

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة بوليتكنك فلسطين

كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات

دائرة نظم المعلومات والجغرافيا

منصة وساطة الكترونية (E-Fit Life)

قدم هذا المشروع لاستكمال متطلبات التخرج والحصول على درجة البكالوريوس في

تخصص التسويق الإلكتروني.

فريق العمل:

ضحى أبو شرار

جنان حسونة

اسراء الجولاني

إشراف:

١. عبد الناصر دعنا

حزيران ٢٠٢٠

## شكر وتقدير

بعد شكر الله والثناء عليه سبحانه، نتوجه بالشكر الجزيل إلى من كل من ساندنا وساعدنا على إتمام هذا العمل.

نتوجه بالشكر إلى الأستاذ الفاضل "أ.عبد الناصر دعنا" الذي كان له الدور الأكبر في مساعدتنا لإنجاز هذا المشروع .

الإهداء

إلى من ساندونا بكل خطوة، إلى اخواتنا واخوتنا

إلى امي وابي

إلى مشرفنا الفاضل الاستاذ عبد الناصر دعنا

إلى الكادر التعليمي في تخصص التسويق الإلكتروني

## قائمة المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
6_1	الفصل الاول : المقدمة
1	١.١ المقدمة
2	١.٢ نبذة عن الموقع
4	١.٣ الحاجة السوقية للموقع الالكتروني
4	١.٤ مقومات نجاح المشروع
5	١.٥ أهمية المشروع
6	١.٦ ملخص الفصل
32_7	الفصل الثاني : تخطيط و استراتيجية الموقع الالكتروني
7	٢.١ بناء استراتيجية المشروع المنوي تأسيسه
12	٢.٢ الدراسة السوقية
19	٢.٣ تحليل المنافسين
25	٢.٤ تحديد الفئات المستهدفة
26	٢.٥ تفصيل شخصية المشتري
28	٢.٦ التقنيات و التكنولوجيا المستخدمة في الموقع
30	٢.٧ خطة فحص الموقع بعد التطبيق
31	٢.٨ استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي
32	٢.٩ خطة Content Led Gen
36_35	الفصل الثالث : خطة حجز و استضافة الموقع
35	٣.١ الخطوات المتبعة في حجز الموقع
35	٣.٢ نوع الموقع
35	٣.٣ مبررات استخدام المساحة (الحجز)
36	٣.٤ اسم النطاق و مبررات اختياره
42_37	الفصل الرابع : بناء و تنظيم عمل المشروع
37	٤.١ أفراد العمل و دور كل منهم
38	٤.٢ خطة التكلفة و السعر
39	٤.٣ المقترح الأولي

41	٤.٤ تحديد النقاط الهامة في فترة عمر المشروع (Milestones)
42	٤.٥ تحديد الويب metrics
54_45	الفصل الخامس : تصميم الموقع
45	٥.١ بناء Site Map
46	٥.٢ وضع خطة بناء المحتوى
47	٥.٣ خطة الكلمات المفتاحية
49	٥.٤ خطة المستندات والوثائق و كيفية تتبعها
53	٥.٥ خطة تصميم الموقع
54	٥.٦ تصميم واجهات الموقع
60_55	الفصل السادس : بناء و تشغيل الموقع
55	٦.١ وصف الاعدادات لتشغيل الموقع
55	٦.٢ وصف خطوات تحليل الموقع
55	٦.٣ تنفيذ الخطة الترويجية
56	٦.٤ تقييم أداء الموقع
60	٦.٥ تقرير حول Heat Map
62_61	الفصل السابع
61	٧.١ الاستنتاجات
62	٧.٢ التوصيات
62	٧.٣ خطط تطويرية للمستقبل
64	المراجع

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
9,10	نموذج العمل التجاري	2.1
21, 25	المنافسين	2.2
27, 28	تفضيل شخصية المشتري	2.3
37	اعضاء الفريق	4.1
40	معلومات الاتصال بالفريق	4.2
44	خريطة الموقع	5.1
46, 48	الكلمات المفتاحية	5.2
48,50	خط المستندات رقم ١	5.3
51	خط المستندات رقم ٢	5.4
65	الاستبيان	

## قائمة الأشكال والصور

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
3	اللغو	1.2
14	الجنس	2.1
14	العمر	2.2
15	مراقبة الوزن	2.2
15	صحة الغذاء	2.3
16	ممارسة الرياضة	2.4
16	الذهاب للنادي	2.5
17	متخصصين التغذية	2.6
18	متابعة مواقع صحية	2.7
19	الرغبة بالحصول على الخدمات الكترونيا	2.8
56	لغة المتصفح	6.1
56	موقع الزائر	6.2
57	جهاز مستخدم عند الدخول للموقع	6.3
57	الوصول للموقع	6.4
58	نسبة زيارة صفحات الموقع	6.5
59	Click heat map	6.6
68	صفحة الفيس بوك	
69	صفحة الانستجرام	
70	صفحة اللنكد ان	

## المصطلحات الإجرائية

- الكلمات المفتاحية (key words) : الكلمات المفتاحية هي كلمات وعبارات تقوم بوصف الموضوع بشكل أفضل، وهي أيضاً عبارة عن كلمات بحثية يقوم المستخدمون بالبحث عنها في محركات البحث، ويتم استخدامها في المقالات للظهور في نتائج البحث عندما يبحث الزوار عنها. ويمكننا القول بأن الكلمات المفتاحية عبارة عن كلمات بسيطة وقصيرة تلخص موضوع المقالة.
- خريطة الموقع (site map) : هي أداة أو ملف تقوم بتسهيل مهمة عناكب البحث للوصول إلى مواقع الويب وما بداخلها لكي تقوم بتصنيفها وأرشفتها بسهولة وبشكل أسرع بالنسبة للعدد الهائل من مواقع الويب .
- نموذج العمل التجاري : نموذج العمل هو نموذج أو مخطط يتم من خلاله تحديد كيفية إنتاج منتج / تقديم خدمة و كيفية توصيلها و تقديمها لعميلك.
- الفئة المستهدفة (Target Audience ) : مجموعة من الناس يتم توجيه الأعمال التجارية لهم ، باعتبار أنهم مرتبطون بعلاقة بينهم و بين الخدمة المقدمة.
- توليد الزبائن (Lead Generation) : هي عملية جذب و تحويل الأشخاص الغرباء إلى عميل مهتم.
- النطاق (Domain) : بأنه عبارة عن أسماء يتم استخدامها بدلاً من استخدام العناوين (IPs) للوصول إلى مواقع الويب المختلفة وذلك بهدف التسهيل على المستخدمين.
- استضافة المواقع الالكترونية (web Hosting) : هي المكان الذي يتم استضافة ملفات موقعك وكلمة استضافة تعنى توفير المكان أو المقر، والاستضافة تكون عبارة جهاز كمبيوتر ذو إمكانيات عالية في مكان يسمى داتا سنتر Data center أو مركز معلومات.
- مقترح المشروع (Proposal) : وثيقة مكتوبة و متفق عليها مسبقاً لتحديد جميع المعلومات اللازمة لأصحاب المصلحة في المشروع لاتخاذ قرار لبدء المشروع .

- المقاييس (Metrics) : مؤشرات أو معايير للتقييم الكمي المستخدم في القياس ، أو المقارنة أو لتتبع الأداء أو الانتاج ، حيث يستخدم المحللون المقاييس لمقارنة الأداء.
- تحسين محركات البحث (SEO) : هو عملية تطوير المواقع لتناسب متطلبات محركات البحث المختلفة مثل Google أو Bing بهدف الظهور في نتائج البحث الأولى للكلمات والمصطلحات الرئيسية المستخدمة من العملاء المحتملين للشركات والمشروعات والأنشطة التجارية.
- محركات البحث (Search Engine) : برنامج يهدف للبحث عن اجابات للتساؤلات التي يعرضها على شكل مجموعة من المعلومات .
- Word Press : عبارة عن نظام يدير المواقع بشكل عام وخاصة المدونات، حيث تم بناؤه بواسطة لغة (PHP) وقواعد بيانات (MSQL) وهذا النظام مفتوح المصدر .
- تجربة المستخدم (User Experience) : هي كل ما يرتبط بسلوك وموقف وإحساس المستخدم حيال استخدامه منتجاً أو نظاماً أو خدمة معينة. حيث تُبرز تجربة المستخدم الجوانب القيمة والعاطفية والتجريبية.
- تحليلات جوجل (Google Analytics) : أداة مراقبة في جوجل مهمتها جمع البيانات من أي موقع إلكتروني، مدونة، نشاط تجارة إلكترونية e-commerce، تطبيق عن طريق رمز يتم تنصيبه في هذه الصفحات.
- واجهة المستخدم (User Interface) : هو محاولة فهم المستخدم قدر الإمكان وذلك للتوقف على الأمور التي يجب التركيز عليها والأمور التي يجب تجنبها لتحسين الواجهة وجعلها بسيطة وفعالة أثناء الاستخدام.

## ملخص المشروع

اي فت لايف هو منصة الكترونيه تجمع الأغذية الصحة مع المنتجات الرياضية و اخصائيين التغذية و النوادي الرياضية في مكان واحد، قمنا بإنشائها لسد حاجة الناس بخاصه الأشخاص العاملين الذين لا يملكون الوقت لقضائه بالبحث عن هذه الخدمات والمنتجات و من أجل تسهيل عملية إنقاص الوزن و عيش حياة صحيه بسهولة و دون تعب.

قام فريق المشروع بعمل استبيان لتحليل احتياجات ورغبات المجتمع ومعرفة رأيهم بإنشاء المشروع ، واطهرت النتائج ان أغلبية مجتمع الدراسة قد أبدو تأييدهم في إنشاء المشروع.

قام فريق (e-fit life) بتحديد الفئات المستهدفة وتحديد رغباتها واحتياجاتها وأهم الأفكار الرئيسية التي سيرتكز عليها ، و من ثم العمل على تصميم موقع إلكتروني بما يتناسب مع احتياجات هذه الفئة. بعد انجاز المشروع وجد الفريق ان أبرز الاستنتاجات كانت تتمثل في :

- ضرورة التركيز على استخدام الوسائل و التقنيات التكنولوجية المتطورة من أجل زيادة ميزات الموقع الالكتروني.
- يشعر مجتمع الدراسة بالراحة مع الوسائل التكنولوجية و بالتالي فإن مثل هذا النوع من المشاريع يلاقي استحسان الجمهور المستهدف.
- و من أهم التوصيات التي وضعها فريق العمل على المشروع هي ضرورة العمل على تحسين و تطوير الموقع بشكل مستمر لتلبية التطورات المختلفة سواء في التكنولوجيا المستخدمة او حتى في أذواق و احتياجات الجمهور المستهدف.
- كما و من المهم جدا جمع معلومات حول اي عمل قبل البدء فيه سواء معلومات عن طبيعة القطاع وحجمه او حتى المعلومات القانونية المطلوبة فيه لتفادي المشاكل.

## Abstract

E Fit Life is an online platform that combines healthy food with sports products, nutritionists and sports clubs in one place, we created it to meet the needs of people, especially working people who do not have time to spend time looking for these services and products and in order to facilitate the process of losing weight and living a life Easily healthy and without fatigue.

The project team did a questionnaire to analyze the needs and desires of the community and know their opinion on the establishment of the project, and the results showed that the majority of the study community seemed to support them in creating the project.

The project team has identified the target groups and determined their desires and needs and the most important main ideas that will be based on, and then work on designing a website to suit the needs of this category.

After completing the project, the team found that the most prominent conclusions were:

- The need to focus on the use of advanced technology and technologies in order to increase the website's features.
- The study community , feels comfortable with the technological means, and therefore, this type of project is well received by the target audience.
- One of the most important recommendations that the work team put on the project is the need to work to continuously improve and develop the site to meet the various developments, whether in the technology used or even in the tastes and needs of the target audience.
- It is also very important to collect information about any business before starting it, whether information on the nature and size of the sector or even the legal information required in it to avoid problems.

## ١.١ مقدمه :

شهد القرن الواحد والعشرين تطوراً في شتى مجالات الحياة ولا سيما التطور التكنولوجي والإلكتروني ، عمل الباحثون والعلماء على توظيف هذه التكنولوجيا بهدف تسخيرها في مجالات مختلفة منها التعليم الصحة وعالم الاعمال واللياقة والأغذية و التواصل وغيرها ، ما أدى الى الانفتاح الكبير في العالم ، وتغيير طرق التسوق والشراء التقليدية ، و تغيير سلوك المستهلك وطريقة تفكيره وزيادة رضا المستهلك .

وترافق مع التطور التكنولوجي والعلمي والثغرات الاجتماعية زيادة الوعي في شتى انحاء العالم وشتى المجالات وبخاصه الوعي الصحي من ناحية اللياقة البدنية والتغذية الصحية سيما و ان النمط الغذائي السائد غير صحي ويزيد من المشاكل الصحية بالجسم ،فاصبح نشر الوعي الصحي والغذائي باستخدام الوسائل التكنولوجية المتقدمة مهم لزيادة المعرفة وسلط المؤتمرون الضوء على قضية زيادة الوزن والسمنة لدى الأطفال والمراهقين، حيث أجمع المشاركون في المؤتمر على أن مشكلة السمنة والتغذية غير السليمة لدى الأطفال تُعدّ واحدة من أهم التحديات التي تواجه التنمية الصحية والاقتصادية في فلسطين؛ حيث ارتفعت معدلات زيادة الوزن والبدانة عند الأطفال خلال سنوات المدرسة إلى ٢٤% وهو ما يعد مؤشراً خطيراً على صحة أطفالنا. (موقع معا نيوز /٢٠١٨)

وتبعاً لهذه الاتجاهات في مجالات اللياقة البدنية والصحية نلاحظ ازدياد عدد النوادي الرياضية ومراكز التغذية في فلسطين وذلك بسبب زيادة وعي وحاجة المجتمع ، ويرجع سبب ذلك الى اهتمامه باللياقة البدنية فلذلك يجب على الفرد مراقبة غذائه للحصول على النتائج المراد تحقيقها ، ويتوجه البعض الى أخصائي التغذية للمساعدة ، وخاصة بعد انتشار ظاهرة زيادة الوزن بين الرجال والنساء بنسبة كبيرة، وتعد النوادي الصحية و الرياضية، فتوزعت في أكثر من حي ومنطقة وذلك بهدف تقديم مختلف الخدمات للمحافظة على الهيئة والصحة بشكل عام ، حيث ان عدد النوادي كان ٧٩٦ منها ٦٥ نادي في مدينة الخليل باختلاف انواعها... (إحصائيات جهاز الاحصاء الفلسطيني /٢٠١٧)

ومن هنا ظهرت فكرة المشروع لإنشاء منصة الإلكترونية يحصل المستهلك منها على جملة من الخدمات المتكاملة التي تختص بالحفاظ على اللياقة والصحة وربطهم مع المراكز المتخصصة في هذا المجال ، ويوفر منصة للشركات لترويج وبيع خدماتها وتحقيق اهدافها التسويقية .

## ١.٢ نبذة عن الموقع الإلكتروني:

بعد انتشار الانترنت السريع في العالم وخاصة في فلسطين حيث نلاحظ زيادة في المواقع الالكترونية التي تهتم ببيع السلع الكترونيا حيث أصبح المستهلك يستطيع الوصول إلى جميع السلع في وقت وجهد قليل ونرى في فلسطين وفي الخليل خاصة كيف أصبح هذا سوقا حيث أصبح الأشخاص لا يملكون الوقت للذهاب الى مراكز التغذية وعدم معرفة ماذا يتناولون من سعرات حرارية وعدم القدرة على ممارسة الرياضة.

لذلك تم انشاء المنصة الالكترونية E-Fit Life حيث من خلالها يمكن للأفراد المهتمين بالحصول على معلومات صحية والافراد المشغولين (غير قادرين على تحضير وجبات صحية) حيث يوفر الموقع خدمات متنوعة تتعلق بالصحة تحت منصة الكترونية واحدة

### ١.٣ الحاجة السوقية:

تم إعداد استبان يدرس حاجة المجتمع للموقع الالكتروني ومن ثم تم تحليل الاستبيان (في الفصل الثاني) الذي وزع على فئات سوقيه مختلفة. حيث تبين لفريق المشروع القيم والفوائد يقدمه الموقع من خدمات حيث تسعى الى تحقيق حاجات ورغبات الأفراد:

- الحاجة الى منصة الكترونية يمكنها عرض مجموعه من الخدمات والمنتجات المتعلقة بالصحة واللياقة في مكان واحد.
- الحاجة الى توفير الجهد حيث ينتج عن ذلك تقليل تكاليف الذهاب الى النوادي الرياضية ومراكز التغذية ووجود طعام صحي.
- الحاجة الى الخدمة الفورية وذلك من خلال توفير وقت الفرد بخاصه الافراد العاملين ولأمهات العاملة بحيث وجود موقع الكتروني يساعد على تقليل اضااعة الوقت.
- الحاجة الى تشجيع الافراد على الاهتمام بالصحة واللياقة البدنية.

### ١.٤ مقومات نجاح المشروع:

لا بد من وجود مقومات تزيد من فرص نجاح المشروع بغض النظر عن نوعه بالنظر للموقع الالكتروني فان مقومات نجاحه تتضمن:

تصميم الموقع: سوف يتم تصميم الموقع حسب الفئة المستهدفة، بملائمة

من حيث الشكل:

الخطوط: علينا اختيار نوع وحجم الخطوط في موقعنا بعناية، ويفضل أن نختار الخطوط التي يشعر المستخدم بألفة تجاهها

الالوان: في تصميم موقع الكتروني تكون الالوان مريحة لنظر ومتسقة مع بعضها وأيضا محدودة، وأكدت أيضاً دراسة ان اللون

الأحمر المثير والأخضر القوي يدل على أن نية الشراء تتأثر بشكل كبير بالألوان نظراً للتأثير الذي لديهما حيث أن الألوان

تؤثر على الطريقة التي يرى بها المستهلكون الموقع، حيث تم الاتفاق على استخدام اللونين الأخضر والأحمر كما في الشكل

١-٢ (اللوغو).



الشكل ٢ -

الصور: عنصر يستحق الاستثمار حيث أنها مفيدة جدا في إبراز تصميم الموقع الالكتروني ،كما يقولون في عالم التسويق

الالكتروني الصورة تساوي ألف كلمة.

من حيث الأداء:

• جذب انتباه وتوجيه عين المستخدم للعناصر المهمة عندما يكون تصميم الموقع يعتمد على إبراز العناصر المهمة والتي تريد

أن يلتفت إليها المستخدم.

## • جعل الموقع صديقا لجميع الأجهزة

في السنوات القليلة الماضية اتسع حجم مستخدمي الإنترنت من خلال أجهزة المحمول الذكية وأجهزة التابلت. نحن الآن في عصر ثورة أجهزة المحمول الحديثة. مما شجعنا على تصميم موقعنا مناسباً لأجهزة المحمول الذكية.

## • الانتقال من مكان لمكان في الموقع نفسه:

كل صفحة في الموقع يكون لها رابط نصي مميز ليتمكن المستخدم من انتقاله من مكان لمكان في موقعنا سهلاً وبسيطاً وواضحاً.

البساطة: هي سر الجمال موقعنا نحرص على ان يكون سهلاً وبسيطاً للمستخدم.

التسويق: يعتبر التسويق العنصر الاساسي في موقعنا ووضع خطة تسويقية هو ضرورة، للوصول إلى جمهورنا (الفئة المستهدفة) بطرق أكثر فاعلية، والنظر إلى اتجاهات التسويق التي يستخدمها المنافسين. والتسويق بالمحتوى من الاتجاهات الأكثر قوة، و اظهار ميزتنا التنافسية يمكن أن تجذب المزيد من العملاء من خلال التسويق السليم بالمحتوى الأصلي والترويج له، يوفر هذا النوع من التسويق المزيد من الاهتمام الإيجابي والتفاعل والتحويلات المستدامة، ونتأكد ان الجمهور يتلقى معلومات جديدة تهتمهم وحلولا لمشاكلهم على أساس مستمر، ما يزيدهم ثقة أكبر بنا وولاء أكثر .

يسعى التسويق إلى تحقيق العديد من الأهداف، ومنها تطبيق الأنشطة التسويقية التي تشمل بناء العلاقات العامة، والترويج للمبيعات، وتوزيع المنتجات وفي مشروعنا . دعم التواصل مع المستهلكين وبناء قيمة لهم. تعزيز المشاركة والتعاون بين الشركات الناجحة في المجتمع. إنفاق المبالغ المالية على الإعلانات وتوفير المنتجات التي تُساهم في تحقيق حاجات الأفراد.

## 3- الموظفين والخبرات:

أي استراتيجية أو خطة عمل لا يمكن أن تنجح دون وجود فريق مؤهل من ذوي المهارات والخبرات اللازمة لنجاح المشروع، لذلك قمنا باختيار أشخاص موهوبين أولاً ومؤهلين ثانياً ليكونوا جزءاً من نجاح المشروع. إنَّ بناء فريقٍ من الموظفين الإيجابيين وتشجيع ثقافة العمل الجماعي وفسح المجال لهم لمشاركتك رؤية المشروع، سيجعلُ من نجاح المشروع نجاحاً للجميع، فالأهم هو توجيه الفريق للعمل يداً بيد لتحقيق أهداف المشروع ككل. وفي هذا المشروع سوف يتم الاستعانة بموظفين لمراقبة الموقع

و لعمل اكل صحي

#### 4- المحتوى:

محتوى الموقع الالكتروني هو الفائدة الفعلية من الموقع وذلك ما يحصل عليه ويبحث عنه الزائر نعتد على ان يكون محتوى صادق، متجدد، و مميز وفريد وذلك لجذب واستقطاب الجمهور و الحفاظ على الزبائن و الداعم لبقائهم لفترة اطول في الموقع، كي يحصل علي ثقة وارتباط عاطفي بالموقع .

#### الميزة التنافسية:

هي القيمة التي يقدمها الموقع الالكتروني لزبون ولا يقدمها منافسه ،حيث يشعر الزبون بمنفعة فريدة ونادرة عند استخدام الموقع الالكتروني ، وتعد من اهم مقومات نجاح المشروع و تقوم بإثبات وجودها وبناء سمعة جيدة امام المواقع الاخرى سواء محلية او عالمية . حيث تكمن الميزة هنا بتقديم خدمات شاملة متعلقة باللياقة البدنية حيث أن المنصة الالكترونية تعمل على معرفة احتياجات الزبائن وتقديم الخدمات المناسبة لهم (توفير أكل صحي، التسجيل في النوادي الرياضية، توفير مراكز للتغذية لتسجيل الزبائن في الحمية الغذائية المناسبة لهم، توفير ملابس رياضية، توفير وجبات صحية، إمكانية التقييم للخدمات المقدمة).

#### ١.٥ أهمية المشروع :

من خلال دراسة حاجات الافراد والعمل على تحقيقها تكمن في عدة نقاط أهمها :

- توفير خدمات شاملة في منصة الكترونية واحدة
- وسيلة لمساعدة الأشخاص لتحقيق أهدافهم مثل : الحصول على الوزن المثالي
- إمكانية مشاهدة العروض والخدمات بشكل يومي وفي أي وقت حيث توفر الوقت والجهد
- الأشخاص المهتمين بالحصول على معلومات ونصائح صحية
- توفير فرصة للأفراد الراغبين بتقديم خدمات أو عرض منتجات (ملابس رياضية).

#### ١.٦ ملخص الفصل :

لقد قمنا بالفصل الاول بالحديث عن فكرة الموقع الإلكتروني المراد انشائها والتي تعنا بإنشاء منصة الكترونيه ، ثم تحدثنا عن الحاجة السوقية وذكرنا اهم مقومات المشروع التي تدعم نجاح الموقع الالكتروني وتجعل من تطبيقه امر مقنع ، ثم بالنهاية تم الانتقال لذكر اهمية المشروع والخدمات التي يقدمها .

## الفصل الثاني: تخطيط و استراتيجية الموقع الإلكتروني

### ١٢. بناء استراتيجية المشروع المنوي تأسيسه

سوف يتم اعتماد مجموعة من الاستراتيجيات في الموقع الالكتروني،وهي كالتالي :

## الاستراتيجيات التسويقية المستخدمة في الموقع :

### ● تسويق المحتوى (Content Marketing) :

وهذا يعني إدارة محتوى الموقع الالكتروني بحيث يتضمن المحتوى :

الصور ، الفيديوهات ، والمعلومات النصية حول مواضيع مختلفة التي تهتم الزوار الموقع و تجديهم .

كما سيركز فريق العمل على تقديم كل ما هو جديد من خلال التطوير المستمر على المحتوى و تجديده .بحيث

يتناسب مع أهداف المستخدمين لضمان بقائهم كزائرين داخل الموقع بشكل دائم وجذب مستخدمين اخرين الى الموقع

الالكتروني .

### ● تحسين ظهور الموقع في نتائج البحث (Search Marketing) :

بناء وتطوير الموقع الخاص بالفريق بحيث يكون سهل للزبون الوصول للموقع الالكتروني والحصول على معلومات

أو منتجات التي يبحث عنها من خلال وضع كلمات مفتاحية للموقع .

### ● التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي (Social Media Marketing) :

سيقوم فريق باستخدام منصات التواصل الاجتماعي لكي يزيد من درجة التواصل مع الزبائن ولتسهيل عملية الوصول

للفريق فبالتالي زيادة التفاعل مع الزبائن .

### ● استخدام الوسائل التسويقية التقليدية (Offline Marketing) :

يسعى الفريق من خلال هذه الاستراتيجية لإنشاء الوعي بالمنتجات الموقع الالكتروني وخدماته التي يوفرها ،حيث يتم

ذلك عن طريق حملات الراديو والإعلانات المطبوعة والنشرات الإعلانية .

الأدوات المستخدمة لتحقيق الاستراتيجيات :

## ١. تحليلات جوجل (Google Analytics) :

هي خدمة مجانية بشكل جزئي من قبل شركة جوجل والتي تتعقب حركة الزوار ، وتولد تقارير حولها ، حيث قامت جوجل بإطلاق هذه الخدمة في شهر نوفمبر لعام ٢٠٠٥ بعد استحواذها على برنامج Urchin. حالياً، تحليلات جوجل هي أكثر خدمة تحليل ويب يتم استعمالها على الإنترنت.

## ٢. الخريطة الحرارية (Heat map) :

المخطط الحراري أو الخريطة الحرارية التمثيل حراري :هي تمثيل رسمي للبيانات حيث يتم تمثيل القيم الفردية المضمونة كألوان مصفوفة ، صمم مصطلح خريطة الحرارية عام ١٩٩١ كعلامة تجارية من قبل مصمم برمجيات كورماك كيني كان يبلغ من العمر آنذاك عشرون عاماً، لوصف عرض ثنائي الأبعاد يصور معلومات السوق المالية.

نموذج العمل التجاري:

<p>الشركاء الرئيسيون</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● مراكز التنا</li> <li>● النوادي</li> <li>الرياضية</li> <li>● محلات</li> <li>الملابس</li> <li>الرياضية</li> </ul>	<p>الأنشطة الأساسية</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● تطوير الموقع</li> <li>الالكتروني</li> <li>● تنظيم علاقات</li> <li>بين البائع</li> <li>والمشتري</li> <li>● الإعلان</li> <li>والترويج</li> <li>● دعم الزبائن</li> </ul>	<p>القيمة المقدمة للزبون</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● توفير محتوى</li> <li>معلوماتي</li> <li>متعلق بالصحة</li> <li>واللياقة</li> <li>● عدة خدمات في</li> <li>مكان واحد</li> </ul>	<p>بناء علاقات :</p> <p>إعلانات</p> <p>وسيط بين مقدم</p> <p>الخدمة والزبون</p> <p>متابعة حالة الزبائن</p>	<p>الفئة المستهدفة :</p> <p>الأشخاص المهتمين بالحصول</p> <p>على معلومة صحية</p> <p>أصحاب النوادي</p> <p>مراكز التغذية وأصحاب</p> <p>المحلات الراغبين بوضع</p> <p>منتجاتهم اون لاين</p> <p>الأشخاص المهتمين بالحصول</p> <p>على جسم صحي.</p>
	<p>الموارد الرئيسية:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● موظفين</li> <li>لمتابعة الموقع</li> <li>● بيانات الزبائن</li> </ul>	<p>حيث توفر وقت</p> <p>وجهد</p>	<p>القنوات:</p> <p>موقع الالكتروني</p> <p>مناسب للموبايل</p> <p>والحاسوب .</p> <p>إمكانية عمله</p> <p>كتطبيق على</p> <p>الموبيل</p>	<p>الأشخاص المهتمين بالحصول</p> <p>على غذاء صحي</p> <p>الأشخاص الذين يعانون من</p> <p>أمراض مثل : أمراض القلب</p> <p>،السكري</p>

<p>التكاليف :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● تكلفة تعيين موظفين متخصصين بإعداد وجبات صحية</li> <li>● إعلانات.</li> <li>● استضافة وحجز الموقع</li> <li>● مطورين للموقع</li> </ul>	<p>الإيرادات:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● عمولة من الشركاء .</li> <li>● العوائد من الإعلانات على الموقع .</li> <li>● بيع المنتجات الرياضية من ملابس وأحذية</li> <li>●،ومن خلال تقديم الوجبات الصحية .</li> </ul>	
--	---	--

### جدول (2.1) نموذج العمل التجاري

## Value Proposition

يقدم المشروع الخدمات للفئات المستهدفة من خلال تسهيلات في عملية البحث عن خدمات في مختلف الأماكن بحيث يسهل على الاطراف المستهدفة عملية البحث حيث يمتلك المشروع موقع الكتروني يتيح للزبون الحصول على ما يتعلق بالصحة كما ويمكن للشركات والمؤسسات عرض خدماتها ، ويعمل الموقع على إيجاد الأشخاص المهتمين باللياقة وايصالهم الى الشركات للاستفادة من جميع الخدمات .

## Customer Segments

- الأشخاص المهتمين بالحصول على معلومة تتعلق بالصحة
- الأشخاص المشغولين المهتمين بالحصول على غذاء صحي
- الأشخاص المهتمين بالحصول على جسم صحي
- الأشخاص المصابين بالأمراض مثل أمراض القلب ،سكري .

## Customer Relationships

يقدم المشروع الخدمات للفئات المستهدفة في فلسطين ،بحيث يعمل كوسيط بين الشركاء و الأشخاص الذين يبحثون عن حياة صحية من أجل تسهيل العملية على جميع الأطراف والفئات ذات المصلحة بحيث يكون الموقع حلقة وصل بينهما .

## Key Activities

- تصميم الموقع بالشكل المطلوب بناء على مواصفات محددة .بعد الحصول على كافة التراخيص والمعلومات اللازمة للعمل وتسجيل الموقع وحجزه .
- عمل الترويج اللازم للموقع من أجل تشجيع الفئات على الاستخدام والتواصل مع الشركات والفئات ذات المصلحة .
- إمكانية توفر جميع الخدمات الخاصة للحصول على جسم صحي في مكان واحد .

## Key Partners

- الشركاء الأساسيين للمشروع هم
- مراكز التغذية "نيوترهيلث" Nuterihealth
- نوادي رياضية , future gym , I sport
- محلات الملابس الرياضية Sport Center Al Saafeen
- Salad box

## Channels

- موقع إلكتروني مع إمكانية تحويله الى تطبيق على الموبيل .

## Key Resources

- موقع إلكتروني لاستقبال الطلبات من الفئات المستهدفة .
- الأشخاص المسؤولين عن متابعة الموقع ، وصيانته واي لوازم اخرى .
- البرامج الأساسية للمساعدة في تقديم الخدمات للمستفيدين .

## Revenue Streams

يحصل الموقع على الإيرادات من خلال

- نسبة معينة من جميع الشركاء .
- وضع إعلانات على صفحة الخاصة بالموقع الإلكتروني .
- بيع المباشر من المنتجات (الملابس ، الاحذية) الرياضية التي نستوردها من تركيا .

## Cost Structure

تكلفة المشروع تتمثل في تسجيل الموقع الإلكتروني تكاليف من اجل التطوير المستمر والمتابعة والمراقبة وتحليل البيانات العمليات الترويجية المناسبة باستخدام الوسائل المناسبة .

### ٢.٣ الدراسة السوقية :

الأسباب التي دفعت الفريق بالقيام بهذا المشروع :

- عدم وجود منصة الكترونية تحتوي هذا الكم من الخدمات ، حيث سوف يكون الأول في فلسطين .
- رغبة الشركاء بعرض خدماتهم اون لاين .
- عدم وجود مكان واحد تتوفر فيه الخدمات المتعلقة بالصحة واللياقة وزيادة نسبة الافراد .

يمكن صياغة مشكلة الدراسة بناء على التساؤلات التالية:

- ؟ ما هي العوامل التي تدفع الأشخاص للذهاب اونلاين ؟
- ؟ ما هي الخدمات التي يفضل الزبائن مشاهدتها اون لاين ؟
- ؟ ما هي الطريقة المناسبة لعرض الخدمات اون لاين من وجهة نظر الزبائن ؟

### أهداف الدراسة السوقية :

١. حل مشكلة البحث عن نوادي رياضية ومراكز تغذيه الذي يأخذ الكثير من وقت للأفراد.
٢. التشجيع على استغلال التسويق الإلكتروني (التجارة الإلكترونية) من اجل اشباع رغبات الزبائن.

٣. ايجاد منصة الكترونيه توفر مجموعه من الخدمات والمنتجات في مكان واحد .

#### منهجية الدراسة :

كانت عملية جمع المعلومات من خلال دراسة استطلاعيه تصف اراء الافراد(اصحاب النوادي والمزودين والزبائن) حول المنصة الإلكترونية بالإجابة على مجموعه من الأسئلة.

#### مصادر المعلومات :

كان الاعتماد على مصادر المعلومات م المقابلات والاستبانات ومن مصادر اوليه في عملية جمع البيانات من خلال اجراء دراسة من قبل الباحثين للتوصل الى النتائج بسبب الافتقار لوجود مراجع دراسات سابقه حول الموضوع .

#### أسلوب جمع البيانات :

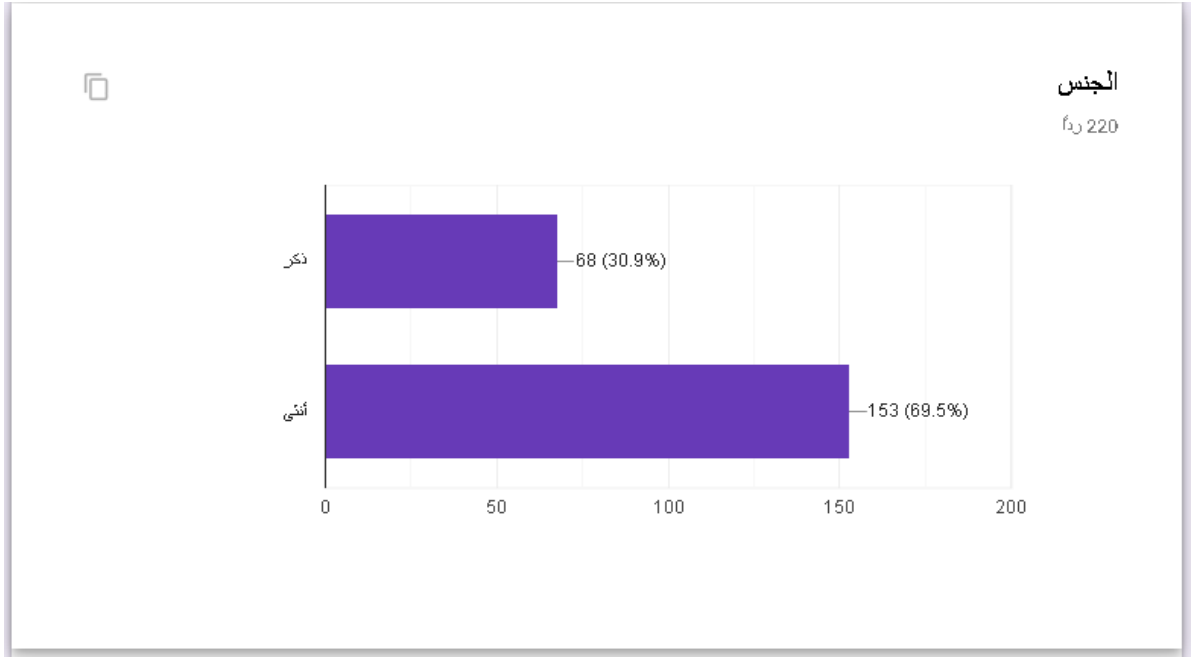
الاستبيان الالكتروني اسلوب يوفر الوقت والجهد و ايضا الاستبيان الورقي و ذلك للوصول لأكبر فئة عشوائية و ايضا استخدمنا المقابلات للحصول على معلومات دقيقة .

#### أدوات جمع البيانات :

في البحث تم استهداف فئات مختلفة من الأفراد الراغبين بالحصول على صحة غذائية و لياقة بدنية و متابعتهم عن طريق الانترنت ، جمعنا البيانات من عينة الدراسة عبر الاستبيان الالكتروني (online survey) من خلال موقع ( google forms) حيث كانت العينة تحتوي على ١٠٠ فرد ، و الاستبيان الورقي تم تحليله من خلال (spss) حيث كان العينة تحتوي على ٣٠ فرد ، و المقابلات تم اضافتها لتحليل و ذلك للحصول على معلومات دقيقة للغاية و للوصول لأكبر قدر من الافراد من مختلف المدن الفلسطينية في الضفة الغربية.

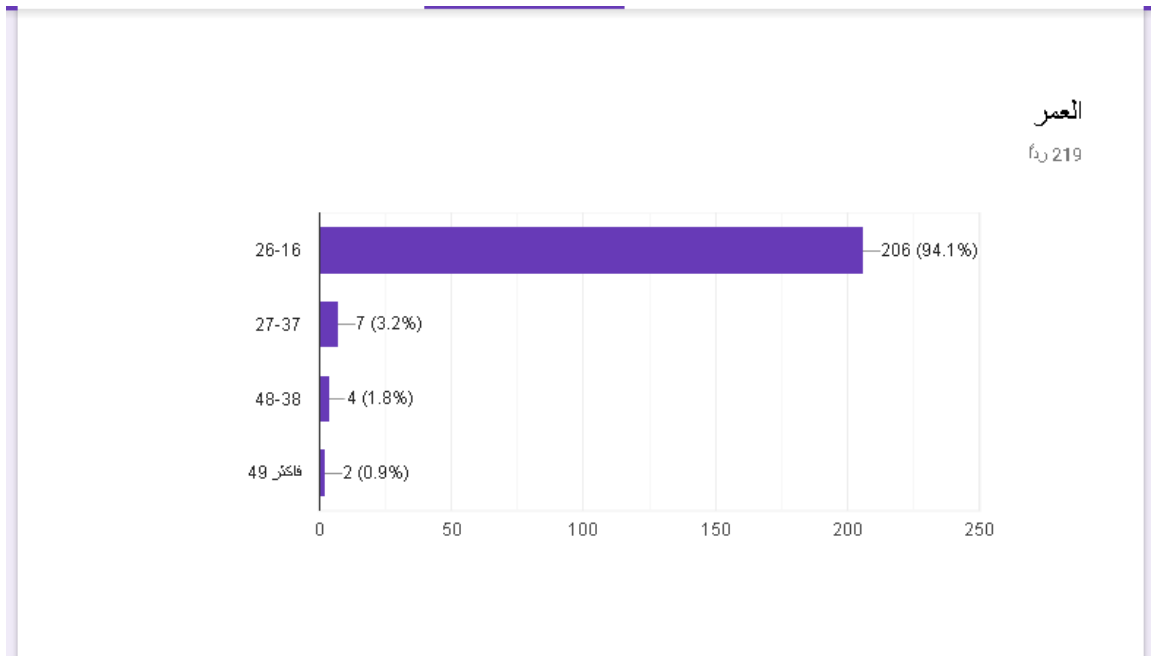
#### تحديد الجنس

فكان ٣٠% من العينة هم ذكور و ٦٨% من العينة هم نساء .



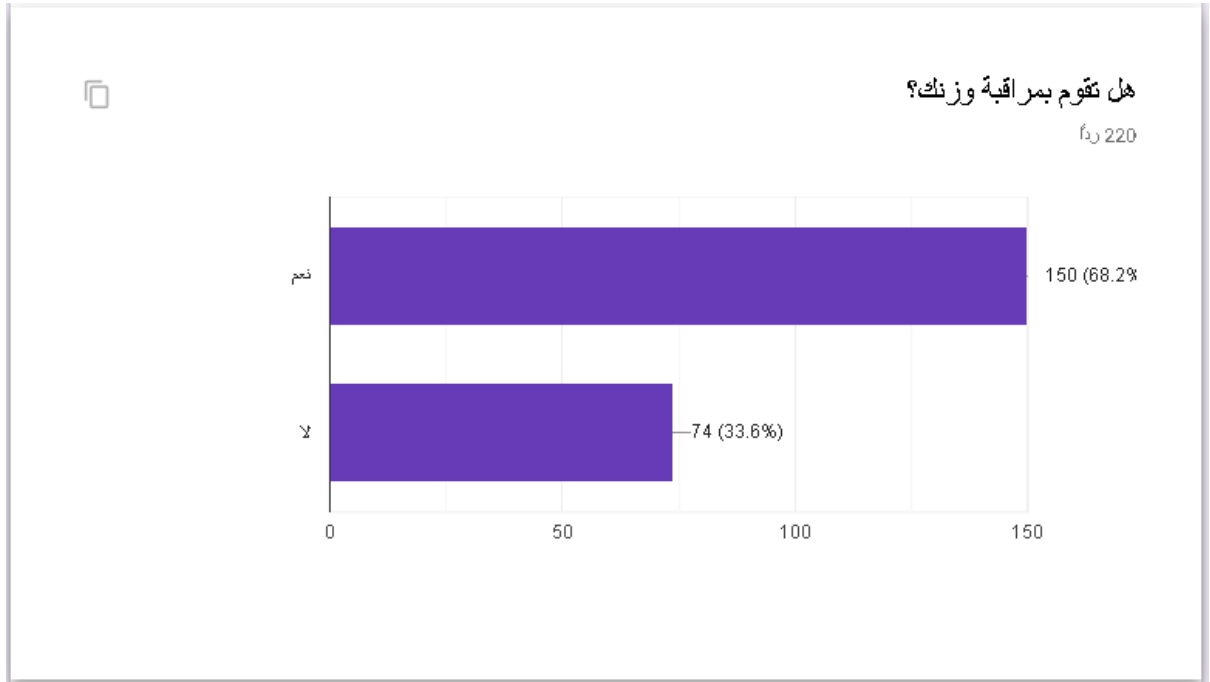
### العمر:

تم تقسيم العمر الى اربع فئات فكانت النسبة الاكبر للفئة من عمر (٢٦-١٦) حيث كانت نسبتها ٩٤% من مجموع العينة اما الفئات الاخرى فكانت نسبتها قليلة جدا .



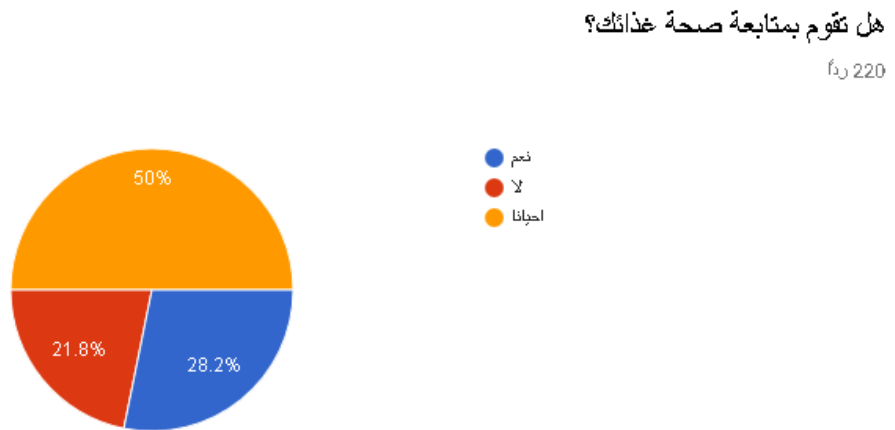
هل تقوم بمراقبة وزنك ؟

اجاب ٦٨% من العينة بنعم أي ان هنالك نسبة جيدة من الافراد يهتمون بوزنهم.



هل تقوم بمتابعة صحة غذائك؟

كان نصف العينة يتابع غذائه بشكل غير دائم و نسبة ٢١% يهتمون لغذائهم الصحي .

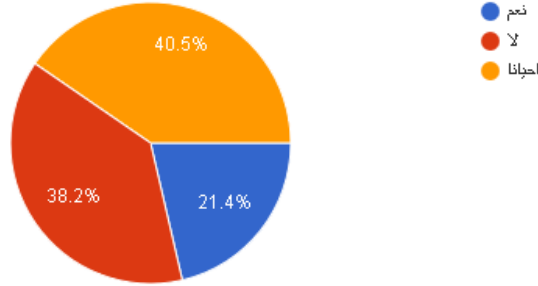


هل تقوم بممارسة الرياضة في النوادي الرياضية او في البيت؟

كان ٤٠% من العينة يمارس الرياضة بشكل غير دائم و ٢١% يمارسون الرياضة بشكل دائم .

هل تقوم بممارسة الرياضة في النوادي الرياضية أو في البيت

ردأ 220



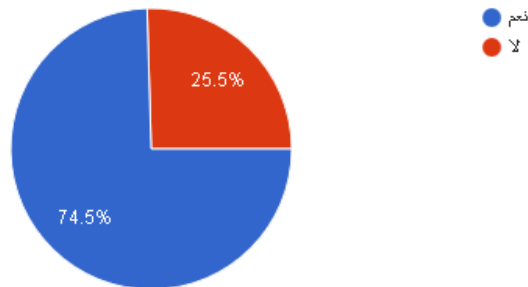
إذا كانت الإجابة لا هل ترغب بالذهاب الى نوادي رياضيه لممارسة الرياضة ؟

كانت نسبة كبيرة من العينة ٧٤% اجابتها نعم أي ان عدد كبير يود ممارسة الرياضة .



إذا كانت الإجابة لا هل ترغب بالذهاب الى نوادي رياضيه لممارسة الرياضة ؟

ردأ 161

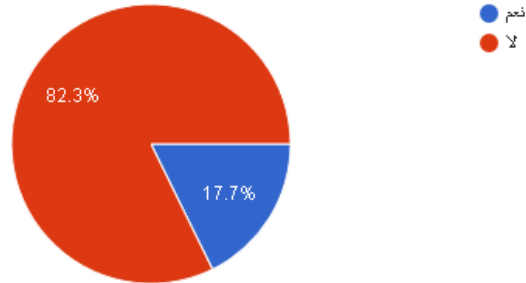


هل قمت من قبل بزيارة المراكز المتخصصة بالتغذية؟

كانت النسبة كبيرة جدا لمن لم يذهبوا لمراكز التغذية ٨٢%

هل قمت من قبل بزيارة المراكز المتخصصة بالتغذية؟

رداً 220

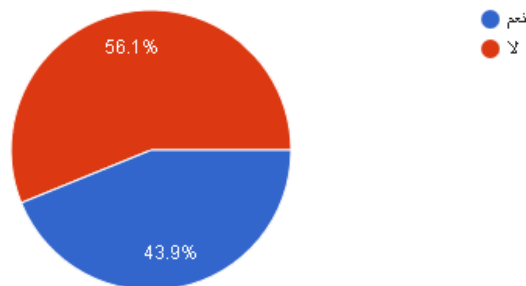


إذا كانت اجابتك لا ، هل ترغب بزيارة مراكز تغذية ؟

٤٣% من العينة أجابوا بنعم أي نسبة لا بتس بها ترغب الذهاب لمراكز التغذية .

إذا كانت اجابتك لا ، هل ترغب بزيارة المراكز المتخصصة بالتغذية؟

رداً 187

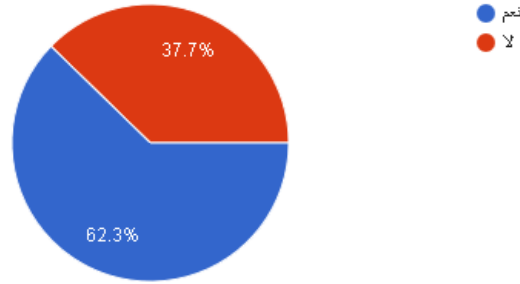


هل قمت من قبل بمتابعة تطبيقات او منصات الكترونيه متعلقة بصحة الجسم ؟

كانت هنالك نسبة كبيرة من العينة ٦٢% قاموا بمتابعة منصات الكترونيه.

هل قمت من قبل بمتابعة تطبيقات او منصات الكترونيه متعلقه بصحة الجسم ؟

رد 220

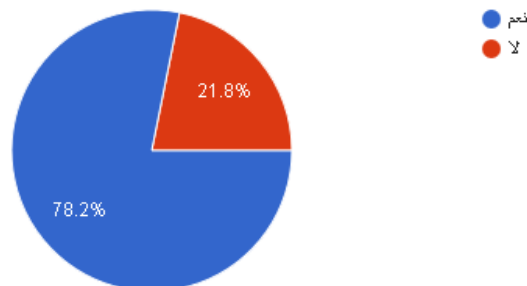


في حال توفر خدمات مرتبطة باللياقة الصحية والتغذية عبر الانترنت هل ترغب بالحصول عليها الكترونيا ؟

كان ٧٨% من العينة اجابتهم نعم أي ان هنالك نسبة لا باس بها تفضل استخدام هذه الخدمات الكترونيا .

في حال توفر خدمات مرتبطة باللياقة الصحية والتغذية عبر الانترنت ، هل ترغب تفضل بالحصول عليها الكترونيا ؟

رد 220



## 2. المنافسين:

### تحليل المنافس:

يعتبر المشروع الأول من نوعه في فلسطين بحيث لا يوجد موقع يقدم الخدمات التي يقدمها هذا الموقع و بالتالي تعتبر المنافسة غير شديدة في مراحل ظهور الموقع الأولى.

عمل الفريق على تحديد المنافسين المباشرين و الغير مباشرين لمعرفة الوضع الحالي و التخطيط للمستقبل المحتمل بعد إطلاق الموقع بحيث من الممكن أن تقوم بعض المشاريع المشابهة لهذا المشروع.

تحليل المنافسين لم يقتصر على دراسة المنافس المحلي الفلسطيني، فقد تجاوز فلسطين ليصل المنافس العالمي فالشبكة العنكبوتية ساعدت شركات على العمل في الاسواق العالمية.

### المنافسين المباشرين:

- Future gym
- I sport gym
- Power fitness
- Nutria health
- Egy fitness

### المنافسين غير المباشرين :

- Onhealth
- Sport Center Al Saafeen
- Suurat web
- Salad Box

## تحليل المنافسين

قمنا بعمل تحليل لمنافسين موقعنا الإلكتروني بحيث لم نجد منافسين مباشرين لموقعنا الإلكتروني فكاهي المنافسين يقدمون جزء من الخدمات والمنتجات التي نقدمها مثل نادي فيوتشر و اي سبورت يقدمون خدمات رياضية فقط و غير متواجدين الكترونيا و محل السعافين يقدم اكسسوارات رياضية وغير متواجد الكترونيا و موقع سعرا و اجي فتنس يقومون بتقديم خدمات خاصه بالتغذية فقط، فميزة موقعنا الإلكتروني مقارنه مع المنافسين هي انه يجمع كل الخدمات و المنتجات في مكان واحد و بنفس الوقت.

### Future gym (١)

يقوم فيوتشر جيم ب توفير العاب و منتجات رياضية و متابعتها من قبل المتخصصين و مكملات غذائية من أجل دعم حصول الشخص على خدمات و منتجات متكاملة من ناحية الرياضة و التغذية.

### I sport gym (٢)

نادي رياضي ويقوم بتوفير منتجات رياضية ومكملات غذائية.

### Power fitness gym (٣)

نادي رياضي وتوفير منتجات رياضية ومكملات غذائية

### On health (٤)

منصة لاكتشاف الأخبار الطبية ، والمعلومات الطبية ، والنظام الغذائي والتغذية،

التمارين الرياضية

### Sport Center Al Saafeen (٥)

تقديم منتجات رياضية من ملابس رياضية و احذية رياضية لجميع الاعمار

### Suurat (٦)

ويتيح موقع "سُعرات"

إمكانية كتابة اسم أي نوع من أنواع المأكولات و عرض سعراتها الحرارية.

## Nutria health (٧)

متابعة الوزن من خلال طاقم من متخصصي وخبراء تغذية .

## Salad box (٨)

تقديم وجبات غذائية صحية ذات أسعار حرارية مناسبة

## Egy fitness (٩)

أخصائي تغذية و مدرب معتمد من الاكاديمية الدولية لعلوم الرياضة

يستعرض الجدول التالي المقارنه بين المنافسين من ناحية وجود موقع إلكتروني والكلمات المفتاحية و نسبة زيارة موقعهم الإلكتروني و تقييمهم و موقعهم الفيزيائي و ما الذي يقدمونه وطرق الدفع و دعم الزبائن و التوصيل :

On Health	Power Fitness GYM	I sport GYM	Future GYM	
Yes	—	—	Yes	Have a web site
<a href="http://www.onhealth.com">www.onhealth.com</a>	—	—	<a href="http://www.futuregym.ps">www.futuregym.ps</a>	Web site
Fatigue ● appendix ● lesion ● stages of pregnancy ●	—	—	None	key words

● bacterial infection				
82.8%	—	—	None	Traffic
89.097	—	—	None	Ranks
No	Yes	Yes	Yes	Physical location
Service	Product & service	Product & service	Product & service	Provides product / service
منصة لاكتشاف الأخبار الطبية ، والمعلومات الطبية ، والنظام الغذائي والتغذية، التمارين الرياضية	نادي رياضي وتوفير منتجات رياضية ومكملات غذائية	نادي رياضي وتوفير منتجات رياضية ومكملات غذائية	نادي رياضي ومتابعة من قبل متخصصي التغذية وتوفير منتجات رياضية ومكملات غذائية	Working principle (what is provided)
Complimentary	Cash, prepaid	Cash, prepaid	Cash, prepaid	Payment method
No customer support	Phone ● num E-mail ● Social ● media	Phone ● num E- mail ● Social ● media	Phone num ● E-mail ● Social media ●	Customer technical support
No	No	No	No	Delivery

<b>EGY Fitness</b>	<b>Salad Box</b>	<b>Nutria health</b>	<b>Suurat web</b>	<b>Sport Center Al Saafeen</b>	
<b>Yes</b>	—	—	<b>Yes</b>	—	<b>Have a web site</b>
<a href="http://www.egyfitness.com">www.egyfitness.com</a>	—	—	<a href="http://www.aitnews.com">www.aitnews.com</a>	—	<b>Web site</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Universal nutrition ●</li> <li>Fitnation ●</li> <li>Nutrition ●</li> <li>Bullteproofe coffee ●</li> <li>Fitnation ●</li> <li>Coffee ●</li> <li>Stak ●</li> </ul>	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>Notificati ●</li> <li>ons ●</li> <li>Galaxy ●</li> <li>I pad ●</li> <li>Pro ●</li> <li>Security ●</li> <li>los ●</li> </ul>	—	<b>key words</b>
<b>48.5%</b>	—	—	<b>62.5%</b>	—	<b>Traffic</b>
<b>119,221</b>	—	—	<b>14,876</b>	—	<b>Ranks</b>
—	—	—	—	<b>Yes</b>	<b>Physical location</b>
<b>Service</b>	<b>Product</b>	<b>Product and service</b>	<b>Service</b>	<b>Product</b>	<b>Provides a product / service</b>

أخصائي تغذية و مدرب معتمد الأكاديمية الدولية لعلوم الرياضة	تقديم وجبات غذائية صحية ذات سعرات حرارية مناسبة	متابعة الوزن من خلال طاقم من متخصصي وخبراء تغذية	ويتيح موقع "سُعرات" إمكانية كتابة اسم أي نوع من أنواع المأكولات و عرض سعراتها الحرارية	تقديم منتجات رياضية من ملابس رياضية و احذية رياضية لجميع الاعمار	<b>Working principle (what is provided)</b>
<b>Complimentary</b>	<b>Payment when receiving</b>	<b>Pre-paid</b>	<b>Complimentary</b>	<b>Payment when receiving</b>	<b>Payment method</b>
E – mail ● Web site ●	<b>Social media</b>	Phon ● e num Socia ● l medi a	<b>No customer support</b>	Pho ● ne num Soci ● al medi a	<b>Customer technical support</b>
<b>No</b>	<b>Yes</b>	<b>No</b>	<b>No</b>	<b>No</b>	<b>Delivery</b>

#### ٢.٤ تقسيم الفئة المستهدفة :

تم تقسيم الزبائن إلى مجموعات بناء على عدة خصائص :

\*خصائص سكانيه :

بحسب الفئة العمرية من عمر ١٤ حتى ٦٥ سنة

بحسب الجنس : اناث و ذكور

بحسب الدخل : دخل منخفض و متوسط ومرتفع

بحسب المهنة او التعليم : طلاب المدارس من ١٤ سنة فما فوق ، طلاب الجامعات و العاملين بخاصة الامهات .

\*التقسيم حسب السلوكيات :

حسب اهتمامهم بالصحة واللياقة البدنية :

- المهتمين بالتغذية الصحية .
- المهتمين بالحصول على جسم رشيق رياضي من اجل حاجات نفسيه .
- المهتمين باستغلال وقت الفراغ بما يقيدهم .

تقسيم بحسب الخصائص النفسية :

بحسب الاهتمام بالصحة واللياقة البدنية والتغذية ف بعد تحليل الاستبيان وجدنا فئه كبيره تهتم بهذا الاتجاه .

التقسيم حسب المنطقة الجغرافية :

استهداف كافة مناطق الضفة الغربية والتركيز الاكبر على مدينة الخليل

## ٢.٥ تفضيل شخصية المشتري:(Buyer Persona)

يعني بالتفصيل الأفراد المستهدفين ب ال"Persona"، حيث يتم تفصيل الفرد بذكر الفرد الذي يتمثل المستهلك الذي يقوم بطلب الخدمات وعملية الشراء للمنتجات من الموقع الالكتروني.

ما الغرض من تفضيل شخصية المشتري (Buyer Persona):

الغرض من تفضيل شخصية المشتري يمكن حصره في تقديم خدمة ومنتج أفضل للعميل، والشخصية المشتري تتحدث إليك أقرب ما يكون إلى إجراء مقابلة و محادثة وجها لوجه مع أفراد من عملائك وتناقش معهم مشاكلهم، وهمومهم، واهتماماتهم. لتكون لديك الفكرة الأوضح حول ما يريدون الحصول عليه لتعمل أنت على توفيره لهم .

وشخصية المشتري يمكن أن تتمثل في شخصية واحدة أو أكثر وأثناء وضع خطة تسويقية معينة أو خلال إعداد محتوى تسويقي لعملاء علينا استحضار شخصية أو شخصيات المشتري نتحدث معها. وبناء على الصفات التي وضعناها نقوم بإعداد الخطة التسويقية، وصفات شخصية المشتري تختلف وتتنوع ونذكر منها ما يلي:

الاسم، العمر، الهوية الجنسية، المهنة، السلوكيات، الأهداف، المشاكل والتحديات، أهمية و حاجة العملاء للخدمة والمنتج الذي نقدمه، مكان تواجدهم الإلكتروني، كيفية اقناعهم .

كما هو موضح في الجدول (٢.٤ تفضيل شخصية المشتري).

امتلاك شخصية المشتري كمسوق لها مميزات دائمة، وتعتبر إضافة لا بد منها في سبيل اتخاذ القرارات الصائبة، والخروج باستراتيجيات ناجحة في ظل اشتداد المنافسة، خصوصا في مجال التسويق الإلكتروني حيث أصبحت إدارة عمليات تسويق ناجحة يتطلب أكثر من المعلومات السطحية وهي الدراسات المعمقة، والفهم الشامل بالعملاء.

#### 2.4 تفضيل شخصية المشتري:

يستعرض الجدول التالي شخصيات افتراضية للمشاركين ال مستهدفين :



من؟	الاسم الأول : مروة	الاسم الثاني : ريما	الاسم الثالث: خالد	الاسم الرابع : محمد
معلومات اساسية : ● المهنة ● سلوكيات ● الأهداف ● التحديات	طالبة جامعية 18-22 انثى تهتم بالحصول على جسم مثالي وذلك من خلال متابعة نظام الغذائي و ممارسة الرياضة. تواجه تحدي الحصول على جسم مثالي.	ربة منزل 35 انثى تهتم بأطفالها و البيت وتحرص على تناولهم طعام صحي و مغذي. تبحث عن جهات متخصصة تقدم طعام صحي لأسرتها و أخصائيين تغذية يتواجدون على منصات الكترونية و يقومون بمتابعتهم .	موظف مريض بالسكري 55 ذكر يعتمد الأغذية والعصائر الطبيعية من السكر الصناعي. يواجه تحدي الحصول على عصائر خالي من السكر الصناعي خلال العمل .	موظف يعاني من السمنة 29 ذكر يعتمد على الاغذية قليلة الـ وصحية . يواجه تحدي الحصول على صحي والحصول على طعم صحي اثناء العمل .
لماذا لماذا سيكون بحاجة للحصول على خدمة /السلعة التي سأقدمها؟	لأنه يساعدها على الحصول على جسم مثالي	لأنه يوفر العناصر الغذائية والصحية اللازمة.	لأنه سيساعده في المحافظة على سكر طبيعي في الدم.	لأنه سيساعده على التخلص من السمنة و خفض الكوليسترول في الدم.
أين سأجدهم ؟ أي منصة أو مكان؟	سناپ شات	الفيس بوك	الفيس بوك	Linkdien
كيف سأقتنعهم؟	نظام غذائي مع اشتراك في نادي الرياضي .	وجبات صحية و مغذية و لذيذة في ان واحد	عصائر طبيعية و صحية مع امكانية توصيله لمكان عمله.	وجبات صحية و قليلة السعرات الحرارية مع امكانية توصيلها لمكان عمله

## ٢.٥ التقنيات و التكنولوجيا المستخدمة في الموقع:

بناء موقع الإلكتروني وتطويره سيعتمد على مجموعة من التقنيات البرمجية ، التي بدورها ستساعد في جعل الموقع الإلكتروني متاح للعمل وسيم استخدامها للبناء أجزاءه و كانت التقنيات كالاتي :

□ التصميم و البرمجة

سنعتمد في عملية بناء الموقع الإلكتروني على مجموعة من لغات التصميم للواجهات ولغات البرمجة كالاتي:

- لغة بناء الصفحة HTML اختصارا الى Hypertext Markup Language، وهي اللغة القائمة والمؤسسة لصفحات الإنترنت حيث تعتبر بمثابة الهيكل الرئيسي للموقع والمحتوى على الانترنت.
- لغة HTML5 وهو احدث اصدار من لغة توصيف التشعبي HTML ، حيث انها مزيج من ثلاثة انواع من الاكواد البرمجية: CSS, HTML, JavaScript ، وهي متطورة يمكن من خلالها انشاء تطبيقات الويب في طريقة اسرع و اكثر انسيابية ،لتشمل أوامر إضافية كالشروط عند ملء الهوامش و الحقول .
- تحوي بعض العلامات "TAG" لنخبر متصفح الانترنت بكيفية عرض النص في الموقع. ما وراء العلامات TAG وملفات HTML أنت لغة التنسيق CSS و هي لغة "لإضافة الجمالية" للغة HTML حيث تحدد CSS كيفية عرض عناصر .
- جاء السكريبت Script بلغة جافا سكريبت "JavaScript" لاضافة عناصر تحكم قريبة للمستخدم الى الموقع وامكانية جعل الموقع يتفاعل مع المستخدم .
- لغة PHP اختصارا (Personal Home Page)وهي جزء لا يتجزأ في HTML على الموقع ، للتحكم في كيفية سحب المعلومات من والى قاعدة البيانات ،في حين انا جافا سكريبت تقوم بالتحكم في كيفية عرض المعلومات في الموقع.
- لغة query : وهي عبارة عن مكتبة تحوي مجموعة توابع و صغيرة وخاصة بال JavaScript.
- لغة XML: هي لغة الترميز عامة لخلق لغات الترميز ذات الغرض الخاص، قادرة على وصف العديد من الأنواع المختلفة للبيانات .
- تقنية "bootstrap" :حيث بناء الصفحات أكثر سهولة توافق الكامل مع الشاشة.
- نظام إدارة قواعد البيانات (MYSQL) :نظام إدارة قواعد البيانات العلائقية متعدد المستخدمين .

□ أنظمة تشغيل :

بالنظر الى البيئة التي سوف تعمل على ترجمة اللغات المذكورة فيهي سيرفرات تحمل نظام التشغيل "Linux Hosting"

حيث ان لغة "PHP" تعمل على نظام تشغيل من نوع "Linux" .

□ تقنيات الحماية والأمان:

يحتاج الموقع الالكتروني الى تقنيات حماية و امان نظرا الى انها تقدم منتجات التسوق عبر الموقع و كونها تحتوي على معلومات هامة للزبائن مثل "المعلومات البنكية" من المهم ان تحتوي على شهادة تشفير " Secure Sockets Layer" التي تعمل على تشفير البيانات التي يتم تناقلها بين "User abd Server"

#### □ المعدات التكنولوجية:

تمثلت المعدات التكنولوجية المادية بجهاز حاسوب بمعالج "vCore I" وذاكرة "GB٨" وكان ذلك لسبب استخدام العديد من برامج التصميم والتعديل على الصور و العديد من الخوادم التي تحتاج جهاز حاسوب بهذه المواصفات.

#### ٢.٦ خطة فحص الموقع بعد التطبيق:

فحص الموقع يكون أثناء التطبيق للتأكد من عمل الأدوات بشكل جيد وعدم وجود أخطاء وسوف يتم فحصة بأدوات من شركة جوجل منها:

- اختبار اللغات من **Google analytics**.
- اختبار على عينة من الناس من لاب توب و موبايل وتابلت .
- اختباره على كافة الشاشات من خلال **testsize.com** .
- اختباره ع محركات البحث من خلال **seotesteronline** .
- اختبار سرعة الموقع من خلال **page speed insight** .

#### ٢.٧ سبب اختيار نظام المحتوى cms

المنصة الالكترونية تحوي عدة ميزات أهمها :

- امكانية التسجيل وتسجيل الدخول
- إضافة منتجات وبالتالي صور ونصوص
- التحكم من لوحة التحكم المرتبطة بقواعد البيانات التي تعمل على تغيير حسب البيانات
- واجهة المستخدم **font stage** والزبون **backstage**
- يمكن إضافة التعليقات والتقييمات للمنتجات والخدمات

## ٢.٨ استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي: ( SOCIAL MEDIA )

١. تحديد الفئة المستهدفة:

١. التجار:

أصحاب النوادي ومراكز التغذية وأصحاب الأعمال وأصحاب محلات الملابس الرياضية ويقسمون لنوعين :

\* فئة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للترويج والعرض .

\*فئة لا تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي .

٢. الزبائن :

وتشمل عدة تقسيمات :

### \*التقسيم حسب الخصائص السكانية:

العمر :من ١٤ سنة حتى ٦٥ سنة.

الجنس : ذكور وإناث .

الدخل : منخفض متوسط و مرتفع .

التعليم : نوع التخصص ، مهارات عمليه ، الدرجة العلمية .

المهنة: نوع المهنة و يمتلكون عمل أو محلات تجاريه أو لا .

### \*التقسيم حسب السلوك:

اشخاص مهتمين بالتغذية الصحية .

اشخاص مهتمين باللياقة البدنية .

اشخاص مهتمين بتوفر خدمات ومنتجات اون لاین .

### التقسيم حسب المنطقة الجغرافية:

\*

منطقة الضفة الغربية وتخصيص الخليل .

(٢) تحديد اسم الموقع على صفحات التواصل الاجتماعي :

سوف يتم عمل صفحات تحمل نفس اسم الموقع الإلكتروني (efitlife) على اغلب مواقع التواصل الاجتماعي ، بحيث أن امتداد الموقع الإلكتروني هو . [efitlife.co](http://efitlife.co)

(٣) مواقع التواصل الاجتماعي التي تم اختيارها :

\* موقع " Face book " بحيث أن ٦٠٪ من الشباب هم مستخدمين هذا التطبيق في فلسطين لسنة

(alwatanvoice.com2019)

\* موقع "Instagram" : من اجل عرض صور واعلانات عن الموقع حيث ان ٥٩% يستخدمون تطبيق Instagram

. (socialstudio.me,2017)

\* تطبيق "snap chat" : "بحيث ان الفئة المستهدفة للموقع تعد فئة الشباب واكثر مستخدمين هذا التطبيق هم ن هذه الفئة ، ومن اجل نشر فيديوهات قصيرة عن ما يوفره الموقع .

(٤) الاساليب والطرق التي ستستخدم لقياس اداء مواقع التواصل الاجتماعي :

● معدل الضغوطات على المنشورات

بحيث يتم حساب عدد الافراد الذين شاهدو المنشورات والذين تفاعلوا معها .

● كميات الوصول :

تحديد نسبة الوصول لكل ما يتم نشره على الصفحات من اجل معرفة نسبة التفاعل عليها.

## ● معدل الارتداد:

تحديد تفاعل الزبائن مع الصفحات وامكانية تحولهم لزبائن دائمين وجذب زبائن اخرين ويتم تحديده من خلال تحليلات الويب "google analytic" .

## ٢.٩ خطة بناء المحتوى " : " content strategy"

يوجد العديد من الطرق التي يمكن استخدامها الانشاء محتوى جاذب للزبائن ويحسن من نتائج البحث على SEO".

### المدونات (blogs)

المدونات هي عباره عن مقالات مُرتبة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم؛ بحيث يرى الزائر المقالات الأحدث في البداية ، مع إمكانية التفاعل عن طريق نشر التعليقات والمشاركة لهذه المقالات. وتعد المدونات احد افضل الطرق لجذب الزبائن بحيث انه عند قراءة المقالات من الممكن ان يتشجع الزبون على استخدام المنتجات والخدمات بخاصة اذا كان زبون غير مهتم بالمنتجات والخدمات عن طريق استخدام عناوين وكلمات مفتاحيه تلفت الانتباه ، و لتحسين ظهور الموقع بالنتائج الاولى على محرك البحث .

وبناء على ذلك سوف يتم استخدام المدونات في الموقع الإلكتروني الذي نعمل عليه ، وتشمل المدونة على :

- مقالات : بحيث انه سوف يتم نشر مقالات تتعلق بمواضيع الصحة واللياقة البدنية والتغذية السليمة ومواضيع عن التحديثات في الموقع الإلكتروني ومن الممكن ربط " " link مقالات اخرى خارج الموقع ما يحسن من ال seo.
- تجارب الزبائن : بحيث يتضمن القسم على تحديثات لتجارب مستخدمين الموقع وقصص نجاحهم بخسارة وزنهم والوصول لما يحتاجونه والتحديات التي واجهتهم ، بحيث ان تجارب هذه الفئات تشجع الاشخاص على قراءة المقالات .
- نصائح يومية :نشر منشورات تتعلق بموضوع الصحة واللياقة البدنية عن عدد السعرات التي يجب تناولها يوميا مثلا او الرياضة التي يمكن القيام بها لتخفيف الوزن أي تقديم اكبر فائدة ممكنه للزبائن بشكل يومي .
- ومن الممكن انشاء اقسام اضافيه عند بناء الموقع .

يوجد طرق كثيرة للزيارات على الموقع الإلكتروني فهي لا تقتصر على محرك البحث فاستخدام الروابط لمواقع أخرى وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي بحيث ان النشر عليها يشكل مصدرا كبيرا لجذب الزبائن ، وايضا استخدام Email بحيث كل زبون يقوم بإدخال حسابه ومعلوماته على email يمكن التواصل معه وإخباره بكل التحديثات للموقع.

للتحسين من المدونة وزيادة التفاعل على المقالات سوف يتم إضافة خاصية :

- أزرار لمشاركة المقالة على مواقع التواصل الاجتماعي وإمكانية التعليق والإعجاب بالمقالات .

□ تحليل تفصيلات الفئة المستهدفة :

سوف يتم تحلي الكلمات المفتاحية التي يبحث عنها الزبائن وسلوكهم على الموقع الإلكتروني من خلا تحليلات الويب " Google analytic" من اجل إنشاء محتوى يتناسب مع الفئة المستهدفة.

□ فترة النشر المخطط لها :

فترة النشر للمقالات سوف تكون كل يوم أو يومين تختلف باختلاف نوع المقالة.

□ تحسينات خطة بناء المحتوى:

(١) استخدام (Yeast SEO) من اجل قياس فاعلية الكلمات المفتاحية المستخدمة بالمقالات .

(٢) استخدام ( tags) ربط المواضيع ذات صلة بالمقالة ما يشجع على قراءة المزيد من المقالات ويحسن من نتائج البحث على أ ل "SEO".

(٣) يمكن الاستفادة من ظهور المحتوى على محرك البحث للترويج لصفحات الموقع على مواقع التواصل الإلكتروني .

□ المواقع الإلكترونية تعمل على توفير محتوى مقنع للزبائن من اجل تشجيعه على الشراء والتسجيل

بالموقع وتحقيق الهدف من دخول الموقع من خلال :

- عرض الخدمات والمنتجات التي يقدمها الموقع بطريقة توضح للزبون تفاصيل هذه الخدمات والمنتجات وتوفير الكثير من المعلومات عنهم .
- توفير خانات لتقديم أسئلة عن كل ما يريد الزبون التساؤل عنه والرد المباشر عليها .
- وضع فيديو توضيحي لكل المنتجات والخدمات المقدمة بالموقع .
- السماح للزبائن بالتفاعل والتعليق والإعجاب والماركة على مواقع التواصل الاجتماعي .

## الفصل الثالث

### مقدمة :

يحتوي هذا الفصل على الخطوات المتبعة في عملية الحجز والاستضافة الالكترونية ونوع الموقع الذي تم استخدامه

### خطوات حجز الموقع :

- الذهاب الى موقع go daddy ومن ثم الضغط على hosting
- اختيار Economy plan
- تحديد الفترة الزمنية للحجز التي تم تحديدها سنة
- الحصول على اسم الموقع الالكتروني domain كهدية مع الاستضافة
- وضع قسيمة خصم للحصول على السعر الجديد
- بعد القيام بعملية الدفع نتجه إلى ال server تم الحجز في
- ربط الاستضافة من خلال اختيار اسم الموقع من حسابنا

### نوع الموقع :

تم اختيار منصة word press للبدء بالعمل عليها حيث أنها عبارة عن منصة عالمية ومجانية سهلة الاستخدام توجد بعدة لغات مجمع خاص بالمستخدمين للمساعدة في حال وقوع مشاكل و تحوي على عدة نماذج يمكن الاختيار بينها لملائمة الموقع من دون الحاجة الى مبرمجين حيث تحتوي على لوحة تحكم سهلة الاستخدام ، تمكن هذه المنصة المستخدم من تثبيت الملفات البرمجية ورفعها على الاستضافة وربطها بقواعد البيانات من خلال استخدام واجهة تثبيت .

### حجز الموقع:

تم البحث عن عدة منصات الكترونية يتوفر فيها السعر والجودة المناسبة وتم اختيار

بسبب التعامل السابق معها ، وأيضا من توفر عدة خدمات وتتميز بسهولة "go daddy"

الاستخدام ، حيث تتميز أيضا بالسمعة الجيدة وإعطاء عروض بشكل مستمر حيث كانت صفات الاستضافة كالتالي :

المساحة : G100

: لا محدود Bandwidth

ايميل مجاني

عدد صفحات لا محدود

دومين واحد

بما المشروع في بدايته تم اختيار الخطة الاقتصادية لرخص ثمنها وتم الاتفاق على سعر \$94 ولكن بعد استخدام

الكويون أصبح السعر \$11.5

اسم الموقع الالكتروني ومبررات اختياره:

e-fit.com

يتكون اسم الموقع من شقين :

الأول e اختصار لإلكتروني

الثاني fit ومعناها اللياقة

وهو اسم قصير يسهل حفظه ومعناه يرتبط ارتباط كبير بمحتوى الموقع و دوت كوم لإمكانية جعل الموقع عالميا حيث لا

يقتصر على فلسطين فقط

## الفصل الرابع :

### بناء وتنظيم عمل المشروع .

#### ٤.١ أفراد العمل ودور كل فرد منهم ومبررات اختيارهم:

يتكون فريق عمل هذا المشروع من 3 اشخاص من طلبة التسويق الالكتروني يسعون إلى تحقيق هدف معين وهو الحصول على درجة البكالوريوس من خلال مشروع الموقع الالكتروني (e fit life) ، حيث يمتلك أعضاء الفريق الحس بالانتماء لتحقيق الهدف و يعملون معا كفرد واحد كل منهم يقدم مساهمته بطريقة تمكن الفريق من العمل بالشكل الأمثل .

يستعرض الجدول التالي أعضاء الفريق و دور كل واحد منهم في المشروع و سبب اختياره :

الاسم	الدور في المشروع	سبب الاختيار
ضحى أبو شرار	تصميم وإنشاء الموقع و تصميمه حتى ظهر بالشكل النهائي.	امتلاك مهارة في بناء المواقع وتصميمها و تجهيزها .
اسراء الجولاني	حجز الموقع وتصميم واجهته و تحليل الكلمات المفتاحية و توثيق المشروع	امتلاك مهارة جيدة في التحليل والتصميم والتسويق الالكتروني .
جنان حسونة	تنسيق ملف المشروع و التواصل مع الشركات و تحليل المعلومات	امتلاك مهارة تواصل جيدة و اختيار التفاصيل للأبحاث .

جدول ٤.١ أعضاء الفريق

## ٤.٢ خطة التكلفة والسعر بشكل تفصيلي :

### ١. حجز الاسم والموقع الالكتروني :

لقد قام فريق العمل بعد تحديد الاسم بحجز الموقع الالكتروني بالاسم الذي تم اختياره عن طريق موقع (GODADDY) وقد كلف حجز الموقع و الاسم ١٠ دولار أي ما يقارب ٤٠ شيكل .

### ١. شراء قالب الموقع و مستلزماته:

بعد حجز الموقع الالكتروني الخاص بالمشروع بحث الفريق عن قالب للموقع وشراؤه بتكلفة ٣٠ دولار أي ما يقارب ٩٠ شيكل وبعد ذلك قام الفريق ببعض التعديلات التي كلفت ٨ دولار ما يقارب ٣٠ شيكل.

### ٢. شراء المنتجات:

قام الفريق بشراء بعض المنتجات المعروضة من اجل تصويرها ووضعها على الموقع والتي كانت قيمتها ٥٠٠ شيكل .

إجمالي التكاليف = ٦٦٠ شيكل سنويا

## ٤.٣ تحضير المقترح الأولي للموقع (: PROPOAL)

#### ٤.٣.١ لمحة عن الموقع الالكتروني :

مشرق الموقع الالكتروني (E-Fit Life) هو الأول من نوعه بحيث انه سيعمل على نقل المفهوم التقليدي للنوادي الرياضية والتغذية الصحية لمفهوم الكتروني جديد بحيث يقدم برامج النادي الرياضي ويزود الزائر بمراكز التغذية بالإضافة إلى التسوق للملابس والمعدات الرياضية. يمكن أيضاً طلب وجبات صحية لمكان العمل.

#### ٤.٣.٢ الرؤية :

يسعى فريق (E-Fit Life) الى ربط أخصائيين التغذية و النوادي الرياضية والأغذية الصحية بالموقع الالكتروني ، و العمل على توفير الوقت و الجهد على الأفراد (الفئة المستهدفة) من البحث عن نوادي رياضية وأخصائيين تغذية بحيث يجدوهم بمكان واحد ، و يسعى الفريق لعمل عروض مناسبة من اجل استقطاب الزبائن و الحصول على ولائهم.

#### ٤.٣.٣ معلومات الاتصال :

رابط الموقع : <http://www.efitlife.co/>

العنوان : فلسطين – الخليل

رقم الهاتف : [+972 56-834-3486](tel:+972568343486)

البريد الالكتروني : [info@efitlife.co](mailto:info@efitlife.co)

#### ٤.٣.٤ وصف المشروع (التصميم):

فيما يتعلق بالتصميم فإننا نتطلع إلى الاهتمام بالأمور التالية :

(١) تصميم جذاب ومناسب للهدف من الموقع .

(٢) موقع الالكتروني متوافق مع كافة الشاشات

٣) ألوان مريحة للعين وخطوط وكلمات واضحة للجميع .

٤) السرعة في الأداء و تحميل صفحات الموقع .

٥) السرعة في الأداء و تصميم صفحات الموقع .

٦) سرعة وصول الزبائن لهدفهم بأقل وقت ممكن بتقليل مستوى الصفحات التي يحتاج الفرد لدخولها للوصول لهدفه .

٧) سهولة التعامل مع الموقع الإلكتروني و الابتعاد عن التعقيدات اللغوية واضحة وغير صعبة ومفهومة من قبل الجميع ويمكن ترجمتها للعربية .

٨) يعمل الموقع على كافة المتصفحات بدون استثناء .

٤.٣.٥ وصف المشروع (البرمجة):

قام فريق العمل ببناء الموقع على المنصة الإلكترونية (Word Press) بحيث انه لا يحتاج إلى الكثير من البرمجة في الوقت الحالي هو فقط بحاجة لبعض التعديلات قام أعضاء الفريق بها ، و لكن سيكون هنالك حاجة كبيرة لمبرمجين بالمستقبل .

٤.٣.٦ معلومات الاتصال بالفريق :

يستعرض الجدول التالي أعضاء الفريق و معلومات الاتصال بهم:

الاسم الأول	الاسم الأخير	البريد الإلكتروني	رقم الهاتف	الدور في المشروع
إسراء	الجولاني	<a href="mailto:Israajolany@gmail.com">Israajolany@gmail.com</a>	0598399975	التعديل على الموقع و الإعلان عنه
ضحى	أبو شرار	<a href="mailto:duha.m.abusharar@gmail.com">duha.m.abusharar@gmail.com</a>	0568499527	تصميم واجهة الموقع و بناءه

بالشكل المطلوب				
اختيار القوالب و العلاقات العامة	0593036200 0	<a href="mailto:Jinan.hassoneh@gmail.com">Jinan.hassoneh@gmail.com</a>	حسونة	جنان

جدول ٤.٢ معلومات التواصل بالفريق

٤.٤.٧ الأوقات و الأيام المناسبة لمتابعة العمل :

العمل يتم على مدار ٢٤ ساعة و يفضل فريق العمل التواصل عن طريق رسائل الایمیل و المكالمات الهاتفية و الاجتماعات عند الضرورة .

٤.٤.٨ مسؤوليتنا في تصميم الموقع الإلكتروني:

قام فريق العمل بكمال العمل على الموقع بتاريخ [١-٦-٢٠٢٠] او وفقا لجدول زمني وهو :

تخطيط مسار العمل : [١-٣-٢٠٢٠]

تصميم : [٢٠-٣-٢٠٢٠]

التطوير : [١-٦-٢٠٢٠]

مسؤولية الفريق:

- حجز الاستضافة و النطاق من موقع ( . go daddy)
- جمع المعلومات ودراسة السوق الذي تم استهدافه.
- تصميم الموقع بالشكل المطلوب والذي تم التخطيط له مسبقا .
- عرض المنتجات بحيث تتناسب مع الفئة المستهدفة.
- كتابة تفاصيل المنتجات و المعلومات الخاصة بها وعرضها على الموقع .
- تصميم إعلان صوتي بحيث يقدم المشروع للفئة المستهدفة .
- الترويج على وسائل التواصل الاجتماعي و عمل صفحات على الوسيلة الأفضل .
- تصميم الشعار الخاص بالموقع .

#### ٤.٤.٩ الميزانية :

لا تتوفر لدينا ميزانيه مرنة بحيث يتم العمل على المشروع من قبل مجموعة من الطلبة المختصين في مجال التسويق الالكتروني و لدينا قدره محدده للإنفاق .

#### ٤.٤ تحديد النقاط الهامة في فترة عمر المشروع :

- فترة الاكتشاف الاجتماع والتخطيط الأولي أخذت هذه المرحلة ما يقارب الأسبوع لعمل على الفكرة بالشكل الدقيق و النهائي.
- كتابة الاستبيان و توزيعه وتحليل النتائج : حيث تطلبت هذه المرحلة أسبوعين من اجل تحليل النتائج والحصول على معلومات تحدد مسار المشروع
- اختيار اسم الموقع و حجز تطلب اختيار الاسم فترة ما يقارب الأسبوع نظرا لكون الاسم اول ما يلفت الانتباه للموقع و تم حجز الاسم بيومين .
- تصميم الموقع بالشكل المطلوب : تع هذه المرحلة مناهم المراحل في المشروع حيث تطلب تجهيزه ما يقارب ست أسابيع لوصوله إلى شكله النهائي .
- اختيار وفحص الموقع للتأكد من عمله : فقد قام فريق العمل على جعل أشخاص يستخدمون الموقع لمدة أسبوع لاكتشاف أي مشكلة وحلها قبل نشر الموقع .
- إطلاق الموقع الالكتروني و عمل ترويج له من خلال صفحات الموقع على مواقع التواصل الاجتماعي و اعمل إعلان صوتي للموقع .
- تسليم المشروع بتاريخ (٢٠٢٠/٦/١١).

#### ٤.٥ تحديد إل (WEB METRICS) التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق الموقع :

من الضروري جدا تفسير و تحليل الأحداث على الموقع الالكتروني الخاص بفريق المشروع من اجل محاولة فهم سلوك الزائرين للموقع ، وقد قام الفريق بتحديد اهم المقاييس المستخدمة:

#### ٤.٥.١ عدد مشاهدات الصفحة (PAGE VIEW):

يوضح نسبة الأشخاص الذين يقومون بعمل طلب مباشر للموقع من محرك البحث أو الرابط.

#### ٤.٥.٢ زائرين فريدين (: Unique visitors)

تحديد نسبة الزيارات المتكررة من كافة الزيارات ، كمية الزوار الذين يقومون بالعودة للموقع مرة أخرى من كافة الزيارات التي تمت لأول مرة .

#### ٤.٥.٣ الإحالات(: referrers)

تحديد مصادر الزيارات التي يتلقاها الموقع من اجل تحديد المكان الأمثل للحملات الترويجية.

#### ٤.٥.٤ محركات البحث الأكثر استخداما (: top search engines)

تحديد أكثر محركات البحث استخداما من بين كافة محركات البحث المستخدمة من الزائرين .للموقع ليتم زيادة الإعلانات عليها .

#### ٤.٥.٥ الكلمات المفتاحية الأكثر استخداما (: top key words)

الكلمات المستخدمة للوصول للموقع او أي محتوى فيه عند كتابتها على محرك البحث وهما يتم تحديد أكثر الكلمات استخداما من اجل التركيز على نوع الكلمات المحددة.

#### ٤.٥.٦ الصفحات الأخيرة التي غادرها الزبائن (: exit page)

تحديد أكثر الصفحات التي انتهت جلسة الزائرين بها و ساعد هذا في اكتشاف وجود مشاكل في بعض الصفحات التي يصعب الانتباه لها .

#### ٤.٥.٧ الصفحات الأولى للزبائن (: entrance page)

أول صفحة تظهر للزائر عند دخول الموقع .

#### ٤.٥.٨ معدل الارتداد (: bounce rate)

يحدد نسبة الأشخاص الذين قاموا ببدء الجلسة وإنهائها بنفس الصفحة وهو مقياس مهم جدا في تحديد وجود أخطاء بالموقع من حيث ترتيب الصفحة أو تصميمها أو عدم تمكنهم من الوصول لما يرغبون بسهولة أو بطء الموقع

#### ٤.٥.٩ معدل التحويل (: conversion rate)

هل قام الزائرين بالوصول للهدف الذي يريده أصحاب الموقع الالكتروني وهي الهدف الأساسي للموقع.

٤.٥.١٠ معدل الضغوطات على معدل المشاهدات (click through rate):

تجديد نسبة الأشخاص الذين قاموا بالدخول للموقع والقيام بما هو مطلوب أي الوصول للهدف من خلال الضغط على الإعلان عند طرحه في مكان ما ، يحدد فاعلية الإعلان .

٤.٥.١١ مصادر زوار الموقع الالكتروني (traffic source):

تحديد هل كافة الزيارات التي تقوم بدخول الموقع من فلسطين أو من دول أخرى ونسبة الزيارات من الإعلان من كافة الزيارات هل الزيارات من الفئة المستهدفة أو دولة مستهدفه .

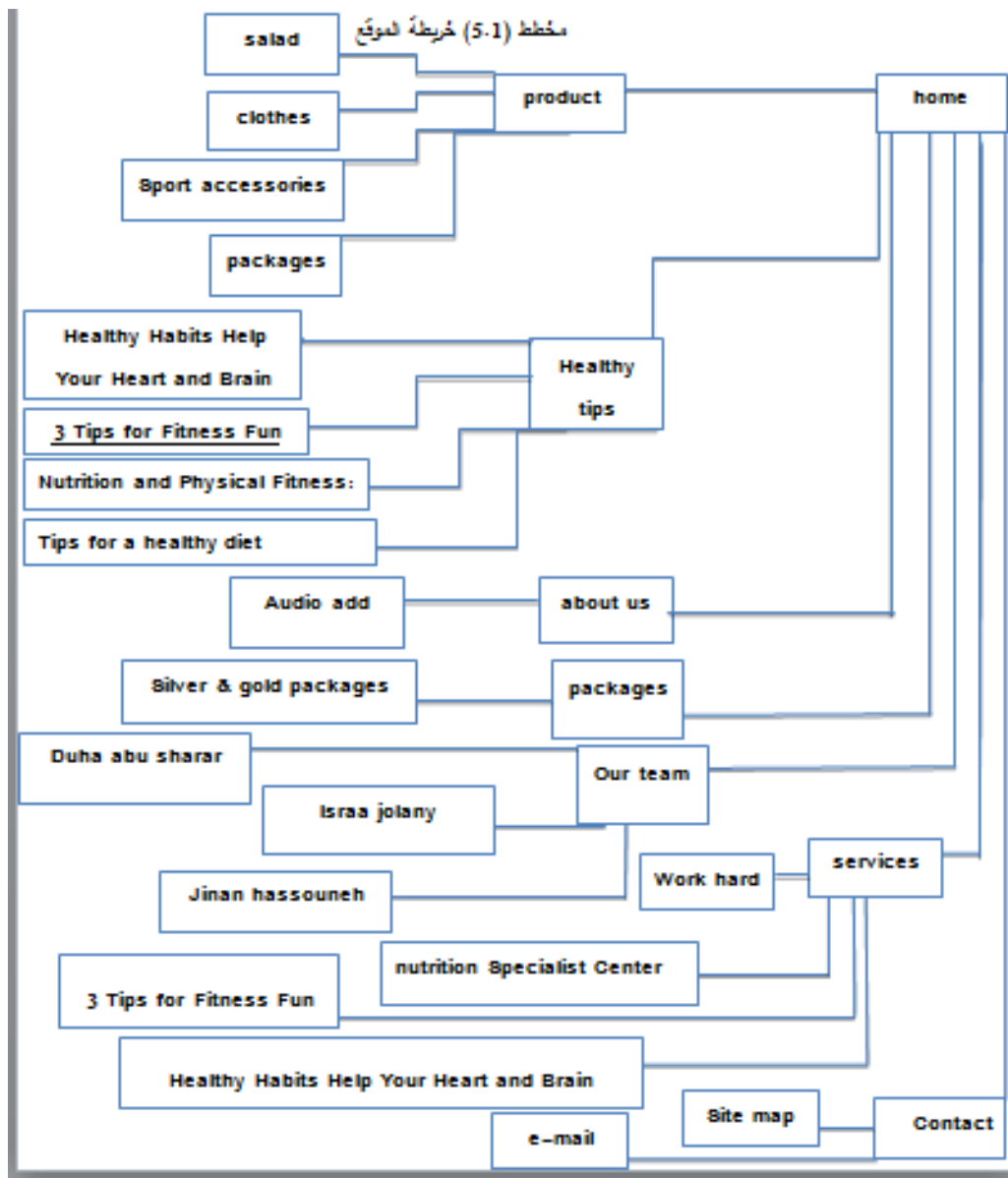
٤.٥.١٢ الصفحات الأكثر زيارة (top pages):

تحديد الصفحات الأكثر زيارة من كافة الصفحات و يمكن معرفة اهتمامات الزائرين من هذا القياس.

## الفصل الخامس

### ٥.١ بناء خريطة الموقع sitemap بشكلها النهائي:

تم تصميم خريطة الموقع والتعديل عليها بما يتلاءم مع احتياجات و متطلبات الزوار و الطريقة التي يفكرون فيها وهي على الشكل التالي:



## ٥.٢ وضع خطة بناء المحتوى و تجهيزه حسب استراتيجية: ROT

### (Redundant, Trivial)، Outdated،

تنص الاستراتيجية على أن هناك ثلاث أسس يجب أن يبنى عليها محتوى الموقع. وهي:

١. تجنب تكرار نفس المحتوى، حيث كل صفحة بالموقع يوجد معلومات ومحتوى مختلف
٢. حداثة المعلومات و المقالات و الأخبار بشكل مستمر، لكي لا يمل المستخدم
٣. ان يكون المحتوى مهم و غير سخي و نظرا للاهمية المحتوى في الموقع عمل الفريق على عمل استراتيجية المحتوى من اجل نشر محتوى تنطبق عليه شروط. تتمثل في الخطوات التالية:

(١) تحديد الهدف من المحتوى : بحث أن الهدف الأساسي للمحتوى هو جذب زبائن مهتمين بالموقع و المحتوى فيعد تحديد الفئة المستهدفة قمنا بتحديد أهداف المحتوى ، حيث حرصنا على وجود منتجات وخدمات تهم الفئات المستهدفة .

(٢) صياغة الأهداف بطريقة واقعية و قابلة للتطبيق والقياس و التركيز على أهم الأهداف حسب أولويتها بالنسبة للمشروع .

(٣) اختيار نوع المحتوى:

نوع المحتوى يجب أن يتناسب مع الفئة المستهدفة و لهذا قام الفريق بعمل استطلاع يعبر إن الزبائن كما يلي:

● هل لدى الزبائن وقت للقراءة؟ ، حيث تنوعت المقالات من قصيرة إلى طويلة

● هل يفضل الزبائن الصور أو الفيديو؟

هذه الأسئلة ستساعد بالوصول إلى نوع المحتوى المناسب و في مثل هذا الموقع يعتبر المحتوى المنذب بين صورة و

فيديو هو أفضل خيار لضمان ملائكته مع أذواق الزبائن.

(٤) تجهيز المحتوى :

النسبة الأكبر من المحتوى هي عبارة عن مقالات صحية و منتجات صحية مثل سلطات و ملابس رياضية و احذية و اكسسوارات رياضية و خدمة حساب الوزن المثالي و عروض.

(5)الترويج للمحتوى:

تتطلب هذه المرحلة وصول المحتوى الذي تم وضعه و التخطيط له الى فئة معينه وهي الفئة التي تم استهدافها لتحديد رغباتها بشكل مسبق ، وبعد ذلك سيكون الفريق لديه القدرة على ملاحظة الأثر بعد نشر المحتوى في الأماكن و الأوقات المناسبة للفئة المستهدفة و تم اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك،الانستغرام ،اللينكد إن) وسيلة لترويج المحتوى نظرا لوجود عدد كبير من الفئة المستهدفة عليها.

### ٥.٣ الكلمات المفتاحية المستخدمة في مختلف أقسام الموقع: KEY WORD

نستعرض في هذا الجيل الكلمات المفتاحية لكل صفحة من صفحات الموقع :

جدول رقم (٥.١) الكلمات المفتاحية

Navigation item name	KEY WORD الكلمات المفتاحية
home	Healthy , life , sport ,fit , to view , view ,to stay, the challenge , sport club ,happy life , club , provide , nutrition center , addition , shopping , happy , challenge , happy , easy , mtv the challenge , Boston sports club
products	Running shoes , running , shoes shop , life , healthy , men , salad , sport , Nike , Adidas , Nike shoes ,

	Nike outlet fashion , Nike store , best running shoes , food and sport .
healthy tips	Healthy ,healthy tips , tips fit , life , the challenge , easy , to stay , challenge , stay ,mysterious , in a mood , take the challenge , a mood , to start , stay healthy , refuse , happiness , eating healthy tips .
About us	Healthy , sport , life , view , to view , sport club , for sports , club , provide , nutrition's , centers , addition , shopping , to change , sport clothes , healthy meals , ready , change , program .
Out team	Team , our team , life , sport , Hebron ,western Asia , join our team , state of Palestine , meet , meet our team , countries , member .
Services	Center , specialist center , specialist , health nutritional health , nutritional , nutritional health center of the body , health center , the body , the center , the individual , beneficial bacteria , third floor , medical center , body , bacteria , helps , individual , helps , individual .
Contact us	Contact , life , sport , Hebron , ap human geography, human geography

packages	submit a request , request , submit , gym , Nuterihealth , silver package , silver , package , register , consultation , packages , life , contact, healthy , sport .
----------	--

#### ٥.٤ خطة المستندات و الوثائق و كيفية تتبعها :

تعد المستندات و الوثائق من أهم مصادر المعرفة بما تتضمنه من معلومات ، ومن المهم وضع خطة تهدف الى حفظ وتتبع المستندات والوثائق.

وسوف نعرض في الجدول التالي أسماء الملفات الداعم في كل صفحة من صفحات الموقع على حده.

#### جدول رقم (٥.٢) خطة المستندات القسم الاول

الشخص المسؤول	الصفحة	اسم الملف	موقع الملف
ضحى	الصفحة الرئيسية	Logo.png/hometoproduct.jpg vigitable.jpg	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/logo.png">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/logo.png</a> <a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/bg3.jpg">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/bg3.jpg</a>
إسراء	المنتجات	Adidas men's tracksuit.jpg/nike.jpg/Nike sport bag.jpg/pink gym bag. Jpg/pink Nike	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/adodasmen.jpg">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/adodasmen.jpg</a> <a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/pink_nike.jpg">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/pink_nike.jpg</a>

		shoes.jpg/fattoush salad.jpeg/Quinoa salad with chicken. Jpeg/Nike sportswear backpack.jpg/date salad. Jpeg/salmon salad.jpeg/	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/Ni_k">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/Ni_k</a>
جنان	نصائح عامة	AHABrainHealth.jpg/pexels-photo-3838389.jpeg/gallery-3. Jpeg /old-quarter-3_24241122582_o.jpg /	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/AHABrainHealth.jpg">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/AHABrainHealth.jpg</a> <a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/pexels-photo-3838389.jpeg">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/pexels-photo-3838389.jpeg</a>
ضحى	عن الموقع	Logo. Png / "audio". Released: 2020.mpeg	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/logo.png">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/logo.png</a> <a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/audio.mp3">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/audio.mp3</a>
إسراء	عن الفريق	Doha. Jpeg/ Israa. Jpeg/ Jinan. Jpeg.	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/06/f92de3c2-80c5-4fed-ad6e-">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/06/f92de3c2-80c5-4fed-ad6e-</a>

			<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/israa.jpg">5b215db130f6.jpg</a>
جنان	الخدمات	health. Png/ AHABrainHealth. Jpg pexels-photo-3838389.jpeg / I sport. Jpg	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/n.health.png">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/n.health.png</a> <a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/jbh.jpg">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/05/jbh.jpg</a>
ضحى	الباكيجات	*****'	*****
ضحى	تواصل معنا	Contact us. Jpg Iconmap. Png	<a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/06/1.jpg">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2020/06/1.jpg</a> <a href="http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/iconmap.png">http://www.efitlife.co/wp-content/uploads/2016/05/iconmap.png</a>

جدول رقم (٥.٣) خطة المستندات القسم الثاني.

تم عمل خطة المستندات و ما تحويه كل صفحه كم صفحات الموقع و نستعرض في الجدول التالي وصف كل صفحه من الصفحات على الموقع :

وصف الصفحة	اسم الصفحة
تحتوي الصفحة عن نبذة بسيطة عن ما يقدمه الموقع و بلوغ لقياس الوزن المثالي مقارنة مع الطول و الجنس .	الصفحة الرئيسية
تحتوي صفحة المنتجات على فئات الفئة الأولى السلطة (أغذية صحية) الفئة الثانية اكسسوارات رياضية مثل الأحذية و الملابس و الشنّت..	المنتجات
تحتوي الصفحة على مجموعة من المقالات الصحية التي تشجع الأشخاص على إتباع نمط حياة صحي	نصائح صحة
تتحدث الصفحة عن الموقع و ما يقدمه و الهدف من وجوده و إعلان صوتي.	عن الموقع
تحتوي الصفحة على فريق العمل و معلومات تواصل كل شخص	عن الفريق
تحتوي على الخدمات المقدمة بحيث تحتوي على صفحة مركز الصحة و النوادي الرياضية المرتبطة بالموقع و كيفية التواصل والتسجيل فيها .	الخدمات
تحتوي الصفحة على عروضات لمجموعة من الخدمات .	البكيجات
تحتوي هذه الصفحة على المعلومات اللازمة للتواصل و تسجيل الدخول.	تواصل معنا

٥. خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر محرك البحث الأمثل (SEO):

## (١) تهيئة الموقع داخليا لمحركات البحث: (on the page))

ان التحسين الداخلي لصفحات موقعنا الإلكتروني يعتبر أمر هام وأساسي في ظل المنافسة ، إذ عمل الفريق على التحسين داخليا من خلال التركيز على وضع محتوى جيد وغني بالمعلومات و عناوين ملفتة الانتباه ، وقام الفريق باستخدام صور و صور متحركة ونصوص جذابة لجعل الموقع أكثر حيوية، والعمل على تحسين سرعة الموقع من خلال ضغط الصور و جعلها اقل حجما مع الحفاظ على جودتها بالإضافة إلى إضافة نص بديل او كلمات توضيحية في حال عدم عرض الصورة ، كما تم تصميم الموقع بما يتلاءم مع الهاتف المحمول و وليس فقط أجهزة الكمبيوتر و ذلك بسبب الاستخدام الكبير جدا للهواتف و بالتالي يكون الموقع مهياً داخليا .

## (٢) تهيئة الموقع خارجيا لمحركات البحث (off the page )

تم العمل على تهيئة الموقع خارجيا من خلال تحسين سمعة الموقع و شهرته فكلما كانت سرعته أفضل كان ظهوره في نتائج البحث الأولى اسهل تم التركيز بدايتا على الكلمات المفتاحية بحيث تكون مناسبة للمحتوى الموقع وتستخدم من قبل الفئة المستهدفة أثناء البحث على محركات البحث . Google .  
وقد تم تحديد الكلمات المستخدمة بالموقع بشكل عام و لكل صفحه بشكل خاص باستخدام أداة (( word tracker

و يعمل الفريق على تحسين شهري و سمعة الموقع من خلال :

(١) الروابط الخارجية أو وجود روابط خاصة بموقعنا الإلكتروني في أماكن اخرى.

(٣) يقوم الفريق بالعمل على مواقع التواصل الاجتماعي وصفحة الفيس بوك باعتبارها المتحدث الرسمي عن

الموقع والتي تلعب دورا كبيرا في تحقيق الشهرة للموقع.

## ٥.٦ تصميم واجهات المواقع المختلفة ( design user experience )

تجربة المستخدم تهدف إلى تحسين تفاعل المستخدم (الفئة المستهدفة ) مع الموقع الإلكتروني من خلال تحسين البحث و اختيار التصميم المناسب والذي يتصف بسهولة الاستخدام و البساطة.

عمل فريق e-fit life على تطوير تجربة المستخدم من خلال إتباع استراتيجية خاصة بالمحتوى والشكل العام للموقع لتقديمه بالشكل الأنسب للاستخدام من قبل الزوار حيث تم البدء بتحليل الفئة المستهدفة و تحديد رغبتها ومتطلباتها من حيث السهولة في التعامل مع الموقع و الشكل الخارجي ، ودرجة ثراء و غنى المحتوى ، ووضع خطة لتلبية هذه الاحتياجات بالشكل الأمثل من خلال اختيار التصميم الأكثر تلاءماً مع متطلباتهم و تطوير العلامة التجارية الخاصة بالموقع. ولحظة دخول الزوار للموقع هي نقطة البداية لتجربة المستخدم بما تتضمنه من تفاعل و التركيز على هذه النقاط يعمل على زيادة وتحسين رضا وولاء زوار الموقع الالكتروني.

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

كما يقوم الفريق على متابعة التصميم التطوير للموقع و التأكد من تجاوبه و تفاعله مع الزوار بالشكل المطلوب والمخطط له و على جميع الأجهزة و يسعى الفريق إلى معالجة اي خلل قد يحصل بأقصر وقت ممكن لضمان ظهور الموقع بشكل ثابت للجميع و بدون أخطاء.

## الفصل السادس

### بناء تشغيل الموقع

#### ٦.١ صف لإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد

هنالك مجموعة إعدادات أساسية لتشغيل الموقع على النحو التالي :

١. حجز اسم النطاق (Domain name) وهو E FitLife.co عن طريق موقع (.Go Daddy)
٢. حجز مساحة المستضيف (Server) عن طريق موقع (.Go Daddy)
٣. تحميل تطبيق ورد بريس (. Word press)
٤. تصميم موقع عن طريق إضافة القالب المطلوب .

٥. تحميل الإضافات من أجل تحويل الموقع إلى موقع تجارة إلكترونية ( Woo commerce ).
٦. إضافة محتوى للموقع من خلال إضافة الصفحات ، القوائم الصور و غير ذلك . ومن ثم تخصيص قالب والموقع من خلال : إضافة و تغيير العنوان و الشعار ، إعداد الصفحة الرئيسية الثابتة ، و إعداد إضافة المنتجات للموقع .

## ٦.٢ وصف خطوات تحميل الموقع

أما تحميل الموقع فقد تم في عدة خطوات ، كما يلي :

١. إنشاء خريطة الموقع في ملف XML عن طريق موقع ( Sitemapdoc.com ) .
٢. إثبات ملكية الموقع عن طريق تحميل ملف HTML و بعد تحميل الملف على جهاز فريق العمل على رفعه إلى لوحة التحكم الخاصة بالموقع بالتالي تم إثبات ملكية الموقع .
٣. بعد إثبات الملكية تبدأ البيانات الخاصة بالموقع بالظهور .

## ٦.٣ تنفيذ الخطة الترويجية

بعد الانتهاء من تصميم الموقع الإلكتروني ، وقبل إطلاقه قام فريق العمل بعمل خطة ترويجية تسعر إلى التعريف الفئة المستهدفة بالموقع الإلكتروني من أجل تشجيعهم على استخدام الموقع الطلب من خلاله ، و إتاحة المعلومات الضرورية المتعلقة بخطوط المنتجات و طبيعة عمل موقع والخدمات التي يقدمها ، ثم اتفق الفريق على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتحقيق هذه الأهداف التي تم وضعها و ذلك بسبب الانتشار الكبير لهذه الوسائل ، حيث تم إنشاء الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ( Face book , Instagram , Linked in ) سيتم نشر الصور النصوص ومقاطع الفيديو و المحتويات الأخرى التي تجذب انتباه الجمهور والفئة المستهدفة .

## صياغة الخطة الترويجية

أولاً : تم تحديد الأهداف من الخطة الترويجية ، وهي النشر المعلومات الكافية عن الموقع الإلكتروني والخدمات التي يقدمها للفئة المستهدفة بشكل أولى من أجل تشجيعهم على زيادة زيارة الموقع الطلب من خلاله .

ثانياً : يسعى الفريق من خلال الخطة الترويجية إلى تحقيق الكثير من الزيارات للموقع خلال أول أسبوع من نشر الموقع وتلقي طلبات الشراء أيضا .

ثالثاً : تحديد قنوات التسويق الأنسب هي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل ( Face book , Instagram , Linked in ) بشكل أولي ومن ثم التوسع الاعتماد على النشرات الإعلانية .

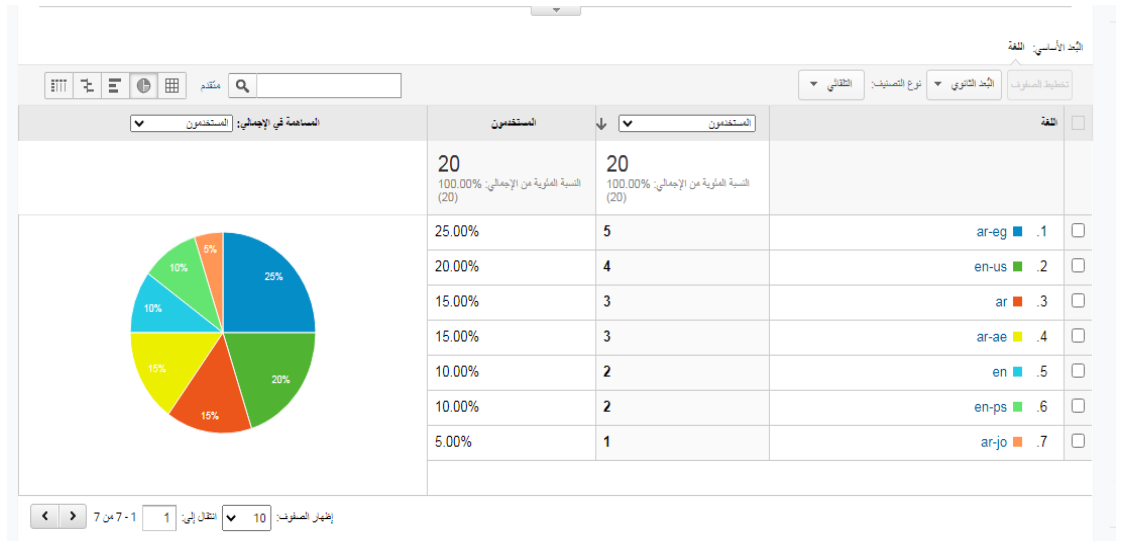
رابعاً : تحديد محتوى مناسب للجمهور المستهدف بالاعتماد على المعلومات التي تم جمعها في بداية المشروع من أجل جذب الزوار إلى الموقع .

خامساً : متابعة التقييم للحملة الترويجية من أجل التأكد من تحقيق الأهداف قياس مدى تأثير الحملة بالمقارنة مع الجهود التي تم بذلها .

#### ٦.٤ التقارير الخاصة بتقييم أداء الموقع حول (سلوك المستهلك ، الخريطة الحرارية)

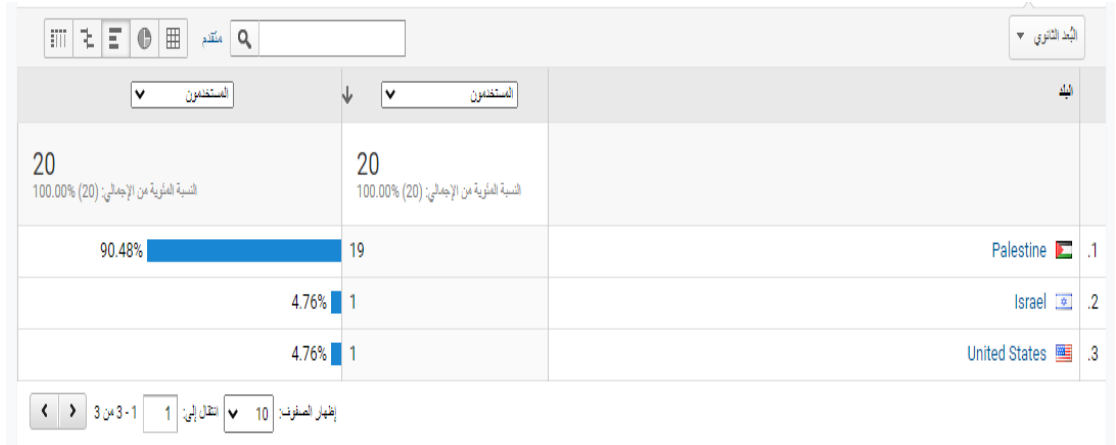
١. باستخدام تحليلات جوجل

بعد أن قمنا بربط الموقع مع تحليلات جوجل نشر الموقع ظهرت النتائج التالية :



شكل (٦.١) لغة المتصفح

٢٥% من زوار الموقع يستخدمون اللغة العربية في التصفح بحيث يقومون بتحويل لغة الموقع الانجليزية إلى العربية و ٢٠% يستخدمون الموقع باللغه الانجليزية.



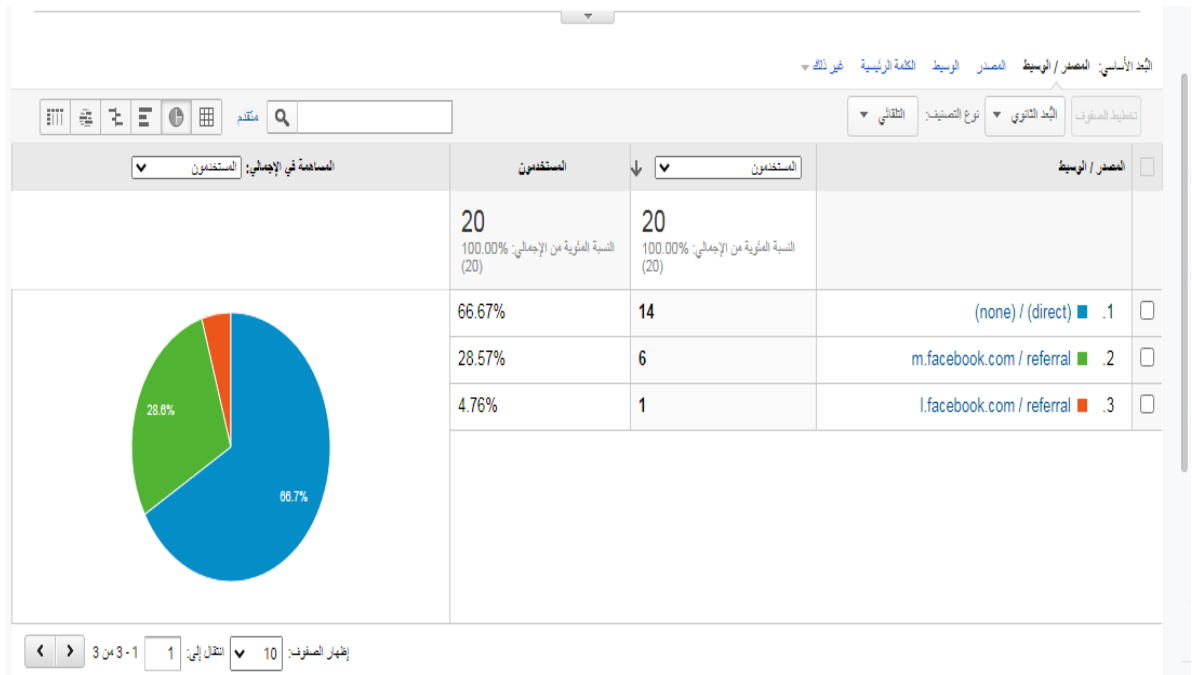
شكل (٦.٢) موقع الزائر

٩٠٪ من زوار الموقع كانوا من فلسطين بحيث انها الدولة المستهدفة لتقديم منتجاتنا و خدماتنا اما ٨٪ من الزيارات كانت من إسرائيل و الولايات المتحدة .

نوع الجهاز	الانقسام					
	الجلسات	النسبة المئوية للجلسات الجديدة	المستخدمون الجدد	الصفحات/الجلسة	متوسط مدة الجلسة	معدل الارتداد
	65.35% 35 في مقابل 101	26.94% 57.14% في مقابل 78.22%	74.68% 20 في مقابل 79	83.24% 2.60 في مقابل 4.77	143.01% 00:03:44 في مقابل 00:01:32	35.87% 53.47% في مقابل 34.29%
mobile .1	-52.11%	-27.86%	-65.45%	79.85%	165.21%	-34.06%
desktop .2	-97.14%	29.63%	-96.30%	523.76%	262.83%	-100.00%
tablet .3	-100.00%	-100.00%	-100.00%	-100.00%	-100.00%	-100.00%

شكل (٦.٣) الجهاز المستخدم عند زيارة الموقع

غالبية الزوار الموقع وقاموا بزيارته عن طريق الهاتف بنسبة ٥٧% في حين كانت نسبة من قام باستخدام جهاز الحاسوب بنسبة ٤٣% .



شكل (٦.٤) الوصول للموقع

غالبية الزوار الموقع الالكتروني قد وصلوا إليه بشكل مباشر من خلال كتابة الرابط الخاص بالموقع بنسبة ٦٦% في حين كانت نسبة الزوار الذين جاؤوا من خلال موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بنسبة ٣٤% .

الصفحة	مرات مشاهدة الصفحة	% مرات مشاهدة الصفحة
.1 /en/	60	35.93%
.2 /en/our-services/	9	5.39%
.3 /en/our-team/	9	5.39%
.4 /en/shop/	8	4.79%
.5 /en/about-us/	7	4.19%
.6 /en/product-category/salads/	7	4.19%
.7 /en/services/nutrition-specialist-center/	6	3.59%
.8 /en/healthy-tips/	5	2.99%
.9 /ar/	4	2.40%
.10 /ar/our-team/	4	2.40%

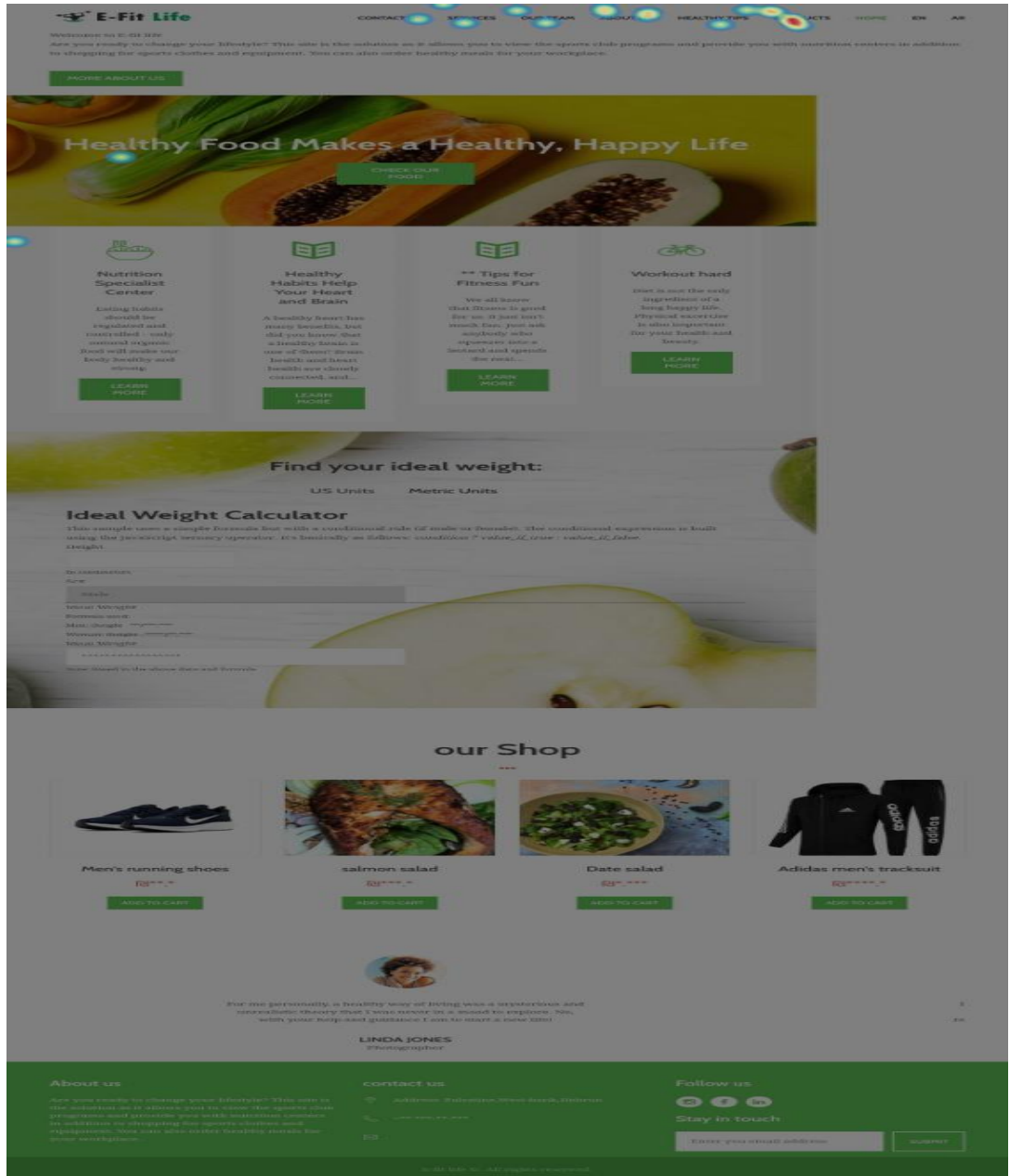
شكل (٦.٥) نسبة زيارة صفحات الموقع

كانت الصفحة الرئيسية باللغه النجليزيه في الموقع هي أكثر الصفحات التي تم الدخول إليها بنسبة ٣٦% في حين أن صفحة الخدمات في الموقع شكلت ما نسبته ٦% .

## ٢. باستخدام الخرائط الحرارية

بعد ربط الموقع في موقع الخرائط الحرارية Hot jar نشر الموقع ظهرت لنا النتائج التالية :

تركيز النقرات كان بشكل أساسي على المنيو للموقع الالكتروني و بالأخص تم النقر على المنتجات الموجودة في الموقع كما هو موضح بالشكل (٦.٨)



شكل (٦.٦) Clicks Heat map

كانت هذه من أهم التحليلات الإحصائية التي قمنا بالتوصل إليها من خلال تحليلات جوجل و الخرائط الحرارية ، التي سنعمل من خلالها على دراسة سلوك الزوار الموقع بحيث نتابع أي مشكلات قد تحدث من أجل تحديد سبب المشكلة العمل على حلها بشكل سريع في الوقت المناسب مما يؤدي إلى زيادة رضى الزوار عن الموقع الإلكتروني وبالتالي تحقيق نجاح أكبر من خلال الاستفادة من هذه النسب المهمة .

## الفصل السابع

### ٧.١ الاستنتاجات

قام فريق عمل (E Fit Life) في البداية بتجهيز استبيان من أجل الحصول على بعض النتائج لوضع الأهداف العامة و الانطلاق منها ، وقد توصل إلى الأفكار العامة لهذا المشروع والتي تم الانطلاق منها تطويرها حتى وصلت إلى ما هي عليه الآن ، فقد كانت نتائج الاستبيان الأساسية لما لها من دور كبير في تحديد آلية و طريقة تنفيذ المشروع من دور كبير في تحديد آلية تنفيذ المشروع من خلال تحديد الفئة المستهدفة ومتطلباتها أهمية هذا المشروع بالنسبة لها .

□ أغلب مجتمع الدراسة من الإناث مما دفع الفريق إلى التركيز على هذه الفئة العمل على تلبية احتياجاتها رغباتها في الموقع الإلكتروني لضمان الحصول على رضا الزبائن الحصول على نتائج التي تم التخطيط لها مسبقا .

□ أحد الاستنتاجات التي توصل إليها الفريق أثناء العمل : التركيز على الفيسبوك عند تنفيذ الخطة الترويجية ، ذلك بسبب استخدام في غالبية مجتمع الدراسة ، انتشاره في المجتمع المستهدف .

□ توصل فريق العمل إلى ضرورة توفير جميع الخيارات التي قد يحتاجها الزائر للموقع الإلكتروني . فمثلا : قام الفريق بتوفير خاصية الدفع عند الاستلام لمن لا يمتلك بطاقة الائتمان لضمان سهولة استخدام الموقع وجعله أكثر مرونة .

□ تم تصميم الموقع بحيث يتلائم مع الأشخاص الذين يفضلون تصفح الإنترنت عن طريق الهاتف المحمول ، وذلك بسبب الأشخاص الذين يفضلون استخدام الهاتف المحمول في التصفح .

□ تم تصميم الترجمة من اللغة الانجليزية إلى اللغة العربية و ذلك لمراعاة الزائرين و جعله أكثر مرونة و إيصال المعلومات بسهولة أكبر .

□ أما مستقبلا ، فسيتم تنفيذ و إنشاء تطبيق على الهاتف المحمول مع وجود أغلب المراكز الصحية و النوادي الرياضية وأخصائيين التغذية .

### ٧.٢ توصيات

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

- ضرورة التطوير المستمر في هذا المشروع، لأن هكذا نوع من المشاريع يتطلب تطوير مستمر واستخدام أحدث التقنيات التكنولوجية بما يتناسب مع احتياجات رغبات الفئة المستهدفة.
- من الضروري جدا البقاء على الاطلاع بجميع الأمور والتطورات و التغيرات التي تحدث بالقطاع .
- متابعة الجمهور المستهدف ، و التخطيط بشكل محكم من أجل تجنب المشاكل التي قد تحدث بالاختلاف تأثيرها على المشروع .
- من المهم جدا التفكير بالمستقبل أخذ بعين الاعتبار كيف سيكون الموقع الالكتروني بعد تجهيزه و إطلاقه من أجل تصور عملية إدارة الموقع و التحضير لها مسبقا ، و من الضروري الأخذ بعين الاعتبار الطريقة التي يفكر فيها الزوار بالموقع عند إجراء تعديلات أو تطويرات فيه.

### ٧.٣ الخطط تطويرية للمستقبل

- يسعى الفريق إلى جعل الموقع آمن جدا للحفاظ على سرية خصوصية معلومات المستخدمين من خلال استخدام خاصية أمان الموقع التي تقدمها شركة جوجل للحفاظ على معلومات زوار الموقع ومستخدميه .
- زيادة شهرة العلامة التجارية للموقع ، وزيادة المبيعات ومتابعة العمل فيه وتطويره مستقبلا من خلال توسيع قاعدة الجماهيرية ، توسيع نطاق المشروع للدول المجاورة مثل الأردن في حال نجاح الموقع و الوصول إلى الأهداف المخطط لها مسبقا .
- بناء شبكة وقنوات تواصل و إيصال خدمات خاصة بالمشروع من أجل توصيل المنتجات الى الزبائن في جميع أنحاء مدن فلسطين بشكل فعال .
- و من الخطط المستقبلية المهمة و هي إنشاء تطبيق الالكتروني تابع للموقع الالكتروني للهاتف المحمول للوصول إلى جميع المراكز الصحية من نوادي رياضية ، خدمات صحية ،أخصائيين التغذية ،وذلك للوصول إلى أكبر فئة في فلسطين الدول المجاورة .
- زيادة حجم المشروع من خلال تقديم منتجات متنوعة بشكل أكبر .

□ ملاحظة : لم يقم الفريق بوضع آليات واضحة من أجل تحقيق هذه الخطط المستقبلية في الوقت الحالي ،ولكن نسعى لدراسة الاستراتيجيات الأنسب لبناء هذه الآليات بعد التخرج.

#### المراجع :

- مركز المعلومات الوطني الفلسطيني (عدد النوادي الموجودة في الضفة الغربية/٢٠١٧ )
- الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني (عدد الأفراد الذين يعانون بالسمنة/٢٠١٧ )
- موقع معا الإخبارية (معدل زيادات الوزن و البدانة لدى الأطفال/٢٠١٨ )

● مقالات صحية

<http://learning.portal365.org/ar/articles/3151312-%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%88-%D9%85%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9#:~:text=%D9%85%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%AD%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D9%88%D8%B9,%D8%B3%D9%8A%D9%82%D9%88%D9%85%20%D8%A8%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%AA%D8%B1%D8%AD%20%D8%A3%D9%85%20%D9%84%D8%A7>

● موقع ويكيبيديا

)  
[https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A8%D8%A9\\_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A8%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85)

● موقع يعرض مقالات صحية (<https://www.cbs19news.com/story/41881772/healthy-habits-help-your-heart-and-brain>)

● موقع يعرض مقالات صحية (<https://www.webmd.com/fitness-exercise/features/3-tips-fitness-fun>)

)<https://www.helpguide.org/articles/healthy-eating/eating-well-as-you-age.htm>

● موقع خاص بالصور جودتها عالية (<https://unsplash.com/>)

المرفقات

الاستبيان

بسم الله الرحمن الرحيم

نرجو من حضرتكم الإجابة على هذا الاستبيان الذي يهدف لدراسة والتعرف على واقع الاحتياجات الصحية و السلوك البدني لأفراد المجتمع ، يعد من متطلب مشروع التخرج في جامعة بوليتكنك فلسطين ، علما بأن المعلومات سيتم معاملتها بسرية و خصوصية تامة لأغراض البحث العلمي .

أنثى

• الجنس : ذكر

• العمر :  26 - 16  27 - 37  38 - 48  49 فأكثر

• هل تقوم بمراقبة وزنك ؟

لا

نعم

• هل تقوم بمتابعة صحة غذائك ؟

لا

نعم

• هل تقوم بممارسة الرياضة في النوادي الرياضية او في البيت ؟



إذا إجابتك لا ؟

لا

نعم

• هل ترغب بالذهاب الى نوادي رياضية لممارسة الرياضة ؟

لا

نعم

• هل قمت من قبل بزيارة المراكز المتخصصة بالتغذية ؟

نعم  لا   تك لا ؟

• هل ترغب بزيارة المركز المتخصصة بالتغذية ؟

نعم  لا

• هل قمت من قبل بمتابعة تطبيقات او منصات الكترونية متعلقة بالصحة الجسم ؟

نعم  لا

• في حال توفر خدمات مرتبطة بالياقة الصحية و البدنية عبر الانترنت ، هل تفضل الحصول عليها الكترونيا ؟

نعم  لا

الحسابات التابعة للموقع E-FitLife على وسائل التواصل الاجتماعي :

فيسبوك



## E-Fit Life - إي فت لايف

Create Page @username

Send Message

Publish

Photo

Promote

View As



No Rating Yet • Health/Beauty • Hebron, West Bank

Home

Shop

Events

Posts

Reviews

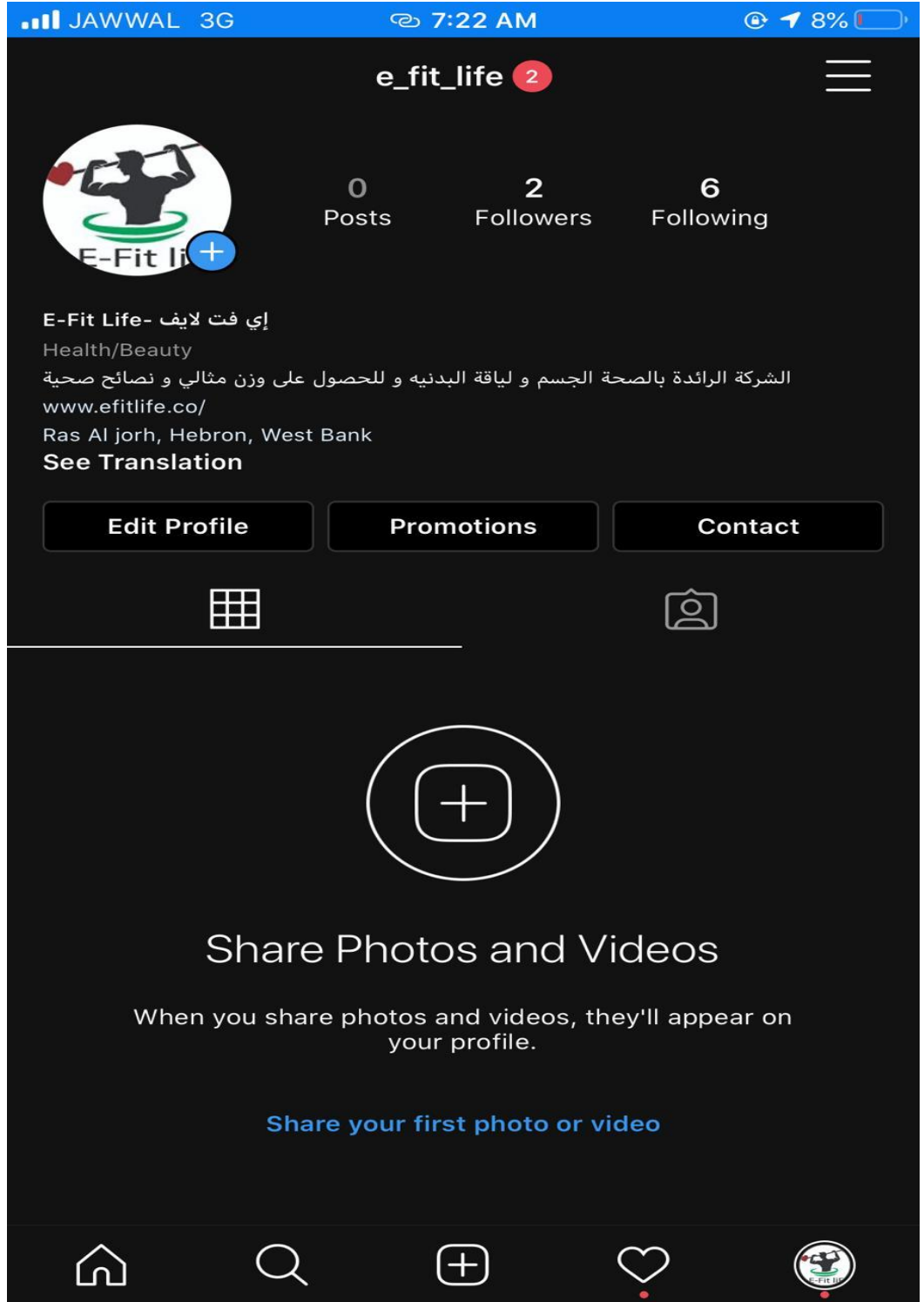
Photos



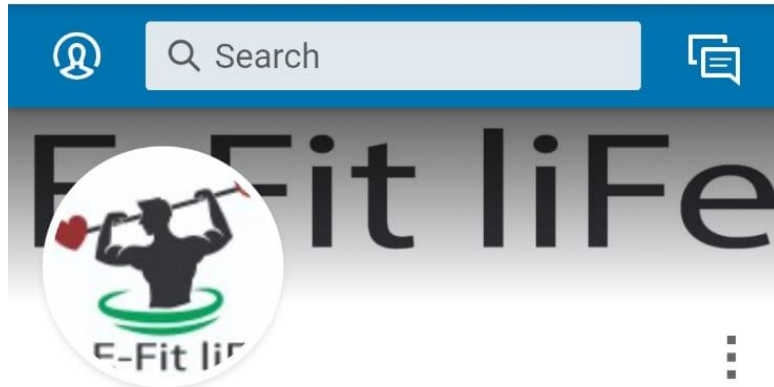
Create a post



انستقرام :



لينكد إن :



### E fitlife اي فت لايف

Owner at e fit life

e fit life

Palestinian Authority · 0 connections

**MESSAGE** **CONNECT**

#### Experience

**Owner**  
e fit life

#### Contact

**LinkedIn**  
<https://www.linkedin.com/in/e-fitlife--اي-فت-لايف-4-بa15351ab>