أفضل المنصات التي يتم حجز الإستضافات من خلالها لأنها تعطي ميزات تختلف عن المواقع الأخرى، وبأسعار معقولة، فتم الدخول للمنصة والاشتراك من خلالها.

- يقدم الموقع أنواع الاستضافة التالية Platinum, Gold, Silver ، قمنا باختيار نوع Silver بسبب خصائصه ومميزاته التي يقدمها من حيث المساحة وشهادة الأمان والعديد من المواصفات الأخرى التي تناسب منصّتنا.



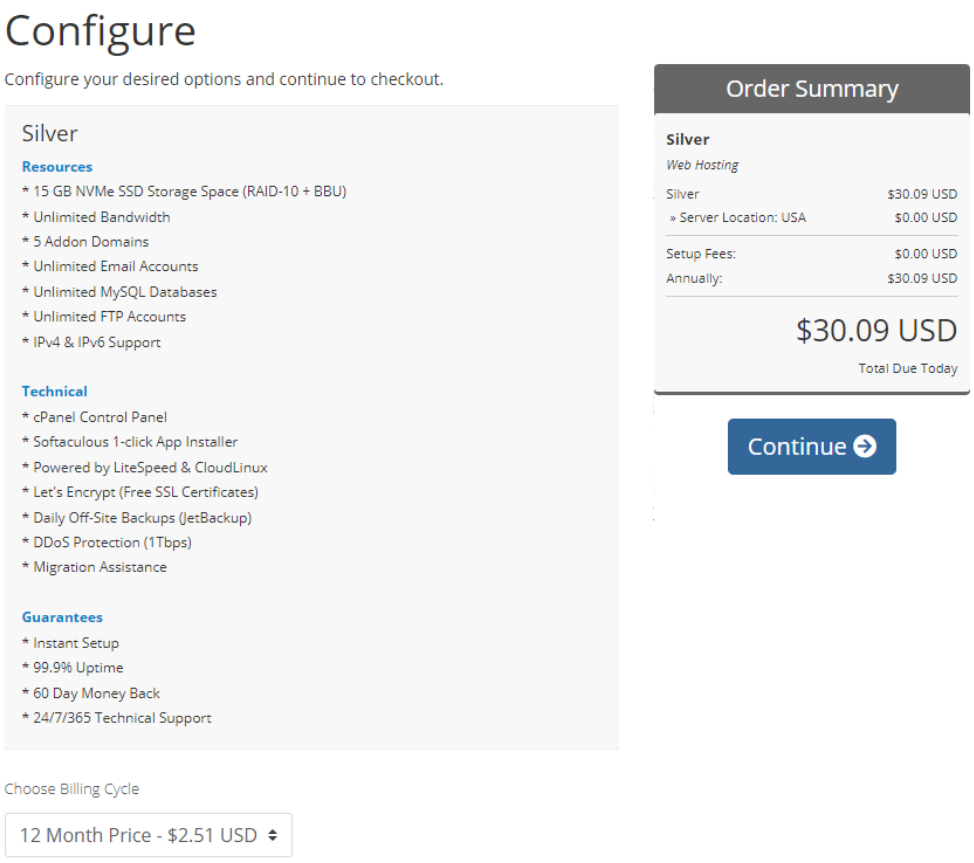

( ميزات الخطة الفضية لحجز الاستضافة )

- تم ادراج اسم النطاق promark.ps للعمل على ربطه بالاستضافة.



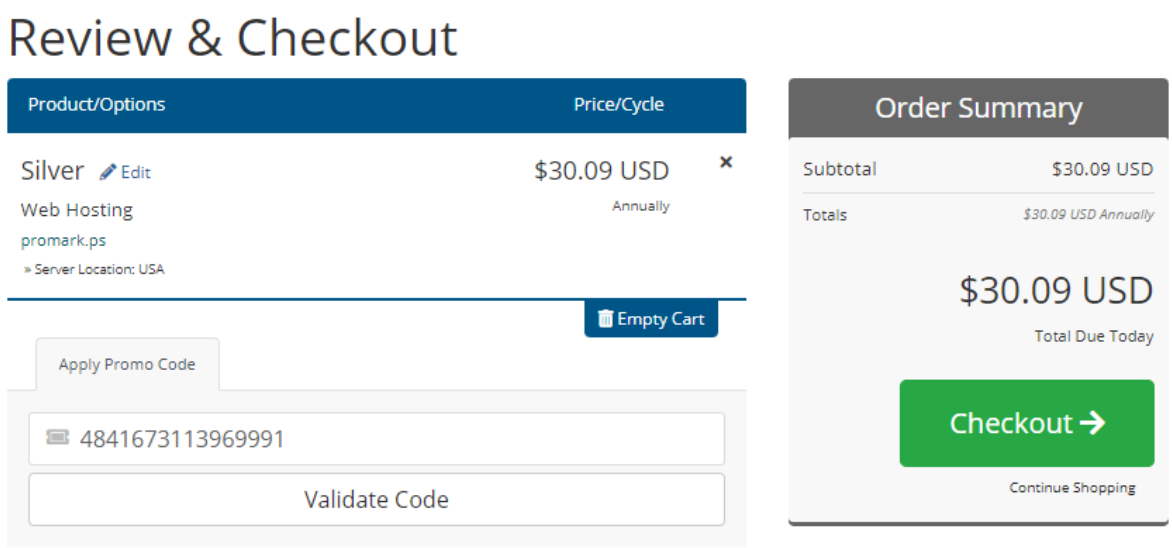

( ربط اسم النطاق بالاستضافة)

- عرض تفاصيل خطة الاستضافة ويتم الدفع شهريا 30.09$ ، وتم اختيار United States



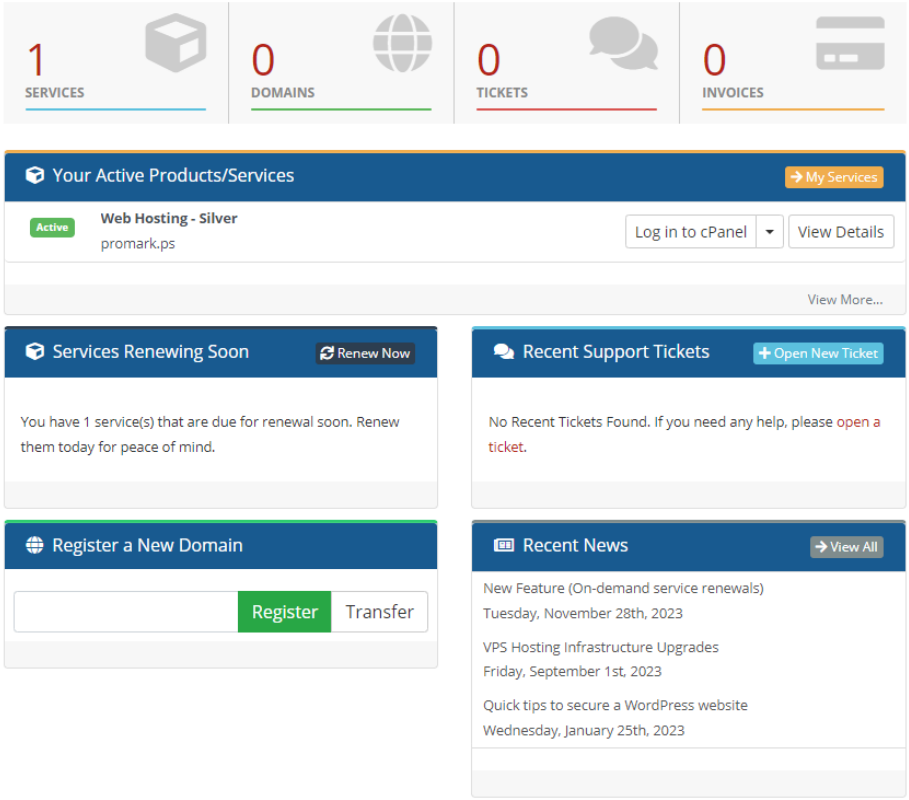
(المعلومات العامة للإستضافة )

- التأكيد على سعر حجز الاستضافة لموقع promark.ps لمدة سنة بقيمة 30.09$




( التأكد من ربط الإسم بالاستضافة )

- بعد اكمال عملية تسجيل المعلومات الشخصية ومعلومات البطاقة لإكمال عملية الدفع تم التأكد من الحساب على موقع Servers Ethernet
- وتم إدخال المعلومات الشخصية ومعلومات البطاقة البنكية .
- وتم ظهور واجهة موقع Servers Ethernet حيث يظهر انه تم الاستفادة من خدمة من الموقع.

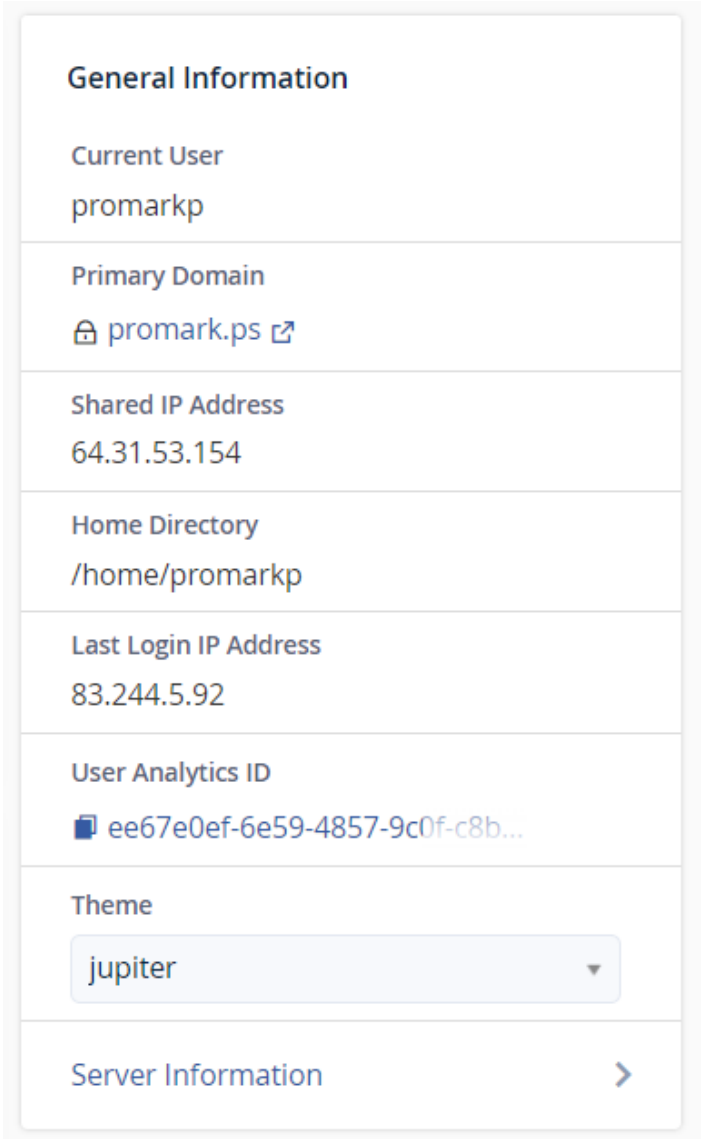



( التـأكد من نجاح العملية )

- لإكمال عملية ربط اسم النطاق بالخادم وموقع الاستضافة تم اخذ Server Name من موقع Ethernet وادخاله الى اسم النطاق في موقع promark.ps

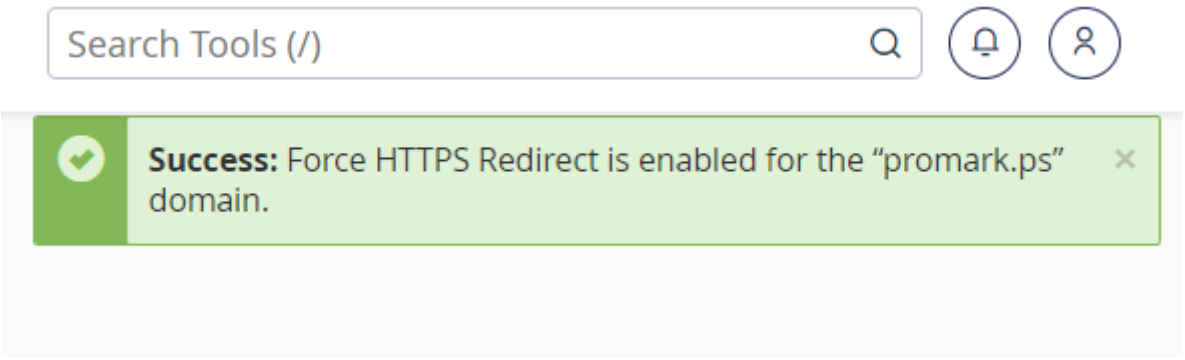
- بعد الانتظار لمدة 24 ساعة تم الانتهاء من ربط اسم النطاق بالاستضافة وتنشيط لوحة التحكم cPanel الخاصة بموقع promark.ps

واجهة cPanel بعد الشهادة




(المعلومات العامة للموقع)

شهادة SSL




## نوع الموقع المنوي العمل عليه ومبررات استخدامه

- تم اختيار نوع **Silver** ويعطي المميزات التالية:

1. مساحة تخزين 15 جيجا (NVMe SSD Storage Space)
2. نطاق ترددي غير محدود.
3. حسابات بريد إلكتروني غير محدودة.
4. قواعد بيانات MySQL غير محدودة.
5. حسابات FTP غير محدودة.
6. دعم 4IPv و 6IPv .
7. شهادة SSL .
8. حماية DDoS 1 تيرابايت في الثانية.
9. 3 مواقع للسيرفر (UK,USA,SG)

تصميم واجهة **Landing Page** لتدل على الموقع بشكل عام.

أسم النطاق ومبررات اختياره :

- الاسم مرتبط بشكل مباشر في المسوقين المحترفين والخدمات التسويقية التي يتم تقديمها في الموقع ، حيث تدل كلمة promark على Professional Marketers
- الأسم قصير ويمكن تذكره وحفظه بسهولة وملائم للقواعد التي تناسبه حيث انه يعتبر مكون من 7 احرف .
- لا يحتوي على أرقام.
- إختيار إمتداد Ps لأن الموقع فلسطينية

شعار الموقع

فلسفة الشعار

# الفصل الرابع

- أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم

يتكون فريق العمل من أعضاء المشروع أنفسهم، 4 طلاب من تخصص التسويق الإلكتروني وهم جنى التميمي ، ربى الذيبة ، قصي المحتسب ، منى فقوسة

| اسم العضو | وظيفته |
|---|---|
| جنى التميمي | • كتابة خطة المحتوى<br>• انشاء صفحات التواصل الاجتماعي<br>• كتابة محتوى المدونات<br>• تصميم كافة صفحات الخدمات في الموقع<br>• صفحة طلب الخدمة |
| ربى الذيبة | • تصميم منشورات وسائل التواصل الاجتماعي<br>• تصميم صفحة انضم معنا و صفحة المختصين و صفحة خدماتنا وصفحة تواصل معنا<br>• تصميم أربعة صفحات للمدونات |
| قصي المحتسب | • تصميم الفوتر<br>• كتابة محتوى الخدمات في الموقع<br>• كتابة الكلمات المفتاحية لكل صفحة من صفحات الموقع<br>• التدقيق اللغوي لصفحات الموقع<br>• كتابة اتفاقية انضمام مختصين الى الموقع |
| منى فقوسة | • تصميم صفحة من نحن<br>• زر الرجوع لأعلى الصفحة<br>• خاصية الكوكبز |

هناك بعض الأعمال الجماعية التي قام بها أعضاء الفريق:

- تم كتابة الفصل الاول والثاني مع أعضاء الفريق بشكل كامل
- تم من قبل جنى وربى عمل التالي : كتابة الفصل الثالث والرابع والخامس والسادس والسابع وتحليل الاستبيان ومراجعة فصول المشروع بشكل كامل ، وإجراء كافة أمور حجز الموقع وانشاء حساب الووردبرس وإجراءات إتمامه وإدراج كافة plugin اللازمة ، وتصميم الصفحة الرئيسية بشكل كامل ومراجعة كافة الصفحات والخدمات في الموقع والتأكد من عرضهم بشكل متناسب مع الهاتف والايباد واللابتوب والاجهزة الاخرى، ومتابعة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كامل وحل كافة المشاكل التي تواجه الموقع وتصميم البوربوينت الخاص بالمشروع

- خطة التكلفة والسعر مفصلا لكل البنود الواردة فيها

| الخدمة | السعر |
|---|---|
| **Domain name** | **$35** |
| **Host** | **$30.9** |
| | |

## تحضير المقترح الأولي للموقع **Proposal** :

لمحة عن الموقع الالكتروني:

موقع إلكتروني يستهدف دعم أصحاب العمل والشركات في دولة فلسطين من خلال توفير موقع يجمع بين المختصين في مجال التسويق و الزبائن الراغبين في الاستفادة من الخدمات تسويقية ، وإتاحة الفرصة للأشخاص الذين يمتلكون خبرة في مجال التسويق لانضمامهم كمختصين في الموقع وتقديم الخدمة للزبون ، وتعزيز التواصل والتعاون بين مقدمي الخدمات والزبائن ، و يعكس هذا المشروع التزامه بتطوير البيئة الريادية في فلسطين وتحسين فرص العمل للمحترفين في مجال التسويق.

## رؤية الموقع:

أن يصبح الموقع  رائد في السوق الفلسطيني لتقديم خدمات تسويقية متكاملة، تُمكّن الشركات المحلية من تحقيق نمو مستدام ونجاح باهر من خلال الاستفادة من خبرات مختصين في التسويق، وتقديم حلول مبتكرة تتوافق مع احتياجات السوق ومتطلبات العملاء.

## معلومات الإتصال والتواصل والوصول إلى الموقع:

البريد الإلكتروني: promark2024@gmail.com
الفيسبوك: https://www.facebook.com/profile.php?id=61555109159380
الإنستجرام:https://www.instagram.com/pro_mark_ps/?igsh=MXB1Y283ZjhvbWh
neQ%3D%3D
لينكد إن: https://www.linkedin.com/in/pro-mark-a75598112/
تيك توك:
https://www.tiktok.com/@professional.marketers?_t=8iZMgBbJUNm&_r=1

مسؤولية الفريق:

1. تصميم واجهات الموقع بطريقة احترافية
2. جمع المعلومات واستخلاص الأفكار الهامة
3. إنشاء التصاميم اللازمة لصفحات التواصل الاجتماعي ومتابعتها
4. تصميم وتنسيق العناصر في الموقع
5. تنسيق وكتابة محتوى الموقع
6. عمل استبيان وجمع معلومات عن السوق المستهدف
7. حجز النطاق للموقع

تحديد النقاط المهمة في فترة عمر المشروع:

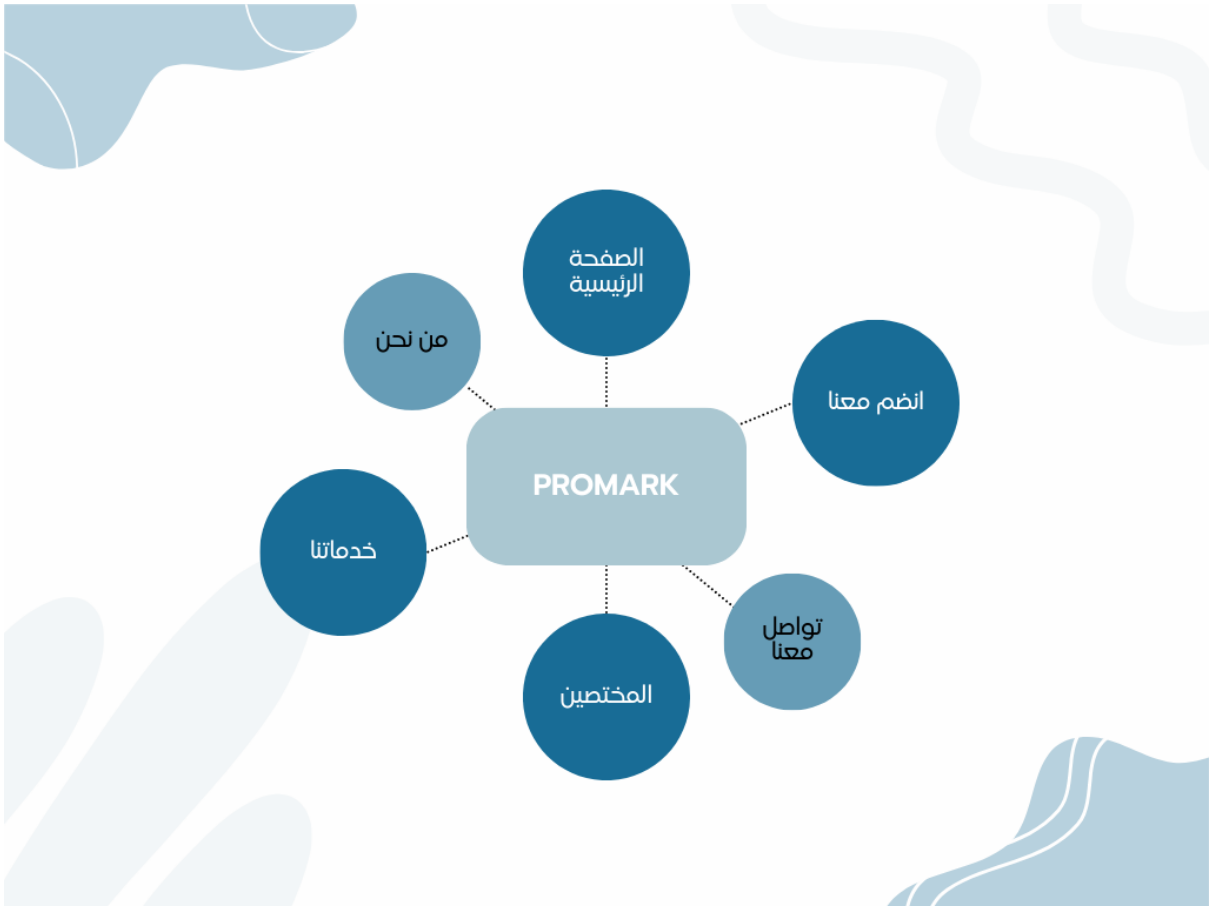
| المهمّة | الفنرة الزمنية |
|---|---|
| **Milestones 1** | |
| فترة خلق فكرة المشروع | شهر |
| فترة تكوين ووضع الأفكار الداعمة | اسبوعان |
| فترة وضع اسم المشروع | اسبوعين |
| **Milestones 2** | |
| فترة عمل الاستبيان وتحليل السوق | اربع ايام |
| حجز النطاق والاستضافة للموقع | يوم |
| فترة انشاء صفحة الهبوط للموقع | ثلاثة أيام |
| **Milestones 3** | |
| فترة تصميم واجهات الموقع | ثلاث اسابيع |
| فترة بناء الموقع وتنسيق المحتوى | أسبوع |
| فترة اختبار الموقع | أسبوع |

## Web Matrices

| The Use | The Scale |
|---|---|
| سوف يتم استخدام هذا المقياس لمعرفة وتتبع المستخدمين الفعالين مع خدمات الموقع ، والمشتركين في أي خطة من خطط الموقع | Active Users |
| لمعرفة وضع تفاعل المستخدمين في الموقع | User Engagement |
| لمعرفة عدد مشاهدات صفحات الموقع | Page View |
| لمعرفة الصفحات التي يتم الدخول اليها من قبل المستخدمين | Entrance Page |
| لمعرفة الصفحات التي يتم الخروج منها من الموقع | Exit Page |
| لمعرفة ما اذا كان هناك أي عملية دخول وخروج من الموقع في الصفحة نفسها | Bounce Rate |
| لمعرفة المصادر التي وصل المستخدمون من خلالها الى الموقع ومتابعة عمل الحملات الإعلانية | Acquisition |
| سوف يتم تحضير تقارير لدراسة الأجهزة التي يتم استخدامها للوصول الى الموقع | Technology |

# الفصل الخامس

بناء ال **Sitemap** بشكلها النهائي:




## وضع خطة بناء المحتوى وتجهيزه حسب استراتيجية ال **ROT**:

- وضع خطة بناء المحتوى وتجهيزه حسب استراتيجية ROT

سيتم بشكل أساسي عرض الخدمات التي يقدمها الموقع ونشر رؤية الموقع ورسالته وعرض الأمور التفصيلية لكل خدمة يتم تقديمها على الموقع ، وعرض فريق العمل ، كما سوف يتم نشر بعض من اراء ونجاحات الزبائن لدينا ، وسيكون هناك صفحة لانضمام الأشخاص كمختصين في الموقع ، أيضا صفحة للتواصل وصفحة لعرض المختصين وصفحة لعرض معلومات عن الموقع

عند انشاء المحتوى تمت مراعاة الأمور التالية:

1- صياغة المحتوى بطريقة سهلة وتتناسب مع الفئة المستهدفة.
2- عرض صفحة الخدمات بشكل واضح وسهلة الفهم بالنسبة للزبائن.
3- التأكد من خلو المحتوى من الأخطاء الإملائية.
4- التمكن من وضع معلومات تسويقية بشكل صحيح .
5- وضع العناوين والعمليات الأساسية في مكان بارز للتسهيل على المستخدم.

الصفحة الرئيسية:

في هذه الصفحة سيتم عرض رسالة ورؤية الموقع والخدمات المتوفرة بشكل تفصيلي وعرض فريق العمل وإمكانية الانضمام للموقع كمختص وعرض لبعض المدونات التي تساعد على جعل الموقع كمصدر للمعلومات ايضا للزبون لزيادة الثقة بينه وبين الموقع ، ايضا عرض لآراء الزبائن التي تم تقديم خدمة لهم من قبل الموقع .

المختصين

سيتم في هذه الصفحة عرض جميع المختصين داخل الموقع مع كتابة تعريف بكل مختص من ناحية الخبرة لديه وسيتم إتاحة الفرصة من خلال هذه الصفحة للأشخاص بالانضمام كمختصين داخل الموقع ، وايضا وجود صفحة شخصية لكل مختص وطريقة للتواصل معه ضمن ضوابط واتفاقية الموقع حيث لا يتم تقديم خدمة من قبل اي مختص خارج نطاق الموقع وإنما للتواصل للاستفسار عن اي امر من امور التسويق فقط .

من نحن

في هذه الصفحة سيتم كتابة عن الموقع بشكل أكبر وعن فريق العمل وطرق تواصل مع الموقع

تواصل معنا

يتم التواصل معنا من خلال الإيميل أو الواتس أب أو من خلال مواقع التواصل الإجتماعي، تم وضع الأيقونات في footer الموقع وكذلك في هذه الصفحة.

انضم معنا

هذه الصفحة وضعت من اجل الاشخاص الذين يريدون الانضمام كمختصين في الموقع بحيث يتم ربط الصفحة بنموذج الذي يتضمن العديد من الاسئلة لمعرفة وتحديد الأشخاص المناسبين لاختيارهم كمختصين لدينا ، وهذا النموذج على Google Form حيث سيتم تسجيل كافة بيانات الالتحاق كمختص على eetExcel ch وسيتم بالمستقبل ربط قاعدة بيانات للموقع ورفع كافة بيانات هذا المختص على قاعدة البيانات للمحافظة على معلوماته ولتكون هناك سرية تامة

خدماتنا

في هذه الصفحة سوف يتم عرض جميع الخدمات التي نقوم بتقديمها مع تفاصيل لكل خدمة

- خطة الـ **keywords** المستخدمة في مختلف أقسام الموقع

تم اعتماد plugin خاص في keyword المستخدمة للموقع ، حيث تم كتابة الكلمات المفتاحية والرئيسية التي من الممكن أن يقوم الزبون باستخدامها للبحث لكل صفحة من صفحات الموقع ، مثل : تسويق الكتروني ، خدمات تسويقية ، تسويق الكتروني في فلسطين ، خدمات تسويقية في فلسطين ، إعلانات ممولة ، تحليل السوق ودراسته ، إنشاء خطط تسويقية ، انشاء مواقع الكترونية ، حجز domain ، انشاء تطبيقات على الهاتف ، تحليل الإعلانات ، انشاء حملات اعلانية ، مختصين في التسويق

## خطة المستندات والوثائق وكيفية تتبعها

تم تنظيم خطة شاملة ومرتبة لبناء وإدارة محتويات الموقع الإلكتروني، حيث تم إنشاء ملفات منفصلة لكل عنصر أساسي لضمان سهولة الوصول والإدارة. تشمل هذه الخطة ما يلي:

1. ملف الصور: يحتوي على جميع الصور المستخدمة في الموقع، مصنفة ومنظمة لتسهيل استخدامها وتحديثها عند الحاجة.
2. ملف الخطة الترويجية: يتضمن الاستراتيجيات الترويجية والمنشورات التي تم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز وجود الموقع وجذب الزوار.
3. ملف نسخة الموقع الإلكتروني: يحتوي على نسخة كاملة من الموقع، تتيح إجراء المراجعات أو التحديثات بسهولة.
4. ملف الكلمات المفتاحية: يشمل قائمة بالكلمات الرئيسية المستخدمة في مختلف أقسام الموقع لتحسين محركات البحث (SEO) وزيادة الظهور في نتائج البحث.
5. ملف نسخة المشروع: يحتوي على جميع المستندات والمكونات الخاصة بالمشروع، لضمان وجود نسخة احتياطية شاملة.

هذه الملفات مجتمعة تشكل أساساً منظماً يساهم في بناء الموقع الإلكتروني وصيانته بشكل فعال ومنظم، مما يسهل إدارة المحتوى وتحديثه باستمرار.

☐ اتفاقية الانضمام كمختص داخل الموقع :

حيث توضح الاتفاقية التالية انضمام المختص للموقع

## اتفاقية الانضمام كمختص في موقع برومارك

هذا الاتفاق مُبرم في ___/___/___

**الطرف الأول** :

الموقع الإلكتروني ( Promark.ps )

**الطرف الثاني :**

الاسم : _____

رقم الهاتف : _____

مكان الإقامة : _____

المجال والتخصص : _____

Visa card number : _____

**المادة الأولى: نطاق العمل**

يلتزم الطرف الثاني بتقديم الاستشارات والخدمات المتخصصة في مجال معين مذكور وفقاً للشروط والأحكام المنصوص عليها في هذه الاتفاقية ومن ضمنها
الالتزام بأعلى معايير المهنية والأخلاق في تقديم الاستشارات
الموافقة على ربط خدماته بموقع إلكتروني، وذلك من خلال: إنشاء صفحة شخصية على الموقع الإلكتروني تعرض معلومات عن المختص وخبرته وخدماته ،عرض محتوى متعلق بخدمات المختص ضمن اختصاصه وتوفير إمكانية تواصل العميل مع المختص مباشرة من خلال الموقع الإلكتروني فقط ولا يجوز التواصل بينهم خارج الموقع

**المادة الثانية: الالتزامات:**

- تقديم محتوى دقيق وحديث ذي صلة بخدماته
- تحديث محتوى صفحته الشخصية بشكل دوري وتجديد معلوماته في حال اكتسابه شهادة معتمده او في دورة جديدة مكتسب
- الرد على استفسارات زوار الموقع الإلكتروني خلال 24 ساعة
- تسليم العمل والمهمة المطلوبة التي تم الاتفاق عليها مع العميل بالوقت الدقيق المحدد والمطلوب
- الالتزام بأخلاقيات المهنة واحترام خصوصية العملاء
- يستمر الالتزام بالسرية مع العملاء والموقع بعد انتهاء هذه الاتفاقية لأي سبب كان

**المادة الثالثة : طريقة الدفع**

بعد اتفاق المختص مع العميل على المبلغ المطلوب , يقوم العميل بدفع المبلغ المالي للموقع مع اخذ نسبة للموقع وهي كالاتي :

50_200 $ تكون النسبة 9%
200_500 $ تكون النسبة 12%
500 $ وما فوق تكون النسبة 20%

**يقوم الموقع بتحويل المبلغ المالي للمختص على فترتين وهما :**

- الفترة الأولى : يقوم العميل بدفع نصف المبلغ المالي المتفق عليه للبدء في عمل المطلوب
- الفترة الثانية : وهي بعد الانتهاء من العمل المطلوب يقوم الزبون بتحويل باقي المبلغ المالي , بعد رؤيته للعمل وتقدمه .

لا يوجد أتعاب سنوية للمختص من الموقع

**المادة الرابعة : التعويضات**

يلتزم كل طرف بتعويض الطرف الآخر عن أي أضرار تلحق به نتيجة لإخلاله بالتزاماته المنصوص عليها في هذه الاتفاقية

**المادة الخامسة : مدة الاتفاقية**

تبدأ مدة هذه الاتفاقية من تاريخ توقيعها ولمدة سنة كاملة

**المادة السادسة : أحكام عامة**

تخضع هذه الاتفاقية لقوانين دولة فلسطين

- في حال نشوء أي خلاف بين الطرفين حول تفسير أو تطبيق أحكام هذه الاتفاقية، يتم حله وديًا بينهما، وإذا لم يتم التوصل إلى حل، يحق لكل طرف اللجوء إلى القضاء مع ابرام الاتفاقية
- تُعتبر هذه الاتفاقية هي الاتفاقية الكاملة بين الطرفين والإلزامية فيما يتعلق بموضوعها، وتلغي أي اتفاقات أو تفاهمات سابقة بينهما شفهية أو كتابية
- يُمكن تعديل هذه الاتفاقية كتابةً بموافقة الطرفين

**وإقرارًا منهم بما جاء في هذه الاتفاقية، فقد تم الاتفاق بما ذكر أعلاه**

توقيع الطرف الأول_____

توقيع الطرف الثاني_____

- خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر ال **SEO** بنوعيها المختلفين **On the page +Off The page**

خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر SEO تشمل العديد من العناصر المهمة ، يتعلق On-Page SEO بتحسين عناصر الموقع نفسه، مثل استخدام الكلمات الرئيسية في العناوين والوصف والعلامات التوضيحية، حيث تم اضافة العديد من الكلمات المفتاحية في الموقع التي تساعد الزبائن على تسهيل الوصول للموقع ، أما Page SEO-Off، فيركز على الجوانب خارج الموقع، مثل بناء الروابط الخارجية ومشاركة المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي تنفيذ هذه الخطوات بشكل متكامل يساهم في تحسين تصنيف الموقع في نتائج محركات البحث وزيادة الحركة المرورية.

- تصميم واجهات الموقع المختلفة **Design "User Experience-UX "**

تم تصميم واجهات وصفحات الموقع بحيث تتناسب مع جميع الاجهزة التي من الممكن ان يتم تجربة الموقع من خلالها ، حيث تم تصميمه بشكل صحيح على اجهزة Desktop ، Laptop ، Tablet ، Portrait Phone ، Landscape phone

# الفصل السادس

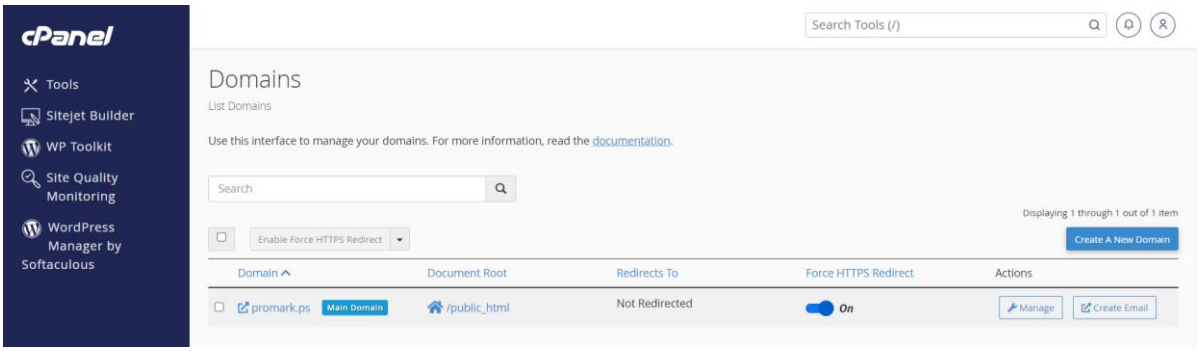
## وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد:

**Nice Page**

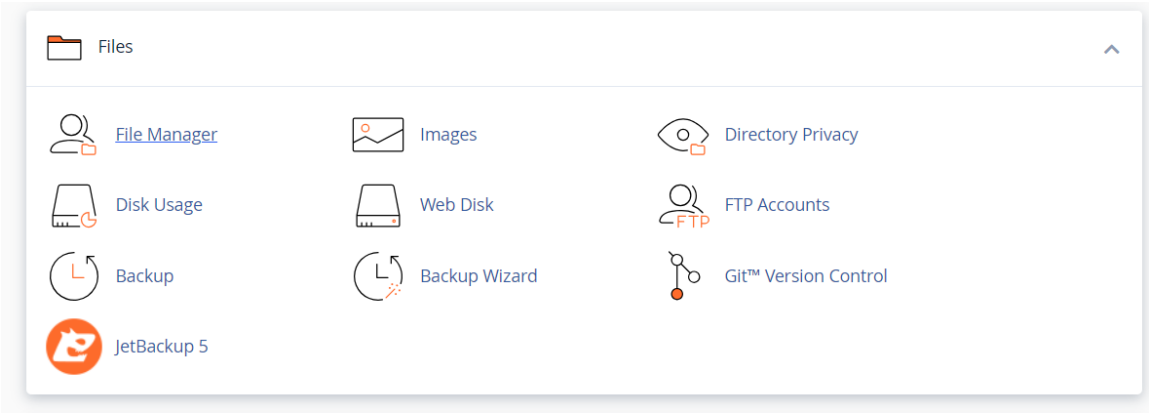
وهي منصّة إلكترونية لتصميم صفحات مواقع الويب والأجهزة المحمولة، من خلال هذه المنصّة قمنا ببناء الصفحة الأولية التي تظهر عند البحث – صفحة coming soon .

## وصف خطوات تحميل الموقع:

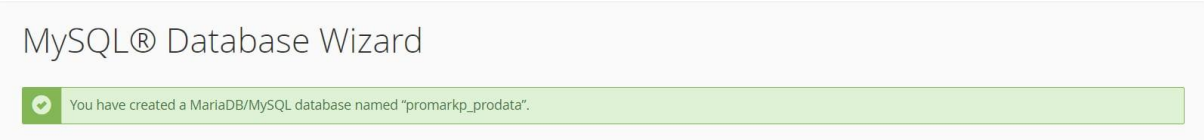
1. قمنا بحجز الدومين من موقع نطاقي وقمنا بربطه في ethernetservers عبر cpanel في Domains



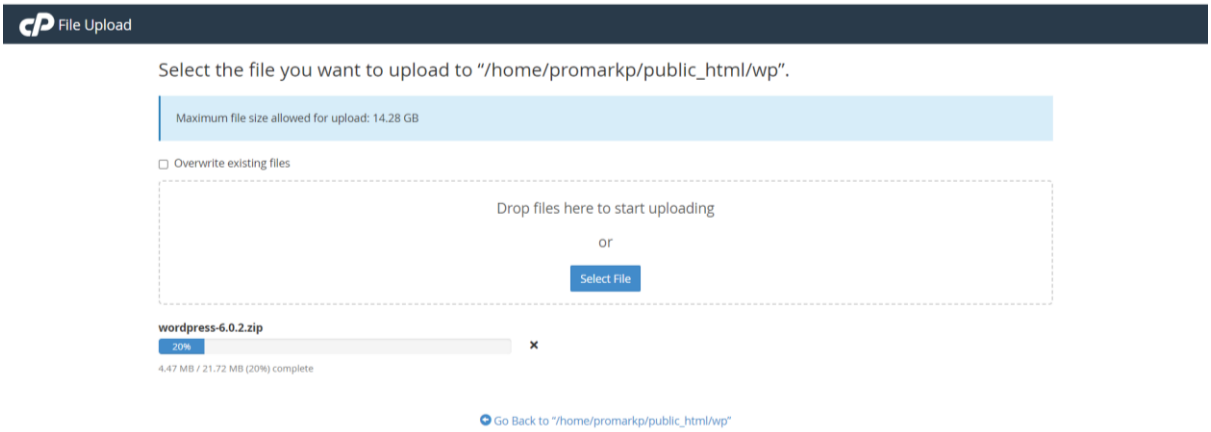

2. قمنا بفتح cPanel ثم ذهبنا الى File Manager والعمل على ترتيب الملفات للتحضير لرفع الموقع على public_HTML



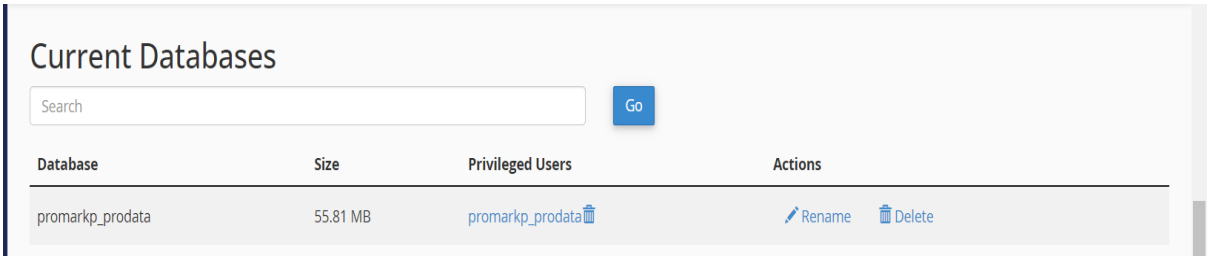
3. الذهاب الى cPanel ثم MySQL® Database Wizard والقيام بانشاء قاعدة البيانات




4. ثم قمنا بتنزيل WordPress ثم قمنا برفعه على public_HTML وفك ضغطه

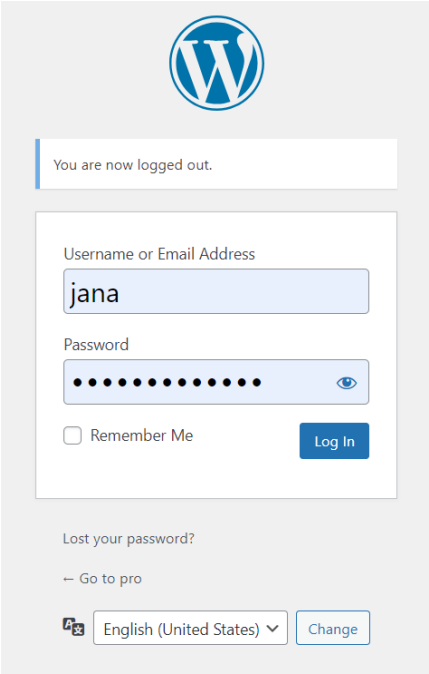



5. الرجوع الى cPanel ثم MySQL® Database Wizard وانشاء قاعدة بيانات

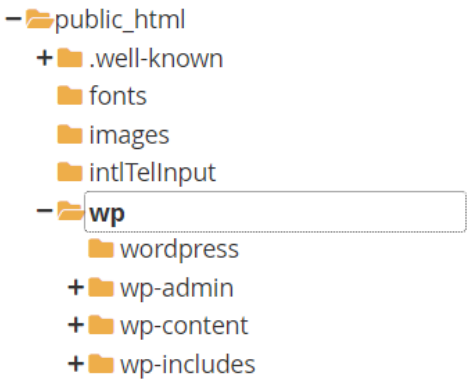


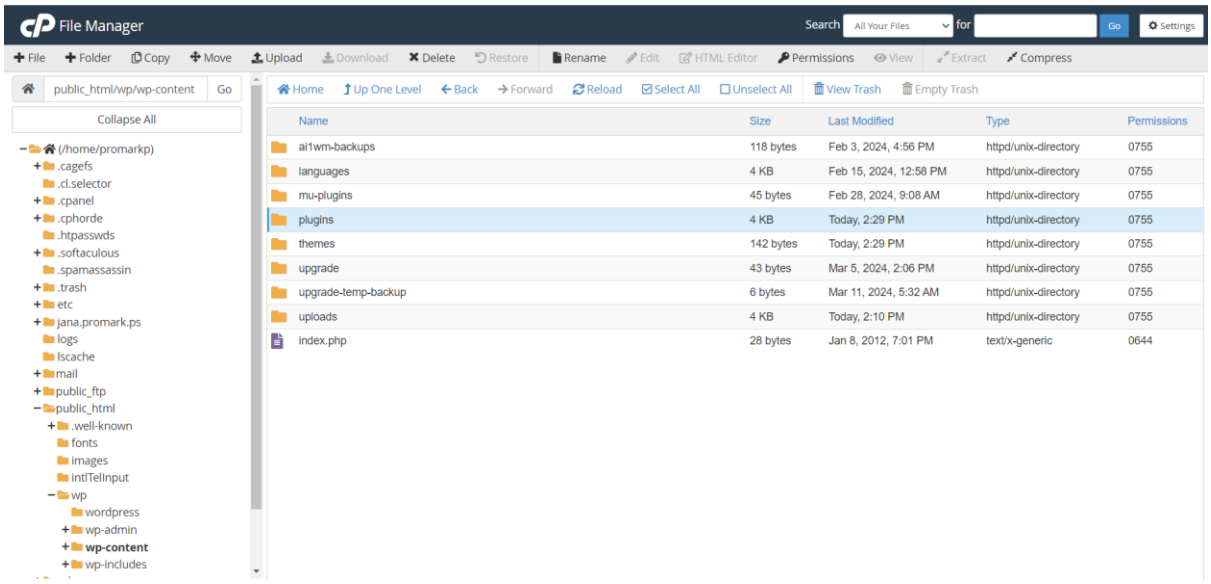

6. الاحتفاظ بمعلومات قاعدة البيانات التي سوف تمكننا من الدخول الى WordPress Dashboard

7. الدخول الى WordPress

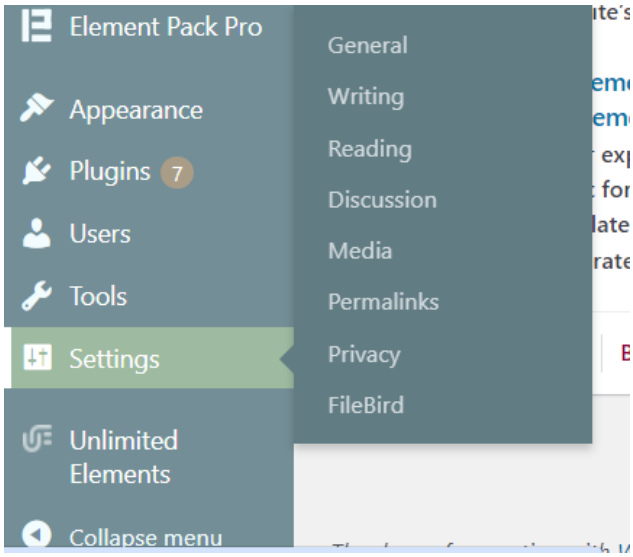



8. ثم قمنا برفع plugin التي نريد العمل عليها






9. قمنا بعمل اعدادات الموقع كاملة من ترتيب الصفحات والبريد الالكتروني والنشر:



## تنفيذ الخطة الترويجية

قام فريق العمل بتصميم منشورات تم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي ( فيسبوك و إنستجرام و تيك توك ) عبر الحسابات الرسميّة للموقع، تم نشرها من خلال منشورات رسميّة او من خلال الحالة او كريل ( القصّة ):

- اول منشور تم نشره هو منشور تشويقي عن الموقع (coming soon ) وكان عبارة عن ريل

- ثاني منشور تم نشره كان عبارة عن ريل تعريفي عن الموقع وتم نشره على جميع وسائل التواصل الاجتماعي

اللينك : https://www.facebook.com/profile.php?id=61555109159380

https://www.instagram.com/pro_mark_ps

- ثالث منشور تم نشره عبارة عن معلومات تسويقية

تقييم أداء الموقع حول سلوك المستهلك اثناء تصفح الموقع باستخدام **google analytic**

تقرير عن **heat map**

تقرير حول المبيعات، ان وجدت

أي تعديلات ضرورية حسب التقريرين السابقين

# الفصل السابع

## الاستنتاجات

الحاجة إلى الخدمات التسويقية:

1. بناءً على استبيان الفئة المستهدفة، هناك حاجة واضحة وكبيرة إلى الخدمات التسويقية، حيث أظهرت النتائج أن 92.1% من المشاركين يحتاجون إلى خدمات تسويقية متنوعة لتطوير مشاريعهم

الطلب على منصة تقدم خدمات تسويقية:

2. النسبة الكبيرة من المشاركين (86.5%) يعتقدون أن وجود منصة تقدم خدمات تسويقية شاملة والتواصل المباشر مع مختصين في هذا المجال فكرة جيدة، مما يدل على قبول وإقبال الفئة المستهدفة على استخدام هذه المنصة

## التوصيات

- تحليل الموقع بشكل صحيح وانشاء تقارير أولية حول التحليلات ومراجعتها بشكل دوري
- المحافظة على معلومات الزبائن بشكل كامل وسرية تامة عند تقديم معلوماتهم لطلب الخدمة
- اضافة ميزات وتصاميم مميزة وتعديلات للموقع بشكل مستمر

خطط تطويرية للمستقبل

1. توسيع نطاق الخدمات المقدمة

- خدمات تسويقية جديدة: إضافة خدمات جديدة مثل التسويق بالمؤثرين، وتحليل البيانات المتقدمة، واستشارات العلامات التجارية.
- أدوات تحليلية متقدمة: تطوير أدوات تحليلية متقدمة تتيح للعملاء متابعة أداء حملاتهم التسويقية بشكل دقيق وفوري.

2. عمل دورات تدريبية ومعرفية وإنشاء قاعدة معرفية شاملة تحتوي على مقالات ودروس فيديو تشرح كيفية استخدام الخدمات المقدمة بشكل فعال.

3. النموذج الخاص في انضمام المختص الموجود على Google Form حيث سيتم تسجيل كافة بيانات الالتحاق كمختص على Excel sheet وسيتم بالمستقبل ربط قاعدة بيانات للموقع ورفع كافة بيانات هذا المختص على قاعدة البيانات للمحافظة على معلوماته ولتكون هناك سرية تامة

4. حملات تسويقية مستهدفة: تنفيذ حملات تسويقية موجهة لزيادة الوعي بالمنصة وجذب المزيد من العملاء المحتملين.

5. التعاون مع المؤثرين: الاستفادة من الشراكات مع المؤثرين لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز الثقة بين العملاء المحتملين.

6. استهداف المختصين والشركات بشكل خاص وانشاء استبيان وتحاليل خاصة لكل من الشركات والمختصين