

## المحور الأول: تقديم المشروع

### 1. فكرة المشروع

بدأت فكرة المشروع من ملاحظة واقعية اثناء التعامل اليومي مع تجار التجزئة وتجار الجملة المتنقلين، حيث تبين ان هناك صعوبة في الوصول المنتظم، هذه صعوبة تتمثل في عدم وجود وسيلة تواصل مباشرة وعدم معرفة توقيت ومرور هؤلاء التجار مما يجعلهم يضعون فرص تجارية ويؤثر على استمرارية التموين لدى تجار التجزئة

تم تفكير في حل رقمي عبارة عن تطبيق الكتروني يربط بين طرفين، حيث يتيح التطبيق لتجار الجملة المتنقلين بنشر موقعهم الحالي وقائمة السلع المتوفرة، في حين يمكن لتجار التجزئة تصفح هذه العروض وتواصل المباشر معهم

تنفيذ هذا الحل سيكون من طرف فريق المشروع

سيتم انجاز المشروع في الجزائر، انطلاقا من ولاية تبسة كمرحلة تجريبية، مع قابلية التوسع الى مناطق أخرى تدريجيا

### 2. القيم المقترحة:

#### أولا: تجار الجملة المتنقلين

- إمكانية الوصول الى عدد أكبر من الزبائن بطريقة مباشرة وذكية
- تقليل الوقت والجهد الضائع في عمليات البحث عن مشتريين والتنقل العشوائي
- بناء علاقات تجارية مستمرة مع تجار التجزئة، بدلا من المعاملات العشوائية
- جمع بيانات مفيدة عن الزبائن، المناطق أكثر طلبا، المنتجات الأكثر مبيعا

#### ثانيا: تجار التجزئة

- معرفة موقع تجار الجملة وتخطيط للشراء مسبقا
- إمكانية المقارنة بين الأسعار والعروض من عدة موردين لاتخاذ قرار أفضل
- توفير الوقت والجهد الذي ينفق عادة في البحث عن الموردين
- سهولة الوصول الى عروض المنتجات التي يعرضها تجار الجملة في منطقتهم

### 3. فريق العمل:

#### أعضاء الفريق الأساسيين:

قادري حسام (المدير التنفيذي):

**المهام:** تنسيق الموارد، متابعة الجدول الزمني، التواصل مع المطور.

**الخبرة:** خريج كلية العلوم الاقتصادية مع خبرة عملية في الإدارة.

أيوب براجي (مسؤول التسويق):

**المهام:** جذب المستخدمين الأوليين، إدارة الحملات الترويجية البسيطة.

**الخبرة:** خريج كلية العلوم الاقتصادية مع خبرة في التسويق الميداني.

دحداح رشدي (مسؤول خدمة العملاء):

**المهام:** جمع ملاحظات المستخدمين، تقديم الدعم الفني المبدئي.

**الخبرة:** خريج كلية العلوم الاقتصادية مع مهارات تواصل ممتازة.

المطور الخارجي: الدكتور سليمان (مطور التطبيق):

**المهام:** تطوير الهيكل الأساسي للتطبيق، إصلاح الأخطاء الفنية.

**الخبرة:** دكتوراه في هندسة البرمجيات مع خبرة في تطوير التطبيقات البسيطة.

**آليات التواصل:**

اجتماعات أسبوعية عبر Google Meet لتقييم التقدم.

استخدام Google Drive لمشاركة الملفات والمستندات.

#### 4. أهداف المشروع

نسعى الى جعل تطبيقنا الخيار الأول لدى تجار الجملة وتجار التجزئة في الجزائر خلال السنوات الخمس الأولى من اطلاقه

نطمح الى المساهمة في رقمنة التجارة من خلال ادماج التجار في بيئة رقمية منظمة، تحفز على الشفافية، وتقلل من الاعتماد على الوسائط التقليدية

#### 5. المخطط الزمني للمشروع

المرحلة	المدة الزمنية	التوقيت التقريبي
مرحلة التفكير الأولي وتشكيل الفريق		
عرض الفكرة على الأستاذ المؤطر		
تحليل الفكرة ودراستها		
عرض المشروع على لجنة الانتقاء بالحاضنة		
البحث عن مصمم تطبيقات		
بداية التفاوض وتصميم التطبيق		
التحضير لي اطلاق النموذج الأولي		
العمل على حفظ الفكرة والحصول على لابل		
الاطلاق الرسمي للتطبيق		

## المحور الثاني: مجالات الابتكار

### 1. ابتكار السوق

يقدم المشروع نموذج عمل جديد في السوق الجزائري، حيث يغير طريقة تعامل تجار الجملة المتنقلين وتجار التجزئة من الأسلوب التقليدي الى الأسلوب المبتكر هذا التغيير في الية العلاقة التجارية يعتبر ابتكارا في السوق الان يفتح قناة توزيع جديدة لم تكن منظمة او مستعملة من قبل

### 2. الابتكار التكنولوجي

يتمثل في تطبيق أدوات رقمية بسيطة موجهة بشكل فعال نحو فئة لا تعتمد كثيرا على التكنولوجيا في عملها اليومي

ما يميز الابتكار هنا هو تكييف التكنولوجيا لخدمة احتياج واقعي بطريقة سهلة وواضحة، دون تعقيد تقني، مما يسهل استخدامها حتى من قبل غير المعتادين على الحلول الرقمية

### 3. مجالات الابتكار

- ✓ رقمنة عمليات التبادل التجاري بين تجار الجملة المتنقلين وتجار التجزئة
- ✓ تنظيم عرض المنتجات والكميات والموقع الجغرافي
- ✓ تقليل التكاليف والوقت المرتبطين بتعاملات التقليدية
- ✓ تحسين اليات التواصل بين التجار بأساليب مبتكرة وفعالة
- ✓ توفير معلومات فورية ودقيقة لدعم اتخاذ قرارات تجارية فعالة

## المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي لسوق

### 1. عرض قطاع السوق

السوق المحتمل: يشمل جميع تجار الجملة المتنقلين وتجار التجزئة الذين يمكنهم ان يستفيدوا من خدمات رقمية لتحسين تعاملاتهم التجارية

السوق المستهدف: يتم التركيز في المرحلة الأولى على فئة معينة من تجار الجملة المتنقلين وتجار التجزئة، الذين ينشطون في المناطق التجارية الكبرى

تم اختيار هذه الفئة نظرا لحاجتها الحقيقية الى وسائل تسهيل عمليات البيع والتموين، بالإضافة الى قابليتها لتبني حلول رقمية تساعد على تحسين نشاطها التجاري اليومي

### 2. قياس شدة المنافسة

حاليا المنافسة الرقمية في هذا المجال منخفضة. معظم التعاملات ما تزال تتم بطرق تقليدية المكالمات الهاتفية التنقل المباشر

لا توجد تطبيقات متخصصة تربط بين تجار الجملة المتنقلين وتجار التجزئة

هذا يمنح المشروع فرصة قوية للدخول المبكر للسوق، وبناء قاعدة مستخدمين قبل دخول منافسين مباشرين

### 3. الاستراتيجية التسويقية

الاستراتيجية التسويقية للمشروع تعتمد على 3 مراحل

المرحلة الأولى: التوعية والتجريب

- توزيع مجاني للتطبيق في البداية لتشجيع الاستخدام
- حملات ميدانية في الأسواق لتعريف بتطبيق
- فيديوهات توضيحية لكيفية استخدام التطبيق

المرحلة الثانية: بناء الثقة

- نظام تقييم للتجار داخل التطبيق
- دعم فني سريع للمستخدمين

المرحلة الثالثة: التوسع

- الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- توسيع قاعدة المستخدمين الى ولايات أخرى
- تحسين الخدمات داخل التطبيق حسب ملاحظات المستخدمين

## المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم

### 1. عمليات الإنتاج:

عمليات الإنتاج في مشروعنا تشمل الأنشطة المرتبطة بتصميم و تطوير التطبيق وهي كالآتي:

- **تحليل الاحتياجات:** دراسة شاملة للسوق والمستخدمين لتحديد اهم الوظائف الأساسية والميزات المطلوبة في تطبيق
- **تصميم الواجهة:** اعداد تصاميم أولية للواجهة
- **بناء وتطوير التطبيق:** برمجة التطبيق وفقا للتصميم والمواصفات المحددة
- **اختبار الأداء:** التأكد من خلو التطبيق من الأخطاء وتجربة جميع مميزات التطبيق
- **إطلاق النسخة الأولى:** هي النسخة التجريبية تكون مع فئة معينة
- **جمع الملاحظات:** من خلال تجربيه مع المستخدمين
- **دعم وتحديث مستمر:** بناء على ملاحظات المستخدمين

### 2. التموين:

- معدات أساسية للفريق مثل الحواسيب والهواتف الذكية
- استعمال أدوات تصميم والبرمجة
- استضافة التطبيق على خوادم servers

### 3. اليد العاملة:

- ✓ **فريق الداخلي:** هم أعضاء الفريق
  - المسؤول الإداري
  - المكلف بالتسويق والمحاسبة
  - مسؤول التواصل وخدمة العملاء
- ✓ **طرف خارجي**
  - مصمم ومطور التطبيق

### 4. الشركات الرئيسية:

- ❖ حاضنة الاعمال