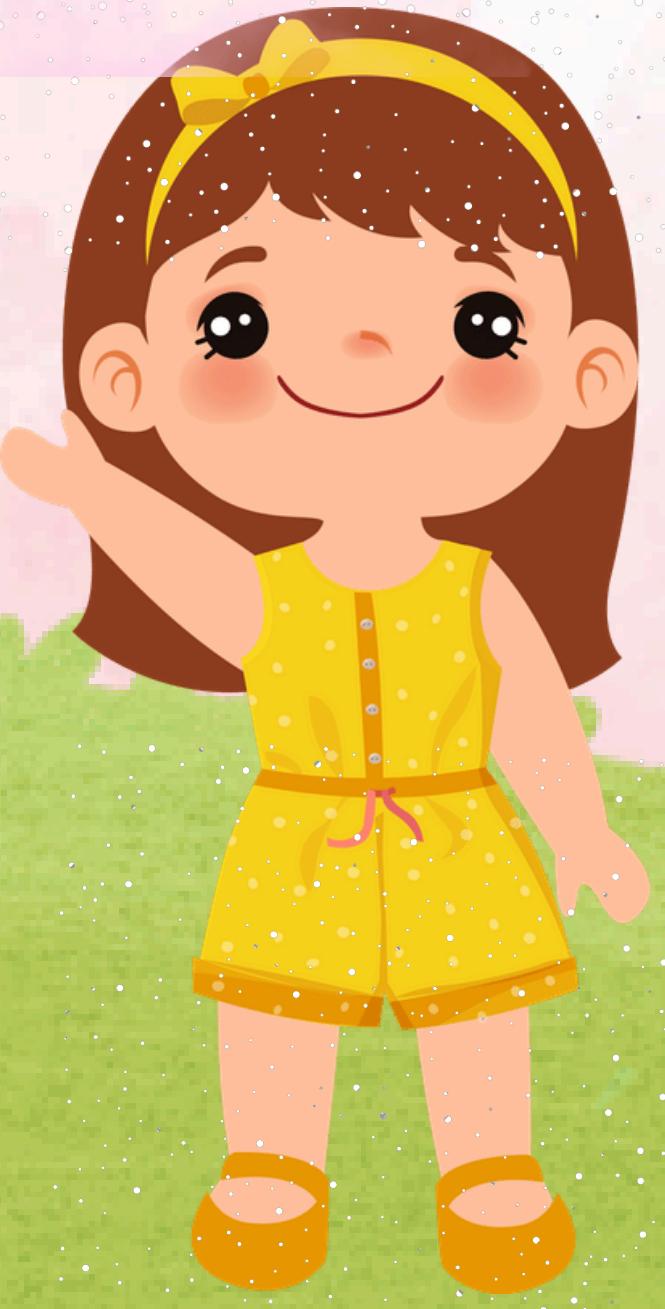




Queen of crafts

Emma



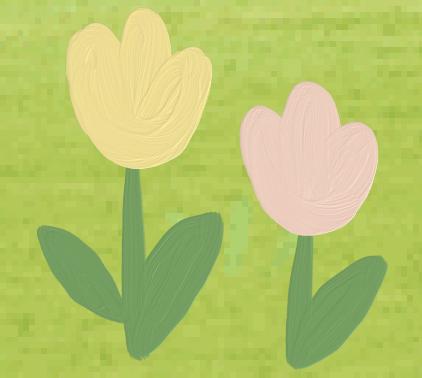
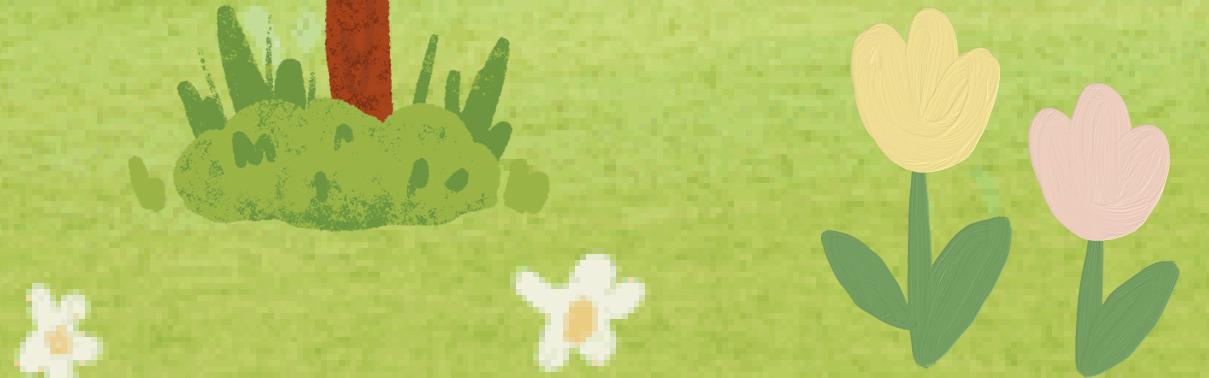
Index

01

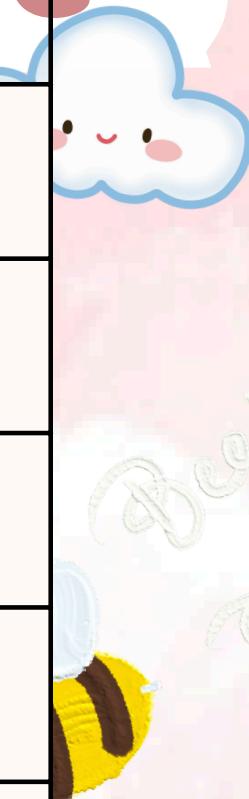
02

03

04



Time table



Our team

Eman

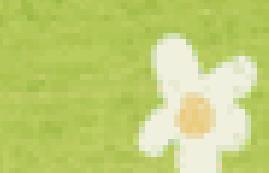
Heba

Fatma

Yathrib

Mona

Marwa



Problem

- التأثير السلبي و سيطرة التكنولوجيا على حياة الأطفال بالرغم من توصيات المنظمات العالمية لحقوق الطفل بعدم إستخدام الأطفال للأجهزة الإلكترونية في مثل هذا العمر.
- التعلم التقليدي الممل.
- ضعف المهارات المختلفة للأطفال من عمر 3 ل 7 سنوات.
- عدم توافر الوسائل التعليمية التفاعلية العالية الجودة وبخامات آمنة على الأطفال والبيئة.

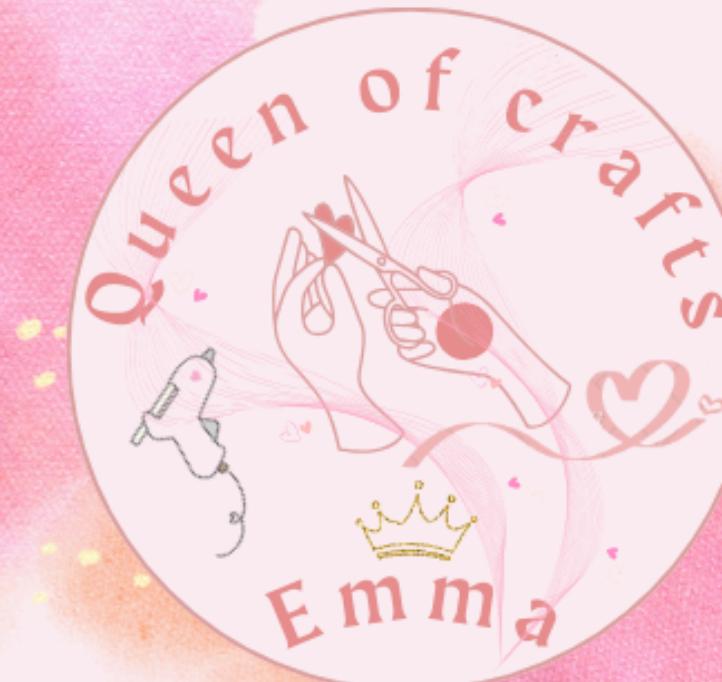
ومن هنا كانت فكرة مشروعنا



Overview

المشروع يهدف إلى تصميم وتنفيذ وسائل تعليمية وترفيهية مبتكرة للأطفال من عمر 3 إلى 7 سنوات باستخدام خامات آمنة وصديقة للبيئة.

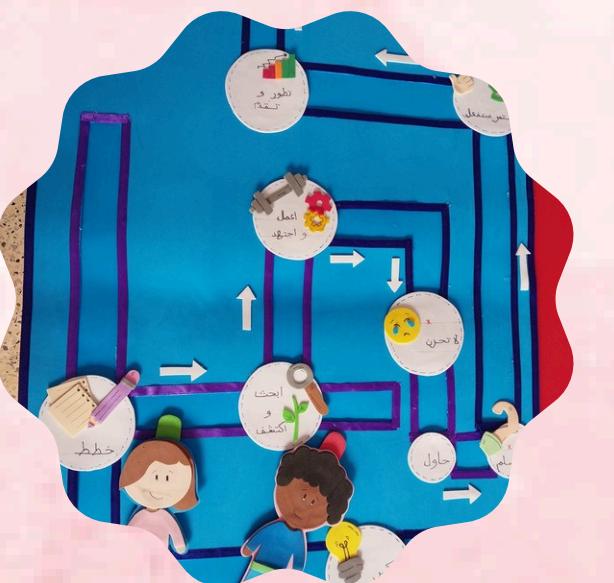
تهدف هذه الوسائل إلى تنمية المهارات الحركية، العقلية، الاجتماعية والإبداعية لدى الأطفال. كما تسعى لتعزيز التفكير النقدي وحل المشكلات من خلال أنشطة مرحة وتعليمية.



Our products



كتاب تعليميّة تفاعليّة



ألعاب تعليميّة تفاعليّة



قصص تعليميّة تفاعليّة



لوحات تعليميّة تفاعليّة



عرايس أصبع



مصلبّات للأطفال



Queen of crafts

Vision

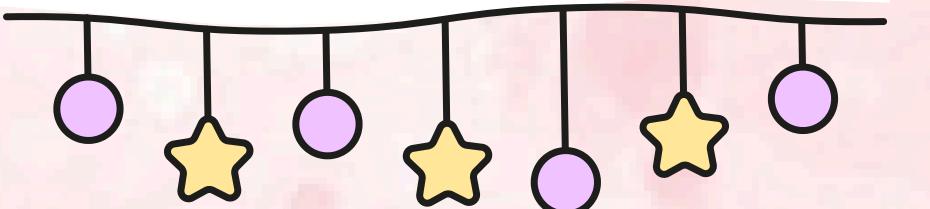
أن نصبح الرواد في تصميم وسائل تعليمية وترفيهية مبتكرة ومستدامة للأطفال، تساهمن في بناء أجيال مبدعة وقادرة على مواجهة تحديات المستقبل.

Mission

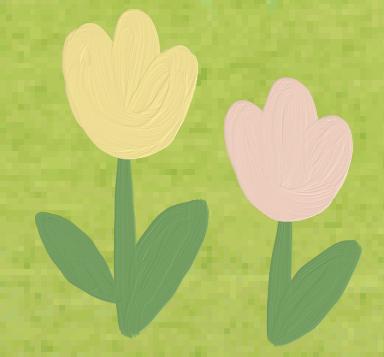
نلتزم بتصميم وتصنيع وسائل تعليمية وترفيهية عالية الجودة وآمنة، تعتمد على خامات صديقة للبيئة، وتركز على تنمية المهارات الإبداعية، الحركية، والاجتماعية للأطفال.

نسعى إلى تمكين الامهات والمعلمات من توفير تجربة تعليمية ممتعة وفعالة تعزز التفكير الناقد وحل المشكلات

Situation analysis



(1) Market research



Market Type

Consumer market
&
Business Market

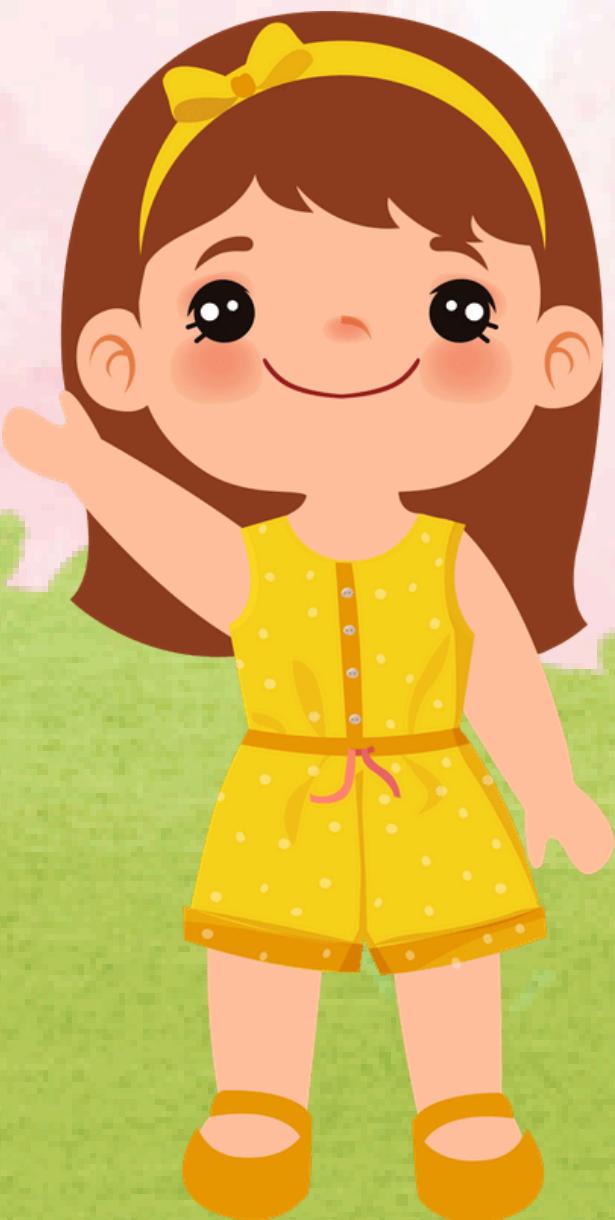
Main Product

الوسائل التعليمية
والترفيهية للأطفال

Market research

Place

مرسى مطروح



Market place



- محافظة مطروح تتميز بطبيعة مجتمعية خاصة، حيث يوجد اهتمام كبير بالعائلات والأطفال، لكن الوعي بالوسائل التعليمية قد يكون أقل مقارنة بالمحافظات الكبرى.
- تحتاج الأمهات والمعلمات في مطروح إلى وسائل تعليمية تساعدهم على توجيه الأطفال على التعلم بطريقة ترفيهية وسهلة.



Pestel analysis

Politics

استقرار وجهود لدعم
المشروعات اليدوية
الصغيرة

Economic

السياحة الموسمية و
زيادة القوة الشرائية في
فصل الصيف

Technological

توافر الانترنت والبنية
التحتية والتحول
الرقمي

Environmental

الاهتمام بالتنمية
المستدامة مما يتطلب
منتجان آمنة وصديقة
للبيئة

Social

طبيعة ثقافة سكان مطروح بتقديم
المنتجان اليدوية عن التكنولوجيا
وزيادة الوعي بأهمية النشطة
التعليمية والترفيهية للأطفال

Legal

تناسب فكرة المشروع مع
قوانين المنظمات العالمية
لحقوق الطفل

Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

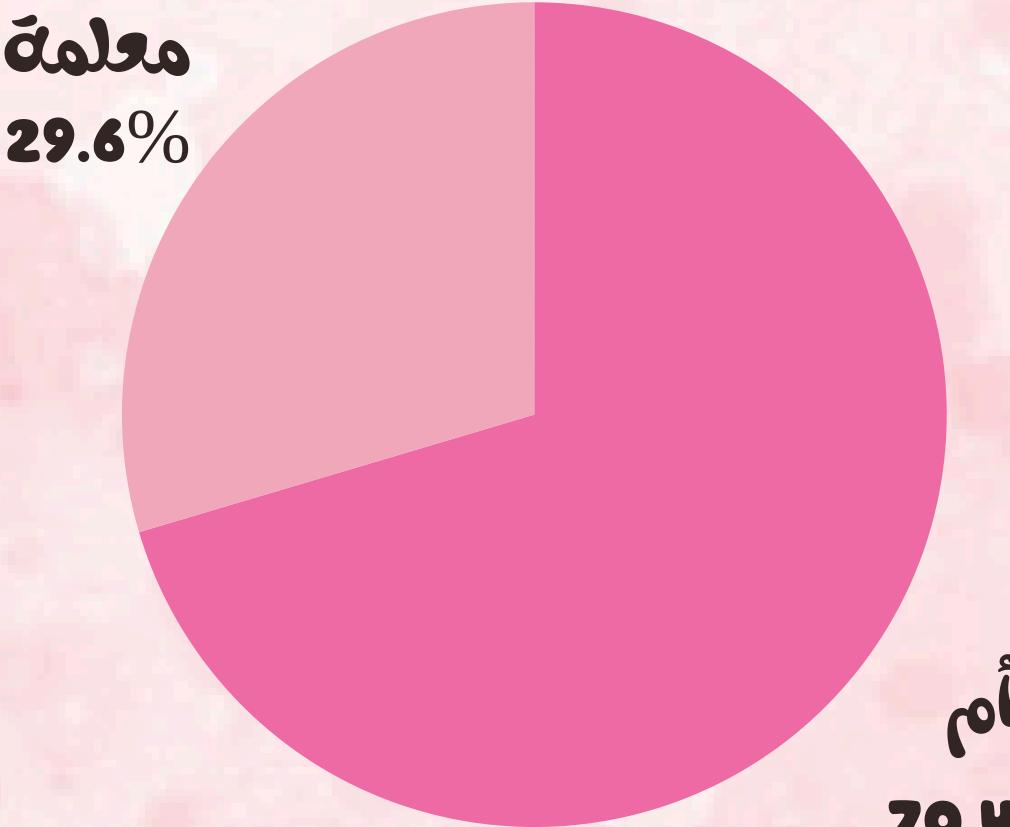
Market research goals

١. تحديد الجمهور المستهدف

Category

- A. أم
- B. معلمة / تربوية
- C. غير ذلك

27 responses



Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

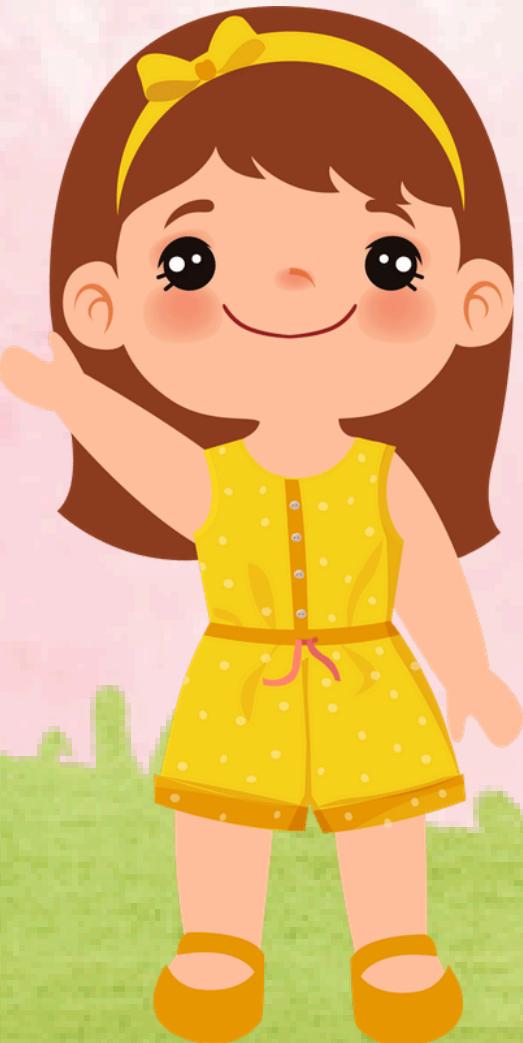
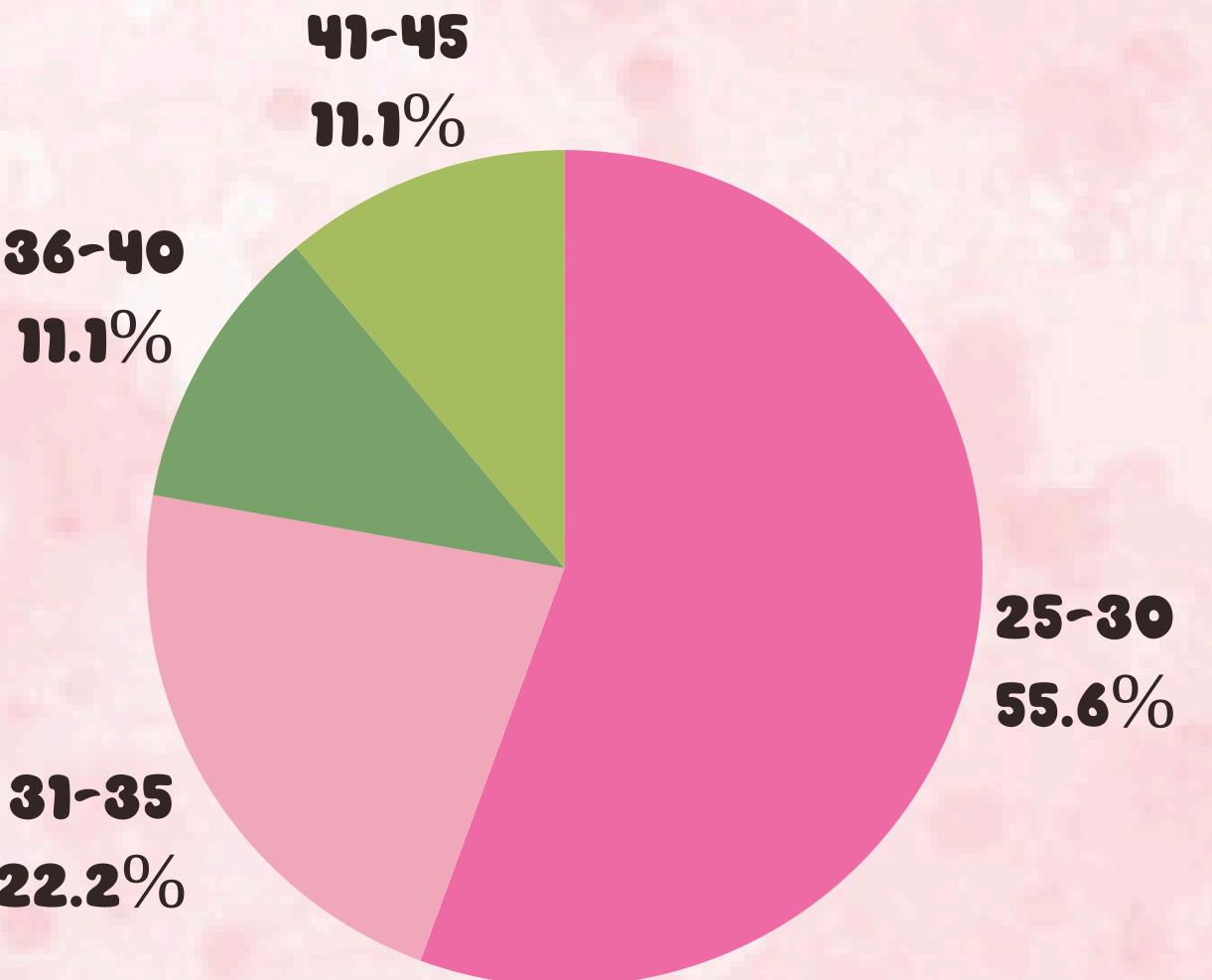
Market research goals

١. تحديد الجمهور المستهدف

Demographic

- من 30-25
- من 35-31
- من 40-36
- 41-45

9 responses



Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals

1. تحديد الجمهور المستهدف

Economics

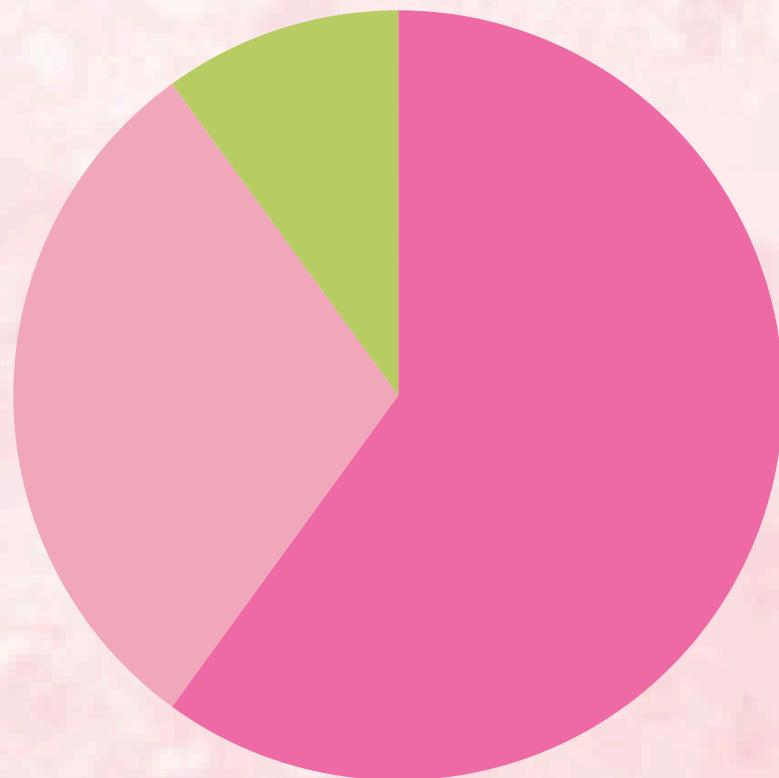
- تعمل بالقطاع الحكومي
7000-6000
- تعمل بالقطاع الخاص
6000-4000
- تعمل بالحضانات الخاصة
3000-2000

حضانات خاصة

10%

قطاع خاص
30%

قطاع حكومي
60%



9 responses



Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

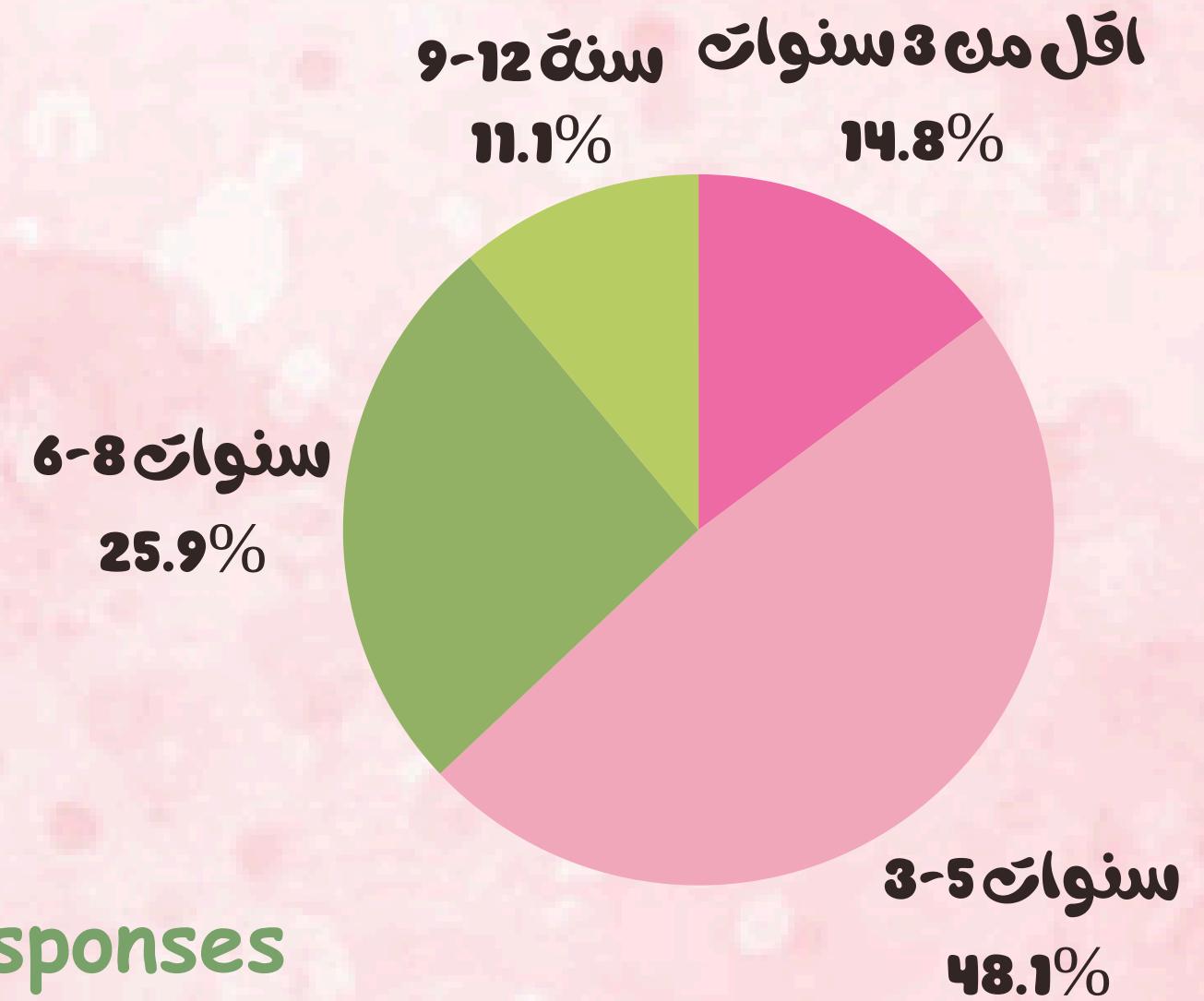
Market research goals

٢. تحديد احتياجات العملاء

عمر الأطفال المستهدفين

- أقل من 3 سنوات
- 3 - 5 سنوات
- 6 - 8 سنوات
- 9 - 12 سنة

27 responses



Market Research Survey

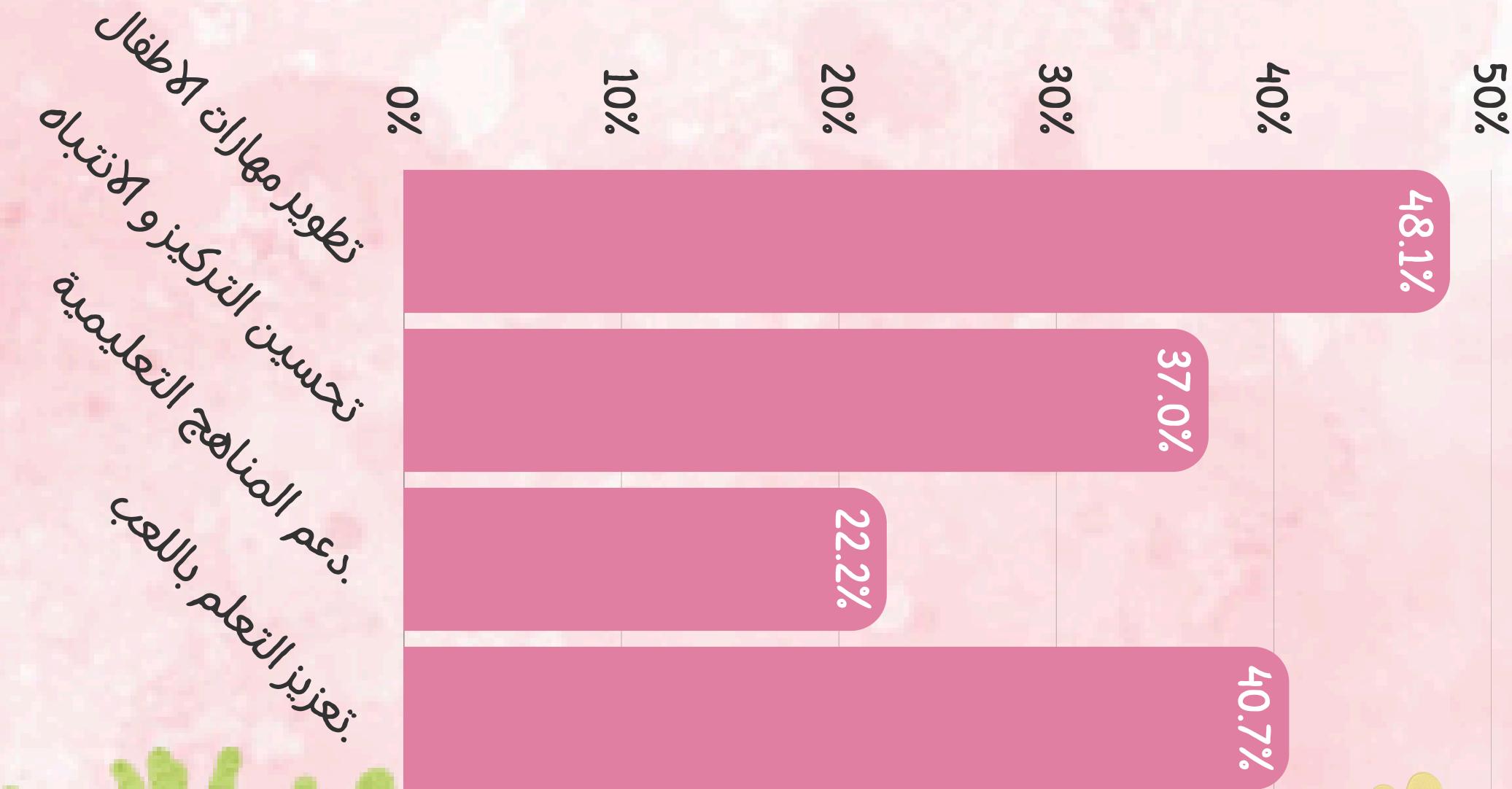
<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals

- تطوير مهارات الاطفال .
- تحسين التركيز و الانتباه.
- دعم المناهج التعليمية.
- تعزيز التعلم باللعب.

27 responses

ما هو الهدف الأساسي من استخدامك للوسائل التعليمية؟



Market Research Survey

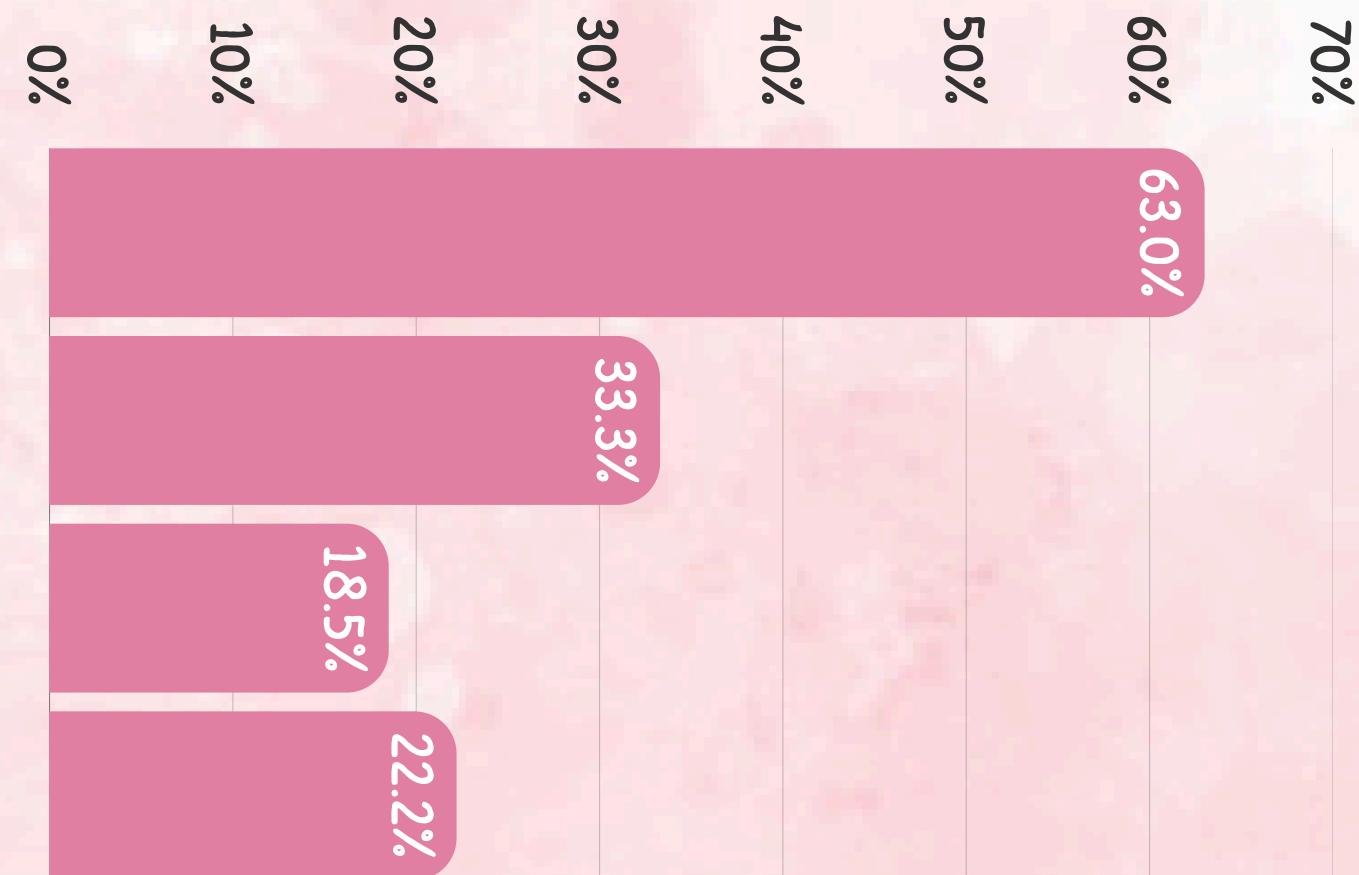
<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals

- ارتفاع الأسعار.
- قلة توفر المنتجات ذات الجودة العالية.
- عدم تواافقها مع احتياجات الطفل.
- صعوبة استخدام أو عدم توفر دليل واضح دليل واضح.

27 responses

ما هي التحديات التي تواجهك عند البحث عن
وسائل تعليمية مناسبة؟



Market Research Survey

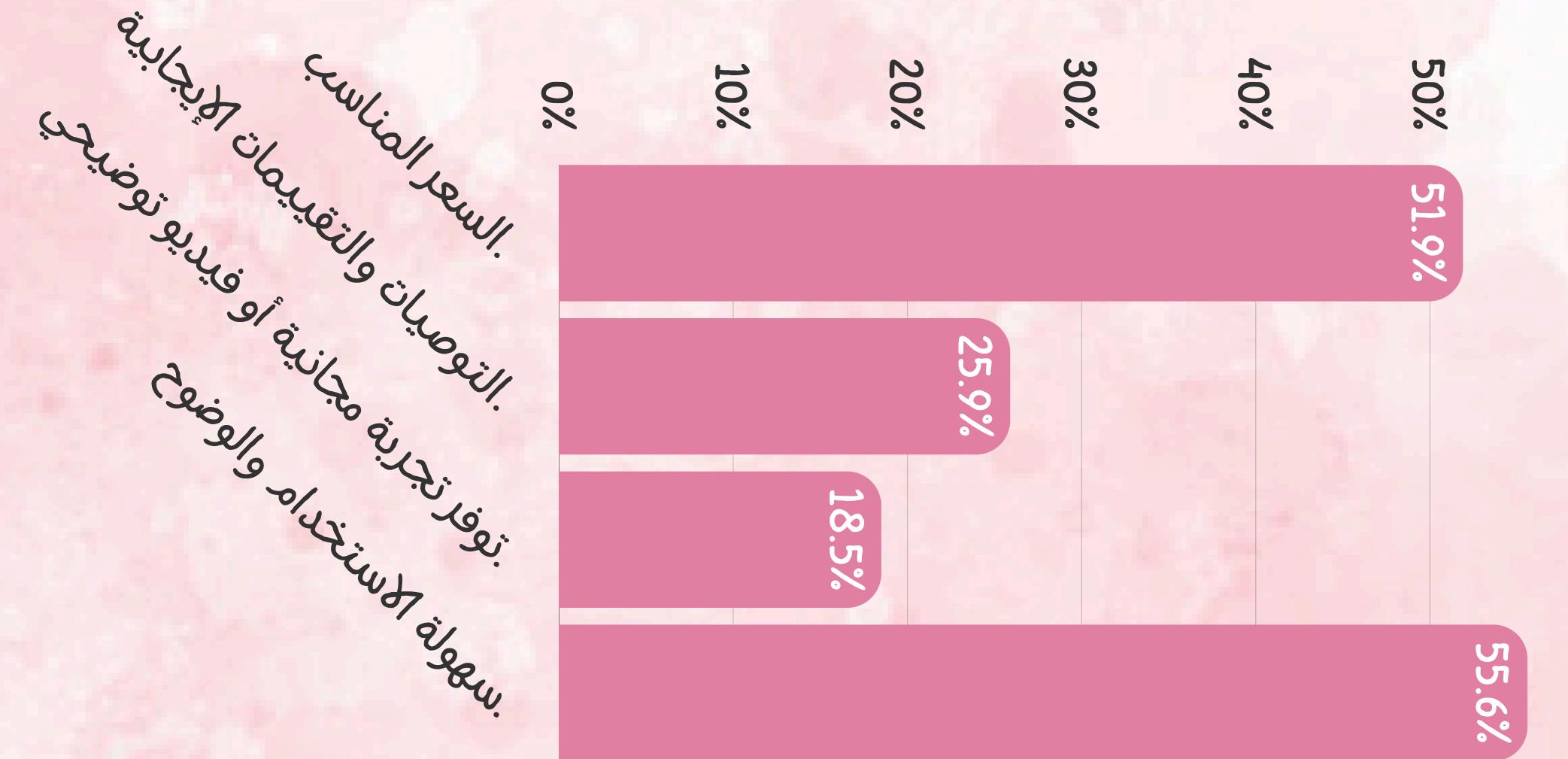
<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals

- السعر المناسب.
- التوصيات والتقييمات الإيجابية.
- توفر تجربة مجانية أو فيديو توضيحي.
- سهولة الاستخدام والوضوح.

27 responses

ما أكثر شيء يجعلك تشتري وسيلة تعليمية؟



Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals



- نعم ٨
- أحياناً، حسب عمر الطفل

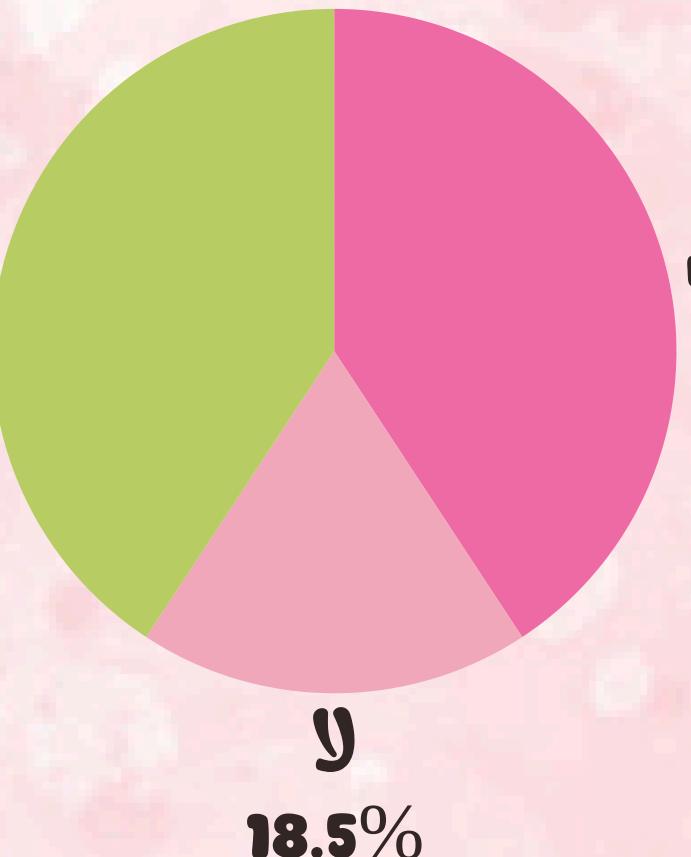
27 responses



هل تفعلين الوسائل التعليمية التفاعلية الرقمية
(مثل التطبيقات وألعاب إلكترونية)؟

أحياناً، حسب عمر الطفل

40.7%



نعم
40.7%

لا
18.5%



Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>



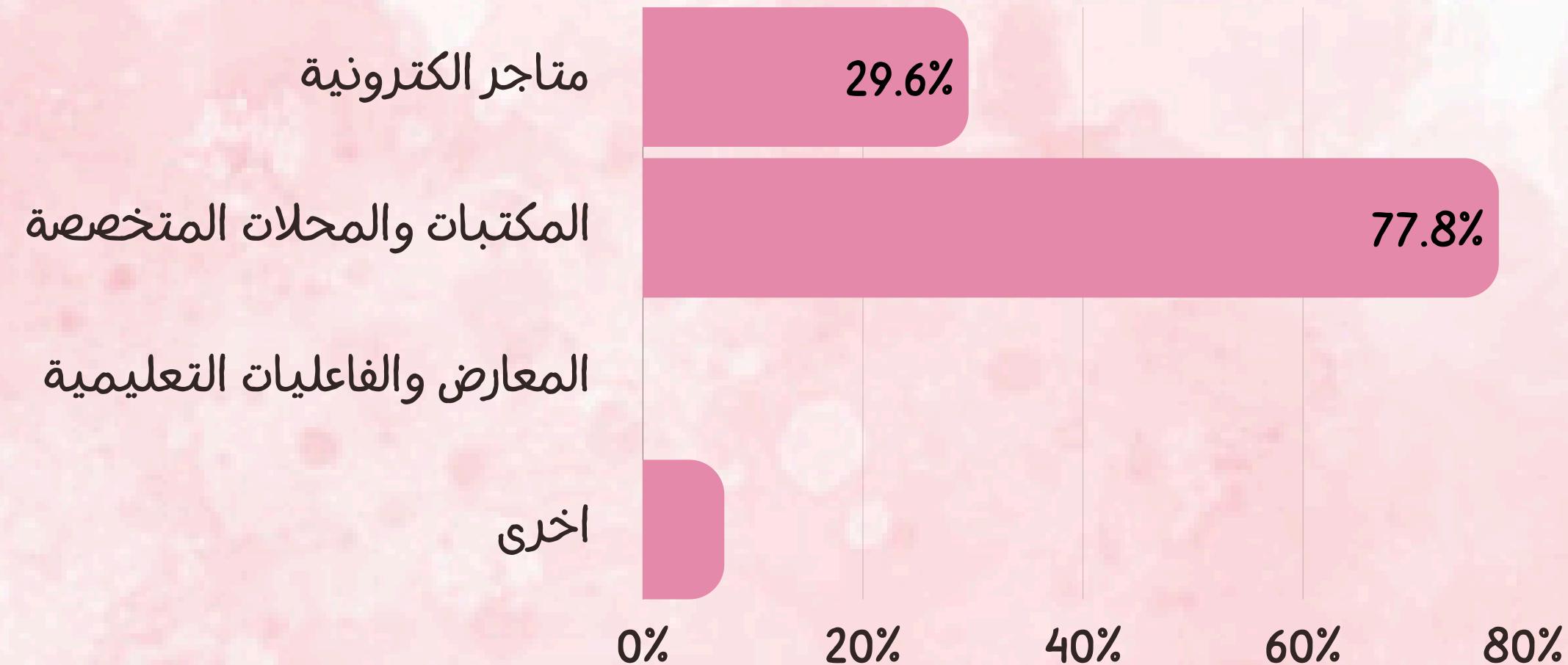
Market research goals



- المتاجر الالكترونية
- المكتبات وال محلات المتخصصة
- من خلال المعارض و الفعاليات التعليمية
- اخرى

27 responses

أين تفضلين شراء الوسائل التعليمية؟



Market Research Survey

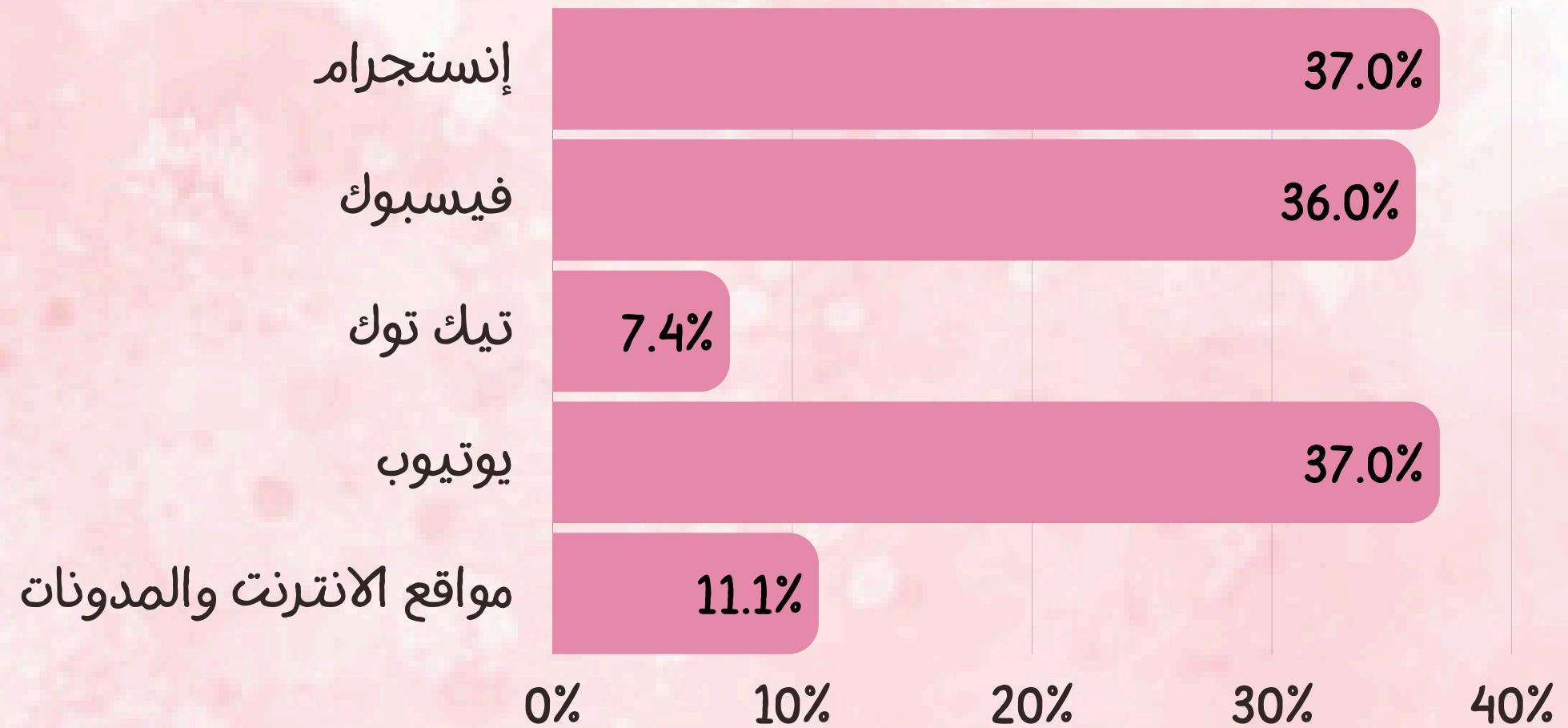
<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals

- إنسجرام
- فيسبوك
- تيك توك
- يوتيوب
- موقع الانترنت والمدونات

27 responses

ما الميزة التي تتابعين من خلالها توصيات حول
الوسائل التعليمية؟



Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

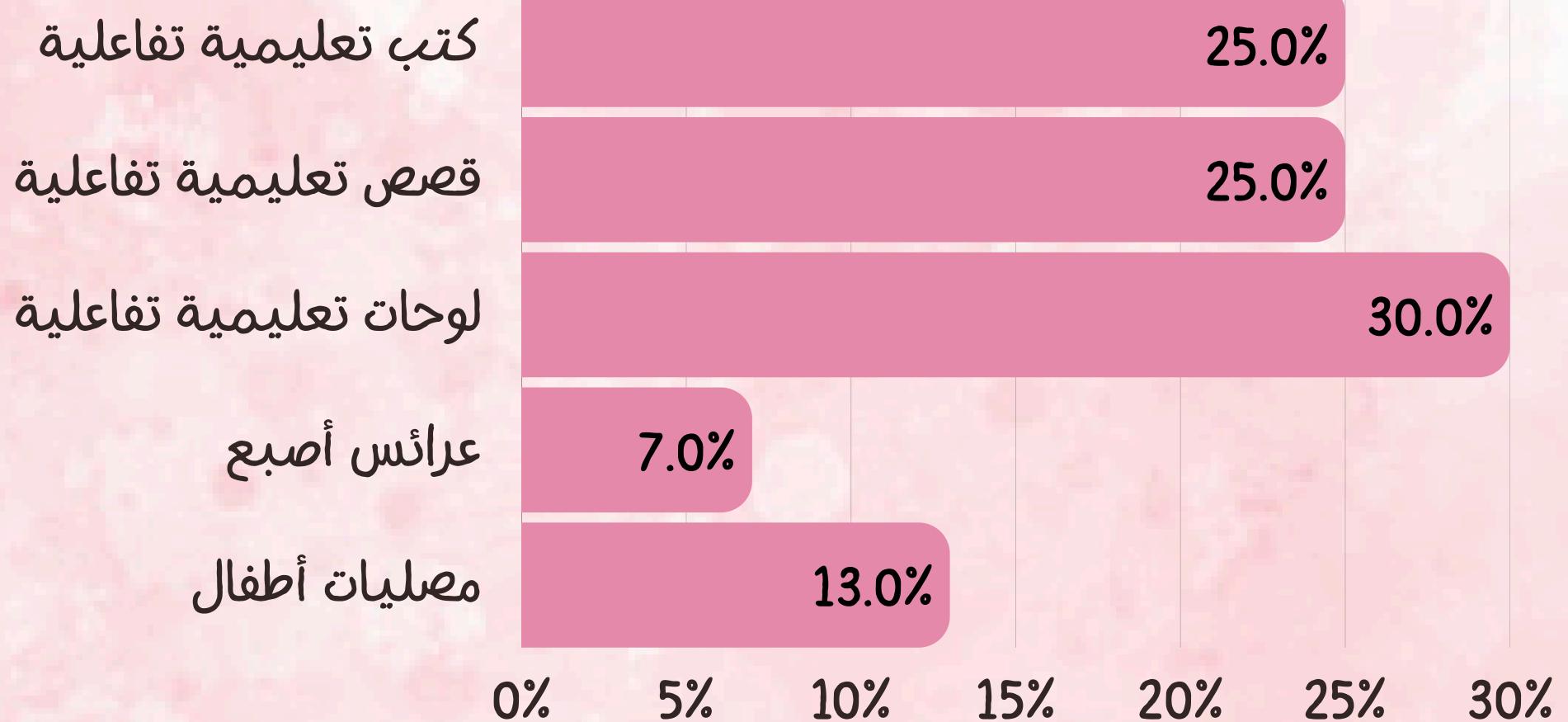
Market research goals

3. معرفة أكثر الوسائل التعليمية المطلوبة

- كتب تعليمية تفاعلية
- قصص تعليمية تفاعلية
- لوحات تعليمية تفاعلية
- عرائس أصبع
- مصليات أطفال

27 responses

ما المنشأة التي تتبعين من خلالها توصيات حول
الوسائل التعليمية؟



Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals

4-تحليل اسعار

- أقل من 200 جنيه
- 500 -200 جنيه
- 750- 500 جنيه
- أكثر من 750 جنيه

27 responses

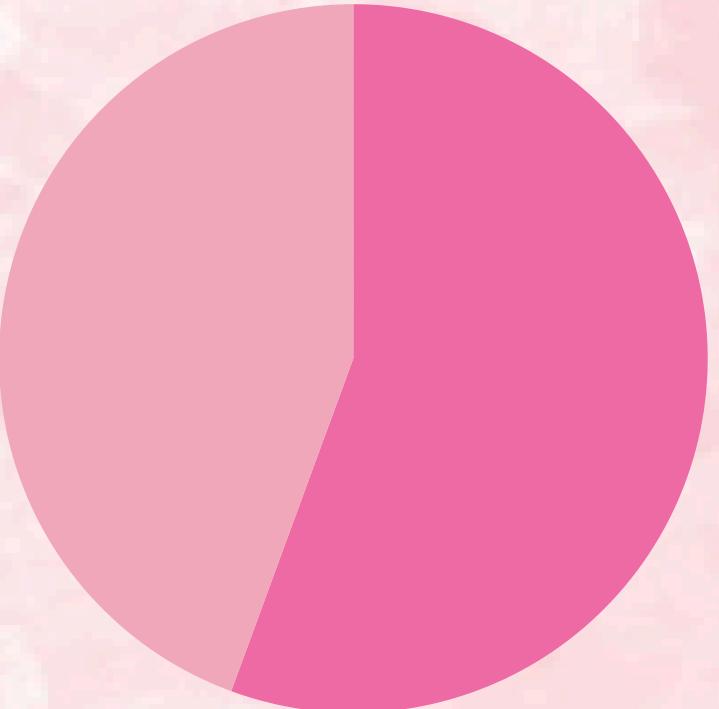
ما هي الميزانية التي تفعلن إنفاقها على الوسائل التعليمية شهرياً؟

من 200 - 500 جنيه

44.4%

أقل من 200 جنيه

55.6%



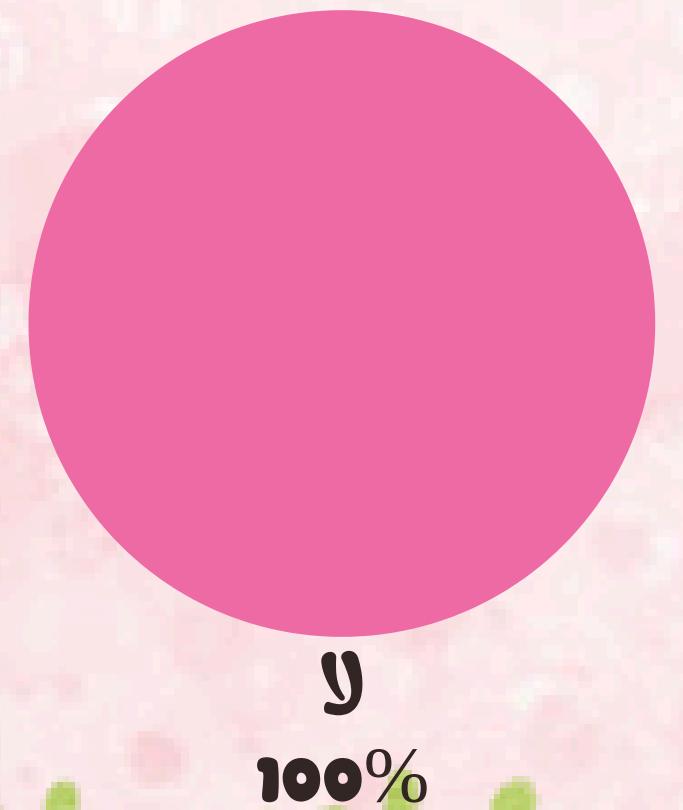
Market Research Survey

<https://forms.gle/n4hdxzRxLd8QqdM67>

Market research goals

• نعم
• لا

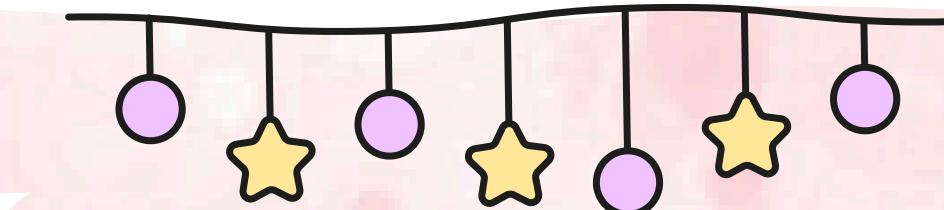
27 responses



هل سبق لك شراء وسائل تعليمية من
؟ (Queen of crafts)



Situation analysis



(2) Competitors analysis

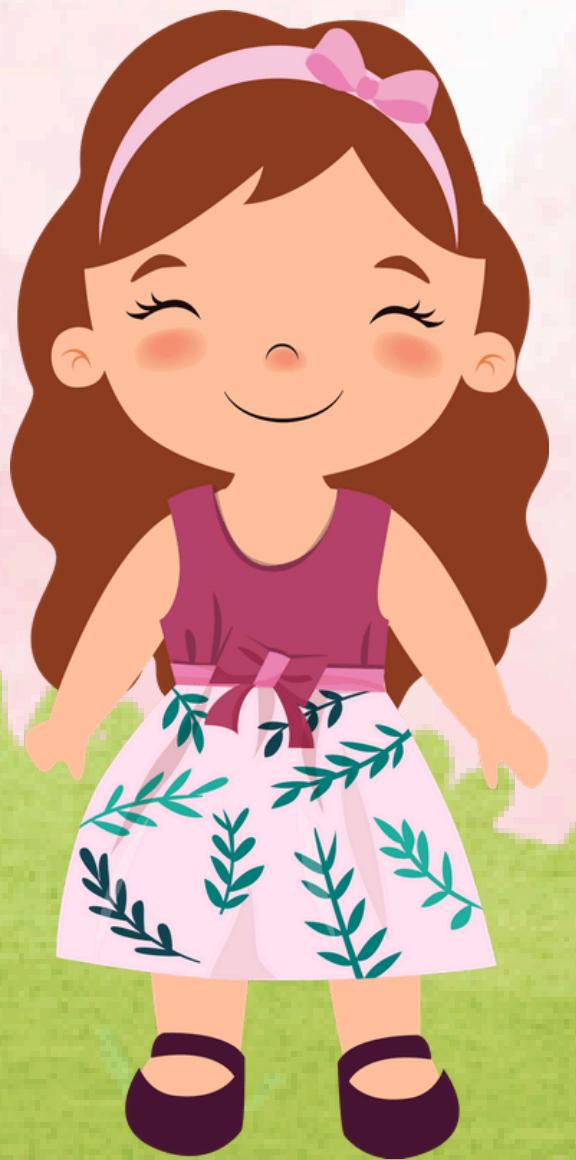
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1Jxduiha3GkxBMhWIz4sCXGJqJ-ih7fo29tLG3dfDeMo/edit?gid=0#gid=0>



Situation analysis



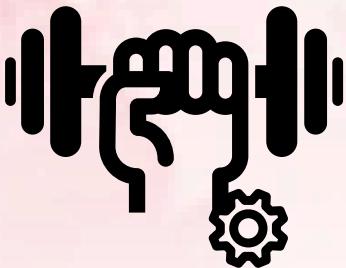
(3) SWOT analysis



SWOT analysis

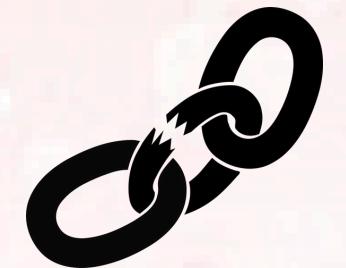
S

Strength

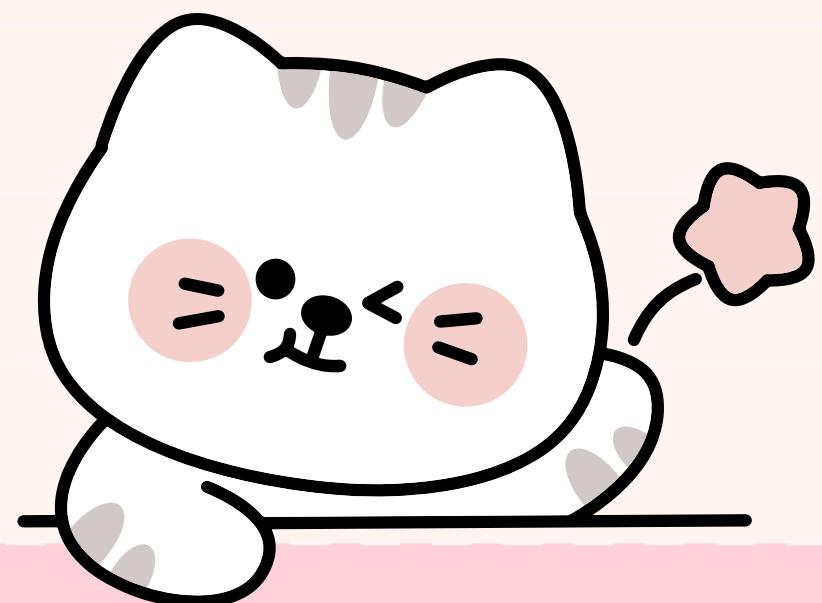


- * **المنتجان:** إنتاج منتجات جديدة وضمنها للقائمة حسب احتياجات العملاء وحسب الاحداث المحيطة.
- * **المحتوى:** محتوي تعليمي قوي يمكن تطويره عبر المدونات والفيديوهات.
- * **التنوع:** تنوع المنتجات في الأشكال والألوان والأحجام لتناسب مع طلب واحتياج جميع العملاء.
- * **التميز والفرادة:** أغلب منتجاتنا يكون تصميمها فريد من نوعه على حسب طلب العميل.
- * **الجودة:** فالخامات المستخدمة عالية الجودة وأمنة الاستخدام والشكل النهائي للمنتج على الجودة.
- * **القيمة والهدف:** الحد من الاستخدام المفرط للأجهزة الالكترونية والتي تعيق ابداع الأطفال.
- * **التطبيق العملي:** أيضًا ندعم فرص تنمية المهارات من خلال التطبيق العملي وتبسيط المفاهيم المختلفة التي قد تقل مع وجود التكنولوجيا والألعاب الالكترونية التعليمية.

Weakness



- * **الوقت والجهد والتكلفة:** أن عمل وسيلة واحدة يستغرق الكثير من ساعات العمل لصناعتها يدوياً.
- * **الموارد البشرية:** الحاجة إلى تدريب المزيد من العمالة لزيادة الإنتاجية.



SWOT analysis

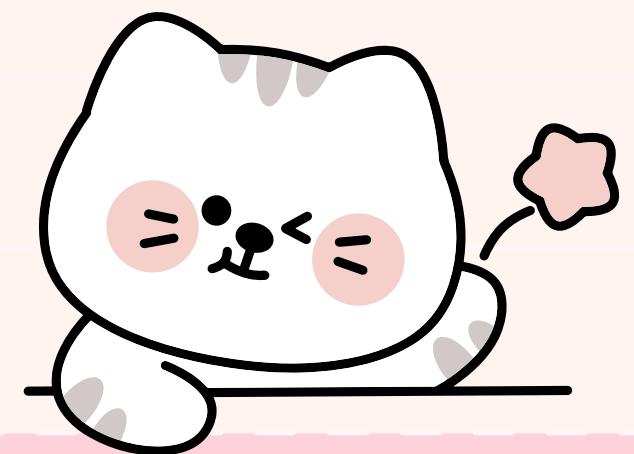
O

Opportunity



***التكنولوجيا:** مع افتتاح العالم واستخدام التكنولوجيا أصبح لابد من التسويق الإلكتروني لانتشار المنتجات على نطاق أوسع وزيادةوعى العملاء بالمنتجات الخاصة بنا.

***المواسم والمناسبات:** استغلال فرصة الصيف وزيادة اعداد المصطفين، وايضاً استغلال المناسبات المختلفة كالأعياد الدينية وبداية العام الجديد وأعياد الميلاد والعام الدراسي واحتياج المعلمات لوسائل تعليمية مناسبة لتبسيط الموضوعات الدراسية وتسهيل عملية الشرح والتقييم.



Threats

***التكلفة:** تزايد أسعار الخامات بشكل مستمر مما يؤثر على التكلفة النهائية للمنتج.

***التغيرات الاقتصادية:** ارتفاع الأسعار قد يجعل العملاء أكثر حذراً في إنفاقهم. بعض العملاء قد يختارون شراء منتجات تعليمية أرخص بدلاً من الاستثمار في وسائل تعليمية مستدامة.

***التكنولوجيا:** الاستخدام المفرط للألعاب الإلكترونية بدلاً من الألعاب التعليمية اليدوية.

***موردين الجملة:** لا يوجد في مطروح أماكن بيع بالجملة للخامات المستخدمة في الإنتاج.

ما يعنطنا للحصول على الخامات بهذه الطرق:

* السفر للإسكندرية أو القاهرة لأماكن بيع الجملة.

* الشحن من نفس الأماكن، ولكن هذا يتطلب ثقة في المورد وتنوع الخامات لديه.

* شراء الخامات من مطروح بشكل قطاعي (ما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج).

SWOT analysis

(Strengths - Opportunities)

- * تطوير دورات تدريبية للأمهات والمعلمات حول كيفية استخدام الوسائل التعليمية.
- * إنشاء محتوى تفاعلي يعكس الفوائد البيئية والاجتماعية للمنتجان والاستفادة من التسويق بالمؤثرين.

(Weaknesses - Opportunities)

- * تخصيص ميزانية شهرية للإعلانات على فيسبوك وإنستجرام مع تحسين استهداف الجمهور.
- * تقديم ورش تدريبية للأمهات والمعلمات للعمل بنظام الدوام الجزئي.

Solutions



(Strengths - Threats)

- * البحث عن موردين جدد بأسعار مناسبة، والتفاوض على خصومات خاصة للشراء بالجملة.
- * التركيز على التميز في خدمة العملاء وضمان الجودة لتقديم قيمة معنافية لا يمكن تقليلها بسهولة.
- * تنوع استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني والتسويق بالمحظى والتعاون مع المؤثرين.
- * سوف يتم الاتفاق مع أحد الموردين بتوقيع شراكة بينه وبين شركتنا هنا في مطروح لبيع الخامات المختلفة اللازمة لعمليات إنتاج المختلفة بالجملة.
- * أو فتح منفذ بيع بالجملة متخصص في الخامات اللازمة لإنتاج الوسائل التعليمية الخاصة بشركتنا فقط لحين التوسع فيما بعد.

(Weaknesses - Threats)

- * إنشاء شراكات مع موردين لتوفير أسعار أقل من خلال التوريد الجماعي.
- * الاعتماد على التسويق بالمحظى.
- * تقديم عينات مجانية وتجارب للمستخدمين.
- * سوف يتم عمل (ورش تدريبية) لتدريب عدد من الأمهات والمعلمات والمهتمين بالوسائل التعليمية والفن بشكل عام.
- * سوف يتم اختيار موظفين للانضمام للعمل في الشركة.
- * بعد تدريب أكبر عدد من المتدربين سوف يتم فتح ورشة لعمل الوسائل التعليمية بصفة مستمرة لإنتاج ولتنماشى مع متطلبات السوق وتزايد الطلب.

The Business Model Canvas

Designed by :

Eman Magdy

Date:

22-2-2025

name of business

Queen of crafts

Key Partnerships

- * الموردين: الذين يمدوا الشركة بالخامات اللازمة لعملية الإنتاج.
- * الموزعين (تجار التجزئة): وبالاتفاق يتم عرض منتجاتنا ويحصلون على سعر مقابل عرض منتجاتنا في منافذ بيع لديهم.

Key Resources

- * موارد بشرية: (الشركاء - موظفين) أنا كمدير للمشروع وخمسة من الشركاء.
- * موارد مادية: (خامات وألات).

Cost Structure

- * تكاليف ثابتة.
- * تكاليف متغيرة
- * تكاليف رأسمالية.
- * تكاليف الأهلاك.

Key Activities

- * تخيل وتجميع الأفكار.
- * التصميم والابتكار.
- * اختيار الخامات.
- * تحضير المكان والأدوات.
- * التنفيذ والتجهيز للشكل النهائي.
- * التغليف.
- * التسويق.
- * البيع.
- * خدمات ما بعد البيع.



Value Propositions

- * تصميم وابتكار وسائل تعليمية وترفيهية متنوعة تضم .. (كتب تفاعلية - قصص تعليمية - وغيرها..) * مصنوعة يدوياً.
- * مواد آمنة وصديقة للبيئة.
- * مقدمة للأطفال من عمر 3 لـ 7 سنوات.
- * تنمية مهارات الأطفال المختلفة.
- * التطبيق العملي الفردي أو الجماعي.
- * القيمة والجودة مقابل سعر مناسب.
- * تنفيذ حسب الطلب.
- * تنوع الأشكال والألوان.
- * جودة الخامات.

Customer Relationships

- * مساعدة العملاء على اختيار الوسائل التعليمية المناسبة.
- * تقبل مقتراحات العملاء البناءة والعمل عليها وتطويرها.
- * عمل استطلاع رأي بالمنتج.
- * خدمة ما بعد البيع.
- * سياسة الاسترجاع.
- * العناية على بعض المنتجات.

Channels

- * البيع المباشر: من خلال المعارض.
- * البيع الإلكتروني: من خلال المنصات والقنوات الرقمية او عبر الموقع الإلكتروني.
- * لدى تجار التجزئة.

Customer Segments

- * الأمهات: من عمر 25 لـ 35 عام، متوسطين الدخل فيما أعلى التي لديهم طفل او اثنين.
- * المعلمات وخاصةً (معلمات رياض الأطفال): الاتي يعتمد عملهن على التعلم باللعب واستخدام الوسائل التعليمية واللائي من عمر 25 لـ 45 عام، متوسطين الدخل فيما أعلى.

- * المؤسسات التعليمية: (الحضانات - المدارس التي بها مرحلة رياض الأطفال).

Revenue Streams

- * من بيع المنتجات.

Goals



- نشر الوعي بأهمية الوسائل التعليمية والترفيهية للأطفال.
- بناء حضور قوي على الإنترن特 وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- إنشاء محتوى جذاب وقيم يستهدف الأمهات والمعلمات لتعريفهن بفوائد المنتجات التعليمية والترفيهية.
- ان تحل منتجاتنا من الوسائل التعليمية والترفيهية محل الألعاب الالكترونية.
- توفير وسائل تعليمية وترفيهية عالية الجودة وآمنة للأطفال.
- تنمية المهارات الإبداعية والتفكير النقدي للأطفال.
- تعزيز استخدام المواد الصديقة للبيئة في المنتجات التعليمية.
- دعم الأمهات والمعلمات في تحقيق أفضل استفادة من الأنشطة التفاعلية.
- وجود منتجاتنا في كل المؤسسات التعليمية.
- إطلاق حملات إعلانية مدفوعة تستهدف الأمهات والمعلمات لزيادة المبيعات والتفاعل.
- تحقيق ظهور قوي في نتائج البحث المتعلقة بالوسائل التعليمية تعزيز محركات البحث (SEO).

Smart Objectives

- تصميم وتنفيذ 5 منتجات تعليمية وترفيهية في الشهر الأول.
- تحقيق مبيعات بقيمة 5000 جنية في الشهر الأول.
- زيادة عدد المتابعين على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة %20 خلال الشهر الأول من إطلاق المشروع.
- نشر 8 مقاطع فيديو شهرياً على TikTok لزيادة معدل المشاهدة والتفاعل مع الجمهور.
- نشر 3 منشورات أسبوعياً على Instagram و Facebook و لزيادة التفاعل خلال الشهر الأول.
- إجراء استبيان للعملاء بعد كل عملية شراء وجمع 100 تقييم خلال 3 أشهر لتحسين جودة المنتجات.



Marketing Strategy

(1) Positioning

(2) Targeting

(3) Segmentation

Buyer
Persona



Positioning

"نحن نقدم وسائل تعليمية وترفيهية مبتكرة وآمنة للأطفال من عمر 3 ل 7 سنوات في محافظة مطروح، مصنوعة من خامات صديقة للبيئة، متاحة عبر الإنترن特 لتنمية مهاراتهم وإثراء تجاربهم التعليمية والترفيهية."

USP

- * توفير وسائل تعليمية ترفيهية صديقة للبيئة عبر الإنترن特 لسكان محافظة مطروح
- * توصيل المنتجات إلى جميع المناطق بمحافظة مطروح



Brand Values

- الأمان ، الابتكار ،
- الاستدامة ، التعلم باللعب ،
- وسهولة الوصول عبر الإنترن特



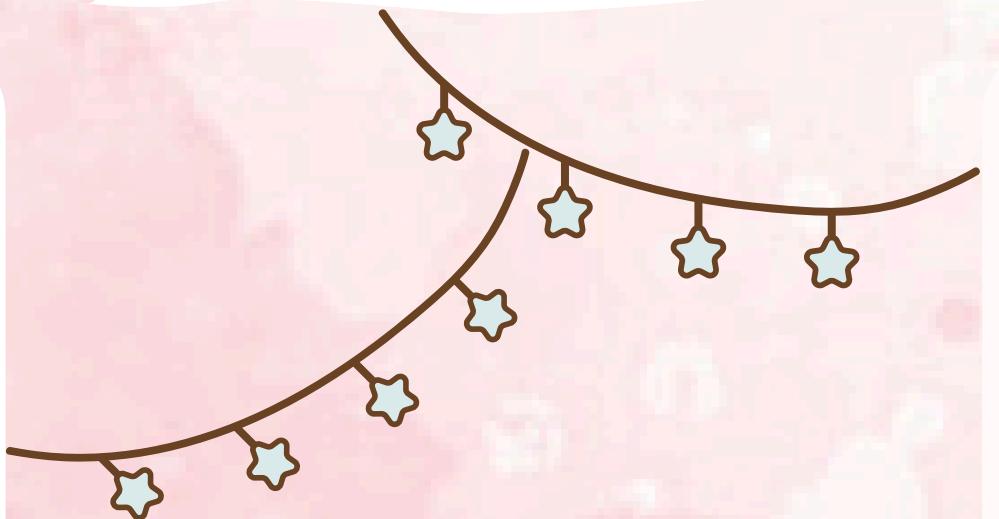


Targeting

الأمهات في محافظة مطروح
واللاتي لديهم طفل او
اثنين
(عاملات، ربات منزل، بدويات)

المعلمات في محافظة
مطروح.

المؤسسات
التعليمية في
محافظة مطروح
(الحضانات الخاصة)





Segmentation

Demographic:

- * العمر: من 35-25
- * الحالة الاجتماعية: متزوجات لديهن أطفال من 3-7 سنوات.
- * المستوى التعليمي: جامعي او فوق.
- * الوظيفة: تعمل او ربة منزل.
- * الدخل: متوسط إلى فوق المتوسط.



Geographic:

- * الشراء اون لاين في محافظة مطروح.



Psychographic:

- * تفضل المنتجات التي تنمى مهارات أطفالها بأقل جهد.
- * توفير وقت للتواصل الفعال بينها وبين أطفالها.



Behavioral:

- * تعتمد على السوشIAL ميديا في البحث عن المنتجات الجديدة.
- * يفضلن التسوق عبر الإنترنـت.
- * تبحث عن بدائل للألعاب الـلـكتـرونـية.
- * تفضل المنتجات الآمنة ذات الجودة العالية والتي يمكن إعادة استخدامها أكثر من مرـة.
- * تنجذب للعروض والهدايا المجانية.

Strategy:

- * نشر محتوى عن أهمية اللعب التفاعلي في تنمية مهارات الأطفال.
- * تقديم عروض ترويجية "اشترى منتجًا واحصل على هدية لطفلك".
- * نشر فيديوهات على Instagram و TikTok عن كيفية استخدام الوسائل التعليمية والترفيهية.

Segmentation

Demographic:

- * العمر: من 45-25
- * الحالة الاجتماعية: متزوجة او غير.
- * المستوى التعليمي: جامعي او فوق الجامعي.
- * الوظيفة: معلمة رياض اطفال.
- * الدخل: متوسط إلى مرتفع.



Geographic:

- * الشراء اون لاين في محافظة مطروح.

Psychographic:

- * تبحث عن منتجات تنمي المهارات المختلفة لدى الاطفال عن طريق التعلم باللعب.
- * تبحث عن وسائل باؤفكار ابداعية مرتبطة بالمنهج لجعل وقت الدرس سهل وممتع وتفاعلی.

Behavioral:

- * تعتمد على السوشیال میدیا في البحث وتسوق المنتجات .
- * تفضل المنتجات التفاعلية التي تبسيط المعلومات.
- * تفضل المنتجات الآمنة والتي يمكن استخدامها أكثر من مرة .
- * تنجذب للعروض والهدايا المجانية.

Strategy:

- * تقديم خصومات لمعلمي رياض الاطفال لزيادة فرص الشراء.
- * نشر فيديوهات على Instagram و TikTok عن كيفية استخدام المنتجات أثناء الدرس كتسهيل للشرح او كتطبيق تربوي للأطفال.

Segmentation

Demographic:

- * الحضانات الخاصة.
- * المدارس التي بها مرحلة رياض أطفال.



(المؤسسات التعليمية)

Geographic:

- * الشراء اون لاين في محافظة مطروح.



Psychographic:

- * تبحث عن منتجات تنمي مهارات الأطفال المختلفة.
- * تفضل المنتجات الآمنة التي يمكن استخدامها أكثر من مرة.

Behavioral:

- * تعتمد على السوشيال ميديا في البحث والتسوق عن المنتجات الجديدة وآراء العملاء في هذه المنتجات.
- * تهتم بالشكل العام لجذب عدد أكبر من الملتحقين بالمؤسسة.
- * تبحث عن منتجات بأقل الأسعار وأعلى جودة.
- * تنجذب للعروض والهدايا المجانية.

Strategy:

- * نشر محتوى عن كيفية استخدام المنتجات لتسهيل الشرح والتفاعل.
- * تقديم خصومات على الكميات وعمل عروض خاصة للمؤسسات التعليمية.



Buyer Persona



سارة

أم ، من مطروح ،
ربة منزل ، لديها طفلان
4 سنوات و 6 سنوات.

نادية

أم ، من مطروح ،
تعمل طبيبة
لديها طفل 7 سنوات.

رهف

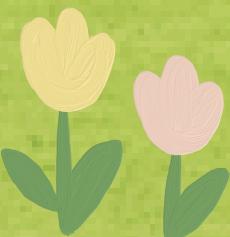
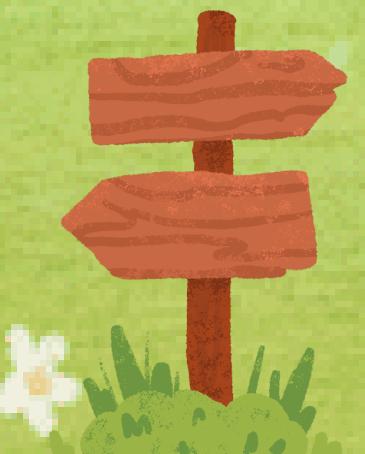
أم بدوية ، من مطروح ،
ربة منزل
لديها طفلة 3 سنوات.

أمانى

معلمة رياض أطفال ،
من مطروح ،

الفارابي

حضانة خاصة ، في
مطروح .





Hobbies

- * الطبخ.
- * السفر.
- * التسوق.
- * مشاهدة الأفلام.
- * الاعتناء بالنباتات.
- * الاستماع للموسيقى .

pain points

- * الخوف من تشتت الانتباه وضعف التركيز.
- * زيادة عدد الساعات التي يقضيها أطفالها أمام الأجهزة الالكترونية.

Goals & Needs

- * تقليل استخدام أطفالها للأجهزة الالكترونية.
- * تعليم أطفالها من خلال اللعب بوسائل تعليمية وترفيهية آمنة.
- * تنمية مهارات أطفالها المختلفة مثل (حل المشكلات - التفكير الابداعي - مهارات التواصل اللغوية والحركية).

Barriers

- * صعوبة ايجاد وسيلة تعليمية آمنة وترفيهية ممتعة في نفس الوقت.
- * قلة الخيارات المتوفرة ذات الجودة العالية والسعر المناسب.
- * القلق بشأن المصداقية من حيث (الوقت المتفق عليه - اختلاف المنتج في الحقيقة عن الصور المعروضة).
- * الأسعار المرتفعة للوسائل التعليمية.

Online behavior

- * البحث عبر منصات التواصل الاجتماعي عن أفضل الوسائل التعليمية الترفيهية لأطفالها
- * متابعة التعليقات وآراء العملاء عن أفضل الوسائل قبل الشراء.
- * مشاهدة فيديوهات عن التعليم باللعب على TikTok.
- * شراء المنتجات المصنوعة يدوياً وأمانة على أطفالها.

Motives

- * جودة الوسائل التعليمية وآمانها على أطفالها.
- * سرعة الرد على استفساراتها عن المنتج.
- * وجود عروض وخصومات على المنتجات ذات الجودة عالية مقابل سعر مناسب.
- * المصداقية في ارسال نفس المنتج مثل الصور.
- * الالتزام بميعاد التسليم المحدد.
- * ادراج وصف لكيفية استخدام المنتج.
- * الاهتمام بخدمة ما بعد البيع.

Background & Demographics

- * العمر: 30
- * المهنة: ربة منزل.
- * الموقع: مطروح.
- * الحالة الاجتماعية: متزوجة، أم لطفلان (4 سنوات و 6 سنوات).
- * الاهتمامات: التربية الحديثة، تنمية مهارات أطفالها من خلال وسائل تعليمية وترفيهية آمنة.
- * اللغة: العربية، الإنجليزية
- * الجنس: أنثى
- * التعليم: جامعي



persona name

سارة

Website

- * Facebook.
- * Instagram.
- * TikTok.



Hobbies

- * القراءة.
- * الطبخ.
- * التسوق.
- * الخياطة.
- * حضور معارض وندوات.
- * متابعة قنوات تعليمية على منصات التواصل المختلفة.

pain points

- * الخوف من التوحد و صعوبات التعلم وتشتت الانتباه وضعف التركيز.
- * زيادة عدد الساعات التي يقضيها طفلها أمام الأجهزة الالكترونية مما قد يتسبب في ضعف التواصل الاجتماعي وقد تصل إلى التوحد.

Goals & Needs

- * تقليل استخدام طفلها للأجهزة الالكترونية.
- * تعليم طفلها بوسيلة تعليمية وترفيهية ممتعة في نفس الوقت.
- * إستثمار وقت طفلها في أنشطة تفاعلية لتنمية مهاراته المختلفة للحفاظ على صحته النفسية والتواصل والتفكير الابداعي وحل المشكلات وخاصةً انه طفل وحيد.

Barriers

- * صعوبة ايجاد وسيلة تعليمية آمنة بجودة عالية وسعر مناسب.
- * القلق بشأن المصداقية من حيث (الوقت المتفق عليه - اختلاف المنتج في الحقيقة عن الصور المعروضة).
- * ارتفاع المترفة للوسائل التعليمية.
- * القلق من ان الوسيلة لن تلبي الغرض منها.

Online behavior

- * تعتمد على تجارب حقيقية للمحيطين بها عن المنتج
- * تركز على أدق التفاصيل التي تخص المنتج من حيث (الخامات - الجودة-السعر)
- * تبحث عبر الانترنت عن المنتجات المصنوعة يدوياً والأمنة على طفلها.

Motives

- * ايجاد الكثير من التجارب الايجابية للمنتجات من العملاء الفعليين
- * سرعة الرد على استفساراتها
- * شرح تفاصيل استخدام كل منتج وتوضيح الهدف منه .
- * ايجاد وسائل تعليمية وترفيهية في نفس الوقت بجودة عالية وسعر مناسب.
- * تقديم عروض وخصومات .
- * التسليم في اقرب وقت.
- * خدمة ما بعد البيع.

Background & Demographics

- * **العمر:** 32
- * **المهنة:** طبيبة.
- * **الموقع:** مطروح.
- * **الحالة الاجتماعية:** متزوجة، أم طفل (7 سنوات).
- * **الاهتمامات:** التربية الحديثة، تنمية مهارات أطفالهم
- * **اللغة:** العربية، الإنجليزية
- * **الجنس:** أنثى
- * **التعليم:** فوق الجامعي
- * **الدخل:** 7000



persona name

نادية

Website

- * Facebook.
- * Instagram.



Hobbies

- * التطريز.
- * قراءة القصص والحكايات.
- * الطبخ.
- * الرسم.

pain points

- * صعوبة العثور على الوسائل التعليمية والترفيهية التي تجمع بين المتعة والفائدة والقيم البدوية.
- * القلق بشأن تأثير الشاشات الالكترونية على نمو ابنتها وتطورها.
- * التكلفة العالية لبعض الكتب والوسائل التعليمية.

Goals

- * تعزيز القيم والعادات البدوية وتنمية مهاراتها ابنتها من خلال الكتب التفاعلية والقصص التعليمية التي تتناول التراث البدوي.
- * توفير انشطة ترفيهية تعليمية ممتعة بعيد عن الشاشات الالكترونية.
- * الحصول على المنتجات بجودة عالية وسعر مناسب.

Barriers

- * قد تحتاج دعم وتوجيه لاختيار الكتب والوسائل التعليمية والترفيهية المناسبة لابنتها.

Online behavior

- * تبحث عن موقع والمتاجر الالكترونية التي تقدم مجموعة من الكتب التفاعلية والوسائل التعليمية.
- * تفضل الموقع التي تقدم عروض وخصومات.
- * تهتم بآراء العملاء لتأكد من جودة المنتج.
- * تنضم لمجموعات على وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة الخبرات والتوصيات مع الأمهات الآخريات.

Motives

- * توفير افضل فرص تعليمية وترفيهية لابنتها.
- * تنمية مهارات ابنتها واعدادها لمستقبل افضل.
- * الحفاظ على العادات البدوية من خلال قصص وصور شيقية تجذب انتباه طفلتها.
- * قضاء وقت ممتع ومفید مع ابنتها من خلال مشاركتها اللعب بالوسائل التعليمية والترفيهية.

Background & Demographics

- * **العمر:** 25
- * **المهنة:** ربة منزل.
- * **الموقع:** مطروح.
- * **الحالة الاجتماعية:** متزوجة، أم بدوية لطفلة 3 سنوات.
- * **اهتمامات:** التربية الحديثة، تنمية مهارات أطفالهم، الأنشطة المنزلية، تعليم الأطفال
- * **اللغة:** العربية
- * **الجنس:** أنثى
- * **التعليم:** جامعي



persona name

رهف

Website

- * Facebook.
- * Instagram.
- * TikTok.



Hobbies

- * القراءة.
- * الاطلاع على احدث الاساليب التعليمية.
- * حضور ورش عمل ودورات تدريبية.
- * السفر.
- * الاعتناء بالنباتات.
- * الاستماع للموسيقى.

pain points

- * ضيق وقت النشاط مع الاطفال.
- * وجود فروق فردية بين الاطفال تحتاج لوسائل متنوعة لتوصيل نفس المفهوم.

Goals & Needs

- * توفير الوقت والجهد في الشرح.
- * تسهل عملية الشرح وتوصيل المعلومات بشكل مبسط للأطفال.
- * تنمية مهارات الأطفال من وسائل تعليمية متنوعة وممتعة وآمنة على الأطفال لأنها مؤمنة بالعلم باللعب.
- * تحسين نواتج التعلم من خلال التطبيق العملي التفاعلي.

Barriers

- * صعوبة العثور على وسائل تعليمية تفاعلية تجمع بين المتعة والفائدة وتناسب احتياجات الأطفال.
- * التكلفة العالية لبعض الوسائل التعليمية.
- * صعوبة ايجاد منتجات ذات جودة عالية وسعر مناسب.

Online behavior

- * تبحث بإستمرار عبر منصات التواصل الاجتماعي عن وسائل تعليمية متنوعة ومناسبة للأطفال سن 4 لـ 7 سنوات.
- * تفضل المواقع التي تقدم عروض وخصومات.
- * تزور مجموعات وصفحات لتبادل الخبرات مع المعلمات الآخريات.
- * تفضل المواقع التي تعرض تفاصيل المنتج وصورته على الطبيعة.

Motives

- * ايجاد وسائل مناسبة تجمع بين التعلم واللعب.
- * توفير الوقت والجهد في عمل الوسائل.
- * وجود عروض وخصومات مناسبة.
- * ان الوسيلة التعليمية تجمع بين اكثر من هدف او مفهوم.
- * ايجاد وسائل تعليمية وترفيهية جذابة وتفاعلية تساعد الأطفال على التطبيق العملي.

Background & Demographics

- * **العمر:** 27.
- * **المهنة:** معلمة رياض أطفال.
- * **الموقع:** مطروح.
- * **الحالة الاجتماعية:** غير متزوجة.
- * **الاهتمامات:** التربية الحديثة، تنمية مهارات الأطفال.
- * **اللغة:** العربية، الإنجليزية
- * **الجنس:** أنثى
- * **التعليم:** جامعي
- * **الدخل:** 6000



persona name

أمانى

Website

- * Facebook.
- * Instagram.
- * TikTok.



Hobbies

*الاطلاع المستمر على اساليب التعليم والتربيه الحديثة لتطوير المؤسسه باستمرار.

pain points

*وجود الفروق الفردية بين الاطفال وتنوع قدراتهم واحتياجاتهم .
*الحاجه الى كميات كبيرة من الوسائل التعليمية والترفيهية للأطفال في وقت قصير.

Goals

*تجهيز الحضانة بوسائل تعليميه وترفيهية للأطفال مما يجذب انتباه اكبر عدد من اولياء الامور لالتحاق اطفالهم بالمكان.
*تنمية مهارات الاطفال عن طريق الوسائل التعليمية والترفيهية المختلفة بشكل آمن و ممتع .
*تحقيق التميز في تقديم الخدمات التعليمية والترفيهية للأطفال.

Barriers

*حدودية الميزانية المخصصة للوسائل التعليمية.
*صعوبة الحصول على كميات كبيرة من الوسائل التعليمية والترفيهية المتنوعة في وقت مناسب.
*قلة جودة المنتجات مقابل السعر.

Online behavior

*تبحث عن الموقع والمتاجر الالكترونية التي تقدم مجموعة متكاملة متنوعة من الوسائل التعليمية وتكون مصاحبة بعروض وخصومات.
*تتابع آرآر العملاء عن جودة الوسائل التعليمية قبل الشراء.
*تبحث عن موردين يقدمون منتجات عالية الجودة بكميات كبيرة واسعار تنافسية.

Motives

*بناء سمعة طيبة للمؤسسة التعليمية.
*تحقيق الربح من خلال جذب أكبر عدد من الاطفال الملتحقين.
*الرغبة في توفير أفضل فرص تعليم وترفيه للأطفال.
*إيجاد عروض وخصومات على الكميات.
*منتجات ذات جودة عالية وسعر مناسب.
*خدمة شحن فوري أو مجاني.

Background & Demographics

*نوع المؤسسة التعليمية: حضانه خاصة للأطفال عمر 3 ل 6 سنوات الموقع : مطروح.
*الرؤية والرسالة: نسعى الى توفير بيئه تعليمية محفزة للأطفال من خلال إتباع الاستراتيجيات الحديثة في التعلم باللعب والأنشطة التفاعلية.

-تأسيس الأطفال وتنمية مهاراتهم المختلفة وقدراتهم للالتحاق بالمرحلة التعليمية التالية.



persona name

الفارابي

Website

- *Facebook.
- *Instagram.
- *TikTok.

Marketing Mix

7 P's

5 S's



7P's

Promotion

- * اعلانات مدفوعة على مواقع التواصل الاجتماعي تستهدف المعلمات والمهارات بمطروح.
- * خصومات للمؤسسات التعليمية على الكميات.
- * ضمان على بعض منتجاتنا يصل الى شهر.
- * عروض موسمية مثل العودة للمدارس والمناسبات.

Place

- * البيع عبر الانترنت داخل محافظة مطروح ، من خلال موقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك - انستجرام - تيك توك).
- * التوزيع من خلال متاجر الالعاب والمكتبات لعرض منتجاتنا.
- * التعاون مع الحصانات والمدارس لعرض المنتجات.

Price

- * تحديد أسعار تنافسية.
- * تقديممجموعات متنوعة من الوسائل ومعها هدية بسيطة.

Product

- * وسائل تعليمية وترفيهية للأطفال من عمر (3-7) سنوات مثل (بطاقات - قصص - لوحات - ألعاب - كتب) تفاعلية مصنوعة من مواد آمنة صديقة للبيئة.
- * تصميمات جذابة بألوان زاهية.

People

- * فريق مكون من 6 افراد * منهم من يهتم بخدمة العملاء وتقديم كل الردود الواافية حول المنتجات من حيث (الهدف - الخامدة - السعر - المواصفات - المقاس - الالوان - الصور - كيفية الاستخدام - التوصيل)
- * ومنهم من يهتم بصنع الوسائل التعليمية يدوياً.
- * ومنهم مسؤول عن المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي.

Physical Evidence

- * تصميم جذاب للمنتج مع تغليف عالي الجودة .
- * وجود بطاقة تعريف بالمنتج وكيفية استخدامه.
- * تحسين تجربة العملاء عبر مراجعات ايجابية من آراء العملاء السابقين

Process

- * سهولة الطلب عبر الانترنت مع دعم فنى سريع .
- * شحن و توصيل داخل مطروح .
- * تجربة شراء سلسة مع وسيلة دفع مرنة .



Sizzle

*استخدام فيديوهات توضح كيفية استخدام المنتجات بطريقة سهلة وبسيطة.

*إنشاء مسابقات وتحديات تعليمية على وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التفاعل .

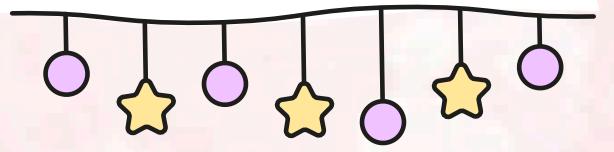
Save

*توفير خصومات على الطلبات لكميات المؤسسات التعليمية .
*تقديم عروض حصرية للعملاء المميزين.

Speak

*إنشاء محتوى جذاب لشرح أهمية الوسائل التعليمية للأطفال وتشجيع الامهات على الشراء.
*نشر التعليقات الايجابية

5S's



Sell

*منصة بيع إلكترونية عبر الفيس بوك والнстجرام.

*حملات اعلانية موجهة للامهات والمعلمات والمؤسسات التعليمية في مطروح.

Serves

*تصميم وتنفيذ وسائل تعليمية وترفيهية لتنمية مهارات الأطفال المختلفة
*تقديم استشارات مجانية للامهات لإختيار الوسائل التعليمية المناسبة لعمر طفلها
*دعم سريع من خلال سرعة الرد على رسائل واستفسارات العملاء.



strategy

- بناء وزيادة التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي.
- نشر محتوى تفاعلى بانتظام و استخدام الهاشتاج.
- زيادة المتابعين وتحقيق المبيعات عبر الاعلانات المدفوعة .
- اطلاق حملات تستهدف الامهات والمعلمات من Instagram , meta ads, Facebook
- انشاء عروض لفترة محدوده .
- تحفيز العملاء بنشر آراء المستخدمين وتجاربهم.
- تحسين البريد الالكتروني
- تحسين محركات البحث
- قياس الاداء وتحسينه باستمرار.



Digital platform

Tactics

Facebook

<https://www.facebook.com/share/1VZUECQYms/>

Instagram

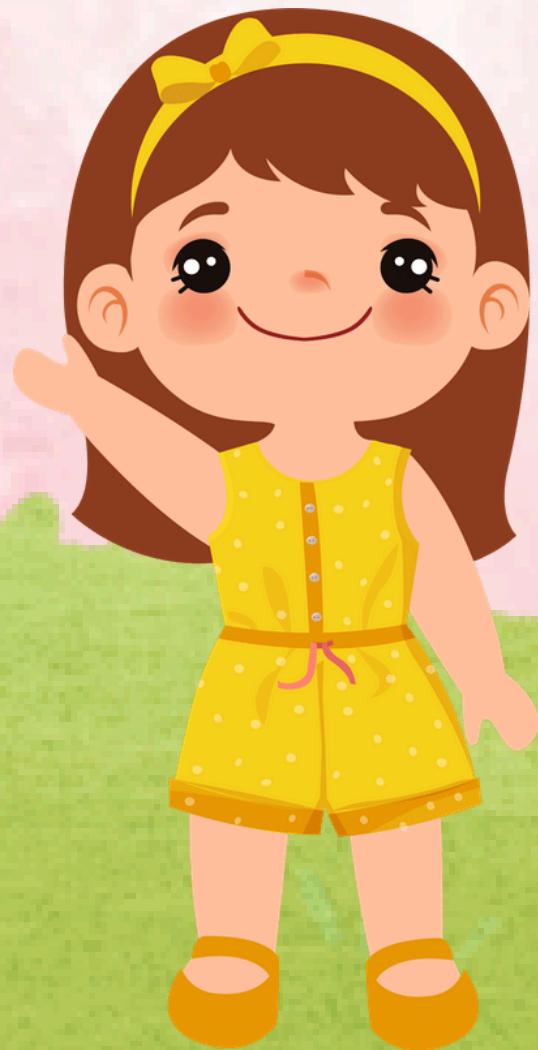
<https://www.instagram.com/queen of crafts88?igsh=MWtocW5jM3d3ZnoyMA==>

Tiktok

<https://www.tiktok.com/@queenofcrafts0? t=ZS-8utmbCruWTo& r=1>

Website

<https://sites.google.com/view/queencrafts?usp=sharing>



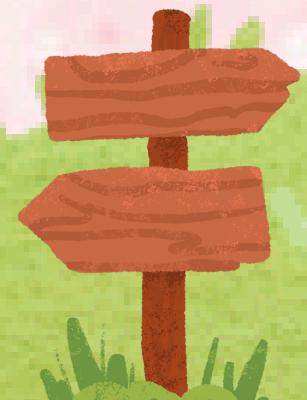


key words





Volume



Requirements

استبيان مع الفنان المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>





Requirements

استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>



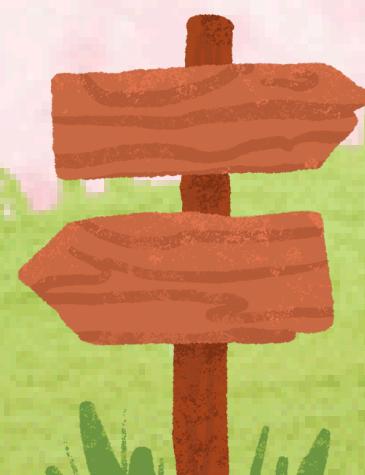


Requirements



Content calendar

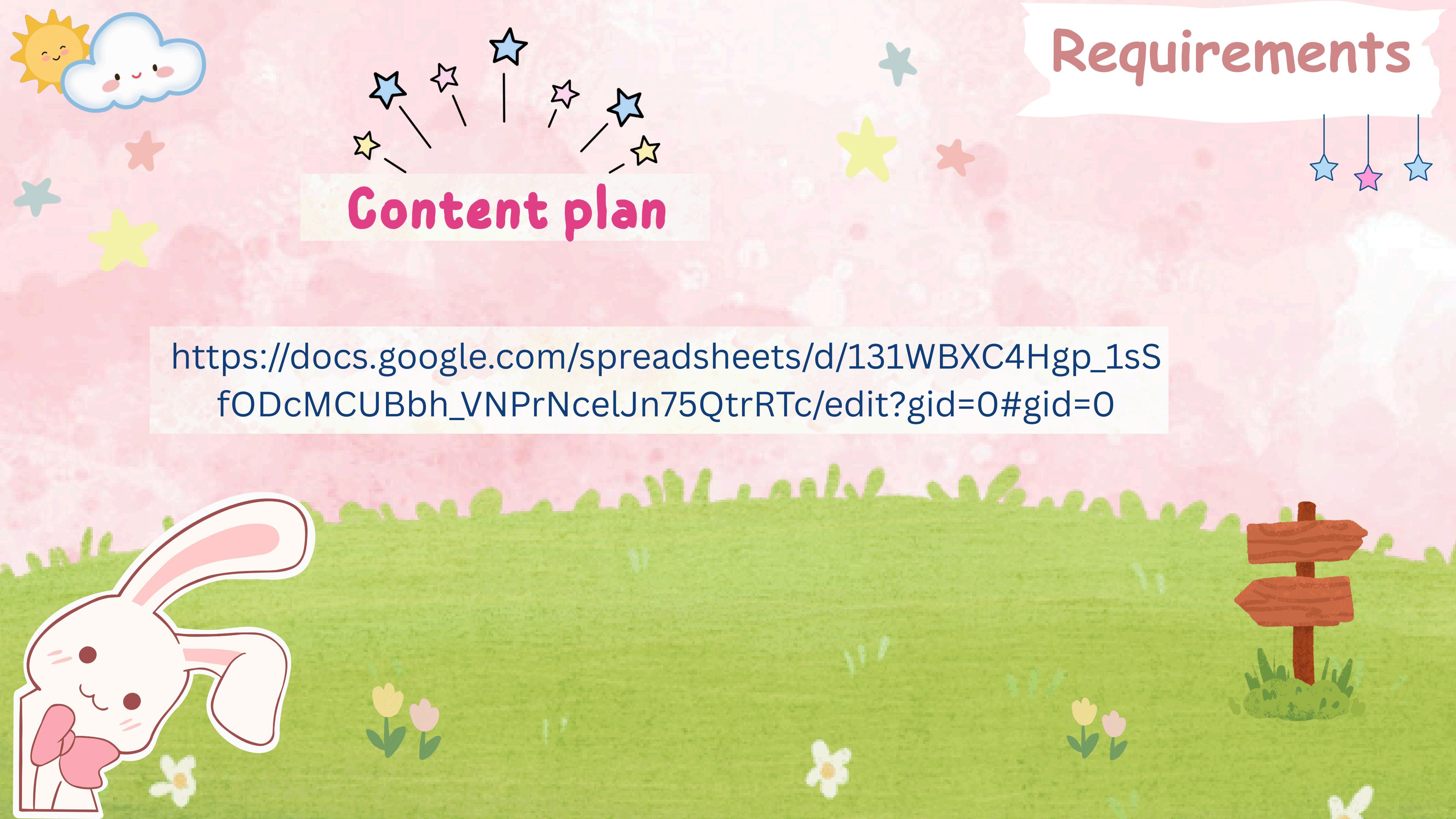
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1kuuluc9V7wCgAS_ZXhHefNqLUVnjPWq312H6J1m_4ns/edit?usp=sharing



Requirements

Content plan

https://docs.google.com/spreadsheets/d/131WBXC4Hgp_1sSfODcMCUBbh_VNPrNcelJn75QtrRTc/edit?gid=0#gid=0

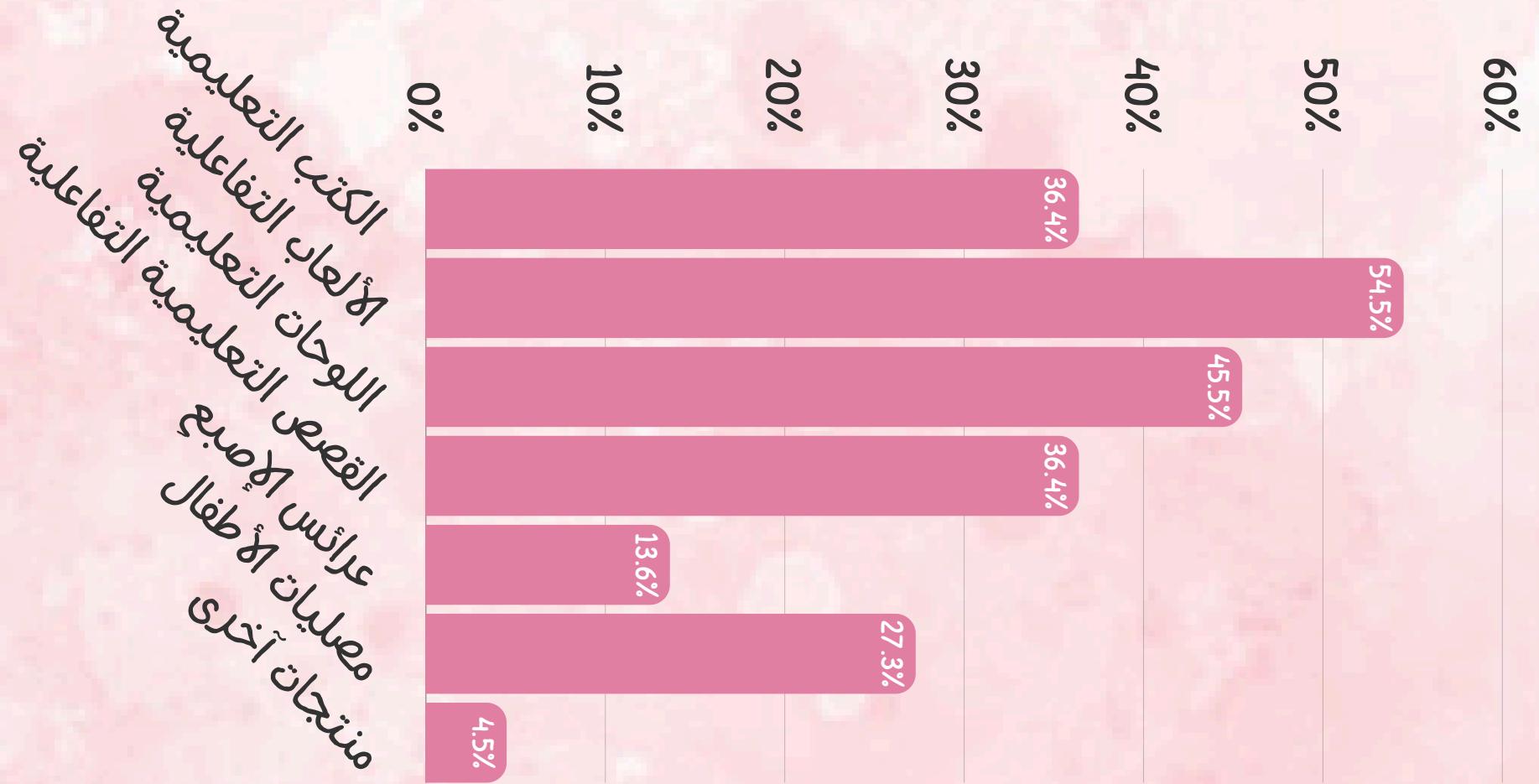


استبيان مع الفنان المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

مانوع المنتجات التعليمية التي قمت بشرائها من ؟

- الكتب التعليمية.
- الألعاب التفاعلية.
- اللوحات التعليمية.
- القصص التعليمية التفاعلية.
- عرائس الأصبغ.
- معلبات أخرى طفال.
- منتجات أخرى.



22 responses

استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

ما أكثر نوع من المنتجات أعجبتك ؟



- الكتب التعليمية.
- الألعاب التفاعلية.
- اللوحات التعليمية.
- القصص التعليمية التفاعلية.
- عرائس إلصبع.
- مصليات الأطفال.
- منتجات أخرى.

22 responses

القصص التعليمية التفاعلية

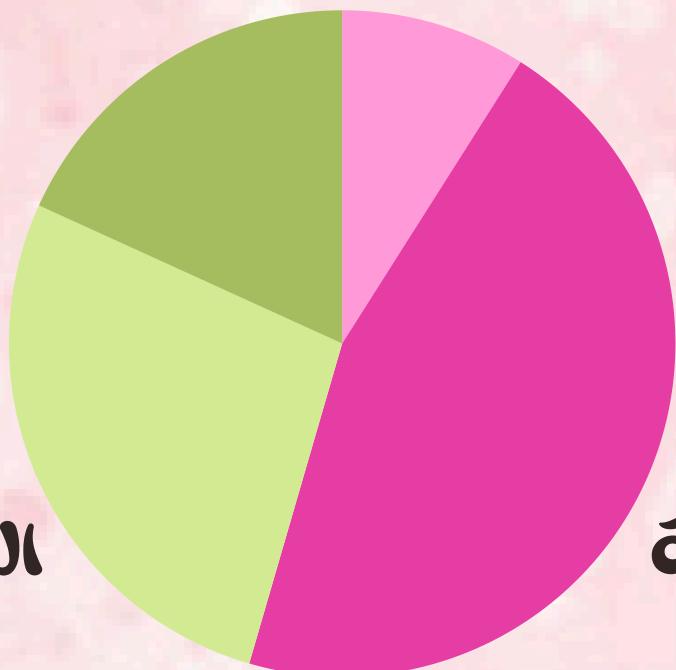
18.2%

اللوحات التعليمية

27.3%

الألعاب التفاعلية

45.5%



استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

ما أكثر منتج شعرت انه نافع لطفلك بشكل ملحوظ؟



- الكتب التعليمية.
- الألعاب التفاعلية.
- اللوحات التعليمية.
- القصص التعليمية التفاعلية.
- عرائس الإصبع.
- مصليات الأطفال.
- منتجات أخرى.

22 responses

الكتب التعليمية اللوحات التعليمية

13.6%

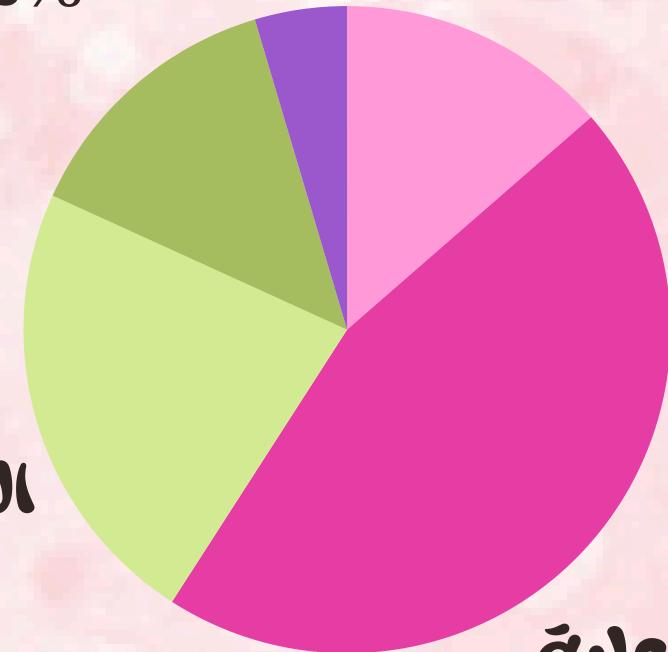
13.6%

القصص التعليمية التفاعلية

22.7%

الألعاب التفاعلية

45.5%



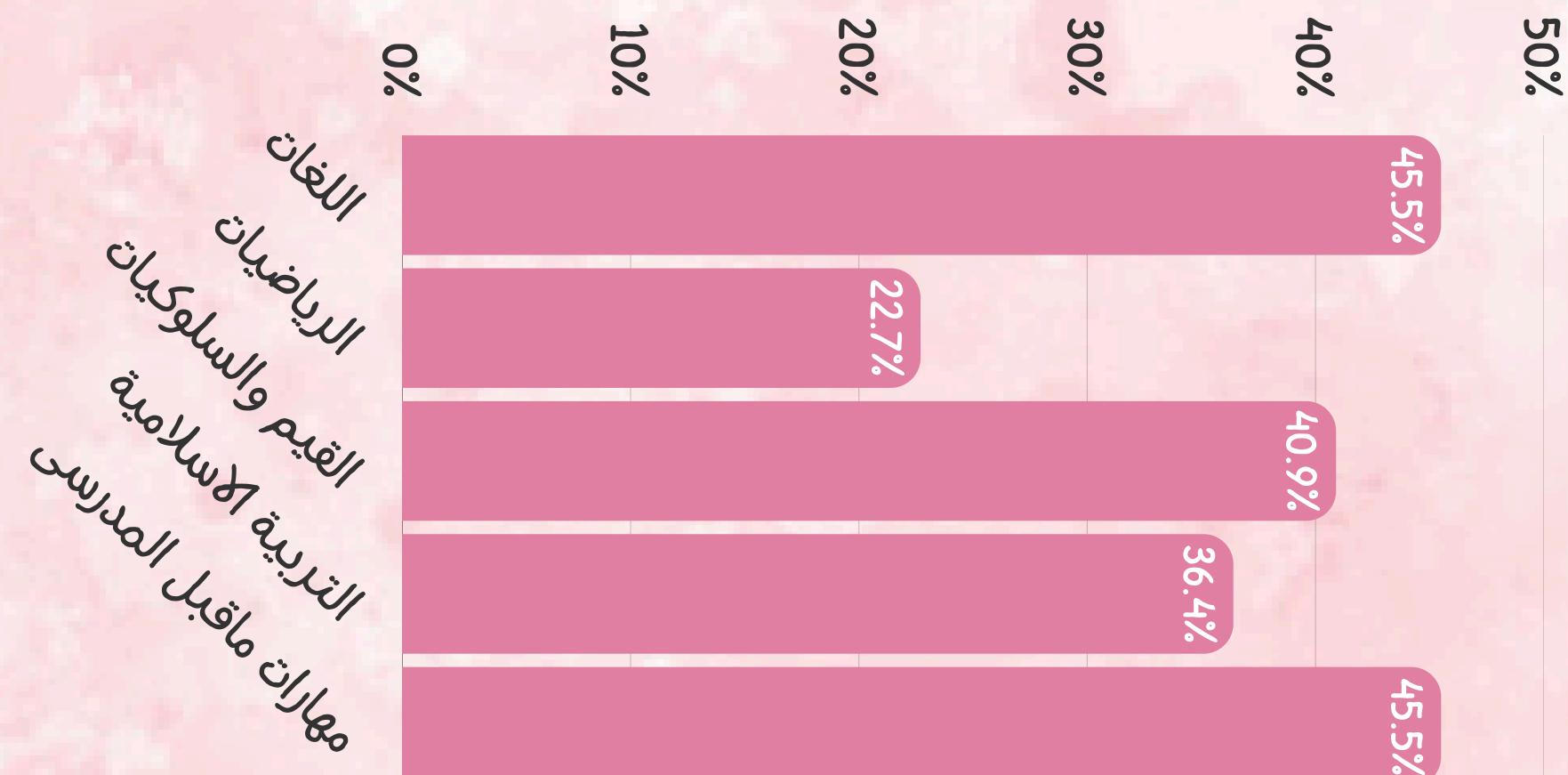
استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

ما هي المواضيع أو المهارات التي تفضل أن نوفر عنها وسائل تعليمية أكثر؟

- اللغات.
- الرياضيات.
- القيم والسلوكيات.
- التربية الإسلامية.
- مهارات ما قبل المدرسة.

22 responses



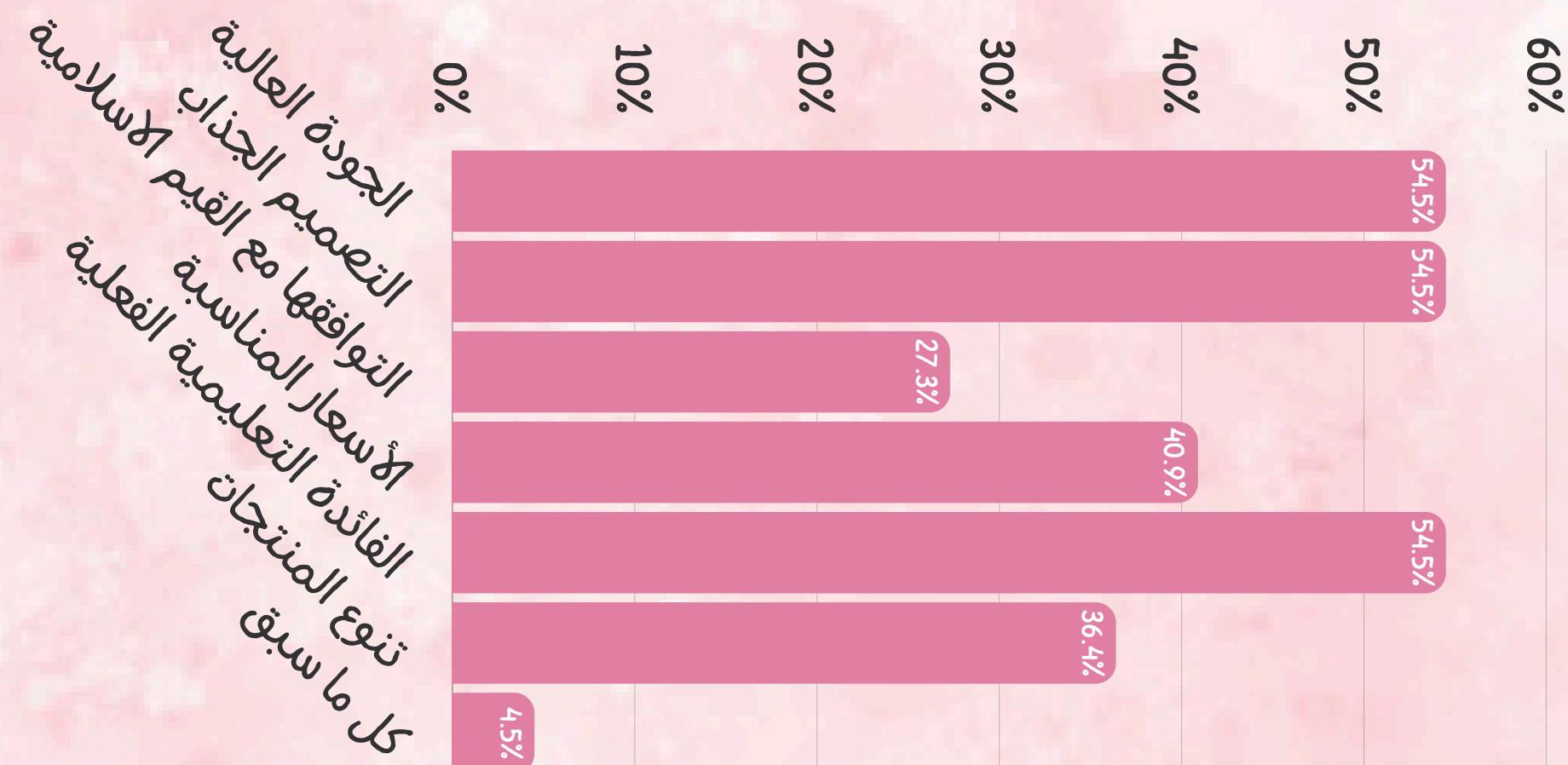
استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQgi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

في رأيك ، ما الذي يميز منتجاتنا عن غيرها ؟

- الجودة العالية.
- التصميم الجذاب.
- التوافقها مع القيم الاسلامية.
- الأسعار المناسبة.
- الفائدة التعليمية الفعلية.
- تنوع المنتجات.
- كل ما سبق

22 responses



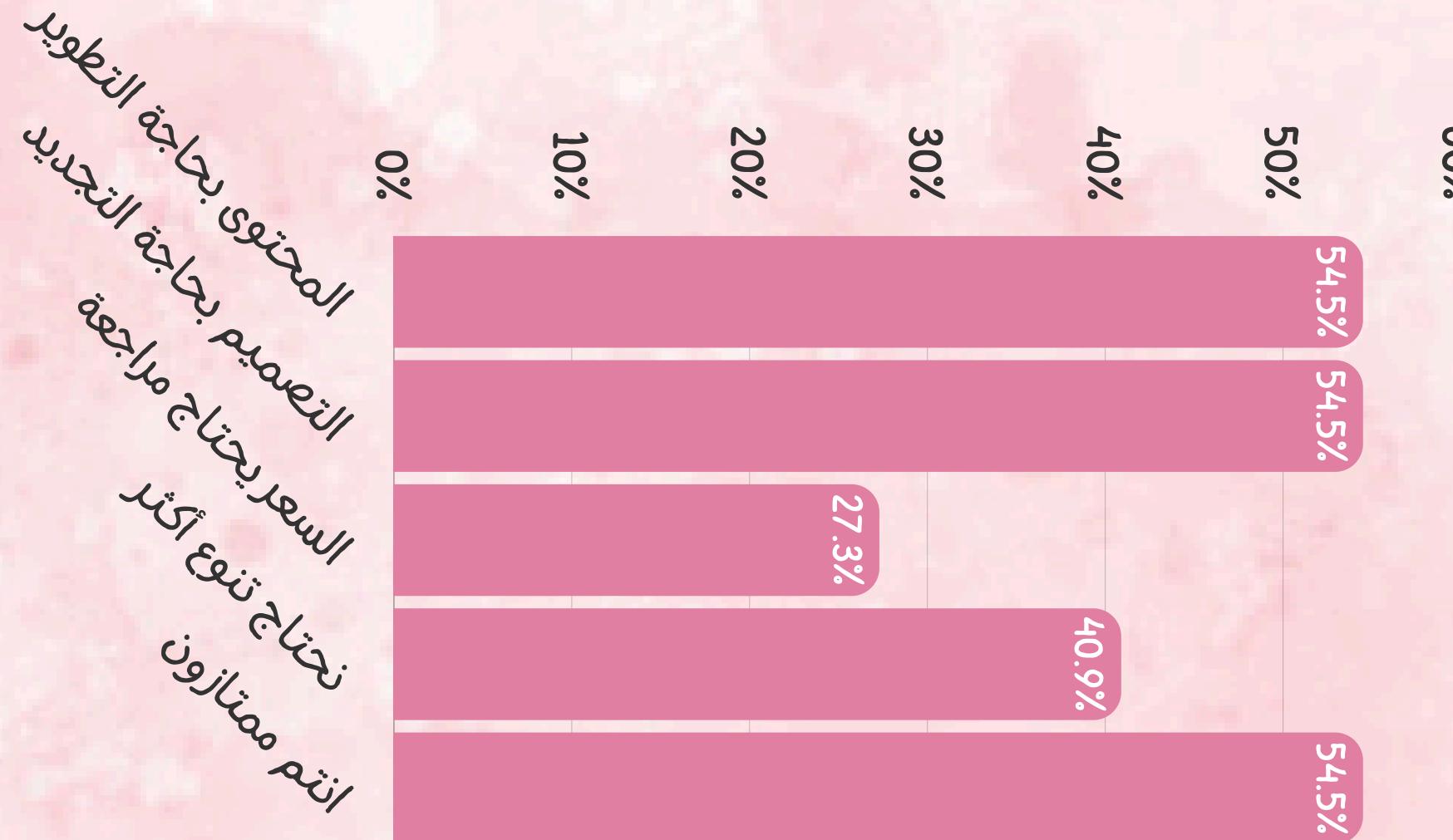
استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

هل ترى أن هناك شيئاً يمكننا تطويره في منتجاتنا؟

- نعم، المحتوى بحاجة للتطوير.
- نعم، الشكل والتصميم بحاجة لتجديد.
- نعم، السعر يحتاج مراجعة.
- نعم، نحتاج تنوع أكثر.
- لا، انتم ممتازون.

22 responses



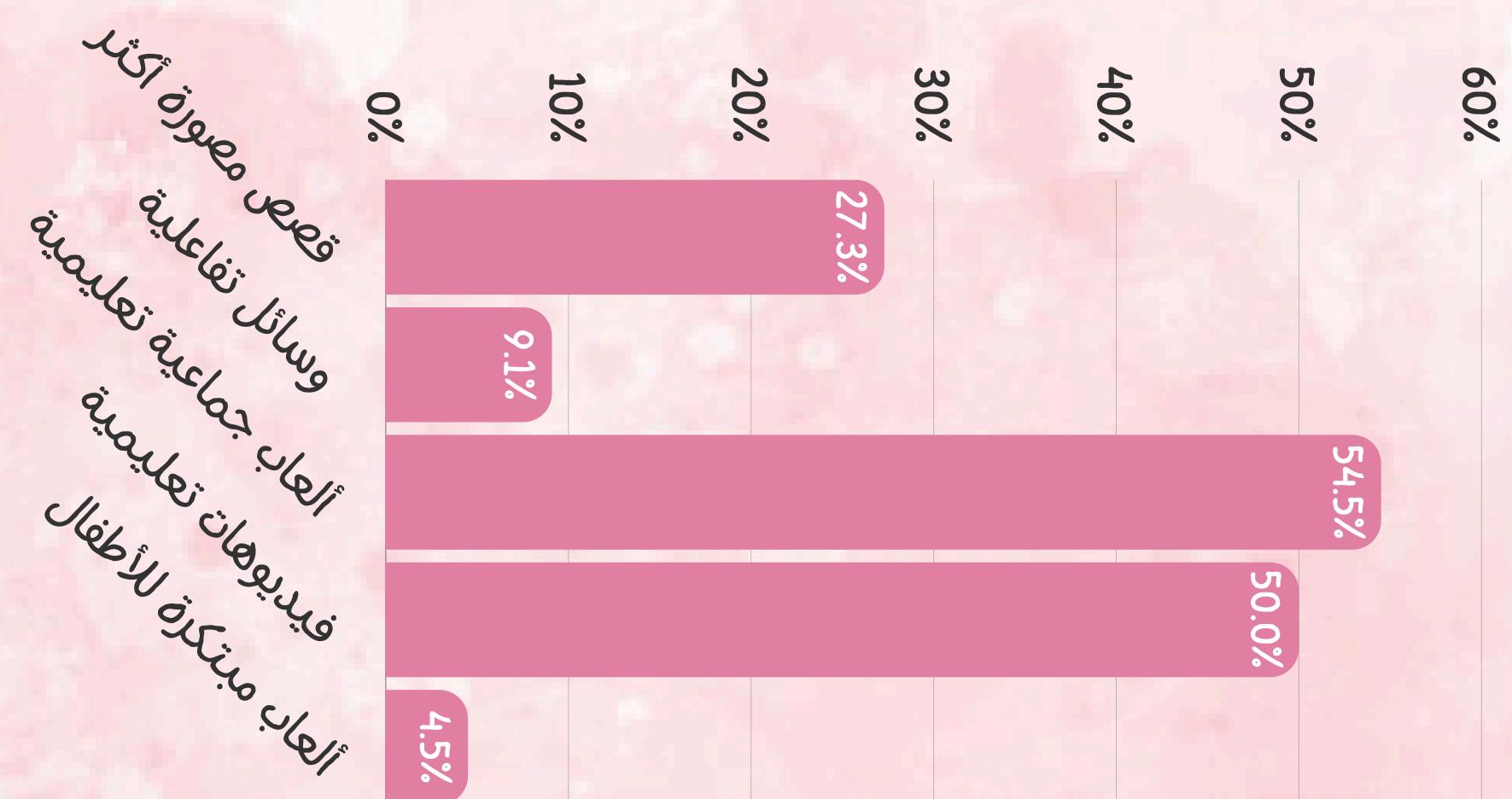
استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

ما نوع الوسائل التعليمية الجديدة التي تمنى أن نبدأ في تقديمها؟

- قصص مصورة أكثر.
- وسائل تفاعلية.
- ألعاب جماعية تعليمية.
- فيديوهات تعليمية.
- ألعاب مبتكرة للأطفال.

22 responses



استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqi67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

كيف تقيم تجربتك العامة معنا؟



- ممتازة.
- جيدة جداً.
- جيدة.
- مقبولة.
- غير مرضية.

22 responses



استبيان مع الفئات المستهدفة لفهم احتياجات المستخدمين

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ACIAi36ayaNAcR8KDOXNpfZYWjfQqj67uRgKS22p4Kw/edit?gid=1169889603#gid=1169889603>

هل تصح الآخرين بمنتجانا؟



- نعم، بسبب الجودة والفائدة.
- نعم، بسبب الأسعار المناسبة.
- نعم، بسبب إهتمامكم بالقيم.
- لا، لأن هناك نقاط ضعف.

22 responses



نعم، بسبب الأسعار المناسبة

13.9%



نعم، بسبب الجودة والفائدة والفائدة

79%

