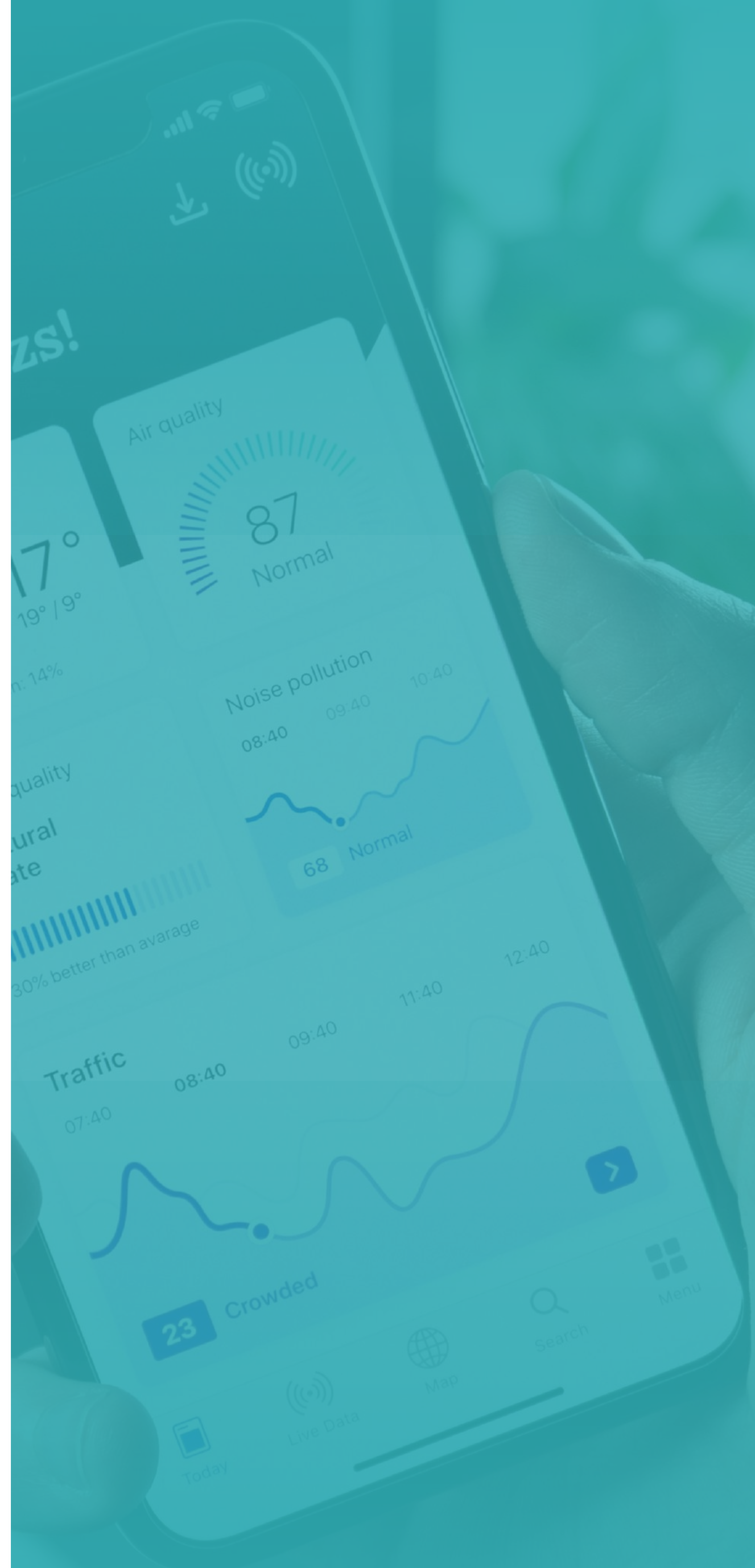


# WQW



## عناصر بناء النموذج الإستثماري لتطبيق



# نبذة موجزة

إنطلاقاً من التعريف للتجارة الإلكترونية والذي ينصب ببساطة إلى عملية أتمتة وميكنة عمليات التجارة المعتادة والاعتماد على سيناريوهات واضحة لتنفيذ هذه التجارة وبناء الأسواق الافتراضية ضمن تطبيق سهل الاستخدام من مقدمي الخدمات أو المنتجات أو شركات اللوجستيات أو العملاء.

**إن العمل على إطلاق تطبيق** متخصص والربط بين مقدمي خدمة معينة والمستفيد أو العميل في حالة التأسيس التنظيمي أو حالة الاستمرار والتطوير ورفع مستوى العمل أو الإنشاء التقني وعمليات التشغيل وتمويل بناء التطبيق . في هذه الوثيقة نستعرض المتطلبات الرئيسية لبناء النموذج الاستثماري لهذا التطبيق بشكل دقيق موصل للأهداف الموضوعة من قبل أصحاب الأفكار والأهداف المنطقية الواجب وصولها لبناء الشفف المطلوب في السوق للإقبال على التطبيق كمستثمرين أو مستخدمين نهائيين.

**إن القصور الحاصل في سوق التجارة الإلكترونية** مبني على أساس وجود التطبيق تقنياً كنظام ووجود مقدمي الخدمة والعملاء والمنتجات، وهذا يتعارض مع أساسيات التجارة المعروفة على مر الزمن. بل تحتاج التطبيقات والتجارة الإلكترونية للعمل عليها للوصول لبناء بيئة تجارية إلكترونية قابلة للاستمرار والتطور.





# الأهداف تحدد التالي:



## دراسة وتحليل السوق

(حجم السوق - الحوافز -  
العملاء - المخاطر)



تحديد متطلبات بناء تطبيق معين  
في جميع جوانبها والاستراتيجية  
والتنظيمية والمالية والتشغيلية  
والاستثمارية.



## تحديد متطلبات بناء الهيكل التنظيمي والمهام والمسؤوليات.



## بناء النماذج المطلوبة لعمل التطبيق

(نموذج العمل - النموذج المالي -

النموذج التشغيلي)

- مصادر الدخل الخاصة.
- سلسلة التمويل الخاصة بالتطبيق.



## بناء محفظة المنتجات الخاصة بالتطبيق من النواحي التالية:

- المنتجات الرئيسية الخاصة بالتطبيق.
- المنتجات الوسيطة الخاصة بالمستخدمين  
وتحديد مستوياتها.
- المنتجات الثانوية للتطبيق.
- مصادر الدخل وتحديد القيم الخاصة بها.



## بناء الصورة الذهنية لمظهر العلامة التجارية الخاص بالتطبيق.



## تفاصيل التشغيل

- العمليات اللوجستية.
- التعاقدات للخدمات اللوجستية.
- التشغيل الداخلي.



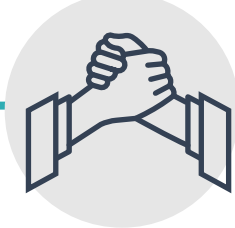
## بناء ملف التكاليف و التقييم المالي للتطبيق

- التدفقات المالية المتوقعة.
- التكاليف المالية للتأسيس.
- التكاليف التشغيلية.



## بناء التطبيق تقنياً:

- بناء مواصفات التطبيق الإجرائية.
- بناء البنية التحتية للتشغيل.
- الواجهات الخاصة بالسوق والمظهر العام.



## بناء ملفات التحالفات والشراكات:

- التحالفات الرسمية.
- التحالفات مع القطاع الخاص.
- الشراكات مع القطاع الرسمي.
- الشراكات مع القطاع الخاص.



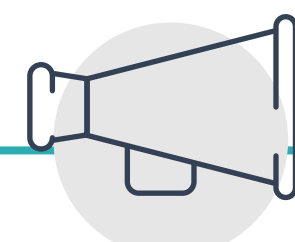
## وضع الخطة الاستراتيجية (ثلاث سنوات):

- حوكمة العمل ومنظومة الصلاحيات.
- وضع الخطة السنوية.
- خطة التوظيف.
- مؤشرات الأداء المالية والتشغيلية.
- وضع الخطة المالية السنوية.
- بناء المؤشرات .
- خطة التنفيذ.



## استراتيجية التمويل للمشروع:

- دراسة الجدوى الأولية.
- تقييم قيمة التطبيق الحالية في حالة الإبتداء والإطلاق.
- تسويق التطبيق استثمارياً.
- تحديد سيناريوهات التمويل.
- تحديد سيناريوهات الاستثمار.
- تحديد القيمة الأدنى للاستثمار أو لتمويل المطلوب.



## بناء الاستراتيجية التسويقية:

- حملات التسويق.
- استراتيجيات الحملات.
- حملة دعم تنزيل التطبيق على الهواتف الذكية.
- متطلبات حملة التسويق (كراسة المواصفات).
- معايير التقييم.
- خطط التنفيذ.

# منهجية العمل من مقدم خدمة بناء النموذج الاستثماري

01 متابعة التنفيذ ومواجهة الانحرافات

متابعة تنفيذ النشاطات بالنسبة للمؤشرات مع معالجة الانحرافات.



02 المراجعة النهائية ووضع الخطة والمؤشرات

إقرار الخطة النهائية ومراجعة المحتوى للنشاط ووضع مؤشرات التنفيذ.



03 بناء الفكرة أو المطلوب وخطة العمل

بناء النموذج النهائي ووضع خطة العمل الأولية.



04 التحليل الأولي وبناء احتمالات العمل

التحليل للوضع ودراستها ومن خلالها وضع الاحتمالات واختيار الإطار العام للعمل.



05 تحديد العمل ونطاق العمل

مخرجات النشاطات المحددة في خطة بناء النموذج الاستثماري



# دراسة وتحليل السوق

(حجم السوق - الحوافز - العملاء - المخاطر)

## تحديد نطاق العمل

النطاق الزمني لتنفيذ للتطبيق  
النطاق الزمني للإطلاق  
ترتيب الأولويات  
نطاق العمل الجغرافي  
نطاق العمل للتطبيق  
نشاطات نطاق العمل التفصيلية



## تحديد حجم السوق

تحليل حجم السوق بشكل عام  
تحديد حجم السوق للمنتجات المرشحة



## Market Landscape

## تحديد المنتجات والخدمات

تحديد المنتجات أو الخدمات بشكل دقيق  
تحديد حجم السوق للمنتجات المرشحة



## تحديد شرائح العملاء

التحليل الديموغرافي للنطاق الجغرافي للتطبيق  
دراسة ترددات المنتجات أو الخدمات من ناحية  
الجودة والأسعار  
تحديد الشرائح الرئيسية بدقة





# تحديد متطلبات بناء تطبيق معين في جميع جوانبها والاستراتيجية والتنظيمية والمالية والتشغيلية والاستثمارية.



**بناء الاستراتيجية الخاصة بالعمل والأهداف الاستراتيجية**

جميع التنظيمات التي تم عملها للعمل يتم تحويلها إلى عمليات ضمن عمليات التطبيق مع الإهتمام بالشراكات والتحالفات.



**تحديد الأنظمة الخاصة بالعمل المحاسبية والإدارية والجزاءات والآليات**

تطوير منظومة العمل بشكل كامل تشمل كل جوانب العمل التي تحتاج العمل في الطبيعة.



**تطبيق جميع المتطلبات على التطبيق وأتمتة العمل**

جميع التنظيمات التي تم عملها للعمل يتم تحويلها إلى عمليات ضمن عمليات التطبيق مع الإهتمام بالشراكات والتحالفات



**التطبيق في بيئة الاختبار والوصول إلى مرحلة الإطلاق العملي**

تجربة العمليات الخاصة في التطبيق وتحديد القصور ووضع قائمة النواقص وتعديلها وإعادة التجربة.



**البنية التحتية للتشغيل وإطلاق التطبيق**

تجهيز فرق العمل والتأكد من توفر الدعم التقني للتطبيق



**التشغيل و الإدارة والصيانة**

الإطلاق والمتابعة والتطوير

# بناء النماذج المطلوبة لعمل التطبيق نموذج العمل



## شرائح العملاء

وضع شرائح العملاء التي سوف يركز عليها العمل وسوف يتم تمكينها من خلال خدمات التطبيق ويتم بناء الحملات التسويقية على هذه الشرائح.



## قنوات التواصل

تحديد قنوات التواصل مع العملاء من خلال التطبيق أو المنصات الإعلانية والخدمات التي تدعم التطبيق.



## النشاطات الرئيسية

ما هي النشاطات الرئيسية التي يقوم بها التطبيق لخدمة العملاء .



## الحلفاء والشراكات

لابد لأي عمل من شراكات وتحالفات ودعم رسمي يمكن إدارة التطبيق من الحصول على الخدمات والصلاحيات للإطلاق في السوق بشكل سلس موافق الأنظمة من خلال عقود واتفاقيات وتسجيل قانوني ضمن الإشتراطات



## تحديد هيكل التكاليف

تحديد جوانب التكاليف المرتبطة بالتطبيق وفق التالي:

- تكاليف الإنشاء
- التكاليف التشغيلية
- تكاليف التسويق



## علاقة العملاء

تحديد المعايير الخاصة بالعملاء والتي سوف يتم تطبيقها والتي سوف يتم التعامل من خلالها مع العملاء من خلال التطبيق.



## القيمة لمضافة للتطبيق

ما هي القيمة المضافة والخدمات والمميزات التي يقدمها التطبيق في السوق المستهدف والذي يجعله يصنع الفرق ومن خلال هذه المعايير يتميز التطبيق ويحصل على حصة سوقية مغايرة.



## الموارد الرئيسية

ما هي الموارد الرئيسة التي تمكن التطبيق من العمل من تقنيات وموظفين ومنتجات ولوجستيات .



## مصادر الإيرادات

- تحديد آليات التسعير
- تحديد آليات جديد الهوامش الربحية والتسويقية
- تحديد التدفقات المالية
- تحديد أهداف التطبيق المالية



# بناء النماذج المطلوبة لعمل التطبيق

نموذج المالي



## بناء القوائم المالية

القوائم المالية المحكّمة لأعمال التطبيق والتي تخرج منها التقارير المالية.



## التعاقدات المالية

العقود المالية مع الموردين ومقدمي الخدمات في الميدان بجميع العناصر الدقيقة.



## الآليات المالية

جميع الآليات الخاصة بالعمل من ناحية التحصيل والتبادل المالي بين جميع ذوي العلاقة والأنظمة المالية المستخدمة.



# بناء النماذج المطلوبة لعمل التطبيق

## النموذج التشغيلي

### نموذج التشغيل

#### Execution

- خطط العمل التشغيلية.
- احتياجات الموارد البشرية.
- القدرات والمهارات.

#### استراتيجيات

- أهداف ومؤشرات تشغيل للتطبيق.
- آليات وتنظيمات وهيكل تنظيمي.
- العمليات التفصيلية.
- الأنظمة والتقنيات المستخدمة.

### التطبيق تشغيليا

الإجراءات للعمليات

مؤشرات الأداء التشغيلي  
على التطبيق

التقارير وآليات المتابعة

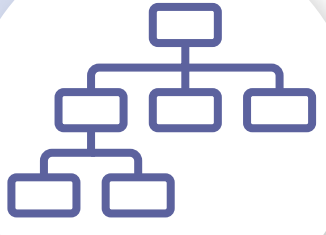
الهيكل الوظيفي الداعم  
لتشغيل التطبيق

### الخطة السنوية

# تحديد متطلبات بناء الهيكل التنظيمي والمهام والمسؤوليات

## عمليات إدارة الأداء

- المهام والمسؤوليات
- التوثيق

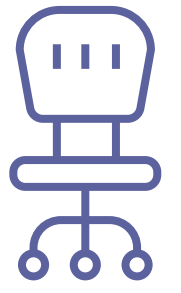


## المستويات الإدارية

- تحديد منظومة الصلاحيات
- آليات التواصل

## بيئة العمل

- أنظمة العمل
- حقوق العاملين



## التطوير الوظيفي

- التدريب
- التدريب على رأس العمل

## إجراءات العمل

- الإجراءات الإدارية
- الإجراءات التشغيلية

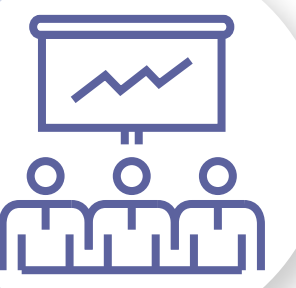


## تخطيط الموارد البشرية

- النصاب النهائي للهيكل التنظيمي
- خطة التوظيف الزمنية

## الحقوق

- الرواتب
- الحوافز



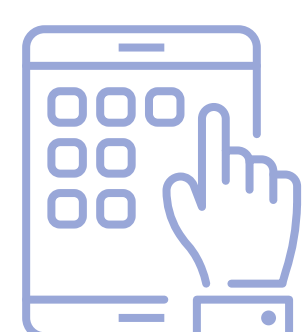
## التخطيط الوظيفي

- التخطيط الوظيفي السنوي

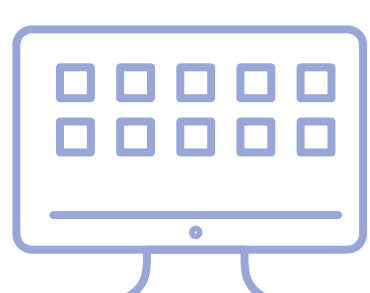


# بناء محفظة المنتجات الخاصة بالشركة

## عناصر بناء محفظة المشاريع



الخدمات والمنتجات  
الإلكترونية الرئيسة  
الشركة



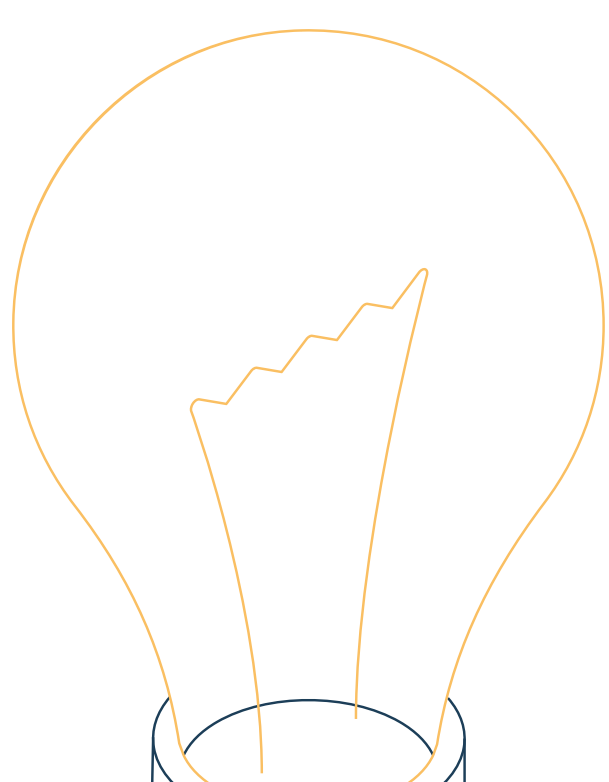
المنتجات الثانوية  
الإلكترونية للشركة



الأسعار وقيم  
الخدمات والمنتجات  
ومستوياتها



مصادر الدخل  
للخدمات ومستوياتها



## تفاصيل التشغيل

العمليات اللوجستية  
التعاقدات للخدمات اللوجستية  
التشغيل الداخلي

## العمليات اللوجستية

### التوزيع

عمليات توزيع المنتجات أو الخدمات على العملاء

- عن طريق المورد
- فريق التطبيق
- طرف ثالث

### الإستلام من الموردين

موردي الخدمات أو المنتجات التي يتعامل معها التطبيق

- التوريد على التطبيق
- التوريد في المخازن
- طرف ثالث

### عمليات التخزين

طريقة تخزين المنتجات الخاصة بالتطبيق

- التخزين لدى الموردين
- التخزين لدى مالك التطبيق
- التخزين لدى الغير

### التغليف والتعبئة

عمليات التغليف من التصميم إلى الاستخدام

- التصميم
- العلامة التجارية
- التنفيذ والتشغيل

### التحصيل

تحصيل كل المنتجات أو الخدمات وتوريدها لإكمال الإلتزامات

- من التطبيق
- طرف ثالث
- الكاش

### الإرجاع

جميع ما يتعلق بعمليات الإرجاع أو عدم الإستلام

- الآليات
- الجزاءات
- التخزين

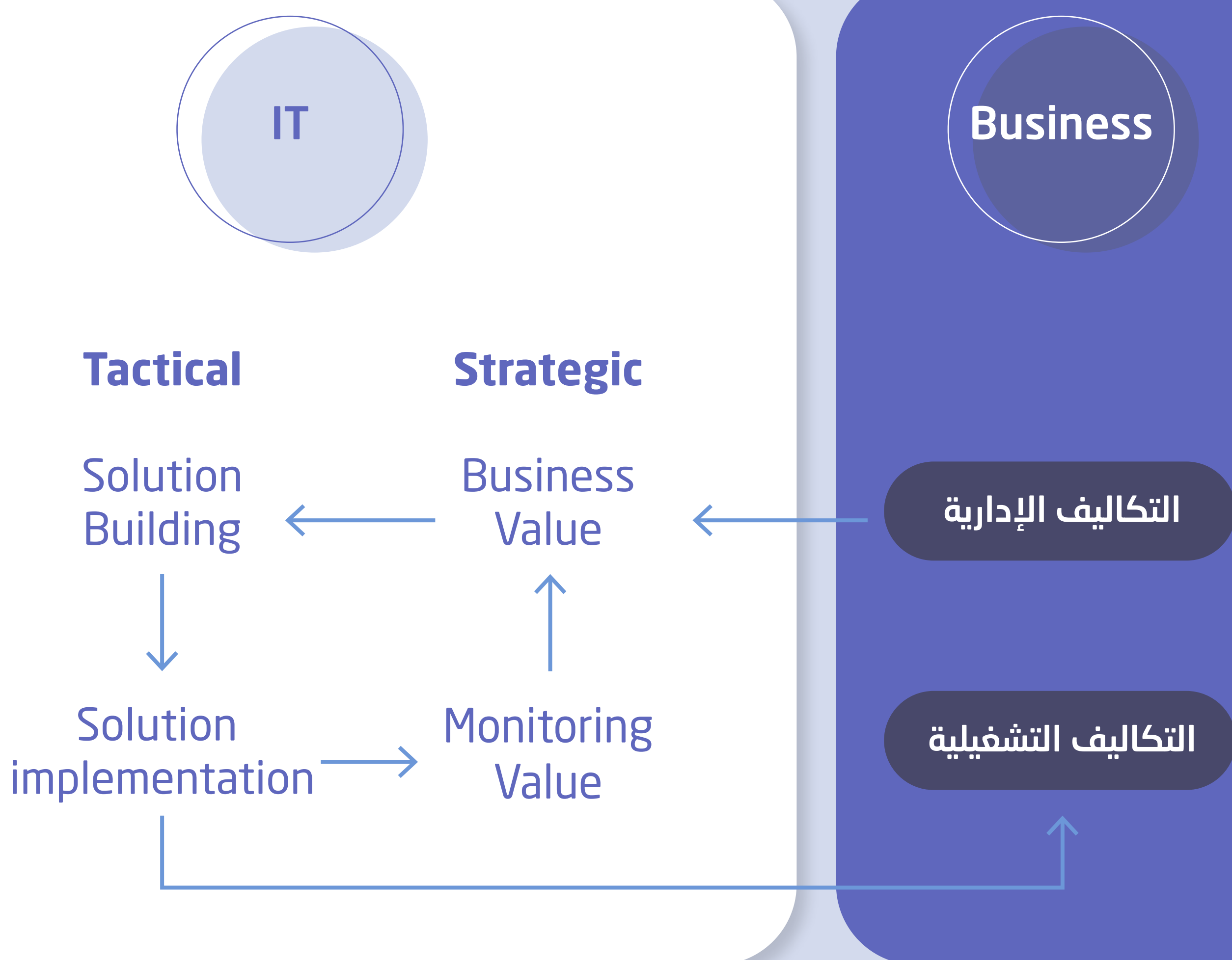


## بناء ملف التكاليف و التقييم المالي للتطبيق

- مصادر الدخل وتحديد القيم الخاصة بها
- التدفقات المالية المتوقعة
- التكاليف المالية للتأسيس
- التكاليف التشغيلية

### المصاريف التكتيكية

### التكاليف الاستراتيجية







## بناء التطبيق تقنياً

- بناء التطبيق تقنياً
- بناء مواصفات التطبيق الإجرائية.
- بناء البنية التحتية للتشغيل
- الواجهات الخاصة بالسوق والمظهر العام

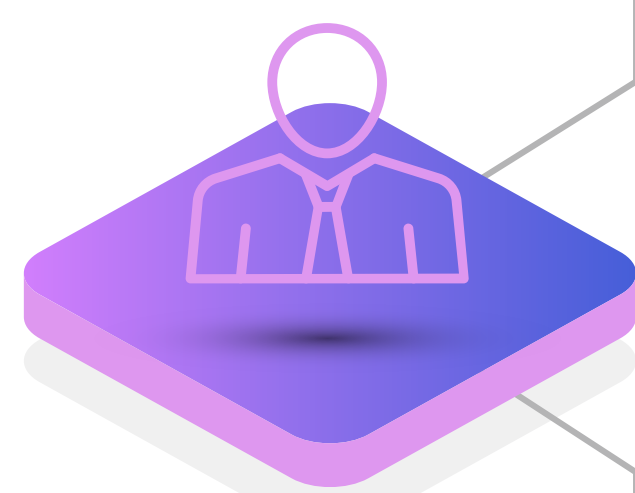
## • بناء العرض العام لتطوير لتطبيق تقنياً



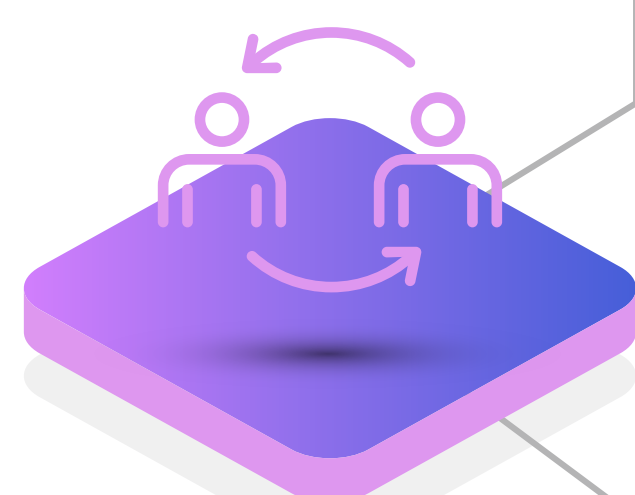


## بناء ملفات التحالفات والشراكات

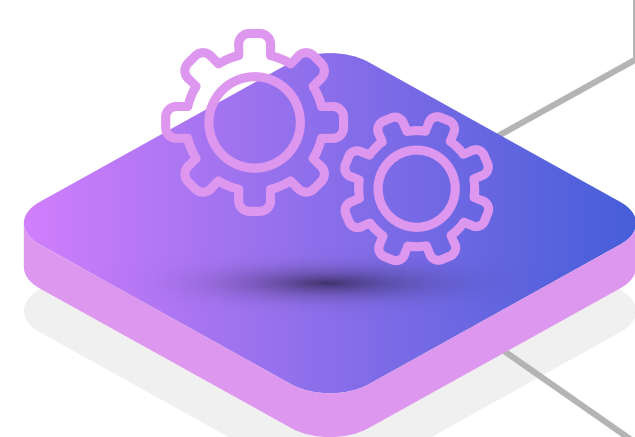
التحالفات المطلوبة  
مع القطاع الرسمي.



التحالفات المطلوبة مع  
القطاع الخاص.



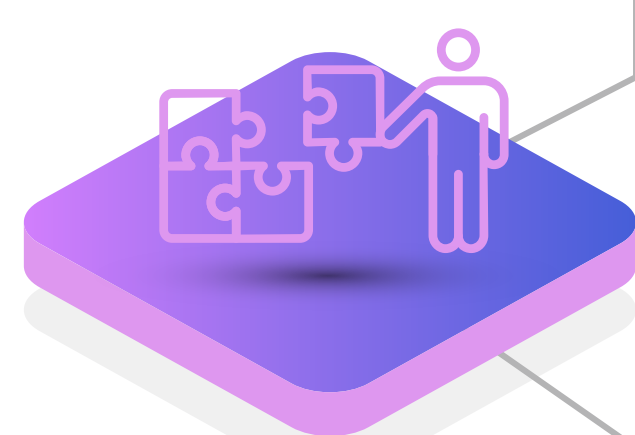
المتطلبات الأساسية لعمل  
التحالفات.



الشراكات المتوقعة مع  
القطاع الرسمي.



الشراكات المتوقعة مع  
القطاع الخاص.



المتطلبات الرئيسية لعمل  
الشراكات.





## استراتيجية التمويل

للمشروع

# بناء ملف التقييم المالي للشركة

منهجية الوضع  
في السوق



منهجية الدخل  
والإنتاجات المالية



منهجية الأصول  
المملوكة  
والممتلكات





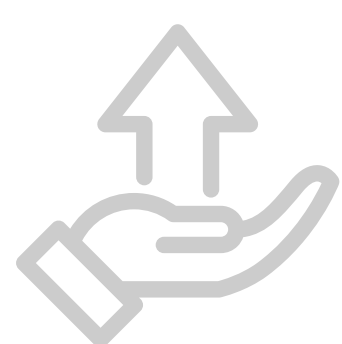


# بناء الاستراتيجية التسويقية للمستثمر

## محتويات الاستراتيجية



توقعات مستقبلية



قصة بناء الاستثمار والمنطلقات



تحديد المشاكل التي يعالجها  
الاستثمار



النطاق الإقتصادي للمشروع ودراسة  
السوق



الدراسة المالية



سيناريوهات الاستثمار

# وضع الخطة الاستراتيجية ثلاث سنوات





# حملة التسويق

ستعمل على بناء استراتيجية مرنة للتسويق تتوافق مع التوجه العام بالسوق وبطريقة متسقة مع استراتيجية الشركة.

## 1 تحديد توجه السوق

تحليل توجه السوق من ناحية الموديلات والماركات والتصاميم والديكورات.

## 2 تحليل السوق

تحليل عوامل الحركة في السوق والمؤثرات عليه من ناحية الملاءة المالية والتوجه السكاني ونوعية الخدمات والاسعر المرغوبة.

## 3 تحليل التنافسية

دراسة المنافسين ومنتجاتهم وتحبيدهم بالنسبة للمنتجات التي تملكها الشركة ونوعية العملاء الذين تستهدفهم.

## 4 المقارنات

عمل المقارنات المرجعية مع الأسواق العالمية واستخلاص التجار منهم.

## 5 تحديد شرائح العملاء

الحرص على بناء شريحة من العملاء والعمل على تنميتها من خلال المنتجات والخدمات والأسعار.

## 6 التحليل المالي والأسعار

سياسة رصينة ومحددة في الأسعار مرتبطة بالأهداف المالية للشركة وغير مؤثر عليها من ناحية القيم .

## 7 وضع خطة التسويق

وضع خطة واضحة تفصيلية مرنة ضمن حدود توجهات الشركة قابلة للتنفيذ والقياس.





# بناء الاستراتيجية التسويقية للسوق

تحديد وإدارة شرائح العملاء



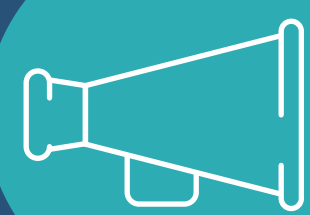
عرض المنتجات والخدمات والأسعار



المؤشرات والمتابعة



الحملات والدعاية والإعلان والعروض



الإدارة والصلاحيات والاتفاقيات والشراكات







@WOW\_\_CO  
WOOW.SA  
92003824