



جامعة النجاح الوطنية
كلية الهندسة و تكنولوجيا المعلومات
انظمة المعلومات الادارية

تطوير موقع تجاري الكتروني لشركة العبيد

فريق التطوير:

عبيدالكريم عبيد

علاء أبو بكر

عمرو سماعنة

المشرف/ة

د.نجوان الدلق

المحتوى

3	المقدمة :
4	تحليل الشركة
4	تاريخ الشركة ومن نحن:
4	رسالتنا
5	رؤيتنا
5	هيكل الشركة:
5	سيناريو الحالي:
6	المشاكل التي تواجهنا:
6	الحلول المقترحة:
7	التحليل المالي لمبيعات الشركة من تاريخ 2017-1-1 الى 2018-1-1:
8	الأهداف
8	أهداف مادية:
8	أهداف معنوية:
8	الموقع التجاري الالكتروني
8	سيناريو الموقع لاتجاري الالكتروني :
9	طرق الدفع:
9	المتطلبات الوظيفية (functional requirements):
9	الخدمات التي نقدمها:
10	الأدوات المستخدمة بالموقع (Tools):
11	شروط استخدام الموقع (اتفاقية اتمام عملية الشراء) :
16	الخطة التسويقية

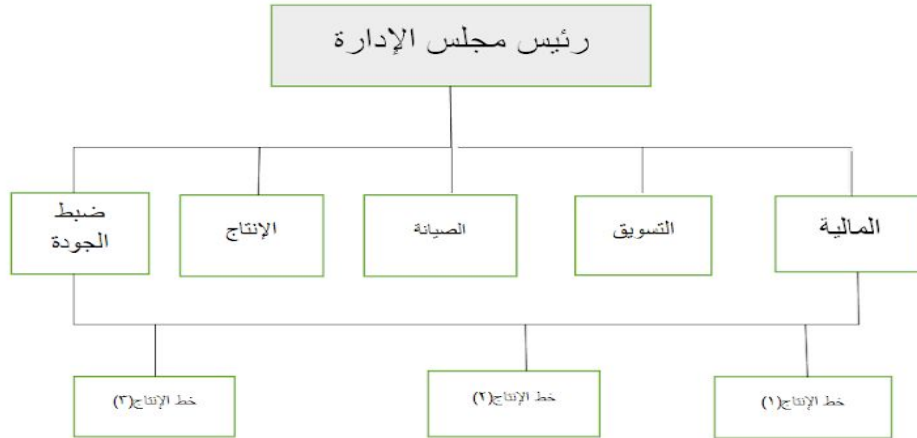
الجزء الاول : المقدمة و الهيكلة الإدارية

بعد دراسة عميقة لآلية البيع في الشركة ومقارنة مبيعات الجملة والتجزئة ومقارنتها مرة أخرى مع أهداف الشركة، وجدنا ضعف في عملية بيع التجزئة، وبالتالي قمنا بإنشاء موقع تجارة إلكتروني، علمنا أن هذا الموقع هو الأول من نوعه في فلسطين يختص ببيع وتسويق المفروشات المنزلية ولوازمها، من ما يكسب الشركة ميزة تنافسية في سوق المفروشات في فلسطين.

عن الشركة:

في عام 1970 تم تأسيس شركة "العبيد الدولية للتجارة والاستثمار م.خ.م"، والتي كانت تمارس آنذاك نشاطا تجاريا متواضعا اعتمد في الأساس على استيراد الحصر البلاستيكية والفرشات الزنبركية والإسفنجية إلا أنه ومن خلال جهود مكثفة تمثلت في إنشاء مصنع للفرشات الزنبركية والإسفنجية، ومصنع لإنتاج البوليستر (الأكريلان) وجميع أنواع الأغشية وكان آخرها إنشاء مصنع لإنتاج رولات الكرتون (المستخدم للتغليف)، ثم تطورت لتغدو مؤسسة أعمال تتمتع بسمعة جيدة و متميزة في أسواق فلسطين .

فرشات العبيد



رؤيتنا:

نسعى لأن نكون الشركة الرائدة الأولى في مجال صناعة الفرشات في فلسطين من خلال توفير أفضل المنتجات التي تلبي احتياجات زبائننا وضمان الراحة للزبون.

رسالتنا:

تقديم منتجات ذات جودة عالية وفقا لأحدث المعايير الدولية وأفضل الممارسات، وأن نوفر الميزات الإضافية لزبائننا في فلسطين والاحتفاظ بتلك العلاقات المستمرة والمستدامة.

استراتيجيتنا:

1- أن ندير العمل وفقا للمعايير المهنية و الأخلاقية.

2-أن تطور ونسوق المنتجات التي تلبي احتياجات الزبائن وخلق الميزات التسويقية.

3-أن نجذب، نطور، ونحتفظ بأفضل المواهب.

الهدف من المشروع:

تزويد المستخدم بمنصة سهلة وثابتة للحصول على افضل الخدمات الممكنة للجميع. سيتم اطلاق الموقع الإلكتروني اولا بصيغة تتناسب مع الحواسيب وكذلك يمكن تصفح الموقع من خلال الهواتف الذكية , ومن ثم يمكن توسيعه كتطبيق ذكي يتناسب مع الهواتف المحمولة بنظام اندرويد و ios وغيرها من الهواتف الذكية.

التكنولوجيا المستخدمة:

قمنا بتطوير هذا الموقع باستخدام أداة ويكس التابعة لشركة ويكس العالمية التي تسمح للمستخدمين بإنشاء مواقع الويب HTML5 وإدارة المحتوى من خلال استخدام أدوات السحب والإفلات عبر الإنترنت. يمكن للمستخدمين إضافة وظائف مثل المكونات الإضافية الاجتماعية ، والتجارة الإلكترونية ، والتسويق عبر الإنترنت ، ونماذج الاتصال ، والتسويق عبر البريد الإلكتروني.

الجمهور المقصود:

هذا النظام سيخدم

1-الشركة التي تعرض منتجاتها .

2-الزبائن.

السيناريو الحالي لعملية الشراء :

تعتمد الشركة الطريقة التقليدية للبيع:

يقوم العملاء بالتوجه للمصنع الخاص بالشركة المتواجد بالمنطقة الصناعية لمدينة نابلس، البعيدة كلياً عن سوق التجزئة الخاص بالمدينة، وهذا يؤثر بشكل ملحوظ على نسبة مبيعات التجزئة مقابل مبيعات الجملة.

التحديات والإحتياجات في السيناريو الحالي:

- 1- البعد الجغرافي للشركة عن السوق الرئيسي، وبالتالي تؤدي هذه المشكلة الى مضاعفات وتحديات وهي :
 - زيادة التكلفة المادية و المعنوية (الوقت,الجهد) على الزبائن.
 - نقص في عدد الزائرين للشركة.
 - ينثر ذلك سلباً على الأرباح.
- 2- محدودية المبيعات على المناطق القريبة من الشركة.
- 3- صعوبة عرض جميع المنتجات المتوفرة بالشركة.
- 4- عدم وجود منهجية واضحة في عملية الترويج للبضائع واستخدام طرق الاعلانات التقليدية مما يؤدي الى زيادة التكلفة المادية على الشركة (زيادة المصاريف تؤثر على أرباح الشركة).

الحلول المقترحة:

- 1- انشاء موقع إلكتروني للشركة يختص بعرض وبيع منتجات الشركة بالإضافة إلى الحفاظ على التواصل المستمر بين الشركة و الزبائن من خلال عرض اخبار الشركة وإنشاء مدونة خاصة وكل ما هو جديد في عالم المفروشات.

2- التركيز على التسويق الإلكتروني واستغلال منصات التواصل الاجتماعي و إنشاء خطة تسويقية شاملة للموقع والأخذ بعين الاعتبار ترتيب الموقع في محركات البحث (SEO).

الأهداف :

أهداف مادية:

- 1- زيادة في مبيعات التجزئة.
- 2- زيادة الارباح و الإيرادات.
- 3- جذب اكبر عدد ممكن من الزبائن.
- 4- زيادة حصة الشركة في السوق المحلي (Market Share).
- 5- اتساع مدى مناطق البيع ليشمل الضفة الغربية والداخل المحتل وعدم محدوديتها على بعض المدن.

أهداف معنوية:

- 1- كسب رضا و ولاء الزبائن (Customer Satisfaction ,Customer Loyalty).
- 2- تقديم أفضل خدمة للزبائن (Customer Care).
- 3- المحافظة على مكانة العلامة التجارية وسعي للوصول إلى الولاء للعلامة التجارية (Brand Loyalty).
- 4- توفير الوقت و الجهد على الزبائن و الشركة.
- 5- تقوية العلاقة بين الشركة و الزبون.

الجزء الثاني: الوصف العام للمشروع.

الهيكل و الوصف العام (General Architecture)

يستطيع اي شخص تصفح الموقع و إستعراض محتوى الموقع بما فيه من منتجات, المدونة, العروض و الحملات وغيرها من الخدمات و الميزات التي يقدمها الموقع دون الحاجة لتسجيل الدخول . اما بالنسبة لعملية الإضافة للسلة, يمكن دون تسجيل الدخول كما هو متبع ومتعارف عليه في سياسة مواقع التجارة الإلكترونية ولكن في حال طلب عرض السلة او عملية الشراء تتطلب عملية تسجيل الدخول.

الخدمات :

1- المالك (Owner): بعد التسجيل الدخول عن طريق ادخال البريد الإلكتروني و الرقم السري يستطيع التحكم بالموقع بكل تفاصيله مثل (لوحة التحكم الخاصة بالموقع, اضافة مسؤولين (Admin), اضافة و حذف و تعديل و تحديث محتوى الموقع, استعراض الطلبات, انشاء مدونة وغيرها من التفاصيل و الميزات التي يقدمها الموقع و سيتم شرحها لاحقا) وهو الشخص الوحيد الذي يستطيع التحكم ب:

1- خطة الموقع وهي خدمة يقدمها الويكس (Premium Plan).

2- ربط الموقع بنطاق (Domain).

3- صندوق البريد (Mail box)

2- المسؤول (Admin): بعد التسجيل الدخول عن طريق ادخال البريد الإلكتروني و الرقم السري يستطيع التحكم بالموقع مثل (لوحة التحكم الخاصة بالموقع, اضافة و حذف و تعديل و تحديث

محتوى الموقع, استعراض الطلبات, إنشاء مدونة وغيرها من التفاصيل و الميزات التي يقدمها الموقع و سيتم شرحها لاحقا).

3- الزائر (Visitor): يستطيع أي شخص تصفح الموقع و إستعراض محتوى الموقع بما فيه من منتجات, المدونة, العروض و الحملات وغيرها من الخدمات و الميزات التي يقدمها الموقع دون الحاجة لتسجيل الدخول .

4- المشترك (الزبون): تتطلب عملية الشراء من الموقع القيام بتسجيل الدخول للموقع حتى يتمكن من عرض المنتجات المضافة للسلة او عملية الشراء و غير ذلك يعامل معاملة الزائر.

مصدر المعلومات :

بعد زيارة الشركة و دراسة الوضع الحالي للشركة تم تحديد إحتياجاتها وبناءً على المعلومات التي قدمت لنا تم تطوير هذا المشروع.

الجزء الثالث: المواصفات (Specifications)

متطلبات المستخدم:

متطلبات المستخدم الوظيفية:

الزائر:

- 1- عرض المنتجات.
- 2- عرض تفاصيل المنتجات.
- 3- يستطيع التواصل و الدردشة مع خدمة العملاء.
- 4- استعراض المدونة.
- 5- يستطيع ان يصبح عضو بالموقع من خلال عملية التسجيل

الزبون:

- 1- تسجيل الدخول للموقع.
- 2- إدارة الحساب:
- عرض الطلبات.
- عرض السلة.
- 3- تأكيد عملية شراء المنتج (الدفع).

4- اضافة التقييم للمنتجات.

5- تسجيل الخروج.

المسؤول:

1- تسجيل الدخول.

2- عرض لوحة التحكم (Dashboard).

3- ادارة اعضاء داخل الموقع.

4- ادارة المنتجات.

5- ادارة خصائص و مواصفات المنتج.

6- ادارة الطلبات و شحن المنتج.

7- ادارة و تتبع المخزون.

8- اعداد تقارير

9- تسجيل الخروج.

المالك: بالإضافة للمتطلبات الوظيفية للمسؤول يقوم المالك:

1- ادارة النطاق.

2- ادارة صندوق البريد.

3- اعداد الخطة (Premium Plan).

المتطلبات الغير وظيفية (Nonfunctional Requirement):

1- سهولة الاستخدام (Usability): سهولة الفهم و الاستخدام, الوضوح, تصميم النظام بسيط للجميع.

2- الموثوقية (Reliability): تتبع طلب الزبون من خلال التواصل معه بواسطة الإيميل.

3- الاعتمادية (Dependability): يقوم النظام بتسليم المعلومات لكلا الجانبين بنفس الوقت (مثال: ارسال بريد الكتروني للزبون حول الطلب و إعلام المسؤول عن طلب جديد).

4- القابلية (Portability): قابل ان يعمل النظام على متصفحات و منصات مختلفة .

5- التوفر (Availability): امكانية توفر النظام للمستخدمين في اي وقت.

6- النزاهة (Integrity): بكل عنصر له صورته/ سعره الخاص/ مواصفاته, ويجب ان يكون مطابقاً على ارض الواقع.

الأدوات المستخدمة (Tools):

- 1- لإنشاء الموقع تم استخدام :
 - الويكس (Wix Tool).
- 2- بزنس تول (Business Tools):
 - Wix Store
 - Wix Event

- Wix Blog
- Site Search
- Calculator Builder: تمكن الزبون من شراء الفرشات حسب القياس الذي يرغب به.

-3 Form:

- +Form Builder

-4 Social And Marketing Tools:

- Social Media Stream: (اعرض جميع مشاركاتك من Face book و Twitter و Instagram YouTube و Pinterest و Tumblr على عنصر واحد مذهب).
- Comments: (تطبيق التعليقات هو الطريقة المثالية للتفاعل مع زبائن, يمكنك إضافته إلى موقعك على الويب والسماح للمستخدمين على الفور بطرح الأسئلة وتقديم التعليقات ومناقشة الموضوعات معك وبقية زبائن في الوقت الفعلي).
- Social Offers: (تقوم بزيادة تواجدك على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تقديم مكافآت وحوافز لزوار موقعك. تتيح لك العروض الاجتماعية إضافة منبقة أنيقة إلى موقع الويب الخاص بك الذي يوفر قسائم مجانية أو يتيح الوصول إلى التنزيلات الرقمية (PFDs) ، والأغاني ، وما إلى ذلك) ، للإجراءات مثل تروق صفحتك على Facebook أو الانضمام إلى قائمتك البريدية).
- Facebook Store: (عرض متجر Wix على أكبر شبكة اجتماعية في العالم وجذب المزيد من الزيارات إلى موقعك. إنها طريقة رائعة لزيادة مبيعاتك وتحقيق المزيد من الأرباح لنشاطك التجاري. ما عليك سوى توصيل صفحتك على Facebook وتعيينها).
- Facebook Like Pop.
- Flock Customer Loyalty: ربط الشركات الصغيرة والعملاء من خلال أدوات المشاركة والمراسلة الذكية. ويشمل البطاقات الرقمية ، المكافآت ، والدرشة ، وأكثر من ذلك.

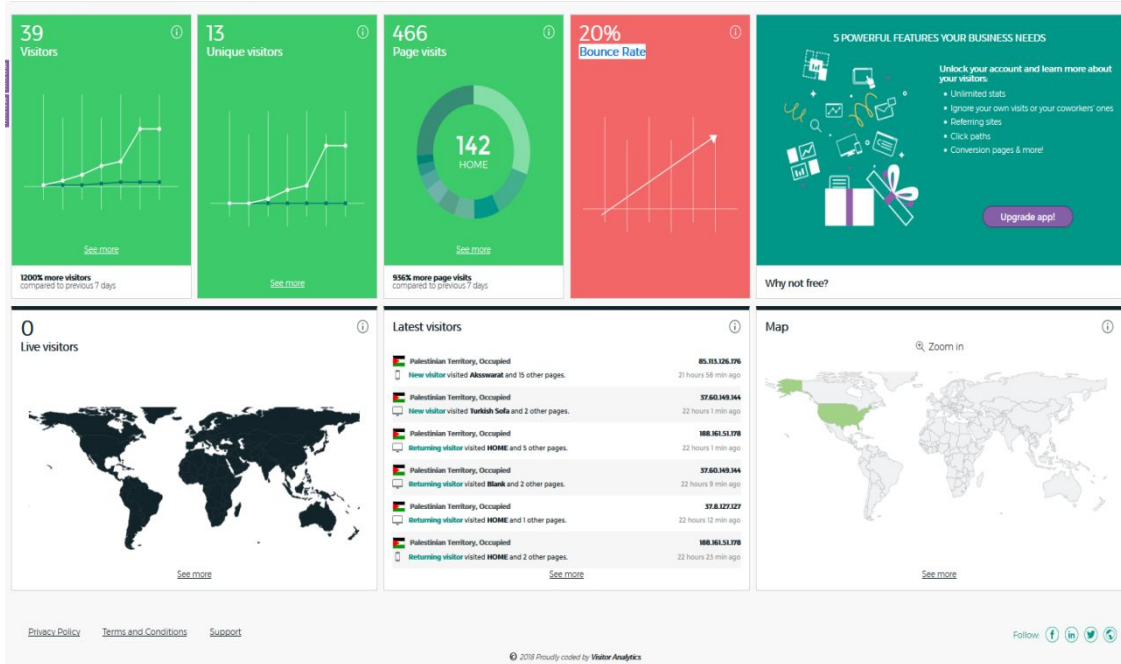
-5 Chat:

- Wix Chat.

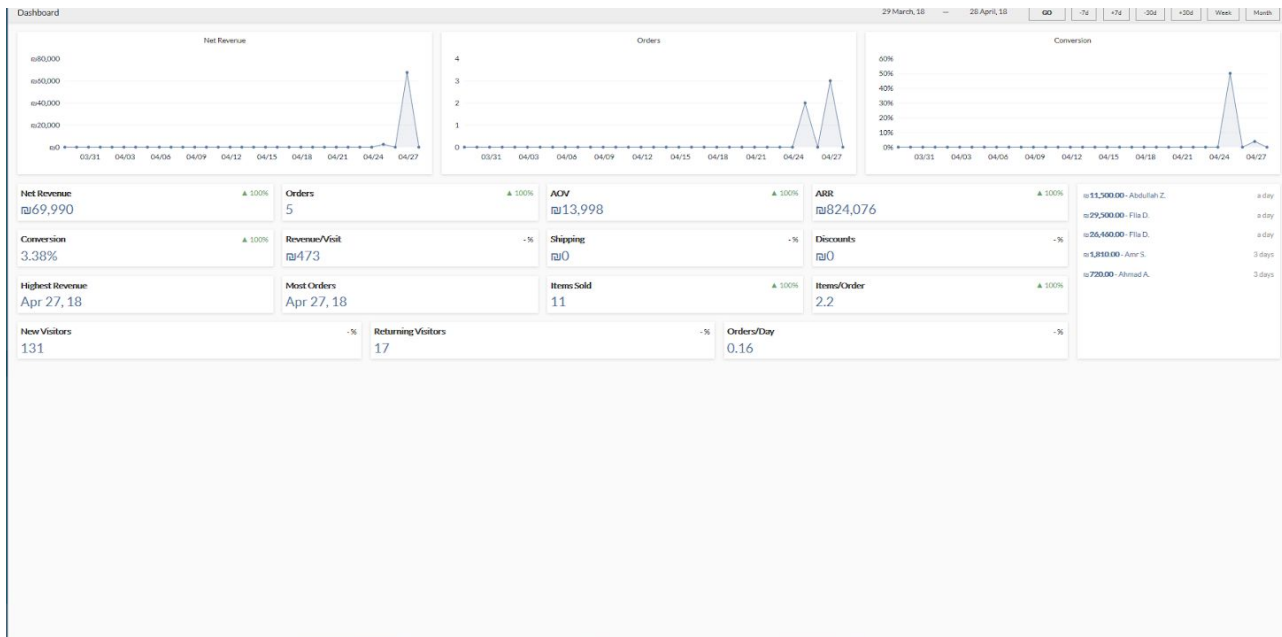
-6 Analysis And Report:

- Facebook pixle & google tag manager :لأستخدامهم كتنغذية راجعة لتطوير الموقع .

- Visitor Analytic: التعرف على الأشخاص الذين يزورون موقعك ,تحليلات الزائر لديه كل ما تحتاجه. شاهد الأماكن التي يأتي منها الزوار ، صفحاتك الأكثر شعبية ، واحصل على إحصاءات مذهلة .



-Storemetrics:زيادة المبيعات باستخدام تحليلات التجارة الإلكترونية. بدون تهيئة ، سيكون لديك إمكانية الوصول إلى المقاييس الرئيسية والمخططات السهلة الفهم التي تعد أساسية لنشاطك التجاري.



الترويج:

- Store Coupon: إنشاء عروض خاصة للزبائن لاستخدامها أثناء الدفع.
- Get Found On Google: هي خطة تفصيلية تم تصميمها لمساعدتك على تحسين محركات البحث في موقعك. يوضح لك كيف يمكنك تعزيز موقعك على الإنترنت من خلال اقوى الكلمات(keyword).
- Email Marketing: إرسال وتبادل رسائل البريد الإلكتروني المميزة. ان ترسل إلى جميع جهات الاتصال الخاصة بك. بالإضافة إلى ذلك ، فو حل التسويق عبر البريد الإلكتروني الوحيد الذي يتيح لك إنشاء رسائل البريد الإلكتروني وإرسالها ومشاركتها.

إشكرا لتعاملك معنا

إشكرا لاختيارك موقعنا
نحن سعدون جدا بالتعامل معك، في حال كان هناك أي استفسار الرجاء التواصل معنا
خدمة العملاء وتلبية احتياجاتهم هو هدفنا الرئيسي ونحن هنا لخدمتك



Nabius
00970597181412

Share Via:
f t p

Check out my website →

الإشتراك في الموقع

كن على اطلاع على أحدث وأفضل المقروءات! لوصولك كل جديد إشتراك بالموقع



Nabius
00970597181412

Share Via:
f t p

Check out my website →

العرض الأولي
في
فلسطين

عرض الموسم

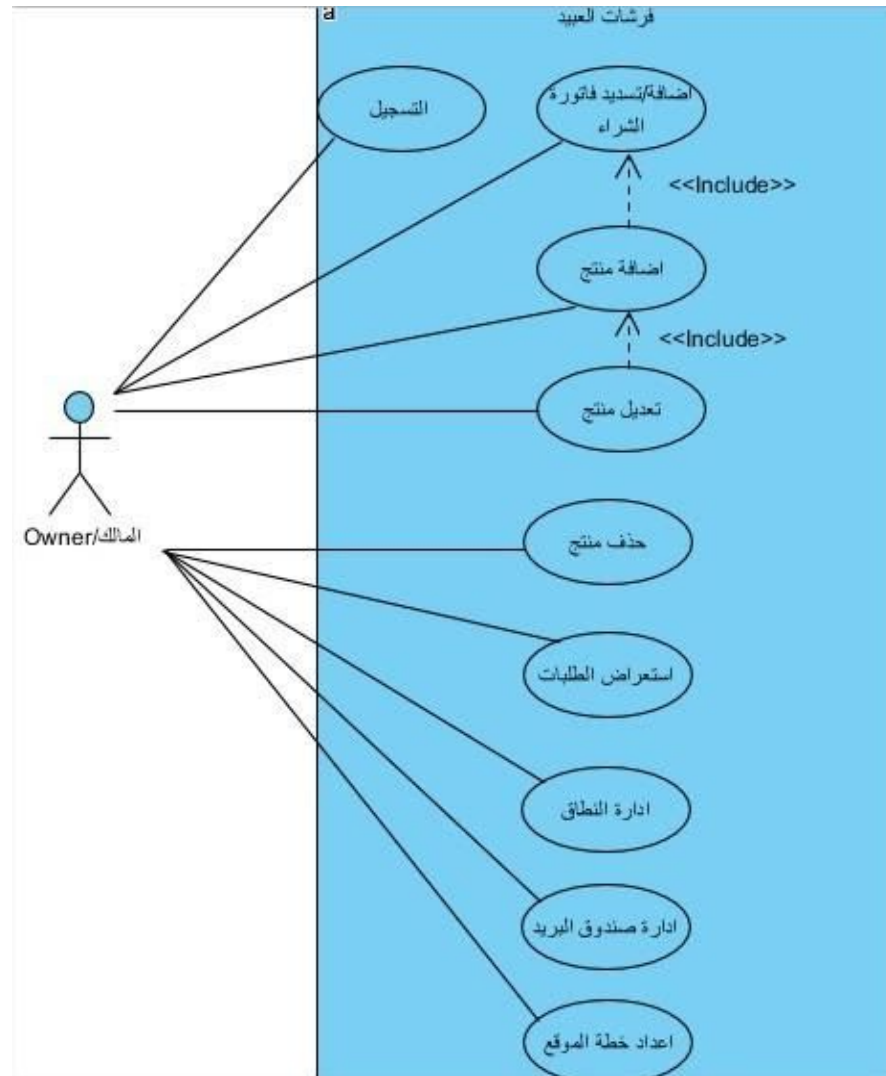
العرض الأولي في فلسطين اشترى 5 وسادات طبية واحصل فوراً على 2 مجاناً
وسادة طبية

PROMO CODE: **ramadan1**

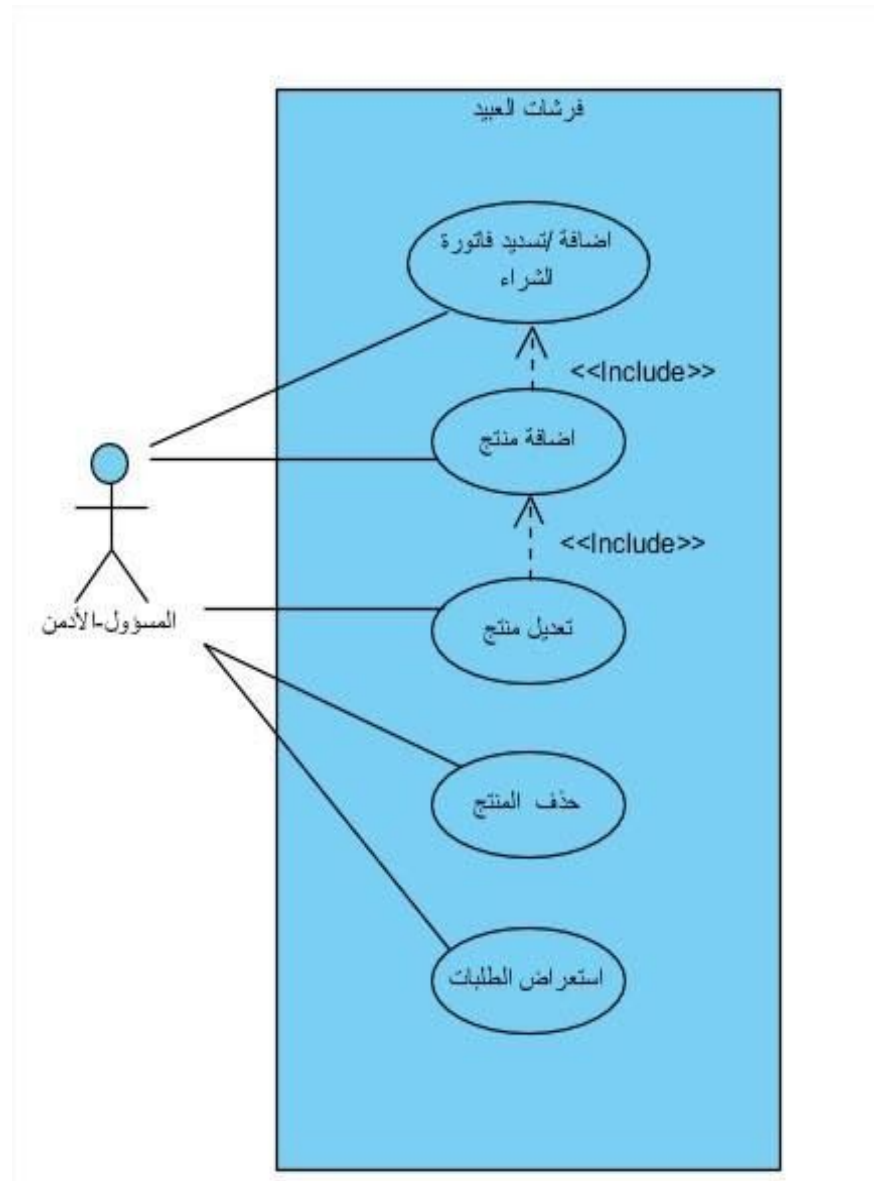
⏏



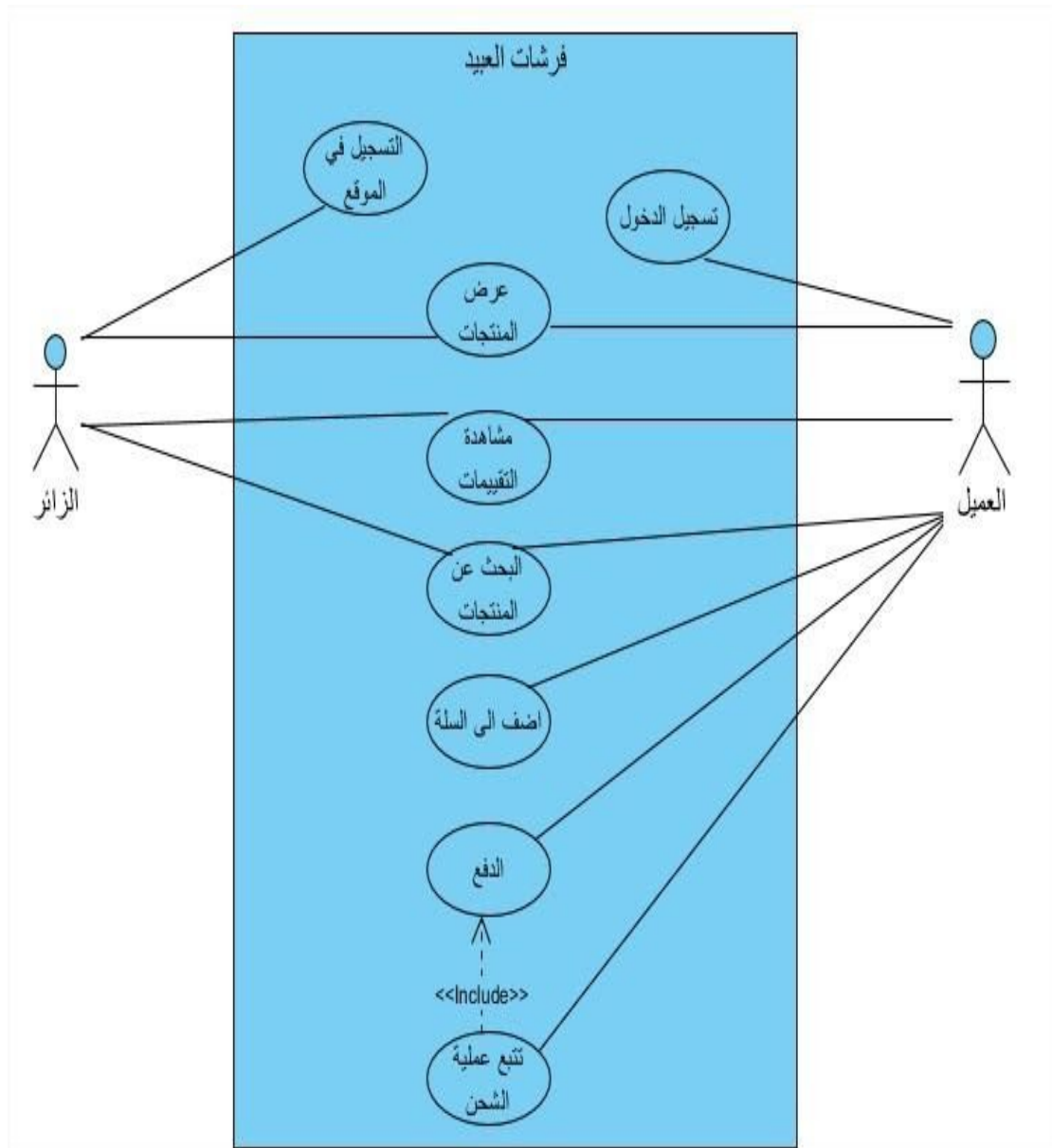
Use Case-Owner



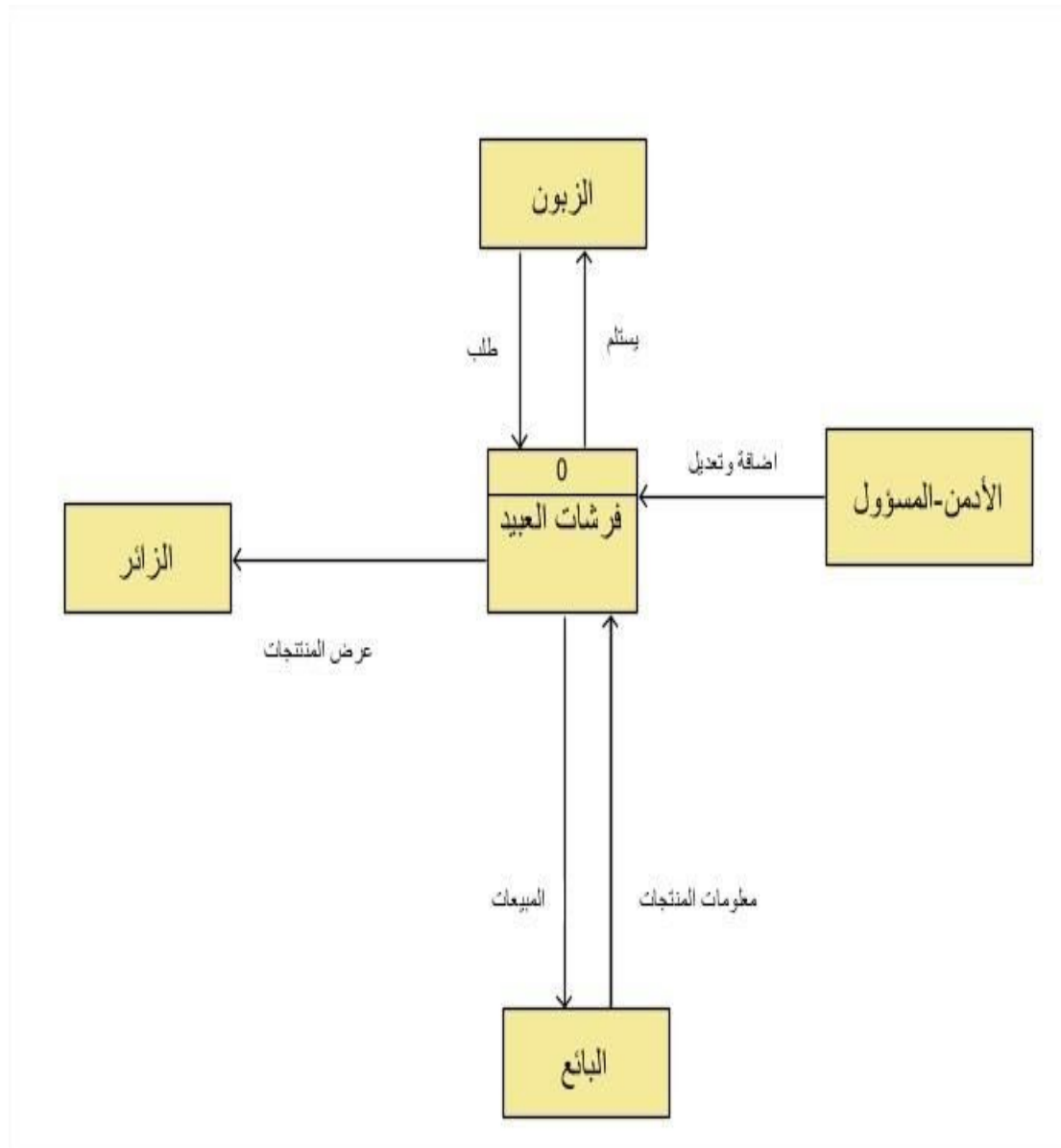
Use Case-Admin



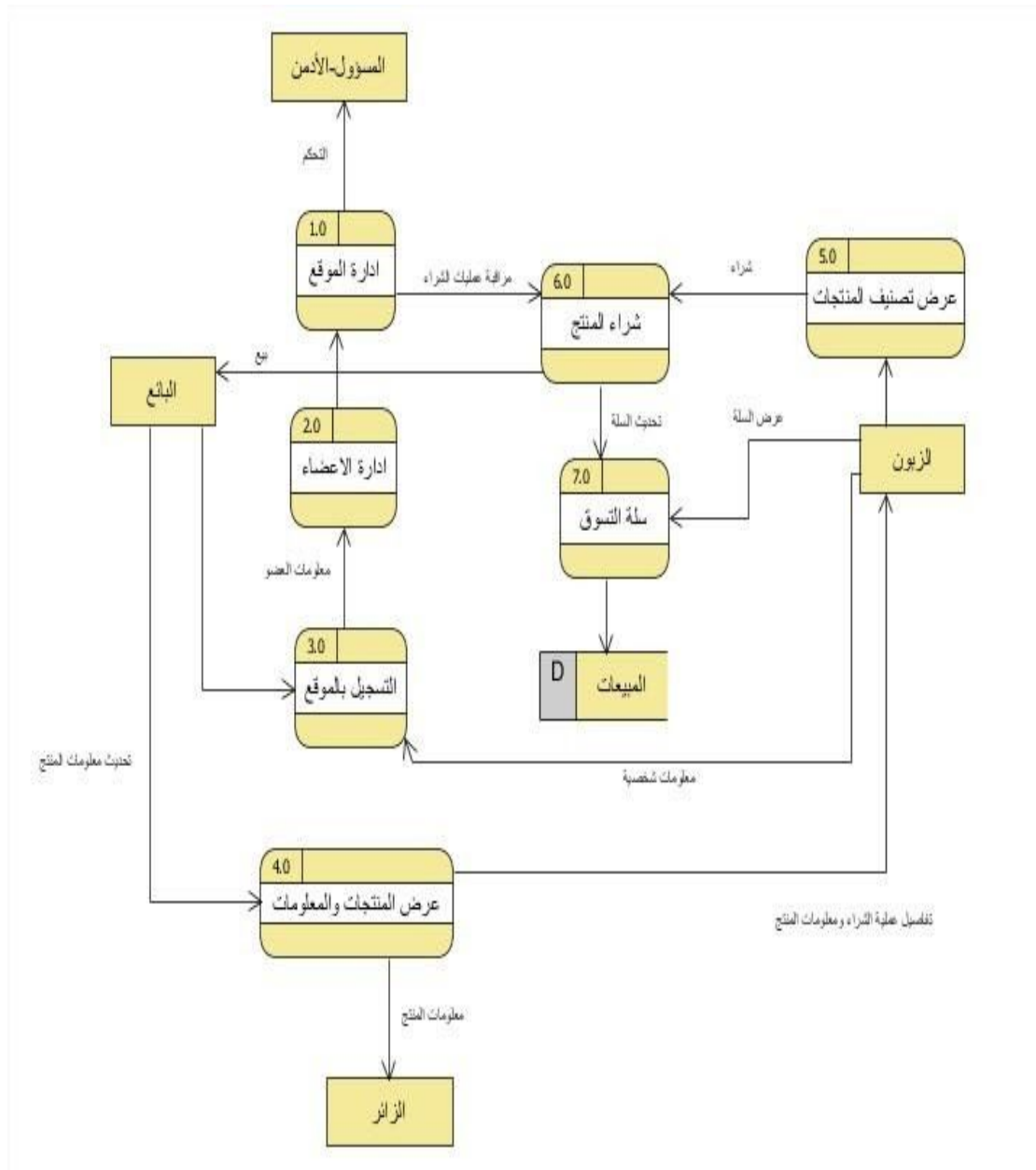
Use Case-Visitor And Customer



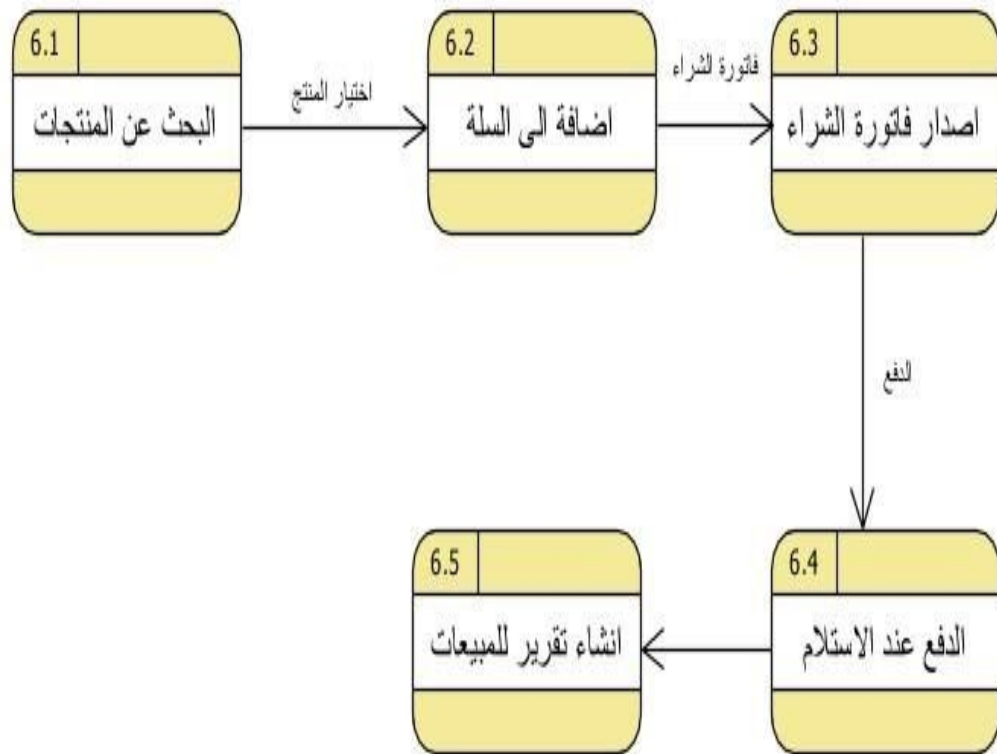
DFD Context Diagram



DFD Level-1



DFD Level-2



الجزء الخامس: الخطة التسويقية

النظر للمشروع من ناحية التسويق:

دراسة لعناصر المزيج التسويقي :

- 1- المنتج: تعتمد الشركة بشكل أساسي على بيع الفرشات بالإضافة لغرف النوم الجاهزة والأثاث المنزلي، منتجات الشركة تعتبر من الاحتياجات الأساسية في الوقت الحالي، ويمكن اعتبارها رغبة أيضاً.
- 2- المكان: كما أسلفنا في الجزء الأول من هذا المشروع فإن موقع الشركة في المنطقة الصناعية في مدينة نابلس، البعيد عن سوق التجزئة ومن أهداف الشركة زيادة مبيعات سوق التجزئة وبالتالي هذه نقطة ضعف تحسب على الشركة حيث أن هناك العديد من المنافسين موقعهم أقرب من سوق التجزئة .
- 3- السعر: أسعار الشركة متناسبة مع طبيعة المنتجات وتراعي الوضع الاقتصادي في البلد واستراتيجيتها هي السعر التنافسي (سعر السوق).
- 4- الترويج : لا يوجد منهجية واضحة للترويج لدى الشركة.
- 5- الجمهور: تستهدف جميع الفئات.
- 6- الأدلة الحسية: تسعى الشركة لخلق علاقة طيبة ودائمة مع الزبون.
- 7- العمليات: تقوم الشركة بتسلسل منطقي للخطوات بداخل الشركة تشمل العمليات الداخلية والخارجية حتى يستمر عمل الشركة مثل : الخدمة ما بعد البيع,عمليات الدفع,ادارة المخزون.
- 8- الإنتاجية و الجودة: تقديم منتجات ذات جودة عالية وفي حال محاولة تقليل التكاليف و خفض اسعار المنتجات يجب المحافظة على الجودة.

الجزء الخامس: الخطة المستقبلية .

هذا المشروع في بداية الطريق وتم إنشاؤه بناءً على رؤية الطلاي القائمين بالمشروع وتوصياتهم للشركة وهو نسخه تجريبية لمدة سنة ,وبعد ذلك سيتم تحليل البيانات الخاصة بالموقع وعمل دراسة جدوى للموقع بناءً على أرقام و إحصائيات دقيقة, وعليه سيتم تطوير المشروع كالتالي:

- 1- على المدى القريب (في 3 اشهر القادمة):
 - سيتم تسويق الموقع من خلال google addword.
 - سيتم تسويق الموقع من خلال google addsense.
 - بسبب الأزمة التي مر بها الفيسبوك و كامبردج أناليتكا و التعديلات التي تقوم بها شركة الفيسبوك لخوارزميات التسويق سيتم التالي (بعد الثبات على إستراتيجية واضحة): جذب أكبر عدد ممكن من المتابعين (Buz), تحديد الشريحة الأمثل لإستهدافها من خلال إستخدام AB TESTING التي توفرها الفيسبوك ثم يتم استهدافهم بشكل خاص بعمليات الترويج و الإعلانات الممولة.
 - عرض المحتوى في وقت الذروة المناسب للصفحة والمتابعين المعنيين (بين الساعة 7-10 مساءً)
 - أن يكون محتوى الصفحة متناسق مع الموقع ويفضل أن يكون على الأقل منشور واحد يوميا محتواه صور على أن لا تتجاوز الكلمات المكتوبة فيه 128 حرف كحد أقصى.
 - إستخدام الفيسبوك للعناية بالزبائن وتواصل معهم بشكل أساسي (خدمة العملاء).
- 2- بعد 6 أشهر من اطلاق الموقع الى سنة :
 - سيتم دراسة كفاءة الموقع والعائد على الاستثمار منه وتطوير الموقع باضافة الخواص التي يحتاجها الزبون ودارسة جدوى التبديل الى متجر (ECWID) الذي يوفر ميزات اضافية ويمكن استخدامه مع الويكس .
 - إطلاق تطبيق خاص بالهواتف الذكية على نظام أندرويد و ios وغيره .

