

**Business plan Egy safary**

|  |  |
| --- | --- |
| Company / project Name  اسم المشروع | Egy safary |
| Government المحافظة | Port said |
| Establish date تاريخ بدء الشركة | 30/4/2024 |
| Founder المؤسس | Mahmoud tamer |
| Website link | egy-safary.odoo.com |
| Facebook link | Egy-safary |

# الملخص التنفيذي ل Egy Safary

**اسم الشركة:** Egy Safary

**المقر:** محافظة بورسعيد، مصر

**تاريخ التأسيس:** 30 أبريل 2024

# الرؤية

أن نكون المنصة الرقمية الرائدة في مصر لتعزيز تجربة السياحة المحلية والدولية، عبر حلول مبتكرة تُسهِّل على السائحين والمُغتربين الوصول إلى الخدمات بسلاسة وأمان، مع المساهمة في دعم الاقتصاد المحلي وتعزيز صورة مصر كوجهة سياحية جاذبة.

# الرسالة

تقديم تجربة سياحية متكاملة في مصر، توفير محتوى غني عن معالم المدينة، وتتيح للسياح التنقل بسهولة والوصول إلى أفضل الخدمات المحلية، من مطاعم وفنادق ووسائل نقل، وذلك عبر تقنيات حديثة مثل الخرائط التفاعلية وقصص المعالم الصوتية والمرئية، مع توفير عروض وخصومات مميزة لزيادة رضا المستخدمين وتجنب المشاكل و توفير الوقت المشكلة التي نعالجها

**يواجه السيّاح والمُغتربون في بورسعيد تحديات مثل:**

* صعوبة الوصول إلى معلومات موثوقة عن المعالم السياحية وخدمات النقل والإقامة.
* ارتفاع التكاليف وتعقيدات الحجز بسبب عدم وجود منصات موحدة.
* مخاطر الاحتيال وندرة السكن الآمن للمُغتربين.
* ضياع الوقت والجهد في التخطيط للرحلات.

# الحل المبتكر

تطبيق Egy Safary يقدم:

* **معلومات تفاعلية:**
  + خرائط ذكية + قصص صوتية/مرئية عن المعالم السياحية عبر مسح رمز QR.
  + تحديثات فورية عن العروض وأوقات العمل.
* **حجوزات ميسَّرة:**
  + فنادق، مطاعم، وسائل نقل، ورحلات سياحية بأسعار تنافسية.
* **خدمات للمُغتربين:**
  + مساعدة في إيجاد سكن آمن + دليل للخدمات الأساسية (مستشفيات، بنوك).
* **عروض حصرية:**
  + خصومات على المطاعم، الفنادق، والتسوق عبر شراكات مع +30 منشأة محلية.

**السوق المستهدف**

* **السياح:** محليون ودوليون يزورون بورسعيد، خاصة الفئة العمرية 18–45 سنة.
* **المُغتربون:** مقيمون جدد يبحثون عن سكن وخدمات أساسية.

**الشركاء**

* مطاعم، فنادق، وشركات نقل محلية لتعظيم العروض والوصول.
* منظمو رحلات سياحية وشركات طيران لتوفير باقات متكاملة.
* وكالات سفر لتوسيع نطاق الوصول إلى السياح الدوليين.

**الميزة التنافسية**

* **التخصيص:** توصيات مبنية على تفضيلات المستخدم.
* **الشراكات الاستراتيجية:** تعاون مع +30 منشأة سياحية في بورسعيد.
* **التكنولوجيا:** خرائط تفاعلية + محتوى متعدد اللغات.
* **الأمان:** مراجعات حقيقية + ضمان ضد العروض الوهمية.

**النموذج المالي**

* **الإيرادات:**
  + عمولات على الحجوزات.
  + اشتراكات شهرية من الشركاء.
  + عائدات الرحلات السياحية.
  + إعلانات على التطبيق.
  + رسوم على خدمات إضافية (مثل خدمة الدعم الشخصي).

# التوقعات المالية لعام 2025:

* + إيرادات متوقعة: 1,730,000 جنيه مصري (من مطاعم، كافيهات، محلات، ورحلات).
  + ميزانية تسويقية: 150,000 جنيه مع تركيز على:
    - الحملات الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي.
    - التعاون مع المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي.
    - الإعلانات المدفوعة على محركات البحث.
    - المشاركة في المعارض والفعاليات السياحية.
    - بناء علاقات مع المدونين وصناع المحتوى في مجال السفر.

**الخطوات القادمة**

* تعزيز التواجد في بورسعيد عبر تعاونات جديدة مع الفنادق والمطاعم.
* تطوير ميزات ذكاء اصطناعي لتحسين التوصيات.
* التوسع إلى مدن مصرية أخرى (مثل الإسكندرية وشرم الشيخ) خلال 12–18 شهرًا.
* إطلاق برنامج ولاء للمستخدمين.
* تطوير تطبيق جوال بواجهة مستخدم جذابة وسهلة الاستخدام.

# وصف المشروع

مشروعنا يهدف إلى تيسير تجربة السيّاح والمُغتربين في بورسعيد عبر تطبيق جوال ومنصة إلكترونية متكاملة، توفر:

* **حجز خدمات سياحية بأسعار تنافسيه** فنادق، مطاعم، وسائل نقل.
* **خرائط تفاعلية** لتسهيل التنقل ومعرفة أماكن الخدمات الحيوية.
* **قصص صوتية ومرئية** عن المعالم السياحية لاكتشاف المدينة بطريقة ممتعة.
* **عروض وخصومات حصرية** لزيادة رضا العملاء.
* **مساعدة المُغتربين** في إيجاد سكن مُجهَّز والتعريف بالخدمات المحلية القريبة منهم.

## قصص المعالم السياحية:

يعرض التطبيق قصصًا شيقة حول المعالم السياحية في بورسعيد من خلال تنسيقات جذابة وسهلة. يمكن للمستخدمين استكشاف هذه القصص بعدة لغات، مما يعزز تجربة السياح عبر الكتابة والصوت والفيديوهات. يتم الوصول إلى هذه المعلومات من خلال مسح رمز QR الموجود عند المعالم السياحية او من خلال التطبيق..

## خدمات المطاعم:

يقدم التطبيق معلومات شاملة عن مجموعة واسعة من المطاعم والكافيهات في بورسعيد، بما في ذلك العروض والخصومات المميزة للمستخدمين. كما يوفر ميزة "live menu" التي تتيح الاطلاع على قائمة الطعام في الوقت الحقيقي وخدمة حجز الطاولات اونلاين.

## حجز الفنادق:

يوفر التطبيق إمكانية حجز الفنادق بأسعار تنافسية في بورسعيد، مما يسهل على السياح تنظيم إقامتهم.

## وسائل النقل:

يمكن للمستخدمين الوصول إلى وسائل النقل القريبة مثل السيارة الأجرة والميكروباص، ويتيح لهم أيضًا حجز وسائل النقل بكل سهولة.

## خصومات:

خصومات على المحلات والمطاعم والفنادق و إيجار منازل ومحلات الملابس .

## حجز رحلات:

توفير حجز رحلات بأسعار منافسة.

# الموقف الحالي

**تمت بعض التعاقدات لبعض الاماكن :**

**المطاعم**

(مثال: ابن حميدو، اسماك سيتي، قصر الكبا بجي، تامر الأسطى ، بتاع سمك ، ملوك السمك ، عبده كفته )

**الكافيات**

(مثال: تيا ترو، بيلا تشاو، بيانكا )

**الفنادق**

(مثال: بانوراما، ميريلاند اوتيل، بدر اوتيل ، قرية النورس ، جراند اوتيل ، قرية الفيروز )

محلات الملابس

(أبو علاء active و top jeans من أكبرال Local Brand في بورسعيد )

## ال malls

)جولدن زون ، سيتي مول ، مول هوليود)

## تم الانتهاء من عمل MVP الخاص بإيجي سفاري

# المشكلة:

يعاني السياح من صعوبة في العثور على معلومات دقيقة عن المعالم السياحية ويحتاجوا إلى المزيد من الوقت والجهد لحجز المطاعم والفنادق ويعاني المغتربين لحل مشاكلهم مثل قلة السكن وعدم معرفتهم بأماكن بورسعيد وتعرضهم للاحتيال والنصب .

# وصف المشكلة:

1. **نقص المعلومات الدقيقة**:
   * **صعوبة الوصول إلى تفاصيل موثوقة عن المعالم السياحية (مواعيد العمل، الأسعار، الخدمات).**
   * **اعتمادهم على مصادر غير مُحدَّثة أو مُضلِّلة، مما يؤدي إلى سوء التخطيط للرحلات.**
2. **تعقيدات الحجز والتنظيم**:
   * **إهدار الوقت والجهد في حجز الفنادق والمطاعم ووسائل النقل بسبب عدم وجود منصات موحدة.**
   * **ارتفاع الأسعار في المواسم السياحية بسبب غياب المنافسة الشفافة.**
3. **معاناة المُغتربين في التكيُّف**:
   * **ندرة السكن المُلائم والآمن بأسعار معقولة، خاصة للمُقيمين الجدد.**
   * **جهلهم بأماكن الخدمات الأساسية (مستشفيات، بنوك، أسواق) مما يُعرضهم للاستغلال أو النصب**.
4. **مخاطر الاحتيال**:
   * **انتشار عروض وهمية لخدمات سياحية أو سكنية، مما يُهدد أمنهم المادي والمعنوي.**

## تقييم سلبي للمدينة:

* + **قد يؤدي عدم رضا السائح عن تجربته إلى تقييمه السلبي للمدينة، مما يؤثر على سمعتها السياحية.**

# الحل:

## توفير معلومات شاملة ودقيقة:

**يقدم قاعدة بيانات ضخمة من المعلومات عن المعالم السياحية، التاريخ، الثقافة،والانشطة والفعاليات، والمرافق الخدمية في بورسعيد، مما يوفر للسائح كل ما يحتاجه لمعرفة المدينة بشكل أفضل.**

## تسهيل عملية التنقل:

**يوفر خرائط تفاعلية دقيقة تحدد مواقع المعالم السياحية، الفنادق، المطاعم، والمرافق العامة، مما يساعد السائح على التنقل بسهولة ويسر داخل المدينة.**

## تقديم تجربة تفاعلية:

**يوفر قصصًا صوتية ونصية وفيديوهات شيقة عن المعالم السياحية، مما يجعل الزيارة أكثر متعة وإثارة، ويعمق فهم السائح للتاريخ والثقافة المحلية.**

## توفير توصيات مخصصة:

**يقدم توصيات مخصصة للسائح بناءً على اهتماماته وتفضيلاته، مما يساعده على اكتشاف أماكن جديدة ومناسبة له.**

## تسهيل عملية الحجز:

**يمكن للسائح حجز الفنادق، المطاعم، والأنشطة المختلفة مما يوفر عليه الوقت والجهد.**

# المزايا التي يقدمها التطبيق:

## دليل سياحي شخصي:

يعمل التطبيق كدليل سياحي شخصي يرافق السائح في كل خطوة من خطوات رحلته.

## توفير الوقت والجهد:

يساعد التطبيق السائح على توفير الوقت والجهد من خلال تخطيط رحلته وحجز خدماتها بشكل مسبق.

## تعزيز تجربة السياحة:

يجعل التطبيق تجربة السياحة أكثر متعة وإثارة من خلال تقديم معلومات شيقة وتفاعلية.

## دعم الاقتصاد المحلي:

يساهم التطبيق في دعم الاقتصاد المحلي من خلال الترويج للمطاعم والفنادق والشركات المحلية.

## تحسين صورة بورسعيد السياحية:

يساهم التطبيق في تحسين صورة بورسعيد كوجهة سياحية جذابة.

# الوظائف الرئيسية للتطبيق:

## دليل سياحي شامل:

يقدم التطبيق معلومات شاملة عن المعالم السياحية، التاريخ، الثقافة،والانشطة والفعاليات، والمرافق الخدمية في بورسعيد، مع صور ووصف تفصيلي لكل مكان.

## خرائط تفاعلية:

يوفر التطبيق خرائط تفاعلية دقيقة تحدد مواقع المعالم السياحية، الفنادق، المطاعم، والمرافق العامة، مما يساعد المستخدم على التنقل بسهولة.

## قصص صوتية ونصية:

يقدم التطبيق قصصًا صوتية ونصية وفيديوهات شيقة عن المعالم السياحية، مما يجعل الزيارة أكثر متعة وإثارة.

## توصيات مخصصة:

يقدم التطبيق توصيات مخصصة للمستخدم بناءً على اهتماماته وتفضيلاته.

## حجز الفنادق والمطاعم:

يمكن للمستخدم حجز الفنادق والمطاعم والطاولات بسهولة من خلال التطبيق.

# المميزات التي يقدمها التطبيق

# :

سهولة الاستخدام: يتميز التطبيق بواجهة مستخدم بسيطة وسهلة الاستخدام.

توفير الوقت والجهد: يساعد التطبيق المستخدم على توفير الوقت والجهد من خلال تخطيط رحلته وحجز خدماتها بشكل مسبق.

تجربة سياحية مخصصة: يوفر التطبيق تجربة سياحية مخصصة لكل مستخدم.

معلومات دقيقة وموثوقة: يتم تحديث المعلومات الموجودة على التطبيق بشكل دوري لضمان دقتها.

# تحليل السوق المستهدف

## ‎الفئات العمرية

‎:18-24 سنة

‎طلاب الجامعات والشباب المغتربين الذين يسعون إلى استكشاف المعالم السياحية واستفادة من العروض والخصومات.

‎يفضلون الحلول الرقمية السهلة والمرنة التي تمكنهم من التخطيط السريع للرحلات.

‎:25-35 سنة

‎المهنيون الشباب الذين يسافرون للعمل أو الترفيه، يبحثون عن الراحة والكفاءة في حجز الخدمات.

‎يهتمون بتجارب سفر مخصصة تناسب أذواقهم واهتماماتهم.

‎:36-45 سنة:

‎العائلات والأفراد الذين يبحثون عن تجارب سياحية مميزة وآمنة.

‎يهتمون بالخدمات التي توفر لهم راحة البال وتلبية احتياجات جميع أفراد الأسرة..

## 2. الجنس:

- يستهدف التطبيق كلا الجنسين من السياح، سواء كانوا أفراداً أو عائلات.

## 3. الدخل:

- فئة متوسطة إلى مرتفعة الدخل: يفضلون خدمات سياحية موثوقة وبأسعار تنافسية، مع عروض وخصومات تجعل التجربة أكثر اقتصاداً.

## 4. الموقع الجغرافي:

- يستهدف التطبيق السياح المحليين الذين يرغبون في زيارة بورسعيد.

## 5. الحالة الاجتماعية:

- يشمل الفئات العازبة والمتزوجة، مع توفير خدمات تناسب الأفراد والعائلات على حد سواء.

## 6. المهنة:

- طلاب الجامعات ، الشباب المهنيون ، وأصحاب الأسر الذين يسافرون لأغراض العمل أو الترفيه.

## 7. التعليم:

- تستهدف الفئات المتعلمة التي تبحث عن تجارب سياحية مخصصة وسهلة الاستخدام تعتمد على التكنولوجيا المتقدمة.

## دراسات حجم سوق السیاحة:

**السوق العالمي للسیاحة:**

بلغ حجم سوق السیاحة العالمي حوالي 11.39 تریلیون دولار أمریكي في عام 2023، ومن المتوقع أن ینمو إلى حوالي 18.44 تریلیون دولار أمریكي بحلول عام 2032، بمعدل نمو سنوي مركب یبلغ حوالي 5.5٪ 1. شھدت السیاحة الدولیة انتعاشًا ملحوظًا في عام 2024، حیث سجلت حوالي 1.4 ملیار سائح دولي، بزیادة قدرھا 11٪ عن عام 2023 2. تعزى ھذه الزیادة إلى الطلب القوي بعد جائحة كورونا، والأداء القوي لأسواق المصدر الرئیسیة على مستوى العالم، بالإضافة إلى استمرار تعافي الوجھات في آسیا والمحیط الھادئ.

## سوق السیاحة في مصر:

حققت إیرادات السیاحة في مصر أكثر من الضعف خلال العقد الماضي، حیث بلغت 15.3 ملیار دولار أمریكي في عام 2024، مقارنة بـ 7.2 ملیار دولار أمریكي في عام 2014 كما شھد عدد السیاح الوافدین زیادة بنسبة 59.6٪، حیث ارتفع من 9.9 ملیون في عام 2014 إلى 15.8 ملیون في عام 2024. تھدف مصر إلى جذب 30 ملیون سائح بحلول عام 2032 على أبعد تقدیر.

## سوق السیاحة في بورسعید:

تمتلك بورسعید إمكانات جغرافیة طبیعیة متنوعة، وقد مكنتھا مؤخرًا من تحقیق تنمیة ونمو ملحوظین في جمیع مجالاتھا الاقتصادیة، وتحتل السیاحة مكانة متقدمة في برامجھا التنمویة الحالیة تعتمد السیاحة على استثمار الإمكانات الطبیعیة في النشاط السیاحي الترفیھي، وتبرز أھمیة الموقع الجغرافي في إعطاء بورسعید مكانتھا اللائقة على الخریطة السیاحیة وجعلھا قطبًا سیاحیًا محلیًا ودولیًا.

في عام 2023، استقبل میناء بورسعید السیاحي 25.44 ألف زائر 5، من بینھم 2700 سائح على متن سفینة سیاحیة واحدة 6. وخلال نفس العام، استقبل المیناء 22 سفینة سیاحیة على متنھا 25 ألف زائر .

## حجم سوق السیاحة في مصر:

**السیاحة الداخلیة:**

شھدت السیاحة الداخلیة في مصر نموًا ملحوظًا في السنوات الأخیرة، حیث بلغ معدل النمو السنوي حوالي 11٪ 8. ویُعزى ھذا النمو إلى زیادة الوعي بأھمیة السیاحة الداخلیة، وتوفر خیارات متنوعة تناسب مختلف المیزانیات، بالإضافة إلى الحملات الترویجیة التي تھدف إلى تشجیع المصریین على اكتشاف بلادھم. ینفق السائح المصري في المتوسط حوالي 680 جنیھًا مصریًا في الیوم الواحد.

تُعد المدن الساحلیة، مثل شرم الشیخ والغردقة، من الوجھات الرئیسیة للسیاحة الداخلیة، بالإضافة إلى المدن التاریخیة مثل القاھرة والأقصر وأسوان. وفیما یلي قائمة بأكثر المحافظات التي یزورھا السیاح المصریون:

* البحر الأحمر
* جنوب سیناء
* القاھرة
* الأقصر
* أسوان

أما عن السیاحة الداخلیة في بورسعید، فتشتھر بالعدید من المعالم السیاحیة التي تجذب الزوار المصریین، مثل:

* شاطئ بورسعید: یعتبر من أرخص الشواطئ في مصر، ویتمیز بجمال رمالھ وصفاء میاها.
* ساحة مصر: تطل على قناة السویس، وتضم تمثال "أم الدنیا" الذي یمر أمامھ السفن، مما یجعلھا وجھة سیاحیة ممیزة .
* ملاحات بور فؤاد: تشبه جبال الثلج، وتُعد مزارًا سیاحیًا للتصویر والاستمتاع بالتزلج على جبال الملح .
* جداریات مدخل بورسعید الجنوبي: تستعرض تاریخ المحافظة ومعالمھا الأثریة .
* منارة بورسعید: أول مبنى یتم تشییده بالحدید الخرساني والإسمنت في العالم.
* المتحف الحربي: یعرض العدید من المعارك التي خاضھا الجیش المصري وشعب بورسعید.
* مبنى ھیئة قناة السویس: من أھم المباني الإسلامیة في بورسعید .
* الكورنیش: ممشى رائع یمتد لـ 8 كم على طول المیناء وشاطئ بورسعید .
* بور فؤاد: الجزء الآسیوي من بورسعید، ویتمیز بشوارعھ الأوروبیة .
* مقھى سنترال بیرك: نسخة من المقھى الشھیر في مسلسل "فریندز" .

**السیاحة الخارجیة:**

تُعد مصر وجھة سیاحیة رئیسیة للسیاح من جمیع أنحاء العالم، حیث استقبلت 14.9 ملیون سائح في عام 2023 9. وخاصة من الدول التالیة:

* ألمانیا
* المملكة العربیة السعودیة
* روسیا
* المملكة المتحدة
* الولایات المتحدة الأمریكیة

یشیر ھذا التنوع في جنسیات السیاح إلى جاذبیة مصر لمختلف الثقافات والاھتمامات. ینفق السائح الأجنبي في المتوسط حوالي 95 دولارًا أمریكیًا في الیوم الواحد.

تُعد المواقع الأثریة، مثل الأھرامات وأبو الھول ومعابد الأقصر، من أھم عوامل الجذب السیاحي في مصر، بالإضافة إلى الشواطئ الخلابة والمنتجعات السیاحیة الفاخرة. وفي عام 2023، استقبلت أھرامات الجیزة أكثر من 5 ملایین زائر.

أما عن السیاحة الخارجیة في بورسعید، فتركز بشكل أساسي على زیارة قناة السویس، والتمتع بمعالم المدینة التاریخیة مثل المنارة القدیمة وقاعدة تمثال دیلیسبس.

## العوامل المؤثرة على حجم سوق السیاحة:

* **الأوضاع الاقتصادیة:** تؤثر الأوضاع الاقتصادیة العالمیة والمحلیة على حجم سوق السیاحة.

فعلى سبیل المثال، تؤدي التوترات الاقتصادیة العالمیة إلى انخفاض قیمة العملات الأجنبیة مقابل الجنیھ المصري، مما یجعل السیاحة في مصر أكثر تكلفة للسیاح الأجانب. كما أن ارتفاع معدلات التضخم وانخفاض الدخل المتاح للأفراد یؤثر على قدرة المصریین على الإنفاق على السیاحة الداخلیة.

* **الأوضاع السیاسیة والأمنیة:** تُعد الاستقرار السیاسي والأمني من أھم العوامل التي تجذب السیاح، حیث تؤدي الاضطرابات السیاسیة أو الأمنیة إلى انخفاض عدد السیاح الوافدین إلى مصر. یعمل الاستقرار على طمأنة السیاح ویشجعھم على اختیار مصر كوجھة سیاحیة آمنة.
* **الترویج السیاحي:** تلعب حملات الترویج السیاحي دورًا ھامًا في جذب السیاح، حیث تساھم في زیادة الوعي بالوجھات السیاحیة في مصر وتسلیط الضوء على التجارب السیاحیة الفریدة التي تقدمھا. ومن أمثلة حملات الترویج السیاحي التي أطلقتھا مصر مؤخرًا حملة "مصر بتنادیك" التي استھدفت السوق العربي، وحملة "Follow the Sun" التي استھدفت السوق الأوروبي.
* **تطویر البنیة التحتیة:** تُعد البنیة التحتیة المتطورة، مثل المطارات والطرق والفنادق، من العوامل الأساسیة لجذب السیاح. تساھم البنیة التحتیة المتطورة في تسھیل تنقل السیاح وتوفیر إقامة مریحة لھم، مما یعزز من تجربتھم السیاحیة في مصر.
* **الاستثمارات الحكومیة:** تلعب الحكومة المصریة دورًا ھامًا في تطویر قطاع السیاحة من خلال الاستثمار في البنیة التحتیة، وتقدیم الحوافز للمستثمرین في القطاع السیاحي، وإطلاق حملات الترویج السیاحي.

## الفرص والتحدیات:

**الفرص:**

تتمتع مصر بالعدید من الفرص لتعزیز مكانتھا كوجھة سیاحیة رائدة، ومن أھم ھذه الفرص:

|  |  |
| --- | --- |
| Potential | Type of Tourism |
| تتمتع مصر بإرث ثقافي وتاریخي فرید، بما في ذلك المواقع الأثریة الفرعونیة والإسلامیة والقبطیة، مما یجعلھا وجھة مثالیة للسیاحة الثقافیة. | السیاحة الثقافیة |
| تتمتع مصر بشواطئ خلابة على البحر الأحمر والبحر المتوسط، بالإضافة إلى منتجعات سیاحیة فاخرة، مما یجعلھا وجھة مثالیة للسیاحة الترفیھیة. | السیاحة الترفیھیة |
| تتمتع مصر بمناخ معتدل وعیون میاه معدنیة في مناطق مثل عین السخنة والواحات البحریة، مما یجعلھا وجھة مثالیة للسیاحة العلاجیة. | السیاحة العلاجیة |
| تتمتع مصر بمناطق طبیعیة خلابة تناسب ممارسة الأنشطة المغامرة، مثل تسلق الجبال والتخییم في الصحراء والغوص في البحر الأحمر. | سیاحة المغامرات |
| تتمتع مصر بتنوع بیولوجي فرید، بما في ذلك محمیات طبیعیة مثل محمیة رأس محمد ومحمیة الزرانیق، مما یجعلھا وجھة مثالیة للسیاحة البیئیة. | السیاحة البیئیة |

**التحدیات:**

تواجه السیاحة في مصر بعض التحدیات التي یجب التغلب علیھا لضمان استدامة نمو القطاع، ومن أھم ھذه التحدیات:

* **المنافسة:** تواجه مصر منافسة شدیدة من وجھات سیاحیة أخرى في المنطقة، مثل دول الخلیج العربي وتركیا.
* **تحسین جودة الخدمات:** یجب العمل على تحسین جودة الخدمات السیاحیة في مصر، وخاصة في مجالات مثل الضیافة والنظافة والأمن، لجذب المزید من السیاح وتحقیق رضا العملاء. ویتضمن ذلك تدریب العاملین في القطاع السیاحي وتحسین معاییر الجودة في الفنادق والمطاعم والمواقع السیاحیة.
* **الحفاظ على البیئة:** یجب العمل على الحفاظ على البیئة والمواقع الأثریة لجذب السیاحة المستدامة. ویتضمن ذلك التقلیل من التلوث والحد من الاستخدام المفرط للموارد الطبیعیة، بالإضافة إلى ترمیم وتطویر المواقع الأثریة بطریقة مستدامة تحافظ على قیمتھا التاریخیة والثقافیة. ومن أمثلة ممارسات السیاحة المستدامة في مصر استخدام الطاقة الشمسیة في الفنادق والمطاعم، وإعادة تدویر النفایات، وتشجیع السیاحة المسؤولة التي تحترم البیئة والمجتمعات المحلیة.

# سلوكيات العملاء:

## 1. البحث عن المعلومات عبر الإنترنت:

### - السلوك:

يعتمد العملاء بشكل كبير على الإنترنت للبحث عن المعلومات السياحية، مثل المعالم، الأنشطة، والخدمات المتاحة في بورسعيد.

### - التأثير:

سيستخدمون التطبيق للبحث السريع عن المعالم السياحية وخدمات النقل والمطاعم.

## 2. استخدام التكنولوجيا في التخطيط والحجز:

### - السلوك:

العملاء يميلون إلى استخدام التطبيقات الرقمية لحجز الفنادق، الطاولات في المطاعم، ووسائل النقل.

### - التأثير:

سيقومون بتخطيط رحلاتهم وحجز الخدمات المختلفة عبر التطبيق للحصول على تجربة مريحة وسريعة.

## 3. الاعتماد على العروض والخصومات:

### - السلوك:

يبحث العملاء بشكل نشط عن العروض والخصومات، ويُظهرون استعداداً لتعديل خططهم للاستفادة من التوفير.

### - التأثير:

سيتم تحفيزهم لاستخدام التطبيق بشكل متكرر للاستفادة من الخصومات الحصرية على المطاعم والفنادق ووسائل النقل.

## 4. التفاعل مع المحتوى التفاعلي:

### - السلوك:

العملاء يفضلون المحتوى التفاعلي والمعلومات التي تقدم لهم تجربة غنية،

### - التأثير:

سيستخدمون التطبيق للحصول على المعلومات التاريخية والثقافية عن المعالم السياحية، مما يزيد من تفاعلهم مع المحتوى المقدم.

## 5. تفضيل الراحة والسهولة:

### - السلوك:

يميل العملاء إلى تفضيل الحلول التي توفر لهم الراحة وتسهّل عليهم التنقل وحجز الخدمات دون تعقيد.

### - التأثير:

سيعتمدون على الخريطة التفاعلية والخدمات المتاحة على التطبيق للعثور على المطاعم والفنادق القريبة وحجزها بسهولة.

## 6. التنقل أثناء السفر:

### - السلوك:

العملاء عادةً ما يستخدمون الهواتف الذكية لتوجيههم أثناء التنقل في مدينة غير مألوفة.

### - التأثير:

سيستخدمون التطبيق للبحث عن وسائل النقل المتاحة والتوجيهات للتنقل بسهولة في بورسعيد.

## 7. الاهتمام بالتجربة الشخصية:

### - السلوك:

العملاء يميلون إلى مشاركة تجاربهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو مع الأصدقاء، خصوصاً إذا كانت التجربة مميزة.

### - التأثير:

سيشجعهم التطبيق على مشاركة تجاربهم الفريدة من خلال التقاط الصور أو التفاعل مع المحتوى التفاعلي، مما يساهم في الترويج غير المباشر للتطبيق.

## 8. طلب الدعم والمساعدة:

### - السلوك:

العملاء يعتمدون على الدعم الفوري في حالة مواجهة مشكلة أو حاجتهم إلى مساعدة، خاصة أثناء السفر.

### - التأثير:

سيقومون باستخدام خدمات الدعم والمساعدة المتاحة عبر التطبيق، مثل دعم العملاء أو التوجيهات في حالات الطوارئ.

## 9. استكشاف المدينة عبر التجارب المحلية:

### - السلوك:

يميل العملاء إلى استكشاف المدينة من خلال الانغماس في الأنشطة المحلية مثل زيارة المعالم الشهيرة، تذوق الطعام المحلي، والتسوق.

### - التأثير:

سيبحثون في التطبيق عن الأنشطة والمطاعم المحلية التي تقدم تجربة أصيلة ويسهل الوصول إليها.

## 10. التكيف مع العروض الشخصية:

### - السلوك:

العملاء يفضلون تلقي توصيات وعروض مخصصة بناءً على تفضيلاتهم الشخصية.

### - التأثير:

سيستخدمون التطبيق بشكل أكثر تكراراً إذا تلقوا عروض وتوصيات تناسب اهتماماتهم الفردية مثل الأماكن التي يفضلون زيارتها أو المأكولات المفضلة.

# الاهتمامات الخاصة بالفئة المستهدفة

### 1. السياحة:

- يهتم العملاء بخدمات سياحية متكاملة توفر لهم تجربة مميزة عند زيارة المعالم السياحية. يفضلون التجارب السياحية التي تجمع بين الراحة، الاستكشاف، والتفاعل مع التاريخ والثقافة المحلية.

### 2. السفر:

- يحب العملاء تنظيم رحلاتهم بسهولة ،سواء كانوا يسافرون للعمل أو الترفيه. يبحثون عن وسائل نقل ملائمة مثل السيارة الأجرة أو الميكروباص، وحجز الفنادق بأسعار تنافسية لضمان تجربة سفر سلسة ومريحة.

### 3. الاستكشاف:

- العملاء مغرمون باكتشاف أماكن جديدة ومعالم سياحية غير معروفة ،التطبيق يلبي هذا الاهتمام من خلال تقديم معلومات وخرائط تفاعلية تساعدهم في استكشاف المدينة بسهولة، بالإضافة إلى سرد قصص تاريخية بطرق جذابة.

### 4. الأنشطة:

- يفضل العملاء الأنشطة السياحية المتنوعة مثل زيارة المعالم، المشاركة في الجولات الثقافية، وحضور الفعاليات المحلية. يهتمون بتوفر معلومات حول الأنشطة التي يمكنهم القيام بها في المدينة خلال زيارتهم.

### 5.الثقافة:

- اهتمام العملاء التعرف على التاريخ والثقافة المحلية. يقدم التطبيق محتوى تعليمي وترفيهي عن معالم المدينة وثقافتها من خلال سرد قصص المعالم بلغات مختلفة، ما يعزز تجربة الانغماس في الثقافة المحلية.

### 6. التسوق:

- يبحث العملاء عن تجارب تسوق مميزة، سواء في الأسواق المحلية أو من خلال الاستفادة من العروض والخصومات المقدمة. يهتمون بالتسوق للملابس والهدايا التذكارية وغيرها من المستلزمات خلال رحلتهم.

### 7. المأكولات:

- يهتم العملاء بتجربة المأكولات المحلية والعالمية في بورسعيد. يحبون الاستفادة من ميزة Live Menu التي تتيح لهم الاطلاع على قوائم الطعام في المطاعم القريبة، وكذلك حجز الطاولات والحصول على خصومات خاصة بمستخدمي التطبيق.

## الاحتياجات الأساسية:

### معلومات دقيقة وشاملة:

يحتاج السياح إلى معلومات دقيقة وموثوقة عن المعالم السياحية، الأنشطة المتاحة، أوقات العمل، وأسعار الدخول، و وسائل النقل .

### سهولة الاستخدام:

يجب أن يكون التطبيق سهل الاستخدام وبديهي حتى يتمكن السياح من العثور على ما يبحثون عنه بسرعة.

### خرائط وتوجيهات واضحة:

يحتاج السياح إلى خرائط وتوجيهات واضحة لمساعدتهم على التنقل في المدينة.

### حجز الخدمات:

يبحث السياح عن إمكانية حجز الفنادق، المطاعم، والأنشطة المختلفة بسهولة من خلال التطبيق.

## الرغبات:

### تجربة سياحية مخصصة:

يرغب السياح في تجربة سياحية مخصصة تتناسب مع اهتماماتهم وتفضيلاتهم.

### اكتشاف أماكن جديدة:

يبحث السياح عن أماكن جديدة ومثيرة لاكتشافها.

### التفاعل مع الثقافة المحلية:

يرغب السياح في التعرف على الثقافة المحلية

### قضاء وقت ممتع:

الهدف الرئيسي للسياح هو الاستمتاع وقضاء وقت ممتع خلال رحلتهم.

### الحصول على قيمة مقابل المال:

يرغب السياح في الحصول على أفضل قيمة مقابل المال.

### التفضيلات:

### التطبيقات السهلة الاستخدام:

يفضل السياح التطبيقات التي تتميز بواجهة مستخدم بسيطة وسهلة الاستخدام.

### التطبيقات المجانية أو بأسعار معقولة:

يفضل السياح التطبيقات المجانية أو التي تقدم أسعارًا معقولة.

### التطبيقات التي تقدم عروض وخصومات:

يفضل السياح التطبيقات التي تقدم عروض وخصومات على الفنادق والمطاعم والأنشطة المختلفة.

### التطبيقات التي توفر ميزة المشاركة الاجتماعية:

يفضل السياح مشاركة تجاربهم مع أصدقائهم وعائلتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

## نقاط الألم:

### نقص المعلومات الشاملة والدقيقة

: يعاني المسافرون عادة من نقص المعلومات الشاملة والدقيقة عن المعالم السياحية، الأنشطة المتاحة، والفنادق والمطاعم المناسبة لميزانيتهم وتفضيلاتهم.

### صعوبة التخطيط والتنظيم

: يجد المسافرون صعوبة في تخطيط رحلاتهم وتنظيم جدول زمني فعال، خاصة إذا كانت هذه هي زيارتهم الأولى للمدينة.

### ارتفاع تكاليف السفر

: يسعى العديد من المسافرين إلى الحصول على أفضل قيمة مقابل المال، ويجدون صعوبة في مقارنة الأسعار والحصول على العروض الترويجية.

### صعوبة الحجز

: يواجه المسافرون صعوبة في حجز الفنادق، المطاعم، ووسائل النقل، خاصة إذا كانوا لا يتحدثون اللغة المحلية.

### صعوبة التنقل

: يواجه المسافرون صعوبة في التنقل داخل المدينة، خاصة إذا لم يكونوا على دراية بالخرائط والوسائل العامة للنقل.

### صعوبة التواصل

: يواجه المسافرون صعوبة في التواصل مع السكان المحليين، خاصة إذا لم يتحدثوا اللغة المحلية.

### عدم وجود توصيات موثوقة

: يجد المسافرون صعوبة في العثور على توصيات موثوقة عن الأماكن التي يجب زيارتها والأطعمة التي يجب تجربتها.

# الحل:

يقدم "ايجي سفاري " قصصا تفاعلية بلغات متعددة توفر معلومات شاملة عن كل معلم سياحي والانشطة والفعاليات ويتيح التطبيق حجز المطاعم والفنادق بسهولة و سرعة بالإضافة الى خدمة حجز وسائل النقل و يقدم تجربة غنية و متفاعلة.

### توفير معلومات شاملة ودقيقة

: يقدم التطبيق قاعدة بيانات ضخمة من المعلومات عن المعالم السياحية، التاريخ، الثقافة، والمرافق الخدمية في بورسعيد، مما يوفر للسائح كل ما يحتاجه لمعرفة المدينة بشكل أفضل.

### تسهيل عملية التنقل

: يوفر التطبيق خرائط تفاعلية دقيقة تحدد مواقع المعالم السياحية، الفنادق، المطاعم، والمرافق العامة، مما يساعد السائح على التنقل بسهولة ويسر داخل المدينة.

### تقديم تجربة تفاعلية:

يوفر التطبيق قصصًا صوتية ونصية شيقة عن المعالم السياحية، مما يجعل الزيارة أكثر متعة وإثارة، ويعمق فهم السائح للتاريخ والثقافة المحلية.

### توفير توصيات مخصصة:

يقدم التطبيق توصيات مخصصة للسائح بناءً على اهتماماته وتفضيلاته، مما يساعده على اكتشاف أماكن جديدة ومناسبة له.

:

### تسهيل التنقل والسياحة الداخلية للمغتربين والسياح:

حل مشكلة نقص المعلومات: يوفر التطبيق معلومات شاملة عن مختلف المناطق السياحية، بما في ذلك المعالم الرئيسية، والحكايات التاريخية،والانشطة والفعاليات، والخدمات المتاحة، مثل المطاعم والمقاهي والفنادق.

### التوجيه الذكي:

يساعد التطبيق المستخدمين في العثور على أقرب المطاعم، والمقاهي، والخدمات الأخرى، ويوفر معلومات عن أسعارها وعروضها الخاصة وأوقات العمل..

### الحجز السهل:

يسهل التطبيق حجز الفنادق والمطاعم والرحلات، بما في ذلك سيارات الأجرة والميكرو باصات.

.

## توفير الوقت والمال:

### تقليل الوقت الضائع:

يوفر التطبيق على المستخدمين عناء البحث عن المعلومات والخدمات، مما يوفر لهم الوقت للتركيز على الاستمتاع بتجربتهم السياحية.

### الحصول على أفضل الأسعار:

يوفر التطبيق للمستخدمين معلومات عن عروض المطاعم والرحلات، مما يساعدهم على الحصول على أفضل الأسعار.

## تحسين تجربة السياحة الداخلية:

### تجارب غنية بالمعلومات:

يوفر التطبيق للمستخدمين معلومات غنية عن مختلف جوانب السياحة الداخلية في مصر، مما يثري تجربتهم ويجعلها أكثر متعة.

### شعور بالأمان:

يوفر التطبيق للمستخدمين معلومات عن الخدمات المتاحة، مما يمنحهم شعوراً بالأمان خلال رحلتهم.

### دعم اللغة العربية:

يوفر التطبيق واجهة وخدمات باللغة العربية، مما يسهل استخدامه على جميع فئات المستخدمين.

# المنتج / الخدمة:

## المنتج الأساسي:

تطبيق جوال ومنصة إلكترونية شاملة للسياحة في بورسعيد.

## الخدمات التي يقدمها:

### قصص تفاعلية

: سرد قصص شيقة عن المعالم السياحية بطريقة جذابة وسهلة الفهم.

### خريطة تفاعلية

: تساعد المستخدم في التنقل بسهولة والوصول إلى الأماكن التي يرغب في زيارتها.

### دليل شامل

: يوفر معلومات شاملة عن المطاعم، الفنادق، الأنشطة، والخدمات الأخرى.

### حجز مباشر

: يتيح للمستخدم حجز الفنادق والمطاعم وبعض الخدمات الأخرى مباشرة من التطبيق.

### عروض وخصومات

: يقدم عروض وخصومات حصرية للمستخدمين.

### ميزة التواصل الاجتماعي:

يتيح للمستخدمين مشاركة تجاربهم وتقييم الأماكن.

### المعلومات السياحية:

إضافة معلومات أكثر تفصيلاً عن المعالم السياحية، بما في ذلك تاريخها وأهميتها الثقافية.

### الأنشطة السياحية:

إضافة قائمة بالأنشطة السياحية المتاحة في بورسعيد، مثل الجولات السياحية، والرحلات البحرية، والفعاليات الثقافية.

### المعلومات العملية:

إضافة معلومات حول الأعياد والمناسبات المحلية، وأوقات العمل للمحلات التجارية، وأرقام الطوارئ.

### تقييمات المستخدمين:

إضافة ميزة تتيح للمستخدمين تقييم المطاعم والفنادق والأنشطة السياحية.

### النصائح والسفر:

إضافة قسم خاص بنصائح المسافرين، حيث يمكن للمستخدمين مشاركة تجاربهم وصورهم.

### خدمة العملاء:

إضافة خدمة عملاء مميزة وسريعة للإجابة على استفسارات المستخدمين على الفور. التركيز على الجانب الثقافي والتاريخي:

يمكن جعل التطبيق مرجعًا شاملاً للتاريخ والثقافة البورسعيدية

## أهداف التطبيق:

### تعزيز تجربة السياح:

من خلال تقديم معلومات شاملة ومفصلة عن المعالم السياحية، مما يساعد السياح على استكشاف المدينة بعمق وثراء.

### تيسير الوصول إلى الخدمات:

توفير خريطة تفاعلية تساعد السياح في العثور على المطاعم، الكافيهات، الفنادق، ووسائل النقل بسهولة.

### تقديم عروض وخصومات:

توفير معلومات عن العروض والخصومات الخاصة في المطاعم والفنادق، مما يساهم في تحسين تجربة السياح وتوفير تكاليفهم.

### تسهيل الحجوزات:

تمكين المستخدمين من حجز الطاولات في المطاعم وحجز الفنادق ووسائل النقل عبر التطبيق، مما يوفر وقتهم وجهدهم.

### تحسين المعلومات السياحية:

تقديم معلومات دقيقة وتحديثات فورية عن المعالم السياحية والخدمات، مما يعزز من جودة التجربة السياحية ويجعلها أكثر سلاسة.

### زيادة التفاعل:

استخدام التكنولوجيا لزيادة تفاعل السياح مع المحتوى السياحي عبر القصص الصوتية والنصية، مما يعزز من تجربة الانغماس في التجربة السياحية.

## القيمة المضافة :

### القيمة المضافة لمشروعك تتلخص في عدة جوانب رئيسية:

### تجربة سياحية غامرة:

يتيح التطبيق للسياح تجربة غنية من خلال تقديم قصص المعالم السياحية بطريقة جذابة وسهلة عبر لغات متعددة، مما يعزز تجربة الاستكشاف ويوفر سياقاً ثقافياً وتاريخياً عميقاً.

### سهولة الوصول:

يوفر التطبيق خريطة تفاعلية ترتبط مباشرة بالموقع، مما يسهل على السياح الوصول إلى أماكن مختلفة مثل المطاعم، الكافيهات، الفنادق، ووسائل النقل في بورسعيد.

### معلومات محدثة وتفاعلية:

يتضمن التطبيق معلومات حول العروض والخصومات للمطاعم، قوائم الطعام بشكل مباشر (live menu)، وخيارات حجز الطاولات والفنادق، مما يسهم في توفير الوقت والجهد للسياح.

### حلول شاملة للنقل والإقامة:

يقدم التطبيق خدمات حجز وسائل النقل والفنادق بأسعار تنافسية، مما يعزز راحة ومرونة السفر ويقلل من حاجة السياح للبحث عن خيارات خارجية.

### توفير الوقت والمال:

من خلال دمج جميع هذه الخدمات في منصة واحدة، يسهم التطبيق في توفير الوقت والجهد للسياح، كما يوفر لهم خيارات بأسعار تنافسية وعروض مميزة.

# طرق تحقيق الربح

###  الشراكات **الشهرية من المطاعم والكافيهات:**

* توقيع شراكات شهرية مع شبكة واسعة من المطاعم والكافيهات لتوفير عروض حصرية للمستخدمين."

###  التعاقد **السنوي مع الفنادق:**

* توقيع عقود سنوية مع الفنادق لتقديم عروض حصرية وخصومات للمستخدمين."

###  العمولة **من حجز الأوردرات أو الطاولات أو الفنادق:**

* تحقيق أرباح من خلال نظام عمولات على كل حجز يتم عبر التطبيق سواء كان لحجز طاولة أو فندق أو طلب طعام."

###  الجولات **السياحية الشاملة:**

·“تقديم باقات سياحية شاملة تشمل الإقامة، والوجبات، والجولات السياحية ووسائل النقل مع تحقيق هامش ربح جديد علي كل باقة.

## الميزات التنافسية للتطبيق:

### التخصيص:

القدرة على تقديم توصيات مخصصة لكل مستخدم بناءً على اهتماماته وتفضيلاته، مما يجعل التجربة أكثر شخصية وممتعة

### الشراكات الاستراتيجية:

: التعاون مع الفنادق، المطاعم، والوكالات السياحية لتقديم عروض حصرية للمستخدمين، مما يزيد من قيمة التطبيق.

### التحديث المستمر:

تحديث المحتوى بشكل دوري وإضافة ميزات جديدة بناءً على آراء المستخدمين، مما يحافظ على حماس المستخدمين واستمرار استخدامهم للتطبيق.

### التركيز على الثقافة والتاريخ:

تسليط الضوء على الثقافة والتاريخ المحليين، وتقديم معلومات شيقة ومفيدة عن بورسعيد.

### سهولة الاستخدام

: تصميم واجهة مستخدم بسيطة وسهلة التنقل، مما يجعل التطبيق مناسبًا لجميع الفئات العمرية.

### التقسيط:

تقسيط الرحلات السياحية

## العلاقة مع العملاء (CRM):

### · خدمة العملاء:

التواصل السريع مع العملاء لحل أي مشاكل أو استفسارات وتسجيل الشكاوى والمقترحات المقدمة

### · برامج الولاء:

منح العملاء نقاطًا مقابل كل عملية شراء يمكن استبدالها بوجبات مجانية او هدايا او خصومات خاصة.

### · الكاش باك:

إعادة جزء من قيمة الشراء للعميل كنقد أو كنقاط يمكن استبدالها لتشجيع العملاء على إجراء المزيد من عمليات الشراء.

### · التقسيط:

تقديم خيارات تقسيط على الرحلات السياحية تناسب مختلف الميزانيات.

### · العروض والخصومات:

تقديم عروض خاصة على المطاعم والفنادق بناءً على سلوك الشراء وتاريخ الحجز وخصومات خاصة في المناسبات والأعياد.

### · خدمة ما بعد البيع:

تقديم الدعم الفني للعملاء الذين يواجهون أي مشاكل تقنية وإجراء استبيانات لقياس رضا العملاء عن الخدمات المقدمة والتواصل المستمر معهم من خلال البريد الالكتروني وطلب اراء العملاء وتقييماتهم.

# CUSTOMER MAPPING

### (Awareness):

* + إعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، انستجرام، تيك توك)
  + منشورات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي
  + فعاليات ومناسبات
  + معارض سياحية
  + مكاتب سياحية
  + Qr code علي المعالم السياحية

### (Consideration)

* :
  + موقع ايجي سفاري الإلكتروني
  + تطبيق للهواتف الذكية
  + صفحات ايجي سفاري على وسائل التواصل الاجتماعي
  + مراجعات العملاء وتقييماتتهم

### (Purchase)

إنشاء حساب

الجولات والرحلات السياحية

عملية حجز الطعام او الفنادق او الطاولات من التطبيق او الموقع

شراء باقات سياحية

الاستفادة بالعروض والخصومات

### 4. مرحلة ما بعد الشراء (Post-Purchase)

* + رسائل البريد الإلكتروني و فيسبوك و انستجرام لتقييم الخدمة ومراجعة التقييمات
  + تجربة الحجز والرحلات
  + خدمة العملاء

### 5.Retention & Advocacy)

رسائل البريد الإلكتروني و وسائل التواصل الاجتماعي الترويجية

* + برامج الولاء
  + طلبات التقييم والمراجعات
  + خدمة تقسيط الرحلات السياحية
  + خدمة ما بعد البيع
  + خدمة العملاء
  + عروض و خصومات مميزة

# الشركات المنافسة الرئيسية منافسين ايجي سفاري

## Booking.com.1

تُعد واحدة من أكبر اللاعبين في سوق حجوزات السفر عبر الإنترنت، ولديها حصة سوقية كبيرة.

### ‎نقاط القوة

‎**قاعدة بيانات واسعة:** توفر خيارات شاملة لحجوزات الفنادق والشقق في جميع أنحاء العالم.

‎**واجهة مستخدم سهلة الاستخدام:** تطبيق وموقع ويب سهل الاستخدام بميزات متقدمة لتسهيل عملية الحجز.

‎**التقييمات والمراجعات:** تحتوي على نظام تقييمات ومراجعات من العملاء، مما يزيد من ثقة المستخدمين.

سهولة الاستخدام،

مجموعة واسعة من خيارات الإقامة،

سمعة جيدة وموثوقية

‎

**برامج الولاء:** تقدم عروض وخصومات خاصة للأعضاء، مما يشجع على تكرار الاستخدام.

### ‎نقاط الضعف

‎**تكاليف الحجز:** العمولات المرتفعة على الحجز قد تؤدي إلى زيادة تكاليف الإقامة.

‎**دعم العملاء:** قد تكون استجابة دعم العملاء بطيئة في بعض الأحيان، مما يؤثر على تجربة للعملاء المستخدم.

التركيز بشكل أساسي على حجز الفنادق،

قد لا يقدم معلومات كافية عن الأنشطة والمعالم السياحية

### ‎القنوات المستخدمة

‎التسويق الرقمي عبر محركات البحث و مواقع التواصل الاجتماعي والإعلانات المدفوعة.

‎التسويق عبر البريد الإلكتروني

‎الشراكات التجارية مع الفنادق وشركات السفر

‎

## **TripAdvisor.2**

هي منصة رائدة في مجال التقييمات السياحية ولها تأثير كبير على قرارات السفر.

### نقاط القوة

‎**قاعدة مستخدمين كبيرة:**منصة عالمية تضم ملايين المستخدمين والمسافرين شهريا .

‎**تنوع المحتوى:**يوفر معلومات وتقييمات عن الفنادق، المطاعم، الأنشطة السياحية، وأكثر.

تأثير التقييمات

‎**تعتبر المراجعات مؤثرة** للغاية وتساعد المستخدمين في اتخاذ القرارات والوصول الى احتياجاتهم.

### نقاط الضعف

‎**مصداقية بعض المراجعات:** قد تواجه مشكلة في التقييمات الزائفة أو المتحيزة.

### القنوات المستخدمة

‎**التسويق عبر المحتوى:** عبر المراجعات والمقالات السياحية.

‎**التسويق الرقمي:** يعبر الإعلانات المدفوعة ومحركات البحث.

‎**التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:** لزيادة التفاعل مع المستخدمين

‎

## **Talabat.3**

لدي طلبات حصة سوقية كبيرة في مجال توصيل الطعام في الشرق الأوسط، ولكنها ليست منافسًا مباشرًا في مجال الحجوزات السياحية.

### ‎نقاط القوة

‎**توصيل الطعام:** تعتبر واحدة من أكبر منصات توصيل الطعام في الشرق الأوسط.

‎**التواجد الواسع:** تغطي العديد من الدول في المنطقة، مما يوفر نطاقًا واسعًا من العملاء.

‎**سهولة الاستخدام:** تطبيق سهل الاستخدام يوفر تجربة مريحة للمستخدمين.

### ‎نقاط الضعف

‎**التنافس الشديد:** يواجهون منافسة شديدة من شركات أخرى في نفس المجال.

### ‎القنوات المستخدمة

‎التسويق الرقمي عبر محركات البحث والإعلانات المدفوعة.

‎**التسويق عبر التطبيقات:** عروض وتخفيضات خاصة للمستخدمين الجدد.

‎التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع تقديم حملات ترويجية.

# الفريق القائم على المشروع

## 1. فريق الدراسات:

### إعداد دراسات الجدوى:

يقوم هذا الفريق بتقييم جدوى المشروع من الناحية الفنية والمالية والتسويقية والتمهيدية والإدارية، وذلك بتحليل تكاليف المشروع وعائده المتوقع والمخاطر المحتملة.

### تحليل السوق:

يدرس الفريق السوق المستهدف، ويتعرف على المنافسين، ويحدد حجم السوق وحصته، ويقوم بتحليل سلوك المستهلكين واحتياجاتهم.

### كتابة الخطط الاستراتيجية:

يقوم الفريق بصياغة خطة عمل واضحة المعالم تحدد أهداف المشروع وخطوات تنفيذه، وتشمل الخطة خططًا تسويقية ومالية .

### تقييم الأداء:

يتولى الفريق تقييم أداء المشروع بشكل دوري ومقارنته بالأهداف المحددة، واقتراح التعديلات اللازمة لتحسين الأداء.

## 2. فريق البحث (Search Team):

### جمع البيانات:

يقوم الفريق بجمع البيانات من مصادر مختلفة مثل التقارير البحثية، والمقابلات، والاستبيانات.

### تحليل البيانات:

يقوم الفريق بتحليل البيانات المستخلصة واستخلاص النتائج والتوصيات.

### تقديم الرؤى:

يقدم الفريق رؤى معمقة حول المشروع، مثل تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات، وتقديم توصيات بشأن اتخاذ القرارات.

### دعم عملية صنع القرار:

يوفر الفريق المعلومات والتحليلات اللازمة لاتخاذ القرارات الاستراتيجية والتكتيكية للمشروع.

## 3. فريق البرمجة:

### تصميم وتطوير التطبيق والموقع:

يقوم الفريق بتصميم وتطوير واجهة المستخدم وتجربة المستخدم للتطبيق والموقع، وبرمجة الوظائف والميزات المطلوبة.

### ضمان الجودة:

يقوم الفريق بفحص واختبار التطبيق والموقع للتأكد من خلوهما من الأخطاء وعملها بشكل سليم.

### صيانة وتحديث:

يقوم الفريق بصيانة وتحديث التطبيق والموقع بشكل دوري، وإضافة ميزات جديدة حسب الحاجة.

### التكامل مع أنظمة أخرى:

يقوم الفريق بتكامل التطبيق والموقع مع أنظمة أخرى مثل أنظمة الدفع الإلكتروني وقواعد البيانات.

## 4. فريق التطوير:

### مطورو تطبيقات الجوال:

يجب أن يكونوا خبراء في تطوير تطبيقات الهواتف الذكية لأنظمة التشغيل المختلفة (أندرويد و iOS) باستخدام لغات البرمجة والأطر المناسبة (مثل Flutter، React Native، Swift، Kotlin).

### مطورو الويب:

مسؤولون عن تطوير المنصة الإلكترونية المرتبطة بالتطبيق، بما في ذلك واجهة المستخدم الخلفية وإدارة المحتوى.

### مختصو قواعد البيانات:

لتصميم وبناء قواعد البيانات التي تخزن جميع البيانات المتعلقة بالمعالم السياحية، المطاعم، الفنادق، الحجوزات، وغيرها.

## 5.فريق التصميم:

### مصممو واجهة المستخدم (UI Designers)

: لإنشاء تصميمات جذابة وسهلة الاستخدام لواجهة التطبيق والمنصة الإلكترونية، مع مراعاة تجربة المستخدم.

### مصممو تجربة المستخدم (UX Designers)

: لتحسين تجربة المستخدم الشاملة للتطبيق، من خلال تحليل سلوك المستخدم وتحديد أفضل الطرق لتلبية احتياجاته.

## 6.فريق التسويق:

مسوقو رقميون:

للتسويق للتطبيق والمنصة الإلكترونية عبر مختلف القنوات الرقمية (وسائل التواصل الاجتماعي، محركات البحث، الإعلانات المدفوعة).

مسوقو محتوى:

لإنشاء حملات تسويقية فعالة تستهدف السياح المحتملين.

## 7.فريق إدارة المشروع:

### مدير مشروع:

للإشراف على جميع مراحل المشروع وتنسيق العمل بين الفرق المختلفة.

### الكفاءات الأساسية المطلوبة:

فهم عميق لسوق السياحة في بورسعيد: معرفة بالمعالم السياحية، المطاعم، الفنادق، واهتمامات السياح.

### مهارات ممتازة في التواصل والتنسيق:

للعمل ضمن فريق متكامل والتواصل مع مختلف الجهات المعنية.

### مهارات حل المشكلات:

للتعامل مع التحديات التي قد تواجه المشروع.

### الاهتمام بالتفاصيل:

لضمان جودة المحتوى والتصميم.

### المرونة والتكيف مع التغيير:

لمواكبة التطورات التكنولوجية ومتطلبات السوق.

# الشركاء :

### المؤسسات الحكومية:

* التعاون مع الهيئة العامة للسياحة والآثار والمحليات لتقديم الدعم والتسهيلات.

### الفنادق والمطاعم:

* تقديم عروض وخصومات حصرية للمستخدمين.

### شركات السياحة:

* تقديم عروض علي الرحلات السياحية الشاملة.

# عوامل نجاح المشروع وزيادة العائد:

**جودة المحتوى الذي يقدمة التطبيق**

**سهولة استخدام التطبيق**

## التسويق والترويج:

بذل جهود كبيرة لتسويق التطبيق والمنصة لجذب المستخدمين الجدد.

## الشراكات الاستراتيجية

مع الفنادق و المطاعم و الكافيهات و المنشآت و الشركات السياحية

التحديث المستمر للتطبيق وتحسين الاداء

|  |  |
| --- | --- |
| **نقاط القوة** | **نقاط الضعف** |
| **فكرة مبتكرة:** تقديم قصص المعالم السياحية بطريقة جذابة (كتابه، صوتية، فيديوهات) ومتعددة اللغات، مع استخدام تقنية QR Codes، هي فكرة مبتكرة تجذب السياح وتوفر لهم تجربة غنية.  **شامل:** يغطي التطبيق جوانب متعددة من تجربة السائح، بدءًا من التعرف على المعالم السياحية وصولًا إلى الحجز في الفنادق والمطاعم وحجز الطاولات وحجز وسائل النقل والتعرف علي الانشطة والفعاليات، مما يجعله وجهة شاملة للسائح.  **تفاعلي:** الخريطة التفاعلية وخاصية المسح الضوئي لـ QR Codes تجعل التطبيق تفاعليًا وممتعًا للاستخدام، ويسهل على السياح التنقل واكتشاف المدينة.  **موجه للسائح:** يركز التطبيق بشكل أساسي على تلبية احتياجات السياح، مما يزيد من فرص نجاحه.  **توفير الوقت والجهد والمال:** يساعد التطبيق السياح على توفير الوقت والجهد والمال من خلال توفير معلومات شاملة وحجوزات مسبقة.  **شراكات مع المطاعم والفنادق:** وجود شراكات مع المطاعم والفنادق يوفر عروضًا وخصومات حصرية للمستخدمين، مما يجذب المزيد من الزوار.  **التفرد الجغرافي:** بورسعيد مدينة ذات تاريخ عريق وموقع استراتيجي على قناة السويس، مما يجعلها وجهة سياحية فريدة.  **التكامل مع السياحة المحلية:** يمكن للتطبيق أن يساهم في تنشيط السياحة المحلية وزيادة الوعي بأهمية المعالم السياحية في بورسعيد.  **إمكانية التوسع:** يمكن توسيع نطاق التطبيق ليشمل مدنًا مصرية أخرى، وحتى دولًا عربية.  **التوسع في الخدمات:** توسيع نطاق الخدمات التي يقدمها التطبيق ليشمل حجز الرحلات البحرية، تنظيم الفعاليات السياحية، وتقديم معلومات عن الأحداث والمهرجانات المحلية.  **تحديث المحتوى:** تقديم تحديثًا مستمرًا للمحتوى، بما في ذلك القصص والمعلومات عن المعالم السياحية والمطاعم والفنادق.  **جودة المحتوى الصوتي:** الحرص على جودة عالية للمحتوى الصوتي، حيث يعتبر جزءًا أساسيًا من التجربة  **دقة البيانات:** التأكد من دقة البيانات المتعلقة بالمواقع، والمطاعم، والفنادق، وغيرها.  **مصادر دخل متعددة:** يمكن تحقيق أرباح من خلال شراكات مع المطاعم والفنادق، ورسوم الحجز، والإعلانات، وبيع المنتجات التذكارية. | **التسويق والترويج:** يحتاج التطبيق إلى حملات تسويقية وترويجية مكثفة للوصول إلى الجمهور المستهدف.  **اعتمادية على البنية التحتية:** قد تواجه بعض المناطق في بورسعيد تحديات في البنية التحتية للإنترنت، مما يؤثر على أداء التطبيق.  **الموسمية:** قد تتأثر أعداد السياح بموسمية السياحة في مصر. |
| **الفرص** | **التحديات** |
| **ثراء التراث والثقافة:** تتمتع بورسعيد بتاريخ عريق وثقافة متنوعة، مما يوفر محتوى غنيًا للتطبيق ويساعد على جذب السياح المهتمين بالتاريخ والثقافة.  **النمو المتزايد للسياحة الرقمية:** يشهد قطاع السياحة الرقمية نموًا هائلاً، مما يوفر فرصًا كبيرة للتسويق والترويج للتطبيق.  **الشراكات الاستراتيجية:** يمكن عقد شراكات مع شركات السياحة والفنادق العالمية والمحلية، وكذلك مع الجهات الحكومية المعنية بالسياحة، لتعزيز مكانة التطبيق وزيادة قاعدة المستخدمين.  **الاستفادة من الذكاء الاصطناعي**: يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم وتقديم توصيات مخصصة لكل سائح.  **زيادة الإيرادات السياحية لبورسعيد:** يساهم التطبيق في جذب المزيد من السياح إلى بورسعيد، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات السياحية للمدينة. | **المنافسة الشديدة:** يشهد سوق التطبيقات السياحية منافسة شديدة، مما يتطلب بذل جهود كبيرة للتميز وجذب المستخدمين.  **التغيرات التنظيمية:** قد تؤثر التغيرات في القوانين واللوائح الحكومية على عمل التطبيق.  **الأمن السيبراني:** يجب حماية البيانات الشخصية للمستخدمين من أي اختراقات أمنية. |

# جدول دخل "ايجي سفاري" من المطاعم

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **الربع** | **عدد المطاعم** | **الدفعة لكل مطعم كل شهر** | **إجمالي الدخل السنوي للمطعم** | **إجمالي الدخل للربع** |
| **الربع الأول** | 10 | 3000 | 12.000 | 30.000 |
| **الربع الثاني** | 15 | 3000 | 24.000 | 45.000 |
| **الربع الثالث** | 25 | 3000 | 36.000 | 75.000 |
| **الربع الرابع** | 30 | 3000 | 48.000 | 90.000 |
| **الإجمالي السنوي** |  |  |  | 720.000 |

## ملاحظات:

* تم إضافة عمود "إجمالي الدخل السنوي للمطعم" والذي يمثل إجمالي ما يدفعه المطعم الواحد في السنة (3000 جنيه × 4 دفعات = 12,000 جنيه).

# جدول دخل "ايجي سفاري" من الكافيهات

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **سعر الاشتراك في الربع** | **سعر الاشتراك في الشهر** | **عدد الكافيهات المستهدفة** | **الربع** |
| 15.000 | 1000 | 5 | **الربع الأول** |
| 30.000 | 1000 | 01 | **الربع الثاني** |
| 45.000 | 1000 | 15 | **الربع الثالث** |
| 60.000 | 1000 | 20 | **الربع الرابع** |
| 150.000 |  |  | **الإجمالي السنوي** |

# جدول دخل "ايجي سفاري" من المحلات

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **سعر الاشتراك في الربع** | **سعر الاشتراك في الشهر** | **عدد المحلات** | **الربع** |
| 20.000 | 2000 | 10 | **الربع الأول** |
| 30.000 | 2000 | 15 | **الربع الثاني** |
| 50.000 | 2000 | 25 | **الربع الثالث** |
| 60.000 | 2000 | 30 | **الربع الرابع** |
| 160.000 |  |  | **الإجمالي السنوي** |

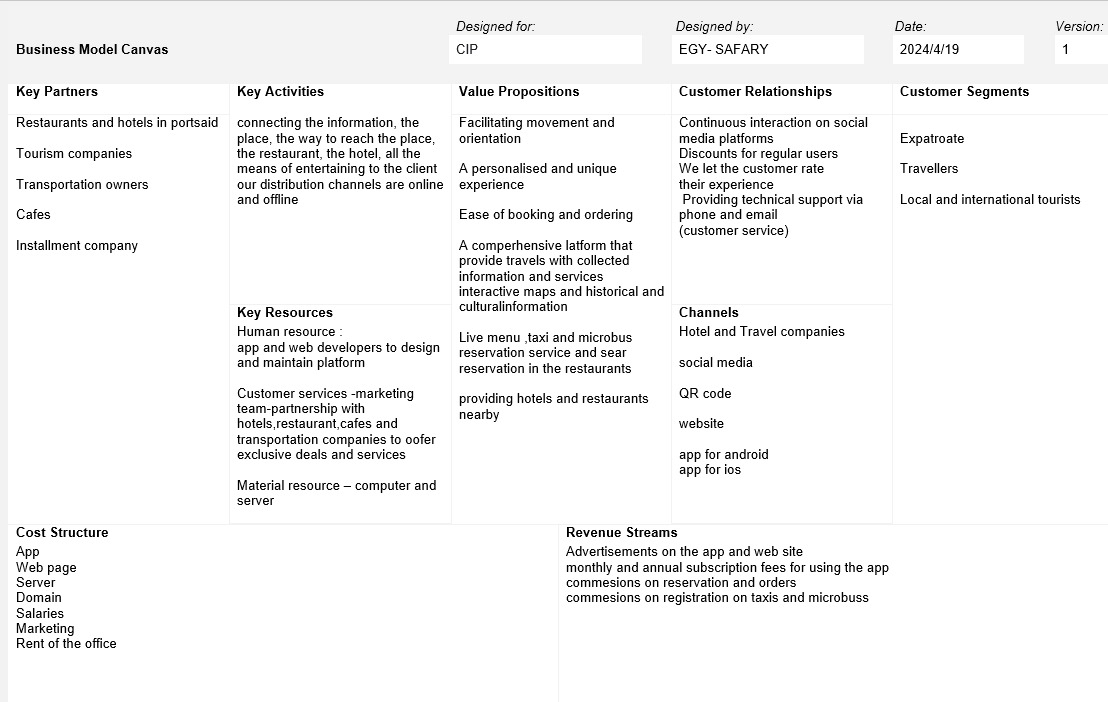
الرحلات

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **صافي الربح من الرحلة الواحدة** | **عدد الرحلات في الشهر** | **الرحلات** |
| 96.000 | 12 | **الربع الأول** |
| 144.000 | 18 | **الربع الثاني** |
| 192.000 | 24 | **الربع الثالث** |
| 288.000 | 36 | **الربع الرابع** |
| **720.000** | **90** | **الإجمالي السنوي** |

الدخل السنوي لEgy Safary

|  |  |
| --- | --- |
| **720.000** | **ايرادات المطاعم** |
| **720.000** | **ايرادات الرحلات** |
| **160.000** | **ايرادات المحلات** |
| **150.000** | **ايرادات الكافيهات** |
| **1.730.000** | **الاجمالي السنوي** |

نموذج العمل التجاري

Business model

# **Marketing plan**

# الاهداف التسويقية:

## 1. زيادة الوعي بالعلامة التجارية:

### الهدف:

* زيادة الوعي بوجود تطبيق EGY-SAFARY بين الجمهور المستهدف في بورسعيد.

### المقياس:

* + زيادة عدد مرات الظهور للعلامة التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.
  + زيادة عدد الزيارات إلى موقع الويب الخاص بالتطبيق.
  + زيادة عدد مرات ذكر العلامة التجارية في وسائل الإعلام المحلية ومراجعات المستخدمين.

### النسبة المستهدفة

* **:** زيادة بنسبة 50% في الوعي بالعلامة التجارية خلال الأشهر الستة الأولى.

## 2. تحميل التطبيق وعدد المستخدمين:

### الهدف

* **:** الوصول إل10,000 مستخدم نشط شهريًا خلال السنة الأولى، مع التركيز على استهداف 100,000سائح محتمل في بورسعيد.

### المقياس:

* + عدد مرات تحميل التطبيق.
  + عدد المستخدمين النشطين شهريًا (يقومون بتسجيل الدخول واستخدام التطبيق بانتظام).

## 3. التفاعل والمشاركة وبناء علاقة قوية:

### الهدف

* **:** بناء علاقة قوية مع المستخدمين وتحويل EGY-SAFARY إلى المرجع الأول لأي شخص يحتاج إلى أي شيء في بورسعيد.

### المقياس:

* + زيادة عدد المتابعين والتفاعل على صفحات التواصل الاجتماعي (الإعجابات، التعليقات، المشاركات).
  + زيادة عدد المراجعات والتقييمات الإيجابية للتطبيق على متاجر التطبيقات.
  + زيادة عدد المستخدمين الذين يستخدمون ميزات التطبيق الرئيسية بانتظام (مثل حجز المطاعم والفنادق، الاطلاع على قصص المعالم السياحية، استخدام الخريطة التفاعلية).
  + تطبيق برنامج ولاء فعال يشجع المستخدمين على العودة واستخدام التطبيق بشكل متكرر.

## 4. العائد على الاستثمار (ROI):

### الهدف

* **:** تحقيق عائد إيجابي على الاستثمار من الحملات التسويقية.

### المقياس:

* + زيادة الإيرادات من خلال الحجوزات التي تتم عبر التطبيق (الفنادق، المطاعم، وسائل النقل).
  + زيادة الإيرادات من خلال الشراكات مع الشركات المحلية (عروض وخصومات حصرية لمستخدمي التطبيق).
  + مقارنة تكلفة الحملات التسويقية بالإيرادات المحققة لتحديد العائد على الاستثمار.

## 5. الاحتفاظ بالمستخدمين:

### الهدف

* **:** تحسين معدل الاحتفاظ بالمستخدمين الحاليين من خلال برنامج الولاء.

### المقياس:

* + نسبة المستخدمين الذين يستمرون في استخدام التطبيق بعد فترة زمنية محددة (مثلاً، شهر، 3 أشهر، 6 أشهر).
  + زيادة عدد المستخدمين الذين يشاركون في برنامج الولاء ويستفيدون من مزاياه.

## 6. خطة التوسع:

### الهدف

* **:** البدء في التخطيط للتوسع إلى مدن أخرى بعد 6 أشهر، بناءً على أداء التطبيق في بورسعيد.

### المقياس:

* + تقييم مدى نجاح التطبيق في تحقيق الأهداف المحددة في بورسعيد.
  + إجراء دراسة جدوى لتحديد المدن المحتملة للتوسع.

# Content Management System (CMS)

1. **Odoo**:

### المميزات:

سهل الاستخدام والإدارة، حتى للمبتدئين.

مرونة عالية وقابلية للتخصيص من خلال القوالب والإضافات.

مجتمع دعم كبير ومتوفرة العديد من الموارد التعليمية.

مناسب لمواقع الويب التي تعتمد على المحتوى، مثل المدونات والمواقع الإخبارية.

## 2. Web Hosting:

## : استضافة سحابية (Cloud Hosting)

### المميزات:

**قابلية التوسع:**

زيادة الموارد بسهولة لتلبية احتياجات الموقع المتزايدة.

**أداء عالي:**

سرعة تحميل عالية وتجربة مستخدم سلسة.

**أمان:**

حماية قوية ضد الهجمات والاختراقات.

**دعم فني:**

معظم شركات الاستضافة السحابية دعمًا فنيًا على مدار الساعة.

## 3. تصميم الموقع:

**التركيز على تجربة المستخدم:**

تصميم بسيط وسهل الاستخدام، مع تنقل واضح بين الصفحات.

استخدام ألوان وخطوط جذابة ومتناسقة مع هوية العلامة التجارية.

**تحسين سرعة تحميل الموقع.**

التأكد من أن الموقع متوافق مع جميع الأجهزة (هواتف محمولة، أجهزة لوحية، حواسيب).

دمج عناصر EGY-SAFARY:

استخدام شعار التطبيق وألوانه في تصميم الموقع.

تضمين روابط لتحميل التطبيق في أماكن بارزة على الموقع.

عرض محتوى من التطبيق على الموقع، مثل قصص المعالم السياحية.

## 4. الميزات الأساسية للموقع:

### الصفحات الرئيسية:

الصفحة الرئيسية، حول الشركة، كيفية الاستخدام، الأسئلة الشائعة، اتصل بنا.

### المدونة:

قسم لنشر مقالات ومحتوى متنوع.

### الخريطة التفاعلية:

دمج الخريطة التفاعلية من التطبيق على الموقع.

### نماذج الاتصال:

توفير نماذج اتصال سهلة الاستخدام للمستخدمين للتواصل مع فريق الدعم أو الاستفسار عن الخدمات.

### التكامل مع وسائل التواصل الاجتماعي:

ربط الموقع بحسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بـ EGY-SAFARY.

## 5. الأمان:

### شهادة SSL:

تثبيت شهادة SSL لتشفير البيانات وحماية معلومات المستخدمين.

### النسخ الاحتياطي المنتظم:

إجراء نسخ احتياطي منتظم لبيانات الموقع لحمايتها من الضياع.

### تحديثات الأمان:

تحديث نظام إدارة المحتوى والإضافات والقوالب بانتظام لإصلاح الثغرات الأمنية.

## 6. تحليلات الموقع:

### Google Analytics:

استخدام Google Analytics لتتبع وتحليل حركة المرور على الموقع وسلوك المستخدم.

### أدوات تحسين محركات البحث:

استخدام أدوات لتحسين محركات البحث (SEO) لتحسين ظهور الموقع في نتائج البحث.

## 7. التوافق مع اللوائح والقوانين:

### قانون حماية البيانات الشخصية:

التأكد من أن الموقع يتوافق مع قانون حماية البيانات الشخصية في مصر.

### قوانين حقوق النشر:

التأكد من أن جميع المحتوى على الموقع أصلي أو مرخص بشكل صحيح

# البنية التحتية اللازمة لتطبيق وموقع EGY-SAFARY

لتحقيق النجاح وتحقيق أهدافك، يحتاج تطبيق وموقع EGY-SAFARY إلى بنية تحتية قوية ومتكاملة. إليك أهم العناصر التي يجب مراعاتها:

## 1. البنية التحتية لتطبيق الجوال:

### تطوير التطبيق:

اختيار لغة برمجة مناسبة (مثل Java لنظام Android أو Swift لنظام iOS) أو استخدام منصات تطوير تطبيقات متعددة المنصات (Flutter).

تصميم واجهة مستخدم بديهية وسهلة الاستخدام.

### تطوير الميزات الأساسية

، مثل الخريطة التفاعلية، وقصص المعالم السياحية، وخدمات الحجز.

اختبار التطبيق بشكل شامل على مختلف الأجهزة وإصدارات أنظمة التشغيل.

### استضافة التطبيق:

AWS

### قاعدة بيانات:

اختيار نظام إدارة قواعد بيانات مناسب لتخزين بيانات المستخدمين والمعالم السياحية والمطاعم والفنادق ووسائل النقل.

التأكد من أن قاعدة البيانات آمنة ومحمية ضد الاختراقات.

## 2. البنية التحتية لموقع الويب:

### استضافة الموقع:

اختيار مزود خدمة استضافة موثوق يوفر أداءً عاليًا وتوافرًا مستمرًا.

التأكد من أن الاستضافة تدعم التوسع في عدد الزوار في المستقبل.

نظام إدارة المحتوى (CMS):

اختيار نظام إدارة محتوى سهل الاستخدام ومرن، مثل Odoo.

تخصيص القوالب والإضافات لتلبية احتياجات الموقع.

### تصميم الموقع:

تصميم موقع جذاب وسهل الاستخدام، مع تنقل واضح بين الصفحات.

تحسين سرعة تحميل الموقع.

التأكد من أن الموقع متوافق مع جميع الأجهزة (هواتف محمولة، أجهزة لوحية، حواسيب).

## 3. البنية التحتية للتسويق:

### أدوات تحليل البيانات:

استخدام أدوات مثل Google Analytics لتتبع وتحليل حركة المرور على الموقع وسلوك المستخدم.

استخدام أدوات لتحسين محركات البحث (SEO) لتحسين ظهور الموقع في نتائج البحث.

أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي:

استخدام أدوات لجدولة المحتوى وإدارة التفاعل مع المتابعين على مختلف منصات التواصل الاجتماعي.

### أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني:

استخدام أدوات لإرسال رسائل إخبارية وعروض خاصة للمشتركين.

## 4. البنية التحتية للدعم الفني:

### فريق دعم فني:

توفير فريق دعم فني للرد على استفسارات المستخدمين وحل المشاكل التقنية.

توفير قنوات اتصال متعددة للدعم الفني، مثل البريد الإلكتروني والدردشة المباشرة والهاتف.

## 5. البنية التحتية للأمان:

شهادة SSL:

تثبيت شهادة SSL لتشفير البيانات وحماية معلومات المستخدمين.

النسخ الاحتياطي المنتظم:

إجراء نسخ احتياطي منتظم لبيانات التطبيق والموقع لحمايتها من الضياع.

تحديثات الأمان:

تحديث نظام إدارة المحتوى والإضافات والقوالب بانتظام لإصلاح الثغرات الأمنية.

حماية ضد الهجمات الإلكترونية:

استخدام جدار حماية وأدوات أمان أخرى لحماية التطبيق والموقع من الهجمات الإلكترونية.

## 6. البنية التحتية للتوسع:

خوادم قابلة للتوسع:

اختيار خوادم يمكن زيادة مواردها بسهولة لتلبية احتياجات التطبيق والموقع المتزايدة في المستقبل.

قاعدة بيانات قابلة للتوسع:

اختيار نظام إدارة قواعد بيانات يدعم التوسع في حجم البيانات.

فريق عمل قابل للتوسع:

بناء فريق عمل يمكن توسيعه بسهولة عند الحاجة لدعم التوسع في المدن الجديدة.

# التقنيات الأساسية لتطوير موقع ويب EGY-SAFARY

بالنظر إلى طبيعة موقع EGY-SAFARY ومتطلباته، إليك التقنيات الأساسية المقترحة لتطويره:

## 1. لغات البرمجة وتقنيات تطوير الويب الأساسية:

### HTML (Hyper Text Markup Language):

لبناء هيكل ومحتوى صفحات الويب.

### CSS (Cascading Style Sheets):

لتصميم وتنسيق مظهر الصفحات.

### JavaScript:

لإضافة تفاعلية وديناميكية إلى الموقع، مثل الخريطة التفاعلية وعناصر التحريك.

### React، Angular، أو Vue.js:

لتسهيل بناء واجهة المستخدم التفاعلية وتنظيم الكود، خاصة إذا كان الموقع يحتوي على ميزات معقدة.

## 3. نظام إدارة المحتوى (CMS):

### Odoo:

نظام إدارة محتوى شائع وسهل الاستخدام، يوفر مرونة عالية في إدارة المحتوى وإضافة الميزات من خلال الإضافات.

## 4. قاعدة بيانات:

### MySQL أو PostgreSQL:

قواعد بيانات مفتوحة المصدر وشائعة الاستخدام لتخزين بيانات المستخدمين والمعالم السياحية والمطاعم والفنادق ووسائل النقل.

## 5. تقنيات الخريطة التفاعلية:

### Google Maps API أو Leaflet:

لتضمين خريطة تفاعلية على الموقع وعرض المواقع والأماكن المهمة في بورسعيد.

## 6. تقنيات أخرى:

### PHP (اختياري):

لغة برمجة شائعة الاستخدام في تطوير مواقع الويب الديناميكية

### AJAX (Asynchronous JavaScript and XML):

لتحديث أجزاء من الصفحة دون الحاجة إلى إعادة تحميل الصفحة بأكملها، مما يحسن تجربة المستخدم.

### JSON (JavaScript Object Notation):

لتبادل البيانات بين التطبيق والموقع والخادم.

# الخطوات التقنية الأساسية لتطوير موقع ويب EGY-SAFARY

## لتطوير موقع ويب EGY-SAFARY بنجاح، يمكن اتباع الخطوات التقنية الأساسية التالية:

## التخطيط والتحليل:

تحديد الأهداف والجمهور المستهدف للموقع.

تحديد الميزات والوظائف الرئيسية التي يجب أن يوفرها الموقع.

إنشاء مخطط تفصيلي لهيكل الموقع وتنظيم المحتوى.

اختيار نظام إدارة المحتوى (CMS) المناسب.

اختيار اسم نطاق مناسب وتسجيله.

## التصميم:

تصميم واجهة المستخدم (UI) وتجربة المستخدم (UX) للموقع.

إنشاء تصميمات جذابة وسهلة الاستخدام ومتوافقة مع هوية العلامة التجارية.

التأكد من أن التصميم متوافق مع جميع الأجهزة (هواتف محمولة، أجهزة لوحية، حواسيب).

## التطوير:

كتابة كود HTML وCSS و JavaScript لبناء هيكل وتصميم الموقع.

استخدام إطار عمل JavaScript (مثل React أو Angular أو Vue.js) إذا لزم الأمر.

دمج نظام إدارة المحتوى (CMS) وتخصيصه حسب الحاجة.

تطوير الميزات والوظائف الرئيسية، مثل الخريطة التفاعلية وخدمات الحجز.

ربط الموقع بقاعدة البيانات لتخزين البيانات واسترجاعها.

دمج تقنيات الخريطة التفاعلية (مثل Google Maps API أو Leaflet).

## الاختبار:

إجراء اختبار شامل للموقع على مختلف الأجهزة والمتصفحات.

اختبار جميع الميزات والوظائف للتأكد من أنها تعمل بشكل صحيح.

إصلاح أي أخطاء أو مشاكل تقنية.

## الإطلاق:

اختيار مزود خدمة استضافة مناسب وتحميل ملفات الموقع على الخادم.

تثبيت شهادة SSL لتشفير البيانات وحماية معلومات المستخدمين.

تهيئة إعدادات الأمان للموقع.

ربط الموقع بأدوات تحليل البيانات (مثل Google Analytics).

## الصيانة والتحديث:

تحديث المحتوى بانتظام.

إضافة ميزات ووظائف جديدة حسب الحاجة.

إجراء نسخ احتياطي منتظم لبيانات الموقع.

تحديث نظام إدارة المحتوى والإضافات والقوالب بانتظام لإصلاح الثغرات الأمنية.

مراقبة أداء الموقع وتحليله لتحسينه باستمرار.

# Marketing mix:

## 1. المنتج (Product):

### التطبيق:

* هو قلب المشروع. سهل الاستخدام، وذو واجهة جذابة ومميزة.

### القصص السياحية:

* القصص عالية الجودة ومشوقة ومتنوعة، وتغطي جميع المعالم السياحية الهامة في بورسعيد.

### الخرائط التفاعلية:

* الخرائط دقيقة وسهلة التنقل، مع إمكانية البحث عن أي موقع بسهولة.

### الحجوزات:

* عملية الحجز سلسة وآمنة، وتشمل خيارات متنوعة مثل حجز الفنادق والمطاعم والطاولات ووسائل النقل.

### المحتوى الإضافي:

* إضافة محتوى إضافي مثل نصائح للسفر، أدلة للمطاعم، وأحداث محلية.

## 2. السعر (Price):

### التطبيق:

* التطبيق مجانيًا

### الحجوزات:

* . نظام عمولات على كل حجز يتم عبر التطبيق سواء كان لحجز طاولة أو فندق أو طلب طعام

### العروض والخصومات:

* تقديم عروض وخصومات خاصة للمستخدمين، خاصة في بداية الإطلاق أو في مواسم معينة.

### الجولات السياحية:

* تقديم باقات سياحية شاملة تشمل الإقامة، والوجبات، والجولات السياحية ووسائل النقل مع تحقيق هامش ربح جديد علي كل باقة.

## 3. المكان (Place):

### متاجر التطبيقات:

* يجب توافر التطبيق على متاجر التطبيقات الرئيسية (App Store وGoogle Play).

### المواقع السياحية:

* يمكن وضع لافتات في المواقع السياحية الهامة للإعلان عن التطبيق.

### الشراكات:

* التعاون مع الفنادق والمطاعم وشركات السياحة لتوسيع نطاق الخدمات، التعاون مع موظفي الاستقبال لتقديم التطبيق للنزلاء.

### منصات التواصل الاجتماعي:

* أنشاء صفحات نشطة على منصات مثل فيسبوك، إنستغرام، تويتر، وغيرها للتفاعل مع العملاء وعرض خدماتك.

## 4. الترويج (Promotion):

### الحملات التسويقية:

* إطلاق حملات تسويقية موجهة للسياح ومدونات السفر، مع التركيز على الفوائد التي يقدمها التطبيق.

### التسويق بالمحتوى:

* إنشاء محتوى جذاب حول بورسعيد ومشاركة القصص على منصات التواصل الاجتماعي.

### التسويق بالنفوذ:

* التعاون مع المؤثرين في مجال السفر والسياحة للترويج للتطبيق.

### التسويق عبر المحركات البحثية (SEO):

* تحسين محركات البحث لموقع الويب الخاص بالتطبيق.

### المؤتمرات والمعارض السياحية:

* المشاركة في المؤتمرات والمعارض السياحية المحلية والدولية لعرض التطبيق وجذب الشركاء.

### الفعاليات المحلية

* **:** المشاركة في الفعاليات المحلية التي تقام في بورسعيد للترويج للتطبيق.

## 5. العملاء (People):

### خدمة العملاء:

* توفير خدمة عملاء ممتازة للإجابة على استفسارات المستخدمين على مدار الساعة.

### برنامج الولاء:

* تقديم برنامج ولاء للمستخدمين المتكررين، مثل نقاط المكافآت أو الخصومات الحصرية.

### تخصيص التجربة:

* توفير تجربة مخصصة لكل مستخدم بناءً على اهتماماته وتاريخ البحث.

## 6. العمليات (Process):

### سهولة الاستخدام:

* يجب أن يكون التطبيق سهل الاستخدام وواجهة المستخدم بديهية.

### سرعة الحجز:

* يجب أن تكون عملية الحجز سريعة وآمنة.

### الدفع الآمن:

* توفير خيارات دفع آمنة ومتعددة.

## 7. الأدلة المادية (Physical Evidence):

### تصميم التطبيق:

* يجب أن يكون تصميم التطبيق جذابًا وعصريًا ويعكس هوية العلامة التجارية.

### المواد التسويقية:

* تصميم مواد تسويقية جذابة مثل الملصقات والمنشورات.

# خطة التنفيذ

# الهدف الأول:زيادة الوعي بالعلامة التجارية

## 1. التسويق عبر محركات البحث (SEO):

### تحسين محتوى موقع الويب:

* + كتابة محتوى عالي الجودة وغني بالمعلومات عن بورسعيد، مع التأكيد على فوائد استخدام التطبيق.
  + استخدام الكلمات المفتاحية ذات الصلة ببورسعيد والسياحة والتطبيقات الجوالة في المحتوى.
  + تحسين العناوين الرئيسية والوصف التعريفي للصفحات.

### بناء الروابط الخلفية:

* + الحصول على روابط من مواقع ويب أخرى ذات صلة وموثوقة.
  + التعاون مع الشركات المحلية والمؤثرين للحصول على روابط وإشارات إلى موقع الويب.

### التسجيل في الأدلة المحلية:

* + التأكد من وجود التطبيق في الأدلة المحلية ومواقع السفر والسياحة.

## 2. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

### إنشاء صفحات جذابة:

* + إنشاء صفحات احترافية على منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية (فيسبوك، انستجرام، تويتر، وغيرها).
  + استخدام صور عالية الجودة ومقاطع فيديو جذابة لعرض مميزات التطبيق والمعالم السياحية في بورسعيد.

### نشر محتوى قيم:

* + مشاركة معلومات مفيدة ونصائح للسياح والمغتربين في بورسعيد.
  + تنظيم مسابقات وجوائز لتشجيع التفاعل والمشاركة.
  + استخدام القصص (Stories) لعرض محتوى سريع وجذاب.

### الإعلانات المدفوعة:

* + استهداف الجمهور المناسب بناءً على الموقع والاهتمامات والسلوك.
  + استخدام أنواع مختلفة من الإعلانات (صور، فيديو، نص) لاختبار فعاليتها.
  + تتبع وتحليل نتائج الحملات الإعلانية لتحسين الأداء.

## 3. العلاقات العامة:

### التواصل مع وسائل الإعلام:

* + إرسال بيانات صحفية إلى الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية المحلية والإقليمية.
  + إجراء مقابلات مع الصحفيين والمدونين للتحدث عن التطبيق ومزاياه.

### المشاركة في الفعاليات المحلية:

* + رعاية الفعاليات والمؤتمرات والمعارض ذات الصلة بالسياحة والتكنولوجيا.
  + إقامة جناح خاص لعرض التطبيق والتفاعل مع الزوار.

### التعاون مع المؤثرين:

* + التعاون مع المؤثرين في مجال السفر والسياحة للترويج للتطبيق.
  + تقديم عروض خاصة أو رحلات مجانية للمؤثرين لتجربة التطبيق ومشاركته مع متابعيهم.

## 4. التسويق بالمحتوى:

### إنشاء مدونة:

* + نشر مقالات مفيدة وغنية بالمعلومات عن بورسعيد، مع التأكيد على فوائد استخدام التطبيق.
  + استخدام الكلمات المفتاحية ذات الصلة لتحسين ظهور المقالات في محركات البحث.
  + مشاركة المقالات على وسائل التواصل الاجتماعي وفي النشرات البريدية.

### مقاطع الفيديو:

* + إنتاج مقاطع فيديو قصيرة تعرض مميزات التطبيق وكيفية استخدامه.
  + مشاركة مقاطع الفيديو على وسائل التواصل الاجتماعي وعلى موقع الويب الخاص بالتطبيق.
  + استخدام مقاطع الفيديو في الحملات الإعلانية.

## 5. التسويق في الموقع:

### استخدام QR codes بشكل فعال:

* + وضع QR codes في الأماكن الاستراتيجية في بورسعيد (محطات الحافلات، المطارات، المناطق السياحية، الفنادق، المطاعم).
  + التأكد من أن QR codes تؤدي إلى صفحة هبوط واضحة ومفيدة على موقع الويب أو التطبيق.

### الشراكات مع الشركات المحلية:

* + التعاون مع الفنادق والمطاعم وشركات النقل لتوزيع QR codes وتقديم عروض خاصة لمستخدمي التطبيق.
  + توفير مواد تسويقية للشركاء لعرضها في أماكن عملهم.

## 6. الإعلانات الخارجية:

### وضع إعلانات في الأماكن الاستراتيجية:

* + وضع إعلانات في محطات الحافلات والمطارات والمناطق السياحية.
  + استخدام تصميمات جذابة وشعارات واضحة.
  + التأكد من أن الإعلانات تتضمن معلومات الاتصال ورابط لتحميل التطبيق.

## 7. الحملات التسويقية المبتكرة:

### تنظيم مسابقات وجوائز:

* + تنظيم مسابقات على وسائل التواصل الاجتماعي لتشجيع المستخدمين على التفاعل ومشاركة التطبيق مع أصدقائهم.

### استخدام الواقع المعزز:

* + دمج الواقع المعزز في التطبيق لتوفير تجربة تفاعلية وممتعة للمستخدمين.

### التعاون مع المبادرات المحلية:

* + رعاية الفعاليات المحلية وبرامج المسؤولية الاجتماعية لزيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز صورة الشركة الإيجابية.

# خطة المحتوى لموقع ويب EGY-SAFARY

## الهدف العام:

* توفير محتوى قيم وجذاب للمستخدمين يعزز الوعي بالعلامة التجارية، ويشجع على تحميل التطبيق واستخدامه، ويبني علاقة قوية مع الجمهور المستهدف.

# أنواع المحتوى المقترحة:

## صفحات الموقع الأساسية:

## الصفحة الرئيسية

* **:** تقديم نبذة مختصرة عن التطبيق ومزاياه الرئيسية، مع دعوة واضحة لتحميل التطبيق.

## حول EGY-SAFARY:

* سرد قصة الشركة، ورؤيتها، وقيمها، وفريق العمل.

## كيفية الاستخدام

* **:** شرح مفصل لكيفية استخدام التطبيق وميزاته المختلفة.

## الأسئلة الشائعة

* **:** الإجابة على الأسئلة الشائعة التي قد يطرحها المستخدمون.

## اتصل بنا

* **:** توفير معلومات الاتصال وطرق التواصل مع فريق الدعم.

## المدونة:

### قصص المعالم السياحية في بورسعيد

* **:** تقديم معلومات مفصلة ومثيرة للاهتمام عن المعالم السياحية الرئيسية في بورسعيد، مع صور عالية الجودة.

### أفضل المطاعم والكافيهات في بورسعيد

* **:** تقديم توصيات ونصائح حول أفضل الأماكن لتناول الطعام والشراب في بورسعيد.

### دليل السفر إلى بورسعيد

* **:** تقديم نصائح وإرشادات مفيدة للسياح والمغتربين في بورسعيد، بما في ذلك معلومات حول وسائل النقل والإقامة والأنشطة الترفيهية.

### أخبار ومستجدات عن بورسعيد:

* تغطية الأحداث والفعاليات والمستجدات في بورسعيد.

### مقابلات مع السكان المحليين والمغتربين

* **:** تقديم وجهات نظر مختلفة حول الحياة في بورسعيد.

## المحتوى المرئي:

### صور عالية الجودة

* **:** استخدام صور جذابة للمعالم السياحية في بورسعيد، والمطاعم، والفنادق، وغيرها من الأماكن المهمة.

### مقاطع الفيديو

* **:** إنتاج مقاطع فيديو قصيرة تعرض مميزات التطبيق وكيفية استخدامه، بالإضافة إلى مقاطع فيديو ترويجية لبورسعيد.

### جولات افتراضية

* **:** تقديم جولات افتراضية للمعالم السياحية في بورسعيد باستخدام تقنية 360 درجة.

## المحتوى التفاعلي:

### مسابقات واستطلاعات رأي

* **:** تنظيم مسابقات وجوائز واستطلاعات رأي لتشجيع التفاعل والمشاركة.

### خرائط تفاعلية

* **:** تقديم خرائط تفاعلية للمستخدمين لاستكشاف بورسعيد وتحديد الأماكن التي يرغبون في زيارتها.

# خطة النشر:

## المدونة

* **:** نشر مقال جديد واحد على الأقل أسبوعيًا.

## وسائل التواصل الاجتماعي

* **:** نشر محتوى جديد عدة مرات يوميًا على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

## النشرة البريدية:

* إرسال نشرة بريدية شهرية تتضمن أهم المقالات والأخبار والعروض الخاصة.

## تحسين محركات البحث (SEO):

### استخدام الكلمات المفتاحية ذات الصلة

* **:** استخدام الكلمات المفتاحية ذات الصلة ببورسعيد والسياحة والتطبيقات الجوالة في المحتوى.

### تحسين العناوين الرئيسية والوصف التعريفي للصفحات

* **:** التأكد من أن العناوين الرئيسية والوصف التعريفي للصفحات واضحة وموجزة وتتضمن الكلمات المفتاحية المستهدفة.

### بناء الروابط الخلفية:

* الحصول على روابط من مواقع ويب أخرى ذات صلة وموثوقة.

## قياس الأداء:

### تتبع عدد الزيارات إلى موقع الويب:

* استخدام أدوات تحليل البيانات لتتبع عدد الزيارات إلى موقع الويب، ومصادر الزيارات، والصفحات الأكثر مشاهدة.

### تتبع التفاعل مع المحتوى:

* تتبع عدد مرات مشاركة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، وعدد التعليقات، وعدد مرات تحميل المحتوى.

### تتبع عدد مرات تحميل التطبيق

* **:** قياس عدد مرات تحميل التطبيق من خلال موقع الويب.

مخطط زمني مقترح لمحتوى موقع ويب EGY-SAFARY

الأسبوع الأول:

* إطلاق الموقع
* **:** نشر الصفحات الأساسية للموقع (الصفحة الرئيسية، حول EGY-SAFARY، كيفية الاستخدام، الأسئلة الشائعة، اتصل بنا).
* مقالة مدونة
* **:** "أفضل 10 معالم سياحية يجب زيارتها في بورسعيد" مع صور عالية الجودة.
* وسائل التواصل الاجتماعي:
  + الإعلان عن إطلاق الموقع ومشاركة رابط المقالة.
  + نشر صور جذابة للمعالم السياحية في بورسعيد مع دعوة المستخدمين لزيارة الموقع.

## الأسبوع الثاني:

* **مقالة مدونة:** "
* دليل المطاعم في بورسعيد: أفضل الأماكن لتناول الطعام والشراب" مع توصيات ونصائح.
* وسائل التواصل الاجتماعي:
  + مشاركة رابط المقالة والتفاعل مع التعليقات.
  + نشر استطلاع رأي حول المطعم المفضل للمستخدمين في بورسعيد.

## الأسبوع الثالث:

### مقالة مدونة: "

* نصائح السفر إلى بورسعيد: كل ما تحتاج معرفته قبل الزيارة" مع معلومات حول وسائل النقل والإقامة والأنشطة الترفيهية.

### وسائل التواصل الاجتماعي:

* + مشاركة رابط المقالة.
  + نشر فيديو قصير يعرض بعض النصائح للسياح في بورسعيد.

## الأسبوع الرابع:

### مقالة مدونة

* **:** "أهم الأحداث والفعاليات القادمة في بورسعيد" مع تغطية الأحداث والفعاليات والمستجدات في بورسعيد.

### وسائل التواصل الاجتماعي:

* + مشاركة رابط المقالة.
  + تنظيم مسابقة على وسائل التواصل الاجتماعي لتشجيع المستخدمين على مشاركة صورهم في بورسعيد.

## الأسابيع التالية:

* الاستمرار في نشر محتوى جديد ومنوع:
  + مقالات مدونة حول مواضيع مختلفة ذات صلة ببورسعيد والسياحة.
  + مقاطع فيديو تعرض مميزات التطبيق والمعالم السياحية في بورسعيد.
  + صور عالية الجودة.
  + مسابقات واستطلاعات رأي.
  + تحديثات حول الأحداث والفعاليات في بورسعيد.

ملاحظات:

* **المرونة:** هذا مخطط زمني مقترح ويمكن تعديله وفقًا لاحتياجاتك ومواردك.
* **التنوع:** من المهم توفير محتوى متنوع وجذاب للمستخدمين.
* **الجودة:** يجب أن يكون المحتوى عالي الجودة ومفيدًا للمستخدمين.
* **التفاعل:** يجب التفاعل مع الجمهور من خلال الرد على التعليقات والأسئلة.
* **التحليل:** يجب تتبع أداء المحتوى وتحليله لتحسينه باستمرار.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **الأسبوع** | **نوع المحتوى** | **التفاصيل** | **وسائل التواصل الاجتماعي** |
| **الأول** | إطلاق الموقع | الصفحات الأساسية (الرئيسية، حول الشركة، كيفية الاستخدام، الأسئلة الشائعة، اتصل بنا) | الإعلان عن الإطلاق، مشاركة رابط المقالة، نشر صور جذابة للمعالم السياحية |
| **الأول** | مقالة مدونة | أفضل 10 معالم سياحية في بورسعيد | مشاركة رابط المقالة، نشر صور عالية الجودة للمعالم |
| **الثاني** | مقالة مدونة | دليل المطاعم في بورسعيد | مشاركة رابط المقالة، استطلاع رأي حول المطعم المفضل |
| **الثالث** | مقالة مدونة | نصائح السفر إلى بورسعيد | مشاركة رابط المقالة، نشر فيديو قصير بنصائح للسياح |
| **الرابع** | مقالة مدونة | أهم الأحداث والفعاليات القادمة في بورسعيد | مشاركة رابط المقالة، تنظيم مسابقة لمشاركة صور المستخدمين في بورسعيد |
| **التالي** | محتوى متنوع | مقالات، فيديوهات، صور، مسابقات، تحديثات للأحداث | نشر وتفاعل مستمر على مختلف المنصات |

# تفاصيل حول موقع الويب **1. الصفحة الرئيسية (Home Page):**

### الرسالة الرئيسية

* **:** تقديم نبذة واضحة عن "EGY-SAFARY" والخدمات التي يقدمها التطبيق.
* العناصر الرئيسية:

### مقدمة قصيرة وجذابة

* + توضح مهمة الشركة والميزة التنافسية (استخدام QR Code).

### صور وفيديوهات

* + تبرز تجربة المستخدم وكيف يمكن للتطبيق تحسين تجربة السياحة في بورسعيد.

### دعوات لاتخاذ إجراء (CTA)

* + **:** "حمل التطبيق الآن"، "اكتشف العروض"، "احجز الآن".

## 2. صفحة الخدمات (Services):

### العنوان: "

* الخدمات التي نقدمها"
* المحتوى:

### تفاصيل الخدمات

* + **:** توضيح خدمات التطبيق بشكل شامل (حجز الفنادق، حجز المطاعم، الوصول إلى وسائل النقل).

### كيف تعمل الخدمة

* + **:** شرح بسيط حول كيفية استخدام QR Code للوصول إلى هذه الخدمات.

### صور/أيقونات

* + توضح كل خدمة بشكل مرئي.

## 3. مدونة (Blog):

### الهدف

* **:** تحسين الـ SEO وتقديم محتوى قيم للزوار.

### الجدول الزمني للنشر: 2-4 مقالات شهريًا.

### أفكار للمحتوى:

* + **دليل السياحة في بورسعيد**
  + **:** أماكن يجب زيارتها، الأنشطة السياحية الموصى بها.
  + **أفضل المطاعم والفنادق**
  + **:** استعراض لأفضل الأماكن في بورسعيد، بما في ذلك العروض الخاصة لمستخدمي التطبيق.
  + **تجارب المستخدمين:**
  + قصص حقيقية من مستخدمين استفادوا من التطبيق.
  + **نصائح للمغتربين**
  + **:** كيفية الاستفادة القصوى من خدمات "EGY-SAFARY" عند زيارة بورسعيد.

## 4. صفحة "من نحن" (About Us):

### العنوان

* **:** "تعرف علينا"

### المحتوى:

* + **القصة**
  + **:** تاريخ الشركة، رؤيتها، ورسالتها.
  + **الفريق**
  + **:** عرض فريق العمل والقيادة.
  + **قيم الشركة:**
  + المبادئ التي ترتكز عليها الشركة وكيف تسعى لخدمة السياح والمغتربين.

## 5. صفحة الشراكات (Partnerships):

### العنوان

* **:** "شركاؤنا"

### المحتوى:

* + **قائمة الشركاء المحليين**
  + **:** الفنادق، المطاعم، ووسائل النقل.
  + **تفاصيل التعاون**
  + **:** كيف يستفيد المستخدمون من هذه الشراكات.
  + **فرص التعاون**
  + **:** دعوة للشركات الأخرى للانضمام كشركاء.

## 6. صفحة برنامج الولاء (Loyalty Program):

### العنوان

* **:** "برنامج الولاء"

### المحتوى:

* + **شرح البرنامج:**
  + كيفية كسب النقاط واستبدالها.
  + **المزايا:** المكافآت والعروض الخاصة للمستخدمين المخلصين.
  + **كيفية التسجيل**
  + **:** دعوة للمستخدمين للانضمام للبرنامج والبدء في كسب النقاط.

7. صفحة الأسئلة الشائعة (FAQ):

### العنوان

* **:** "الأسئلة الشائعة"

### المحتوى:

* + **أسئلة شائعة حول التطبيق**
  + **:** مثل كيفية استخدام التطبيق، طرق الدفع، وسياسات الإلغاء.
  + **دعم العملاء**
  + **:** توضيح كيفية التواصل مع الدعم الفني عند الحاجة.

## 8. صفحة الاتصال (Contact Us):

### العنوان

* **:** "تواصل معنا"

### المحتوى:

* + **نموذج الاتصال**
  + **:** للمستخدمين الراغبين في الاستفسار أو التقديم على شراكة.
  + **معلومات التواصل**
  + **:** البريد الإلكتروني، رقم الهاتف، وربما خريطة لموقع المكتب إن وجد.

## 9. صفحة التحميل (Download App):

### العنوان: "

* حمل التطبيق"

### المحتوى:

**روابط التحميل**

* + **:** روابط مباشرة لتحميل التطبيق من متاجر Google Play و Apple Store.

**مزايا التطبيق**

* + **:** تذكير بمزايا تحميل التطبيق مثل العروض الحصرية والوصول السهل

# خطة المحتوى لموقع ويب EGY-SAFARY مع تفاصيل إضافية

## الهدف العام:

* توفير محتوى قيم وجذاب للمستخدمين يعزز الوعي بالعلامة التجارية، ويشجع على تحميل التطبيق واستخدامه، ويبني علاقة قوية مع الجمهور المستهدف.

## أنواع المحتوى:

### محتوى تعليمي:

### مقالات إرشادية:

* + "كيفية التخطيط لرحلة إلى بورسعيد: دليل شامل"
  + "أفضل النصائح لتوفير المال أثناء السفر إلى بورسعيد"
  + "كيفية استخدام تطبيق EGY-SAFARY للاستفادة القصوى من زيارتك"

### فيديوهات تعليمية:

* + "كيفية حجز فندق أو مطعم باستخدام تطبيق EGY-SAFARY"
  + "كيفية استخدام الخريطة التفاعلية في التطبيق للتنقل في بورسعيد"
  + "كيفية الاستفادة من العروض والخصومات الحصرية في التطبيق"

### إنفوجرافيك:

* + "أهم المعلومات التي يجب معرفتها قبل السفر إلى بورسعيد"
  + "أهم المعالم السياحية في بورسعيد"
  + "أفضل الأنشطة الترفيهية في بورسعيد"

## محتوى قصصي:

### قصص نجاح:

* + "كيف ساعد تطبيق EGY-SAFARY مسافرًا على توفير الوقت والمال في رحلته إلى بورسعيد"
  + "كيف استخدم مغترب التطبيق للاستقرار في بورسعيد بسهولة"
  + "كيف استخدم سائح التطبيق لاكتشاف جوانب خفية من بورسعيد"

### قصص عن المعالم السياحية:

* + "تاريخ قناة السويس: قصة بناء أحد أهم الممرات المائية في العالم"
  + "متحف بورسعيد الحربي: نافذة على تاريخ المدينة العريق"
  + "فنار بورسعيد: رمز المدينة وإطلالة ساحرة على البحر المتوسط"

## محتوى إلهامي:

### صور ومقاطع فيديو ملهمة:

* + صور ومقاطع فيديو عالية الجودة تعرض جمال بورسعيد وتنوعها الثقافي.
  + صور ومقاطع فيديو تسلط الضوء على تجارب فريدة وممتعة يمكن للمستخدمين الاستمتاع بها في بورسعيد.

### قصص ملهمة عن بورسعيد:

* + قصص عن أشخاص حققوا أحلامهم أو تغلبوا على تحديات في بورسعيد.
  + قصص عن مبادرات مجتمعية وإنجازات إيجابية في المدينة.

## محتوى تفاعلي:

### مسابقات وجوائز:

* + تنظيم مسابقات على وسائل التواصل الاجتماعي تتطلب من المستخدمين استخدام التطبيق أو زيارة موقع الويب.
  + تقديم جوائز قيمة للفائزين، مثل إقامة مجانية في فندق أو وجبة مجانية في مطعم.

### استطلاعات رأي:

* + طرح أسئلة على المستخدمين حول تفضيلاتهم واحتياجاتهم في السفر والسياحة.
  + استخدام نتائج الاستطلاعات لتطوير المحتوى وتحسين التطبيق.

### اختبارات شخصية:

* + إنشاء اختبارات شخصية ممتعة تساعد المستخدمين على اكتشاف المزيد عن بورسعيد أو عن أنفسهم كمسافرين.

### مخطط النشر:

* **المدونة**
* **:** نشر مقال جديد واحد على الأقل أسبوعيًا، مع تنويع بين أنواع المحتوى المختلفة.
* **وسائل التواصل الاجتماعي**
* **:** نشر محتوى جديد عدة مرات يوميًا، مع التركيز على المحتوى المرئي والتفاعلي.
* **النشرة البريدية**
* **:** إرسال نشرة بريدية شهرية تتضمن أهم المقالات والأخبار والعروض الخاصة.

# مثال عام للخطه خطة محتوى موقع الويب لشركة "EGY-SAFARY"

## 1. المحتوى التعليمي

## الأهداف:

* **تعليم الزوار كيفية استخدام التطبيق**
* بأفضل طريقة ممكنة للاستفادة من جميع الميزات المتاحة.
* **تقديم معلومات قيمة**
* تسهم في تحسين تجربة السياح والمغتربين.

## تفاصيل المحتوى:

* **العنوان:** "كيف تتنقل بسهولة في بورسعيد"
  + **مقدمة:** مقدمة تشرح التحديات التي قد يواجهها السائح أو المغترب عند التنقل في بورسعيد.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - نظرة عامة على وسائل النقل المتاحة في بورسعيد (تاكسي، ميكروباص، مواصلات عامة).
    - **القسم 2**
    - **:** كيفية استخدام التطبيق للوصول إلى هذه الوسائل.
    - **القسم 3**
    - **:** إرشادات حول استخدام QR Code للوصول إلى خدمات النقل.
    - **القسم 4:**
    - نصائح حول الوقت الأفضل لاستخدام وسائل النقل المختلفة بناءً على الفترات الزمنية والازدحام.
  + **الوسائط المرفقة**
  + **:** صور توضيحية لكل نوع من وسائل النقل، فيديو قصير يوضح كيفية استخدام التطبيق للتنقل.
* **العنوان:** "أفضل 10 معالم سياحية في بورسعيد"
  + **مقدمة**
  + **:** مقدمة تبرز أهمية هذه المعالم وأسباب كونها مميزة.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - وصف تفصيلي لكل معلم، يشمل تاريخه وأهم الأنشطة التي يمكن القيام بها.
    - **القسم 2:**
    - كيفية الوصول إلى كل معلم باستخدام التطبيق.
    - **القسم 3:**
    - نصائح لزيارة المعالم بأفضل طريقة (مثلاً، أوقات الزيارة المثلى).
  + **الوسائط المرفقة:**
  + صور لكل معلم، خريطة تفاعلية توضح موقع المعالم وكيفية الوصول إليها.
* **العنوان:**
* "كيفية الاستفادة من الخصومات والعروض الخاصة"
  + **مقدمة:**
  + مقدمة تشرح فوائد استخدام التطبيق للحصول على خصومات وعروض خاصة.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - شرح كيفية العثور على الخصومات داخل التطبيق.
    - **القسم 2:**
    - خطوات استخدام QR Code للحصول على الخصم.
    - **القسم 3:**
    - قائمة بالعروض الحالية وكيفية الاستفادة منها.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + صور للخصومات المختلفة، فيديو قصير يوضح كيفية تفعيل الخصومات عبر التطبيق.

## جدول النشر:

* **الأسبوع 1:**
* نشر مقال "كيف تتنقل بسهولة في بورسعيد".
* **الأسبوع 2:**
* نشر مقال "أفضل 10 معالم سياحية في بورسعيد".
* **الأسبوع 3:**
* نشر مقال "كيفية الاستفادة من الخصومات والعروض الخاصة".

## 2. المحتوى القصصي

### الأهداف:

* **جذب الزوار**
* من خلال قصص تروى بشكل مشوق عن تجربة المستخدمين.
* **بناء علاقة شخصية**
* مع العملاء من خلال تسليط الضوء على تجارب حقيقية.

### تفاصيل المحتوى:

* **العنوان:**
* "قصة أحمد وتجربته في زيارة بورسعيد باستخدام EGY-SAFARY"
  + **مقدمة:**
  + تقديم شخصية أحمد كزائر لأول مرة في بورسعيد.
  + القصة:
    - **القسم 1:**
    - كيف اكتشف أحمد التطبيق قبل رحلته.
    - **القسم 2:**
    - تجربة أحمد في استخدام التطبيق لحجز فندق واكتشاف معالم سياحية.
    - **القسم 3:**
    - كيفية استفادته من الخصومات والعروض خلال زيارته.
    - **القسم 4:**
    - نصائح أحمد للزوار الجدد باستخدام التطبيق.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + صور من رحلة أحمد، مقابلة فيديو قصيرة معه.
* **العنوان:**
* "يوم في حياة سائح في بورسعيد"
  + **مقدمة:**
  + تقديم تجربة فريدة لسائح يقضي يوماً كاملاً في بورسعيد باستخدام التطبيق.
  + القصة:
    - **القسم 1:**
    - بدء اليوم بحجز فطور في مطعم محلي باستخدام التطبيق.
    - **القسم 2:**
    - زيارة المعالم السياحية باستخدام خريطة التطبيق.
    - **القسم 3:**
    - الاستفادة من خصومات على الغداء والمواصلات.
    - **القسم 4:**
    - حجز عشاء في مطعم مميز وخاتمة ليوم ممتع.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + فيديو توثيقي لليوم، صور للمعالم والأماكن التي زارها.
* **العنوان:**
* "قصص من قلب بورسعيد"
  + **مقدمة:**
  + تقديم قصة تاريخية أو ثقافية عن بورسعيد تبرز أهميتها.
  + القصة:
    - **القسم 1:**
    - خلفية تاريخية عن الموضوع المختار (مثلاً، تاريخ قناة السويس).
    - **القسم 2:**
    - كيفية زيارة المعالم ذات الصلة باستخدام التطبيق.
    - **القسم 3:**
    - توصيات بأماكن أخرى ذات صلة يمكن زيارتها.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + صور تاريخية، تسجيل صوتي للقصة يمكن الاستماع إليه عبر التطبيق.

## جدول النشر:

* **الأسبوع 1:**
* نشر قصة "قصة أحمد وتجربته في زيارة بورسعيد".
* **الأسبوع 2:**
* نشر قصة "يوم في حياة سائح في بورسعيد".
* **الأسبوع 3:**
* نشر قصة "قصص من قلب بورسعيد".

## 3. المحتوى الإلهامي

### الأهداف:

* **تشجيع السياح**
* على اكتشاف المزيد من الأماكن في بورسعيد.
* **إلهام المستخدمين**
* لتجربة خدمات جديدة عبر التطبيق.

### تفاصيل المحتوى:

* **العنوان:**
* "أماكن غير معروفة يجب زيارتها في بورسعيد"
  + **مقدمة:**
  + مقدمة تشجع على اكتشاف الجواهر الخفية في بورسعيد.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - قائمة بأماكن غير مشهورة لكنها تستحق الزيارة.
    - **القسم 2:**
    - كيفية الوصول إلى هذه الأماكن باستخدام التطبيق.
    - **القسم 3:**
    - نصائح حول أفضل الأوقات لزيارة هذه الأماكن.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + صور للأماكن، فيديو تحفيزي يظهر جمال هذه المواقع.
* **العنوان:**
* "جولات سياحية مميزة يمكنك القيام بها في يوم واحد"
  + **مقدمة:**
  + اقتراحات لجولات سياحية غير تقليدية يمكن القيام بها في يوم واحد.
  + المحتوى:
    - **القسم**
    - **1:** جولة صباحية تتضمن زيارة معالم تاريخية.
    - **القسم 2:**
    - جولة بعد الظهر تشمل التسوق والغداء في مطاعم مميزة.
    - **القسم 3:**
    - جولة مسائية تشمل زيارة أماكن ترفيهية وحجز عشاء في مطعم فاخر.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + خريطة تفاعلية للجولة، صور من الأماكن المقترحة.
* **العنوان**
* **:** "أفكار مبتكرة لقضاء عطلة نهاية الأسبوع في بورسعيد"
  + **مقدمة:**
  + اقتراحات مبتكرة لقضاء عطلة نهاية أسبوع ممتعة.
  + المحتوى:
    - **القسم**
    - **1:** خطة ليوم الجمعة تتضمن استكشاف معالم جديدة وتناول وجبات في مطاعم محلية.
    - **القسم 2:**
    - خطة ليوم السبت تشمل أنشطة ترفيهية وحجز في فندق لقضاء الليلة.
    - **القسم 3:**
    - كيفية استخدام التطبيق لتخطيط عطلة نهاية الأسبوع بالكامل.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + فيديو ترويجي يعرض الخطط المقترحة، صور من الأماكن المدرجة.

### جدول النشر:

* **الأسبوع 1:**
* نشر مقال "أماكن غير معروفة يجب زيارتها في بورسعيد".
* **الأسبوع 2:**
* نشر مقال "جولات سياحية مميزة يمكنك القيام بها في يوم واحد".
* **الأسبوع 3:**
* نشر مقال "أفكار مبتكرة لقضاء عطلة نهاية الأسبوع في بورسعيد".

## 4. المحتوى التفاعلي

## الأهداف:

* **زيادة التفاعل**
* مع الموقع والتطبيق من خلال إشراك المستخدمين في الأنشطة المختلفة.
* **تعزيز الولاء للعلامة التجارية**
* عبر برامج الولاء والمسابقات.

## تفاصيل المحتوى:

* **العنوان:**
* "مسابقة الشهر"
  + **مقدمة:**
  + تقديم المسابقة وشروطها.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - شرح تفاصيل المسابقة وكيفية المشاركة.
    - **القسم 2:**
    - الجوائز المتاحة وكيفية استلامها.
    - **القسم 3:**
    - إعلان الفائزين وتكريمهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + فيديو ترويجي للمسابقة، صور للجوائز.
* **العنوان:**
* "اختبر معرفتك ببورسعيد"
  + **مقدمة:**
  + مقدمة تشجع على المشاركة في اختبار المعرفة.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - تقديم أسئلة عن معالم بورسعيد وتاريخها.
* **العنوان:**
* "اختبر معرفتك ببورسعيد"
  + **مقدمة:**
  + مقدمة تشجع على المشاركة في اختبار المعرفة.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - تقديم أسئلة تفاعلية عن معالم بورسعيد وتاريخها.
    - **القسم 2:**
    - تقديم خيارات للإجابات، مع توضيحات بعد كل سؤال لتعليم المستخدمين.
    - **القسم 3:**
    - ربط نتائج الاختبار ببرنامج الولاء، حيث يحصل المستخدمون على نقاط إضافية بناءً على عدد الإجابات الصحيحة.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + صور للمعالم التي يتناولها الاختبار، رسومات بيانية توضح نتائج الاختبار.
* **العنوان:**
* "التعليقات والمراجعات"
  + **مقدمة:**
  + دعوة المستخدمين لمشاركة تجاربهم مع التطبيق والمواقع التي زاروها.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - شرح كيفية ترك مراجعة أو تعليق على الموقع أو التطبيق.
    - **القسم 2:**
    - تقديم أمثلة على مراجعات مفيدة وكيف يمكن للمستخدمين الآخرين الاستفادة منها.
    - **القسم 3:**
    - حوافز لترك تعليقات، مثل الدخول في سحب شهري للفوز بجوائز أو نقاط إضافية.
  + **الوسائط المرفقة:**
  + فيديو توضيحي يشرح كيفية ترك مراجعة، صور لتعليقات سابقة كنماذج.
* **العنوان:**
* "استطلاع الرأي"
  + **مقدمة:**
  + دعوة للمستخدمين للمشاركة في استطلاع رأي حول تجربتهم مع التطبيق والخدمات المقدمة.
  + المحتوى:
    - **القسم 1:**
    - أسئلة بسيطة حول مستوى الرضا، ما يعجبهم في التطبيق، وما يمكن تحسينه.
    - **القسم 2:**
    - ربط المشاركة في الاستطلاع ببرنامج الولاء، حيث يحصل المشاركون على نقاط إضافية.
    - **القسم 3:**
    - نشر النتائج والإجراءات المتخذة بناءً على ردود الفعل (لتعزيز الشفافية والثقة).
  + **الوسائط المرفقة**
  + **:** رسومات بيانية تظهر نتائج الاستطلاع، فيديو يوضح كيفية المشاركة

مخطط زمني جدولي لمحتوى موقع ويب EGY-SAFARY مع إضافة فيسبوك وانستجرام وتيك توك

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **الأسبوع** | **نوع المحتوى** | **التفاصيل** | **موقع الويب** | **فيسبوك** | **انستجرام** | **تيك توك** |
| **1** | إطلاق الموقع | الصفحات الأساسية (الرئيسية، حول الشركة، كيفية الاستخدام، الأسئلة الشائعة، اتصل بنا) | ✔️ | ✔️ (بوست + صورة) | ✔️ (بوست + صورة) | ✔️ (فيديو قصير للإعلان عن الإطلاق) |
| **1** | مقالة مدونة (تعليمي) | أفضل 10 معالم سياحية في بورسعيد، مع صور عالية الجودة ونصائح عملية للزيارة | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صور مختارة) | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صور مختارة) | ✔️ (فيديو قصير يبرز معالم رئيسية) |
| **2** | مقالة مدونة (قصصي) | قصة نجاح: كيف ساعد تطبيق EGY-SAFARY مسافرًا على توفير الوقت والمال في رحلته إلى بورسعيد | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة تعبيرية) | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة تعبيرية) | ✔️ (فيديو قصير يعرض أبرز نقاط القصة) |
| **2** | فيديو (تعليمي) | كيفية حجز فندق أو مطعم باستخدام تطبيق EGY-SAFARY | ✔️ | ✔️ (مشاركة الفيديو) | ✔️ (مشاركة مقطع قصير من الفيديو + رابط للمشاهدة كاملة على يوتيوب) | ✔️ (مشاركة مقطع قصير من الفيديو) |
| **3** | مقالة مدونة (إلهامي) | صور ومقاطع فيديو ملهمة تعرض جمال بورسعيد وتنوعها الثقافي | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صور مختارة) | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صور مختارة) | ✔️ (مونتاج فيديوهات قصيرة تعرض جمال بورسعيد) |
| **3** | إنفوجرافيك (تعليمي) | أهم المعلومات التي يجب معرفتها قبل السفر إلى بورسعيد | ✔️ | ✔️ (مشاركة الانفوجرافيك) | ✔️ (مشاركة الانفوجرافيك) | ✔️ (فيديو قصير يعرض أبرز نقاط الانفوجرافيك) |
| **4** | مقالة مدونة (قصصي) | قصة عن معلم سياحي: تاريخ قناة السويس: قصة بناء أحد أهم الممرات المائية في العالم | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة تاريخية) | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة تاريخية) | ✔️ (فيديو قصير يروي قصة قناة السويس) |
| **4** | مسابقة (تفاعلي) | مسابقة على وسائل التواصل الاجتماعي تتطلب من المستخدمين استخدام التطبيق أو زيارة موقع الويب للفوز بجائزة | ✔️ | ✔️ (الإعلان عن المسابقة وشروطها) | ✔️ (الإعلان عن المسابقة وشروطها) | ✔️ (فيديو قصير للإعلان عن المسابقة) |
| **5** | مقالة مدونة (تعليمي) | دليل السفر إلى بورسعيد: كل ما تحتاج معرفته قبل الزيارة | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة) | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة) | ✔️ (فيديو قصير يقدم نصائح سريعة للسفر) |
| **5** | استطلاع رأي (تفاعلي) | طرح أسئلة على المستخدمين حول تفضيلاتهم واحتياجاتهم في السفر والسياحة | ✔️ | ✔️ (استطلاع رأي) | ✔️ (استطلاع رأي في القصص) | ✔️ (فيديو قصير يطرح الأسئلة) |
| **6** | مقالة مدونة (إلهامي) | قصة ملهمة عن شخص حقق حلمه في بورسعيد | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة) | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة) | ✔️ (فيديو قصير يروي القصة الملهمة) |
| **6** | فيديو (تعليمي) | كيفية استخدام الخريطة التفاعلية في التطبيق للتنقل في بورسعيد | ✔️ | ✔️ (مشاركة الفيديو) | ✔️ (مشاركة مقطع قصير من الفيديو + رابط للمشاهدة كاملة على يوتيوب) | ✔️ (مشاركة مقطع قصير من الفيديو) |
| **7** | مقالة مدونة (قصصي) | قصة نجاح: كيف استخدم مغترب التطبيق للاستقرار في بورسعيد بسهولة | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة تعبيرية) | ✔️ (مشاركة رابط المقالة + صورة تعبيرية) | ✔️ (فيديو قصير يعرض أبرز نقاط القصة) |
| **7** | اختبار شخصية (تفاعلي) | اختبار: أي نوع من المسافرين أنت؟ | ✔️ | ✔️ (مشاركة رابط الاختبار) | ✔️ (مشاركة رابط الاختبار في البايو) | ✔️ (فيديو قصير يشجع على إجراء الاختبار) |

# مثال او اقتراح اخر للاسبوعي **للأسبوع الأول:**

| اليوم | النوع | المحتوى | ملاحظات |
| --- | --- | --- | --- |
| الاثنين | تعليمي | كيف تتنقل بسهولة في بورسعيد | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الأربعاء | قصصي | قصة أحمد وتجربته في زيارة بورسعيد | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الجمعة | تفاعلي | مسابقة الشهر | نشر الساعة 10 صباحًا + ترويج على السوشيال |

## الأسبوع الثاني:

| اليوم | النوع | المحتوى | ملاحظات |
| --- | --- | --- | --- |
| الاثنين | تعليمي | أفضل 10 معالم سياحية في بورسعيد | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الأربعاء | قصصي | يوم في حياة سائح في بورسعيد | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الجمعة | تفاعلي | اختبر معرفتك ببورسعيد | نشر الساعة 10 صباحًا + ترويج على السوشيال |

## الأسبوع الثالث:

| اليوم | النوع | المحتوى | ملاحظات |
| --- | --- | --- | --- |
| الاثنين | تعليمي | كيفية الاستفادة من الخصومات والعروض الخاصة | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الأربعاء | إلهامي | أماكن غير معروفة يجب زيارتها في بورسعيد | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الجمعة | تفاعلي | التعليقات والمراجعات | نشر الساعة 10 صباحًا + ترويج على السوشيال |

الأسبوع الرابع:

| اليوم | النوع | المحتوى | ملاحظات |
| --- | --- | --- | --- |
| الاثنين | إلهامي | جولات سياحية مميزة يمكنك القيام بها في يوم واحد | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الأربعاء | إلهامي | أفكار مبتكرة لقضاء عطلة نهاية الأسبوع في بورسعيد | نشر الساعة 10 صباحًا |
| الجمعة | تفاعلي | استطلاع الرأي | نشر الساعة 10 صباحًا + ترويج على السوشيال |

# خطة تنفيذ لزيادة التفاعل والمشاركة وبناء علاقة قوية مع مستخدمي تطبيق EGY-SAFARY

**الهدف**

**:** بناء علاقة قوية مع المستخدمين وتحويل EGY-SAFARY إلى المرجع الأول لأي شخص يحتاج إلى أي شيء في بورسعيد.

التكتيكات المقترحة:

## 1. تحسين تجربة المستخدم داخل التطبيق:

### سهولة الاستخدام والتنقل:

* + تصميم واجهة مستخدم بديهية وسهلة الاستخدام.
  + توفير تعليمات واضحة وسهلة المتابعة عند استخدام الميزات المختلفة.
  + التأكد من أن التطبيق سريع الاستجابة ولا يعاني من أخطاء أو مشاكل تقنية.

### تخصيص تجربة المستخدم:

* + جمع بيانات عن تفضيلات المستخدمين وسلوكهم داخل التطبيق.
  + تقديم توصيات مخصصة للمستخدمين بناءً على اهتماماتهم وتاريخ بحثهم.
  + إرسال إشعارات مخصصة بالمحتوى والعروض التي تهم المستخدمين.

### التفاعل مع المستخدمين:

* + الرد على استفسارات المستخدمين وملاحظاتهم بسرعة وفعالية.
  + تشجيع المستخدمين على ترك تقييمات ومراجعات للتطبيق.
  + إظهار التقدير للمستخدمين المخلصين من خلال تقديم مكافآت أو عروض خاصة.

## 2. إنشاء محتوى جذاب ومفيد على وسائل التواصل الاجتماعي:

### نشر محتوى متنوع:

* + مشاركة صور ومقاطع فيديو عالية الجودة للمعالم السياحية في بورسعيد.
  + تقديم نصائح وإرشادات مفيدة للسياح والمغتربين.
  + تغطية الأحداث والفعاليات في بورسعيد.
  + إجراء مسابقات واستطلاعات رأي لتشجيع التفاعل.

### التفاعل مع المتابعين:

* + الرد على التعليقات والرسائل بسرعة وفعالية.
  + طرح أسئلة على المتابعين وتشجيعهم على المشاركة في المحادثات.
  + إعادة نشر محتوى المستخدمين الذي يذكر التطبيق أو بورسعيد.

## 3. بناء مجتمع نشط حول التطبيق:

### إنشاء مجموعة أو منتدى للمستخدمين:

* + توفير منصة للمستخدمين للتواصل وتبادل الخبرات والنصائح.
  + تشجيع المستخدمين على مشاركة صورهم وتجاربهم في بورسعيد.
  + تنظيم فعاليات وأنشطة خاصة لأعضاء المجتمع.

### التعاون مع المؤثرين:

* + التعاون مع المؤثرين في مجال السفر والسياحة لإنشاء محتوى حصري للتطبيق.
  + دعوة المؤثرين للمشاركة في فعاليات التطبيق والتفاعل مع المستخدمين.

## 4. برنامج ولاء فعال:

### مكافآت وجوائز:

* + تقديم نقاط أو مكافآت للمستخدمين مقابل استخدام التطبيق بانتظام، مثل حجز الفنادق والمطاعم ووسائل النقل.
  + تقديم جوائز قيمة للمستخدمين الذين يجمعون عددًا معينًا من النقاط، مثل إقامة مجانية في فندق أو رحلة مجانية.

### مستويات العضوية:

* + إنشاء مستويات عضوية مختلفة تقدم مزايا حصرية لكل مستوى، مثل خصومات إضافية أو أولوية في الحجوزات.

### عروض وخصومات خاصة:

* + تقديم عروض وخصومات خاصة لأعضاء برنامج الولاء في المطاعم والفنادق وشركات النقل الشريكة.

## 5. تحفيز المستخدمين على مشاركة التطبيق مع الآخرين:

### مشاركة سهلة على وسائل التواصل الاجتماعي:

* + توفير أزرار مشاركة سهلة الاستخدام داخل التطبيق لمشاركة المحتوى والعروض على وسائل التواصل الاجتماعي.

### تنظيم مسابقات تتطلب المشاركة:

* + تنظيم مسابقات تتطلب من المستخدمين مشاركة محتوى التطبيق على وسائل التواصل الاجتماعي للدخول في السحب.

## 6. قياس وتحليل الأداء:

### تتبع معدلات التفاعل والمشاركة:

* + استخدام أدوات التحليل لتتبع عدد المتابعين والتفاعل على صفحات التواصل الاجتماعي (الإعجابات، التعليقات، المشاركات).
  + تتبع عدد المراجعات والتقييمات الإيجابية للتطبيق على متاجر التطبيقات.
  + قياس عدد المستخدمين الذين يستخدمون ميزات التطبيق الرئيسية بانتظام.
  + تتبع عدد المشاركين في برنامج الولاء ومعدلات استرداد المكافآت.

# لإيرادات المباشرة:

## العمولات على الحجوزات:

* + عمولات على حجوزات الفنادق.
  + عمولات على حجوزات المطاعم.
  + عمولات على حجوزات وسائل النقل.

## الخصومات على الطلبات:

* نسبة من قيمة الخصم الذي يحصل عليه المستخدم عند الطلب من خلال التطبيق.

## رسوم الاشتراك

* **:** الرسوم التي يدفعها المطاعم والكافيهات والفنادق للاشتراك في التطبيق وعرض خدماتهم.

## الإعلانات

* **:** إيرادات الإعلانات المعروضة على التطبيق وموقع الويب، سواء كانت صورًا أو فيديوهات أو نوافذ منبثقة.

# الإيرادات غير المباشرة:

## زيادة الوعي بالعلامة التجارية:

* على الرغم من صعوبة قياسها بشكل مباشر، إلا أن زيادة الوعي بالعلامة التجارية يمكن أن تؤدي إلى زيادة عدد المستخدمين وبالتالي زيادة الإيرادات على المدى الطويل.

## قياس وتحليل العائد على الاستثمار (ROI):

سنقوم بتتبع كل مصدر من مصادر الإيرادات المذكورة أعلاه، بالإضافة إلى التكاليف المرتبطة بها، وذلك لحساب صافي الربح والعائد على الاستثمار لكل حملة تسويقية أو نشاط ترويجي نقوم به.

# خطة تنفيذ لتحسين الاحتفاظ بالمستخدمين لتطبيق EGY-SAFARY

## الهدف:

تحسين معدل الاحتفاظ بالمستخدمين الحاليين من خلال برنامج الولاء.

## المقاييس الرئيسية:

* نسبة المستخدمين الذين يستمرون في استخدام التطبيق بعد فترة زمنية محددة:
  + شهر واحد
  + 3 أشهر
  + 6 أشهر
* زيادة عدد المستخدمين الذين يشاركون في برنامج الولاء ويستفيدون من مزاياه.

التكتيكات المقترحة:

## 1. برنامج ولاء جذاب وفعال:

### هيكلة البرنامج:

* + تصميم نظام نقاط أو مكافآت واضح وسهل الفهم.
  + تقديم مكافآت وجوائز قيمة تجذب المستخدمين وتشجعهم على الاستمرار في استخدام التطبيق.
  + إنشاء مستويات عضوية مختلفة تقدم مزايا حصرية لكل مستوى، مما يحفز المستخدمين على زيادة تفاعلهم مع التطبيق.

### الترويج للبرنامج:

* + إبراز مزايا برنامج الولاء بشكل واضح داخل التطبيق وعلى وسائل التواصل الاجتماعي.
  + إرسال رسائل تذكير للمستخدمين بالمكافآت التي يمكنهم الحصول عليها.
  + تقديم حوافز إضافية للمستخدمين الجدد للانضمام إلى البرنامج.

## 2. تحسين تجربة المستخدم داخل التطبيق:

### سهولة الاستخدام والتنقل:

* + تصميم واجهة مستخدم بديهية وسهلة الاستخدام.
  + توفير تعليمات واضحة وسهلة المتابعة عند استخدام الميزات المختلفة.
  + التأكد من أن التطبيق سريع الاستجابة ولا يعاني من أخطاء أو مشاكل تقنية.

### تخصيص تجربة المستخدم:

* + جمع بيانات عن تفضيلات المستخدمين وسلوكهم داخل التطبيق.
  + تقديم توصيات مخصصة للمستخدمين بناءً على اهتماماتهم وتاريخ بحثهم.
  + إرسال إشعارات مخصصة بالمحتوى والعروض التي تهم المستخدمين.

## 3. التواصل المستمر مع المستخدمين:

### الإشعارات الدفعية:

* + إرسال إشعارات بالمحتوى الجديد والعروض الخاصة والتحديثات المهمة.
  + تجنب إرسال الكثير من الإشعارات حتى لا تزعج المستخدمين.

### رسائل البريد الإلكتروني:

* + إرسال رسائل بريدية دورية تتضمن محتوى قيم ونصائح مفيدة، بالإضافة إلى عروض وخصومات حصرية.
  + تخصيص رسائل البريد الإلكتروني بناءً على اهتمامات المستخدمين وسلوكهم.

### التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي:

* + الرد على تعليقات المستخدمين ورسائلهم بسرعة وفعالية.
  + تشجيع المستخدمين على مشاركة تجاربهم مع التطبيق على وسائل التواصل الاجتماعي.

## 4. تقديم محتوى حصري وجديد باستمرار:

### تحديثات منتظمة للتطبيق:

* + إضافة ميزات جديدة وتحسينات بشكل منتظم لإبقاء المستخدمين مهتمين.
  + إصلاح الأخطاء والمشاكل التقنية بسرعة.

### محتوى حصري لأعضاء برنامج الولاء:

* + تقديم محتوى حصري لأعضاء برنامج الولاء، مثل جولات افتراضية أو مقالات متعمقة.

### عروض وخصومات حصرية:

* + تقديم عروض وخصومات حصرية لأعضاء برنامج الولاء في المطاعم والفنادق وشركات النقل الشريكة.

## 5. جمع وتحليل ملاحظات المستخدمين:

### استطلاعات رأي:

* + إجراء استطلاعات رأي دورية لجمع ملاحظات المستخدمين حول التطبيق واقتراحاتهم للتحسين.

### تحليل سلوك المستخدم:

* + استخدام أدوات التحليل لتتبع سلوك المستخدم داخل التطبيق وفهم كيفية تفاعلهم مع الميزات المختلفة.

### التواصل المباشر:

* + تشجيع المستخدمين على التواصل مع فريق الدعم للإبلاغ عن أي مشاكل أو تقديم اقتراحات.

# خطة التوسع لتطبيق EGY-SAFARY

**الهدف**

**:** البدء في التخطيط للتوسع إلى مدن أخرى بعد 6 أشهر، بناءً على أداء التطبيق في بورسعيد.

## المقاييس الرئيسية:

### تقييم مدى نجاح التطبيق في تحقيق الأهداف المحددة في بورسعيد:

* + عدد المستخدمين النشطين شهريًا.
  + معدلات الاحتفاظ بالمستخدمين.
  + الإيرادات المحققة.
  + العائد على الاستثمار (ROI).
  + ملاحظات المستخدمين وتقييماتهم.

### إجراء دراسة جدوى لتحديد المدن المحتملة للتوسع:

* + حجم السوق السياحي في كل مدينة.
  + مستوى المنافسة في كل مدينة.
  + البنية التحتية التكنولوجية في كل مدينة.
  + التكاليف المتوقعة للتوسع في كل مدينة.

## التكتيكات المقترحة:

## 1. التقييم الشامل لأداء التطبيق في بورسعيد:

### تحليل البيانات:

* + جمع وتحليل بيانات المستخدمين، مثل عدد مرات التحميل، والتسجيلات، والميزات الأكثر استخدامًا، ومعدلات الاحتفاظ.
  + تحليل البيانات المالية، مثل الإيرادات والتكاليف والعائد على الاستثمار.
  + جمع ملاحظات المستخدمين من خلال الاستطلاعات والمراجعات والتواصل المباشر.

### تقييم نقاط القوة والضعف:

* + تحديد الميزات والخدمات التي تعمل بشكل جيد وتلك التي تحتاج إلى تحسين.
  + تحديد نقاط القوة التي يمكن الاستفادة منها في المدن الجديدة ونقاط الضعف التي يجب معالجتها قبل التوسع.

## 2. دراسة جدوى شاملة لتحديد المدن المحتملة للتوسع:

### تحليل السوق:

* + تحديد المدن التي لديها حجم سوق سياحي كبير ومناسب لنموذج عمل EGY-SAFARY.
  + تحليل مستوى المنافسة في كل مدينة وتحديد الفجوات في السوق التي يمكن استغلالها.
  + تقييم البنية التحتية التكنولوجية في كل مدينة، مثل توافر الإنترنت وخدمات الاتصالات.

### التكاليف المتوقعة:

* + تقدير التكاليف المتوقعة للتوسع في كل مدينة، بما في ذلك تكاليف التسويق وتطوير المحتوى وتوظيف فريق عمل محلي.
  + مقارنة التكاليف المتوقعة بالإيرادات المحتملة لتحديد المدن الأكثر جدوى اقتصاديًا.

## 3. التخطيط للتوسع:

### اختيار المدن المستهدفة:

* + بناءً على نتائج دراسة الجدوى، اختيار المدن التي تقدم أفضل فرص النجاح والتوسع.

### تطوير استراتيجية تسويق محلية:

* + تكييف استراتيجية التسويق لتناسب كل مدينة مستهدفة، مع مراعاة الثقافة المحلية واللغة والتفضيلات.
  + بناء علاقات مع الشركات المحلية والمؤثرين في كل مدينة.

### تطوير محتوى محلي:

* + إنشاء محتوى مخصص لكل مدينة، بما في ذلك قصص المعالم السياحية ومعلومات عن المطاعم والفنادق ووسائل النقل.
  + توظيف فريق عمل محلي لضمان دقة وجودة المحتوى.

### توفير الدعم اللوجستي:

* + التأكد من وجود البنية التحتية اللازمة لتشغيل التطبيق في المدن الجديدة، مثل الخوادم والدعم الفني.
  + توظيف فريق عمل محلي لتقديم الدعم للمستخدمين في كل مدينة.

## 4. التنفيذ والتقييم:

### إطلاق التطبيق في المدن الجديدة:

* + تنفيذ استراتيجية التسويق المحلية في كل مدينة.
  + مراقبة أداء التطبيق في كل مدينة وجمع ملاحظات المستخدمين.

### التقييم والتحسين المستمر:

* + تحليل البيانات وتقييم أداء التطبيق في المدن الجديدة.
  + إجراء التعديلات اللازمة على استراتيجية التسويق والمنتج بناءً على نتائج التقييم.

# ميزانيه التسويق جدول ميزانية التسويق لتطبيق EGY-SAFARY (150,000 جنيه مصري سنويًا)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **البند** | **التكلفة التقديرية السنوية (بالجنيه المصري)** | **النسبة المئوية من الميزانية** |
| **التسويق الرقمي:** |  |  |
| **تحسين محركات البحث (SEO)** | 15,000 - 30,000 جنيه | 10-20% |
| **الإعلانات المدفوعة (Google Ads, Facebook Ads, إلخ)** | 40,000 - 60,000 جنيه | 27-40% |
| **التسويق عبر المؤثرين** |  | 7-13% |
| **التسويق عبر البريد الإلكتروني** |  | 3-7% |
| **التسويق التقليدي:** |  |  |
| **الشراكات مع الشركات المحلية** |  | 7-13% |
| **الإعلانات الخارجية** |  | 10-17% |
| **المشاركة في المعارض والمؤتمرات** |  | 3-7% |
| **التسويق بالمحتوى:** |  |  |
| **إنشاء محتوى للمدونة ومقاطع الفيديو والصور** |  | 10-17% |
| **العلاقات العامة:** |  |  |
| **التواصل مع وسائل الإعلام وإدارة السمعة** | 5,000 - 10,000 جنيه | 3-7% |
| **إجمالي التكلفة التقديرية:** | 130,000 - 180,000 جنيه | 87-120% |
| **احتياطي للطوارئ والتجارب:** | 20,000 - 70,000 جنيه | 13-47% |