

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة بوليتكنك فلسطين
كلية العلوم الإدارية ونظم المعلومات
تسويق إلكتروني

موقع إلكتروني لشركة الماس

عمل الطالبات:

زينة قفيشة شهد الحرباوي مايا شيوخي ميس أبو عمر ندى أبو ميزر

بإشراف:

د.ديانا حسونة

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

مايو، ٢٠٢٣

جدول المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
4	الشكر والتقدير
5	الإهداء
6	الملخص
7	Abstract
8-14	القسم الأول:
8	مقدمة ونبذة عن التجارة الإلكترونية
9	مقدمة ونبذة عن الموقع
11	الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع الإلكتروني
12	مقومات نجاح الموقع الإلكتروني.
13	أهمية الموقع الإلكتروني
14	مميزات موقع إلماس
15-81	القسم الثاني:
16	مقدمة
17	بناء استراتيجية الموقع ال Canvas Mode
20	اسئلة الدراسة السوقية وتحليل نتائجها
31	تحليل المنافسين
74	Personas
75	تقنيات التكنولوجيا المستخدمة
77	خطة فحص الموقع الإلكتروني
78	تصنيف الموقع CMS or Static
79	اعداد استراتيجية مواقع التواصل الإجتماعي
80	استراتيجية ال content lead generation
82-86	القسم الثالث:
82	مقدمة
82	خطوات الحجز
85	نوع الموقع ومبررات اختياره
85	اسم النطاق ومبررات اختياره
86	مبررات استخدام مساحة الحجز

87-94	القسم الرابع:
87	المقدمة
88	أفراد العمل و دور كل فرد منهم و مبررات اختيارهم لكل البنود الواردة فيها
89	خطة التكاليف و السعر بشكل مفصل
90	المقترح الأولي للموقع Proposal بصيغة رسمية
92	Milestone
93	تحديد web metrics التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق المشروع
95-104	القسم الخامس:
95	المقدمة
96	وضع خطة بناء المحتوى و تجهيزه حسب استراتيجية ROT
98	خريطة الموقع sitemap
99	خطة الكلمات المفتاحية المستخدمة في مختلف أقسام الموقع
100	خطة المستندات
101	خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر محرركات البحث SEO
104	تصميم واجهات الموقع المختلفة – تجربة المستخدم
105-132	القسم السادس:
105	المقدمة
105	وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد
107	تحليل الموقع
108	الخطة التسويقية
120	تقييم أداء الموقع
133-134	القسم السابع:
133	المقدمة
133	الإستنتاجات
134	التوصيات
134	خطط التطوير المستقبلية
135	المراجع

الشكر والتقدير

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

ونتقدم بالشكر والتقدير للدكتورة ديانا حسونة التي تكرمت بالإشراف على هذا المشروع ،
وعلى كل ما قدمته لنا من دعم وتوجيه لإتمام هذا العمل كما هو ، ولها أسمى عبارات
الثناء والتقدير.

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

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

فريق المشروع

الإهداء

نهدي هذا العمل المتواضع إلى:
معلم البشرية ومنبع العلم نبينا وقدوتنا محمد عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم
وإلى الشهداء الأكرم منا جميعاً
وإلى الأسرى القابعين خلف القضبان
وإلى بلدنا التي نحب فلسطين
وإلى آبائنا وأمهاتنا وعائلاتنا الذين وقفوا بجانبنا
وإلى معلمينا الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة
وإلى أصدقائنا الأعزاء.

فريق المشروع

الملخص

يقدم هذا الملخص نبذة عن موقع متخصص في بيع مجوهرات الفضة في فلسطين. يتميز الموقع بإمكانية إرسال هدايا للأشخاص، مما يسمح للمستخدمين بإسعاد أحبائهم بسهولة ويسر. بالإضافة إلى ذلك، يوفر الموقع خيارات تخصيص المنتجات، مما يتيح للعملاء تعديل تصاميم المنتجات القائمة أو إنشاء تصاميم خاصة بناءً على اختياراتهم الشخصية. يتيح هذا المرونة للمستخدمين التعبير عن إبداعهم وخلق قطع فريدة حقًا. من خلال التركيز على مجوهرات الفضة عالية الجودة وإمكانية إرسال الهدايا وخيارات التخصيص، يهدف الموقع إلى تلبية تفضيلات واحتياجات العملاء المتنوعة في فلسطين، حيث قمنا بعمل هذه الدراسة بهدف معرفة سلوك وتوجهات وتفضيلات الناس، الشرائية، من أجل ان نعمل على تصميم الموقع وفق رغباتهم وتفضيلاتهم والمواصفات التي يرغبون بها، وهدف الدراسة الأساسي معرفة إذا كان موقعنا سيلقى إقبال من الناس أم لا.

الكلمات المفتاحية:

مجوهرات الفضة، بيع المجوهرات، التسوق عبر الإنترنت، هدايا، تصميم المنتجات، تخصيص المجوهرات، الابتكار، الإبداع، الجودة العالية، فلسطين.

Abstract

This abstract presents a specialized jewelry website in Palestine that focuses on selling silver jewelry. The website offers a unique feature of sending gifts to individuals, allowing users to conveniently surprise their loved ones. Additionally, the platform provides customization options, enabling customers to modify existing product designs or create their own personalized designs. This flexibility empowers users to express their creativity and create truly unique pieces. With its emphasis on quality silver jewelry, gift sending capabilities, and customization options, the website aims to cater to the diverse preferences and needs of customers in Palestine.

We conducted this study with the aim of understanding the consumer behavior, attitudes, and preferences in order to design the website according to their desires and preferences, and meet the specifications they are looking for. The primary objective of the study was to determine whether our website will be well-received by people or not.

Key words: silver jewelry, online jewelry store, gift delivery, customizable designs, personalized jewelry, innovation, creativity, high quality, Palestine.

القسم الأول:

- 1.1 مقدمة ونبذة عن التجارة الإلكترونية.
- 1.2 مقدمة ونبذة عن الموقع.
- 1.3 الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع الإلكتروني.
- 1.4 مقومات نجاح الموقع الإلكتروني.
- 1.5 أهمية الموقع الإلكتروني.
- 1.6 مميزات موقع إلماس .

1.1 مقدمة ونبذة عن التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي عبارة عن عملية البيع والشراء والتبادل التجاري التي تتم عبر الإنترنت. تعد التجارة الإلكترونية من أسرع وأكثر الطرق فاعلية للتجارة في العصر الحديث، حيث توفر وسيلة مريحة ومتاحة على مدار الساعة للأفراد والشركات للتعامل التجاري بسهولة من خلال الإنترنت.

تشمل التجارة الإلكترونية العديد من الأنماط والنماذج، بما في ذلك التجارة بالتجزئة الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية بين الأعمال (B2B)، والتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين (B2C)، والتجارة الإلكترونية الاجتماعية والتجارة الإلكترونية العالمية وغيرها. تعتمد جميع هذه الأنماط على استخدام الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات لإجراء العمليات التجارية والتواصل بين الأطراف المعنية.

فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية في فلسطين، فقد شهدت هذه الصناعة نموًا ملحوظًا في السنوات الأخيرة. توفر التجارة الإلكترونية فرصًا هامة للشركات والأفراد في فلسطين لتوسيع نطاق عملياتهم التجارية والتواصل مع العملاء داخل البلاد وخارجها. تمكن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والدفع الإلكتروني من تذليل بعض التحديات الجغرافية والاقتصادية وتحقيق رؤية أعمق وأوسع للتجارة في فلسطين.

تعتبر التجارة الإلكترونية في فلسطين فرصة هامة لتشجيع ريادة الأعمال وتنمية القطاع الخاص.

في السنوات الأخيرة، شهدت فلسطين زيادة في التوجه نحو التجارة الإلكترونية، حيث أصبحت هذه الصناعة أكثر انتشارًا وشيوعًا بين الأفراد والشركات. تعزى هذه التوجهات إلى عدة عوامل:

1. الوصول إلى المنتجات والخدمات: يعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة للوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، بغض النظر عن الموقع الجغرافي. يتمتع الأشخاص في فلسطين بإمكانية اختيار وشراء المنتجات من متاجر إلكترونية محلية وعالمية، مما يوفر لهم فرصة للحصول على المنتجات التي قد لا تكون متوفرة محليًا.
2. الراحة والملاءمة: يعد التسوق عبر الإنترنت أكثر راحة وملاءمة بالمقارنة مع التسوق التقليدي. يمكن للأشخاص في فلسطين تصفح المتاجر الإلكترونية واختيار المنتجات في أي وقت يناسبهم ومن راحة منازلهم. بالإضافة إلى ذلك، يتيح التجارة الإلكترونية القدرة على الشراء بضغطة زر واحدة وتوفير الوقت والجهد المرتبط بالتسوق التقليدي.
3. الثقة والأمان: تطورت تقنيات الأمان ووسائل الدفع الآمنة في التجارة الإلكترونية، مما زاد من ثقة الأشخاص في القيام بعمليات الشراء عبر الإنترنت. يتم توفير خيارات الدفع المألوفة مثل البطاقات الائتمانية وحسابات PayPal، مما يعزز الثقة ويحمي المعلومات الشخصية والمالية للمشتريين.
4. التوسع الرقمي: شهدت فلسطين نموًا في البنية التحتية.

أنواع المشتريات الأكثر رواجًا في السوق الإلكتروني:

المشتريات التي يتم شراؤها في السوق إلكترونيًا 63% منها عبارة عن ملابس وأحذية واكسسوارات، 21% منها مستحضرات تجميل، 20% سلع منزلية، 10% معدات خاصة بالحاسوب، والنسبة المتبقية هي لمشتريات أخرى.

1.2 مقدمة ونبذة عن الموقع:

وقد قمنا باختيار قطاع المجوهرات لانه يشهد اقبال كبير، لذلك قررنا بناء موقع إلكتروني خاص بالمجوهرات لمتجر فيزيائي (اسمه إلماس).

اسم الموقع: Elmas.ps
Slogan: إلماس بريق لا ينطفئ.

شركة إلماس شركة متخصصة في بيع المجوهرات وتضم العديد من العلامات التجارية العالمية المتخصصة في الفضة والساعات الثمينة . ولها عدة فروع (في تركيا وفلسطين) وتم افتتاح مقر فرع فلسطين بتاريخ 2019/8/8 في الخليل.

إلماس هو متجر للمجوهرات المصنوعة من الفضة، يقدم تشكيلة واسعة من الاكسسوارات لكلا الجنسين، ويوفر أيضًا منتجات مصممة خصيصًا للمناسبات الخاصة مثل الخطوبة. يوفر المتجر أيضًا خدمة تغليف الهدايا.

بهدف توسيع قاعدة زبائن شركة إلماس، قررت الشركة إنشاء موقع إلكتروني يقدم نفس الميزات المتوفرة في المتجر الفيزيائي، بالإضافة إلى مميزات إضافية. يهدف الموقع الإلكتروني إلى مساعدة العملاء في الوصول إلى قطع المجوهرات والساعات التي يفضلونها من العلامات التجارية العالمية والمحلية. يقدم الموقع الإلكتروني أيضًا تشكيلة واسعة من المجوهرات والاكسسوارات للنساء والرجال.

تشمل المجوهرات المتوفرة على الموقع قطعًا مصنوعة من الفضة، مثل العقود والخواتم والساعات والأقراط والأساور. بالإضافة إلى ذلك، يوفر الموقع إكسسوارات الشعر وأطقم المجوهرات للنساء. كما يوفر الموقع قطع مجوهرات للرجال، مثل العقود والخواتم والساعات والأساور. بالإضافة إلى ذلك، يوفر الموقع أيضًا اكسسوارات خاصة بالمناسبات.

بفضل الموقع الإلكتروني، يمكن للعملاء تصميم قطع مجوهرات خاصة بهم واختيار القطع التي يرغبون في إضافتها للتصميم.

يوفر الموقع أيضًا خدمة إرسال الهدايا لأي شخص في فلسطين، سواء كان المرسل داخل فلسطين أو في الخارج، وذلك عن طريق ميزة الدفع عن طريق المحفظة الإلكترونية. بالإضافة إلى ذلك، تستهدف شركة إلماس فئة تتألف من الشباب والنساء الذين يفضلون شراء الاكسسوارات المصنوعة من الفضة.

تشمل هذه الشريحة من العملاء الأشخاص الذين يعيشون في فلسطين، بالإضافة إلى الأشخاص الذين يقيمون خارج فلسطين ويرغبون في إرسال الهدايا إلى أشخاص في فلسطين.

من خلال توفير موقع "إلماس" الإلكتروني، تسعى الشركة لتوفير تجربة تسوق مريحة ومميزة للعملاء، حيث يمكنهم استكشاف وشراء المجوهرات والاكسسوارات التي يفضلونها بكل سهولة ويسر، بفضل القدرة على تصميم قطع مجوهرات خاصة وإمكانية إرسال الهدايا. ويجعل الموقع تجربة التسوق شخصية ومبتكرة

باختصار، يهدف موقع "إلماس" الإلكتروني إلى تلبية احتياجات العملاء من خلال توفير مجموعة متنوعة من المجوهرات والاكسسوارات المصنوعة من الفضة، وتوفير خدمات مريحة مثل تصميم القطع الخاصة وإرسال الهدايا. تسعى الشركة لجذب فئة مستهدفة تشمل الشباب والنساء في فلسطين وخارجها، الذين يرغبون في اقتناء الاكسسوارات المميزة وإبراز أناقتهم وفخامتهم من خلال قطع مجوهرات عالية الجودة.

1.3 الحاجة السوقية التي يغطيها الموقع الإلكتروني:

بعد الاطلاع على النتائج التي حصلنا عليها من جمع المعلومات، تمكنا من معرفة الحاجة السوقية للموقع:

1. لاحظنا أن الأشخاص يحتاجون صورًا واضحة للمنتجات.
2. يحتاج الزبائن إلى شرح مفصل عن كل منتج.
3. يهتم الزبائن بأن يكون سعر المنتجات ثابتًا وواضحًا للجميع.
4. نسبة كبيرة من الأشخاص يفضلون عمل تصاميم خاصة بهم.
5. إن الأشخاص يهتمون بالتصميم أكثر من العلامة التجارية.
6. من نتائج الاستبيان، نسبة كبيرة من الأشخاص تفضل ميزة إرسال الهدايا.
7. الأشخاص يفضلون استخدام الموقع ذو التصميم البسيط ويمكنهم رؤية تقييمات الأشخاص الآخرين.

1.4 مقومات نجاح الموقع الإلكتروني:

كل مشروع له أسباب ومقومات نجاح، فلا بد من وجود هذه المقومات لتزيد من فرص نجاح المشروع بغض النظر عن نوعه. بالنظر للموقع الإلكتروني الذي تم بناؤه، فإن مقومات نجاحه تتضمن:

- المتجر موجود فيزيائيًا وله زبائنه وسمعة تجارية جيدة ومعروف جدًا في مجاله.
- تصميم الموقع:
- الموقع بسيط وسهل الاستخدام ويسهل البحث عن المنتجات من خلاله، كما أن الألوان المستخدمة بالموقع مريحة للنظر. قمنا باستخدام اللون الأزرق الغامق الذي يدل على الثقة والفخامة، وقمنا أيضًا باستخدام اللون الأبيض الذي يدل على النقاء والسلام.
- التسويق:

يعتبر التسويق العنصر الأساسي لنجاح كل مشروع، وخاصة إذا كانت فكرة المشروع جديدة أو تخاطب الفئة المستهدفة بشيء جديد غير مسبوق. لذلك، لا بد من وجود خطط تسويقية تعمل على بناء صورة ذهنية إيجابية عن الموقع الإلكتروني، لتشعر الزبائن بالأمان والراحة أثناء استخدام الموقع. كما يجب التركيز على المزايا التنافسية التي يقدمها الموقع للفئة المستهدفة ولا يقدمها منافسوه. حيث يشعر الزبون بأنه مميز عند استخدامه للموقع. ومن هذه المميزات:

- إمكانية طلب تصميم خاص يصممه الزبون حسب طلبه.
- إمكانية طلب وإرسال الهدايا.
- توفر علامات تجارية محلية وعالمية.
- الدفع الآمن وحماية البيانات: يجب أن يتم توفير وسائل دفع آمنة وموثوقة على الموقع، مثل خيارات الدفع عبر البطاقات الائتمانية أو الباي بال. يجب أن يتم اتخاذ إجراءات أمان صارمة لحماية بيانات العملاء وضمان سرية وسلامة المعلومات الشخصية والمالية، ويجب أيضًا أن يتوفر به تقنية أمان عالية جدًا مثل توثيق العاملين بخطوتين (FA2).

- تنوع المنتجات وجودتها.
- خدمة دعم العملاء التي تجيب على استفسارات واحتياجات العملاء بسرعة واحترافية من خلال البريد الإلكتروني.
- تجربة شراء فريدة: ينبغي أن يسعى الموقع لتوفير تجربة شراء فريدة ومميزة للعملاء. يمكن تحقيق ذلك من خلال توفير خدمات مثل التصميم المخصص للمجوهرات والتعليقات الشخصية على الطلبات، وتقديم عروض خاصة وتخفيضات محدودة الوقت.

1.5 أهمية الموقع الإلكتروني :

تتمثل أهمية الموقع للمستخدمين في تقديم خيارات آمنة للعملية الشرائية، وذلك من خلال رؤية تقييمات الزبائن أو الأشخاص الذين خاضوا تجربة الشراء بشكل إلكتروني، بحيث يمكن الموقع الزبائن بتقييم الموقع من 1-5.

كما تتمثل أهمية الموقع في توسيع السوق المستهدف ليشمل الأشخاص خارج فلسطين وتيسير إرسال الهدايا في أي زمان ومكان من العالم إلى الأشخاص في فلسطين. كما يضم الموقع مجموعة كبيرة ومتنوعة من العلامات التجارية العالمية. ويقدم الموقع أيضًا خاصية تصميم المجوهرات بالشكل المفضل للمستخدم، ويوفر إمكانية إرسال الهدايا لأي شخص في فلسطين. وتتمثل أهمية الموقع أيضًا في سهولة استخدامه لتسوق المجوهرات وسرعة التسوق منه، حيث يوفر الموقع للمستخدمين وقتًا لأن تصميم الموقع سهل وبسيط وسريع. ويوجد رد سريع ودائم على البريد الإلكتروني.

1.6 مميزات موقع إلماس:

نود أن نعرض أبرز مميزات موقعنا الإلكتروني. يعتبر موقعنا وجهة متميزة لتجربة تسوق رائعة عبر الإنترنت. وفيما يلي بعض المميزات البارزة التي نقدمها:

1. يتوفر عمل تصاميم خاصة، سواء عن طريق إجراء تعديلات أو إضافات على التصميم الموجود، أو عن طريق رسم الفكرة المطلوبة من العميل، أو حتى بتحميل صورة تحتوي على التصميم المرغوب به مع الملاحظات المطلوب تنفيذها. يتم أيضًا تخصيص حجم الخاتم وطول سلسلة العقود وعرض الأسورة.
2. يتم تقديم خدمة إرسال الهدايا، حيث يتم سؤال المستلم إذا كان يرغب في استلام الهدية من المرسل أم لا، وبناءً على إجابته يتم قبول أو رفض الطلب.
3. تتوفر خدمة إرسال الرسائل القصيرة.
4. يتم تقديم خدمة الدعم من خلال البريد الإلكتروني.
5. يتم توفير ميزة الدفع عن طريق المحفظة الإلكترونية.
6. يتم استخدام نظام الحماية والأمان FA2، وهو نظام مصادقة يعزز أمان الحساب.

القسم الثاني:

2.1 مقدمة.

2.2 بناء استراتيجية الموقع ال Canvas Mode .

2.3 اسئلة الدراسة السوقية وتحليل نتائجها.

2.4 تحليل المنافسين.

2.5 .Personas

2.6 تقنيات التكنولوجيا المستخدمة.

2.7 خطة فحص الموقع الإلكتروني.

2.8 تصنيف الموقع CMS or Static.

2.9 اعداد استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي.

2.10 إستراتيجية content lead generation .

2.1 مقدمة:

في هذا الفصل، سنقدم شرحًا لنموذج الأعمال الخاص بموقع Elmas ، وهو موقع إلكتروني لبيع المجوهرات، بالإضافة إلى تسليط الضوء على المزايا الفريدة التي يقدمها الموقع. سنقوم أيضًا بإجراء دراسة سوقية لاستطلاع آراء العملاء حول هذه المنصة ومدى استجابتهم لها.

2.2 بناء استراتيجية الموقع ال Canvas Model:

قطاعات السوق (Market Segmentation):

1. الرجال الذين يفضلون شراء المجوهرات من الفضة وأيضًا يفضلون التسوق بشكل إلكتروني.
2. النساء اللاتي يفضلن شراء المجوهرات من الفضة وأيضًا يفضلن التسوق بشكل إلكتروني.
3. الأشخاص داخل فلسطين الذين لا يملكون وقتًا ويفضلون الشراء بشكل إلكتروني.
4. الأشخاص خارج فلسطين الذين لديهم معارف في فلسطين ويرغبون في إرسال هدايا لهم.
5. الأشخاص داخل فلسطين الذين لديهم معارف ويرغبون في إرسال هدايا لهم.

تقسيم السوق (Market Segments):

- لقد قمنا بتقسيم السوق استنادًا إلى العوامل التالية:
- العوامل الديموغرافية:
 - الجنس (إناث وذكور).
 - العوامل الجغرافية:
 - الأشخاص داخل وخارج فلسطين.
 - التقسيم النفسي (السلوكي):
 - الأشخاص المهتمين بشراء الفضة عبر الإنترنت.
 - الأشخاص المهتمين بتصميمات خاصة بهم.
 - الأشخاص الذين يرغبون في إرسال هدايا.

استهداف السوق (Targeting):

نستهدف الرجال والنساء في فلسطين الذين يفضلون شراء المجوهرات وإرسال الهدايا بشكل إلكتروني، بالإضافة إلى الأشخاص خارج فلسطين الذين يرغبون في إرسال هدايا لأشخاص داخل فلسطين.

العلاقات مع الزبائن (CRM):

1. سيتم استخدام برنامج متخصص لتسجيل قاعدة بيانات لكل زبون. سيتم إرسال كوبونات خصم خاصة للزبون الذي يقوم بالشراء بشكل متكرر.
2. سيتم إرسال بريد إلكتروني خاص بعد كل عملية شراء للزبون ليتمكن من تتبع عملية الشراء.
3. سيتم إرسال بريد إلكتروني خاص لإعلام الزبون باتمام طلبه.
4. سيتم مراجعة التعليقات والتغذية الراجعة على الموقع لمحاولة تحسينه بشكل مستمر.
5. يمكن أيضًا إرسال رسائل نصية (SMS) للزبائن عند اتمام طلبهم.

القنوات (channels):

1. الموقع الإلكتروني.
2. وسائل التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام، فيسبوك وواتساب.

القيمة المقدمة (value proposition):

1. يتيح الموقع تصميم قطع مجوهرات حسب رغبة كل زبون، بالإضافة إلى إمكانية إرسالها كهدايا.
2. تسوق للعلامات التجارية العالمية والمحلية عبر الإنترنت.
3. سيتم تغليف الهدايا بشكل جذاب والمحافظة على سلامة المنتج أثناء التوصيل.

الأنشطة الأساسية (key activities):

1. حجز اسم النطاق وهو elmas.ps.
2. حجز الاستضافة.
3. قمنا باختيار نظام إدارة المحتوى (CMS) بدلاً من ووردبريس، لأن نظام إدارة المحتوى يسمح بعمل الوحدات الإضافية (modules) بشكل أفضل من الإضافات في الوردبريس، وذلك لتجنب تعارض بعض الإضافات أحياناً.
4. قمنا بتنزيل نظام إدارة المحتوى (CMS) المجاني.
5. نقوم بتثبيت نظام إدارة المحتوى المناسب لموقع المجوهرات وإضافة الوحدات الإضافية التي نحتاجها في موقعنا.
6. قمنا بإنشاء شهادة أمان (SSL) لتأمين الموقع.
7. قمنا بتصميم موقع جذاب، حيث يعتبر تصميم موقع الشركة هاماً للغاية لأن الكثير من الأشخاص يستنتجون مصداقية الشركة من تصميم موقعها. إذا كان التصميم سيئاً وغير احترافي، فقد يعتبر الناس الشركة غير موثوقة. على العكس من ذلك، إذا كان التصميم جميلاً وجذاباً، فسيكون لديهم انطباع إيجابي حول احترافية أصحاب الموقع واهتمامهم.
8. حرصاً على توفير تجربة ممتعة ومميزة للمستخدمين، قمنا بتصميم الموقع ببساطة وعدم إضافة العديد من الصور والوسائط. كما قمنا بجعل الموقع متجاوباً، مما يعني أنه سيظهر بشكل جيد على أي حجم شاشة يستخدمه الزائر. كما جعلنا الموقع سهل التصفح، بحيث يستطيع الزائر الوصول إلى أي مكان في الموقع بسهولة وبخطوات قليلة. سنقوم أيضاً بالترويج لموقعنا من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والاعلانات.

الموارد الأساسية (Key resources):

1. الموارد المالية (رأس المال).
2. الموظفين.
3. المواد الخام (مثل الفضة والمواد اللازمة لتصنيع المجوهرات).
4. المصممين.

الشركاء الرئيسيين (Key partners):

1. مصممو قطع المجوهرات.
2. الموردون الذين سيزودوننا بالمواد الخام اللازمة لتصميم المجوهرات.
3. شركة التوصيل.

تدفق الإيرادات (Revenue streams):

1. مبيعات المنتجات عبر المتجر في الموقع الإلكتروني.
2. خدمة تصميم تصاميم خاصة.
3. إيرادات الإعلانات على الموقع الإلكتروني.

هيكل التكاليف (Cost structure):

- تم الحصول على هذه التكاليف بعد الاستفسار والبحث وتقييمها.
1. تكاليف حجز اسم الموقع (نطاق) بقيمة 35 دولار لمدة سنة.
 2. تكاليف الترويج بقيمة 100 دولار.
 3. تكاليف المبرمجين والموظفين بقيمة 600 دولار.
 4. تكاليف حجز الاستضافة بقيمة 71 دولار لمدة سنة.
 5. تكاليف إجراء الدراسة السوقية بقيمة 20 دولار.

2.3 الدراسة السوقية وتحليل النتائج:

المنهجية المتبعة بالبحث:

قمنا بإجراء هذه الدراسة بهدف معرفة سلوك وتوجهات وتفضيلات الناس الشرائية، لكي نتمكن من تصميم الموقع وفقاً لرغباتهم وتفضيلاتهم والمواصفات التي يرغبون فيها. والهدف الأساسي للدراسة هو معرفة ما إذا كان موقعنا سيحظى بإقبال من الناس أم لا.

لقد استخدمنا استبياناً يحتوي على أسئلة متنوعة، بما في ذلك الأسئلة المغلقة والمفتوحة والقياسية. تم نشر الاستبيان عن طريق عمل إعلان ممول لكي نصل بدقة إلى الفئة المستهدفة.

The image shows a survey form titled 'Elmas' with a purple header. The form includes a description in Arabic: 'موقع Elmas يساعدك على الوصول إلى قطع المجوهرات (الفضة) التي تفضلها من العلامات التجارية العالمية والمحلية، كما أن الموقع يمكنك من إرسال هدية لأي شخص في فلسطين'. Below the description, there is a red asterisk and the word 'Required'. The form has two main sections: 'الجنس *' (Gender) with radio buttons for 'ذكر' (Male) and 'أنثى' (Female), and 'العمر *' (Age) with radio buttons for '3-18' and '19-30'. At the bottom of the form, there is a 'Boost again' button. Below the form, there is a 'See Insights and Ads' link and a 'Like' button with a thumbs-up icon. The 'Like' button shows a count of 100. There are also 'Comment' and 'Share' buttons with their respective icons.

اسئلة الدراسة وتحليل نتائجها:

Crosstabulation الجنس * العمر

Count

		العمر				Total
		١٨-٣٠	٣١-٤٥	٤٦-٦٥	٦٦ فما فوق	
الجنس	أنثى	251	17	5	0	273
	ذكر	91	4	8	1	104
Total		342	21	13	1	377

لقد قمنا باستخدام برنامج SPSS لتحليل نتائج الاستبيان وقد كان أغلب جمهورنا من الإناث اللواتي تتراوح أعمارهم من 18-40 سنة، وأقل نسبة الإناث اللواتي أعمارهن أكبر من 66 عام فقد كانت 0%، وأن أكثر الذكور الذين سوف يستخدمون لموقعنا هم الذين تتراوح أعمارهم من 18-30 عام، أيضاً وهم ثاني أكبر نسبة لجمهورنا بعد النساء من نفس الفئة العمرية .

Crosstabulation مكان الإقامة * العمر

Count

		العمر				Total
		١٨-٣٠	٣١-٤٥	٤٦-٦٥	٦٦ فما فوق	
مكان الإقامة	أريحا	4	1	0	0	5
	الخليل	191	8	2	0	201
	الداخل الفلسطيني المحتل	16	0	0	0	16
	القدس	15	0	0	0	15
	بيت لحم	19	2	1	0	22
	جنين	12	0	4	0	16
	رام الله	28	7	1	1	37
	سلفيت	6	0	1	0	7
	طوباس	5	0	1	0	6
	طولكرم	12	2	2	0	16
	قلقيلية	4	0	1	0	5
	نابلس	30	1	0	0	31
Total	342	21	13	1	377	

أكبر نسبة من جمهورنا كانت من الخليل وتليها مدينة نابلس وتليها رام الله وأقل نسبة كانت من قلقيلية وأريحا وهذا يوضح لنا أنه سيتوجب عمل جهد إضافي في استهداف الناس بهذه المناطق أكثر من الخليل على سبيل المثال، وأكثر فئة عمرية بكل هذه المدن كانت من (18-30).

Crosstabulation مكان الإقامة * الجنس

Count

مكان الإقامة	الجنس		Total
	أنثى	ذكر	
أريحا	4	1	5
الخليل	147	54	201
الداخل الفلسطيني المحتل	15	1	16
القدس	12	3	15
بيت لحم	17	5	22
جنين	9	7	16
رام الله	27	10	37
سلفيت	2	5	7
طوباس	1	5	6
طولكرم	13	3	16
قلقيلية	3	2	5
نابلس	23	8	31
Total	273	104	377

أكبر نسبة من جمهورنا كانت من الخليل بالنسبة للذكور والإناث وبجميع المناطق الأخرى بفلسطين كانت نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور بفارق كبير.

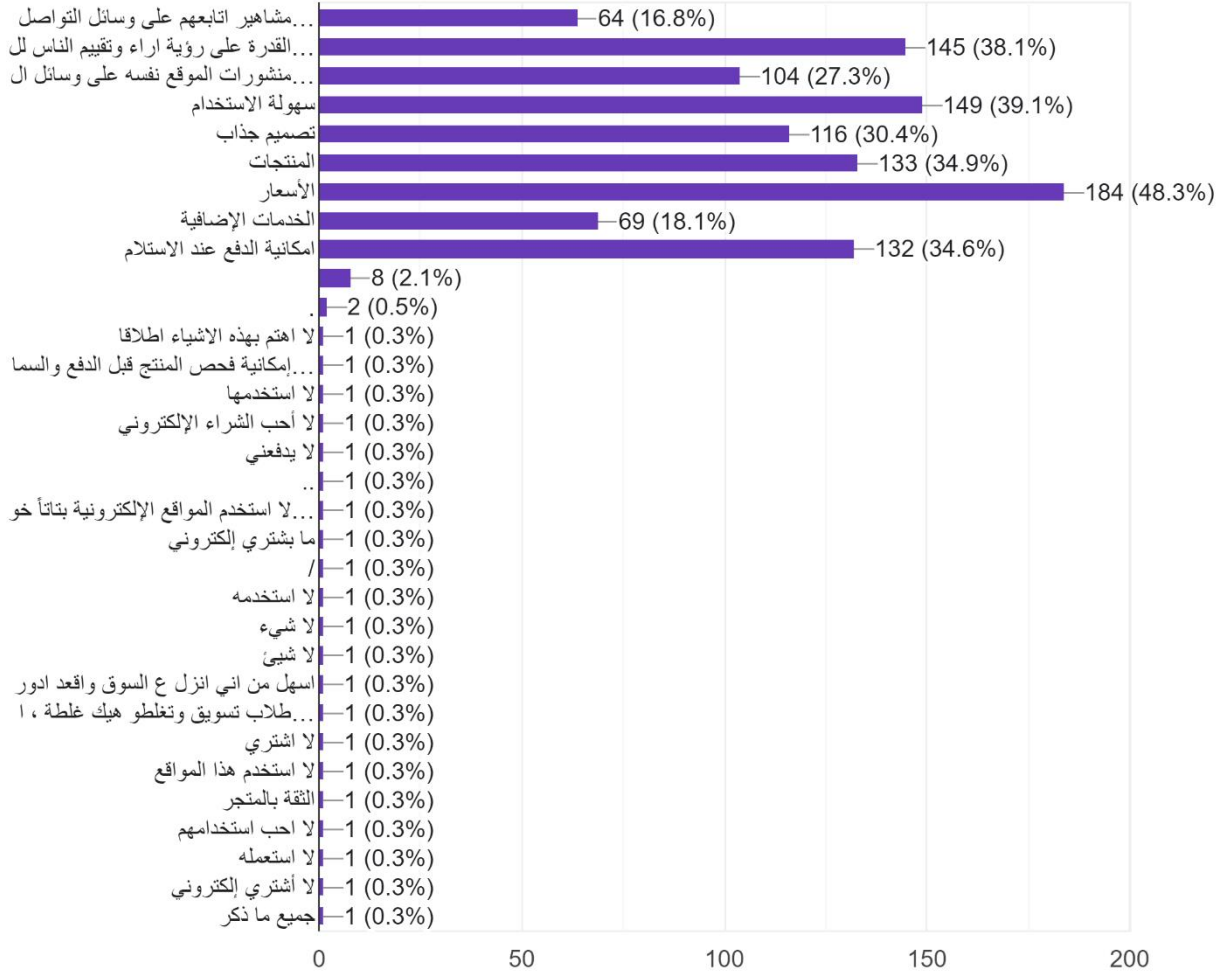
Crosstabulation مكان الإقامة * شراء المجوهرات بشكل إلكتروني

		شراء المجوهرات بشكل إلكتروني				Total
		أبدأ	أحياناً	دائماً	نادراً	
مكان الإقامة	أريحا	0	4	0	1	5
	الخليل	16	41	83	61	201
	الداخل الفلسطيني المحتل	0	3	8	5	16
	القدس	2	6	1	6	15
	بيت لحم	4	6	5	7	22
	جنين	5	6	4	1	16
	رام الله	1	7	22	7	37
	سلفيت	2	3	1	1	7
	طوباس	4	1	1	0	6
	طولكرم	3	2	4	7	16
	قلقيلية	0	2	1	2	5
	نابلس	6	4	14	7	31
	Total	43	85	132	117	377

النسبة الكبرى من سكان الخليل ورام الله ونابلس تفضل أن تقوم بعمليات شراء المجوهرات بشكل إلكتروني فممكّن أن نتوجه لهم في البداية. وبكل المناطق لاحظنا تفضيل الناس لعمليات التسوق الإلكتروني باستثناء طوباس. كما أظهرت نتائج الاستبيان أن الناس يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لشراء المجوهرات بالدرجة الأولى ثم يليها استخدام المواقع الإلكترونية والنسبة الأقل هم الذين يفضلون استخدام التطبيقات، وهذا يدلنا على أهمية استهداف الناس من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

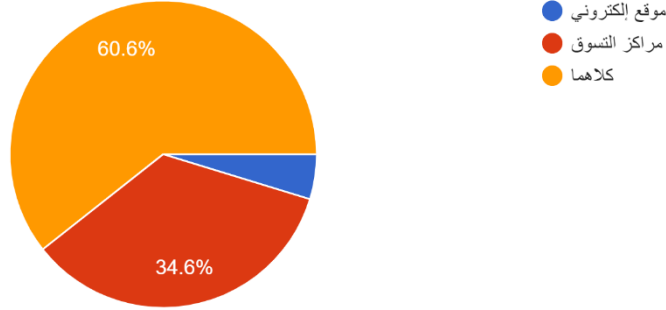
ما الذي يدفعك لاستخدام موقع إلكتروني ما؟

381 responses



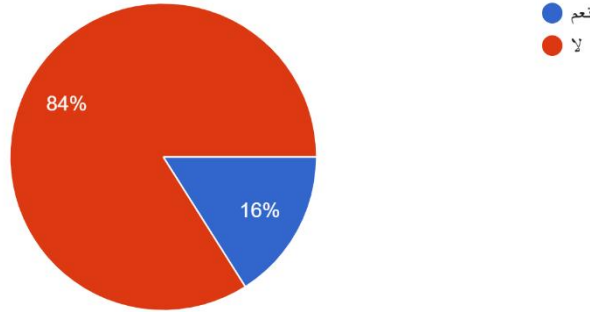
كما وأظهر لنا الاستبيان أن النسبة الكبرى من الناس تفضل رؤية الأسعار بالموقع، كما يفضلون أن يكون سهل الاستخدام وأن الموقع يمكنهم من رؤية آراء الناس. وهذا أثر على استراتيجتنا فقمنا بجعل الأسعار ظاهرة بالموقع كما ووفرنا شرح مفصل عن كل منتج وجعلنا من الممكن للأشخاص رؤية آراء وتقييمات الأشخاص الآخرين.

هل تفضل شراء الهدايا عن طريق
381 responses



كما قمنا بسؤال الناس عن طريقة التسوق التي يفضلونها لشراء الهدايا فكان إجابة معظم الناس أنهم يفضلون شراء الهدايا من مراكز التسوق والمواقع الإلكترونية بحد سواء. وهذا لم يعارض استراتيجيتنا التسويقية لأن إلماس موجود بشكل فيزيائي وبشكل إلكتروني.

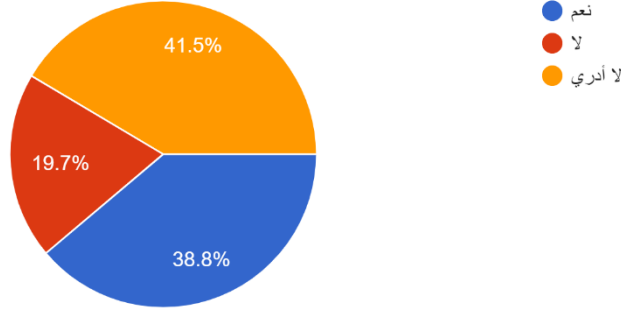
هل سبق وان استخدمت موقع الكتروني للمجوهرات لإرسال هدية؟
381 responses



كانت النسبة الأكبر لم تستخدم موقع إلكتروني من قبل لإرسال هدية لأننا استهدفنا بدارستنا السوقية الناس بفلسطين وهذه الخاصية لم تتوفر إلى الآن في أي من مواقع المجوهرات في فلسطين. وهذا جعلنا نقوم بتصميم خدمة إرسال الهدايا بشكل بسيط وواضح للمستخدم.

هل تفضل عمل تصاميم مجوهرات خاصة بك من خلال المواقع الإلكترونية؟

381 responses



أظهر الاستبيان أن نسبة كبيرة من الناس يفضلون عمل تصاميم خاصة بهم . وهذا جلنا نقوم بوضع العديد من الخيارات للتصاميم الخاصة كي نساعد الزبائن بتلبية جميع احتياجاتهم ، سواء بالتعديل على المنتج أو الإضافة عليه أو عمل تصاميم جديدة.

العمر * عمل تصاميم مجوهرات من خلال المواقع الإلكترونية

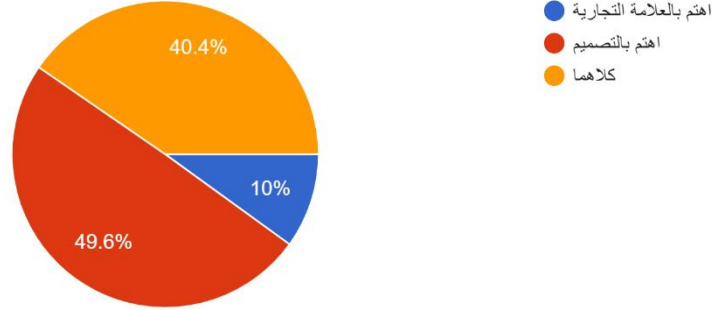
Crosstabulation

		عمل تصاميم مجوهرات من خلال المواقع الإلكترونية			Total
		لا	لا أدري	نعم	
العمر	١٨-٣٠	61	142	139	342
	٣١-٤٥	7	9	5	21
	٤٦-٦٥	6	4	3	13
	فما فوق ٦٦	1	0	0	1
Total		75	155	147	377

النسبة الأكبر من الناس الذين يفضلون عمل تصاميم خاصة بهم هم من فئة الشباب، وهم الفئة التي تفضل أن تواكب التطور أكثر من غيرها وفقاً للدراسات.

هل تهتمك العلامة التجارية للمجوهرات ام تهتم أكثر بأن يكون التصميم جذاب

381 responses



النسبة الأكثر من الناس يهتمون بالتصميم أكثر من العلامات التجارية .
وهذا جعلنا نوفر الميزتين في موقعنا ،ونركز أكثر على التصميم والتصاميم الخاصة.

Crosstabulation الاهتمام بالعلامة التجارية للمجوهرات او يكون التصميم جذاب * الجنس

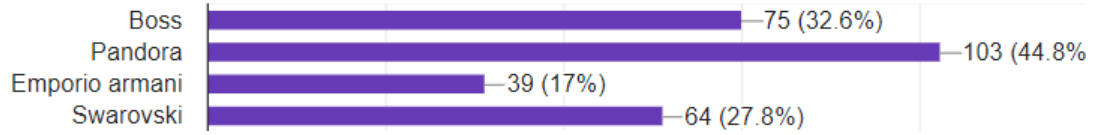
Count

		الجنس		Total
		أنثى	ذكر	
اهتم بالتصميم	الاهتمام بالعلامة التجارية للمجوهرات او	141	48	189
اهتم بالعلامة التجارية	بكون التصميم جذاب	22	16	38
كلاهما		110	40	150
Total		273	104	377

كما يظهر بالنسب الموضحة لدينا فإن الذكور أكثر اهتماماً بالعلامات التجارية من الإناث
فالإناث يهتمون بالتصميم أكثر من العلامات التجارية .

إذا كانت اجابتك اهتم بالعلامات التجارية العالمية الخاصة بالمجوهرات ما العلامة التجارية التي تفضل التسوق منها؟

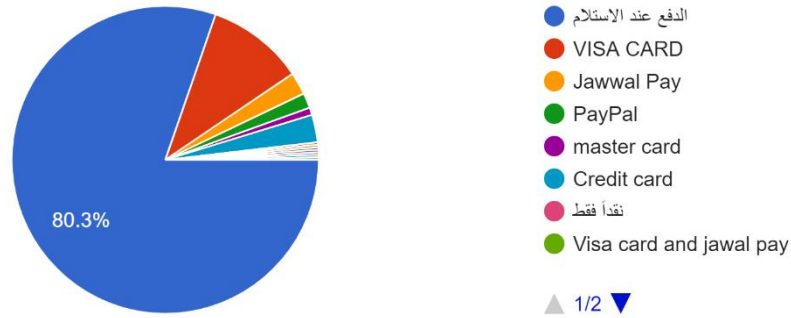
230 responses



كما وسوف نوفر بالموقع الإلكتروني خيارات من العلامات التجارية التي يفضلونها الناس.

ما هي طريقة الدفع التي تفضل استخدامها؟

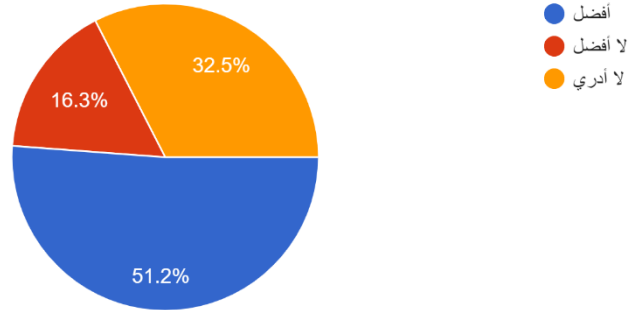
381 responses



الناس تفضل خيار الدفع عند الاستلام لكن نظراً لوجود خاصية إرسال هدية فكانت الطريقة المثلى الدفع عن طريق المحفظة الإلكترونية .

هل تفضل استخدام موقع يساعدك الى الوصول لقطع المجوهرات (الفضة) التي تفضلها من العلامات التجارية المحلية والعالمية، كما ان الموقع يمكنك من ارسال هدية لأي شخص في فلسطين؟

381 responses



كانت النسبة الكبرى من الأشخاص تفضل ميزة إرسال الهدايا وبناء على ذلك فإن موقعنا يوفر هذه الميزة.

2.4 تحليل المنافسين:

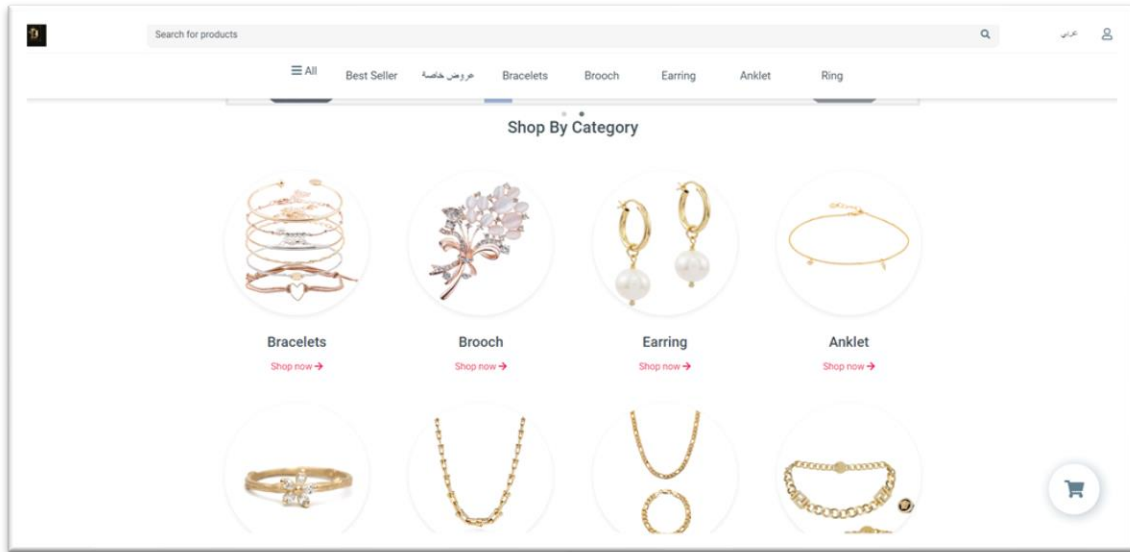
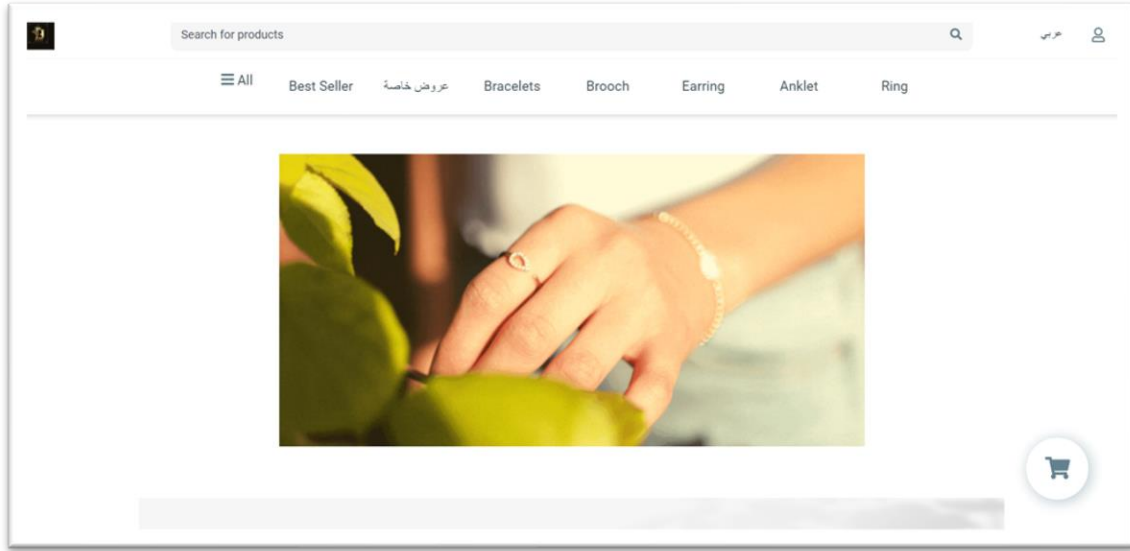
تحليل المنافسين هو عملية دراسة وتقييم المنافسين المباشرين وغير المباشرين لشركة أو منظمة معينة. يهدف التحليل إلى فهم القوى والضعف في استراتيجيات المنافسين وقدراتهم التنافسية، وكذلك تحديد الفرص والتهديدات المحتملة التي يمكن أن تنشأ من هذه المنافسة.

تحليل المنافسين يلعب دورًا حاسمًا في صياغة استراتيجية الأعمال واتخاذ القرارات التسويقية. من خلال فهم المنافسين وتقييمهم بشكل شامل، يمكن للشركات تحديد ميزات تنافسية فريدة وتصميم استراتيجيات تنافسية فعالة للحفاظ على موقعها في السوق وزيادة حصتها من العملاء.

FJ Jewellery موقع تحليل

وهو موقع إلكتروني متخصص ببيع المجوهرات ويتواجد فيزيائياً في الخليل ويعتبر منافس مباشر لموقع Elmas.

- Link of website: <https://fj-jewellery.com/en/>



- Technology : (Analytics and Tracking)

Mixpanel

[Mixpanel Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Mixpanel](#)

This is an analytic platform that is particularly optimized funnel/work-flow optimization.

[A/B Testing](#) · [Audience Measurement](#) · [Mobile](#) · [Site Optimization](#)

Global Site Tag

[Global Site Tag Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Global Site Tag](#)

Google's primary tag for Google Measurement/Conversion Tracking, Adwords and DoubleClick.

Google Analytics

[Google Analytics Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Analytics](#)

Google Analytics offers a host of compelling features and benefits for everyone from senior executives and advertising and marketing professionals to site owners and content developers.

[Application Performance](#) · [Audience Measurement](#) · [Visitor Count Tracking](#)

Google Analytics 4

[Google Analytics 4 Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Analytics 4](#)

Google Analytics 4 formerly known as App + Web is a new version of Google Analytics that was released in October 2020.

Facebook Pixel

[Facebook Pixel Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Pixel](#)

Facebook Pixel is Facebook's conversion tracking system for ads on Facebook to websites.

Facebook Conversion Tracking

[Facebook Conversion Tracking Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Conversion Tracking](#)

Conversion tracking functionality from Facebook, allows a user to track advertisement clicks.

[Conversion Optimization](#)

Fastly


[Fastly Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Fastly](#)

Real-time Analytics and CDN platform. Analyze your web and server traffic patterns in real-time.

[Application Performance](#)

- E-commerce:

eCommerce View Global Trends


 ShopGo Me

[ShopGo Me Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using ShopGo Me](#)

Arabian online store system.


- Mobile:

Mobile View Global Trends

 Viewport Meta


[Viewport Meta Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Viewport Meta](#)

This page uses the viewport meta tag which means the content may be optimized for mobile content.

 iPhone / Mobile Compatible

[iPhone / Mobile Compatible Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using iPhone / Mobile Compatible](#)

The website contains code that allows the page to support iPhone / Mobile Content.


 Apple Mobile Web Clips Icon

[Apple Mobile Web Clips Icon Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Apple Mobile Web Clips Icon](#)

This page contains an icon for iPhone, iPad and iTouch devices.

- Advertising:

Advertising View Global Trends

 Facebook Custom Audiences

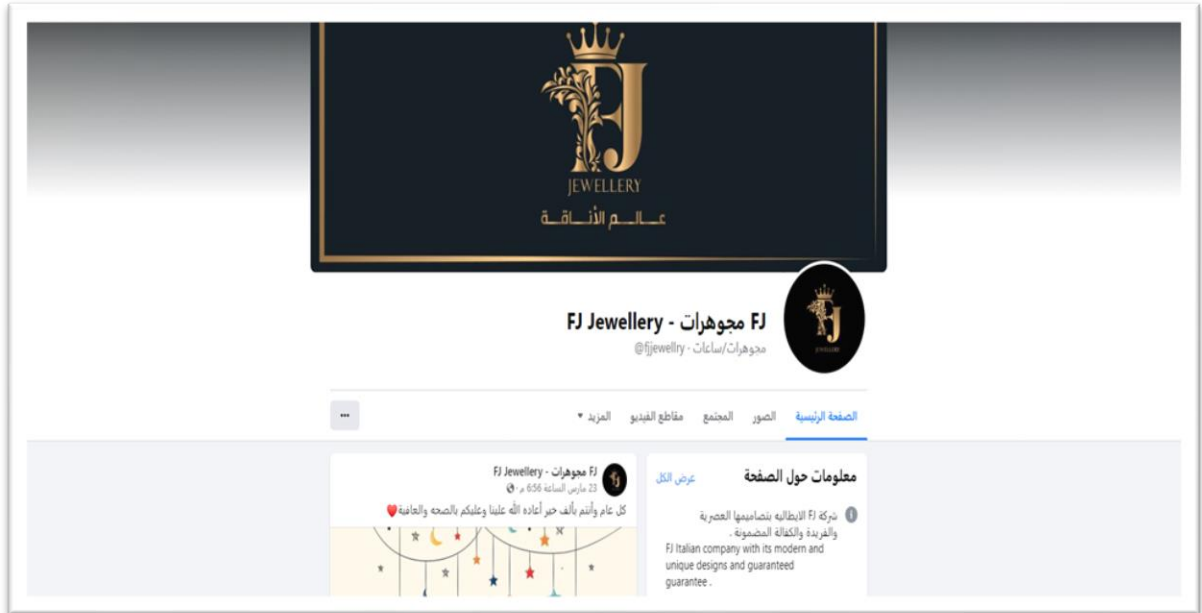
[Facebook Custom Audiences Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Custom Audiences](#)

Custom Audiences from your website makes it possible to reach people who visit your website and deliver the right message to them on Facebook.

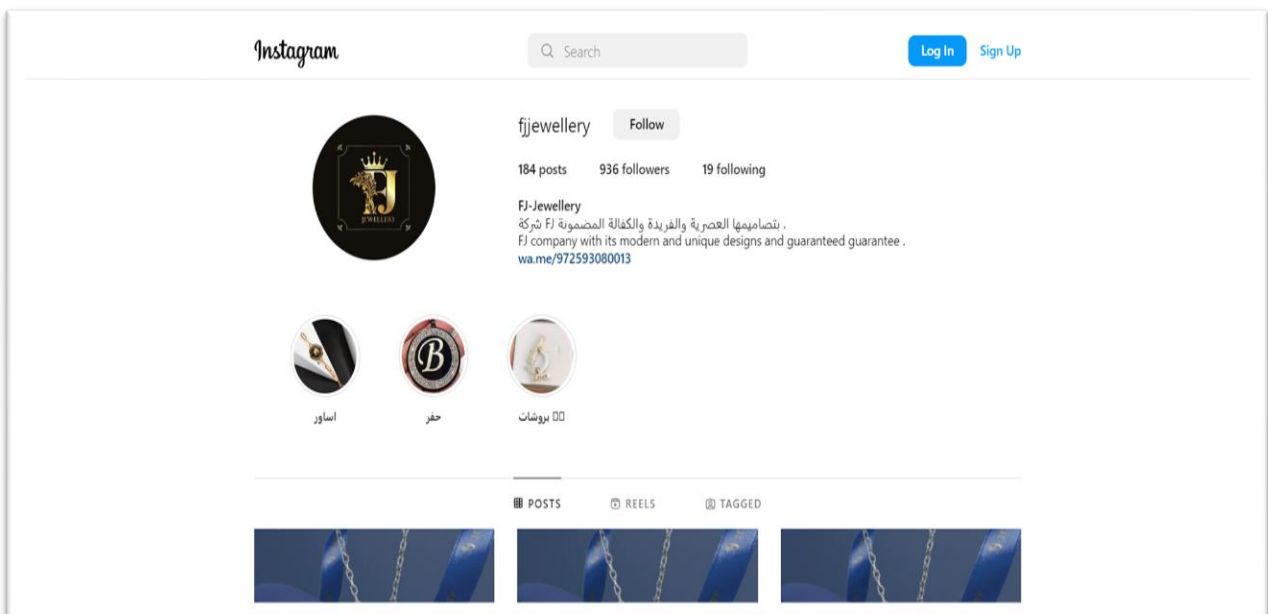
Retargeting / Remarketing

- Social Links:

Facebook: <https://www.facebook.com/fjewellery/>



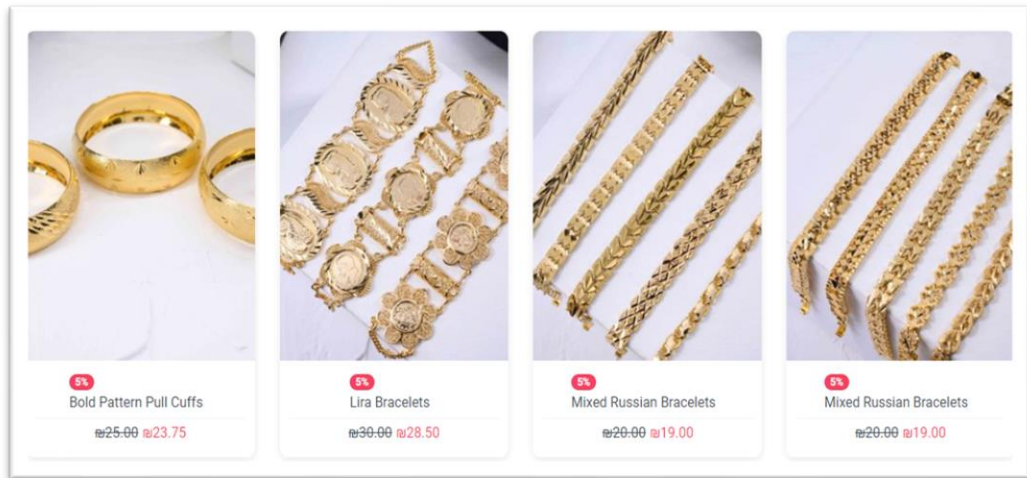
Instagram: https://www.instagram.com/fjewellery/?utm_medium=copy_link



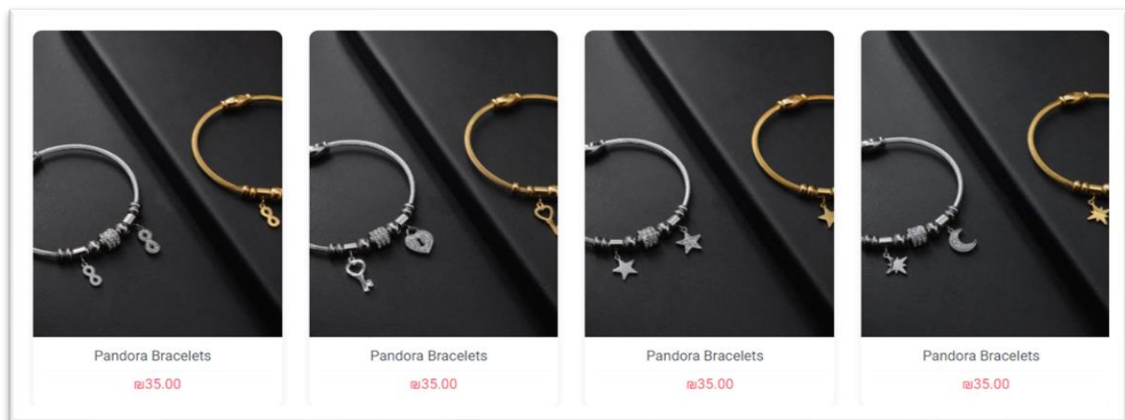
- Digital foot steps : (adsets creative):
 1. Use call to action button.



2. Bold discount:



3. Use products image:



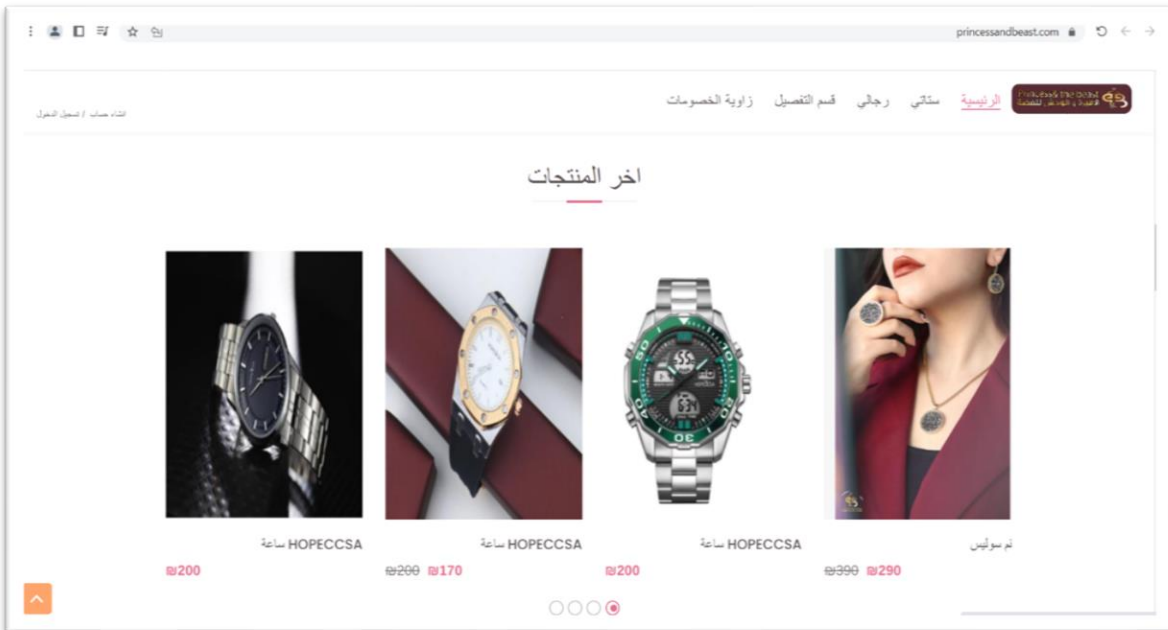
- Instagram Engagement Rate:



تحليل موقع الاميرة والوحش للفضة


وهو موقع إلكتروني متخصص ببيع المجوهرات تحديداً الفضة ويتواجد فيزيائياً في بيت لحم ويعتبر منافس مباشر لموقع Elmas.


- Link of website : <https://www.princessandbeast.com/>





- Technology : (Analytics and Tracking)


Analytics and Tracking [View Global Trends](#)


 **Facebook Conversion Tracking**
[Facebook Conversion Tracking Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Conversion Tracking](#)
Conversion tracking functionality from Facebook, allows a user to track advertisement clicks.
Conversion Optimization


 **Google Analytics**
[Google Analytics Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Analytics](#)
Google Analytics offers a host of compelling features and benefits for everyone from senior executives and advertising and marketing professionals to site owners and content developers.
[Application Performance](#) · [Audience Measurement](#) · [Visitor Count Tracking](#)


 **Google Analytics 4**
[Google Analytics 4 Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Analytics 4](#)
Google Analytics 4 formerly known as App + Web is a new version of Google Analytics that was released in October 2020.

 **Google Universal Analytics**
[Google Universal Analytics Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Google Universal Analytics](#)
The analytics.js JavaScript snippet is a new way to measure how users interact with your website. It is similar to the previous Google tracking code, ga.js, but offers more flexibility for developers to customize their implementations.

 **Facebook Pixel**
[Facebook Pixel Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Pixel](#)
Facebook Pixel is Facebooks conversion tracking system for ads on Facebook to websites.


 **Global Site Tag**
[Global Site Tag Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Global Site Tag](#)
Google's primary tag for Google Measurement/Conversion Tracking, Adwords and DoubleClick.

 **Facebook Domain Insights**
[Facebook Domain Insights Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Domain Insights](#)
This website contains tracking information that allows admins to see Facebook Insights out of Facebook to this domain.
Social Management

 **Facebook Signal**
[Facebook Signal Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Signal](#)
Journalists use Signal to surface relevant trends, photos, videos and posts from Facebook and Instagram for use in their storytelling and reporting.


- Mobile:

Mobile View Global Trends

 **Viewport Meta**


[Viewport Meta Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Viewport Meta](#)

This page uses the viewport meta tag which means the content may be optimized for mobile content.

 **Mobile Non Scaleable Content**

[Mobile Non Scaleable Content Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Mobile Non Scaleable Content](#)

This content is formatted for mobile devices, it does not allow the content to be scaled.


 **iPhone / Mobile Compatible**

[iPhone / Mobile Compatible Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using iPhone / Mobile Compatible](#)

The website contains code that allows the page to support iPhone / Mobile Content.

- Advertising:

Advertising View Global Trends

 **Facebook Custom Audiences**

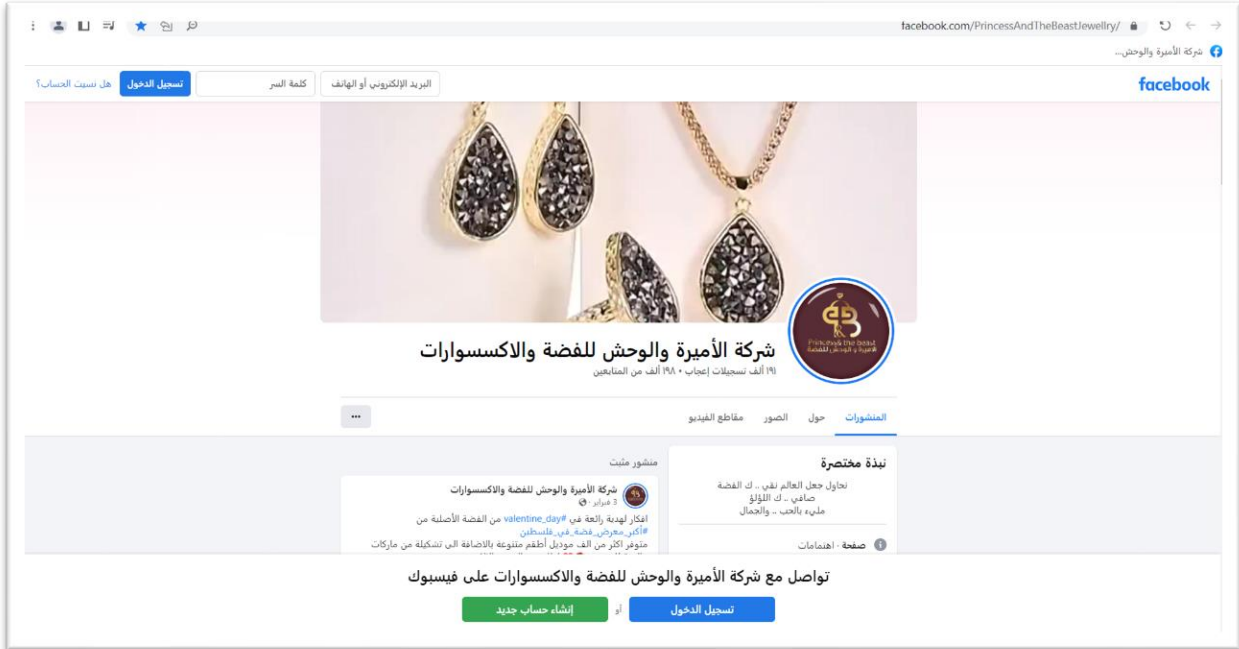
[Facebook Custom Audiences Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Custom Audiences](#)

Custom Audiences from your website makes it possible to reach people who visit your website and deliver the right message to them on Facebook.

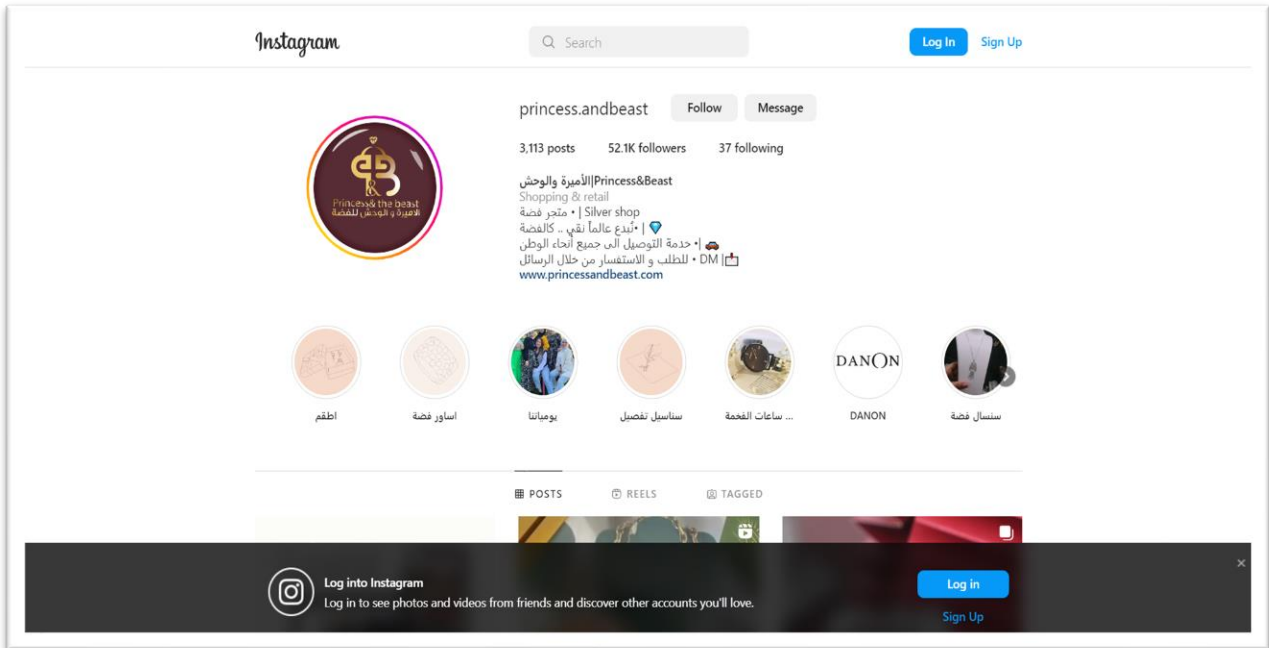
Retargeting / Remarketing

- Social links:

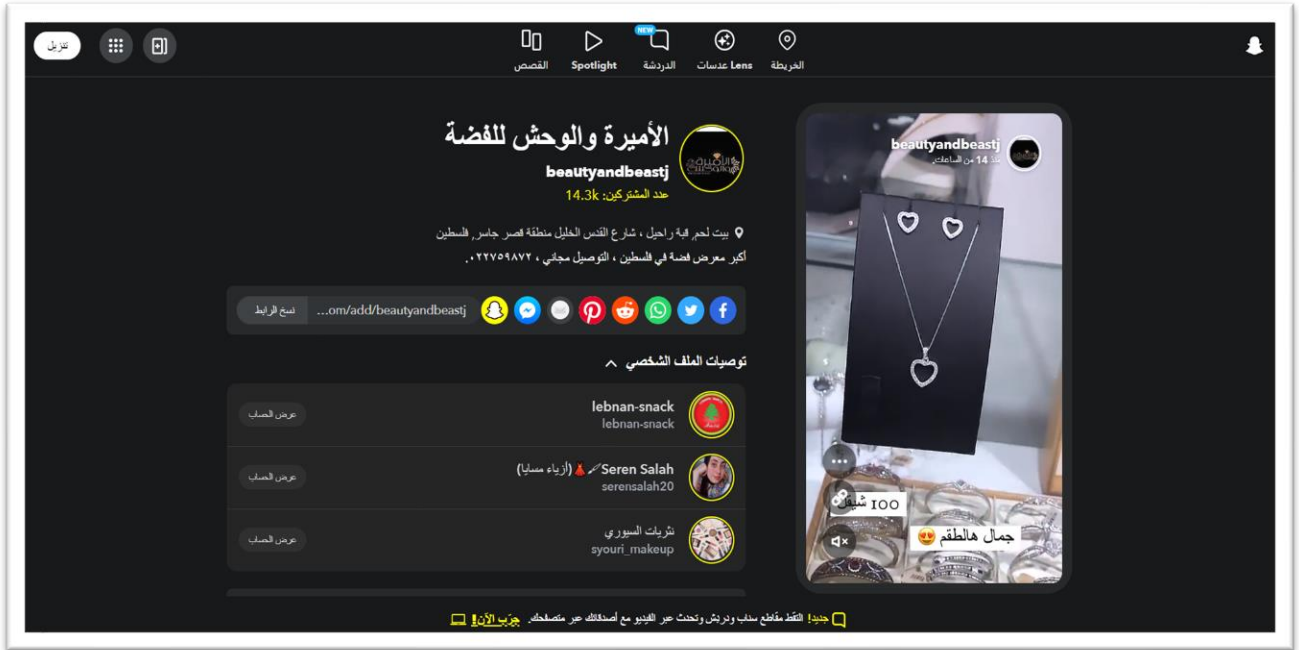
Facebook: <https://www.facebook.com/PrincessAndTheBeastJewelry/>



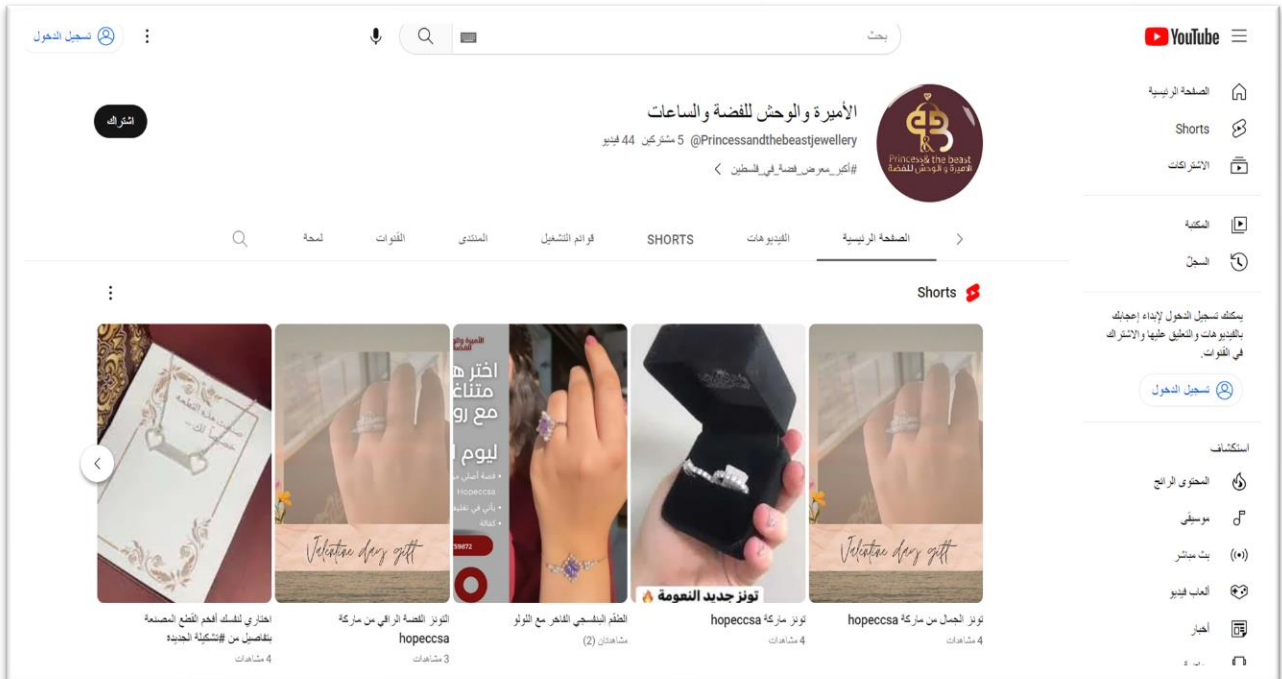
Instagram: <https://www.instagram.com/princess.andbeast/>



Snapchat: <https://www.snapchat.com/add/beautyandbeastj>

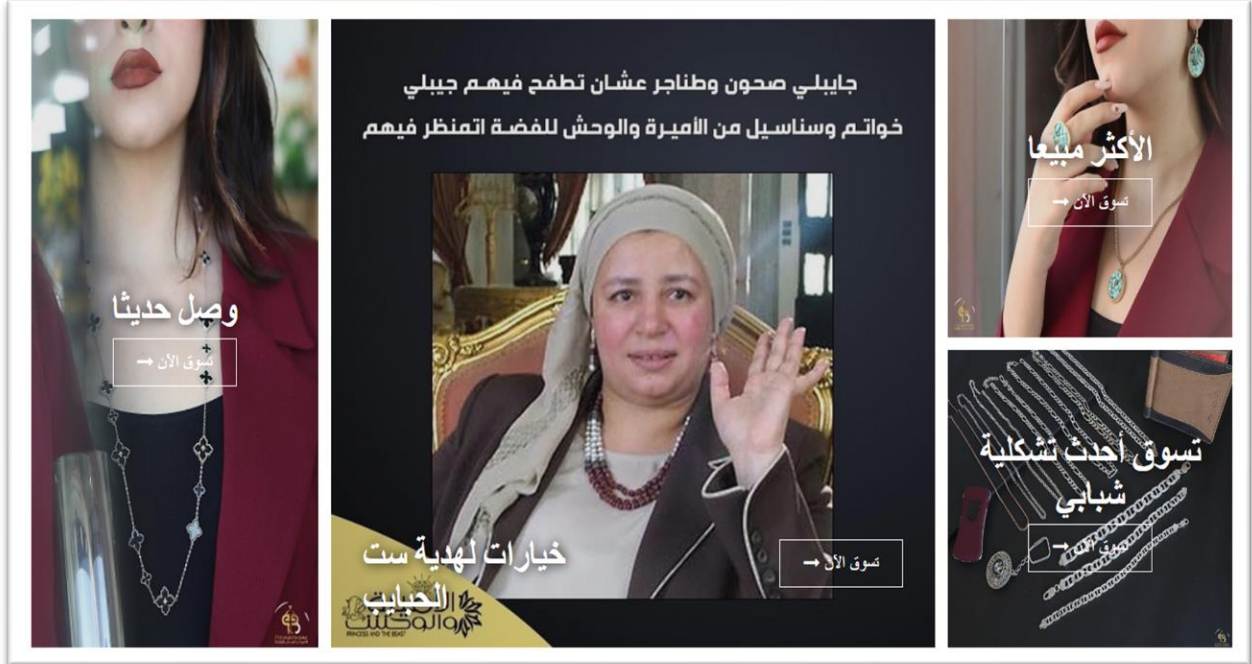


Youtube: <https://www.youtube.com/@Princessandthebeastjewellery>



Digital foot steps : (adsets creative):

1. Use call to action button.



2.Bold discount:

			
طقم فضة HOPECCSA بوردنين كبار 1050 1300	خاتم فضة HOPECCSA مربع 120 160	ساعة Hopeccsa ستاتي 120 150	طقم هوبكسا سوار وفسكي 200 300

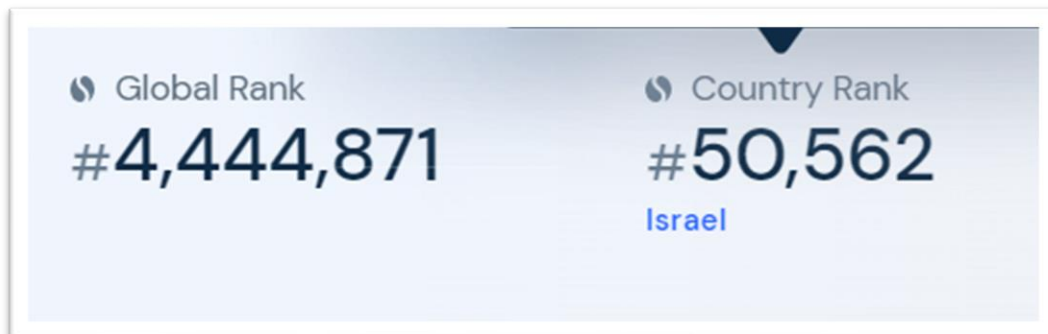
3.Use products image:

			
اسواره فضة	اسواره بانجل	اسواره فضة	اسواره فضة قلوب ناعمة

- Social media situation:
Mentions : princess and beast
Negative:0%
Positive :100%



- Global and country rank:



تحليل موقع The coral beach


وهو موقع الكتروني متخصص ببيع المجوهرات تحديداً الألماس ويعتبر منافس مباشر لموقع Elmas.

- Link of website : <https://thecoralbeachjewelry.com/>




- Technology : (Analytics and Tracking)


Analytics and Tracking View Globa

 **Woohoo**


[Woohoo Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Woohoo](#)
Increase eCommerce conversion with Gamification.
Conversion Optimization

 **Facebook Signal**

[Facebook Signal Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Signal](#)
Journalists use Signal to surface relevant trends, photos, videos and posts from Facebook and Instagram for use in storytelling and reporting.


 **Facebook Pixel**

[Facebook Pixel Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Pixel](#)
Facebook Pixel is Facebooks conversion tracking system for ads on Facebook to websites.


 **Facebook Pixel for Shopify**

[Facebook Pixel for Shopify Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Pixel for Shopify](#)


Analytics and Tracking View Globa

 **Woohoo**


[Woohoo Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Woohoo](#)
Increase eCommerce conversion with Gamification.
Conversion Optimization

 **Facebook Signal**

[Facebook Signal Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Signal](#)
Journalists use Signal to surface relevant trends, photos, videos and posts from Facebook and Instagram for use in storytelling and reporting.

 **Facebook Pixel**

[Facebook Pixel Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Pixel](#)
Facebook Pixel is Facebooks conversion tracking system for ads on Facebook to websites.

 **Facebook Pixel for Shopify**

[Facebook Pixel for Shopify Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Pixel for Shopify](#)

E-commerce :

[100 Shopify Products Usage Statistics - Download List of All Websites using 100 Shopify Products](#)
More than 100 products listed.

Shopify Discounts

[Shopify Discounts Usage Statistics - Download List of All Websites using Shopify Discounts](#)
This Shopify website supports and uses discount codes.

Shipping to over 200 Countries

[Shipping to over 200 Countries Usage Statistics - Download List of All Websites using Shipping to over 200 Countries](#)
Shopify store shipping to over 200 countries (but less than 300).

Scandinavian Shipping

[Scandinavian Shipping Usage Statistics - Download List of All Websites using Scandinavian Shipping](#)
Shipping to all of Scandinavia - Denmark, Finland, Iceland, Norway and Sweden.

Shopify Conversions

[Shopify Conversions Usage Statistics - Download List of All Websites using Shopify Conversions](#)
This Shopify instance uses Shopify's analytics object to load tools like Google Analytics.

nfcube

[nfcube Usage Statistics - Download List of All Websites using nfcube](#)
Instafeed instagram feed Shopify plugin.

Hextom

[Hextom Usage Statistics - Download List of All Websites using Hextom](#)
Shopify plugin experts.

Shopify Product Reviews

[Shopify Product Reviews Usage Statistics - Download List of All Websites using Shopify Product Reviews](#)
Product reviews plugin from Shopify for Shopify sites.

Shopify Account

[Shopify Account Usage Statistics - Download List of All Websites using Shopify Account](#)
This Shopify site allows you to login to an existing account you may have created to continue shopping.

Shopify

[Shopify Usage Statistics - Download List of All Websites using Shopify](#)

Hosted shopping experience with multiple themes and requires very little programming experience.
Hosted Solution

Nice

[Nice Usage Statistics - Download List of All Websites using Nice](#)

Show recent orders system.

Shopify Focal Theme

[Shopify Focal Theme Usage Statistics - Download List of All Websites using Shopify Focal Theme](#)

Focal theme from Shopify Themes

Helixo

[Helixo Usage Statistics - Download List of All Websites using Helixo](#)

Shopify app and eCommerce developer provider.

100 Shopify Products

[100 Shopify Products Usage Statistics - Download List of All Websites using 100 Shopify Products](#)

More than 100 products listed.

Shopify Discounts

[Shopify Discounts Usage Statistics - Download List of All Websites using Shopify Discounts](#)

This Shopify website supports and uses discount codes.

Shipping to over 200 Countries

[Shipping to over 200 Countries Usage Statistics - Download List of All Websites using Shipping to over 200 Countries](#)

Shopify store shipping to over 200 countries (but less than 300).

Scandinavian Shipping

- Mobile:

Mobile View Global Trends

Viewport Meta
[Viewport Meta Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Viewport Meta](#)
This page uses the viewport meta tag which means the content may be optimized for mobile content.

iPhone / Mobile Compatible
[iPhone / Mobile Compatible Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using iPhone / Mobile Compatible](#)
The website contains code that allows the page to support iPhone / Mobile Content.

Mobile Non Scaleable Content
[Mobile Non Scaleable Content Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Mobile Non Scaleable Content](#)
This content is formatted for mobile devices, it does not allow the content to be scaled.

- Advertising:

Advertising View Global Trends

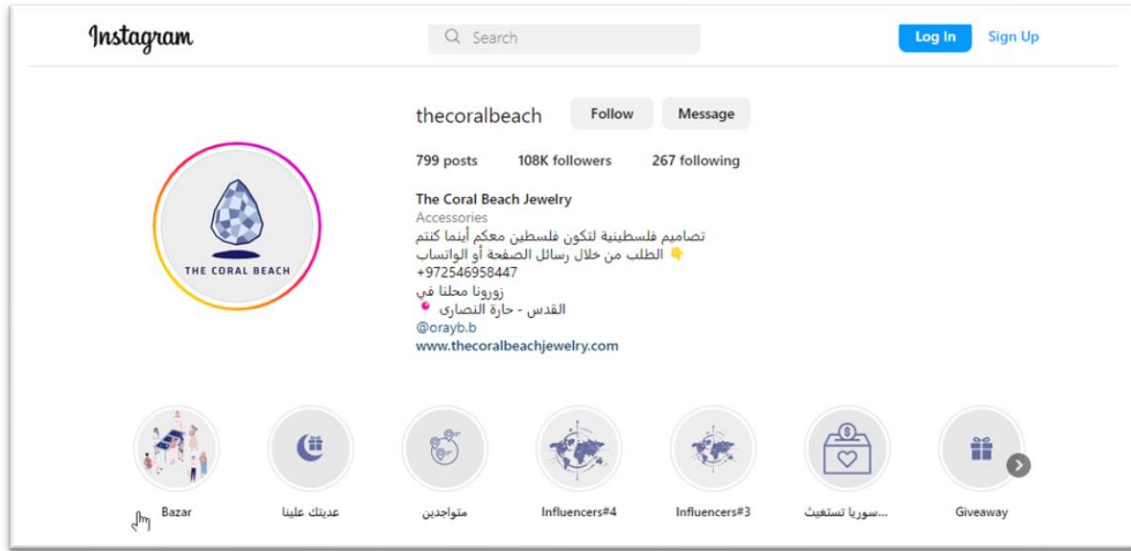
Facebook Custom Audiences
[Facebook Custom Audiences Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Custom Audiences](#)
Custom Audiences from your website makes it possible to reach people who visit your website and deliver the right message to them on Facebook.
Retargeting / Remarketing

- Social links:

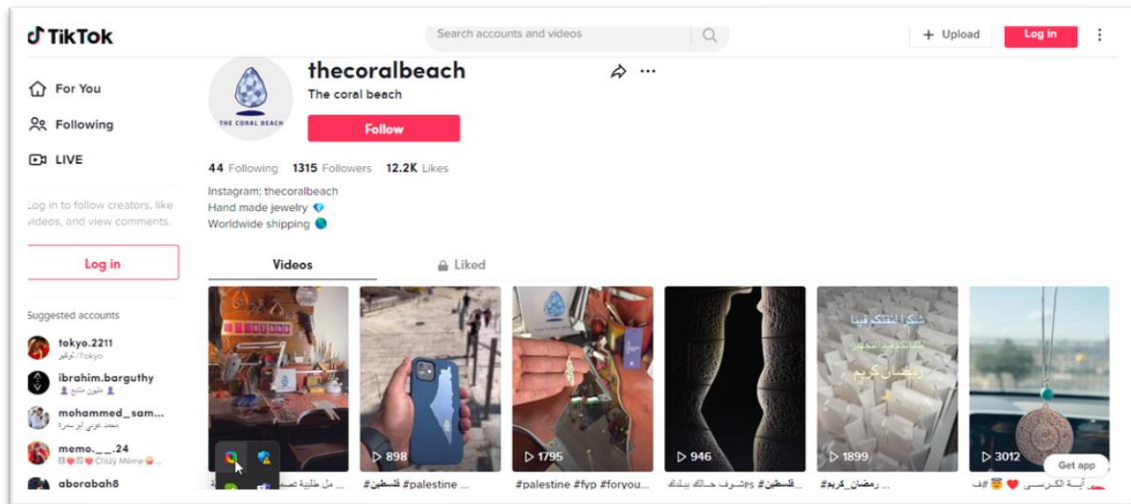
Facebook: <https://www.facebook.com/thecoralbeach/>



Instagram: <https://www.instagram.com/thecoralbeach/>



TikTok: <https://www.tiktok.com/@thecoralbeach?lang=en>

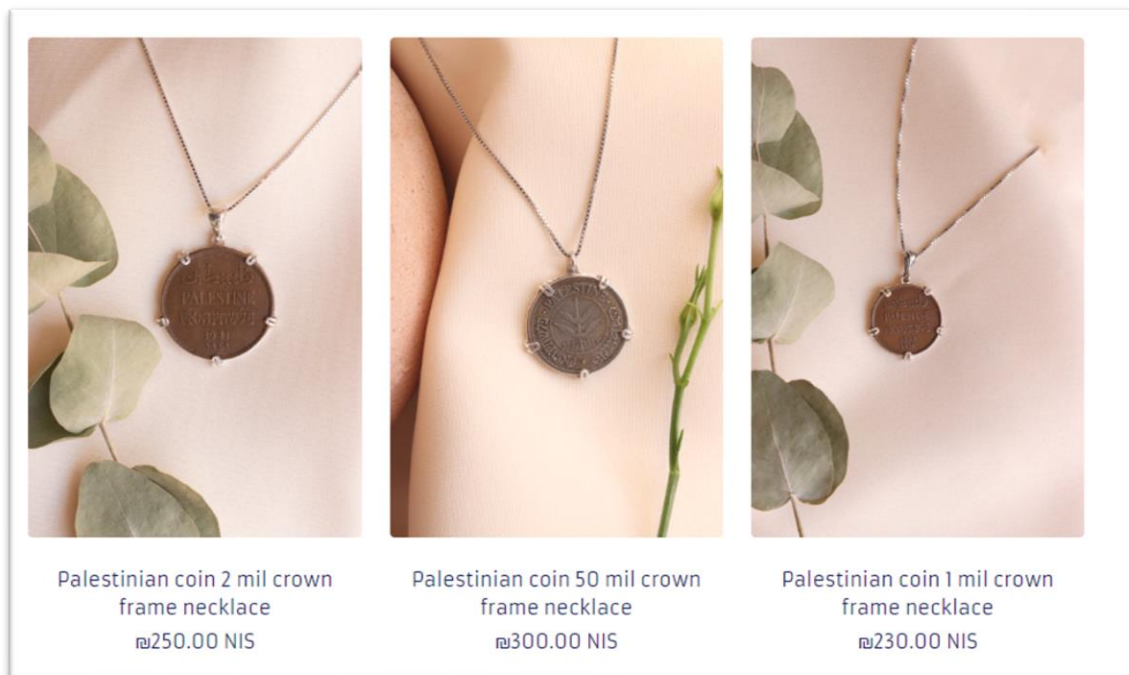


Digital foot steps (adsets creative):

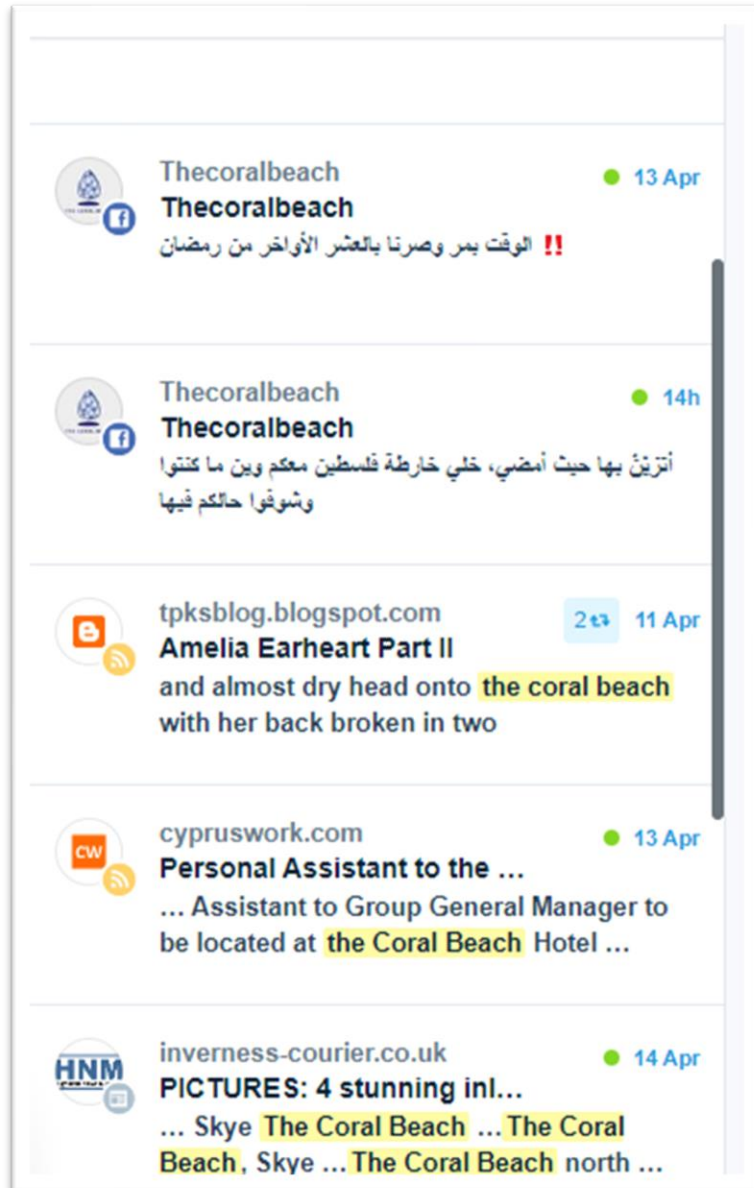
1. Bold discount:



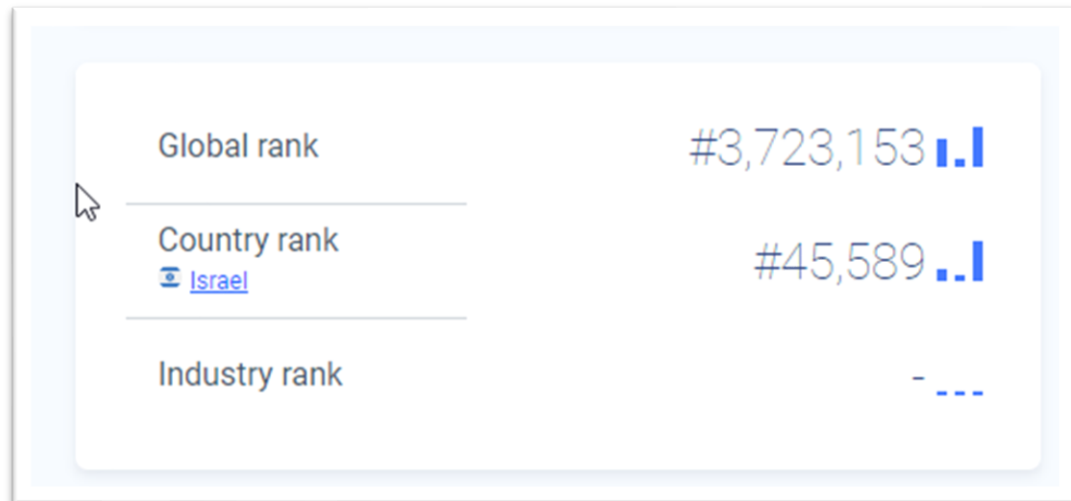
2. Use products image:



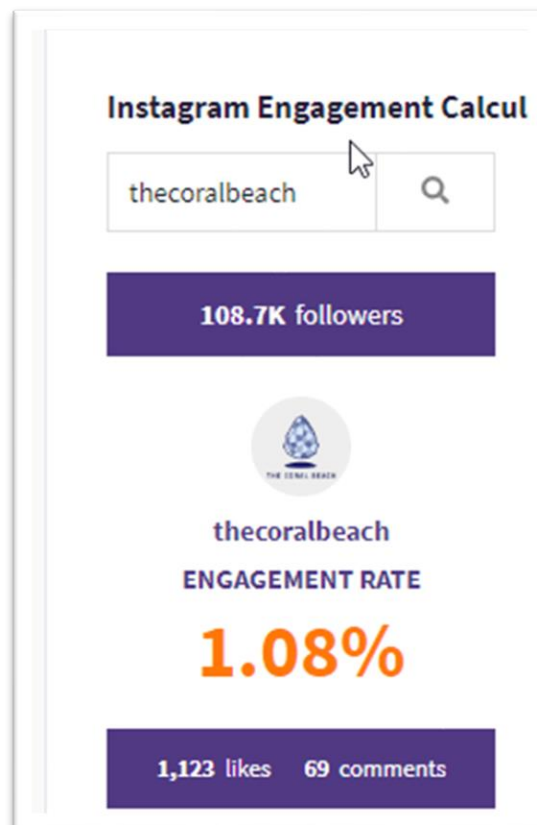
- Social media situation:
 Mentions : The coral beach
 Negative:0%
 Positive :100%



- Global and country rank:



- Instagram Engagement Rate:



تحليل موقع Qusetna


وهو موقع متخصص في الإكسسوارات والهدايا المميزة و المطلية بالذهب أو الفضة، تجمع بين فن الخط العربي (الحفر) وتفاصيل الصناعة اليدوية وهو يعتبر منافس مباشر ل Elmas.


- Link of website: <https://qusetna.com/>





- Technology : (Analytics and Tracking)

Analytics and Tracking View Global Trends

 **Facebook Conversion Tracking**
[Facebook Conversion Tracking Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Conversion Tracking](#)
Conversion tracking functionality from Facebook, allows a user to track advertisement clicks.
Conversion Optimization


 **Facebook Pixel**
[Facebook Pixel Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Pixel](#)
Facebook Pixel is Facebooks conversion tracking system for ads on Facebook to websites.


 **Global Site Tag**
[Global Site Tag Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Global Site Tag](#)
Google's primary tag for Google Measurement/Conversion Tracking, Adwords and DoubleClick.


 **Facebook Signal**
[Facebook Signal Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Signal](#)
Journalists use Signal to surface relevant trends, photos, videos and posts from Facebook and Instagram for use in their storytelling and reporting.

- E-commerce:

eCommerce View Global Trends


 **WooCommerce Checkout**
[WooCommerce Checkout Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using WooCommerce Checkout](#)
A WooCommerce website that has a checkout page.
Open Source · Plugin / Module


 **WooCommerce**
[WooCommerce Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using WooCommerce](#)
Transforms your WordPress website into an online store.
Non Platform


 **WooCommerce Add To Cart**
[WooCommerce Add To Cart Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using WooCommerce Add To Cart](#)
A WooCommerce store with an 'add to cart' button means it's more likely to be an actual eCommerce store.

- Mobile:

Mobile View Global Trends


 **Apple Mobile Web Clips Icon**
[Apple Mobile Web Clips Icon Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Apple Mobile Web Clips Icon](#)
This page contains an icon for iPhone, iPad and iTouch devices.

 **Viewport Meta**
[Viewport Meta Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Viewport Meta](#)
This page uses the viewport meta tag which means the content may be optimized for mobile content.

 **iPhone / Mobile Compatible**
[iPhone / Mobile Compatible Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using iPhone / Mobile Compatible](#)
The website contains code that allows the page to support iPhone / Mobile Content.

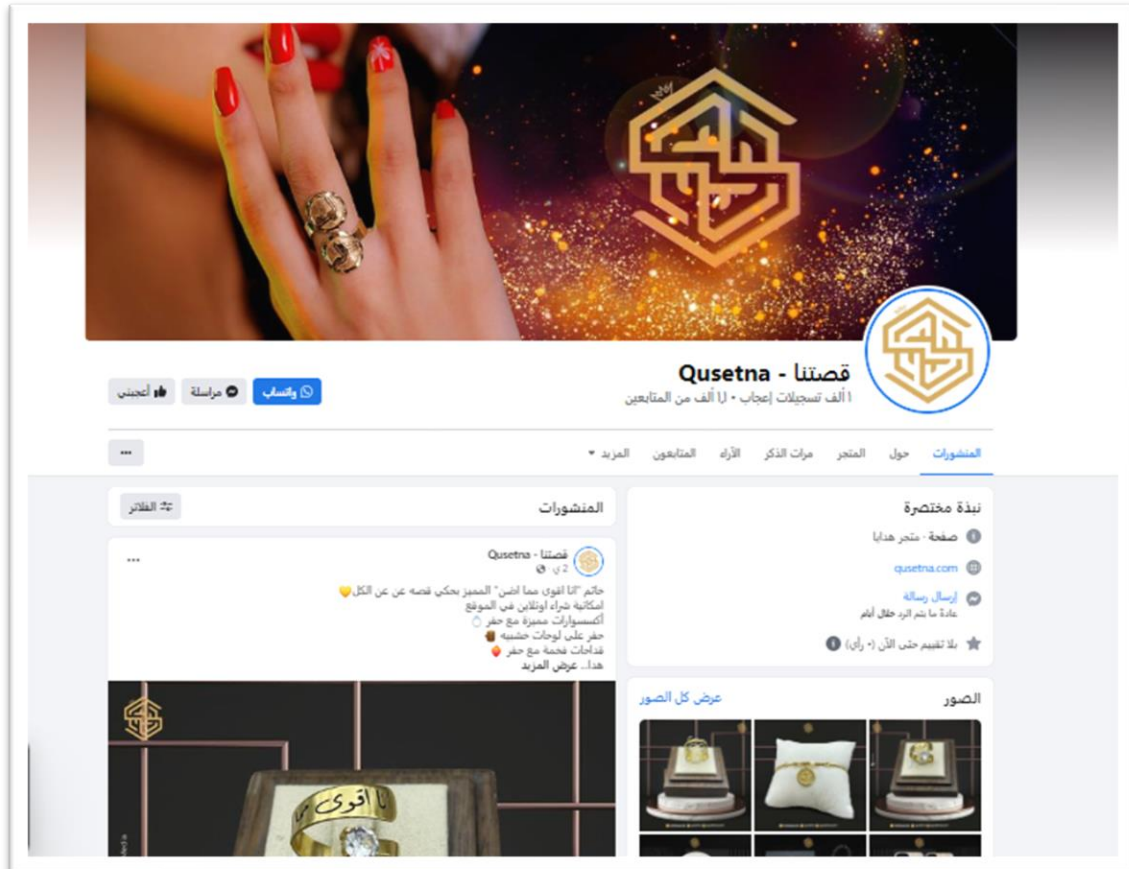
- Advertising:

Advertising View Global Trends

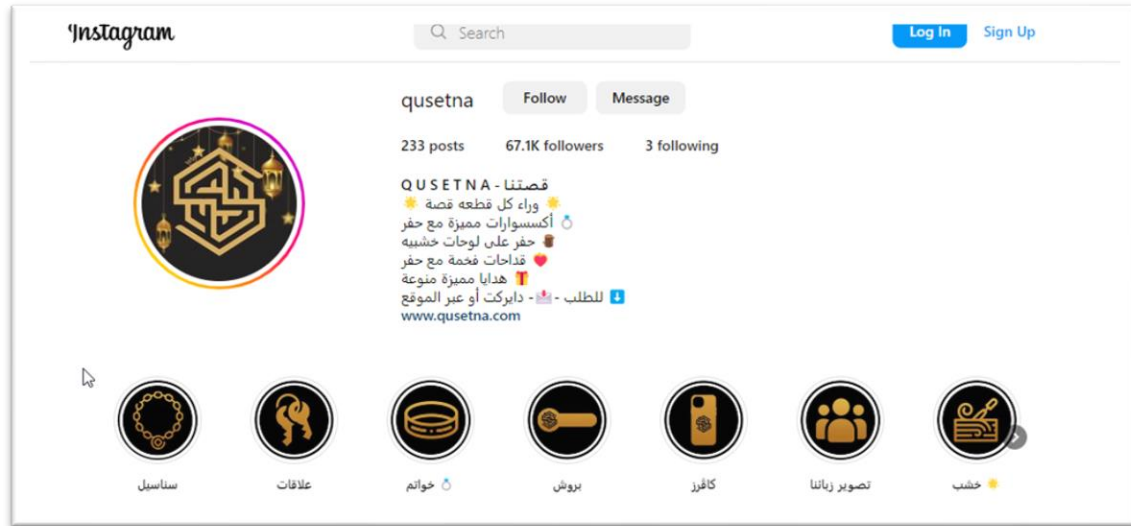
 **Facebook Custom Audiences**
[Facebook Custom Audiences Usage Statistics](#) · [Download List of All Websites using Facebook Custom Audiences](#)
Custom Audiences from your website makes it possible to reach people who visit your website and deliver the right message to them on Facebook.
Retargeting / Remarketing

- Social links:

Facebook: <https://www.facebook.com/qusetna>



Instagram: <https://www.instagram.com/qusetna/>

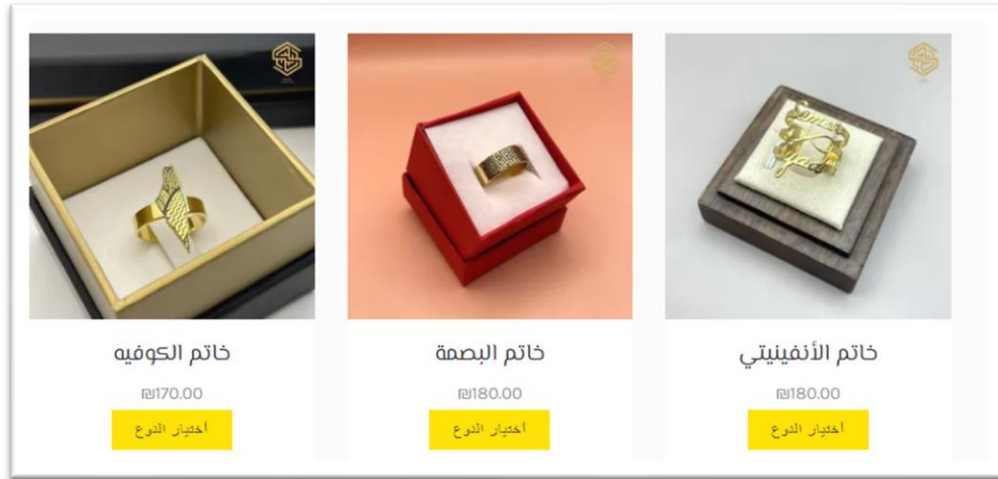


Digital foot steps (adsets creative):

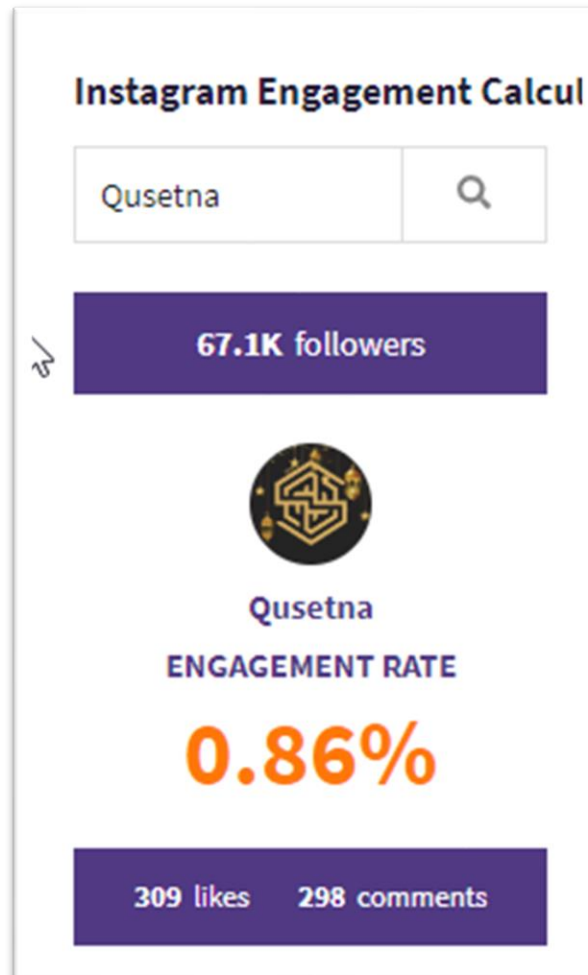
1. Call to action :



2. Use products image:



- Instagram Engagement Rate:



سلفر (Silver)

نقاط القوة:

- النشر بشكل يومي وفي أوقات المناسبات والأعياد، حيث يتم عرض المنتجات وفقًا للمناسبات مثل يوم الأم.
- صور المنتجات واضحة.
- إمكانية التوصيل متوفرة لجميع المناطق في فلسطين.

نقاط الضعف:

- لا يوجد تفاعل على الصفحة.
- لا يتم كتابة محتوى جيد ولا يوجد معلومات وتفاصيل عن المنتجات.
- لا يتم الرد على تساؤلات الزبائن.

مركز زكريا القريب للفضة والساعات

نقاط القوة:

- النشر بشكل مستمر.
- سهولة الوصول إلى موقع المحل.
- إمكانية تفصيل قطع وفقًا لطلب الزبون.

نقاط الضعف:

- لا يتم كتابة مواصفات وتفاصيل ووصف للقطع.
- وجود تقييمات وتعليقات سلبية على الصفحة.
- لا يتوفر لديهم خدمة توصيل.

فضة (silver)

نقاط القوة:

- توفير تفاصيل وشرح واضح عن القطع.
- الصور ذات جودة عالية وواضحة.
- ذكر السعر الخاص بكل قطعة.
- تقديم خدمة التوصيل لجميع المناطق في فلسطين.
- ذكر حسابات وسائل التواصل الاجتماعي في الملف الشخصي.

نقاط الضعف:

- عدم النشر المستمر.
- عدم الرد على استفسارات الزبائن.
- عدم وجود تفاعل على الصفحة.

Peace Pieces

نقاط القوة:

- تقديم قطع فريدة وواضحة جدًا.
- وجود فيديوهات توضح عملية صنع الاكسسوارات يدويًا.
- سهولة الوصول إلى موقع المحل.
- استخدام الهاشتاغات أثناء كتابة المنشورات.

نقاط الضعف:

- كتابة بعض المنشورات باللغة الإنجليزية على الرغم من أن جمهورهم يتحدث اللغة العربية.
- عدم توفير خدمة التوصيل.
- عدم الرد على رسائل واستفسارات الزبائن.

لُجِين للفضة

نقاط القوة:

- تصوير قطع الاكسسوارات بشكل واضح ومُرْتَب، سواءً كانت صورًا أم فيديوها.
- استخدام الشعار الخاص بهم على صورهم وفيديوها.
- كتابة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي في الملف التعريفي.
- سهولة الوصول إلى موقع المحل.
- إمكانية تجديد وتصليح وتلميع جميع أنواع المجوهرات من الذهب والفضة.
- توفير خدمة التوصيل.

نقاط الضعف:

- الشعار الخاص بهم لونه كحلي، فعادةً ما يستخدمون الشعار على خلفية غامقة اللون، مثل البني، وهذا يجعل الشعار غير واضح.

Silver Point

نقاط قوة :

- عمل فيديو هات بشكل متنوع مما يساعدهم على الوصول إلى أكبر عدد من المشاهدات.
- تفصيل كافة الأشكال من قطع الفضة.
- إمكانية التوصيل إلى جميع مناطق الضفة.
- سهولة الوصول إلى موقع المحل.

نقاط ضعف :

- لا يوجد تفاعل على صفحاتهم.
- يتم تصوير القطع بشكل تقليدي.
- لا يوفر تشكيلات جديدة.

Obada Silver

نقاط قوة:

- كتابة أسعار القطع.
- تفصيل جميع أشكال الفضة: الأصلي، والحفر بالليزر، والحفر اليدوي.
- موقع المحل يسهل الوصول إليه.

نقاط ضعف:

- تصوير القطع بجودة رديئة.
- نشر منشورات لا علاقة لها بالفضة.
- لا يوجد لديهم شعار خاص بهم.
- صورتهم الشخصية وتنسيق الصفحة غير مرتب.
- لا يتوفر لديهم خدمة توصيل.

Silver Queen

نقاط القوة:

- يعرض تشكيلات جديدة بشكل مستمر.
- يعرض تشكيلة حسب الموسم لجذب الزبائن، مثل تشكيلة عيد الفطر، ويقدم خصومات في كل موسم.
- يسهل الوصول إلى موقع المحل.
- يقدم قطعًا مميزة مصنوعة من الفضة الأصلية.
- يضع حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي في الوصف التعريفي.

نقاط الضعف:

- وضع الشعار بشكل ووضعيات غير مناسبة على الصور.
- عدم الرد على استفسارات الزبائن.

عابدين للفضة والساعات

نقاط القوة:

- صور واضحة.
- يسهل الوصول إلى موقع المحل.
- وضع الشعار بشكل مناسب على الصور.

نقاط الضعف:

- عدم النشر بشكل مستمر.

Flower silver & accessories

نقاط القوة:

- كتابة الهاشتاغ المناسب على منشورات الصفحة لتصل إلى أكبر عدد من المشاهدات.
- توفير إمكانية التوصيل لباب البيت.
- سهولة الوصول إلى موقع المحل.
- إمكانية تفصيل القطع حسب طلب الزبون.

نقاط الضعف:

- عدم وضع الشعار الخاص بهم على جميع الصور أو الفيديوهات.
- عدم الرد على تساؤلات الزبائن.

Argent shop

نقاط القوة:

- النشر بشكل يومي.
- إنتاج صور وفيديوهات ومقاطع فيديو بشكل مختلف.
- سهولة الوصول إلى موقع المحل.

نقاط الضعف:

- عدم وجود شعار خاص بهم.
- عدم وجود شرح وتفاصيل خاصة بالقطع.
- نشر صور ليست من تصويرهم.

Shiraz jewelry

نقاط القوة:

- الصور واضحة.
- استخدام الشعار الخاص بهم.
- كتابة محتوى جذاب.
- استخدام الهاشتاغ في المنشورات.
- عرض صور القطع حسب المناسبة مثل يوم الأم.
- موقع المحل يسهل الوصول إليه.

نقاط الضعف:

- عدم النشر بشكل مستمر.
- عدم الرد على تساؤلات الزبائن.
- عدم إمكانية توفير التوصيل في أي وقت.

3amer silve

نقاط القوة:

- الصور واضحة.
- موقع المحل يسهل الوصول إليه.
- إمكانية تفصيل قطع حسب طلب الزبون.

نقاط الضعف:

- عدم النشر بشكل مستمر.
- عدم كتابة المحتوى بشكل جيد.
- عدم الرد على تساؤلات الزبائن .

2.5: Personas

- زين هو شاب يبحث عن مجوهرات فضة للرجال، ونظرًا لعمله المشغول، فهو لا يمتلك الوقت الكافي للبحث عن محلات تجارية تباع هذه المجوهرات. لذلك، يفضل الشراء عبر الإنترنت، ويستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للبحث عن طلبه.

- شهد هي فتاة تهتم بشراء قطع مجوهرات الفضة وترغب في شراءها من علامات تجارية معينة. تفضل الشراء عبر الإنترنت وتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية لشراء هذه القطع.

- مايا هي فتاة مقبلة على الزواج وتبحث عن قطع مجوهرات مميزة ليوم زفافها. تفضل مايا الشراء عبر الإنترنت بسبب انشغالها في تحضيرات الزفاف وعدم توفر الوقت الكافي.

- محمد هو شاب مغترب يرغب في إرسال هدية لوالدته بمناسبة يوم الأم. يبحث عن موقع إلكتروني متخصص في بيع قطع مجوهرات فضة مميزة ويتوفر فيه خدمة التوصيل. يستخدم محمد محرك البحث للبحث عن مواقع إلكترونية تلبية طلبه.

- ميس هي فتاة ترغب في إرسال هدية لصديقتها ولاء، وترغب في تصميم قطعة خاصة بهما كذكرى لصداقتهما. تبحث عن موقع يوفر هذه الخاصية، وتستخدم ميس محرك البحث للبحث عن مواقع إلكترونية تلبية طلبها.

2.6 تقنيات التكنولوجيا المستخدمة :

جهاز الحاسوب : سيتم استخدام جهاز ASUS يتوفر فيه المواصفات التالية :

Device name	DESKTOP-M7199N1
Processor	Intel(R) Core(TM) i7-1065G7 CPU @ 1.30GHz 1.50 GHz
Installed RAM	20.0 GB (19.8 GB usable)
Device ID	6D05BD6F-0247-4654-93EB-A2632EDFFE86
Product ID	00330-80000-00000-AA265
System type	64-bit operating system, x64-based processor

وسعره مناسب ، حيث اننا لا نريد وضع تكاليف إضافية عند تنفيذ الموقع.

نظام التشغيل المستخدم: Windows 10 Pro وهو عبارة عن نظام تشغيل تم إصداره من قبل مايكروسوفت، نظرًا لسهولة استخدامه ويحتوي على العديد من الميزات التي تسهل عملية بناء التطبيق.

: Mulipurpose CMS

هو نظام يستخدم لإنشاء وإدارة وتحديث المحتوى على مواقع الويب بطريقة سهلة وفعالة. يتيح للمستخدمين إنشاء وتحرير المحتوى بدون الحاجة إلى مهارات تطوير الويب أو البرمجة. يقوم النظام بفصل المحتوى عن التصميم، مما يسمح بتحرير المحتوى وتغيير تصميم الموقع بسهولة.

تشمل ميزات نظام إدارة المحتوى: إدارة المحتوى، وتنظيمه، ونشره، وتحريره. ويمكن أن يكون المحتوى عبارة عن نصوص وصور ومقاطع فيديو وروابط وغيرها من العناصر المتنوعة.

تستخدم الشركات والأفراد نظام إدارة المحتوى لإنشاء وإدارة مواقع الويب الشخصية والمدونات والمواقع التجارية ومواقع الأخبار والمجلات وغيرها. وتعتبر الأنظمة الشهيرة لإدارة المحتوى مفتوحة المصدر، متاحة للجميع للاستخدام والتعديل والتطوير.

قمنا باستخدام الCMS لما يوفره من ميزات مثل:

1. القوالب الجاهزة(thems) .
2. الإضافات مثل ال (add modules products/cupons/orders/pages/customize order /send a gift/shop/about us/blog/contact/support tickets /daily logins/monthly products sales repot/categories)
3. تقسيم وتصنيف المحتوى.

تقنيات الحماية والأمان:

المواقع الإلكترونية حساسة لمواضيع الأمان واختراق معلومات العملاء الخاصة، لذلك سيتم الحصول على شهادة SSL التي تعمل على تشفير المعلومات وحمايتها للمستخدمين. وقد قمنا باستخدام تقنية المصادقة ذات العاملين "FA 2 authentication" للقيام بحماية تقنية المصادقة، وهي طريقة لتعزيز الأمان عبر إضافة خطوة إضافية لتأكيد هوية المستخدمين عند تسجيل الدخول إلى حساباتهم. بدلاً من الاعتماد على كلمة مرور واحدة فقط، يتعين على المستخدمين تقديم معلومات إضافية للتحقق من هويتهم، ويتم إرسال كود إليهم.

2.7 خطة فحص الموقع الإلكتروني:

نقوم باستخدام تحليلات جوجل "Google Analytics" لأنها تساعدنا في معرفة عدد الأشخاص الذين يزورون موقعنا الإلكتروني وما يقومون به على الصفحات، وكم من الوقت يقضون في قراءة المقالات. كما يمكننا من معرفة مصدر الزوار، سواء من محركات البحث أم من منصات التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، تقدم تحليلات جوجل إحصائيات خاصة بالموقع وتتيح لنا استهداف الأشخاص المهتمين بنشاطنا التجاري.

تتوفر في تقارير تحليلات جوجل :

-المقاييس "metrics" : وهي قياس كمي للبيانات مثل عدد الزوار والوقت الذي يتم قضاءه على الموقع .

-الأبعاد " Dimension " : وهي نوع من البيانات التي تستطيع استخدامها بوصف ما تقوم بتتبعه مستخدماً الكلمات مثل ما هي الكلمات المفتاحية المستخدمة للوصول الى موقعك .

سوف نقوم أيضاً باستخدام الخرائط الحرارية (heat maps) لتصوير عناصر الموقع بالألوان التالية حسب نسبة شيوعها واستخدامها من قبل مستخدمي الموقع (أحمر ، برتقالي ، أزرق، أصفر، أخضر) فهذه الأداة تمكنك من فهم سلوك المستخدمين على صفحات موقعك فهي تمكنك من التعرف على تحركات الزوار داخل الموقع وأين يتوجهون عند الدخول على الموقع، وأين ينقرون على الصفحة الرئيسية، وما هي أنماط التمرير الخاصة بهم وأي الأقسام تنال الكثير من الاهتمام. كل هذا بطريقة واضحة وظاهرة يسهل عليك استيعابها واتخاذ القرارات بناء عليها، الأمر الذي من شأنه أن يحسن من استخدام موقعك ويزيد معدلات التحويل والمبيعات فيه.

2.8 تصنيف الموقع CMS Or Static:

قمنا باستخدام نظام إدارة المحتوى (CMS) فهو يساعد على إنشاء المحتوى وإدارته ونشره على الإنترنت ويساعد على الحفاظ على تنظيم المحتوى وإمكانية الوصول إليه بحيث يمكن استخدامه وإعادة استخدامه بشكل فعال ، ومن السهل الوصول والتعديل على الموقع من اي جهاز متصل بالإنترنت .

2.9 اعداد استراتيجية مواقع التواصل الاجتماعي :

بما أن الشركة طلبت منا أن تكون هي المسؤولة عن التنزيل على مواقع التواصل الاجتماعي فقمنا بتحضير خطة مواقع التواصل الاجتماعي هذه لتطبيقها الشركة على وسائل تواصلها الاجتماعية.

قمنا بتقديم خطة استراتيجية للشركة لمدة ثلاثة أشهر، أي ربع سنة، لتكون مرنة وتلائم التغيرات الطارئة في احتياجات الزبائن، وتغيرات السوق، ومطالب الشركة. قمنا بتحديد فيسبوك وإنستجرام كقنوات تواصل اجتماعي.

قمنا بتحديد جمهورنا المستهدف على منصات التواصل الاجتماعي - وهم كما ذكرناهم سابقاً - من خلال ذلك يمكننا معرفة المنتجات التي يفضلونها الزبائن لكي نلبي احتياجاتهم ورغباتهم ونحقق رضاهم.

قمنا بجدولة المحتوى، وهي قائمة نضع فيها القنوات التسويقية المناسبة التي حددناها سابقاً، ونحدد فيها نوع المحتوى التسويقي الذي سنقوم بنشره وعدد المنشورات وتاريخ وتوقيت نشرها.

سنخبر الشركة بأن تقوم باستخدام صوراً وفيديوهات ذات جودة عالية لعرض المنتجات؛ لأنها الأكثر قابلية للمشاركة والتفاعل من قبل الزبائن.

سنطلب من الشركة ان تشجع الزبائن على إرسال صورهم وهم يرتدون مجوهراتهم.

سنطلب من الشركة ان تتفاعل مع الزبائن من خلال الرد على تعليقاتهم ورسائلهم، ونستجيب لذكرهم لنا.

سنطلب من الشركة استخدام الإعلانات الممولة على منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى فئتنا المستهدفة وحثهم على اتخاذ الإجراء المناسب، سواء زيارة موقعنا الإلكتروني أو القيام بعملية الشراء. كما يمكننا الاستفادة من تحليلات الإعلانات على منصات التواصل الاجتماعي.

2.10 إستراتيجية content lead generation :

مرحلة الوعي (awareness):

هي مرحلة مهمة في جعل الزبائن يدركون العلامة التجارية، ومهمة أيضاً في جذب زبائن جدد.

من الأفكار التي سنتبناها في هذه المرحلة:

1. منشورات تعليمية عن تاريخ المجوهرات في فلسطين، وكذلك عن تاريخ الشركة وقصتها، والمواد المستخدمة، ومميزات منتجاتنا.
2. استخدام صور عالية الجودة للمنتجات لتظهر التفاصيل.
3. أخبار واتجاهات المجوهرات في فلسطين وإخبارهم عن منتجات جديدة سنقوم بعرضها والمناسبات التي سننظمها.

مرحلة الإدراك (Consideration) :

هي مرحلة مهمة لتشجيع الزبائن المحتملين على اتخاذ الخطوة التالية وشراء المنتجات. فيما يلي الأفكار التي سنتبناها في هذه المرحلة:

1. مقارنة منتجاتنا بمنتجات المنافسين، مع توضيح الخصائص المميزة لمنتجاتنا لتمييزها عن منتجات المنافسين.
2. مشاركة آراء الزبائن حول منتجاتنا (التغذية الراجعة) لبناء الثقة مع الزبائن المحتملين.
3. إنشاء صور وفيديوهات توضح كيفية تنسيق وارتداء منتجاتنا.
4. تقديم هدايا مثل الكوبونات أو الخصومات في مناسبات خاصة مثل يوم الأم.
5. توفير إمكانية تصميم المنتجات وفقاً لرغبة الزبون.
6. توفير إمكانية إرسال هدايا.

مرحلة اتخاذ القرار (Decision):

هي مرحلة مهمة لتشجيع الزبائن المحتملين على القيام بالشراء من موقعنا. وفيما يلي الأساليب التي سنتبعها في هذه المرحلة:

1. الإجابة على استفسارات الزبائن لإزالة أي مخاوف تتعلق بعملياتهم الشرائية.
2. مشاركة شهادات الزبائن حول المنتج وكيف يلبي هذا المنتج رغباتهم. ويساعد ذلك الزبائن المحتملين على معرفة القيمة التي يقدمها المنتج وتشجيعهم على الشراء.
3. إطلاق عروض حصرية وتخفيضات لفترة زمنية محددة.
4. نشر أي جوائز أو تقديرات حصلت عليها الشركة لبناء الثقة مع الزبون.

القسم الثالث:

3.1 مقدمة.

3.2 خطوات الحجز.

3.3 نوع الموقع.

3.4 اسم النطاق ومبررات اختياره.

3.5 مبررات استخدام مساحة الحجز.

3.1 مقدمة:

في هذا الفصل، سنقوم بشرح خطوات حجز النطاق واستضافة الموقع، وهي الخطوات التي تمكننا من جعل الموقع متاحًا للجمهور المستهدف. سنناقش أيضًا اختيار الامتداد العلوي للنطاق (TLD) وربط النطاق مع خدمة الاستضافة وتحديد نوع الاستضافة المناسبة.

3.2 خطوات الحجز:

تم البحث عن اسم Elmas.ps

وقمنا بحجزه من موقع نطاقي : [/https://www.netage.com](https://www.netage.com)

وكانت تكلفة حجز الاسم \$35، وقمنا بحجزه لمدة عام واحد.



Dear elmas comp (elmas),

This is a notice that an invoice has been generated on 19/03/2023.

Your payment method is: دفع فيزا او ماستر كارد و (VISA / MASTER / ATM card)

Invoice #3082

Amount Due: \$35.00 USD

Due Date: 19/03/2023

Invoice Items

سنة/ سنوات 1 - حجز الدومين - elmas.ps
35.00\$ (18/03/2024 - 19/03/2023) USD

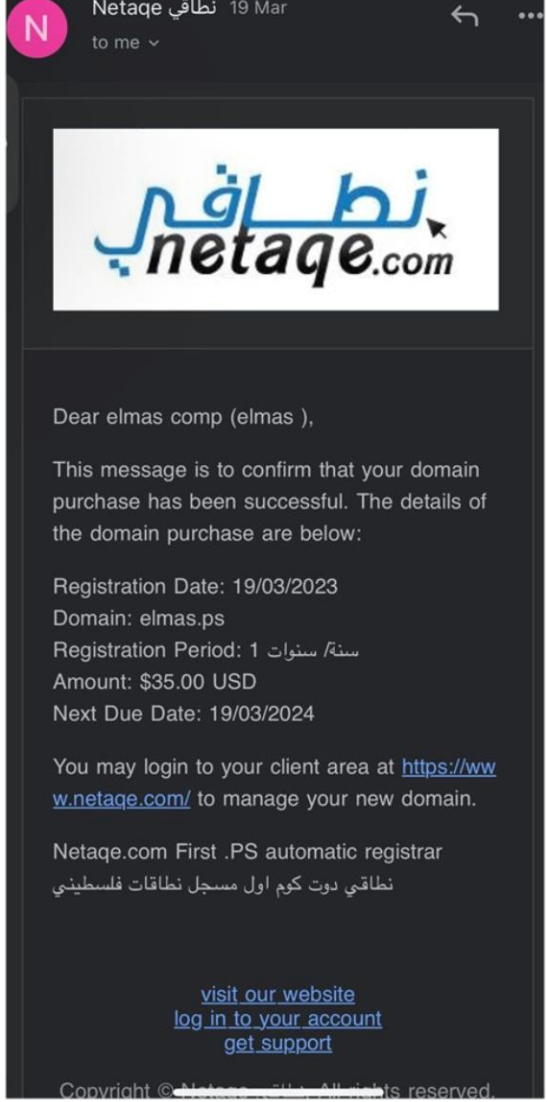
35.00\$ المجموع: USD

0.00\$ رصيد مستقطع: USD

35.00\$ الإجمالي: USD

You can login to your client area to view and pay the invoice at <https://www.netaqe.com/viewinvoice.php?id=3082>

Netaqe.com First .PS automatic registrar
نطاقات دوت كوم اول مسجل نطاقات فلسطيني





Ttawor IT - Netaqe.com Service

مسددة

رقم الفاتورة 3082

تاريخ الفاتورة: 19/03/2023

تاريخ الإستحقاق: 19/03/2023

أبيات هذه الفاتورة لـ

elmas

عناية: comp elmas

hebron

hebron

hebron, hebron, 00901

Palestine, State of

تفاصيل	الإجمالي
حجر الدومين - ps.elmas - 1 سنة / سنوات (18/03/2024 - 19/03/2023)	\$35.00 USD
المجموع	\$35.00 USD
رصيد مستقطع	\$0.00 USD
الإجمالي	\$35.00 USD

عمليات إيداع

تاريخ الإيداع	وسيلة الدفع	رقم العملية	مبلغ الإيداع
19/03/2023	دفع فيزا او ماستر كارد و (VISA) / MASTER / ATM card)	307819113600	\$35.00 USD
الإجمالي المستحق			\$0.00 USD

تم تجهيز PDF في 19/03/2023

3.3 نوع الموقع ومبررات اختياره:

نوع الموقع المنوي عمله E-commerce :

موقعنا الغرض الأساسي منه عرض وبيع المنتجات لذلك فهو يتصنف كموقع تجاري.

خصائص الموقع الذي يقوم على نوع الE-commerce:

- يوفر الموقع دخل مستمر (مبيعات).
- نقوم بعرض المنتجات وتفصيلها وأسعارها .
- يسهل التسوق للعملاء الذين يتسوقون بشكل إلكتروني.
- يوفر إمكانية رؤية تقييمات الناس للمنتجات.
- يوفر إمكانية التسوق بكل وقت وعلى مدار الساعة.
- كما ويوفر سهولة الوصول إلى بيانات العملاء والاستفادة منها.

3.4 اسم النطاق ومبررات اختياره (حجزه):

قمنا باختيار الدومين (Elmas.ps)

سبب اختياره:

لأنه قصير وسهل التذكر واللفظ، وبسيط بدون رموز أو أرقام أو أحرف مزدوجة. وهو فريد ومحدد وله علاقة بالعمل الذي نقوم به. كما أنه اسم المحل الذي نقوم بتطوير الموقع الإلكتروني له. ولم يتم حجزه مسبقاً من قبل أي شخص آخر لتجنب المشاكل المحتملة.

3.5 مبررات استخدام مساحة الحجز:

تم البحث عن أفضل شركات الاستضافة التي تقدم الجودة والسعر الأفضل، وبعد عملية البحث تم اختيار شركة "GoDaddy" كونها من الشركات الرائدة في هذا المجال، وبالأخص في العروض التي تقدمها وفي مواصفات الاستضافة ذات الجودة العالية. بالإضافة إلى تجربتها المسبقة، وبناءً على ذلك، يمكن اعتبارها الخيار الأفضل. اتسمت الاستضافة بالمواصفات التالية :

Web Hosting Deluxe

A multi-site plan with extra resources for your websites.

7.99 \$/mo

With a 3-yr term (42% savings)

You pay 287.64 \$ today

Renews 2026 مايو for 13.99 \$/mo

(503.64 \$ total)

[Buy Now](#)

- ✓ 10 websites
- ✓ 50 GB storage
- ✓ 25 databases
- ✓ 3 free Microsoft 365 mailboxes (71.64 \$/yr value) - 1st year ?

القسم الرابع:

4.1 المقدمة.

4.2 أفراد العمل و دور كل فرد منهم و مبررات اختيارهم لكل البنود الواردة فيها.

4.3 خطة التكاليف و السعر بشكل مفصل.

4.4 المقترح الأولي للموقع Proposal بصيغة رسمية.

4.5 . milestone

4.6 تحديد web metrics التي سيتم اعتمادها في نهاية تطبيق المشروع.

4.1 مقدمة:

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

4.2 أفراد العمل وأدوارهم :

يعتبر فريق العمل أحد أهم المكونات في إنجاز أي مشروع، وذلك بسبب أهمية توزيع الأدوار وفقاً لكفاءة ومهارة واهتمام كل فرد في مجال معين. ينعكس ذلك على التنظيم والترتيب، ويؤثر بشكل مباشر على نجاح المشروع. قد قمنا باختيار وتقسيم أدوار الفريق على النحو التالي:

- شهد الحرباوي: تم تكليفها بدور تصميم الصور والفيديوهات، نظراً لاهتمامها بمجال التصميم ومهارتها في استخدام برامج التصميم والتعديل بجودة عالية وإبداع متميز. تتمتع بالاحترافية ولديها القدرة على جذب الكثير من الزبائن، وضمان توافقها وتناسبها مع التصاميم الأخرى في الموقع وعلى جميع المنصات.

- زينة قفيشة: تم تكليفها بدور متابعة الموقع وتقديم تقارير لتحسينه (تحليل الويب)، نظراً لاهتمامها بجعل المواقع فعّالة وتعمل بكفاءة. يعد تحليل الويب أمراً بالغ الأهمية لنجاح الموقع وفهم زوار الموقع بشكل أفضل، واستخدام هذه المعلومات لتحسين تجربتهم على الموقع، وتشكيل المحتوى الخاص بالموقع واستراتيجية تحسين محركات البحث.

- مايا شيوخي: تم تكليفها بدور إدارة التسويق في الموقع بشكل عام، نظراً لاهتمامها بالأفكار التسويقية المبتكرة والفعالة. تقوم بمراقبة عدد الزوار ووضع الخطط لزيادة عددهم، والتأكد من أن جميع الخوادم تعمل بشكل صحيح وسليم، والاطلاع على البرمجيات وفهم كيفية عملها.

- ميس أبو عمر: تم تكليفها بدور إدارة محتوى الموقع. تعد إدارة المحتوى من أهم وأبرز الجوانب المتعلقة بإدارة المواقع الإلكترونية. تقوم بإضافة الأخبار والمقالات بشكل يومي ومستمر، وتقوم بإضافة الصور وكل محتوى جديد وحصري للموقع. يجب أن تكون المواضيع مكتوبة بطريقة جذابة ومميزة.

- ندى أبو ميزر: تم تكليفها بدور إدارة العلاقات العامة في الموقع، حيث تقوم بتنظيم العلاقات مع الزبائن وإدارة مواقع التواصل الاجتماعي والحملات الإعلانية. تسعى للظهور بأفكار محببة للموقع وتتابع ردود الزوار بشكل مستمر وتفاعل معها، بهدف إظهار اهتمام الموقع بزواره.

4.3 خطة التكلفة والسعر مفصلا لكل البنود الواردة فيه:

تكاليف الموقع:

Domain Name 35\$.

Host 71\$.

module 35\$.

SSI 10\$.

مواقع التواصل الاجتماعي (الإعلانات \$100)

Facebook 50\$.

Instagram 50\$.

تكاليف الموظفين :

تكاليف المبرمجين \$300.

خدمة العملاء \$300.

Proposal 4.4

Company mission

رسالتنا هي توعية الزبائن بأهمية اختيار قطع المجوهرات لإظهار أناقتهم.

Company vision

نطمح في الوصول لكل الدول العربية ليس فقط فلسطين من خلال موقعنا الإلكتروني.

Company description

إلماس بالأصل هي شركة تركية تجمع العديد من العلامات التجارية العالمية المتخصصة في الفضة، ويوجد وكالة لها بالخليل.

وصف المشروع:

موقع إلماس سيساعدك في الوصول إلى قطع المجوهرات والساعات التي تفضلها من العلامات التجارية العالمية والمحلية. يقدم الموقع قطع مجوهرات وإكسسوارات للنساء والرجال.

ويوفر الموقع قطع مجوهرات من الفضة للنساء، مثل العقود والخواتم والساعات والأقراط والأساور وإكسسوارات للشعر وأطقم مجوهرات. كما يوفر الموقع قطع مجوهرات للرجال مثل العقود والخواتم والساعات والأساور. ويتوفر أيضًا إكسسوارات خاصة بالمناسبات مثل الخطوبة والزفاف لكلا الجنسين.

بالإضافة إلى ذلك، يوفر الموقع خدمة تصميم قطع مجوهرات خاصة حسب طلبك. ويمكنك أيضًا استخدام الموقع لإرسال هدايا لأي شخص في فلسطين، سواء كنت في فلسطين أو خارجها، عن طريق ميزة الدفع عبر محفظة الاللكترونية.

وصف المشروع (التصميم):

فيما يتعلق بمسألة التصميم سوف يأخذ تصميم الموقع بعين الاعتبار الأمور التالية :

1. مناسب للتصفح من خلال الهاتف النقال وجهاز الحاسوب.
2. استخدام تأثيرات وتصاميم جميلة تجعل تصفح العملاء للموقع ممتع.
3. استخدام نظام إشعار البريد الإلكتروني ونظام الإشعارات للمتصفح.
4. استخدام ألوان مريحة ومناسبة وفقاً لأهداف المشروع، مثل اللون الكحلي.
5. فيما يتعلق بمسألة الخطوط: استخدام خطوط واضحة وجميلة تعمل على جميع الأجهزة.
6. زيادة سرعة الموقع من خلال تقليل حجم الصور وتقليل استيراد شفرة JavaScript من المصادر الخارجية التي تحتاج إلى وقت عند تحميل الصفحة.

وصف المشروع (التسويق):

1. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات الممولة.
2. التركيز الكبير على الكلمات الرئيسية والكلمات المفتاحية.
3. إرسال رسائل للزبائن عبر البريد الإلكتروني في أوقات العروض وعرض التشكيلات الجديدة.
4. استخدام أدوات التصميم الجرافيكي وتوظيفها في التسويق.
5. التسويق عبر البريد الإلكتروني.

Milestone 4.5

المهام	الوقت المطلوب لإنجازها
Milestone (1)	
الحصول على موافقة الشركة	يوم واحد
حجز الاستضافة	ثلاثة أيام
حجز اسم النطاق	يومان
تحميل شهادة الامان (SSL)	ثلاثة أيام
Milestone (2)	
انشاء الموقع	سبعة أيام
جمع الصور	ثلاثة أيام
كتابة المحتوى	سبعة أيام
التحقق من صحة عمل الموقع	يومان

Web Metrics 4.6:

عادةً، تتعلق المقاييس بنشاط مستخدم معين أو مصادر أخرى يمكن أن تساعد في تحسين أساليبك التسويقية، ويمكن أن تشير المقاييس أيضًا إلى مشكلات في موقع الويب الخاص بك أو الأداء العام.

وسيتم الاعتماد على هذه المقاييس عند إطلاق موقعنا الإلكتروني:

- عدد مشاهدات الصفحة (Page views): يستخدم هذا المقياس لمعرفة عدد مرات مشاهدة الزائرين لصفحات الموقع. يُحسب كل تحميل لصفحة على الموقع بواسطة متصفح الويب كمشاهدة صفحة واحدة. وبالتالي، إذا قام الزائر بتحميل صفحة ثم قام بتحميل نفس الصفحة مرة أخرى، سيتم احتساب ذلك على أنه عرضين للصفحة.
- متوسط مدة الجلسة (Average Session Duration): يُقاس متوسط الوقت الذي يقضيه الزائر في نشاط على موقعك الإلكتروني. يعتبر هذا المقياس مؤشرًا جيدًا لفعالية موقعك. كلما زاد عدد النقرات التي يحصل عليها موقعك، زاد هذا المقياس.
- عدد الصفحات في كل جلسة (Pages per Session): يقيس متوسط عدد الصفحات التي يشاهدها المستخدم في كل جلسة.
- عدد الزوار (Visitors): يقيس عدد الأشخاص الذين يزورون موقعك خلال فترة زمنية محددة. تعتبر هذه الأرقام مهمة لأنها تمثل حجم الجمهور الذي تصل إليه.
- معدل الارتداد (Bounce Rate): هو النسبة المئوية للزوار الذين يدخلون إلى صفحة واحدة على موقعك ومن ثم يغادرون دون التفاعل مع الصفحة أو زيارة أي صفحات أخرى.

- معدل التحويل (Conversion Rate): يقيس عدد الزوار الذين يقومون بإجراء الإجراء المطلوب على موقعك، سواء كان ذلك عملية اشتراك تجريبي أو عملية شراء مكتملة.
- صفحة الخروج (Exit Page): يساعد هذا المقياس على معرفة آخر صفحة زارها المستخدم وغادرها منها.
- المراجعات (Referrals): يقيس هذا المقياس المراجعات التي يأتي منها المستخدم إلى موقعك، ويساعد على معرفة المواقع والصفحات التي تعرض روابط لموقعك في مواقعها.

القسم الخامس:

5.1 المقدمة.

5.2 وضع خطة بناء المحتوى و تجهيزه حسب استراتيجية ROT.

5.3 خريطة الموقع sitemap.

5.4 خطة الكلمات المفتاحية المستخدمة في مختلف أقسام الموقع.

5.5 خطة المستندات.

5.6 خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر محركات البحث SEO.

5.7 تصميم واجهات الموقع المختلفة – تجربة المستخدم.

5.1 مقدمة:

تم في هذا الفصل توضيح فكرة المشروع وتحليل الحاجة السوقية التي يلبيها، ومن ثم تسليط الضوء على المقومات الأساسية التي تدعم نجاح المشروع وشرحها بالتفصيل. كما تم توضيح أهمية المشروع ومكانته في السوق. في الفصل الثاني، سيتم التركيز على دراسة السوق المستهدفة وبناء استراتيجيات التسويق المناسبة، وتحديد التقنيات والتكنولوجيا المستخدمة في الموقع. وفي النهاية، سيتم التطرق إلى المؤشرات التي ستستخدم لقياس أداء الموقع.

5.2 خطة بناء المحتوى (ROT):

خطة عمل المحتوى :

سيقوم فريق البحث بعمل المحتوى الملائم، على أن يكون جذابًا للانتباه على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، وأن يهدف إلى الإجابة على كافة تساؤلات الناس ليكون مفيدًا لهم ويلبي احتياجاتهم ومتطلباتهم على محركات البحث.

للقيام بذلك، من الضروري أن يكون المحتوى متميزًا ويأخذ في الاعتبار النواحي التالية والتي تشمل:

1. التخطيط الاستراتيجي: وتشمل الأهداف والموضوعات والعنوان المخصص.
2. إجراء بحوث مستمرة حول اتجاهات المستخدمين والزوار.
3. تحديد الكلمات الرئيسية المهمة.
4. استخدام لغة خاصة وملائمة للجمهور المستهدف.
5. تحليل المنافسين ودراسة محتوهم.
6. قراءة واستيعاب محتوى المنافسين.

أهداف المحتوى في الموقع الإلكتروني:

لتحقيق محتوى مناسب وملائم للموقع، يجب تحديد أهداف واضحة لهذا المحتوى. وقد حددنا مجموعة من الأهداف التي نسعى لتحقيقها وتشمل:

1. جذب المستخدمين والعملاء إلى الموقع الإلكتروني من خلال مواضيع تلفت انتباههم.
2. بناء منصة تواصل جديدة مع العملاء من خلال محتوى إبداعي يكون هادفًا ومفيدًا للزوار.
3. تحسين ترتيب الموقع في نتائج محركات البحث (SEO).
4. تقديم معلومات مفيدة وقيمة للمستخدمين.

كتابة المحتوى والمشاركون:

في بداية مراحل تطوير الموقع الإلكتروني، سيتم كتابة المحتوى على الموقع الإلكتروني وكذلك على مواقع التواصل الاجتماعي من قبل فريق عمل المشروع. بعد ذلك، سيتم التعاقد مع أشخاص مناسبين للعمل على إنتاج المحتوى.

شروط كتابة المحتوى:

لكتابه محتوى يلفت انتباه الفئة المستهدفة، من المهم وضع خطوط عريضة يجب اتباعها لكل من يقوم بكتابة وتصميم المحتوى، ومن هذه الشروط:

1. تجنب كتابة مواضيع تثير المشاكل وتفتح باب الجدل بين الناس.
2. تجنب كتابة محتوى تافه أو سطحي.
3. الالتزام بكتابة محتوى واقعي وتجنب الأخبار الزائفة والمضللة.
4. توجيه المحتوى لتثقيف القراء وزيادة وعيهم.
5. تنويع المحتوى واختيار مواضيع متنوعة.
6. التطوير المستمر للمحتوى وتحديثه بشكل منتظم.

5.3 ال site map :

عنصر التنقل	اسم عنصر التنقل	الشخص المسؤول	من أين يأتي؟	موعد التسليم
1	الرئيسية	مايا	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	1-3-2023
2	من نحن	زينة	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	1-3-2023
3	المتجر	شهد	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	15-3-2023
4	طلب تصميم خاص	زينة	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	10-3-2023
5	مدونة	مايا	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	10-3-2023
6	اتصال	ميس	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	1-3-2023
7	تسجيل الدخول	ندى	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	5-3-2023
8	التسجيل	ندى	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	5-3-2023
9	عربتك	ميس	من كل الصفحات على موقعنا الالكتروني	20-3-2023
10	ارسال كهدية	شهد	من صفحة معلومات المنتج	25-3-2023

5.4 خطة الكلمات المفتاحية المستخدمة في مختلف أقسام الموقع:

اسم عنصر التنقل	الكلمات المفتاحية	الوصف
<u>الرئيسية</u>	متجر الكتروني, متجر الكتروني متخصص في بيع الفضة في فلسطين, بيع اكسسوارات, خاتم فضة, هدايا فاخرة, الفضة في elmas فلسطين, شراء فضة,	موقع الكتروني لشركة الماس متخصص في قطع المجوهرات من الفضة
<u>من نحن</u>	عن المتجر, خبرة في صناعة المجوهرات, رؤيتنا واهدافنا, شركة الماس, الاسئلة الشائعة	تعريف عن شركة واهدافها ورؤيتها وخبرتها في هذا المجال
<u>المتجر</u>	التخفيضات والعروضات, شراء مجوهرات, المنتجات الجديدة, شراء الفضة في فلسطين, التواصل والدعم الفني, التقييمات والآراء	عرض المنتجات التي سيتم بيعها مع وصف عنها بالإضافة الى وجود آراء وتقييمات الزبائن
<u>طلب تصميم خاص</u>	تصميم مجوهرات حسب الطلب, تصميم مجوهرات خاصة للمناسبات, مجوهرات فريدة, تصميم مجوهرات بتكلفة معقولة	اول موقع إلكتروني في فلسطين يتيح تصميم المنتج حسب رغبة الزبون
<u>مدونة</u>	مقالات, نصائح وارشادات, الاهتمام بالمجوهرات, تاريخ صناعة المجوهرات, الاكسسوارات والموضة, تنسيق المجوهرات مع الملابس, اختيار المجوهرات المناسبة	اخر اخبار الشركة وقطاع المجوهرات في فلسطين والعالم وتقديم نصائح في طريقة التنسيق الصحيحة لقطع المجوهرات
<u>اتصال</u>	الاتصال بنا, موقعنا, خريطة الموقع, الدعم الفني, البريد الالكتروني, موقع شركة الماس, معلومات التواصل لشركة الماس	مختلف طرق التواصل مع الشركة وايضاً الاجابة عن اية استفسارات ان وجدت
<u>تسجيل الدخول</u>	تسجيل الدخول, تسجيل الحساب, اسم المستخدم, تسجيل الدخول في موقع موقع الماس	تسجيل الدخول الى حساب الزبون في الموقع
<u>التسجيل</u>	انشاء حساب, التسجيل, التسجيل ف موقع الماس	التسجيل وعمل حساب على موقعنا الالكتروني
<u>عربتك</u>	التسوق, العربية, اضافة الى العربية, تأكيد الطلب, صفحة العربية, مشترياتي من الماس	تفاصيل مشتريات الزبون الموجودة في عربة التسوق
<u>ارسل كهدية</u>	طلب هدية, ارسال هدية, ارسال هدايا هدية من المجوهرات, طلب هدية من الفضة, هدية, شراء هدايا	أول موقع إلكتروني في فلسطين تتيح خاصية ارسال هدايا سواء من داخل فلسطين او خارجها للأشخاص في فلسطين

5.5 خطة المستندات:

Supporting file name	File location	Arriving by
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\necklaces.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\hair accessories.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\watch-woman.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\watch-men.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\silver set.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\ring-men.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\ring - women.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\charms pandora.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\bracelet.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team
C:\Users\act\Desktop\elmas\content\bracelet silver.jpg	C:\Users\act\Desktop\elmas\content	Our team

5.6 خطة تصميم الموقع باستخدام عناصر محركات البحث ال (SEO):

داخل الصفحة (on the page):

يكون تصميم الموقع باستخدام عنصر محرك البحث on the page كالتالي :

: Content of the page

محتوى الصفحة هو ما يجعلها تستحق وتأخذ مكانها في نتائج البحث، وهذا الأمر مهم للغاية لمحركات البحث. كما أنه من المهم إنشاء محتوى جيد، والمحتوى الجيد يتميز بصفتين. أولاً، يجب أن يلبي المحتوى الجيد طلبات الموقع. ثانياً، يجب أن يكون قابلاً للربط من أجل أن يكون ملفتاً للانتباه للفئة المستهدفة.

محتوى جيد يوفر الطلب

يتأثر المحتوى بالعرض والطلب، وأفضل محتوى هو ما يؤدي إلى تلبية الطلب الكبير. يمكن أن يكون المحتوى في شكل مقطع فيديو أو صورة أو صوت أو نص، ولكن يجب أن يكون قادرًا على تلبية الطلب حتى يُعتبر محتوى جيد.

المحتوى الجيد قابل للربط

من منظور SEO، لا يوجد فرق بين أفضل وأسوأ محتوى على الإنترنت إذا لم يكن قابلاً للربط. يؤدي المحتوى إلى زيادة حركة المرور إلى الموقع الإلكتروني المحدد. للأسف، يحدث ذلك كثيرًا. بعض الأمثلة على ذلك تشمل: المحتوى الذي لا يمكن الوصول إليه إلا بعد تسجيل الدخول، والمحتوى الذي لا يمكن إعادة إنتاجه أو مشاركته. إن المحتوى الذي لا يوفر طلبًا أو لا يمكن ربطه أمر سيء في نظر محركات البحث، وعلى الأرجح بعض الأشخاص أيضًا.

: Title tag

علامات العنوان هي ثاني أهم عامل في الصفحة بعد المحتوى، حيث أنها تفيد في بعض العناصر المهمة وهي :

Search Engine Result Pages-1

يمكن أن يكون العنوان الجيد هو العامل الفاصل في تحديد ما إذا كان الشخص قد نقر على الرابط أم لا.

Web Browser .2

تساعد العناوين الفريدة والتي يمكن التعرف عليها بسهولة، مع الكلمات الرئيسية المهمة بالقرب من المقدمة في نتائج البحث، وتضمن عدم فقد الموقع للمحتوى الذي يحتويه.

Social Networks .3

تستخدم بعض المواقع الخارجية، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي، علامة العنوان الخاصة بالموقع الإلكتروني لتحديد ما سيتم عرضه عند مشاركة هذه الصفحة، مثل موقع فيسبوك وإنستغرام.

الرابط الخاص بالموقع الإلكتروني:

يوضح عنوان URL هذا التسلسل الهرمي للمعلومات على الصفحة. يتم استخدام هذه المعلومات لتحديد مدى ملائمة صفحة ويب معينة بواسطة محركات البحث.

الكلمات المفتاحية:

الكلمات الأكثر استخداماً في موقعنا والتي تساعد الزبون في الوصول إلى طلبه .

الصور:

تعتبر الصور من أهم العوامل التي تحقق نجاح الموقع الإلكتروني، حيث يجب أن تكون ذات جودة عالية وواضحة. يُنجذب الزوار إلى الصور ذات الجودة العالية في الموقع الإلكتروني. كما يجب أن تعبر الصورة عن موضوع معين وأن لا تكون تافهة أو لا تحمل معنى محددًا. يجب تجنب الصور التي قد تسبب استياء الزوار أو تعكس صورة سلبية عن الموقع. يجب أن تكون الصورة ملفتة للنظر.

سرعة تحميل الموقع الإلكتروني:

تُعتبر سرعة تحميل الموقع من أهم العوامل التي تحدد نجاحه. فسرعة تحميل الموقع تؤثر على سلوك المستخدم وتؤثر في قراره بالدخول أو الخروج من الموقع. إذا كانت سرعة التحميل بطيئة، فقد يشعر المستخدم بالملل والانعاج من انتظار ظهور الصفحة وربما يغادر الموقع دون تحقيق الهدف المرجو. أما إذا كان الموقع يتمتع بسرعة تحميل عالية، فإن سلوك المستخدم يختلف ويتحقق الهدف المطلوب بسهولة دون وجود مشاكل أو عوائق.

خارج الصفحة (off the page):

ينطوي تحسين محسّنات محركات البحث SEO خارج الصفحة على موقع الويب على تحسين نتائج محركات البحث وتصور المستخدم لجودة الموقع. يحدث هذا عن طريق الحصول على الروابط من مواقع أخرى خاصة تلك التي تتمتع بمصداقة عالية ويشار إلى العلامة التجارية الخاصة بالموقع الإلكتروني ومشاركة المحتوى الخاص بك من مصادر خارج موقع الويب الخاص بك, ونذكر هنا بعض العوامل الخاصة ب off the page :

نشر روابط الموقع الإلكتروني (affiliate marketing):

يعتبر نشر رابط الموقع الإلكتروني من أهم الآليات في ترويج الموقع الإلكتروني للشريحة المستهدفة إذ أن نشر رابط الموقع يساهم في مشاركة الأشخاص له وزيادة عدد زوار الموقع ويمكن نشر رابط الموقع الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وانستغرام كما ويمكن نشر رابط الموقع الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني وإرساله إلى بريد الأشخاص في الشريحة المستهدفة وهذا يجعلنا نصل لشريحةنا المستهدفة بسرعة أكبر.

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

:"

تجربة المستخدم (User Experience) تأخذ بالحسبان رغبات وتوقعات المستخدم للوصول إلى هدفه دون جهد كبير وفي بيئة بسيطة وسهلة. وسوف نلخص الخطة في ما يلي:

- سهولة الوصول: القيام بكل ما يجب حتى يصل المستخدم إلى الموقع بسهولة، بحيث يتمكن جميع المستخدمين بمختلف شرائحهم من الوصول إليه واستثمار وظائفه بسهولة.
- سهولة الاستخدام: يجب أن يكون الموقع خاليًا من كل ما يمكن له أن يعقد أو يصعب التصفح على المستخدم. فوجود موقع إلكتروني سهل الاستخدام يعطي الزوار انطباعًا إيجابيًا، ويشجعهم على تجربة الشراء ويزيد نسبة المبيعات.
- أن يكون فعالاً: الإجابة على تساؤلات الزبائن بكل سهولة ووضوح، أن يكون الموقع سهل القراءة وتكون اللغة هي لغة الجمهور المستهدف. أن تكون التصميم جذابة ومميزة.
- موثوق ومرغوب فيه: تصميم موقع يكون مبنياً على ثقة تامة من الزبون والثقة في البضاعة والقطع المكفولة والمعاملة الجيدة للزبائن جميعهم تساعد على زيادة رغبة الزبون في استخدام الموقع.
- يعكس صورة الجهة المالكة: يجب على المستخدم أن يقتنع أنه في المكان الصحيح لتحقيق هدفه.

القسم السادس:

6.1 المقدمة.

6.2 وصف الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد.

6.3 تحليل الموقع.

6.4 الخطة التسويقية.

6.5 تقييم أداء الموقع.

6.1 مقدمة:

يتضمن هذا الفصل شرحًا حول إعدادات الموقع الإلكتروني اللازمة لجعله قابلاً للعمل وتشغيله بشكل صحيح. يتم تناول خطوات تحميل الموقع الإلكتروني من لحظة دخول المستخدمين إليه والتركيز على تحويلهم إلى أعضاء في الموقع الإلكتروني وتحقيق الأهداف المرغوبة. ستتم إنشاء حملة ترويجية للموقع الإلكتروني لجذب الزبائن، وسيتم التركيز على تحديد سلوك المستخدمين داخل الموقع الإلكتروني، مثل تقييم الصفحات والمتاجر الأكثر شعبية والأقل تقييمًا، وتحديد سلوكيات الزبائن داخل الصفحة.

6.2 الإعدادات المطلوبة لتشغيل الموقع الجديد:

استخدمنا العديد من الإعدادات المختلفة التي تمكّنا من تشغيل وإطلاق الموقع على الإنترنت، حيث كانت الإعدادات كالتالي:

اسم النطاق (Domain Name):

قمنا باختيار "elmas.ps" كاسم النطاق المراد ظهوره في الموقع الإلكتروني، واخذه كعلامة تجارية للموقع. حيث تم الاتفاق بين الشركة وفريق العمل على اعتماد هذا الاسم بحيث أن "elmas" يمثل اسم الشركة وهم لا يريدون تغييره أو التعديل عليه لأنه معروف بهذا الاسم ولديه زبائنه الخاصين به. أما من وجهة نظرنا كفريق العمل، فقد وافقنا على هذا الاسم نظرًا لأنه قصير وسهل التذكر وهو يدل على المجوهرات.

وقمنا باختيار مجال النطاق الاعلى (TLD) وهو ".ps" نظرًا لأن الموقع الإلكتروني تم تصميمه للفرع الموجود في فلسطين.

مساحة الاستضافة للموقع (web hosting)

تم حجز مساحة الاستضافة للموقع من موقع GoDaddy، وهو يعتبر واحدًا من أكبر مواقع حجز الاستضافة على الإنترنت في العالم. قمنا بحجز مساحة الموقع (Deluxe) لما تتوفر فيه من خصائص مناسبة لموقعنا، بما في ذلك المساحة والأمان والنسخ الاحتياطي.

البريد الإلكتروني الخاص بالعمل (Business Email Address)

قام فريق العمل باعتماد بريد إلكتروني خاص بالموقع والدعم الفني، وهو [.info@elmas.ps](mailto:info@elmas.ps)

المواقع المستخدمة لعمل الموقع الإلكتروني

تم استخدام نظام إدارة المحتوى المتعدد الاستخدامات (Multipurpose CMS) لإنشاء الموقع الإلكتروني، وتم رفع الملفات المطلوبة على cPanel، وتخزين البيانات في قاعدة البيانات الخاصة بالموقع، وأيضًا تم عمل نسخ احتياطية لبيانات الموقع كل ثلاثة أيام لضمان عدم ضياع البيانات.

قمنا باستخدام Modules اللازمة لتشغيل الموقع وجعله تفاعليًا.

الشعار (logo)

بالاتفاق بين فريق العمل والشركة، قامت الشركة بطلب منا استخدام الشعار الرسمي للشركة.

ELmas

Jewellery

SILVER & WATCH

الصور المستخدمة

قامت الشركة بتوفير الصور لنا، وهي صور واضحة وعالية الجودة. قمنا باستخدام أداة "Smush" لضغط حجم الصور، من أجل أن تتناسب مع الموقع وتحميله بسرعة. كما قمنا بتعديل الصور المستخدمة في الموقع من خلال برنامج الفوتوشوب.

6.3 تحليل الموقع :

قمنا باستخدام منصة Google Analytics وHeatmap. ساعدتنا هذه المنصات في إنشاء تقارير خاصة بالموقع، مما يساعدنا على معرفة نقاط القوة والضعف والعمل على تحسين الموقع.

الخطوات لتحميل الموقع:

تم العمل على الموقع عبر منصة Multipurpose CMS عبر الإنترنت بشكل اونلاين، وتم إضافة الصور الخاصة بالمجوهرات. ثم تم اقتراح تسويق الموقع للزبائن عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي.

6.4 الخطة التسويقية:

بعد الانتهاء من تصميم الموقع، قام الفريق بوضع خطة تسويقية يتم من خلالها تعريف الفئة المستهدفة بالموقع الإلكتروني وخدماته وطبيعة عمله. قرر الفريق العمل على المنصات التالية: Facebook و Instagram. سيتم نشر الصور والنصوص ومقاطع الفيديو والمدونات على هذه المنصات لتعريف الجمهور بالموقع الإلكتروني. تم تنفيذ الخطة التسويقية على النحو التالي:

الترويج عبر منصات التواصل الاجتماعي:

ستقوم الشركة بإعلانات على منصة Facebook، وسيتم استخدام أداة Ads Manager لنشر الإعلانات كما هو مخطط مسبقاً.

كما سيتم وضع إعلانات على موقع Instagram، حيث سيتم نشر المنشورات والإعلانات لعرض صور الموقع الإلكتروني وطريقة عمله، بهدف تشجيع الفئة المستهدفة على زيارة الموقع واستخدام الخدمة.

المدونات:

استكشف روعة الألماس

الألماس هو أحد أثمن وأجمل الأحجار الكريمة في العالم. يتميز الألماس بلونه الشفاف وصلابته العالية، ويعد رمزاً للثراء والجمال والأناقة. في هذه المقالة، سنتحدث عن الألماس، تاريخه، استخداماته، وأهميته في العالم.

تاريخ الألماس

يعود تاريخ الألماس إلى القرن الرابع قبل الميلاد، حيث كان يتم استخدامه في الهند في الصناعة والتجارة. ولقد شهد الألماس ارتفاعاً في شعبيته في العالم الغربي في القرن السادس عشر، عندما تم اكتشاف مناجم الألماس في البرازيل. وبدأ استخدام الألماس في الحلي والمجوهرات والزينة، ولقد أصبح الألماس فيما بعد رمزاً للحب والولاء والقيمة.

استخدامات الألماس

يتم استخدام الألماس في العديد من المجالات، منها الصناعية والطبية والعلمية والتقنية. ففي الصناعة، يتم استخدام الألماس في تصنيع الأدوات والمعدات التي تتطلب صلابة عالية، مثل الحفر والقطع والطحن. وفي الطب، يتم استخدام الألماس في صناعة الأدوات الطبية والأدوات الجراحية، كما يستخدم الألماس في صناعة أقراص الحاسوب والمصابيح الكهربائية.

أهمية الألماس

تعد الألماس من الأحجار الكريمة الأكثر قيمة في العالم، وهي تتميز بصلابتها العالية وندرتها، حيث يتم استخراجها من الأرض بصعوبة كبيرة. ولقد تم تقييم قيمة الألماس بناءً على أربعة معايير رئيسية، وهي: الوزن، واللون، والنقاء، والقصة.

استكشف تنوع الفضة في عالم المجوهرات!

مرحبًا بك في مقالتنا عن أنواع الفضة المستخدمة في المجوهرات! تعتبر المجوهرات من أكثر الأشياء التي تلفت الانتباه في العالم، ولذلك فإن استخدام أنواع الفضة الصحيحة في صناعة المجوهرات يلعب دورًا كبيرًا في جعلها تبدو جميلة ولامعة. لذلك، سنقدم لكم اليوم مجموعة متنوعة من الفضة المستخدمة في صناعة المجوهرات.

1- الفضة الأسترلينية: تعتبر الفضة الأسترلينية من الأنواع الأكثر شهرة في صناعة المجوهرات. وهي تتكون من 92.5% من الفضة النقية، والباقي من النحاس أو الزنك. تتميز الفضة الأسترلينية بلمعانها الجميل وقوتها، وهي مقاومة للتآكل والصدأ. بالإضافة إلى ذلك، فإنها تتوفر بأسعار معقولة مما يجعلها متاحة للجميع.

2- الفضة الإيطالية: تعد الفضة الإيطالية من أفضل أنواع الفضة في العالم. وتتميز بنسبة عالية من الفضة النقية، والتي تتراوح بين 95-100%، مما يجعلها أكثر لمعاناً ولمساً ناعماً. ولكن، يجب الانتباه إلى أن هذا النوع من الفضة غالبًا ما يكون أكثر تكلفة.

3- الفضة الفرنسية: تعد الفضة الفرنسية من الأنواع الأكثر روعة في صناعة المجوهرات، حيث تتميز بلمعانها ونعومتها. وتتكون من 95% من الفضة النقية، والباقي من النحاس والزنك. كما أنها مقاومة للتآكل والصدأ، ولكنها تكون غالبًا ما تكون أكثر تك

للفضة الإيطالية والفرنسية، ولذلك يجب اختيار النوع المناسب وفقًا للميزانية والاحتياجات الشخصية.

4- الفضة الفنلندية: تعد الفضة الفنلندية من الأنواع النادرة والأكثر تميزًا في صناعة المجوهرات. وتتميز بنسبة عالية من الفضة النقية، وتتراوح بين 92.5-97.5%، كما تتميز بلمعانها الجميل ولمساً ناعماً. كما أنها مقاومة للتآكل والصدأ وتوفر بأسعار معقولة.

5- الفضة المكسيكية: تتميز الفضة المكسيكية بلمعانها الفريد والشكل الأنيق، كما تتراوح نسبة الفضة النقية فيها بين 90-95%. وتعد الفضة المكسيكية من الأنواع الرخيصة نسبيًا، مما يجعلها متاحة للجميع.

6- الفضة التايلاندية: تتميز الفضة التايلاندية بتصميماتها الجميلة والتميزة، كما تتراوح نسبة الفضة النقية فيها بين 92.5-97.5%. وتتميز الفضة التايلاندية بسهولة الحفر عليها والتصميم عليها بأشكال مختلفة.

بالتأكيد، توفر هذه الأنواع المختلفة من الفضة خيارات متنوعة للمصممين والمستهلكين للاختيار من بينها، وتجعل صناعة المجوهرات أكثر إثارة وتميزًا. لذا، يجب اختيار الفضة المناسبة لتصميم المجوهرات المفضلة لدينا بأفضل جودة وأفضل قيمة مالية.

تألق بلمسة من الفضة

إن ارتداء الفضة بشكل دائم قد يكون من الأشياء التي تميز شخصاً عن غيره، حيث تعتبر الفضة معدناً ثميناً وجميلاً يتميز بلمعانه الفريد ولونه الرائع. ومن المعروف أن الفضة قد تكون مصنوعة من خليط من العناصر الأخرى، ولكنها تظل متميزة برمتها.

إن ارتداء الفضة بشكل دائم يعتبر موضة رائجة في عالم الأزياء والموضة، فهي تضيف للشخصية سحراً وجاذبية وتعبّر عن ذوق رفيع وأناقة. ولذلك، يحرص العديد من الأشخاص الذين يعتبرون أنفسهم مهمين على ارتداء المجوهرات المصنوعة من الفضة.

تعد المجوهرات المصنوعة من الفضة مثالية لإضفاء اللمسة النهائية على أي إطلالة، فهي تضيفي اللمعان والتألق الذي يمنح الشخص ثقة بالنفس وجاذبية أكبر. كما أن الفضة تعد معدناً ليناً وخفيف الوزن، مما يجعل المجوهرات المصنوعة منها مريحة للارتداء لفترات طويلة من الوقت دون التسبب في أي احتكاك أو تهيج للجلد.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون المجوهرات المصنوعة من الفضة مثالية للأشخاص الذين يعانون من حساسية للمعادن الأخرى، فالفضة تعتبر من المعادن النادرة التي تسبب أقل قدر من التحسس للجلد.

وبما أن الفضة تعد معدناً ثميناً، فإن ارتداء المجوهرات المصنوعة منها يعكس مكانة اجتماعية عالية للشخص، ويجعل الشخص يبدو أكثر روعة وأناقة.

لذلك، يمكن استخدام ارتداء المجوهرات المصنوعة من الفضة كطريقة للتعبير عن الذوق والأسلوب الشخصي. فمن خلال اختيار قطعة مجوهرات محددة، يمكن للشخص إضفاء اللمسة الشخصية على إطلالته، والتعبير عن نفسه بطريقة فريدة.

وبالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تكون المجوهرات المصنوعة من الفضة هدية مثالية للأشخاص الذين يرتدون الفضة بشكل دائم. فهي تعبّر عن الاهتمام والتقدير، وتجعل الشخص يشعر بالثقة بالنفس والأهمية.

ومن الجدير بالذكر أن ارتداء المجوهرات المصنوعة من الفضة يمكن أن يكون جزءاً من العادات والتقاليد في بعض الثقافات، فمن خلال ارتداء المجوهرات المصنوعة من الفضة يمكن للشخص العرض على الآخرين بمظهره الأنيق والأنيق والمتفرد.

وفي النهاية، فإن ارتداء المجوهرات المصنوعة من الفضة يمكن أن يكون جزءاً من الأسلوب الشخصي والذوق، ويمكن أن يعكس الثقة بالنفس والأهمية والرفق. ولذلك، فإن الفضة تعد مادة لامعة ورائعة يجب الاحتفاظ بها دائماً في خزانة الملابس.

تميز مع خواتم الفضة الرجالية

إذا كنت تبحث عن إضافة لمسة جمالية لمظهرك الشخصي، فإن خاتم الفضة هو الخيار الأمثل لك كرجل. فهو يعطي إحساسًا بالأناقة والرقي، ويبرز شخصيتك بشكل لافت للنظر. إن خواتم الفضة هي إكسسوارات مميزة تتنوع تصاميمها بين الكلاسيكية والحديثة، وتتوافق مع جميع الأذواق. كما أنها تصلح لجميع المناسبات سواء كانت حفلات الزفاف أو العمل أو اللقاءات الاجتماعية.

يمكنك الاختيار من بين مجموعة واسعة من التصاميم، بدءًا من الأساسية وصولاً إلى الفاخرة. وبفضل خصائص الفضة، يمكن أن تدوم خواتم الفضة لسنوات عديدة دون أي تأثير من العوامل الخارجية.

إذا كنت تبحث عن تصميم مميز، فإن خواتم الفضة بالأحجار الكريمة ستجعل مظهرك مذهلاً وستسلط الضوء على شخصيتك. وإذا كنت تبحث عن التفرد، فإن الخواتم المطلية بالذهب الوردي والأسود ستضفي لمسة مختلفة تمامًا. لا تنسَ أن الخواتم الفضية للرجال هي هدايا رائعة للمناسبات الخاصة مثل عيد الحب وعيد الميلاد وحفلات التخرج والزفاف. فهي تعبر عن الحب والتقدير والاحترام، وستكون هدية مثالية للشخص الذي تحب.

بالإضافة إلى ذلك، تتوفر العديد من الأحجام والأشكال التي تناسب جميع الأصابع والأذواق. ويمكنك الحصول على خواتم الفضة من متجرنا مع إمكانية التوصيل السريع.

وإذا كنت تبحث عن تجربة تسوق مميزة، فإن متجرنا يوفر خدمة عمل تصاميم خاصة والتي تتيح لك إضافة اسمك أو تاريخ مميز على الخاتم لتجعله هدية شخصية لا تنسى.

في النهاية، فإن خواتم الفضة للرجال هي خيار رائع للأشخاص الذين يريدون إضفاء لمسة من الأناقة والتفرد على مظهرهم الشخصي. ومع تصاميمها المتنوعة والعصرية، فإنها ستلبي جميع الأذواق والاحتياجات. لذا، احصل على خاتم فضي رائع اليوم واستمتع بإضافة لمسة جمالية لمظهرك الشخصي.

فوائد سناسيل الفضة من باندورا

تتميز سناسيل الفضة من باندورا بأنها تعد من أهم وأفضل الهدايا التي يمكن تقديمها لمن تحب، وذلك لأنها تتمتع بتصميمات فريدة وجميلة وتتوافر بأسعار معقولة، إضافة إلى فوائدها الصحية والعلاجية المعروفة.

تمتلك سناسيل الفضة من باندورا مجموعة كبيرة من التصميمات المختلفة، وتتنوع بين الألوان والأشكال والرموز، ما يجعلها تناسب جميع الأذواق والأعمار. وبالإضافة إلى ذلك، تتوفر سناسيل الفضة من باندورا بأسعار تتناسب مع مختلف الميزانيات، مما يجعلها هدية مناسبة للجميع.

تتميز سناسيل الفضة من باندورا بأنها تحتوي على فضة عيار 925، مما يجعلها تتمتع بخصائص علاجية مهمة، فهي تساعد على تحسين الدورة الدموية وتقوية المناعة وتحسين النوم، كما تساعد على تحسين المزاج وتخفيف التوتر والقلق.

كما أن سناسيل الفضة من باندورا تعتبر هدية مثالية للمناسبات الخاصة، مثل الأعياد والمناسبات العائلية والأعراس والتخرج، فهي تعبر عن مشاعر الحب والتقدير والاحترام. ولمن يرغب في تقديم هدية فريدة وشخصية، يمكنه تصميم سناسيل فضة من باندورا خاص به، حيث يمكن اختيار الأحرف والأرقام والرموز المختلفة لتكوين تصميم خاص يعبر عن الشخصية المهداة.

في النهاية، تتميز سناسيل الفضة من باندورا بالجودة العالية والتصميمات المتنوعة والخصائص العلاجية المهمة، مما يجعل هذا الهدية المثالية لمن تحب، سواء كانت لعيد ميلاد أو ذكرى خاصة أو حتى لبساطة التعبير عن المشاعر الصادقة.

كما وان باندورا تطور برنامج الولاء للعملاء، حيث يتم تقديم مزايا خاصة للعملاء المتكررين، مثل الخصومات الحصرية والعروض الخاصة والهدايا المجانية، وذلك لتشجيعهم على العودة مرة أخرى والاستمرار في الشراء.

وفي النهاية، فإن سناسيل الفضة من باندورا تعتبر هدية رائعة ومميزة لأي مناسبة، وتتميز بتصميماتها الفريدة والجميلة وفوائدها العلاجية المهمة.

الأسرار الخفية لتزيين إطلالتك بالمجوهرات الفضية بطريقة متناغمة مع الملابس

تعتبر المجوهرات من العناصر الأساسية التي تضيف لمسة جمالية لأي إطلالة، ومن بين المواد التي تستخدم في تصنيع المجوهرات هي الفضة، وهي مادة ذات لمعان جميل ورائحة في الأوساط الاجتماعية. ولكن، قد يواجه البعض صعوبة في اختيار الأزياء المناسبة لتنسيقها مع مجوهرات الفضة، لذا نقدم لكم في هذه المقالة بعض النصائح لتنسيق مجوهرات الفضة مع الملابس.

1- اختيار الألوان المناسبة: يمكن تنسيق المجوهرات الفضية مع ملابس بألوان مختلفة، ولكن يجب تجنب تنسيقها مع الألوان الزاهية والتي تميل إلى الإغراق في لمعان المجوهرات، ويفضل اختيار الألوان الهادئة مثل الأسود والأبيض والرمادي والبيج.

2- تنسيق المجوهرات مع تصميم الملابس: يجب أن يكون تصميم المجوهرات متناغماً مع تصميم الملابس، وعلى سبيل المثال، إذا كانت الملابس بتصميم بسيط وعادي، فيمكن ارتداء مجوهرات ذات تصميم أكثر تفرداً لتضفي لمسة من الأناقة والأنوثة على الإطلالة.

3- تناسق المجوهرات مع المناسبة: يجب تناسق المجوهرات مع نوعية المناسبة، فعلى سبيل المثال، يمكن ارتداء مجوهرات ذات تصميم أنيق وعصري مع الملابس الرسمية في المناسبات الهامة، أما في المناسبات الكاجوال يمكن ارتداء مجوهرات بسيطة وتصميم بسيط.

4- تنسيق المجوهرات مع المنطقة المكشوفة: في حالة ارتداء ملابس تكشف عن منطقة معينة من الجسم، مثل الرقبة أو الأذنين، فيجب اختيار المجوهرات المناسبة لتلك المنطقة، ومثلاً يمكن ارتداء قلادة أو قرط فضي لتزيين الرقبة أو الأذنين.

5- الحد من استخدام المجوهرات: يجب تجنب استخدام كمية كبيرة من المجوهرات في الإطلالة، والاكتفاء بقطعة أو قطعتين تكفي لإضافة لمسة جمالية للإطلالة.

6- الحفاظ على التوازن: يجب الحفاظ على توازن بين استخدام المجوهرات الفضية وبين الملابس المرتديتها، فعلى سبيل المثال، إذا كانت الملابس ذات تصميم معقد، فيجب تجنب استخدام مجوهرات كبيرة ومزخرفة لعدم إضافة زيادة على الإطلالة.

7- الحفاظ على نظافة المجوهرات: يجب الحفاظ على نظافة المجوهرات الفضية من خلال تنظيفها بشكل منتظم باستخدام الأدوات المناسبة لتجنب تغير لونها وتألقها.

باختيار المجوهرات الفضية المناسبة وتنسيقها بشكل جيد مع الملابس، يمكن لأي شخص الحصول على إطلالة أنيقة ورائعة. ويمكن تطبيق هذه النصائح على مختلف الأنواع والأشكال من المجوهرات الفضية، مثل الخواتم والأساور والقلائد والأقراط، لتحصل على إطلالة متكاملة وراقية.

الساعات اليدوية لإكمال أناقة الشباب

الأناقة هي عنصر أساسي في حياة الشباب، فهي تعبر عن شخصيتهم وتساعدهم في الاندماج بسلاسة في المجتمع. ولكن ، لتحقيق الأناقة الكاملة ، يجب أن تتضمن إكسسوارات مثل الساعات اليدوية. فعلى الرغم من أن الهواتف الذكية يمكن أن تؤدي بعض المهام الأساسية للساعات اليدوية ، إلا أنها لا تزال لا تمثل الحل الكامل لجميع احتياجات الشباب.

أولاً ، الساعات اليدوية تمنح الشباب مظهرًا أنيقًا وجذابًا ، حيث تعطي لمسة جمالية لإطلالتهم. تأتي الساعات بمختلف الأحجام والألوان والتصاميم ، مما يتيح للشباب الاختيار من بين العديد من الخيارات التي تناسب ذوقهم الشخصي والملابس التي يرتدونها.

ثانياً ، الساعات اليدوية تعزز الثقة بالنفس لدى الشباب. فالارتداء اليومي للساعة اليدوية يجعلهم يشعرون بالانتماء إلى مجتمع الأشخاص الذين يهتمون بالتفاصيل والأناقة. وهذا يساعد على زيادة الثقة في النفس والتأثير الإيجابي في العلاقات الاجتماعية.

ثالثاً ، الساعات اليدوية تعتبر مركز اهتمام العديد من الشباب في المناسبات الاجتماعية والأحداث الخاصة. فعندما يحتفل الشباب بمناسبة ما ، يكون اختيار الساعة اليدوية المناسبة جزءًا من الإطلالة الكاملة. وقد تكون الساعة اليدوية الأنيقة هي العنصر الذي يجعل الشخص يتميز عن الآخرين في المناسبة.

وأخيرًا ، الساعات اليدوية تتمتع بالدقة والموثوقية ، مما يجعلها أداة لا غنى عنها للشباب الذين يهتمون بالوقت والجدولة. فمن خلال استخدام الساعات اليدوية ، يمكن للشباب إدارة وقتهم بفعالية وتحديد المواعيد بدقة ، مما يعزز الإنتاجية ويخفض مستوى التأخير في الأحداث المهمة.

بالنظر إلى جميع هذه الفوائد ، فإن الساعات اليدوية تعتبر أداة لا غنى عنها في حياة الشباب ، وتساعدهم في إبراز الأناقة والثقة والدقة. لذلك ، يمكن للشركات المتخصصة في صناعة الساعات اليدوية استهداف الشباب كفئة مستهدفة للتسويق لمنتجاتهم ، والترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والإعلانات التلفزيونية. ومن المؤكد أنه بفضل الجمالية والجودة والأداء العالي للساعات اليدوية ، ستحقق الشركات نجاحًا كبيرًا في هذا المجال.

المنشورات :



Elmas

20h · 🌐



شركة تركية تأسست عام ٢٠١٩، تجمع العديد من الماركات العالمية المتخصصة في الفضة والبريسيو



Elmas

Just now · 🌐



"اكتشف آخر أخبار الفضة واستثمر في المعدن النفيس مع تزايد الاهتمام بالاستثمار في المعادن النفيس، يعتبر الفضة واحدًا من أبرز المعادن التي تحظى بشعبية متزايدة. تتميز الفضة بعدة خصائص تجعلها جاذبة للمستثمرين، بما في ذلك توازنها بين الاستخدام الصناعي والطلب الاستثماري. في هذه المدونة، سنستكشف آخر أخبار الفضة ونلقي نظرة على الفرص الاستثمارية المثيرة التي توفرها هذه المعدن النفيس."

لقراءة الموضوع كامل اضغط على الرابط التالي:



elmas.ps
Elmas Jewellery



Elmas

21h · 🌐



تعود صناعة المجوهرات في فلسطين إلى العصور القديمة، وتعتبر جزءاً مهماً من تراث وثقافة المنطقة. تتميز المجوهرات الفلسطينية بتصميماتها الفريدة والتميز، وتشتهر بتفاصيلها الدقيقة واستخدامها للعناصر التراثية. تستوحى تصميماتها من الطبيعة والتراث الفلسطيني، وتشمل الأشكال الهندسية والنقوش العربية والفلسطينية التقليدية.



Elmas 12m · 🌐

موقع إلماس يتميز عن غيره من مواقع المجوهرات في فلسطين بالعديد من المميزات الفريدة. يتيح لك الموقع إرسال الهدايا إلى أي شخص في فلسطين، سواء كنت داخل فلسطين أو خارجها. ومن أهم سياسات الموقع هي حماية خصوصية المستلم، حيث يتم استفسار المستلم قبل إرسال الهدية له للتأكد مما إذا كان يفضل استلامها أم لا. كما يمكن للمرسل إضافة أي ملاحظات يرغب بها مع الهدية، مما يضيف لمسة شخصية وفريدة لتلك الهدية. كما يتميز الموقع بتشكيلة واسعة من المجوهرات ذات الجودة العالية، مما يتيح لك اختيار الهدية المثالية لأحبائك.

قم بزيارة الموقع لتجربة هذه الخاصية:

ELmas Jewellery SILVER & WATCH

elmas.ps
Elmas Jewellery

Elmas Just now · 🌐

استعدوا للأناقة الرجالية المميزة! نقدم لكم عرضاً حصرياً على أساور الفضة الرائعة للرجال. اكتشفوا تشكيلتنا الفريدة والأنيقة التي تضيف لمسة ساحرة إلى مظهركم اليومي. تتمتعوا بأناقة لا تقاوم وجودة لا تشوبها شائبة، حيث تتميز أساورنا بتصميمات رائعة وتفاصيل دقيقة تعكس الفخامة والذوق الرفيع. استغلوا فرصة الحصول على قطعة فريدة من نوعها لتعزيز أناقتكم وأن تكون هدية مميزة لمن تحبون. انضموا إلينا الآن واستفيدوا من العروض المميزة قبل نفاد الكمية. لا تفوتوا فرصة الحصول على أساور الفضة الرجالية بأسعار لا تقاوم. اطلبوا الآن من موقعنا الإلكتروني واستعدوا لتكونوا في قمة الأنافة!

#عروض_أساور_الفضة_الرجالية #أنافة_رجالية #مجوهرات_فضة

Elmas Posted by Nada Fareed 7m · 🌐

اكتشف أسرار التنسيق المثالي بين المجوهرات وملابسك لإطلالة ساحرة في كل مناسبة. سواء كنت تحتفل بحفل زفاف أو ترغب في إطلالة أنيقة للعمل، فإن مجموعتنا من المجوهرات تلي جميع احتياجاتك. تالفي بأقراط اللؤلؤ الأنيقة في السهرات، وارتدي الأساور الفضية الرقيقة لإضفاء لمسة من الأنافة على إطلالتك اليومية. استعد للمناسبات مع مجوهراتنا المميزة وكوني محط الأنظار في كل مناسبة. #تنسيق_المجوهرات #إطلالة_مثالية #مجوهرات_لكل_مناسبة

See insights and ads Boost post

Like Comment Share



Elmas

Just now · 🌐

...

ابتكر مجوهراتك الخاصة وأضف لمسة شخصية فريدة! في متجرنا، نمنحك إمكانية التعديل والإضافة على تصميم المجوهرات بحرية تامة. سواء كنت ترغب في تغيير تصميم الخاتم، أو إضافة حجر كريم إلى القلادة، أو تخصيص قلادة بحروف اسمك، فإن خبراءنا المهرة مستعدون لتحقيق رغباتك.

استمتع بتجربة فريدة وشخصية عندما تكون لك السيطرة على تصميم مجوهراتك. يمكنك اختيار المواد، والأحجار الكريمة، وتحديد التفاصيل التي ترغب فيها. سنضمن لك أن تحصل على قطعة فريدة تناسب أذواقك وتعكس شخصيتك بأفضل طريقة ممكنة.

من خلال صفحة المنتجات التي بالأسفل ⬇️⬇️ اختر أي منتج تريده، واضغط على أتمام الطلب، ومن ثم اضغط على مربع طلب تصميم خاص الموجود تحت صورة المنتج واكتب اي تعديل أو إضافة ترغب في إضافتها في مربع الرسالة. ونحن على أتم استعداد لتلبية رغباتك لتصبح حقيقية بلمستك الخاصة

#تصميم_مجوهرات_مخصصة

#تعديل_تصميم_المجوهرات_#إضافة_تفاصيل_مميزة

#تصميم_فريد_وشخصي

i

ELmas
Jewellery
SILVER & WATCH

elmas.ps

Elmas Jewellery



Elmas

Just now · 🌐

...

هل ترغب في امتلاك قطعة مجوهرات فريدة تعكس ذوقك الخاص؟ لدينا لك الحل المثالي! نحن نقدم لك خدمة تصميم خاص للمجوهرات تلبي رغباتك وتحقق توقعاتك الفريدة. سواء كنت تبحث عن خاتم مميز، أو قلادة فريدة، أو أساور ذات تصميم فاخر، يمكننا تحويل أفكارك إلى حقيقة ملموسة.

مع خدمة تصميم المجوهرات الخاصة بنا، يمكنك التعبير عن ذوقك وشخصيتك الفريدة من خلال اختيار المواد والأحجار الكريمة وتحديد التفاصيل التي ترغب فيها. سيقوم فريقنا المتخصص من المصممين بالعمل بجد لتحويل رؤيتك إلى تصميم مدهش يناسب أذواقك الخاصة.

استفد من فرصة الحصول على مجوهره فريدة واستثنائية تعكس هويتك الشخصية. قد تكون هذه القطعة هدية مميزة لشخص عزيز عليك، أو قطعة تعزيزية لمناسبة خاصة.

كل ما عليك فعله هو الدخول لصفحة طلب تصميم خاص الموجودة في الأسفل ⬇️⬇️، واما ان تقوم بتحميل صورة تريد تنفيذها او رسم التصميم الذي تريده في خانة مربع الرسم مع تعبئة التفاصيل اللازمة ومن ثم أرسل الطلب، دعنا نخلق معًا قطعة فريدة من نوعها تحمل بصمتك الخاصة وتلفت الأنظار بأناقته وروعته.

#تصميم_مجوهرات_خاصة_#مجوهرات_فريدة

#تفرد_الأناقة_#تصميم_فاخر_#هدية_مميزة

i

ELmas
Jewellery
SILVER & WATCH

elmas.ps

Elmas Jewellery



Elmas

Posted by Zeina Qafesha

4m · 🌐

المجوهرات في فلسطين تجمع بين الأصالة والحداثة، يتم المحافظة على التراث والتقاليد في بعض التصاميم

قلادة خارطة فلسطين 💎❤️



See insights

Boost a post



Elmas

12m · 🌐

موقع إلماس يتميز عن غيره من مواقع المجوهرات في فلسطين بالعديد من المميزات الفريدة. يتيح لك الموقع إرسال الهدايا إلى أي شخص في فلسطين، سواء كنت داخل فلسطين أو خارجها. ومن أهم سياسات الموقع هي حماية خصوصية المستلم، حيث يتم استفسار المستلم قبل إرسال الهدية له للتأكد مما إذا كان يفضل استلامها أم لا. كما يمكن للمرسل إضافة أي ملاحظات يرغب بها مع الهدية، مما يضيف لمسة شخصية وفريدة لتلك الهدية. كما يتميز الموقع بتشكيلة واسعة من المجوهرات ذات الجودة العالية، مما يتيح لك اختيار الهدية المثالية لأحبائك.

قم بزيارة الموقع لتجربة هذه الخاصة:



ELmas

Jewellery

SILVER & WATCH

elmas.ps

Elmas Jewellery



Elmas

Posted by Zeina Qafesha

Just now · 🌐

كوني ملكة في يوم زفافك بارتداء تاج ملكي 👑

ستتوفر قريباً في متجرنا قطع ملكية من التيجان المرصعة بالكرستال فائق النقاء

Soon 🚚👉👈



See insights

Boost a post



Elmas

Posted by Zeina Qafesha

Just now · 🌐

تجمع ساعات Roberto Cavalli من Franck Muller بين الأسلوب العصري والإتقان السويسري

ستتوفر قريباً في متجرنا 💎👑

Soon 🚚👉👈

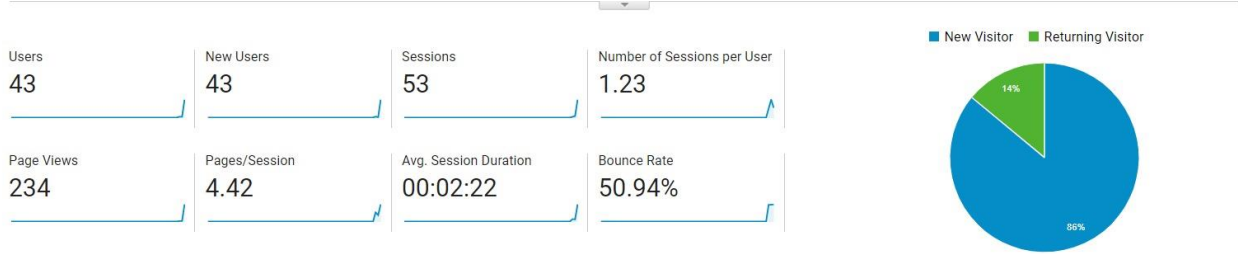


See insights

Boost a post

6.5 تقييم أداء الموقع.

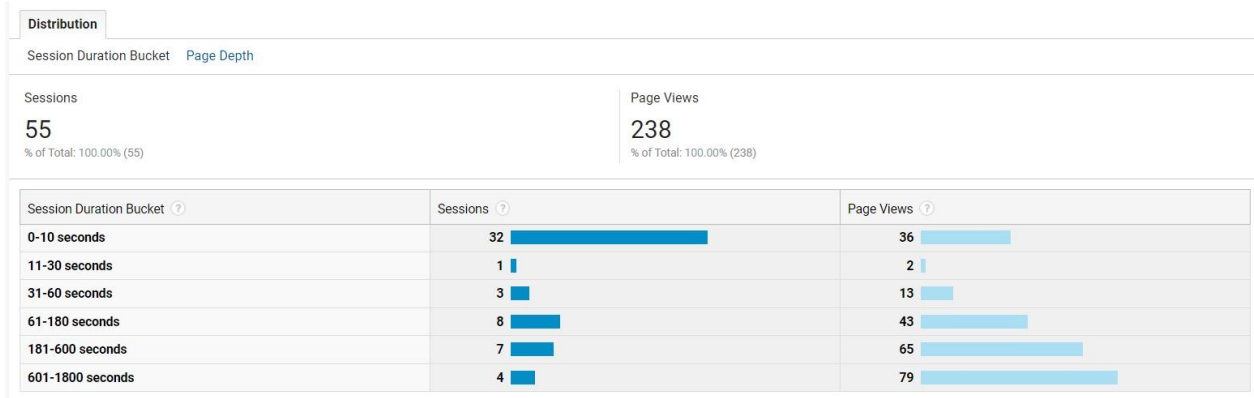
تحليل الموقع باستخدام google analytics



في هذه الرسمة، يُظهر عدد المستخدمين وعدد المستخدمين الجدد، وعدد الجلسات، وعدد الصفحات التي يزورها الزائرون في كل جلسة، ومعدل الوقت الذي يقضونه الأشخاص في الجلسة، وعدد المرات التي تمت زيارة الصفحة.

Country	Acquisition			Behaviour			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	45 % of Total: 100.00% (45)	45 % of Total: 100.00% (45)	55 % of Total: 100.00% (55)	50.91% Avg for View: 50.91% (0.00%)	4.33 Avg for View: 4.33 (0.00%)	00:02:18 Avg for View: 00:02:18 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	0.00 % of Total: 0.00% (0)
1. Palestine	22 (48.89%)	22 (48.89%)	27 (49.09%)	40.74%	5.63	00:03:37	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
2. Israel	17 (37.78%)	17 (37.78%)	22 (40.00%)	54.55%	3.55	00:01:12	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
3. Jordan	3 (6.67%)	3 (6.67%)	3 (5.45%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
4. United States	2 (4.44%)	2 (4.44%)	2 (3.64%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
5. Saudi Arabia	1 (2.22%)	1 (2.22%)	1 (1.82%)	0.00%	3.00	00:02:13	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)

تظهر الرسمة من أي دول يأتي الزائرين للموقع ويوضح أعدادهم و سلوكهم بالموقع.



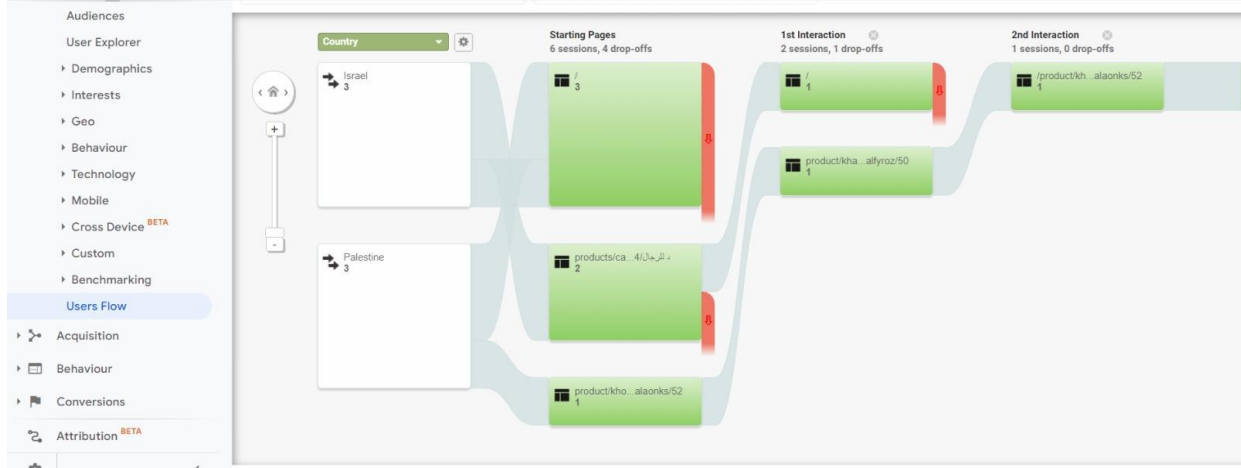
تظهر الرسمة مدة عدد الجلسات ومدة كل جلسة وعدد الصفحات التي شوهدت خلالها.

Browser		Acquisition			Behaviour			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value	
	45 % of Total: 102.27% (44)	45 % of Total: 102.27% (44)	55 % of Total: 101.85% (54)	50.91% Avg for View: 50.00% (1.82%)	4.33 Avg for View: 4.39 (-1.40%)	00:02:18 Avg for View: 00:02:20 (-1.82%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	
<input type="checkbox"/>	1. Safari	16 (35.56%)	16 (35.56%)	21 (38.18%)	61.90%	3.33	00:01:02	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	2. Safari (in-app)	11 (24.44%)	11 (24.44%)	11 (20.00%)	54.55%	4.09	00:01:57	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	3. Chrome	10 (22.22%)	10 (22.22%)	15 (27.27%)	40.00%	6.13	00:04:35	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	4. Android Webview	5 (11.11%)	5 (11.11%)	5 (9.09%)	60.00%	4.60	00:02:11	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	5. Samsung Internet	3 (6.67%)	3 (6.67%)	3 (5.45%)	0.00%	2.67	00:01:07	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)

تظهر الصورة من أي متصفح يأتي الزوار لموقعنا، وسلوكهم داخل الموقع.

Mobile Device Branding		Acquisition			Behaviour			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value	
	40 % of Total: 88.89% (45)	40 % of Total: 88.89% (45)	45 % of Total: 81.82% (55)	55.56% Avg for View: 50.91% (9.13%)	3.58 Avg for View: 4.33 (-17.32%)	00:01:23 Avg for View: 00:02:18 (-40.10%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	
<input type="checkbox"/>	1. Apple	27 (67.50%)	27 (67.50%)	32 (71.11%)	59.38%	3.59	00:01:21	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	2. Samsung	4 (10.00%)	4 (10.00%)	4 (8.89%)	0.00%	3.25	00:01:09	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	3. Wiko	4 (10.00%)	4 (10.00%)	4 (8.89%)	75.00%	2.25	00:00:54	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	4. Xiaomi	2 (5.00%)	2 (5.00%)	2 (4.44%)	50.00%	8.00	00:04:52	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	5. Huawei	1 (2.50%)	1 (2.50%)	1 (2.22%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	6. POCO	1 (2.50%)	1 (2.50%)	1 (2.22%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
<input type="checkbox"/>	7. Vivo	1 (2.50%)	1 (2.50%)	1 (2.22%)	0.00%	6.00	00:00:41	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)

تظهر الصورة أي جهاز يستخدمه الزوار لزيارة موقع إلماس وسلوكهم داخل الموقع.



مسار رحلة الزائرين للموقع داخل الموقع .

	Acquisition			Behaviour		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration
	46	46	58	53.45%	4.16	00:02:11
1 Direct	35			57.45%		
2 Social	11			36.36%		

طرق دخول الزوار للموقع سواء كان مباشر أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ويظهر سلوك الزوار داخل الموقع (الوقت الذي يقضونه بالجلسة وعدد الصفحات التي يزورونها بالجلسة).

Landing Page	Acquisition			Behaviour			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	60 % of Total: 100.00% (60)	80.00% Avg for View: 80.00% (0.00%)	48 % of Total: 100.00% (48)	55.00% Avg for View: 55.00% (0.00%)	4.05 Avg for View: 4.05 (0.00%)	00:02:06 Avg for View: 00:02:06 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	0.00 % of Total: 0.00% (0.00)
1. /	51 (85.00%)	88.24%	45 (93.75%)	56.86%	4.35	00:01:59	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
2. /custom-order	3 (5.00%)	0.00%	0 (0.00%)	66.67%	1.67	00:00:37	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
3. /products/category/أساور وقتك للرجال/4/ج	2 (3.33%)	50.00%	1 (2.08%)	50.00%	1.50	00:00:02	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
4. /gifts/56?size=0&width=0&ringsize=0	1 (1.67%)	0.00%	0 (0.00%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
5. /product/khatm-ayla/56	1 (1.67%)	100.00%	1 (2.08%)	0.00%	2.00	00:00:10	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
6. /product/khatm-fd-bhgr-azrkon/51	1 (1.67%)	0.00%	0 (0.00%)	0.00%	6.00	00:22:33	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
7. /product/khoatm-fd-bhgr-alaonks/52	1 (1.67%)	100.00%	1 (2.08%)	0.00%	4.00	00:00:44	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)

الصفحة التي تبدأ رحلة الزبون بها وسلوك الزبون داخلها.

Page	Page Views		Unique Page Views		Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate	% Exit	Page Value
	Page Views	% of Total	Unique Page Views	% of Total	Avg for View	% of Total	Avg for View	Avg for View	% of Total
	243 % of Total: 100.00% (243)		159 % of Total: 100.00% (159)		00:00:41 Avg for View: 00:00:41 (0.00%)	60 % of Total: 100.00% (60)	55.00% Avg for View: 55.00% (0.00%)	24.69% Avg for View: 24.69% (0.00%)	0.00 % of Total: 0.00% (0.00)
1. /	94 (38.68%)		54 (33.96%)		00:00:33	51 (85.00%)	56.86%	41.49%	0.00 (0.00%)
2. /custom-order	24 (9.88%)		10 (6.29%)		00:00:51	3 (5.00%)	66.67%	25.00%	0.00 (0.00%)
3. /shop	13 (5.35%)		6 (3.77%)		00:00:13	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	0.00 (0.00%)
4. /product/55/خاتم اوريغيا للنساء	7 (2.88%)		3 (1.89%)		00:00:25	0 (0.00%)	0.00%	0.00%	0.00 (0.00%)
5. /products/category//أساور وقتك للرجال/4	5 (2.06%)		5 (3.14%)		00:00:08	2 (3.33%)	50.00%	20.00%	0.00 (0.00%)
6. /products/category//خواتم ومساعدات للنساء/3	5 (2.06%)		5 (3.14%)		00:01:04	0 (0.00%)	0.00%	20.00%	0.00 (0.00%)
7. /cart	4 (1.65%)		2 (1.26%)		00:00:04	0 (0.00%)	0.00%	25.00%	0.00 (0.00%)
8. /product/khatm-aldo/54	4 (1.65%)		2 (1.26%)		00:00:16	0 (0.00%)	0.00%	25.00%	0.00 (0.00%)
9. /product/56/خاتم ايلد	4 (1.65%)		2 (1.26%)		00:01:04	0 (0.00%)	0.00%	25.00%	0.00 (0.00%)
10. /products/category/2/أساور وقتك للنساء	4 (1.65%)		4 (2.52%)		00:00:21	0 (0.00%)	0.00%	25.00%	0.00 (0.00%)

تظهر الصورة الصفحات وعدد الأشخاص الذين يزورونها وسلوكهم في الصفحة، سواء بقوا فيها أو خرجوا منها، ومدة البقاء في كل صفحة.

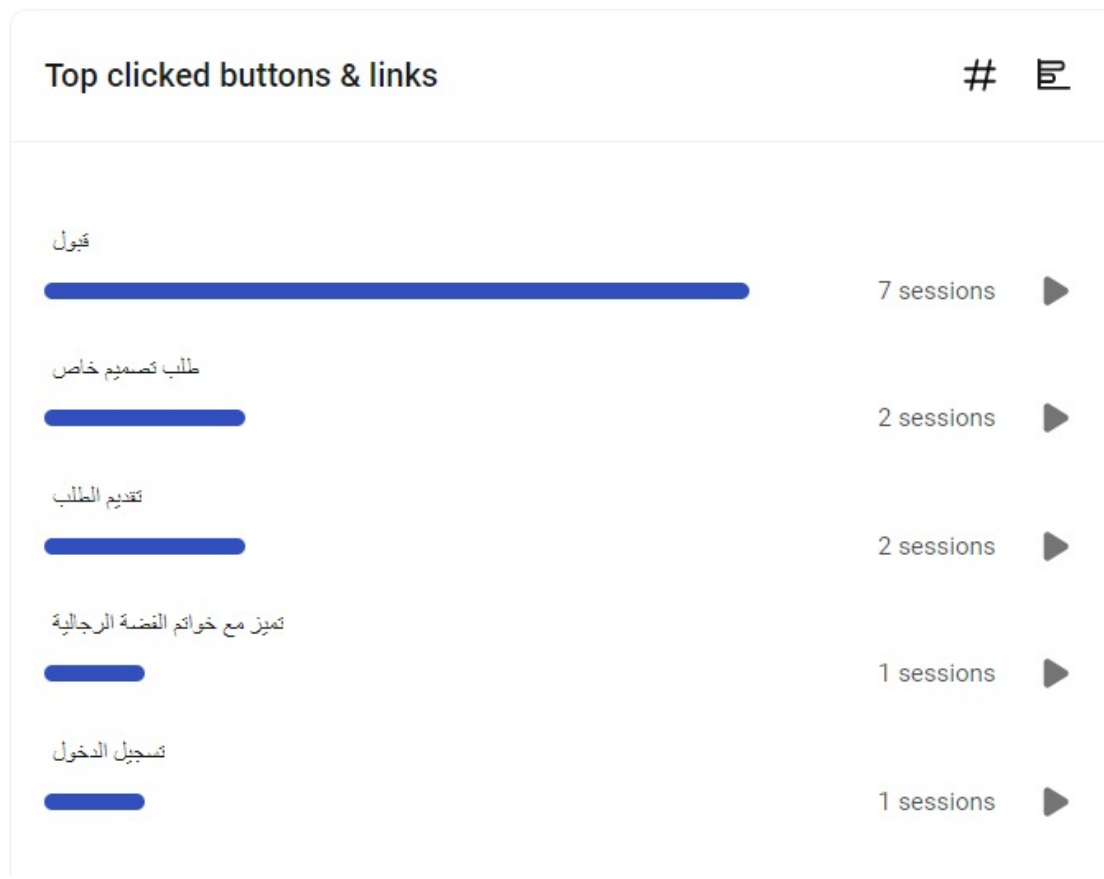
Primary Dimension: Default Channel Grouping Source/Medium Source Medium Other

Plot Rows Secondary dimension Sort Type: Default

Source/Medium	Acquisition			Behaviour			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages/Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	47 % of Total: 100.00% (47)	47 % of Total: 100.00% (47)	59 % of Total: 100.00% (59)	54.24% Avg for View: 54.24% (0.00%)	4.10 Avg for View: 4.10 (0.00%)	00:02:08 Avg for View: 00:02:08 (0.00%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	0.00 % of Total: 0.00% (0.00)
1. (direct) / (none)	36 (76.60%)	36 (76.60%)	48 (81.36%)	58.33%	3.73	00:01:57	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
2. instagram.com / referral	5 (10.64%)	5 (10.64%)	5 (8.47%)	0.00%	7.80	00:04:17	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
3. m.facebook.com / referral	4 (8.51%)	4 (8.51%)	4 (6.78%)	75.00%	2.00	00:00:18	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)
4. l.instagram.com / referral	2 (4.26%)	2 (4.26%)	2 (3.39%)	50.00%	8.00	00:04:52	0.00%	0 (0.00%)	0.00 (0.00%)

المصدر الذي يأتي منه الزوار للموقع.

تحليل الموقع باستخدام أداة ال heat map



أكثر الأزرار التي تم النقر عليها.

مكان التمرير على جهاز الحاسوب:



المنطقة الملونة بالأحمر هي أكثر منطقة يتم التمرير عليها أثناء استخدام جهاز الحاسوب.

مكان النقر على جهاز الحاسوب:

طلب تصميم خاص

الاسم

الرقم الإلكتروني

مزرعة التلح

البريد الإلكتروني

معلومات الطلب

قم برفع صيغتك الخاصة في المصفاة بالأشغال

إرسال

إلغاء

ELmas

يقدم المتجر قطع الجواهرات المصنوعة من
العلاجات التجارية العالمية

حول الشركة

المنطقة الرئيسية
من نحن
سياسة نطاق الإنترنت
الترخيص والأمان
مزايا التطبيق

روابط عامة

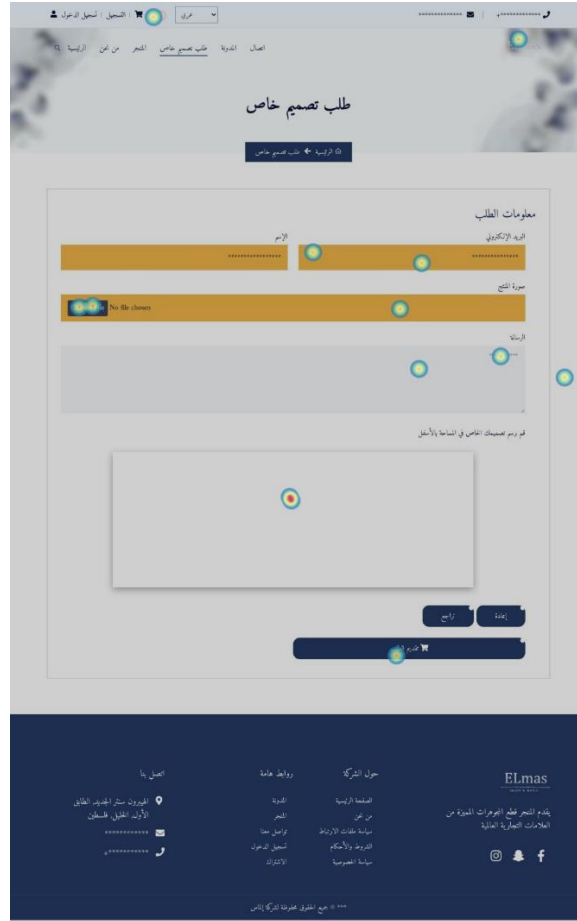
العقد
البيع
تواصل معنا
تسجيل الدخول
الاشتراك

التسجيل بآ

الهاتف: 011 4500 0000
الأول: 011 4500 0000

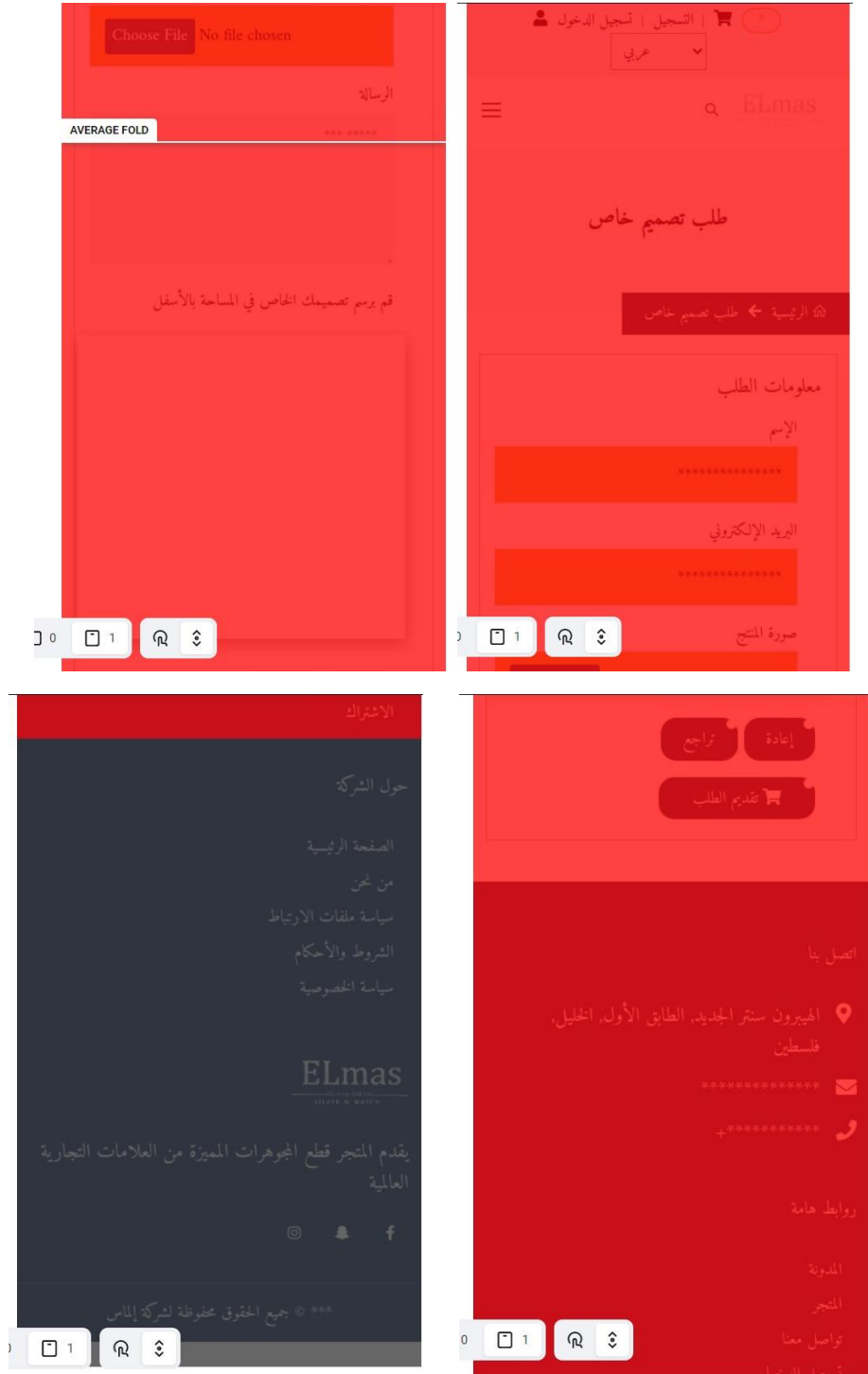
جميع الحقوق محفوظة لشركة ELmas

حركة المستخدم داخل صفحة طلب تصميم خاص خلال استخدام جهاز الحاسوب .



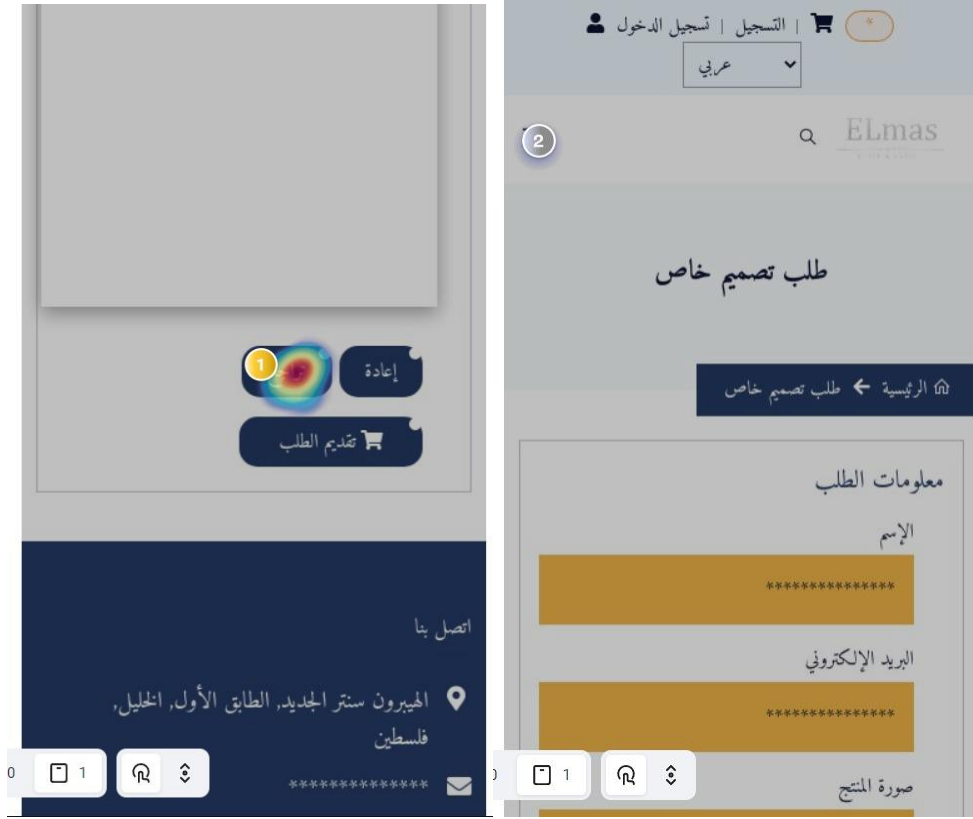
أكثر المناطق التي يتم النقر عليها بصفحة طلب تصميم خاص خلال استخدام جهاز الحاسوب.

مكان التمير على الهاتف المحمول:

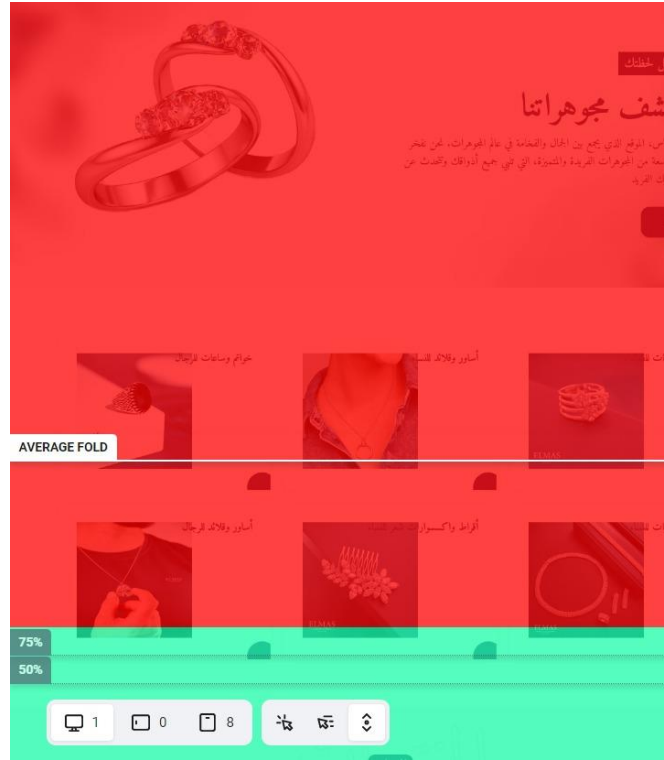


أكثر المناطق التي يتم التمير عليها باللون الأحمر باستخدام الهاتف المحمول.

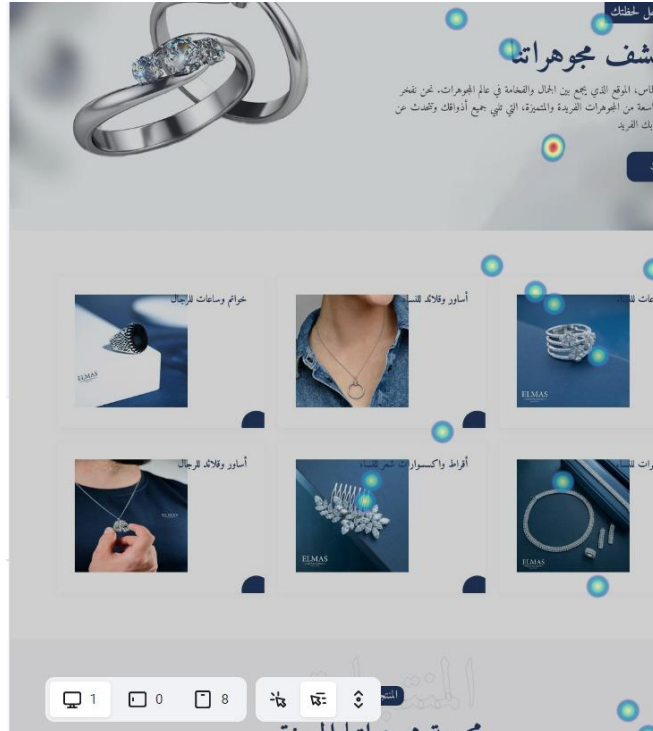
مكان النقر على الهاتف المحمول:



أكثر شيء يتم النقر عليه بصفحة طلب تصميم خاص باستخدام الهاتف المحمول.



المنطقة الملونة بالأحمر هي أكثر المناطق تميزاً باستخدام جهاز الحاسوب بالصفحة الرئيسية.



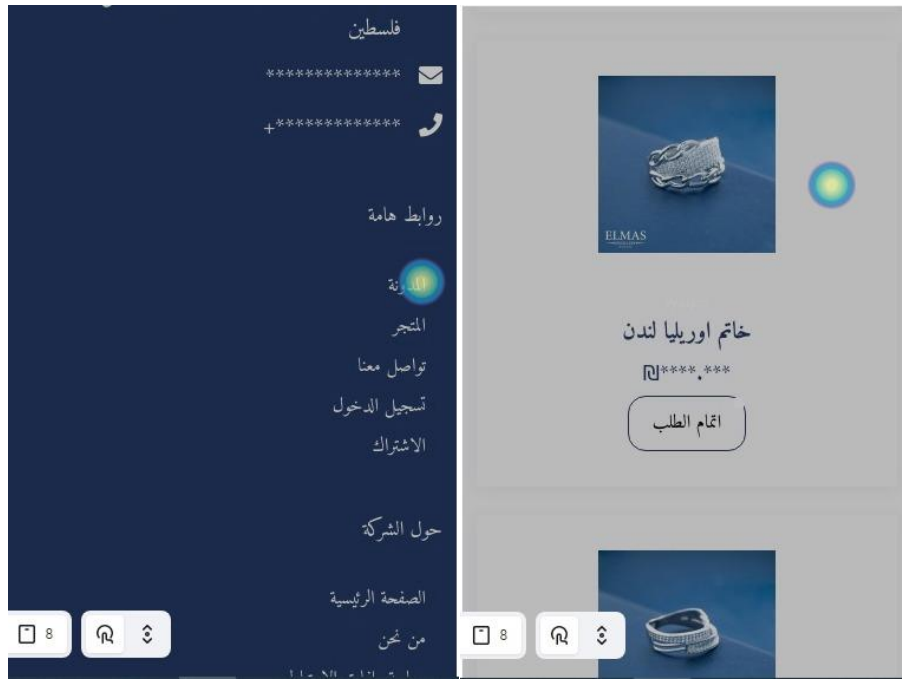
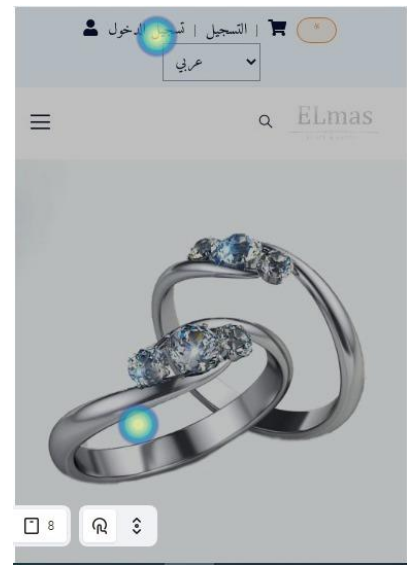
حركة المستخدم بالصفحة الرئيسية باستخدام جهاز الحاسوب.



أكثر المناطق التي تم نقر عليها بالصفحة الرئيسية أثناء استخدام جهاز الحاسوب.



أكثر المناطق التي يتم النقر عليها باللون الأحمر بالصفحة الرئيسية أثناء استخدام الهاتف المحمول.



حركة الزائر داخل الصفحة الرئيسية من الهاتف المحمول.

القسم السابع:

- 7.1 المقدمة.
- 7.2 الإستنتاجات.
- 7.3 التوصيات.
- 7.4 خطط تطويرية للمستقبل.

7.1 مقدمة:

بعد اكتمال بناء وتشغيل الموقع الإلكتروني من قبل فريق المشروع، تم الوصول إلى مجموعة من النتائج والتوصيات التي تسهم في تحسين أداء الموقع وبناء سمعة موثوقة وصورة إيجابية في أذهان الزبائن.

7.2 الاستنتاجات:

1. من خلال النتائج تبين أن الأشخاص يفضلون أن تكون الأسعار موجودة.
2. يفضل الناس أن يكون الموقع سهل الاستخدام.
3. نسبة كبيرة من الناس يفضلون عمل تصاميم خاصة بهم.
4. أصبح الناس يتوجهون إلى خيار الدفع الإلكتروني واستخدام المحفظة الإلكترونية.
5. نسبة كبيرة من الناس أصبحت تميل للتسوق الإلكتروني.

7.3 التوصيات:

1. إضافة الوصف الدقيق للمنتج من حيث المواد المصنعة ونسبة نقاء الفضة والتعريف بالفوائد والمميزات.
2. أيقونة عربة التسوق يجب أن تُضاف بطريقة واضحة.
3. إضافة وصف تعريفي للصفحات الرئيسية في الموقع.
4. إضافة بعض آراء وتوصيات العملاء السابقين للمتجر.
5. توفير أيقونات مواقع التواصل الإجتماعي لمتابعة كل ما هو جديد.
6. إضافة صور المنتج من زوايا متعددة واضحة وذات جودة عالية.
7. توضيح الطريقة التي يتم بها الطلب والشراء.
8. توفير طرق دفع متعددة.
9. تصميم المتجر بتجربة مستخدم مثالية.

7.4 خطط تطويرية للمستقبل:

1. نطمح إلى أن يصبح الموقع من أكثر المواقع استخداماً من قبل الزبائن في فلسطين.
2. تصوير المنتجات بشكل ثلاثي الأبعاد.
3. التنوع بشكل أكبر في الصور والفيديوهات التي سنقوم بعرضها.
4. نطمح إلى زيادة عدد المنتجات بشكل أكبر ومتنوع.
5. توفير خدمة المعاينة للمنتجات قبل الاستخدام.
6. توفير طرق دفع متعددة.

المراجع:

1. https://info.wafa.ps/ar_page.aspx?id=9256
2. [/https://www.oracle.com/ae-ar/cx/ecommerce/what-is-ecommerce](https://www.oracle.com/ae-ar/cx/ecommerce/what-is-ecommerce)
3. <https://www.aqweeb.com/2018/01/All-About-CMS.html?m=1>
4. [/https://www.netage.com](https://www.netage.com)
5. https://www.googleadservices.com/pagead/aclick?sa=L&ai=DChcSEWj4rfLb7Yb_AhWD1ncKHV_YAPwYABAAGgJlZg&cit=CkUKCQjwgqejBhDTARi0ABAhNbztvIQQIs8Lv8aM3-gcM3c5o_rczl7gXQzLsVQ8aQhGpOx985szW5zwlEasjnRcjRoCQqrw_wcB&ei=QEppZNGSDZOTxc8Poa-skAM&ohost=www.google.com&cid=CAESiwHg9vSOCgvMKoDVP6dHR86Vhcy_fum_Yu5woM1bQrlv4PHEajCNIsCP8Efl0CzZoYPNld4rwamvfDBKO2eAgH6R8gDA2P9lvtBk08Bl-nMCZgy631vbA2aUwzD4tc6oY0N0sGTBs0lg82cLcJLiW9YhXfSNWbaWVeUoi0kEnXn3KikZXFkozRrEkFZ&sig=AOD64_1PIQQIW8_A0jAFfKFwb0VhUYwl7Q&q&sqi=2&adurl&ved=2ahUKEwjRsunb7Yb_AhWTSfEDHaEXCzIQ0Qx6BAgHEAE
6. https://worldofdiamonds.blogspot.com/2014/04/blog-post_27.html?m=1
7. <https://www.ibelieveinsci.com/%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%AD%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%82-%D8%B9%D9%86-%D8%B9%D9%86%D8%B5%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A9>
8. <https://bashasaray.com/%D8%A7%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%AE%D9%88%D8%A7%D8%AA%D9%85-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B6%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%B1%D8%AC%D8%A7%D9%84>