



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



اسم المشروع

تطبيق الواحة مادكت

مشروع تحت الفرار الوزاري 1275 لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة
الماستر

تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الدكتور:
د. صابر أمير

من إعداد الطالب:
لقرع إبراهيم أسامة
بقور

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. بابا أو عمر عبد الرحمان	دكتور	جامعة غرداية	رئيسا
د. صابر أمير بقور	دكتور	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا
د. صيتي أبو بكر	دكتور	جامعة غرداية	مناقشا
د. شرايطي فوزي	دكتور	جامعة غرداية	مناقشا
د. قشار بكير	دكتور	جامعة غرداية	مناقشا

مناقشا	مديرية التجارة	عضو	د. محمفة سيد علي
مناقشا	جامعة غرداية	دكتورة	د. مهيري دليلة

السنة الجامعية
2024/2023



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



اسم المشروع

تطبيق الواحة ماركت

مشروع تحت القرار الوزاري 1275 لاستكمال منطلقات الحصول على شهادته
الماستر

تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت إشراف الدكتور:
د. صابر أمير

من إعداد الطالب:
لقرع إبراهيم أسامة
بقور

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. بابا أو عمر عبد الرحمان	دكتور	جامعة غرداية	رئيسا

مشرفا ومقرر ا	جامعة غرداية	دكتور	د . صابر أمير بقور
مناقشا	جامعة غرداية	دكتور	د . صيتي أبو بكر
مناقشا	جامعة غرداية	دكتور	د . شرايطي فوزي
مناقشا	جامعة غرداية	دكتور	د . قشار بكير
مناقشا	مديرية التجارة	عضو	د . محمة سيد علي
مناقشا	جامعة غرداية	دكتورة	د . مهيري دليلة

السنة الجامعية
2024/2023

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

إلى من أضاءوا دربي بنورهم وأسهموا في تكويني وبناء شخصيتي، إلى أرواح أحبتي الذين رحلوا عني إلى جوار الله.

إلى جدي العزيز بوعمامة وجدتي الغالية ذهبية، رحمكما الله وأسكنكما فسيح جناته.

إلى والدي ووالدتي، نور حياتي، والذين لولا دعمهما المستمر وحبهم الصادق لما وصلت إلى ما

أنا عليه اليوم. أشكركما من أعماق قلبي على كل ما قدمتموه لي من حب ورعاية وإرشاد.

إلى أخواتي البنات العزيزات، كل الشكر والتقدير لكن على دعمكن ومساندتن لي في كل خطوة خطوتها.

وإلى عمي حسان وعائلته و شكراً لكم على دعمكم المستمر ومساندتنكم لي.

إلى المولودة الصغيرة ذهبية، التي ملئ حياتنا بالبهجة والفرح

إلى عائلي الكريمة، وأقربائي الأعزاء، وأصدقائي الأوفياء، وشكراً لكم جميعاً على كل لحظة كنتم فيها إلى جانبي، وعلى كل كلمة طيبة قدمتموها لي.

ولا أنسى أن أتوجه بالشكر الجزيل إلى معلمي الفاضل صابر بقور، الذي كان له الفضل الكبير

في توجيهي وتعليمي وإرشادي طوال مسيرتي الأكاديمية.

وإلى دفعة الاتصال والعلاقات العامة بجامعة غرادية، شكراً لكم على كل اللحظات الجميلة التي قضيناها سوياً، وعلى التعاون والدعم الذي جعل من هذه الرحلة الأكاديمية تجربة لا تُنسى.

أسأل الله العلي القدير أن يوفقنا جميعاً في حياتنا ومسيرتنا العلمية والعملية، وأن يجعل من هذا البحث علماً نافعاً ومساهمة في تقدم مجتمعا ووطننا

آمين

المحتويات	الصفحة
الاهداء	04
فهرس المحتويات	05
المحور الأول: تقديم المشروع	
مقدمة	07
فكرة المشروع (الحل المقترح)	07
القيم المقترحة	07-10
الجدول الزمني لتحقيق المشروع	11
المحور الثاني: الجوانب الإبتكارية	
طبيعة الإبتكارات	13
مجالات الإبتكارات	13-14
المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق	
عرض القطاع السوقي	16
قياس شدة المنافسة	17-18
الاستراتيجية التسويقية	18-19
المحور الرابع : خطة الإنتاج والتنظيم	
خطوات إستخدام التطبيق	21-22
المحور الخامس : الخطة المالية	

24-25	ميزانية المؤسسة الناشئة
26-27	الحسابات النتائج المتوقعة
	المحور السادس : النموذج الأولي
	قائمة الملاحق
31	مخطط نموذج الأعمال التجاري BMC
32	شهادة التوطين في الحاضنة الجامعية

المحور الأول :

تقديم المشروع

1. تقديم المشروع:

تعد التمور من أبرز المنتجات الزراعية في الجزائر، حيث تتميز بجودتها وتنوعها الذي يجعلها تحتل مكانة مهمة في الأسواق المحلية والدولية. تُعرف الجزائر بتصدير أنواع عديدة من التمور الفاخرة، مثل دقلة نور، التي تشتهر بكونها واحدة من أفضل أنواع التمور في العالم. ورغم هذه الأهمية، يواجه قطاع التمور في الجزائر عدة تحديات في مجالي التسويق والبيع، مما يحول دون تحقيق أقصى استفادة من هذا المنتج الحيوي. تتمثل أبرز هذه المشاكل في نقص استراتيجيات التسويق الفعّالة، وصعوبات النقل والتخزين، وغياب قنوات توزيع حديثة وفعّالة، بالإضافة إلى التفاوت في جودة التمور. لمواجهة هذه التحديات، يبرز الحل في اعتماد التكنولوجيا الرقمية من خلال تطبيق "الواحة"، والذي يهدف إلى توفير منصة متكاملة تسهل عملية التسويق والبيع، وتعزز من وصول المنتجين إلى أسواق أوسع وأكثر تنوعًا.

❖ اسم المشروع :

تطبيق الواحة ماركت (Alwaha market)



1. فكرة المشروع (الحل المقترح)

مجال النشاط : يتمثل في تطبيق تجاري تسويقي

بدأت الفكرة عندما إستهوتني فكرة أثناء عملي في الفترة الصيفية في بيع التمور و المشاكل التي واجهتني منذ ممارستي أنا و أفراد عائلتي لهذا النشاط بعد التعمق في الفكرة توصلت إلى دراسة تحصلت عليها حول الناتج المحلي من التمور ما يقدر ب 1 مليون طن في السنة ما يعادل 250 مليون دولار

- سنقوم بإنجاز تطبيق و موقع تجاري تسويقي يتم ذلك من خلال التعاقد معا تجار و مزارعين وشركات في المجال بإضافة إلى إمكانية أي شخص إنشاء متجر داخل التطبيق

2. القيم المقترحة

الحدثة:

- ابتكار مستمر :تحديثات دورية للتطبيق لضمان تقديم أحدث التقنيات والميزات الجديدة التي تواكب تطورات التجارة الإلكترونية

2 الأداء:

- سرعة واستجابة :أداء عالي السرعة لضمان تجربة تسوق سلسة دون تأخير، بما في ذلك سرعة تحميل الصفحات وسرعة الاستجابة للأوامر.

- استقرار النظام: بنية تحتية قوية لتقليل الأعطال وضمان استمرارية الخدمة.

3 خفض التكاليف:

- توفير التكاليف للبائعين: تقديم خدمات مجانية للبائعين لتمكينهم من عرض منتجاتهم بأسعار تنافسية، مع توفير أدوات تحليل منخفضة التكاليف لتحسين المبيعات.
- عروض وخصومات للعملاء: تقديم خصومات وعروض خاصة بشكل دوري لجذب العملاء وتحفيزهم على الشراء.

4. سهولة الوصول:

- واجهة مستخدم سهلة الاستخدام: تصميم بسيط وسهل التنقل يتيح للمستخدمين الوصول إلى المنتجات المطلوبة بسرعة وسهولة.
- تطبيق متوافق مع جميع الأجهزة: توافق التطبيق مع مختلف الأجهزة المحمولة وأنظمة التشغيل لضمان سهولة الوصول من أي مكان وفي أي وقت.
- تعدد خيارات اللغة: توفير التطبيق بلغات متعددة لتسهيل الاستخدام على مختلف الجنسيات.

5. السعر:

- أسعار تنافسية: توفير منتجات بأسعار تنافسية مع الحفاظ على جودة عالية، مما يجعل التطبيق خياراً مفضلاً للعملاء الباحثين عن أفضل قيمة مقابل السعر.
- توصيل مجاني أو بتكلفة منخفضة: عروض توصيل مجانية أو بأسعار مخفضة لتحفيز المزيد من الشراء.

6. التصميم:

- تصميم جمالي وجذاب: تصميم واجهة مستخدم أنيقة وجذابة بصرياً، مع تركيز على البساطة والوظائف العملية.
- تجربة مستخدم محسنة: تصميم مسارات استخدام ميسرة تجعل عملية التسوق سهلة وبديهية، من التصفح حتى إتمام الشراء.

7. إنجاز المهام:

- دعم فني شامل: توفير دعم فني مستمر للمستخدمين والبائعين، مع قنوات متعددة للتواصل مثل الدردشة الفورية والبريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي.
- تحليلات وتقارير مفصلة: تقديم تقارير وتحليلات مفصلة للبائعين لمساعدتهم على تحسين أدائهم وزيادة مبيعاتهم.

- إدارة فعالة للطلبات: نظام إدارة طلبات متقدم يضمن متابعة دقيقة لكل عملية شراء من البداية حتى التسليم.

3. أهداف المشروع

- سهولة الوصول إلى التمور ومشتقاتها: إنشاء منصة إلكترونية تتيح للمستهلكين شراء التمور ومنتجاتها بكل سهولة من خلال تطبيق سهل الاستخدام.
- تنوع المنتجات: توفير مجموعة واسعة من التمور ومنتجاتها لتلبية احتياجات وأذواق مختلف العملاء. دعم المنتجين المحليين
- تمكين المنتجين الصغار والمتوسطين: مساعدة منتجي التمور المحليين في الوصول إلى قاعدة عملاء أوسع وزيادة مبيعاتهم.
- تحفيز الإنتاج المحلي: تشجيع زيادة إنتاج التمور محليًا لتحسين الاقتصاد المحلي وحل مشكلة الكساد وطرق البيع الكلاسيكية
- تعزيز الاقتصاد الرقمي في الجزائر
- دعم التجارة الإلكترونية: المساهمة في نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال إنشاء منصة متخصصة تدعم مبيعات التمور عبر الإنترنت.
- توفير فرص عمل: خلق فرص عمل جديدة من خلال توظيف فرق لدعم العمليات، التسويق، وخدمة العملاء
- توفير خدمات توصيل موثوقة وسريعة

شراكات مع شركات التوصيل المحلية و العالمية : التعاون مع شركات التوصيل المحلية لضمان وصول المنتجات بجودة عالية وفي الوقت المحدد. بإضافة إلى الشركات العالمية للنقل الطرود و الشحن

تغطية جغرافية واسعة: ضمان توصيل المنتجات إلى مختلف أنحاء الجزائر بكفاءة وفعالية و الدخول إلى أسواق عالمية .

- الترويج للمنتجات الطبيعية والصحية :

تسويق التمور كمنتج صحي: تسليط الضوء على الفوائد الصحية للتمور ومشتقاتها من خلال حملات تسويقية وتعليمية.

زيادة الوعي الصحي: تشجيع المستهلكين على تبني نمط حياة صحي من خلال تناول منتجات طبيعية مثل التمور.

- تحقيق رضا العملاء :

خدمة عملاء ممتازة: توفير دعم عملاء فعال وسريع للاستجابة لاستفسارات وشكاوى العملاء.

ضمان الجودة: ضمان جودة المنتجات من خلال مراقبة الجودة وتقييم أداء البائعين.

- التوسع والنمو المستدام :

التوسع في المنتجات والفئات: إضافة المزيد من الفئات والمنتجات مثل المشتقات الغذائية الأخرى ومنتجات التجميل المستخلصة من التمور بإضافة إلى الدخول إلى مجالات أخرى

توسيع قاعدة المستخدمين: زيادة عدد المستخدمين من خلال استراتيجيات تسويقية فعالة.

- استخدام التكنولوجيا المتقدمة :

تحليل البيانات: استخدام تقنيات تحليل البيانات لفهم سلوك العملاء وتحسين العمليات.

الأمان والخصوصية: ضمان حماية بيانات المستخدمين وتأمين عمليات الدفع عبر الإنترنت.







- التنمية المستدامة والمسؤولية الاجتماعية :

دعم المجتمع المحلي: المساهمة في التنمية المستدامة من خلال دعم المزارعين المحليين والمجتمعات الريفية.

الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية: تنفيذ مبادرات تهدف إلى تحسين الظروف المعيشية للمنتجين المحليين وتعزيز الاستدامة البيئية.

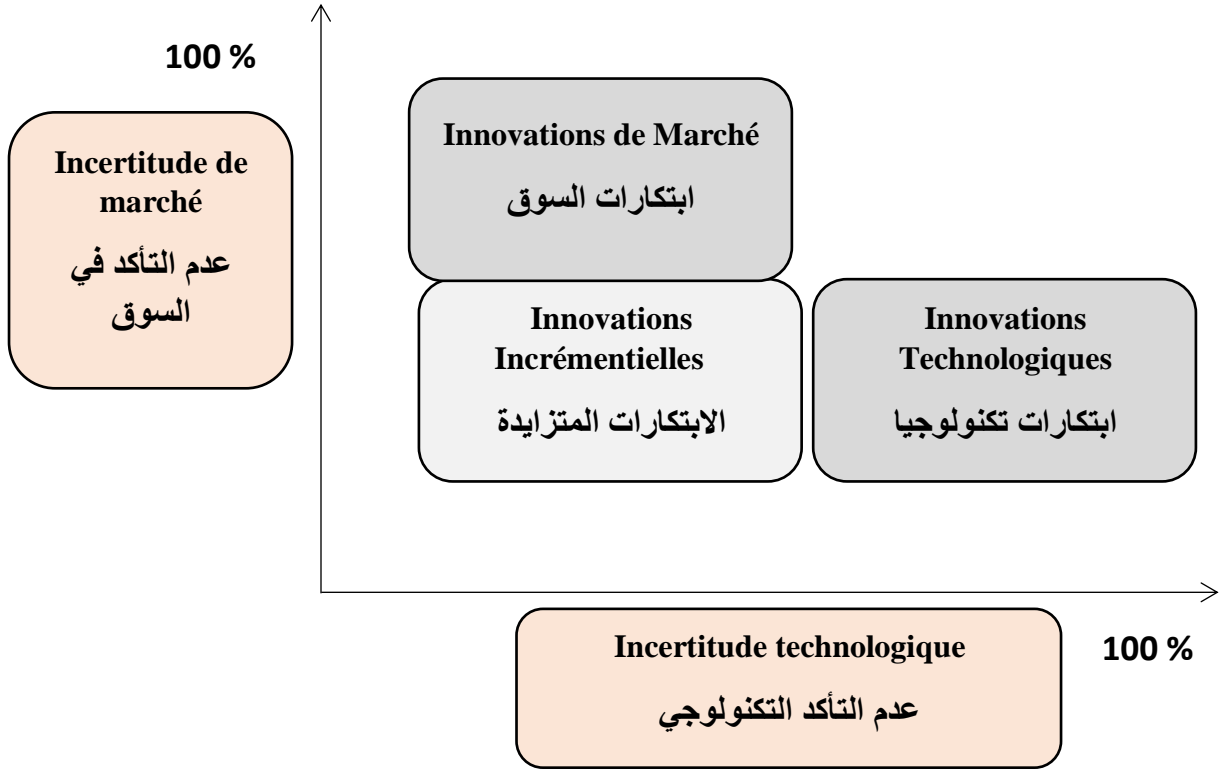
4. الجدول الزمني لتحقيق المشروع

12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1			
											✓	تحليل السوق والبحث، تحديد المتطلبات		1
										✓		تصميم واجهة المستخدم وتجربة المستخدم (UI/UX) تطوير النماذج الأولية		2
									✓			تطوير النموذج الأولي، إعداد البنية التحتية التقنية		3
								✓				اختبار النموذج الأولي، تعديل التصميمات		4
						✓						اختبارات الجودة والأداء، تحديد وإصلاح الأخطاء		5
					✓							إطلاق نسخة بيتا، جمع التعليقات وتحسين التطبيق		6

					✓							تنفيذ التحسينات، تحسين واجهة المستخدم وتجربة المستخدم		7
				✓								إعداد خطة الإطلاق، إطلاق التطبيق بشكل رسمي		8
			✓									تنفيذ حملة تسويقية، تفعيل استراتيجيات التسويق الرقمي		9
		✓										تدريب البائعين، تقديم الدعم الفني والتوجيه		10
	✓											جمع وتحليل بيانات الأداء بعد الإطلاق، تقييم النجاح		11
✓												تحديد مناطق جديدة للتوسع، متابعة تحسين التطبيق		12

المحور الثاني : الجوانب الإبتكارية

1. طبيعة الابتكارات



2. مجالات الابتكارات

تتمثل الجوانب الابتكارية في مشروعنا في كونه:

- توفير منصة متعددة البائعين: إطلاق تطبيق "واحة ماركت" كمنصة متعددة البائعين يعتبر ابتكارًا في السوق، حيث يتيح للمستهلكين الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات المتاحة من مختلف البائعين في مكان واحد.
- تخصيص للمنتجات المحلية: تقديم تمور ومنتجات مشتقة منها من المنتجين المحليين يمثل ابتكارًا في السوق، حيث يتيح للمستهلكين الوصول إلى منتجات عالية الجودة ومحلية الصنع. الترويج والتسويق الرقمي: استخدام تقنيات التسويق الرقمي مثل الإعلانات المستهدفة على وسائل التواصل الاجتماعي وتحسين موقع التطبيق في محركات البحث يمكن أن يعتبر ابتكارًا في السوق لجذب المستخدمين وزيادة المبيعات. تطوير تطبيق متنقل: تطوير تطبيق للهواتف الذكية يوفر واجهة سهلة الاستخدام وتجربة تسوق مريحة للمستخدمين.

- الدفع الإلكتروني والتوصيل: توفير نظام دفع إلكتروني آمن وسهل الاستخدام يسمح للمستخدمين بشراء المنتجات عبر التطبيق مباشرة، بالإضافة إلى خدمة التوصيل إلى باب المنزل.
- التحسينات في تجربة المستخدم: تضمين ميزات مثل تقييمات المنتجات وتعليقات المستخدمين ونظام إشعارات للمستخدمين لتحسين تجربة التسوق عبر التطبيق
- تحسين عملية التوصيل: تحسين النظام اللوجستي لتقديم خدمة التوصيل بشكل أكثر كفاءة وسرعة.
- تطوير نظام التقييم: تطوير نظام التقييم والتعليقات للسماح للعملاء بتقديم ملاحظاتهم بشكل أكثر دقة وشمولية.
- توسيع نطاق العروض: توسيع نطاق المنتجات والعروض المتاحة على التطبيق لزيادة خيارات المستخدمين وزيادة الجاذبية.

المحور
الثالث :
التحليل
الاستراتيجي
للسوق

التحليل الاستراتيجي للسوق

1. حجم السوق والنمو المتوقع:

يتوقع أن يشهد سوق منتجات التمور ومشتقاتها في الجزائر نموًا مستدامًا نظرًا للطلب المتزايد على هذه المنتجات. تقدر الدراسات بأن حجم السوق في الجزائر يعتبر كبيرًا نظرًا لاهتمام السكان بالتغذية الصحية والمنتجات الطبيعية.

2. السوق المحتمل:

المستهلكين الجزائريين: يشمل هذا القطاع جميع فئات المستهلكين في الجزائر، بما في ذلك الأفراد والعائلات والمؤسسات والمطاعم والفنادق.

البائعون المحليون: يمكن للمزارعين والمنتجين المحليين للتمور ومشتقاتها أن يكونوا زبائن محتملين لتطبيق "واحة ماركت" لتسويق منتجاتهم.

3. السوق المستهدف:

محببي المنتجات الطبيعية والصحية: يتضمن هذا القطاع الأشخاص الذين يهتمون بتناول الأطعمة الطبيعية والصحية، ويفضلون المنتجات المحلية.

مشتري المنتجات الفاخرة: يشمل هذا القطاع الأشخاص الذين يبحثون عن تجربة تسوق فاخرة ومنتجات عالية الجودة.

المؤسسات: يمكن للمؤسسات التجارية البحث عن موردين موثوقين للتمور ومشتقاتها لتلبية احتياجات عملائهم.

4. دوافع الشراء:

الصحة والعافية: قد يكون الشراء من تطبيق "واحة" مدعومًا بالاهتمام بالصحة والعافية، حيث يبحث المستهلكون عن منتجات طبيعية وصحية مثل التمور.

الجودة والمذاق: قد يكون للجودة والمذاق الفريد للتمور ومشتقاتها دورًا في دفع المستهلكين للشراء.

الملاءمة والراحة: قد يكون استخدام تطبيق "واحة" مدعومًا بالرغبة في تجربة تسوق مريحة وملائمة دون الحاجة إلى الذهاب إلى المتاجر التقليدية.

إمكانية إبرام العقود مع بعض الزبائن:

المؤسسات: يمكن توقيع عقود مع المؤسسات لتوفير أو توريد تمور ومشتقاتها بشكل دوري لتلبية احتياجاتهم.

المنتجين المحليين: يمكن إبرام عقود مع المزارعين والمنتجين المحليين لشراء منتجاتهم بكميات محددة بموجب اتفاق

2. قياس شدة التنافس

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة نموًا ملحوظًا في قطاع التجارة الإلكترونية، مع زيادة عدد المستخدمين الذين يتجهون إلى الشراء عبر الإنترنت بدلاً من الطرق التقليدية ومن أهم المنافسين غير المباشرين في الجزائر قد يكون:

تطبيق واد كنيس:

نقاط القوة:

- قاعدة مستخدمين كبيرة:
- لديه قاعدة مستخدمين واسعة ومعروفة في الجزائر.
- تعدد الفئات:
- يعرض مجموعة متنوعة من المنتجات، مما يجذب مجموعة واسعة من العملاء.
- واجهة مستخدم بسيطة:
- واجهة مستخدم سهلة الاستخدام ومباشرة.

نقاط الضعف:

- تنافسية السوق: المنافسة الكبيرة بين البائعين المختلفين قد تجعل من الصعب للبائعين المتخصصين التميز.
- قلة التخصص: لا يركز على فئة منتجات معينة، مما يجعله أقل تميزًا للعملاء الذين يبحثون عن منتجات محددة بجودة عالية.
- دعم محدود للبائعين المتخصصين: قد يكون هناك دعم محدود للبائعين المتخصصين في فئات معينة مثل التمور.

تطبيق جوميا:

نقاط القوة:

- وجود إقليمي واسع: جزء من شبكة جوميا الإقليمية، مما يوفر موارد ودعمًا أكبر.
- مجموعة واسعة من المنتجات: يقدم مجموعة متنوعة من المنتجات، مما يجذب مجموعة واسعة من العملاء.
- خدمات توصيل موثوقة: تمتلك شبكة توصيل قوية وخدمات لوجستية متطورة.

نقاط الضعف:

- قلة التخصص في المنتجات المحلية: عدم التركيز على المنتجات المحلية مثل التمور قد يجعله أقل جاذبية للعملاء الباحثين عن هذه المنتجات.
- المنافسة الدولية: يواجه منافسة كبيرة من البائعين الدوليين، مما قد يؤثر على البائعين المحليين.
- تجربة تسوق عامة: تقديم تجربة تسوق عامة قد لا يفي باحتياجات العملاء الذين يبحثون عن منتجات محلية محددة بجودة عالية.

3. الاستراتيجيات التسويقية:

تتبنى استراتيجيتنا التسويقية مقاربة تركز على توفير تجربة ممتازة لعملائنا من خلال جعل خدماتنا متاحة مجانية

التسويق الرقمي:

- التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:
- إنشاء حسابات نشطة على منصات مثل فيسبوك، إنستغرام، وتويتر.
- مشاركة محتوى جذاب مثل صور وفيديوهات للتمور، وصفات طهي، وقصص البائعين.

التسويق عبر محركات البحث: (SEO)

- تحسين موقع التطبيق للظهور في نتائج البحث المتعلقة بالتمور الجزائرية.
- استخدام الكلمات المفتاحية المناسبة لزيادة الظهور في نتائج البحث.

الإعلانات المدفوعة:

- استخدام إعلانات فيسبوك وجوجل لجذب العملاء المستهدفين.
- تنظيم حملات إعلانية موسمية خلال فترات الذروة مثل رمضان والعيد.

التسويق بالمحتوى:

- تقديم محتوى تعليمي ومعلوماتي عن فوائد التمور واستخداماتها المختلفة.
- الفيديوهات التعليمية:
- إنتاج فيديوهات توضيحية حول كيفية استخدام التمور في الوصفات الغذائية.

الشراكات والتعاونات:

التعاون مع صناع المحتوى : التعاون مع مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي الذين يركزون على الغذاء الصحي والمنتجات الطبيعية.

الشراكة مع المطاعم والمقاهي:

- إقامة شراكات مع المطاعم والمقاهي التي تستخدم التمور في وصفاتها وتقديمها كجزء من قائمة الطعام الخاصة بها.

التحفيز والولاء:

- برامج الولاء: تقديم برامج ولاء للعملاء الدائمين مثل خصومات ومكافآت عند الشراء المتكرر.

العروض الخاصة:

- تنظيم عروض خاصة وحملات ترويجية خلال المناسبات الوطنية والدينية.

خدمة العملاء وتجربة المستخدم:

تقديم دعم فني مميز: توفير دعم فني سريع وفعال للمستخدمين عبر مختلف القنوات.

- تجربة مستخدم سلسة: تحسين واجهة المستخدم لتكون سهلة الاستخدام وسريعة الاستجابة.

العروض المخصصة:

- تقديم عروض خاصة وشخصية بناءً على سلوك الشراء وتفضيلات العملاء

المحور الرابع : خطة الإنتاج و التنظيم

• خطوات استخدام التطبيق

البحث والتحقق: ابحث عن تطبيق الواحة عبر المتاجر الرقمية المختلفة مثل متجر Google Play أو App Store. تحقق من تقييمات المستخدمين والمراجعات لضمان جودة الخدمة.

تنزيل التطبيق: قم بتنزيل التطبيق على جهازك الذكي من المتجر المناسب لنظام التشغيل الخاص بك (Android أو iOS).

التسجيل أو الدخول: قد تحتاج إلى إنشاء حساب جديد أو تسجيل الدخول باستخدام بريدك الإلكتروني أو حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بك.

استكشاف المنتجات: قم بتصفح المنتجات المتاحة في التطبيق، مثل التمور ومشتقاتها، بالإضافة إلى المنتجات الأخرى المتوفرة.

اختيار المنتجات وإضافتها إلى السلة: بعد العثور على المنتجات التي ترغب في شرائها، قم بإضافتها إلى سلة التسوق في التطبيق.

إكمال عملية الشراء: اتبع الخطوات لإكمال عملية الشراء، بما في ذلك إدخال معلومات الشحن ووسيلة الدفع المفضلة لديك.

تتبع الطلب: بعد تقديم الطلب، يمكنك استخدام ميزة تتبع الطلب في التطبيق لمعرفة حالة الطلب ومتى من المتوقع تسليمه.

استلام الطلب والتقييم: بمجرد استلام الطلب، تأكد من تحقق منه والتأكد من جودة المنتجات. بعد ذلك، يمكنك تقديم تقييم للمنتجات والتجربة في التطبيق.

• إذا كنت بائعًا مهتمًا بتقديم منتجاتك على تطبيق الواحة، فإليك خطوات الانضمام كبائع على التطبيق:

زيارة موقع الواحة أو الاتصال بالدعم الفني: يمكنك البحث عن معلومات حول كيفية الانضمام كبائع على تطبيق الواحة عن طريق زيارة موقعهم الرسمي أو الاتصال بفريق دعم العملاء.

تقديم طلب التسجيل كبائع: قد تحتاج إلى ملء نموذج طلب تسجيل كبائع على التطبيق. قد يطلب منك تقديم بعض المعلومات الأساسية حول عملك والمنتجات التي ترغب في بيعها.

التقييم والموافقة: بعد تقديم طلب التسجيل، سيتم مراجعته من قبل فريق الواحة. قد يتطلب منك إثبات موثوقيتك كبائع وجودة منتجاتك قبل الموافقة على طلبك.

إعداد ملفك الشخصي والمتجر الخاص بك: بعد الموافقة، ستحتاج إلى إعداد ملفك الشخصي كبائع على التطبيق وإنشاء متجرك الخاص. يمكنك تحميل صور للمنتجات، ووصفها، وتحديد الأسعار، وإدارة المخزون، وغيرها من الإعدادات.

بدء بيع منتجاتك: بمجرد إعداد ملفك الشخصي ومتجرك، يمكنك بدء بيع منتجاتك على تطبيق الواحة. ستتمكن من معالجة الطلبات وتوفير الخدمة لعملائك عبر التطبيق.

إدارة الطلبات والمبيعات: قم بمتابعة الطلبات الواردة، وتنفيذها، وتسليم المنتجات بشكل منتظم. كما يمكنك متابعة مبيعاتك وإدارة العروض والخصومات إذا كانت متاحة.

التفاعل مع العملاء وتقديم الدعم: كبائع على التطبيق، يمكنك التفاعل مع عملائك وتقديم الدعم اللازم لهم من خلال الرد على استفساراتهم ومعالجة مشاكلهم بفعالية.

باعتبارك بائعًا على تطبيق الواحة، ستحتاج أيضًا إلى اتباع سياسات وشروط الاستخدام التي تحددها الشركة لضمان التوافق مع متطلباتها وحماية حقوق المستهلكين.

المحور الخامس : الخطة المالية

En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Immobilisation Incorporelles	60000.00	65000.00	70000.00	75000.00	80000.00	85000.00	90000.00	95000.00
Immobilisation Corporelles	32000.00	34000.00	36000.00	38000.00	40000.00	42000.00	44000.00	46000.00
Terrain	-	-	-	-	-	-	-	-
Bâtiment	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres Immobilisations Corporelles	30000.00	36000.00	38000.00	40000.00	44000.00	46000.00	48000.00	50000.00
Immobilisations en concession	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisation en cours	-	-	-	-	-	-	-	-
Immobilisations Financières	-	-	-	-	-	-	-	-
Titres mis en équivalence	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres participations et créances rattachées	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres Titres immobilisés	-	-	-	-	-	-	-	-
Prêts et autres titres financiers non courants	-	-	-	-	-	-	-	-
Impôts différés actif	-	-	-	-	-	-	-	-
ACTIF NON COURANT	122000	135000	144000	153000	164000	173000	182000	191000
Stocks et encours	-	-	-	-	-	-	-	-
Créances et emplois assimilés	25200.00	25500.00	25600.00	25300.00	25400.00	25600.00	25650.00	25750.00
Clients	4800000.00	500000.00	550000.00	450000.00	480000.00	490000.00	500000.00	540000.00
Autres débiteurs	-	-	-	-	-	-	-	-
Impôts et assimilés	24000.00	24000.00	24000.0	24000.00	24000.00	24000.00	24000.00	24000.00
Autres créances et emplois assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Disponibilités et assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Placements et autres actifs financiers courants	-	-	-	-	-	-	-	-
Trésorerie	-	-	-	-	-	-	-	-
ACTIF COURANT	4849200.00	5495000.00	5996000.00	4993000.00	5294000.00	539600.00	549650.00	589750.00
TOTAL ACTIF	4971200.00	5508500.00	6140000.00	5008300.00	5458000.00	712600.00	731650.00	780750.00
PASSIF								
En milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
CAPITAUX PROPRES	29000,000	32300,000	35600,000	38900,000	42200,000	45500,000	48800,000	52100,000
Capital émis	15000,000	16000,000	17000,000	18000,000	19000,000	20000,000	21000,000	22000,000
Capital non appelé	5000,000	5500,000	6000,000	6500,000	7000,000	7500,000	8000,000	8500,000
Ecart de réévaluation	1000,000	1200,000	1400,000	1600,000	1800,000	2000,000	2200,000	2400,000
Primes et réserves- Réserves Consolidées	30000.00	35000.00	40000.00	45000.00	50000.00	55000.00	60000.00	65000.00

Résultat net- RN part du groupe	-	-	--	-	-	-	-	-
Autres capitaux propres- report à nouveau	20000.00	35000.00	40000.00	45000.00	50000.00	55000.00	60000.00	65000.00
Part de la société consolidante (1)	-	-	-	-	-	-	-	-
CAPITAUX PROPRES	10000.00	125000	140000	155000	170000	185000	2000000	215000
PASSIFS NON-COURANTS	-	-	-	-	-	-	-	-
Emprunts et dettes financières	-	-	-	-	-	-	-	-
impôt différé passif	-	-	-	-	-	-	-	--
Autres dettes non courantes	-	-	-	-	-	-	-	-
Provisions et produits constatés d'avance	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSIFS NON-COURANTS	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSIFS COURANTS	-	-	-	-	-	-	-	-
Fournisseurs et comptes rattachés	-	-	-	-	-	-	-	-
Impôts	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00
Autres dettes	-	-	-	-	-	-	-	-
Trésorerie passif	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSIFS COURANTS	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00	25000.00
TOTAL PASSIF	125000	150000	165000	180000	195000-	210000	225000	2750000
Verification de l'équilibre Actif/Passif	-	-	-	-	-	-	-	-

جدول حسابات النتائج المتوقعة

COMPTE DE RUSULTAT PREVISIONNELDE STARTUP :

En Milliers DZD	REALISATION			PREVISION				
	N -2	N -1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Vente et produits annexes	55000,000	66000,000	77000,000	88000,000	99000,000	110000,000	121000,000	132000,000
Variation des stocks produits finis et en cours								
Production immobilisée								
Subvention d'exploitation	26000.00	28000.00	30000.00	24000.00	28000.00	30000.00	34000.00	35000.00
Production de l'exercice	81000.00	94000.00	101000.00	116000.00	127000.00	140000.00	155000.00	167000.00
Achats consommés	40000.00	42000.00	44000.00	46000.00	48000.00	50000.00	52000.00	54000.00
Services Extérieurs et autres consommations	42000.00	40000.00	38000.00	36000.00	34000.00	32000.00	30000.00	28000.00
Consommation de l'exercice	12000.00	14000.00	15000.00	18000.00	20000.00	22000.00	24000.00	26000.00
Valeur ajoutée d'exploitation	335000.00	36000.00	38000.00	30000.00	32000.00	34000.00	36000.00	38000.00
Charges de personnel	23000.00	25000.00	27000.00	21000.00	23000.00	25000.00	27000.00	29000.00
Impôts et taxes et versement assimilés	-	-	-	-	-	-	-	-
Excédent Brut d'Exploitation	150500	157000	162000	151000	152000	163000	169000	175000
Autres produits opérationnels	35000.00	34000.00	36000.00	39000.00	41000.00	43000.00	45000.00	47000.00
Autres charges opérationnelles	15000.00	16000.00	17000.00	18000.00	18500.00	19000.00	19500.00	20000.00
Dotations aux amortissements, Provisions	-	-	-	-	-	-	-	-
Reprise sur pertes de valeurs et provisions	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat opérationnel	50000.00	50000.00	530000	57000	595000	62000	64500	67000
Produits Financiers	724000.00	745000.00	77000.00	784000.00	80000.00	820000.00	850000.00	90000.00

Charges financières	360000.00	370000.00	38000.00	36500.00	37000.00	38000.00	385000.00	395000.00
Résultat financier	364000.00	375000.00	39000.00	419000.00	43000.00	44000.00	465000.00	505000.00
Résultat Ordinaire avant impôt	364000.00	375000.00	39000.00	419000.00	43000.00	44000.00	465000.00	505000.00
Impôt exigible sur résultat ordinaire								
Impôt différé (variation) sur résultat ordinaire								
TOTAL DES PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL DES CHARGES DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	-	-	-	-	-	-	-
RESULTA NET DES ACTIVITES ORDINAIRES	-	-	-	-	-	-	-	-
Eléments extraordinaire (produits)	-	-	-	-	-	-	-	-
Eléments extraordinaire (charges)	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat extraordinaire	-	-	-	-	-	-	-	-
RESULTAT NET DE L'EXERCICE	-	-	-	-	-	-	-	-

المحور السادس : النموذج الأولي

المحور السادس : النموذج الاولي التجريبي

5:44 PM 0.6KB/s

Sign In

Welcome Back

Sign in with your email and password

Email
Enter your email

Password
Enter your password

Remember me [Forgot Password](#)


Continue

Don't have an account? [Sign Up](#)

5:43 PM 84.5KB/s

Alwaha

Get a comfortable and enjoyable shopping experience anytime, anywhere



Continue

5:43 PM 48.2KB/s

Alwaha

Explore safe, convenient shopping with the Alwaha Multivendor App in Algeria




Continue

5:43 PM 22.8KB/s

Alwaha


Alwaha An exploration journey to the world of beauty and diversity..



Continue

5:42 PM 0.1KB/s

Profile



My Account

Settings

Help Center

Log Out

5:42 PM 0.0KB/s

زبدة التمر



\$300.00 زبدة التمر

★★★★★


على أي إضافات أو مواد حافظة. تحتوي على الكثير من العناصر الغذائية والفيتامينات التي توجد في التمر. الوزن الاجمالي 420 جرام في علية زجاجية محكمة الإغلاق. تحفظه في ثلاجات تبريد مناسبة للحفاظ على جودة المنتج.

Buy Now

5:42 PM 0.2KB/s

Alwaha

Ramadan Special Offer
PREMIUM DATES
50% OFF



تمر دقلة نور \$450.00

قهوة التمر \$250.00

5:44 PM 0.6KB/s

Sign Up

Register Account

Complete your details or continue with social media

Email
Enter your email

Password
Enter your password

Confirm Password
Re-enter your password

Continue

By continuing your confirm that you agree with our Term and Condition

الصورة: واجهات تطبيق الواحة

قائمة الملاحق :

الملحق رقم 01: مخطط نموذج العمل التجاري BMC

شرايح العملاء	العلاقات مع العملاء	القيم المقترحة	الأنشطة الرئيسية	الشركات الرئيسية
<p>الأفراد: المهتمون بشراء التمور ومشتقاتها</p> <p>البائعون (المزارعون والتجار): الذين يرغبون في بيع منتجات التمور عبر منصة متعددة البائعين</p> <p>الشركات: المحلات التجارية والمطاعم التي تستخدم التمور ومشتقاتها في منتجاتها.</p>	<p>خدمة العملاء: دعم فني وخدمة عملاء للمشتريين والبائعين عبر الهاتف والبريد الإلكتروني والردشة المباشرة.</p> <p>برامج الولاء: تقديم عروض وخصومات خاصة للأعضاء المشتركين.</p> <p>مراجعات وتقييمات: السماح للعملاء بترك مراجعات وتقييمات للمنتجات والبائعين.</p>	<p>منتجات ذات جودة عالية: توفير التمور ومشتقاتها بأعلى جودة.</p> <p>تنوع المنتجات: مجموعة واسعة من التمور ومشتقاتها لتلبية مختلف الأذواق والاحتياجات.</p> <p>سهولة الوصول: واجهة مستخدم سهلة الاستخدام وتوصيل سريع للمنتجات.</p> <p>الشفافية: تقديم معلومات واضحة ودقيقة حول المنتجات</p> <p>منصة متعددة البائعين: تتيح للبائعين عرض منتجاتهم من التمور ومشتقاتها بسهولة.</p> <p>التوصيل السريع: توفير خدمات التوصيل السريعة والمضمونة للمنتجات.</p>	<p>إدارة المنصة: صيانة وتحديث التطبيق والموقع الإلكتروني.</p> <p>التسويق والترويج: حملات تسويقية لجذب المزيد من البائعين والمشتريين.</p> <p>إدارة العمليات: معالجة الطلبات، الشحن، والتوصيل، وخدمة العملاء.</p>	<p>شركات الشحن: لضمان خدمات توصيل سريعة وأمنة.</p> <p>شركات التسويق الرقمي: لتعزيز الحملات الإعلانية وزيادة الوصول إلى العملاء.</p>
	<p>القنوات</p> <p>لتطبيق الإلكتروني: تطبيق مخصص للهواتف الذكية يتيح للمستخدمين شراء المنتجات بسهولة.</p> <p>الموقع الإلكتروني: منصة على الإنترنت تعرض المنتجات وتسمح بعمليات الشراء عبر الويب.</p> <p>التواصل الاجتماعي: استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتسويق والتفاعل مع العملاء</p>		<p>الموارد الرئيسية</p> <p>البنية التحتية التقنية: التطبيق والموقع الإلكتروني ونظام إدارة الطلبات.</p> <p>الفريق الإداري: فريق لإدارة العمليات، التسويق، وخدمة العملاء.</p> <p>الشركات مع شركات الشحن: لضمان توصيل سريع وفعال.</p>	
				<p>هيكل التكاليف</p> <p>تكاليف التطوير والصيانة: تطوير وصيانة التطبيق والموقع الإلكتروني.</p> <p>التسويق والإعلانات: تكاليف الحملات التسويقية عبر الإنترنت.</p> <p>التشغيل: الرواتب، و التخزين السحابي</p>
				<p>الإيرادات</p> <p>رسوم الاشتراك: رسوم شهرية أو سنوية للبائعين للحصول على ميزات إضافية.</p> <p>الإعلانات: إيرادات من الإعلانات داخل التطبيق والموقع الإلكتروني.</p>

الملحق 02 : شهادة توطين الحاضنة الجامعية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
حاضنة أعمال جامعة غرداية



رقم: 34 / ح.أ.ج.ع/2024

شهادة توطين "مشروع مبتكر وفق قرار 1275"

أنا الممضي لاسم، السيد: د/ مراكنشي عبد الحميد

مدير حاضنة الأعمال: جامعة غرداية (بالإنابة)

المقر الاجتماعي / العنوان: المنطقة العلمية، ص ب 455، غرداية، 47000، الجزائر

رقم علامة المؤسسة:

بتاريخ:

مطبوعة المشروع: مؤسسة ناشئة

شهد أن الطالب / الطالبة التالية أسمائهم:

الإسم واللقب	الطور الدراسي	التخصص	الكلية
لغز إبراهيم أسامة	M2	اتصال و علاقات عامة	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

تحت إشراف الأساتذة التالية أسمائهم:

الإسم واللقب	الرتبة	التخصص	الكلية
بغور سائر	أستاذ محاضر ب	الإعلام و الاتصال	كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

تم توطينه على مستوى حاضنة أعمال جامعة غرداية - بمشروع تحت اسم:

الوحدة ماركت

خلال السنة الجامعية 2024/2023.

سُلمت هذه الشهادة بطلب من المعني للإدلاء بها في حدود ما يسمح به القانون.

حرر في غرداية بتاريخ: 2024/05/13

مدير الحاضنة (بالإنابة)

مراكنشي عبد الحميد