**خطة عمل مشروع**

**تطبيق NutriClick**

**شعار العلامة التجارية**

**“Pending”**

**إسم صاحب\ة المشروع: ريم عباسي، نزار الصاوي، معن خباص**

**الاسم التجاري للمشروع: NutriClick**

**العنوان: NA**

**رقم الهاتف: NA**

**الموقع على الإنترنت أو الصفحة على مواقع التواصل الإجتماعي:NA**

**بريد الكتروني: NA**

1. **الملخص التنفيذي**

**NutriClick” “** تطبيق ذكي يتناسب مع البيئة الفلسطينية خاصة ومنطقة الشرق الأوسط عامة، يستهدف الأفراد ممن يسعون لتحسين نمط حياتهم؛ يوفّر التطبيق تجربة خاصة لكل مستخدم بحيث يعمل على تقييم الوضع التغذوي للمستخدم وتحديد أهداف صحيّة وتغذويّة لتعزيز صحته. في ظل ارتفاع معدلات الإصابة وعوامل الخطورة المرتبطة بالأمراض المزمنة **في فلسطين، حيث أكثر من نصف الوفيات في الضفة الغربية تعود إلى الأمراض المزمنة بالإضافة إلى أن معدّلات زيادة الوزن والسمنة ارتفعت خلال العقدين الماضيين بنسبة 10% لتصل إلى متوسط يفوق المعدّلات الإقليمية والعالمية، كما وكانت الخمول البدني وأنماط الغذاء غير الصحية الصفات السائدة على أنماط الحياة في المجتمع المحلي، وارتفاع تكلفة العناية الطبية التقليدية مما توجّب إيجاد حل ذكي، سهل الوصول والاستخدام وفي متناول جميع فئات المجتمع عبر توظيف التكنولوجيا الحديثة** يهدف إلى تحسين صحة الأفراد وجودة حياتهم. NutriClick تطبيق سهل الاستخدام يعزّز قدرة الفرد على اتباع أنماط الحياة الصحيّة وبالتالي التقليل من خطر الإصابة بالأمراض المزمنة.

1. **وصف العمل**

* وصف عام للمشروع وطبيعة العمل:

تطبيق ذكي يتناسب مع البيئة الفلسطينية خاصة ومنطقة الشرق الأوسط عامة، يوفّر تجربة خاصة لكل مستخدم بحيث يعمل على تقييم الوضع التغذوي للمستخدم وتحديد أهداف صحيّة وتغذويّة لتعزيز صحته.

* الرسالة:

تحسين صحة الأفراد وجودة حياتهم من خلال توفير تطبيق سهل الاستخدام يعزّز قدرة الفرد على اتباع أنماط الحياة الصحيّة وبالتالي التقليل من خطر الإصابة بالأمراض المزمنة.

* الرؤيا: يسعى NutriClick لأن يكون تطبيق منتشر في منطقة الشرق الأوسط يخدم الأفراد بمختلف احتياجاتهم الصحية المتعلقة بالتغذية.
* وصف المنتجات أو الخدمات:
* يقدّم التطبيق خططاً للنمط الغذائي المتوجب اتباعه ويقترح بدائل تغذويّة صحيّة تتناسب مع احتياجات المستخدم، واختياراته، وما يتوفر لديه من أصناف طعام. يتتبّع التطبيق الوجبات الغذائيّة التي يستهلكها المستخدم والتمارين الرياضيّة بشكل يومي مع عرض تنبيهات وتذكيرات لضمان تحقيق الأهداف الصحيّة التي تم تحديدها.
* يوفر التطبيق تجربة التواصل الاجتماعي لخلق تفاعل دائم داخل التطبيق "حلقة دعم اجتماعي".
* يوفّر التطبيق قواعد بيانات حول الأنماط الصحية والتغذوية للأفراد يمكن استخدامها في الأبحاث وتطوير قطاعات خدمات الطعام والمتاجر الصحية.
* يقدّم التطبيق منصة لمقدمي خدمات الطعام والمتاجر الصحية لعرض إعلاناتهم بما يتلائم مع احتياجات المستخدمين.
* أهم نقاط القوة والمؤهلات الموجودة لدى الشركة
* وجود قاعدة بيانات تشمل مختلف أصناف الأطعمة البسيطة والمركّبة من المطبخ الفلسطيني والشرق أوسطي.
* تنوّع فريق العمل ليضم اختصاصين في مجال التغذية والبرمجة.
* موثوقية ومصداقية المعلومات الصحيّة التي يتم تقديمها.
* الأثر الإجتماعي للمشروع
* تعزيز جودة ونمط حياة الأفراد.
* زيادة وعي وقدرة الأفراد على اتباع أنماط الحياة الصحيّة (التغذويّة والنشاط البدني).
* تحسين صحة الأفراد الجسديّة والنفسيّة.
* الأثر البيئي للمشروع
* التقليل من خطر الإصابة بالأمراض المزمنة والسمنة وزيادة الوزن.
* التقليل من استخدام العلاجات الدوائيّة المختلفة.
* التقليل من إجهاد الأنظمة الصحيّة وبالتالي التقليل من استخدام الطاقة وإنتاج المخلفات الطبيّة.
* التقليل من هدر الطعام (استهلاك الطعام الزائد).
* زيادة استخدام التكنولوجيا الحديثة في القطاع الصحي لتعزيز صحة الأفراد وتسهيل تلقي الخدمات الصحيّة.
* تحليل السوق
* **ما هي المنتجات / الخدمات التي تقدمها ؟**
* تطبيق هاتف محمول يلائم أنظمة تشغيل Android and IOS ، يقدّم التطبيق خططاً للنمط الغذائي المتوجب اتباعه ويقترح بدائل تغذويّة صحيّة تتناسب مع احتياجات المستخدم، واختياراته، وما يتوفر لديه من أصناف طعام. يتتبّع التطبيق الوجبات الغذائيّة التي يستهلكها المستخدم والتمارين الرياضيّة بشكل يومي مع عرض تنبيهات وتذكيرات لضمان تحقيق الأهداف الصحيّة التي تم تحديدها. كما ويوفّر التطبيق تجربة التواصل الاجتماعي لخلق تفاعل دائم داخل التطبيق "حلقة دعم اجتماعي" بالإضافة إلى قواعد بيانات حول الأنماط الصحية والتغذوية للأفراد يمكن استخدامها في الأبحاث وتطوير قطاعات خدمات الطعام. كما ويقدّم منصة لمقدمي خدمات الطعام والمتاجر الصحيّة لعرض إعلاناتهم بما يتلائم مع احتياجات المستخدمين.
* **ما هي قطاعات الزبائن؟**
* فئة (1): أفراد يعانون من أمراض مرتبطة بالتغذية (سمنة، زيادة بالوزن) ويرغبون بتحسين أنماطهم الغذائيّة.
* فئة(2): أفراد يتبعون أنماط غذائيّة غير صحيّة ويرغبون بتحسين أنماطهم الغذائيّة.
* فئة (3): أفراد يتبعون أنماط غذائيّة صحيّة ويرغبون في الاستمرار في ذلك.
* فئة (4): باحثون ومؤسسات بحثية مهتمون في المجال الصحي.
* فئة (5): مقدمو خدمات الطعام (مطاعم، كافيتيريات، جمعيات نسويّة، متاجر صحية وغيرها) تُعنى بفهم الأنماط الغذائيّة للمستهلك لتلبية احتياجاتهم.
* **ما هو الحجم الكلي للسوق؟**

|  |
| --- |
| 912468.9 " لا يوجد أدلة كفاية! |

* **كم ستكون حصتك من هذا السوق؟**

|  |
| --- |
| 9125**≈**1% |

* **التوجهات وفرص النمو في السوق المستهدف وعلاقتها بتطوير المنتج ورغبات الزبائن؟**

بناءً على الملاحظة من الميدان، فإن ازدياد إقبال الأفراد على الأدوات والمصادر-سواء الموثوقة أو غير الموثوقة-على مواقع التواصل الاجتماعي وصفحات الويب لتعزيز أنماطهم التغذوية، يشكّل فرصة لجذب هذه الفئات لاستخدام التطبيق.

* القيم البيئية المساعدة في عملية التسويق وجذب الزبائن:
* عدم توفر التطبيقات المنافسة التي تلائم البيئة المحلية.
* ارتفاع أسعار المراجعة عند عيادات التغذية (In-person، Online).

* التنافس: **"تؤجل لحين الانتهاء من برمجة التطبيق بشكل كامل"**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| العامل التنافسي | المنتج الخاص بي | نقطة قوة | نقطة ضعف | منتج المنافس الأول | منتج المنافس الثاني | الأهمية للزبون |
| المنتجات أو الخدمات |  |  |  |  |  |  |
| السعر |  |  |  |  |  |  |
| سهولة الاستخدام |  |  |  |  |  |  |
| سرعة ومرونة الاستخدام |  |  |  |  |  |  |
| الخصوصية وحفظ البيانات |  |  |  |  |  |  |
| UI |  |  |  |  |  |  |
| الدعاية والاعلان |  |  |  |  |  |  |

* الترويج:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| القناة والأدوات | الفئة المستهدفة | عدد المرات | التكلفة |
| Social media platforms + Influencers ؟ | فئة (1) + (2) + (3) | يوميّاً لمدة 3 شهور  (15000 user) | 450 $ |
| Brochures (clinic, fitness centers) | فئة (1) + (2) + (3) | على مدار العام | 150$ |
| Scientific platforms | فئة (4) | بعد سنة من إطلاق التطبيق: 1 مرة بالشهر | 100 $ |
| SEO | فئة (4) | بعد سنة من إطلاق التطبيق: 3 مرات بالسنة | 300$ |
| Phone calls and door to door marketing | فئة (5) | بعد 6 شهور من إطلاق التطبيق: 2-3 من المطاعم/ المحلات “best ranking” في كل منطقة ضمن الضفة الغربية (وسط/شمال/جنوب) | 150$ |

* التسعير:
* Research use: 0.5$ per data raw
* Ads- food market: 5$ per ad/ 2 times day
* Monthly subscription- food market: 50$
* توقعات البيع:

|  |  |
| --- | --- |
| الشهر | الكمية |
| 1 |  |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
| 5 |  |
| 6 | Food market: 5 users |
| 7 |  |
| 8 |  |
| 9 |  |
| 10 |  |
| 11 |  |
| 12 |  |
| المجموع للسنة 1 |  |
| الزيادة السنوية |  |

* المخاطر :
* تغيرات في التكنولوجيا المستخدمة:

تحديثات في البيئة البرمجية.

* تغيرات في القوانين والتشريعات الحكومية:

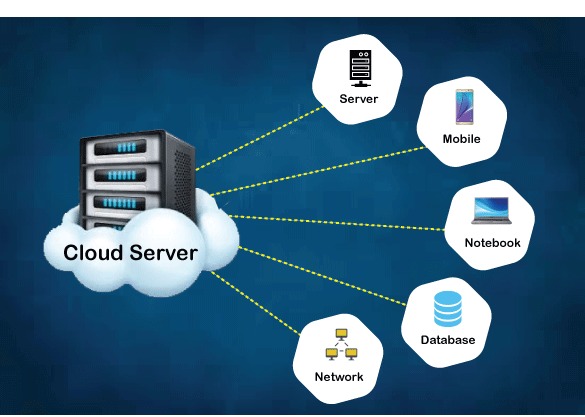
سن قوانين تمنع إطلاق تطبيقات تقدم خدمات صحية للأفراد بدون تراخيص من قبل وزارة الصحة ووزارة الاقتصاد.

* تغيرات في الاقتصاد والصناعة والبيئة:

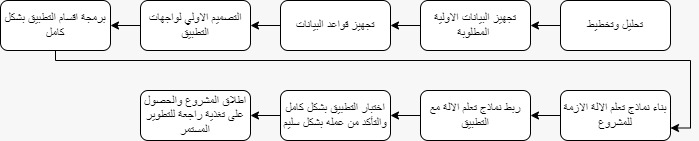
الظروف الاقتصادية، السياسية والبيئية (انقطاع انترنت، أزمات اقتصادية، حروب، أوبئة) قد تؤثر سلباً على قطاع الخدمات.

1. **التشغيل/ العمليات**

* الموقع:



* عملية الإنتاج:



* آليات ضبط الجودة:
* ضبط مصادر البيانات وصحتها وضبط كيفية استخدامها من المصدر إلى جداول البيانات من خلال المختصين وأدوات موثوقة.
* تطبيق معايير المنتج والإجراء وإدارة المخاطر والقياس من حيث بيئة البرمجة وأمن البيانات ومرونتها وضبط جودة السطور البرمجية والAPIs المرتبطة بالتطبيق.
* ضبط جودة المنتج من خلال انخفاض أو انعدام نسبة الأخطاء، سهولة الاستخدام، تطبيق صديق للمستخدم، وضبط عدم وجود فرق بين المتوقع والنتائج من خلال إجراء فحص ومن خلال التغذية الراجعة واستخدام وأسلوب إعادة هندسة الإجراءات Reengineering.
* ادارة المواد الخام:

**الفترة الزمنية التي تكفيها المواد الخام (حتى لو لم يتم شراؤها دفعة واحدة): 1 سنة**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| المادة | تكلفة الوحدة | الكمية | إجمالي القيمة |
| لاب توب | 1200 $ | 3 | 3600 $ |
| Cloud “web service” | 1200$ | 1 | 1200$ |
| اشتراك في App stores | 125$ | 1 | 125$ |
| Domain & SSL certificate | 120$ | 1 | 120$ |

* إجمالي قيمة المواد الخام:

**5045$**

* الموظفون:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| الوظيفة | العدد | المرتبات والاجور | |
| شهريا | نصف سنوي |
| Mobile developer  "+2 yrs. Mobile development experience” | 1 | 850$ | 5100$ |
| المجموع | 1 | 850$ | 5100$ |

1. **الفريق**

* فريق الإدارة
* ريم عباسي: أخصائية تغذية/ ماجستير صحة عامة حاصلة على مزاولة المهنة الفلسطينية تعمل في المجال الصحي والأبحاث الصحية منذ 2017. يتمثل دور ريم في تطوير قواعد البيانات التي يبنى عليها التطبيق، تطوير خطة إدارة البيانات الخاصة في التطبيق ومتابعتها، تقديم الفني لأعضاء الفريق المبرمجين، متابعة البيانات التي يتم الحصول عليها من المستخدمين ومعالجتها.
* نزار الصاوي: مهندس برمجيات مختص في خدمات الويب والأنظمة وإدارة قواعد البيانات، يتمثل دوره في برمجة التطبيق، ومتابعة الخطة المالية والتطويرية للمشروع.
* معن خباص: مطور برمجيات، لديه خبرة 5 سنوات في مجال البرمجة تشمل العمل على بناء وتطوير أنظمة في مجالات متنوعة مثل المتاجر الإلكترونية وأنظمة الجامعات والأنظمة الطبية. يتمثل دوره في برمجة التطبيق ومتابعة الخطة الترويجية والتطويرية للمشروع.
* هيئة المدراء/الاستشاريين
* نائل زيدان: ماجستير في علم الحاسوب مدير دائرة تكنولوجيا المعلومات في الكلية العصرية الجامعية لديه خبرة واسعة في مجال البرمجة والسيرفرات والخدمات السحابية.
* سامر أبو عيشة: صاحب شركة تعمل في مجال خدمات الاستضافة والاستضافة السحابية، لديه خبرة واسعة في مجال الخدمات السحابية وأمن المعلومات.
* فاطمة تميمي: أخصائية تغذية تعمل في المجال الكلينيكي (عيادات ومشافي) وترحب بتقديم استشارات ومساعدات مجانية لأعضاء الفريق.
* حنين سلامة: أخصائية تغذية تحمل درجة الماجستير في علم البيانات وتعمل في المجال الإحصائي وترحب بتقديم استشارات ومساعدات مجانية لأعضاء الفريق.
* الملكية
* ريم عباسي: 33.3%
* نزار الصاوي: 33.3%
* معن خباص: 33.3%
* الهيكل التنظيمي

البيانات المالية:

