

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
اللجنة الوطنية للتنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الاعمال الجامعية
جامعة الشهيد الشيخ العربي تبسي تبسة

تطبيق الوساطة الرقمية لأشغال البناء والصيانة المتولية



الاسم التجاري
Pro-Dar

تحت اشراف:
د. طارق فارس

من اعداد:
جلاب لبنة
مسنادي شهرزاد

السنة الجامعية
2027-2026

بطاقة المعلومات:

فريق الاشراف:

فريق الاشراف	
المشرف الرئيسي: (1) د-طارق فارس	التخصص علوم تجارية تسويق
المشرف الرئيسي: (2)	التخصص:
المشرف المساعد:	التخصص:

فريق العمل:

فريق المشروع	التخصص:	الكلية:
الطالبة: جلاب لبنة	تسويق	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الطالبة: مسنادي شهرزاد	تسويق	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فهرس المحتويات:

01.....	المحور الاول: تقديم المشروع
02.....	1. فكرة المشروع (الحل المقترح)
02.....	2. القيم المقترحة
03.....	3. فريق العمل
03.....	4. اهداف المشروع
04	5. جدول زمني لتحقيق المشروع
05.....	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية
06.....	1. طبيعة الابتكارات
07.....	2. مجالات الابتكارات
08.....	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق
09.....	1. عرض السوق
12.....	2. قياس شدة المنافسة
14.....	3. الاستراتيجية التسويقية
17.....	المحور الرابع: خطة الانتاج والتنظيم
18.....	1. عملية الإنتاج
19.....	2. التمويل
19.....	3. اليد العاملة
20.....	4. الشراكات الرئيسية
21.....	المحور الخامس: الخطة المالية
22.....	1. التكاليف والاعباء
23.....	2. الايرادات
24.....	3. رقم الاعمال
29.....	4. الارباح
30.....	المحور السادس: النموذج الاولی التجريبي

الاهداء:

الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذا العمل، وأعاننا على إنجازه.
نهدي ثمرة جهدنا المتواضع إلى والدينا الكريمين، عرفاناً بفضلهما علينا،
وتقديراً لما قدماه لنا من دعم وتضحيات طوال مسيرتنا الدراسية.
وإلى أفراد أسرتينا، الذين كانوا خير سند وعون لنا.
وإلى أساتذتنا الأفاضل، الذين أناروا طريقنا بالعلم والمعرفة، وكانوا خير
مرشدين لنا.
وإلى كل من مدّ لنا يد العون وساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو بعيد.
نسأل الله أن يجعل هذا الجهد خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفع به الجميع.

المقدمة:

يشهد العالم اليوم تحولاً رقمياً متسارعاً شمل مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمية، حيث أصبحت تكنولوجيات المعلومات والاتصال أداة أساسية لتحسين جودة الخدمات وتسهيل الوصول إليها. وفي الجزائر، وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة التي يحتلها قطاع الخدمات الحرفية في تلبية احتياجات الأفراد والأسر، إلا أنه لا يزال يواجه العديد من التحديات التي تحد من كفاءته وفعاليته. ومن أبرز هذه التحديات صعوبة العثور على حرفيين مؤهلين وموثوقين، وغياب قنوات تواصل منظمة بين الحرفيين والزبائن، إضافة إلى نقص المعلومات المتعلقة بجودة الخدمات والأسعار ومستوى الخبرة، مما يؤدي في كثير من الأحيان إلى ضياع الوقت والجهد وعدم رضا المستفيدين عن الخدمات المقدمة.

كما أن التطور المستمر لاستخدام الهواتف الذكية والإنترنت في الجزائر خلق فرصاً جديدة للاستفادة من الحلول الرقمية في معالجة هذه الإشكالات، من خلال توفير منصات إلكترونية تجمع مختلف الفاعلين في القطاع ضمن بيئة رقمية موحدة تضمن سهولة الوصول إلى الخدمات وتعزيز الشفافية والثقة بين الأطراف. وفي هذا الإطار، جاء مشروع ProDar كمبادرة رقمية مبتكرة تهدف إلى ربط أصحاب المنازل بالحرفيين ومقدمي الخدمات عبر منصة متخصصة تسمح بالبحث عن الخدمات، وطلبها، ومتابعتها بطريقة سهلة وآمنة.

وانطلاقاً من هذه المعطيات، تبرز إشكالية المشروع في مدى قدرة الحلول الرقمية على تحسين واقع الخدمات الحرفية في الجزائر والاستجابة لاحتياجات المواطنين والحرفيين على حد سواء، وهو ما يدفع إلى طرح التساؤلات التالية:

هل يواجه المواطن الجزائري صعوبات في العثور على حرفيين مؤهلين وموثوقين لإنجاز مختلف الخدمات المنزلية؟

هل يمكن لمنصة رقمية متخصصة أن تسهم في تسهيل عملية البحث عن الحرفيين وتعزيز الثقة والشفافية بين مقدمي الخدمات والزبائن؟

إلى أي مدى يستطيع مشروع ProDar المساهمة في رقمنة قطاع الخدمات الحرفية وتحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطن الجزائري؟

المحور الأول: تقديم المشروع

المحور الأول تقديم المشروع

1. فكرة المشروع:

يُعد مشروع ProDar تطبيقًا رقميًا للوساطة في خدمات البناء والصيانة المنزلية، يهدف إلى ربط الزبائن بالحرفيين المؤهلين بطريقة سهلة وسريعة وآمنة عبر منصة إلكترونية. يوفر التطبيق خدمات متعددة مثل الكهرباء، السباكة، النجارة والطلاء، مع إمكانية تحديد الموقع الجغرافي وإرسال الطلب مباشرة. جاءت فكرة المشروع استجابةً لصعوبة العثور على حرفيين موثوقين في السوق الجزائري والاعتماد على الطرق التقليدية. يعتمد التطبيق على نظام ذكي لتوجيه الطلبات حسب الموقع ونوع الخدمة، مع توفير نظام تقييم يعزز الثقة والشفافية. كما يركز نموذج العمل على اشتراك رمزي للحرفيين ودفع نقدي يتمشى مع طبيعة السوق المحلي، مع خطة انطلاق تدريجية تهدف إلى رقمنة وتنظيم قطاع الخدمات المنزلية في الجزائر.

2. القيم المقترحة :

تمثل القيم المقترحة الفوائد التي يقدمها المشروع لمختلف الأطراف، وهي جوهر نجاحه.

1.2: بالنسبة للزبائن

- يوفر التطبيق مجموعة من المزايا التي تعالج مشاكل السوق التقليدي، أهمها:
- تسهيل الوصول إلى الخدمة: بدل البحث العشوائي، يمكن العثور على حرفي بسهولة
- الشفافية: عرض الأسعار والتقييمات يقلل من الغش
- تحسين الجودة: نظام التقييم يدفع الحرفيين لتقديم أفضل خدمة
- الأمان: تقليل مخاطر الاحتيال أو التعامل مع أشخاص غير موثوقين
- الراحة: إمكانية الحجز والمتابعة من المنزل

2.2: بالنسبة للحرفيين

- يساهم المشروع في تحسين وضعية الحرفيين من خلال:
- توفير فرص عمل مستمرة
- تقليل الاعتماد على الوسطاء التقليديين
- بناء سمعة رقمية (Profile مهني)
- تنظيم العمل وإدارة الطلبات

3.2: بالنسبة للاقتصاد المحلي

- إدخال الرقمنة إلى قطاع غير منظم
- تقليل الاقتصاد غير الرسمي
- خلق فرص عمل جديدة
- تحسين جودة الخدمات في السوق

3. فريق العمل:

- يتكون فريق العمل الخاص بمشروع ProDar من مجموعة أفراد تجمعهم مهارات أكاديمية وتقنية متكاملة، بما يساهم في تطوير المشروع وضمان تنفيذه بطريقة منظمة وفعالة، ويتمثل الفريق فيما يلي:
- الأستاذ المؤطر للمذكرة: (الأستاذ فارس طارق) يتولى مهمة الإشراف الأكاديمي وتوجيه الفريق خلال مراحل إعداد المشروع، من خلال تقديم الإرشادات العلمية والمنهجية، متابعة تقدم العمل، وتقديم الملاحظات والتصحيحات التي تساعد على تحسين جودة الدراسة وضمان توافقها مع المعايير الأكاديمية.
- مسنادي شهرزاد وجلاب لبنة طالبان في السنة الثانية ماستر تخصص علوم تجارية تسويق : تتولى الجانب الإداري والتجاري للمشروع، من خلال إعداد دراسة السوق، تحليل احتياجات الزبائن، تطوير نموذج العمل التجاري، إعداد الخطة التسويقية، دراسة الجدوى الاقتصادية والمالية، إضافة إلى متابعة الجوانب التنظيمية الخاصة بالمشروع.
- مطور التطبيق: (بن ضيف لخضر) مسؤول عن الجانب التقني للمشروع، حيث يتولى تصميم وتطوير التطبيق وبرمجة مختلف الوظائف والخصائص التقنية، مثل واجهات الاستخدام، نظام التسجيل، تحديد الموقع الجغرافي، إدارة قواعد البيانات، وربط مختلف أجزاء النظام لضمان عمل التطبيق بكفاءة. ويتميز هذا الفريق بتكامل الأدوار بين الجوانب العلمية، الإدارية والتقنية، مما يسمح بتطوير مشروع متوازن يجمع بين الدراسة الأكاديمية والتطبيق العملي وفق متطلبات السوق الجزائري.

4. أهداف المشروع:

تمثل الأهداف النتائج التي يسعى المشروع لتحقيقها، وتنقسم إلى:

1.4: أهداف المدى القصير (1-3 سنوات):

- إطلاق وتطوير منصة Pro-Dar بشكل تدريجي.
- استقطاب الحرفيين والعملاء وبناء قاعدة مستخدمين أولية.
- تعزيز دور الوساطة الرقمية في خدمات البناء والصيانة.
- نشر الوعي بالعلامة التجارية داخل السوق المحلي.
- ترسيخ الثقة عبر نظام التقييم والمتابعة.
- التوسع الجغرافي بشكل تدريجي داخل ولايات محددة.

2.4: أهداف المدى الطويل (4-5 سنوات):

- تحويل المنصة من وساطة رقمية إلى منصة تسويقية متكاملة.
- إدماج خدمات الإعلانات والترويج داخل التطبيق.
- توفير حلول تسويقية للحرفيين والمؤسسات.
- تنويع مصادر الإيرادات لضمان الاستدامة المالية.

- تطوير شراكات استراتيجية مع مؤسسات وشركات مختلفة.
- تعزيز مكانة ProDar كمنصة رقمية رائدة في السوق الجزائري.

5. التسلسل الزمني لمشروع ProDar 2026 – 2030

-السنة 1: تطوير التطبيق وإطلاقه، استقطاب الحرفيين الأوائل، بناء قاعدة أولية من العملاء، واختبار النموذج الاقتصادي.

-السنة 2 : توسيع عدد المستخدمين والحرفيين، تحسين خدمات التطبيق، تعزيز الثقة من خلال نظام التقييمات والمتابعة.

-السنة 3: تعزيز الوعي بالعلامة التجارية، التوسع الجغرافي إلى ولايات جديدة، وترسيخ مكانة Pro-Dar كمنصة موثوقة للخدمات المنزلية.

-السنة 4: إضافة خدمات إعلانية للحرفيين والمؤسسات، توفير مساحات ترويجية داخل التطبيق، وتنويع مصادر الإيرادات.

-السنة 5: تطوير Pro-Dar ليصبح منصة تجمع بين الوساطة والتسويق الرقمي، مع تقديم حلول إعلانية متقدمة وزيادة الشراكات التجارية.

خلال السنوات الثلاث الأولى يركز المشروع على نشاط الوساطة الرقمية بين العملاء والحرفيين وبناء الشهرة والوعي بالعلامة التجارية، بينما تشهد السنتان الرابعة والخامسة تحولاً تدريجياً نحو نموذج منصة تسويقية تعتمد على الإعلانات والخدمات الترويجية كمصدر إضافي للإيرادات، مما يعزز استدامة المشروع ونموه على المدى الطويل.

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

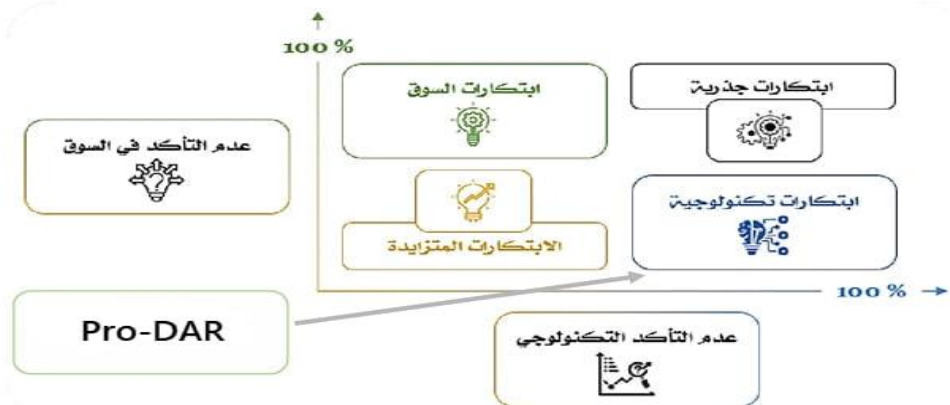
المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

1. طبيعة الابتكار:

طبيعة الابتكار	التحليل
جوهر الابتكار	يقوم مشروع ProDar على ابتكار خدمي يعتمد على رقمنة الوساطة في خدمات البناء والصيانة المنزلية، من خلال تحويل الطريقة التقليدية في البحث عن الحرفيين إلى نظام رقمي منظم وسهل الاستخدام.
آلية تقديم الخدمة	تقديم الخدمة يتم عبر تطبيق إلكتروني يربط مباشرة بين الزبون والحرفي بناءً على الموقع الجغرافي ونوع الخدمة المطلوبة، مما يقلل الوقت والجهد في الوصول إلى مقدمي الخدمات.
التكنولوجيا المستخدمة	يعتمد المشروع على توظيف تقنيات رقمية مثل تحديد الموقع الجغرافي، إدارة الطلبات، ونظام التتبع والتقييم لضمان تحسين جودة الخدمة.
التكيف مع السوق الجزائري	تم تكيف نموذج العمل مع الواقع المحلي من خلال اعتماد الدفع النقدي عند إنجاز الخدمة، إضافة إلى اشتراك منخفض التكلفة للحرفيين بما يتناسب مع قدرتهم الشرائية.
بناء الثقة والشفافية	يتم تعزيز الثقة بين الأطراف عبر نظام تقييم الحرفيين والمراجعات، إضافة إلى التحقق من هوية ومؤهلات المهنيين قبل إدراجهم في المنصة.
القيمة الابتكارية	يتمثل الابتكار في خلق منظومة رقمية جديدة لتنظيم قطاع غير منظم، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات المنزلية وتسهيل الوصول إليها بطريقة احترافية.

2.مجالات الابتكار:

الابتكار	التحليل
الابتكار الخدمي	يتمثل في تحويل خدمات البناء والصيانة المنزلية من أسلوب تقليدي يعتمد على الوساطة الشخصية والمعارف، إلى خدمة رقمية منظمة عبر تطبيق يسهل طلب الخدمة، اختيار الحرفي، ومتابعة التنفيذ بطريقة أكثر سرعة وشفافية.
الابتكار في نموذج العمل	يعتمد المشروع على نموذج اقتصادي جديد داخل السوق الجزائري يقوم على اشتراك رمزي للحرفيين، مع توفير منصة رقمية تربط العرض بالطلب بشكل مباشر، بما يتماشى مع القدرة الشرائية وسلوك المستهلك المحلي.
الابتكار التكنولوجي	يتمثل في استخدام تطبيق ذكي يعتمد على تحديد الموقع الجغرافي، إدارة الطلبات، ونظام تقييم رقمي للحرفيين، مما يسمح بتنظيم الخدمات وتحسين كفاءتها وجودتها.
الابتكار التنظيمي	يساهم المشروع في تنظيم قطاع غير مهيكّل في الجزائر من خلال إدخال قواعد واضحة للعمل (تسجيل، تقييم، تحقق من الهوية)، مما يعزز المصداقية ويقلل من العشوائية.
الابتكار الاجتماعي والاقتصادي	يخلق المشروع قيمة اجتماعية من خلال تسهيل حصول الأفراد على خدمات موثوقة، وقيمة اقتصادية عبر فتح فرص عمل جديدة للحرفيين وزيادة دخلهم بطريقة منظمة.



المحور الثالث:

التحليل الإستراتيجي للسوق

المحور الثالث: التحليل الإستراتيجي للسوق

1. عرض القطاع السوقى:

يشهد السوق الجزائري في السنوات الأخيرة تحولاً تدريجياً نحو الرقمنة، خاصة في قطاع الخدمات المنزلية وأشغال البناء والصيانة، حيث أصبح الطلب متزايداً على الحلول الرقمية التي تربط بين الزبائن والحرفيين بطريقة سريعة وموثوقة.

كما ظهرت منصات وتطبيقات محلية تقدم خدمات الوساطة بين العرض والطلب في هذا المجال، ما يدل على وجود قطاع سوقى ناشئ (Digital Service Market) قائم على التكنولوجيا والاقتصاد التشاركي.

هذا القطاع يتميز بـ:

- انتشار واسع للخدمات غير المنظمة تقليدياً (حرفيون مستقلون)
- ضعف الوساطة الرسمية بين الزبون والحرفي
- اعتماد كبير على العلاقات الشخصية بدل المنصات الرقمية
- بداية نمو ثقافة التطبيقات والخدمات عبر الهاتف

1.1: السوق المحتمل:

السوق المحتمل هو الحجم الكلي الممكن للطلب على خدمات الوساطة الرقمية إذا تم استغلال جميع الفئات دون قيود.

في الجزائر، يشمل السوق المحتمل:

- جميع الأسر (منازل + شقق) التي تحتاج خدمات الصيانة والبناء
- المستأجرين الذين يحتاجون تدخلات دورية (سباكة، كهرباء، تصليح)
- أصحاب المشاريع الصغيرة (محلات، مكاتب)
- شركات البناء والصيانة الصغيرة
- الحرفيين غير المنظمين الراغبين في الحصول على زبائن

خصائصه:

- سوق واسع جداً (ملايين الأسر)
- طلب مستمر وغير موسمي
- حاجة يومية للخدمات المنزلية

2.1: السوق المستهدف:

السوق المستهدف هو الجزء العملي الذي يركز عليه المشروع فعلياً.

في مشروع تطبيق الوساطة الرقمية، يتم استهداف:

الأفراد (الأسر):

أصحاب المنازل والشقق

العائلات في المدن الكبرى

الأشخاص الذين لا يملكون وقتاً للبحث عن حرفيين

المستأجرون:

يحتاجون إصلاحات سريعة (كهرباء، سباكة، طلاء)

المؤسسات الصغيرة:

محلات تجارية

مكاتب إدارية

فضاءات خدماتية صغيرة

الحرفيون:

سباكون، كهربائيون، بناؤون، نجارون

حرفيون مستقلون يبحثون عن عمل منتظم

3.1: تحليل البيئة الخارجية لمشروع ProDar حسب نموذج: pestel

المعيار	الشرح
السياسي	يتميز السوق الجزائري باستقرار نسبي في البيئة السياسية والقانونية، مع توجه متزايد نحو دعم التحول الرقمي وزيادة الأعمال. كما تشجع الدولة المقاولات الصغيرة والمتوسطة وتدعم نظام المقاول الذاتي لتسهيل ممارسة الأنشطة الاقتصادية بشكل قانوني. ورغم هذه الجهود، لا تزال بعض الإجراءات الإدارية الخاصة بإنشاء المشاريع تتطلب وقتاً نسبياً.
الاقتصادي	يعتمد الاقتصاد الجزائري على تنوع محدود في بعض القطاعات مع قوة الطلب الداخلي، خاصة في مجال الخدمات. ويلاحظ أن القدرة الشرائية متفاوتة بين الفئات، مما يجعل اعتماد نموذج تسعير منخفض أو اشتراكات رمزية أمراً مناسباً. كما أن قطاع الخدمات المنزلية يشهد طلباً مستمراً بسبب النشاط العمراني.
الاجتماعي	يعتمد الأفراد في الجزائر بشكل كبير على العلاقات الشخصية والوساطة في الحصول على الحرفيين، مع ضعف الثقة في الخدمات غير المنظمة. في المقابل، هناك ارتفاع تدريجي في استخدام التطبيقات الرقمية، خاصة لدى فئة الشباب، مما يعزز تقبل فكرة المنصات الإلكترونية.
التكنولوجي	يشهد السوق الجزائري تطوراً تدريجياً في استخدام الهواتف الذكية والإنترنت، رغم تفاوت جودة التغطية بين المناطق. هذا يوفر فرصة لتطبيقات الهاتف المحمول مثل ProDar، لكن مع ضرورة تصميم حلول بسيطة وسهلة الاستخدام تناسب مختلف الفئات.
البيئي	لا يؤثر هذا العامل بشكل مباشر على المشروع، لكن بعض الاعتبارات مثل تنظيم النفايات الناتجة عن أعمال البناء والصيانة واحترام البيئة الحضرية قد تكتسب أهمية تدريجية ضمن الخدمات المقدمة مستقبلاً.

القانوني	يخضع قطاع الخدمات والتجارة الإلكترونية في الجزائر إلى إطار قانوني قيد التطور، خاصة فيما يتعلق بحماية المستهلك، المعاملات الرقمية، وحماية البيانات. مما يستوجب احترام القوانين المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وتسجيل النشاط بشكل رسمي لضمان المصادقية.
----------	--

2. قياس شدة المنافسة:

1.2: منافسة مباشرة (تطبيقات ومواقع إلكترونية):

تتميز شدة المنافسة في السوق الجزائري بالنسبة لمشروع Pro-Dar بأنها متوسطة إلى ضعيفة نسبياً، نظراً لغياب منصات رقمية متخصصة ومنظمة بشكل واسع في مجال الوساطة لخدمات البناء والصيانة المنزلية. ورغم وجود بعض التطبيقات والمواقع الإلكترونية والوسائل التقليدية التي تقدم خدمات مشابهة أو جزئية، إلا أنها لا توفر حلولاً متكاملة تلبي احتياجات المستخدم بطريقة احترافية. ويمنح هذا الوضع المشروع فرصة للتموقع داخل السوق وبناء ميزة تنافسية تعتمد على التنظيم، الثقة، وسهولة الوصول إلى الخدمة.

جدول رقم 2: يبين تحليل المنافسة المباشرة ل ProDar:

منافس	شرح	نقاط القوة والضعف
Bricoram	تطبيق جزائري يُعد من أولى المنصات التي تقدم سوقاً للخدمات المنزلية، يربط الزبائن بالحرفيين في عدة مجالات (سباكة، كهرباء، بناء، نقل...).	نقطة قوة: تنوع كبير في الخدمات، قاعدة مستخدمين معتبرة، إمكانية نشر الطلب ومقارنة العروض، انتشار نسبي في السوق. نقطة ضعف: تجربة المستخدم غير موحدة دائماً، تفاوت في جودة الحرفيين، ضعف الانتشار مقارنة بالطلب الحقيقي في السوق.
Bricola / Brikoula	منصة رقمية ناشئة في الجزائر تقدم خدمات الحجز وربط الزبائن بالحرفيين مع نظام تقييم ومطابقة حسب الموقع.	نقطة قوة: نظام حجز سريع، توجيه حسب الموقع الجغرافي، نظام تقييم وتحقق من المهنيين، واجهة رقمية حديثة. نقطة ضعف: ما تزال حديثة نسبياً، قاعدة مستخدمين محدودة، تغطية جغرافية غير مكتملة.
Afriha (أفريها)	تطبيق خدمات منزلية يربط المستخدمين بالحرفيين في مجالات مختلفة مثل الكهرباء والسباكة والتنظيف.	نقطة قوة: سهولة الاستخدام، فكرة قريبة من السوق، خدمات متنوعة، تجربة رقمية بسيطة. نقطة ضعف: محدودة الانتشار، ضعف العلامة التجارية، نقص في التوسع الوطني.

منصة خدمات منزلية توفر طلب خدمات متنوعة مع تقييمات ومقارنة بين الحرفيين داخل الجزائر	نقطة قوة: شفافية في الأسعار والتقييمات، إمكانية مقارنة العروض، تنوع الخدمات. نقطة ضعف: ضعف الاستقرار في السوق، عدم وجود انتشار واسع، منافسة قوية من الطرق التقليدية (فيسبوك).
--	---

المصدر من إعداد الطالبتين بناءً على: <http://www.bricoram.com> – <http://www.jirani.app> – <http://www.brikoula.dz> – <http://www.afri-ha.com>

2.2: منافسة غير مباشرة:

- ✓ تُعد صفحات ومجموعات فيسبوك من أكثر الوسائل استخدامًا في الجزائر للبحث عن الحرفيين ونشر إعلانات الخدمات.
- ✓ تشكل مواقع الإعلانات المبوبة وسيلة أخرى لعرض خدمات الصيانة والبناء والوصول إلى الزبائن.
- ✓ يعتمد عدد كبير من الأفراد على مجموعات واتساب والتوصيات الشخصية في الحصول على أرقام الحرفيين والخدمات المطلوبة.
- ✓ تُعتبر العلاقات الاجتماعية والمعارف الشخصية من أكثر وسائل الوساطة انتشارًا داخل المجتمع الجزائري.
- ✓ تمتلك هذه الوسائل سهولة الوصول وقاعدة مستخدمين واسعة، إلا أنها تعاني من ضعف التنظيم وغياب أنظمة التقييم والتحقق من جودة الخدمة.

3.2: تحليل SWOT لمشروع Pro-Dar:



نقاط القوة	نقاط الضعف
○ تقديم حل رقمي منظم لقطاع غير مهيكّل في السوق الجزائري (الخدمات المنزلية). ○ سهولة ربط الزبائن بالحرفيين حسب الموقع الجغرافي ○ نظام تقييم ومراجعات يعزز الثقة والشفافية ○ شتراك منخفض التكلفة للحرفيين يتماشى مع القدرة الشرائية في الجزائر.	○ ضعف الوعي الرقمي لدى بعض فئات الحرفيين والزبائن. ○ الحاجة إلى وقت لبناء قاعدة بيانات قوية من الحرفيين الموثوقين. ○ اعتماد مبدئي على الدفع النقدي فقط قد يحد من التطوير الرقمي السريع. ○ صعوبة ضمان جودة الخدمة في المراحل الأولى من الإطلاق.
الفرص	التحديات
○ تزايد الطلب على الخدمات المنزلية مع توسع العمران في الجزائر ○ توجه الدولة نحو الرقمنة ودعم الاقتصاد الرقمي ○ ارتفاع نسبة الشباب واستخدام الهواتف الذكية. ○ إمكانية التوسع تدريجيًا من مدينة تبسة إلى باقي الولايات	○ المنافسة غير المباشرة القوية عبر فيسبوك ومواقع الإعلانات المجانية. ○ ضعف الثقة الأولى في التطبيقات الجديدة داخل السوق المحلي. ○ مقاومة بعض الحرفيين للتغيير واعتمادهم على الطرق التقليدية. ○ تفاوت جودة الإنترنت في بعض المناطق مما قد يؤثر على الاستخدام.

✓ يمثل ذلك فرصة لمشروع Pro-Dar لتقديم حل رقمي أكثر تنظيمًا وشفافية وموثوقية داخل السوق الجزائري.

3. الاستراتيجية التسويقية:

تقوم الاستراتيجية التسويقية لمشروع Pro-Dar على تكيف النموذج التسويقي مع خصوصية السوق الجزائري الذي يتميز بسيطرة الأساليب التقليدية في الحصول على الخدمات المنزلية، مقابل تزايد تدريجي في استخدام الحلول الرقمية. لذلك تعتمد الاستراتيجية على مدخلين رئيسيين: تقسيم السوق واستهدافه وتموقعه (STP)، إضافة إلى المزيج التسويقي (Marketing Mix) بما يضمن ملائمة العرض لاحتياجات المستهلك المحلي.

1.3: استراتيجية stp:

يتمثل تقسيم السوق في تصنيف الزبائن إلى عدة فئات تشمل أصحاب المنازل والشقق، المستأجرين، العائلات، المحلات التجارية، إضافة إلى فئة الحرفيين ومقدمي الخدمات، مع اعتماد تقسيم جغرافي يبدأ من مدينة تبسة كنقطة انطلاق أولية، ثم التوسع تدريجيًا نحو ولايات الشرق، فالوسط، ثم الغرب. ويسمح هذا التقسيم بفهم أفضل لاحتياجات كل فئة وتكييف الخدمة وفقًا لها.

أما الاستهداف (Targeting) فيركز المشروع في مرحلته الأولى على مدينة تبسة، مع إعطاء الأولوية للفئة المتوسطة من السكان، والشباب، والعائلات التي تحتاج بشكل متكرر إلى خدمات الصيانة المنزلية، إضافة إلى الحرفيين المحليين الراغبين في تنظيم نشاطهم المهني وزيادة فرص العمل لديهم. ويهدف هذا الاختيار إلى ضمان انطلاقة مدروسة للمشروع قبل التوسع الجغرافي.

يتمثل التموقع (Positioning) في تقديم مشروع ProDar كمنصة رقمية موثوقة وشفافة تربط بين الزبائن والحرفيين بطريقة سريعة ومنظمة، مع التركيز على الجودة، نظام التقييم، وتقليل الاعتماد على العلاقات الشخصية والوساطة التقليدية، وهو ما يمنحه قيمة مضافة داخل السوق الجزائري.

2.3: المزيج التسويقي:

المنتج (Product):

- تطبيق رقمي متخصص في خدمات البناء والصيانة المنزلية.
- يربط الزبائن بالحرفيين بطريقة منظمة وسريعة.
- يوفر خدمات متعددة مثل: الكهرباء، السباكة، النجارة، الطلاء وصيانة الأجهزة.
- يعتمد على تحديد الموقع الجغرافي لتوجيه الطلب إلى أقرب حرفي.
- يتيح متابعة حالة الطلب من بدايته حتى انتهاء الخدمة.
- يتضمن نظام تقييم ومراجعات لتعزيز الثقة والشفافية.
- يهدف إلى معالجة مشكلة ضعف التنظيم في قطاع الخدمات المنزلية داخل السوق الجزائري.

السعر (Price):

- اعتماد اشتراك رمزي للحرفيين بقيمة 2000 دج كل ثلاثة أشهر.
- يهدف الاشتراك إلى تشجيع الحرفيين على الانضمام للمنصة.
- اعتماد الدفع النقدي عند تقديم الخدمة لملاءمته للسوق الجزائري.
- إمكانية إدراج وسائل الدفع الإلكتروني مستقبلاً.

التوزيع (Place):

- تقديم الخدمة عبر تطبيق الهاتف الذكي كقناة رئيسية.
- الانطلاق من مدينة تبسة كنقطة أولية للمشروع.
- التوسع تدريجياً نحو ولايات الشرق.
- الانتقال لاحقاً إلى ولايات الوسط.
- التوسع النهائي نحو ولايات الغرب لتحقيق انتشار وطني.
- اعتماد التوسع التدريجي لتقليل المخاطر وتحسين الأداء.

الترويج (Promotion):

- الاعتماد على التسويق الرقمي عبر فيسبوك وإنستغرام.

- استخدام الإعلانات الرقمية الموجهة للوصول إلى الفئات المستهدفة.
- الاعتماد على التسويق الشفهي وتوصيات المستخدمين.
- الاستفادة من الحرفيين كشركاء في نشر التطبيق.
- تنفيذ حملات تعريفية محلية خلال مرحلة الإطلاق الأولى.
- التركيز على بناء الثقة والوعي بخدمات التطبيق داخل السوق الجزائري.

3.3: استراتيجية التغلغل البطيء:

يعتمد مشروع Pro-Dar على استراتيجية التغلغل البطيء من خلال دخول السوق بشكل تدريجي ومدرّوس، حيث يتم التركيز في البداية على شريحة محددة من العملاء والحرفيين مع تخصيص ميزانية تسويقية محدودة. ويرتكز المشروع على بناء سمعة جيدة وكسب ثقة المستخدمين عبر تقديم خدمات ذات جودة عالية وتشجيع التوصيات بين العملاء. كما يتم التوسع تدريجياً في مختلف المناطق والخدمات مع زيادة عدد المستخدمين، مما يسمح بتحقيق نمو مستقر وتقليل التكاليف والمخاطر المرتبطة بمرحلة الانطلاق.

المحور الرابع

عملية الإنتاج والتنظيم

المحور الرابع: عملية الإنتاج والتنظيم:

1. عملية الإنتاج:

- تصميم التطبيق، حيث يتم في هذه المرحلة تحديد فكرة النظام بشكل دقيق، وتصميم واجهات الاستخدام (Interface) وتجربة المستخدم (UX) بما يتناسب مع مختلف الفئات المستهدفة في الجزائر، مع التركيز على البساطة وسهولة الاستخدام نظرًا لتفاوت المستوى الرقمي لدى المستخدمين. كما يتم تحديد الخصائص الأساسية للتطبيق مثل تسجيل المستخدمين، طلب الخدمة، تحديد الموقع الجغرافي، ونظام التقييم.
- مرحلة إطلاق النسخة التجريبية (Prototype / MVP)، وهي مرحلة حاسمة يتم فيها إطلاق نسخة أولية من التطبيق في نطاق جغرافي محدود (مثل مدينة تبسة)، بهدف اختبار مدى تقبل المستخدمين للفكرة، وجمع الملاحظات الأولية حول الأداء، وسهولة الاستخدام، وجودة التفاعل بين الزبائن والحرفيين.
- مرحلة تطوير النسخة التجريبية، حيث يتم تحسين التطبيق بناءً على الملاحظات الميدانية، من خلال إصلاح الأخطاء التقنية، تطوير واجهة الاستخدام، إضافة خصائص جديدة مثل تحسين نظام التتبع والإشعارات، وتعزيز نظام التقييم لضمان جودة الخدمات. هذه المرحلة تعتمد بشكل كبير على التغذية الراجعة من المستخدمين داخل السوق الجزائري.
- إطلاق موقع إلكتروني خاص بالمشروع على المستوى الجزائري، ليكون مكملًا للتطبيق و يتيح الوصول إلى الخدمة عبر الحاسوب أو الهاتف، إضافة إلى تعزيز الوجود الرقمي للمشروع. كما يهدف الموقع إلى توسيع نطاق الانتشار، وتحسين ظهور المشروع في محركات البحث، ودعم استراتيجية التسويق الرقمي على مستوى وطني، تمهيدًا للتوسع نحو مختلف ولايات الجزائر بشكل تدريجي ومنظم.



2. التموين:

-للموردين، يتمثلون أساسًا في مزودي خدمات الاستضافة والخوادم السحابية، ومطوري التطبيق ومصمميها، إضافة إلى الحرفيين الذين يُعتبرون المصدر الرئيسي لتقديم الخدمة داخل المنصة.

-يخص الدفع، فيعتمد المشروع في بدايته على الدفع النقدي عند تقديم الخدمة بين الزبون والحرفي، مع اعتماد اشتراك رمزي للحرفيين لضمان استمرارية المنصة، على أن يتم لاحقًا إدماج وسائل الدفع الإلكتروني تدريجيًا حسب تطور السوق الجزائري.

3. اليد العاملة:

✓ الفريق الإداري (طالبان ماستر علوم تجارية اصحاب المشروع):

مسؤولتان عن دراسة السوق، إعداد الاستراتيجية التسويقية، متابعة التطوير العام للمشروع، وتحليل احتياجات المستخدمين بما يتماشى مع واقع السوق الجزائري.

✓ الفريق التقني (مطور التطبيق):

يتولى تصميم وبرمجة التطبيق، تطوير واجهاته، صيانة النظام، وضمان تشغيل المنصة بشكل مستمر وفعال، مع إضافة التحديثات التقنية حسب الحاجة.

✓ الحرفيون (مقدمو الخدمة):

يمثلون اليد العاملة الأساسية داخل المنصة، حيث يقومون بتنفيذ خدمات البناء والصيانة المنزلية (كهرياء، سباكة، نجارة...)، ويتم اختيارهم وتقييمهم لضمان الجودة.

✓ خدمة دعم الزبائن (مرحلة مستقبلية):

فريق يتم إدراجه لاحقًا مع توسع المشروع، مهمته الرد على الاستفسارات، معالجة الشكاوى، وتحسين تجربة المستخدم داخل التطبيق.

✓ التكامل بين الأطراف:

تعتمد فعالية المشروع على التنسيق بين الجانب الإداري والتقني والميداني، بما يضمن تقديم خدمة رقمية منظمة وملائمة لخصوصية السوق الجزائري.

4. الشراكات الرئيسية:

الحرفيون والمقاولون:

يُمثلون الشريك الأساسي للمشروع، حيث يتولون تنفيذ مختلف خدمات البناء والصيانة المنزلية. وتساهم هذه الشراكة في توفير قاعدة متنوعة من المهنين وتوسيع نطاق الخدمات داخل المنصة.

مكاتب مراقبة الأشغال:

مكاتب مراقبة الأشغال هي هيئات مختصة بمتابعة مشاريع البناء والتأكد من مطابقتها للمخططات والمعايير التقنية والقانونية، مع مراقبة جودة التنفيذ وسلامة الأشغال في مشروع Pro-Dar و تساهم في تعزيز الثقة وضمان جودة الخدمات المقدمة.

مزودو خدمات الإنترنت والاستضافة:

تشمل شركات الاستضافة والخوادم ومزودي خدمات الإنترنت الذين يضمنون تشغيل التطبيق واستقراره، إضافة إلى تأمين تخزين البيانات وتحسين الأداء التقني للمنصة.

البلديات والهيئات التنظيمية:

تساهم هذه الشراكة في تسهيل الإجراءات التنظيمية والقانونية للمشروع، بالإضافة إلى دعم نشاط الحرفيين وتعزيز مصداقية التطبيق داخل السوق الجزائري.

المحور الخامس

الخطة المالية:

المحور الخامس الخطة المالية

1. التكاليف والأعباء :

1.1: التكاليف المتغيرة :

المتطلبات الرئيسية	التكلفة بدينار الجزائري
الأجور مصمم التطبيق موظف للإجابة على استفسارات الزبائن الاعلانات اعلانات قوغل اشهار فيسبوك اشهار انستغرام اشهار تيك توك استهلاك الطاقة	6500 دج للساعة (15 ساعة شهريا) 1000 دج لليوم $\times 30$ يوم 1000 دج لليوم الواحد $\times 30$ يوم 500 دج لليوم الواحد $\times 30$ يوم 850 دج لليوم الواحد $\times 30$ يوم 800 دج لكل ظهور $\times 30$ يوم 10000 دج شهريا
المجموع الشهري	232000 دج

2.1: التكاليف الثابتة:

المتطلبات الأساسية	التكلفة بدينار الجزائري
انشاء تطبيق الكتروني	300000 دج
انشاء موقع الكتروني	160000 دج
رسوم مختلفة (سجل تجاري, ملكية فكرية)	50000 دج
جهاز الكمبيوتر	80000 دج
مودام انترنت	4000 دج
اشتراك الانترنت	3000 دج
استضافة التطبيق والموقع	10000 دج
المجموع	604300 دج

3.1: الإيرادات:

العميل	اشتراك 3 اشهر	اشتراك 6 اشهر	اشتراك 9 اشهر	اشتراك 12 شهر
حرفي معتمد	2000 دج	4000 دج	6000 دج	8000 دج
حرفي محترف (5 افراد)	5000 دج	10000 دج	15000 دج	20000 دج
باقة شركات (10 افراد)	10000 دج	20000 دج	30000 دج	40000 دج
الزبائن الاشتراك مجاني	0 دج	0 دج	0 دج	0 دج

2. رقم الاعمال:

1.2: دراسة الجدوى المالية:

في السنة الاولى نفترض ان المجتمع يتكون من 810,000 نسمة (عدد سكان ولاية تبسة) واعتمادا على تطور عدد السكان خلال السنوات والتقديرات الديمغرافية الوطنية وباعتبار ان الفئة العمرية الاكثر استخداما للمنصات الرقمية وطلبا للخدمات البناء والصيانة المنزلية تتراوح بين 20 و60 سنة وتمثل حوالي 55% من السكان ومع

افتراض ان نسبة مستخدمي الانترنت والهواتف الذكية تبلغ 80٪ من هذه الفئة وان 1 من كل 10 افراد يحتاج سنويا الى خدمات البناء والصيانة المنزلية فان حجم العينة كما يلي

$$\text{العينة} = \text{المجتمع} \times \text{نسبة الفئة العمرية} \times \text{نسبة مستخدمي الانترنت} \times 1/10$$

$$\text{العينة} = 810,000 \times 55\% \times 80\% \times 1/10$$

$$\text{العينة} = 35640 \text{ عميل محتمل}$$

الحصة السوقية المستهدفة:

يهدف مشروع Pro-Dar في مرحلة الاولى الاستحواذ على 5٪ من السوق المستهدف

$$1782 = 35640 \times 5\%$$

اذا افترضنا وجود حوالي 2000 حرفي ومهني في مختلف تخصصات البناء والصيانة بولاية تبسة فان المشروع يستهدف استقطاب 10٪ منهم خلال السنوات الاولى

$$200 = 2000 \times 10\% \text{ حرفي مشترك}$$

الخدمات التجارية:

افتراضنا ان من بين 100 مستفيد منهم 40 منهم حرفيون معتمدون و30 منهم حرفي محترف (5 افراد)

و 30 منهم باقية الشركات (10 افراد) وجدول التالي يبين متوسط سعر الخدمات التجارية.

المنتج	عدد الزبائن	سعر الاشتراك كل 12 شهرا	مجموع الايرادات
حرفي معتمد	40	8000 دج	320000 دج
حرفي محترف (5 افراد)	30	20000 دج	600000 دج
باقية الشركات (10 افراد)	30	40000 دج	1200000 دج
المجموع الكلي	100 عميل	68000 دج	2120000 دج

جدول سعر استخدام التطبيق prodar خلال سنة

2.2 : الحالة التفاؤلية: جدول يمثل رقم اعمال prodar خلال 5 سنوات

N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	
8000	7000	6000	5500	5000	السوق المستهدف A
%7	%6.5	%6	%5.5	%5	الحصة السوقية A
560	455	360	303	250	عدد المستخدمين المحتملين A
4200	3800	3200	2800	2500	السوق المستهدف B
%6.5	%6.2	%5.8	%5.3	%5	الحصة السوقية B
273	236	186	148	125	عدد المستخدمين B
1700	1500	1300	1100	1000	السوق المستهدف c
%6.5	%6.3	%6	%5.5	%5	الحصة السوقية c
111	95	78	61	50	عدد c المستخدمين

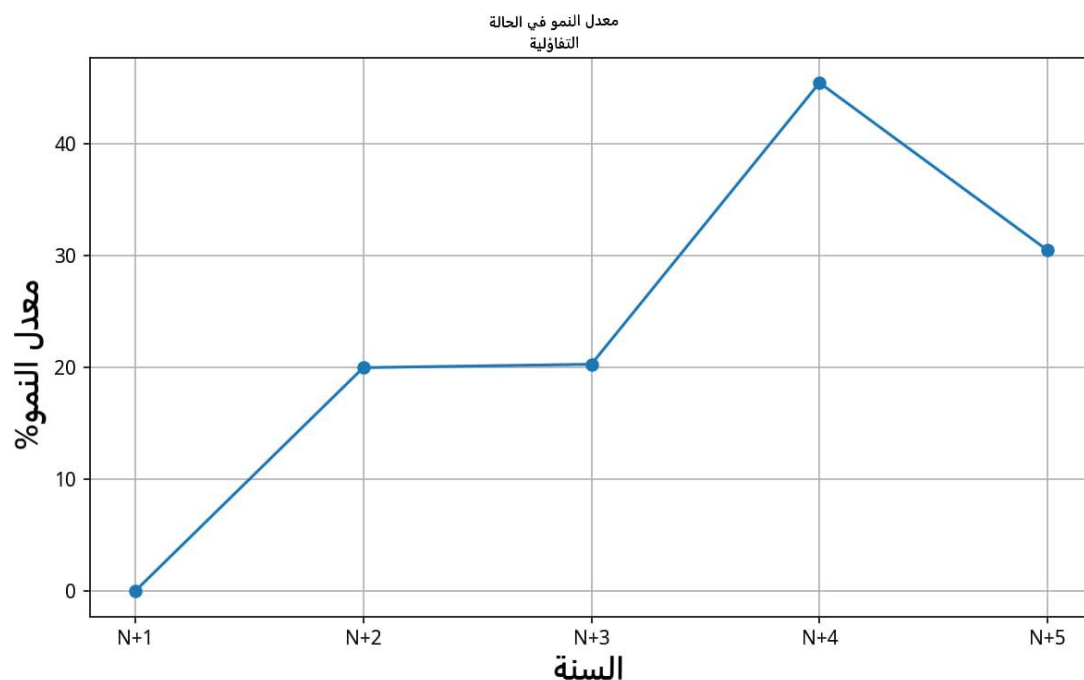
• ملاحظة

A: الحرفي المعتمد

B: الحرفي المحترف

C: باقة الشركات

N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	البيان
273	210	144	120	100	عدد الحرفيين المعتمدين
8000	8000	8000	8000	8000	سعر الاشتراك السنوي (دج)
2184000	1680000	1152000	960000	800000	ايرادات الحرفيين المعتمدين
137	105	72	60	50	عدد الحرفيين المحترفين
20000	20000	20000	20000	20000	سعر الاشتراك السنوي (دج)
2740000	2100000	1440000	1200000	1000000	ايرادات الحرفيين المحترفين
55	42	29	24	20	باقية الشركات
40000	40000	40000	40000	40000	سعر الاشتراك السنوي (دج)
2200000	1680000	1160000	960000	800000	ايرادات الشركات
465	357	245	204	170	مجموع المبيعات
7124000	5460000	3752000	3120000	2600000	رقم الاعمال
%30.5	%45.5	%20.3	%20	—	معدل النمو

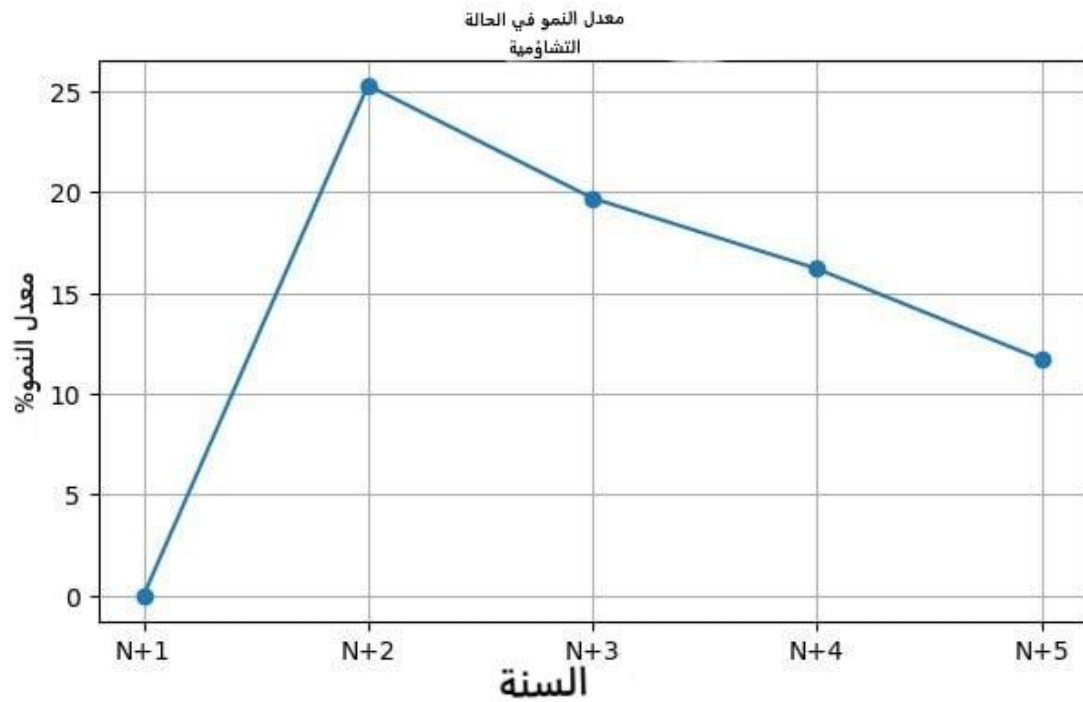


3.2: الحالة التشاؤمية:

في الحالة التشاؤمية، يشهد مشروع التطبيق نموًا تدريجيًا محدودًا عبر مختلف الفئات (الحرفي المعتمد، الحرفي المحترف، وياقة الشركات)، حيث تكون الانطلاقة في السنة الأولى ضعيفة بسبب حداثة المشروع، ثم يتحسن الإقبال في السنة الثانية، في حين تُسجّل في السنة الثالثة صعوبات تسويقية حالت دون التوسع خارج حدود ولاية تبسة، مما حدّ من انتشار التطبيق جغرافيًا. وبعد ذلك يستمر النمو بوتيرة بطيئة خلال السنة الرابعة والخامسة نتيجة المنافسة واستقرار السوق، مع بقاء تطور المستخدمين إيجابيًا ولكن بأقل من التوقعات.

البيان	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
عدد الحرفيين المعتمدين	100	125	150	174	195
سعر الاشتراك السنوي (دج)	8000	8000	8000	8000	8000
ايرادات الحرفيين المعتمدين	800000	1000000	1200000	1392000	1560000
عدد الحرفيين المحترفين	50	63	75	87	97
سعر الاشتراك السنوي (دج)	20000	20000	20000	20000	20000

1940000	1740000	1500000	1260000	1000000	ايرادات الحرفيين المحترفين
39	35	30	25	20	باقة الشراكات
40000	40000	40000	40000	40000	سعر الاشتراك السني (دج)
1560000	1400000	1200000	1000000	800000	ايرادات الشراكات
331	296	255	213	170	مجموع المبيعات
5060000	4532000	3900000	3260000	2600000	رقم الاعمال
%11.7	%16.2	%19.7	%25.3	—	معدل النمو



المصدر: من اعداد الطلبة

5 الأرباح:

بناءً على النتيجة النهائية لجدول حسابات النتائج المتوقع سجلنا التوقعات التالية:

- يُتوقع أن يحقق المشروع نموًا في رقم الأعمال خلال السنوات الخمس الأولى في كل من الحالة التعاؤلية والتشاؤمية.
 - يختلف معدل النمو بين الحالتين، حيث يكون أسرع وأكثر قوة في الحالة التعاؤلية مقارنة بالحالة التشاؤمية.
 - في الحالة التعاؤلية، يرتبط النمو بتوسع سريع في قاعدة المستخدمين وزيادة الانتشار، بينما في الحالة التشاؤمية يكون النمو أبطأ نتيجة صعوبات تسويقية وتحديات في التوسع.
- رغم اختلاف وتيرة النمو، يظل المشروع في كلتا الحالتين قادرًا على تحقيق تطور إيجابي واستمرارية في السوق.

المحور السادس:

نموذج تجريبي

الفصل السادس: نموذج تجريبي

1. تعريف تطبيق Pro-Dar :

يعد مشروع Pro-Dar مؤسسة ناشئة مبتكرة تنشط في مجال الوساطة الرقمية للخدمات المنزلية والبناء وال صيانة، من خلال تطوير منصة إلكترونية تربط بين الزبائن والحرفيين والمؤسسات المتخصصة بطريقة سهلة وآمنة وفعالة. يهدف المشروع إلى معالجة إشكالية صعوبة الوصول إلى مقدمي الخدمات الموثوقين، عبر توفير فضاء رقمي يسهل عملية البحث عن الخدمات وطلبها ومتابعتها وتقييمها. كما يسعى إلى خلق قيمة اقتصادية واجتماعية من خلال تحسين جودة الخدمات، وتعزيز فرص العمل للحرفيين، وتسهيل التواصل بين مختلف الفاعلين في القطاع، مع إمكانية التوسع والنمو بما يتوافق مع خصائص المؤسسات الناشئة القائمة على الابتكار وقابلية التطوير.

1. طلب خدمة:

تبدأ عملية طلب الخدمة في منصة Pro-Dar من الصفحة الرئيسية، حيث ينتقل المستخدم إلى واجهة البحث عن الحرفيين لاختيار الحرفي المناسب وفق التخصص والموقع. بعد ذلك يمكنه الاطلاع على الملف الشخصي للحرفي ومعلوماته المهنية، ثم تقديم طلب الخدمة عبر نموذج مخصص يتضمن بياناته ووصف الخدمة المطلوبة، ليتم إرسال الطلب مباشرة إلى الحرفي للتواصل والمتابعة.





ابحث عن حرفي 🔍

أكثر من 10 حرفي معتمد في خدمتك

▼

تيسة

▼

الكهرباء

▼

الأكابر خبرة

عرض 1 نتيجة ≡

مؤلف

ملاح

ك

كريم مرزوقي

📍 تيسة

🕒 8 سنة

👤 الكهرباء

★★★★ (65 التقييم)

🏠 2000-4000 دج

📞

عرض الملف

موثق

متاح

ك

كريم مرزوقي

الكهرباء تبسة 8 سنة

4.8 (65 التقييم) ★★★★★

2000-4000 دج

عرض الملف

كريم مرزوقي

الكهرباء

فني كهرباء معتمد متخصص في التمديدات الكهربائية والصيانة

موثق

متاح الآن

8 سنة الخبرة

120 الأعمال

65 التقييم

4.8 التقييم

مشاركة

0555234567

طلب خدمة

أرسل رسالة للحرفي

اسمك

رقم هاتفك

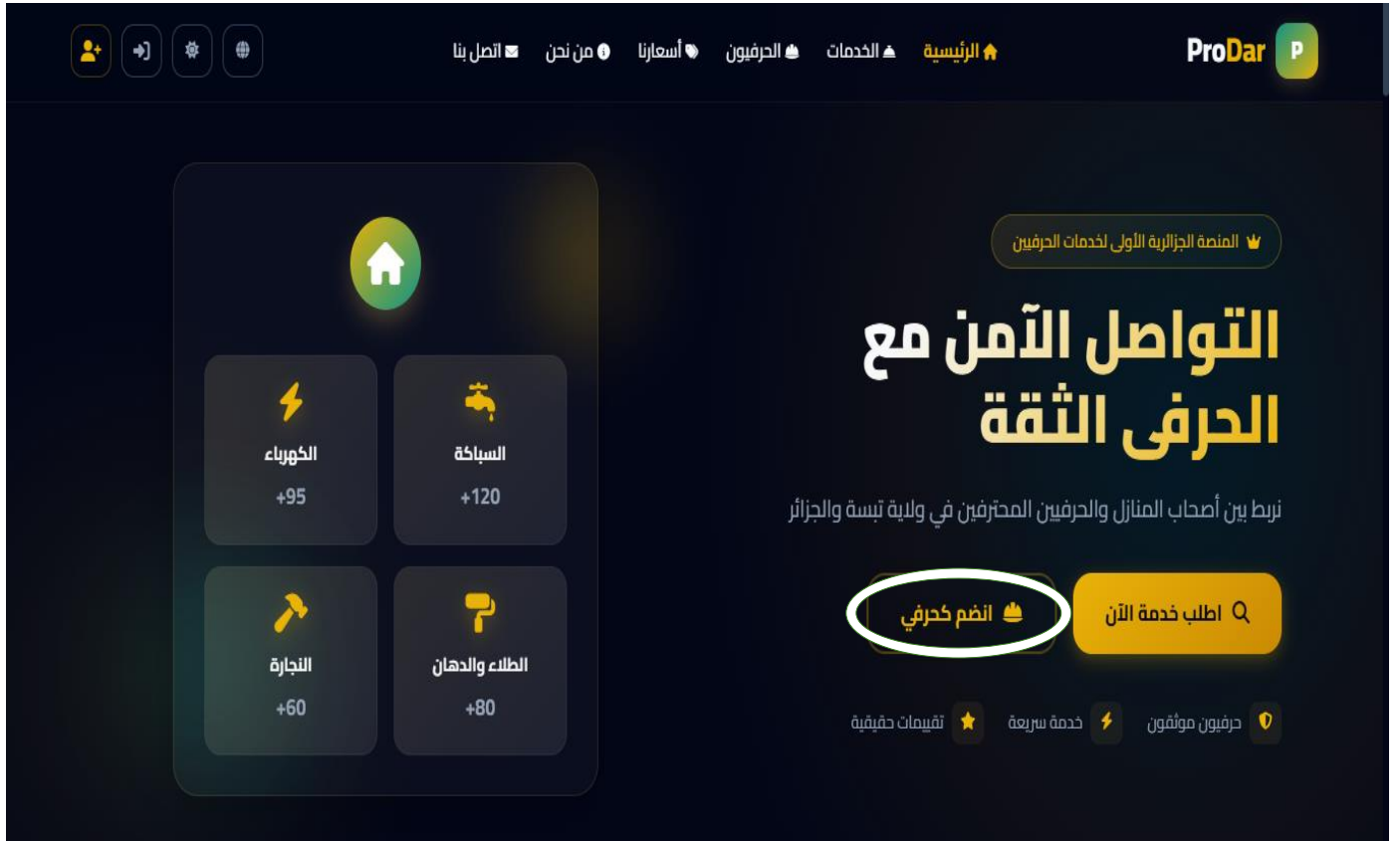
صف الخدمة المطلوبة

إرسال

إلغاء

2. الانضمام كحرفي:

عند الرغبة في التسجيل داخل منصة Pro-Dar ، يقوم المستخدم بالضغط على خيار "انضم كحرفي"، لتظهر له واجهة إنشاء حساب جديد مخصصة للحرفيين أو أصحاب المنازل. بعد ذلك، يتم إدخال المعلومات والبيانات المطلوبة، مثل البيانات الشخصية ومعلومات الاتصال، ثم تأكيد عملية التسجيل. بعد إنشاء الحساب بنجاح، يتم توجيه المستخدم إلى لوحة التحكم الخاصة به، والتي توفر عرضاً شاملاً لنشاطه داخل المنصة. وتتضمن هذه ال لوحة إحصائيات الطلبات وحالتها، وإمكانية متابعة الطلبات الواردة وإدارة الخدمات المقدمة، بالإضافة إلى الوصول إلى الملف الشخصي، والإشعارات، والإعدادات، ومختلف أدوات إدارة الحساب، مما يساعد المستخدم على تن ظيم أعماله ومتابعة نشاطه بكفاءة



الرئيسية

الخدمات

الحرفيون

أسعارنا

من نحن

اتصل بنا

ProDar P

+

إنشاء حساب جديد

الانضم إلى مجتمع برودار اليوم

الاسم الكامل

MESNADI Chahrazade

رقم الهاتف

0611223344

البريد الإلكتروني

MESNADI@gmail.com

نوع الحساب

حرفي

المدينة

تيسة

التكليف والتبريد

تأكيد كلمة المرور

كلمة المرور

إنشاء حساب

أو تابع باستخدام

f

G

الرئيسية

الخدمات

الحرفيون

أسعارنا

من نحن

اتصل بنا

ProDar P

📅

الأحد، 31 ماي 2026

👤

MESNADI Chahrazade

مرحباً،

حرفي

إدارة أعمالك وطلباتك

🕒

0

قيد الانتظار

🔄

0

جارية

✅

0

مكتملة

📋

0

إجمالي الطلبات

🕒

آخر الطلبات

#

العمل

الخدمة

قيد الانتظار

M

MESNADI Chahrazade

حرفي

🔍

نظرة عامة

📋

الطلبات الواردة

👤

تعديل الملف

🔔

الإشعارات (5)

⚙️

الإعدادات

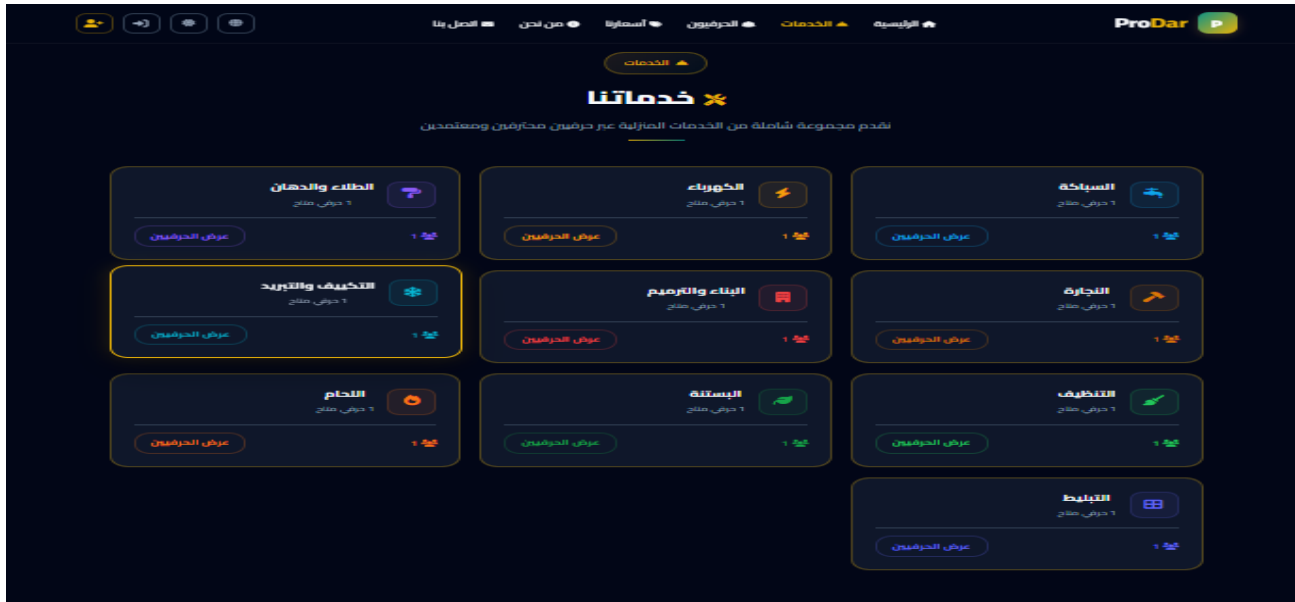
🚪

تسجيل الخروج

3. الخدمات:

الصفحة 40

عند الضغط على زر “الخدمات” في اعلا الصفحة تظهر لنا الخدمات المتوفرة على منصتنا



5. اسعارنا:

توفر منصة Pro-Dar ثلاث باقات اشتراك مصممة لتلبية احتياجات مختلف فئات المستخدمين. تبدأ بـ باقة ال حرفي المعتمد التي تمنح الحرفيين ملفاً مهنيًا متكاملًا وظهورًا مميزًا مع استقبال طلبات غير محدود. أما باقة حر في محترف+ فتضيف مزايا متقدمة تشمل الإحصائيات التفصيلية، إدارة فريق عمل، أولوية في الطلبات، ودعم VIP. في حين خُصصت باقة الشركات للمؤسسات والشركات، حيث توفر أدوات متقدمة لإدارة فرق العمل، وتحليل الأداء، وتنفيذ الحملات الإعلانية، بالإضافة إلى دعم متواصل على مدار الساعة.

الرئيسية الخدمات الحرفيون أسعارنا من نحن اتصل بنا

ProDar P

خطط الاشتراك

اختر الخطة المناسبة لاحتياجاتك

الأكثر شعبية



الحرفي المعتمد

للحرفيين المحترفين

2,000 دج

3 أشهر /

- ملف مهني كامل
- استقبال طلبات غير محدود
- ظهور مميز في البحث
- إشعارات فورية
- دعم فني متقدم

اشترك الآن



العميل

لأصحاب المنازل

0 دج

مجاني للأبد

- طلب خدمات غير محدود
- اختيار الحرفي المناسب
- تقييم الخدمات
- دعم فني أساسي

سجل مجاناً

لقسم السفلى لمنصة pro-dar:

يحتوي القسم السفلي للموقع على مجموعة من العناصر التي تسهّل استخدام منصة Pro-Dar ، حيث يوفر روابط سريعة للوصول إلى أهم الصفحات، وقسمًا للدعم والمساعدة، ومعلومات التواصل المتاحة على مدار الساعة. كما يتضمن نبذة مختصرة عن المنصة وروابط حساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يساعد المستخدمين على الوصول إلى المعلومات والخدمات بسهولة.

الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن مشروع ProDar يمثل نموذجًا واعدًا لمؤسسة ناشئة تعتمد على توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير قطاع الحرف والخدمات بالجزائر. إذ يسعى المشروع إلى توفير منصة رقمية متكاملة تسهل عملية الربط بين الحرفيين والزبائن، وتساهم في تحسين جودة الخدمات وتعزيز كفاءة المعاملات من خلال حلول رقمية حديثة.

كما أظهرت الدراسة أن المشروع يستجيب لاحتياجات حقيقية في السوق الجزائري، مستفيدًا من التوسع المتزايد في استخدام الوسائل الرقمية والهواتف الذكية. ومن المتوقع أن يساهم في دعم التحول الرقمي، وتحسين فرص التشغيل الذاتي للحرفيين، وتعزيز تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وعليه، فإن نجاح مشروع ProDar يبقى مرتبطًا بفعالية تنفيذ استراتيجيته التشغيلية والتسويقية، وقدرته على مواكبة تطورات السوق واحتياجات المستخدمين، مما يجعله مشروعًا ذا آفاق نمو واعدة وقابلًا للتوسع والاستدامة على المدى الطويل.

قائمة الملاحق

نموذج BMC لتطبيق الوساطة الرقمية في اشغال البناء والصيانة المنزلية

مصادر الإيرادات (Revenue Streams) اشتراك شهري للحرفيين المميزين إعلانات داخل التطبيق خدمات مميزة (إبراز الملف الشخصي) رسوم ضمان الخدمة	علاقات الزبائن (Customer Relationships) دعم فني عبر الدردشة نظام تقييم ومراجعات إشعارات وتتبع الطلب برامج ولاء خدمة ما بعد التنفيذ توفير خدمة روبوتات الدردشة التفاعلية شات بوت	قنوات التوزيع (Channels) تطبيق هاتف ذكي (Android / iOS) موقع إلكتروني وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام)	لقيمة المقترحة (Value Proposition) سهولة وسرعة إيجاد حرفي موثوق مقارنة الأسعار والخدمات تقييمات وآراء العملاء ضمان جودة الخدمة تقليل مخاطر الاحتيال فرص عمل إضافية للحرفيين تنظيم الطلبات والدفع رقميًا ضمان جودة الخدمة	شرائح العملاء: شرائح الزبائن (Customer Segments) أصحاب المنازل والشقق المستأجرون الشركات الصغيرة (مكاتب، محلات) الحرفيين مقاولين
	الأنشطة الرئيسية (Key Activities) أشغال البناء والصيانة تطوير وصيانة التطبيق إدارة الطلبات والعمليات التحقق من الحرفيين التسويق الرقمي إدارة التقييمات		الموارد الرئيسية (Key Resources) التطبيق والمنصة التقنية قاعدة بيانات الحرفيين فريق تقني (تطوير وصيانة) فريق دعم وخدمة زبائن العلامة التجارية نظام دفع إلكتروني	الشركاء الرئيسيون (Key Partners) حرفيون ومقاولون شركات دفع إلكتروني مكاتب مراقبة الاشغال مزودو خدمات الإنترنت والاستضافة بلديات أو هيئات تنظيمية (عند الاقتضاء)
	هيكل التكاليف (Cost Structure) تطوير التطبيق وصيانه تكاليف الاستضافة والخوادم التسويق والإعلانات أجور الموظفين خدمة الزبائن التراخيص القانونية			