

جامعة النجاح الوطنية
كلية تكنولوجيا المعلومات

مشروع "دُكان"

مَشروع تخرج مقدم إلى قسم نظم المعلومات الإدارية لإتمام متطلبات التخرج



بإشراف الدكتور

ماهر أبو بكر

إعداد الطلاب

قيس حطاب

تالة قادري

٢٠١٦/١٧م

المحتويات

3	ملخص عن المشروع (بالعربية).....
3	ملخص عن المشروع (بالإنجليزية).....
3	المشكلة.....
3	فكرة الحل.....
4	التكنولوجيا المستخدمة.....
4	نموذج العمل "Business Model".....
6	تحليل النظام.....
6	الخدمات التي يقدمها النظام:.....
7	الأهداف المعنوية.....
7	الأهداف البرمجية:.....
8	تحليل السوق "SWOT".....
8	نقاط القوة:.....
8	الفرص:.....
8	نقاط الضعف:.....
8	التحديات:.....
9	الخطة التسويقية.....
9	أهداف الخطة التسويقية.....
9	المنتج.....
10	السياسة التسعيرية.....
10	الترويج.....
11	كيفية طلب المنتج من قبل الزبون.....
15	الخطوات اللازمة لإضافة منتج على الموقع.....
15	التغليف.....
15	التوصيل.....
16	التقارير.....
16	نظام الترميز.....
17	خريطة الموقع.....

ملخص عن المشروع (بالعربية)

مشروع دُكَّانْ هو موقع إلكتروني يهدف إلى مساعدة ربات البيوت والحرفيين الذين يقومون بصنع منتجات يدوية ذات جودة عالية ولا يملكون القدرة على تسويق وتوصيل بضائعهم، فيقوم دُكَّانْ بتسويق وبيع وتوصيل هذه المنتجات من خلال أحدث طرق التسويق باستخدام العديد من الوسائل التكنولوجية وصفحات التواصل الاجتماعي التي يمكن من خلالها زيادة نسبة المبيعات وتحقيق الأهداف التسويقية. ويهدف دُكَّانْ أيضاً بأن يصبح الموقع الإلكتروني الأول في بيع المنتجات اليدوية في فلسطين ويصبح المنصة الأولى لربات البيوت والحرفيين وكل من لديه منتج يدوي يرغب في تسويقه وبيعه في السوق.

ملخص عن المشروع (بالإنجليزية)

Dukkan is an online website aims to help housewives and craftspeople who produce high quality handmade products, and don't have the ability to market and deliver their products to the public. So that Dukkan markets, sells, and delivers these products through modern marketing tools, technological tools, and social media platforms which we can increase sales percentage, and achieve marketing goals through. Dukkan's objective is to be website no.1 in selling handmade products in Palestine, and to be the first choice for craftspeople, and everybody who have handmade product and want to sell it though the website.

المشكلة

وجود منتجات مميزة وغير معروفة في السوق، ذات جودة عالية ومصنوعة يدوياً بمهارة وأصحابها لا يمتلكون إمكانيات التسويق والبيع لهذه المنتجات، وهذا يطمس الإبداع والحافز لهؤلاء الناس. ومن هنا انطلق مشروع دكان

فكرة الحل

نظراً لوجود كميات من المنتجات اليدوية التي تحتوي على إضافة مميزة خارجة عن المألوف في السوق، فكان الحل هو تصميم موقع الكتروني يقوم بعرض هذه المنتجات وتسويقها ومن ثم بيعها من خلال أحدث وسائل التكنولوجيا.

التكنولوجيا المستخدمة

كان التوجّه في بناء وتصميم الموقع الإلكتروني إلى استخدام أداة لعملية تطوير الموقع وليس من خلال لغات البرمجة من الصفر وتم اختيار أداة Wix وهي أداة cloud based لبناء وتطوير وتصميم المواقع الإلكترونية باستخدام HTML، ويدعم تصفح الهاتف المحمول.

وتم إنشاء حسابات لدُكان على مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وانستغرام.

*عنوان الموقع على wix :

<https://qaishattab4.wixsite.com/dukkann>

نموذج العمل "Business Model"

شرائح العملاء	الزبائن: البنات والنساء بين عمر ١٦-٥٠ محبيّ الأعمال اليدوية هدايا خارجة عن المألوف المنتجات: الحرفيين الذين يواجهون مشاكل في تسويق وترويج منتجاتهم
القيمة المضافة	دكان موقع تجارة الكترونية يقدم منتجات يدوية الصنع بأرقى جودة ويدعم الأشخاص الذين يواجهون مشاكل في التسويق والترويج، ويوفر خدمة التوصيل للمنتجات
قنوات التوصيل	الموقع الإلكتروني وسائل التواصل الاجتماعي

الإعلانات الجمعيات	
العلاقة مع المستهلكين فريق العلاقات العامة	العلاقة مع الزبون مؤتمتة من خلال الموقع ومواقع التواصل الاجتماعي
تدفق الإيرادات	الربح سيّجنى من خلال نسبة مقتطعة من سعر المنتجات المباعة، الاعلانات على الموقع الخدمات اللوجستية : توصيل، تغليف الكيفية: بطاقات الائتمان، نقداً عند الاستلام
الموارد الرئيسية	موقع الكتروني تكاليف الإعلانات تكاليف شراء النطاق الإلكتروني
الأنشطة الرئيسية	بيع المنتجات والمنافسة تسويق المنتجات وزيادة الحصة السوقية
الشركاء الرئيسيين	سها طبيلة رماح أبو غزالة وغيرهم من المزودين
هيكل التكاليف	إنشاء موقع الكتروني شراء نطاق إلكتروني شراء الخدمات التسويقية الإلكترونية تكاليف الإعلانات

تكاليف التوصيل	
تكاليف التخليف	

تحليل النظام

الخدمات التي يقدمها النظام:

الإدخال و حفظ البيانات:

- المنتجات: الاسم ، صورة المنتج ، السعر ، اللون ، الحجم ، الوزن ، العدد ، الوصف ، الخصم ، السعر بعد الخصم.
- الزبائن: الاسم ، العنوان ، رقم الهاتف ، تاريخ الميلاد ، البريد الالكتروني.
- المزودين: الاسم ، العنوان ، رقم الهاتف ، المنتجات التي يقدمها.
- الطلبات: المنتج ، صورة المنتج ، السعر ، الكمية ، الإجمالي ، ملاحظات.
- تواصل معنا: الاسم ، البريد الالكتروني ، الموضوع ، الرسالة.
- عند كل عملية تعديل أو إدخال يقوم النظام بعمل حفظ تلقائي لكل العمليات في قاعدة البيانات.

مخرجات النظام:

- تسجيل جميع عمليات البيع وتخزينها في قاعدة البيانات.
- إمكانية الحصول على جميع معلومات عمليات البيع على الموقع.
- واستخدامها في إصدار أي نوع من التقارير المرغوبة (تقارير عن الإيرادات والمصروفات ومنتجات الموقع... الخ).
- إصدار فواتير خاصة بكل عمليات البيع.

التعديل على البيانات :

- القدرة على حذف مدخلات النظام.

○ إمكانية التعديل عليها.

حذف البيانات:

○ إمكانية حذف البيانات القديمة.

الخروج من النظام:

○ إمكانية الخروج من النظام بشكل آمن وعمل نسخ احتياطية من البيانات بشكل تلقائي.

الأهداف المعنوية

- مساعدة الحرفيين في تسويق وترويج المنتجات
- عرض المنتجات بطريقة احترافية من خلال صور وطرق تجذب الزبائن.
- توفير الوقت والجهد في عملية البيع والترويج.
- سهولة في إدارة عمليات الشراء وجدولتها.
- الدقة في حفظ البيانات وتوثيقها، واستخدامها كمرجع بين البائع والمشتري

الأهداف البرمجية:

إنشاء قاعدة بيانات يتم فيها إدخال وتخزين:

- معلومات عن المنتجات: الاسم، صورة المنتج، السعر، اللون، الحجم، الوزن، العدد، الوصف، الخصم، السعر بعد الخصم.
- معلومات عن الزبائن: الاسم، العنوان، رقم الهاتف، تاريخ الميلاد، البريد الإلكتروني.
- معلومات عن الموردين: الاسم، العنوان، رقم الهاتف، المنتجات التي يقدمها.
- معلومات عن الطلبات: المنتج، صورة المنتج، السعر، الكمية، الإجمالي، ملاحظات.
- التغذية الراجعة: الاسم، البريد الإلكتروني، الموضوع، الرسالة.

إنشاء موقع إلكتروني يقوم بتقديم الخدمات التالية:

- إضافة كينونات جديدة إلى قاعدة البيانات.
- إمكانية الحذف والتعديل على المعلومات المدخلة و تحديثها بما يتضمن
- معلومات المنتجات (السعر, الخصم, الكمية) , معلومات العملاء (تعديل العنوان, تعديل الرقم, البريد الالكتروني).
- إتمام تسجيل عمليات البيع بشكل الكتروني .
- خدمة تقديم تقارير دورية بعمليات البيع المسجلة.

تحليل السوق "SWOT"

نقاط القوة:

- حاجة الموردين والحرفيين لهذا النظام.
- قلة التكاليف, مثل تكاليف عدم وجود تكاليف التخزين.
- حاجة السوق للمنتجات اليدوية.
- الجودة العالية للمنتجات.
- الكفاءة في عملية صنع المنتجات.

الفرص:

- إمكانية التوسع جغرافياً.
- إمكانية التوسع بالمنتجات.
- شراء مواد خام بكميات كبيرة.
- الاستفادة من التوجه الحالي نحو التجارة الإلكترونية.
- تزايد ثقة المستهلكين في بضائع التجارة الإلكترونية.

نقاط الضعف:

- عوائق الدخول للسوق.
- الحصة السوقية قليلة.

التحديات:

- ارتفاع أسعار المواد وعدم توفرها.
- المنافسين الحاليين في السوق أو دخول منافسين جدد.

الخطة التسويقية أهداف الخطة التسويقية

- تقسيم الزبائن إلى فئات والوصول إلى كل فئة بفعالية: من خلال تقسيم السوق إلى شرائح وتلبية كل شريحة بما يتناسب معها من منتجاتنا في الوقت والمكان الصحيح.
- تعريف الزبون بالمنتجات: إيصال فكرة المنتجات الجديدة للزبون وضمان وصول المنتج لكافة الشرائح المطلوبة.
- نشر العلامة التجارية "دُكَّان".
- زيادة الحصة السوقية.
- زيادة نسبة المبيعات

المنتج

تتميز منتجات دُكَّان بجودتها العالية وإضافات تميزها عن باقي المنتجات التقليدية حيث أن لدينا معايير خاصة لقبول أي منتج من المزودين وعرضه في موقع دكان وهذه بعض الصور توضح بعض من المنتجات التي يقدمها الموقع والاضافات التي تكون مع المنتج لتجعله مميزاً





صور بعض منتجات دُكانٍ

السياسة التسعيرية

لتحقيق إيراداتنا والربح من عمليات البيع و كبداية لمشروع ريادي تم اتخاذ سياسات تسعيرية لتحقيق هذا الربح الخاص بالموقع ولتحقيق أكبر عدد من الأهداف السابقة سيتم اعتماد أكثر من إستراتيجية في التسعير من خلال البدء بإستراتيجية تقوم على التغلغل في السوق وكسب أكبر عدد ممكن من الزبائن من خلال هوامش ربح قليلة على كل عملية بيع، ومن ثم الانتقال إلى إستراتيجية السعر حسب سعر المنتج ووضع هامش ربح ثابت مُتفق عليه مع كل مزود وتتوافق مع سياسة دكان.

استخدمنا العديد من الاستراتيجيات منها:

Cost based Price, Penetration Strategy



الترويج

تم التحضير لخُطط ترويجية تقوم على نشر العلامة التجارية والتعريف بالمشروع والوصول لأكثر عدد من الزبائن وقمنا بتلخيص بعض من الخطوات التي سنقوم بها لتحقيق هذا الهدف:

شو يعني دُكان؟ .. دُكان هنا لإظهار الإبداع المخفي من حولك.

رؤيتنا؟ نسعى لنكون الشركة الرائدة في بيع المنتجات اليدوية في فلسطين.

رسالتنا؟ دُكان موقع تجارة إلكترونية يقدم منتجات يدوية الصنع بأرقى جودة، ويدعم الأشخاص الذين يواجهون مشاكل في التسويق والترويج، ويوفر خدمة التوصيل للمنتجات.

المشاركة في المعارض المختصة بعرض المنتجات اليدوية لعرض المنتجات على الزبائن والتعرف على مزودين أكثر والبحث عن منتجات جديدة ومميزة.

عمل عروض متنوعة على المنتجات من خلال إصدار كوبونات وتقديم عروض مثل إنشاء

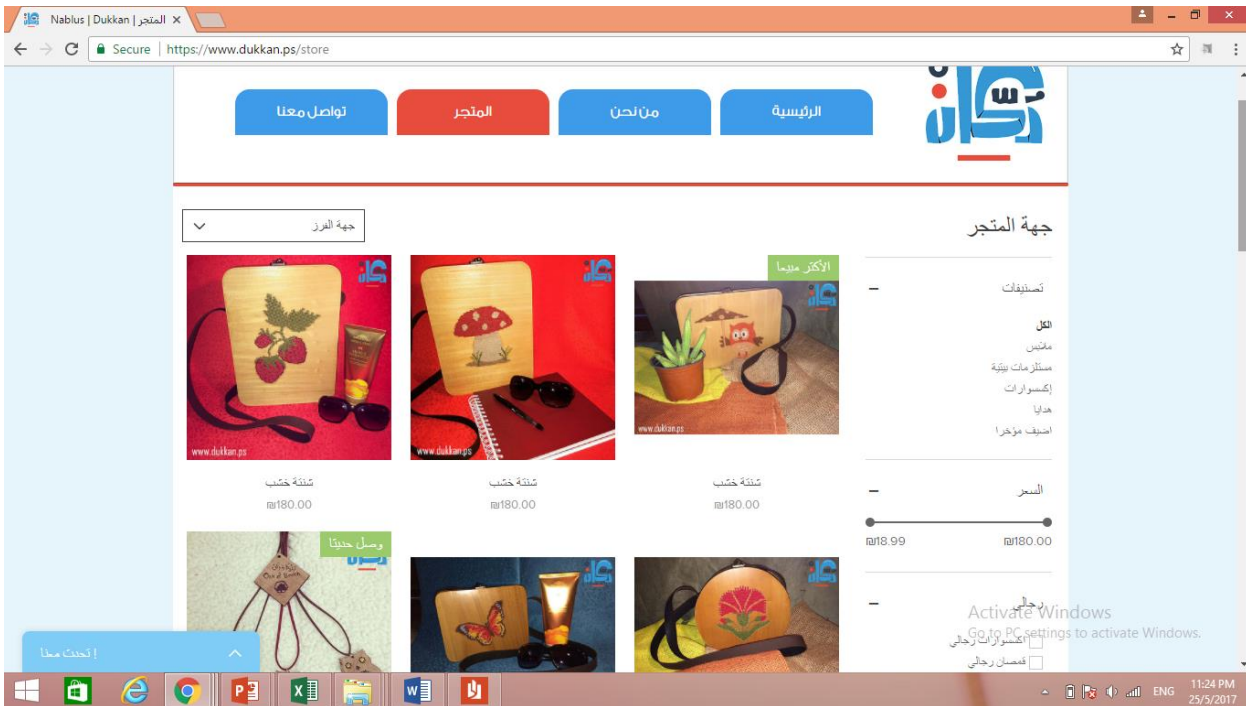
خصومات على منتج معين، إنشاء خصم لرواد صفحات التواصل الاجتماعي، توصيل مجاني.

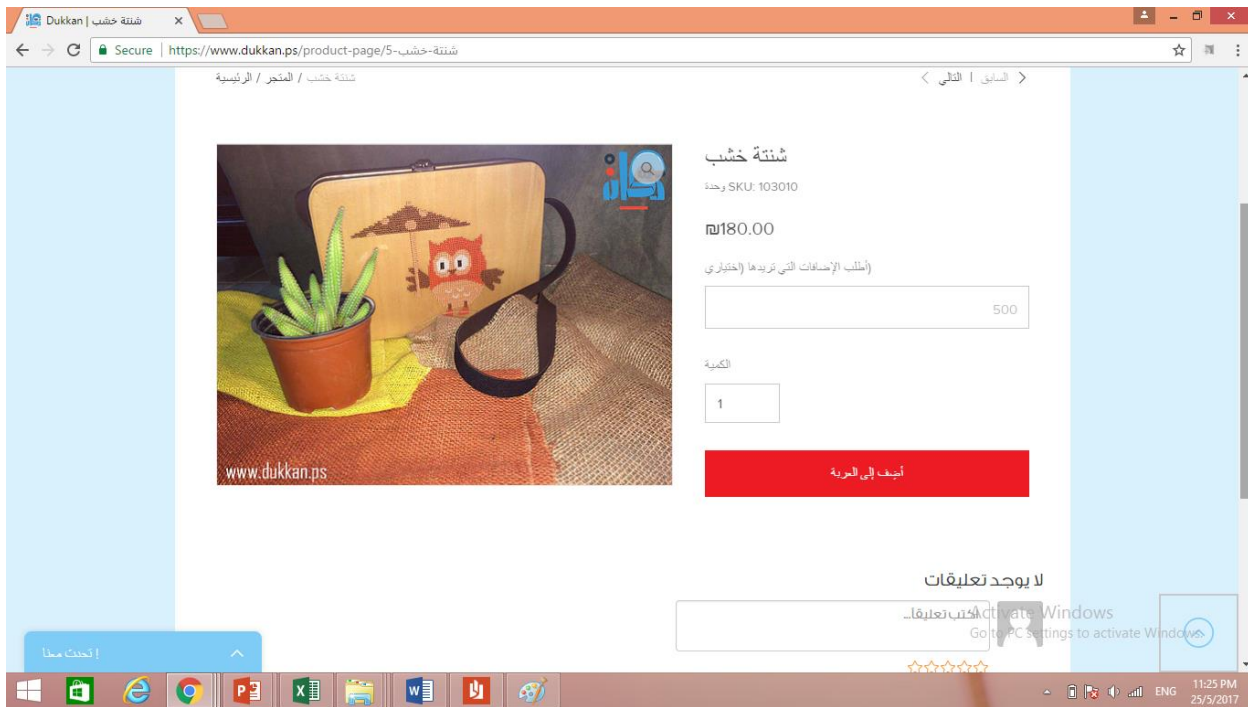
○ تقديم هدايا للزبائن.

○ نشر الموقع من خلال تصميم بروسشورات اعلانية على الناس.

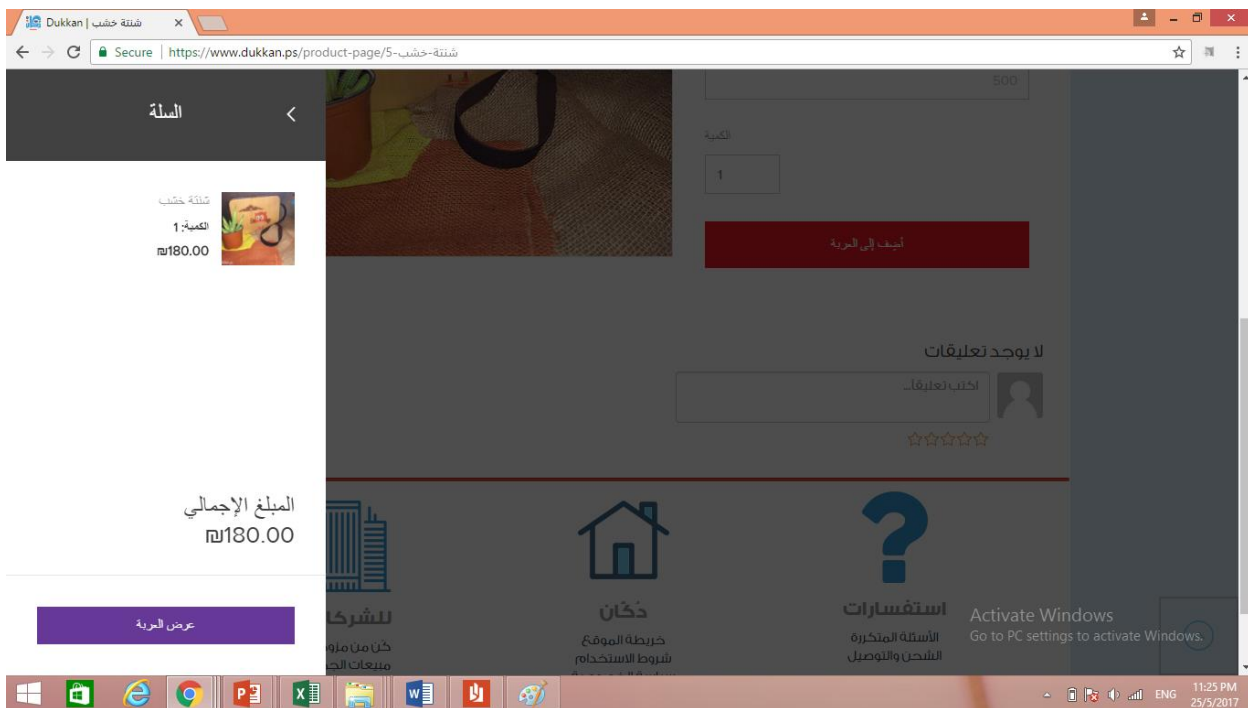
كيفية طلب المنتج من قبل الزبون

○ استعراض المنتج (صوره، سعره، الكود الخاص به، خصائصه).



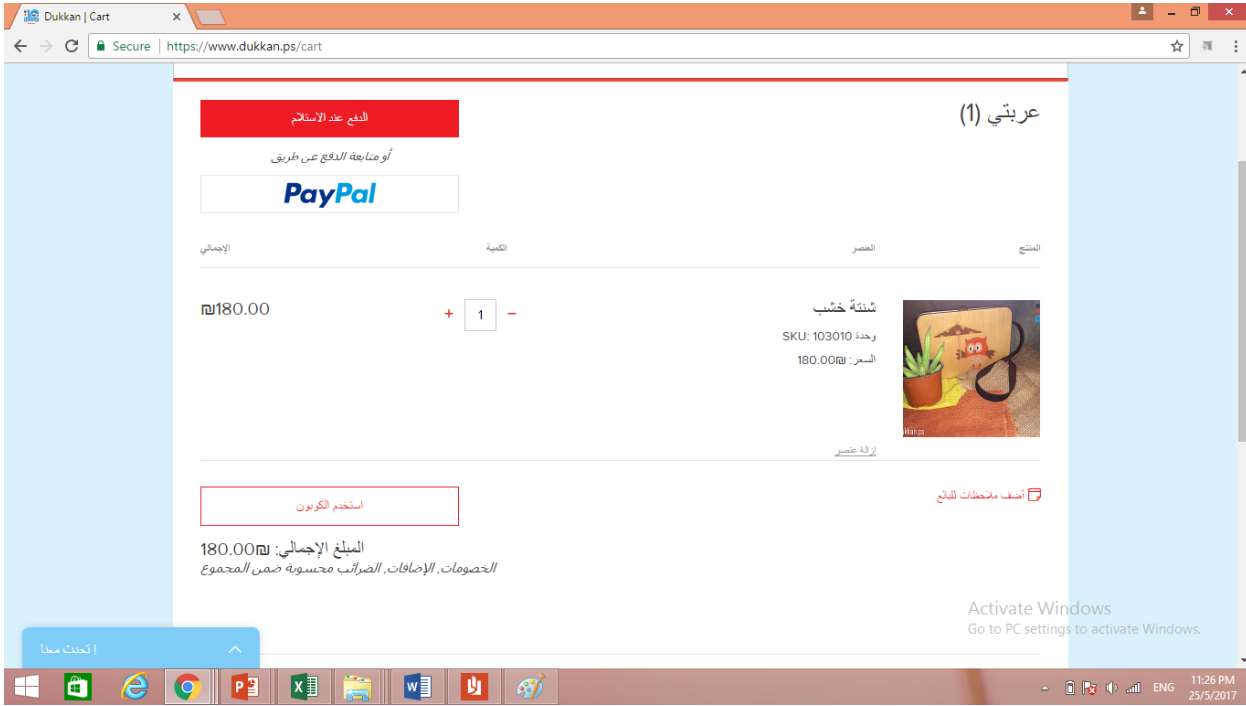


إضافة المنتج إلى العربة.

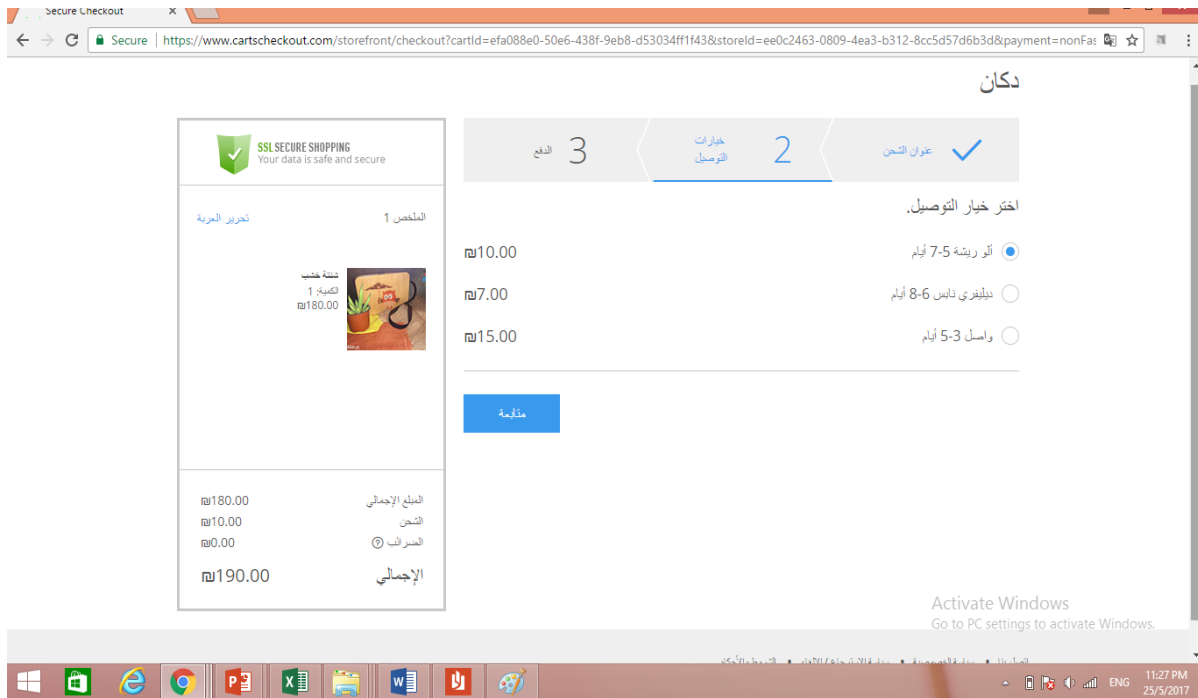


الاستمرار بعملية الشراء.

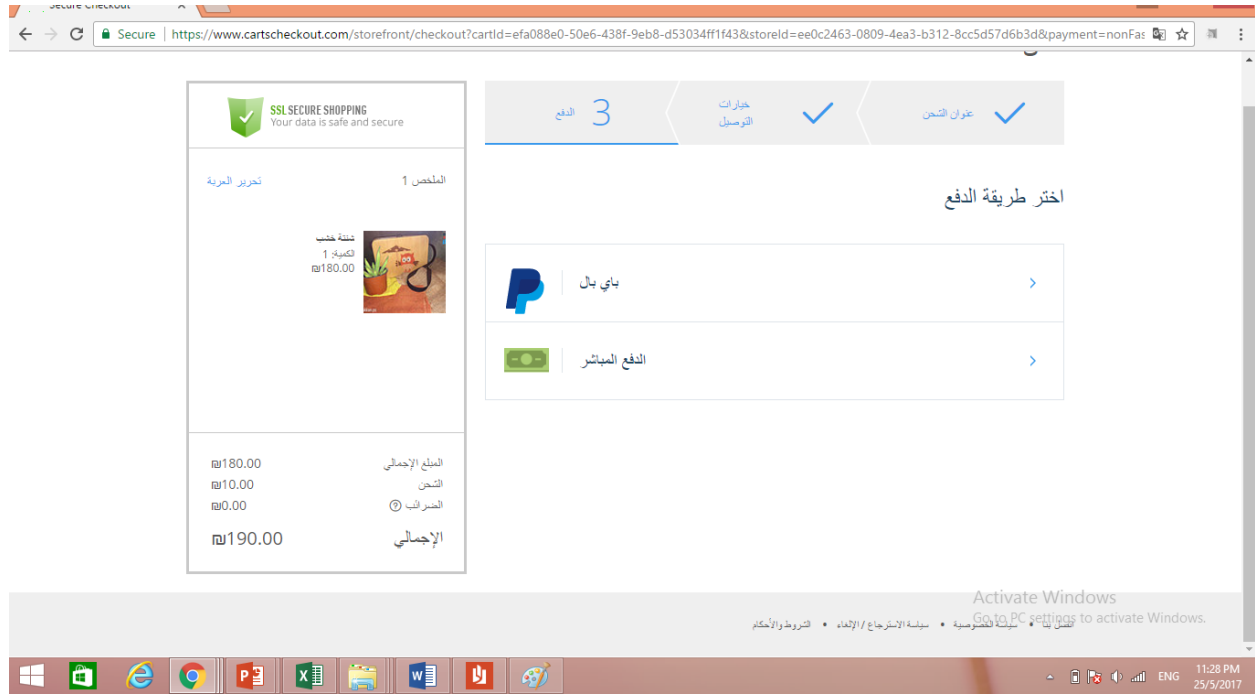
○ مراجعة الطلب في العربة واختيار وسيلة الدفع



- إدخال معلومات المشتري (الاسم، الهاتف، البريد الالكتروني، العنوان).
- اختيار طريقة التوصيل.



- اختيار طريقة الدفع ومن ثم يرسل الطلب



يرسل الموقع بريد إلكتروني تلقائي يبين فيه معلومات الطلبية.



- يتم استلام الطلب ومراجعتها من قبل فريق العمل.
- يتم الاتصال بالزبون للتأكيد على الطلب وتحديد مدة الوصول.

- تنفيذ الطلب.

الخطوات اللازمة لإضافة منتج على الموقع

- إضافة عناصر المنتج وخصائصه (صور، سعر، لون، حجم، الكود...).
- وجود خيار لإضافة المنتج إلى المجموعات والتصنيفات المُعرّفة مسبقاً مثل (الأكثر مبيعاً، الأكثر شيوعاً، الأقسام).
- وجود خيار إضافة علامة على المنتج عند وجود مميزات إضافية له مثل (العروض والخصومات، وصل حديثاً).
- وجود إمكانية إدارة المخزون إن وُجد وتتبع كمية المنتج عند كل عملية بيع.
- وجود خيار للزبون لإرسال ملاحظات أو تغييرات للبائع حول المنتج.

التغليف

تم توفير خدمة التغليف للمنتجات بطريقة جميلة وبما يتناسب مع المنتج وما يلبي رغبة الزبون ليكون دُكَّاناً مميزاً حتى آخر مرحلة من وصول المنتج للزبون.



التوصيل

تم التعاقد مع العديد من شركات التوصيل لتلبية طلبات الزبائن، وتوصيل المنتجات بأسرع وقت ممكن حيث تم تقسيم طرق التوصيل حسب مدة وصول الطلب للزبون، كلما قل عدد الأيام لوصول المنتج زاد سعر التوصيل

تم الاتفاق مع شركات كثيرة مثل: ألو ريشة، ديليفري نابلس، واصل. يتم توصيل الطلب خلال ٥-٧ أيام من تاريخ تأكيد الطلب.

التقارير

يقدم الموقع تقارير متنوعة تخدم قسم الطلبات، المبيعات، تحليلات زوار الموقع، تم استخدام العديد من الأدوات بالإضافة إلى تلك التي يقدمها النظام نفسه مثل: Google Analytics, Store, Excel, Metrics

تم وضع خطط مستقبلية للبدء بإنشاء تحليلات أخرى مثل: Basket Analysis باستخدام أدوات متطورة مثل Pentaho.

نظام الترميز

ينقسم النظام إلى ثلاثة مجموعات رئيسية وهي:

المنتجات "Products":

تم إنشاء رقم مكون من ٦ خانات وهو كالتالي:

- يُرمز للمنتج برمز ١, ويتكون من خانة واحدة.
 - يُرمز لفئة المنتج بأرقام, تتكون من خانتين, وتحمل رقم تسلسلي من ١-٩٠.
 - يُرمز لرقم المنتج بأرقام, يتكون من ٣ خانات, ويحمل رقم تسلسلي من ١-٩٠٠.
- مثال: 1 02 023

الزبائن "Customers":

تم إنشاء رقم مكون من ٥ خانات وهو كالتالي:

- يُرمز للزبون برمز ٢, ويتكون من خانة واحدة.
- يُرمز لرقم الزبون بأرقام, يتكون من أربع خانات, ويحمل رقم تسلسلي من ١-٩٠٠٠.

مثال: 2 0145

خريطة الموقع

