



## كلية الهندسة

قسم المعلوماتية والاتصالات

مشروع المتجر الإلكتروني  
مشروع أعد لمقرر البرمجيات 1

بإشراف : د. عمر ريحاوي

إعداد الفريق:

عبد القادر نعناع

زياد شب قلعية

مصطفى بيره جكلي

محمود شبارق

عبد القادر بطيخ

عبد الله خياطة

**مقدمة:** هو عبارة عن متجر الكتروني حيث يقوم المتجر ببيع المنتجات للعميل ضمن الواقع الافتراضي ويحمل هذا المتجر هوية بصرية او مايعرف ب لوغو المتجر

يعتبر المتجر الإلكتروني من الفرص الكبيرة في ظل الاهتمام الكبير بتعزيز دور التجارة الإلكترونية

حيث يتزايد عدد المستخدمين شبكة الإنترنت والمتسوقين عبر الإنترنت لسهولة الوصول للخدمات وإمكانية الدفع الإلكتروني

ويتميز الطلب على المنتجات الإلكترونية بالزيادة و الإستمرارية مع تزايد مستخدمي الإنترنت لذلك يعتبر مثل هذا المشروع من الفرص الاقتصادية الكبيرة والمهمة

حيث لم يعد التواصل الفيزيائي مطلوب بل يكفي استعراض المنتجات على شبكة الإنترنت

وظيفة المتجر الإلكتروني هي تسهيل التسويق للعميل من خلال بناء واجهات ذو تنقلات سلسة وأمنة ومبسطة ودعم مختلف البيئات والأجهزة

لبناء مشروع المتجر الإلكتروني نحن بحاجة الى عدة  
بارامترات او عدة عمليات نذكر أهمها:

1. عملية تسجيل الدخول
2. عملية الشراء
3. عملية إرسال الإشعارات والإعلانات
4. عملية الحسومات
5. عملية إضافة وحذف المنتجات
6. عملية جرد المنتجات
7. عملية البحث
8. عملية التقييم
9. عملية إنشاء التقارير
10. عملية الصيانة

وسنقوم بشرحها تتابعا .....

## 1. عملية تسجيل الدخول:

يتم تسجيل الدخول من قبل المدير او الموظف او المستخدم من خلال طريقتين:

بإستخدام رقم الموبايل او بإستخدام الإيميل

ويتم التحقق من الرقم /الإيميل من خلال إرسال رسالة نصية ال الرقم المدخل /الإيميل ويتم التحقق أوتوماتيكيا في حال كان الرقم على نفس الجهاز او يطلب إدخال الكود يدويا المأخوذ من الرسالة على الرقم / الإيميل

ويتم تخزين بيانات المستخدم ونوعها في قاعدة البيانات من نوع fire store

## 2. عملية الشراء:

أن الهدف من بناء مثل هذا المتجر هو تحويل عملية الشراء الى الواقع الافتراضي

وكما سبق وتحدثنا بالمقدمة ان التواصل الفيزيائي لم يعد مطلوب يكفي أن يقوم المستخدم باختيار احتياجاته ودفع ثمنها على منصات الدفع الإلكتروني

وتقدم عملية البيع الإلكتروني ميزات كثيرة منها سهولة  
الشراء بمجرد الضغط على المنتج الذي تحتاجه وإضافته  
إلى سلة المشتريات

ومن ثم الدفع بالطرق المناسبة كالباي بال والماستر كارد  
والفيزا

وتوفر العديد من منصات الدفع يتناسب طردا مع نجاح  
المتجر

ويجب أن تكون الأسعار واضحة وصريحة أثناء العرض  
في واجهة البيع

مما يكسب المتجر ثقة لدى العملاء

### 3. عملية إرسال الإشعارات والإعلانات:

ان نجاح أي مشروع يتناسب طردا مع فهم أساسيات  
علم التسويق وإحاطة المشروع بركائز متينة تستند  
إلى هذا العلم

والتسويق بالإعلانات هو فن وعلم وأساسيات وركائز  
وليس هواية

ومن أعمدة التسويق قسم الإعلانات حيث تستهدف طبقة العميل بشكل مباشر للترغيب بالمنتجات تارة والإعلام عنها تارة أخرى

قسم الإعلانات إذا أدير بشكل جيد يعود هذا الخير على قسم المبيعات وزيادة المبيعات أي المزيد من النجاح لهذا المشروع

ومنه نستنتج أن التناسب طردي بين التسويق والنجاح وتحت باب الإعلانات يندرج قسم الإشعارات مما يحفز الزبائن على الإطلاع على المنتجات عن طريق التغذية البصرية ثم الشراء وارتفاع نسب المبيعات وهو المقصد من التسويق بالإشعارات فمثلا إعلام العميل عن منتج جديد حين توفره بالمتجر الإلكتروني

#### 4. عملية الحسومات:

وهو باب آخر أو وجه آخر للتسويق وهو عبارة عن مزيج بين عملية الإشعارات والإعلانات



حيث يهتم بالإعلان عن حسومات لمنتج محدد عن طريق الإشعارات

حيث يرسل المتجر اشعارات للعملاء مما يجعل الإعلانات الركيزة الأساسية لنجاح متجرنا الإلكتروني

### **5. عملية إضافة وحذف المنتجات:**

تتم هذه العملية من خلال المدير او الموظف حيث يقوم المدير/الموظف بتسجيل الدخول ال المتجر وله صلاحيات إضافة وحذف المنتجات من خلال واجهة عرض مرنة تعرض جميع المنتجات فمثلا زر الحذف يأخذنا الى صفحة جديدة لحذف المنتجات وزر اخر لإضافة المنتجات ولنجاح هذه العملية نحن بحاجة الى عملية جرد المنتجات وذلك لتوفير المنتجات المنتهية من المتجر

### **6. عملية جرد المنتجات:**

يقوم المدير فقط من الوصول لهذه العملية حيث يكون الوحيد الذي يملك هذه الصلاحية

حيث يقوم بجرد المنتجات المتوفرة بالمستودع او على رفوف المتجر الافتراضي ومنها يستدرك أي نقص بالمنتجات من خلال واجهة مرنة سلسلة سهلة التعامل

## 7. عملية البحث:

تتيح عملية البحث للمالك او الموظف او العميل البحث عن المنتجات وذلك لتسهيل الوصول للمنتج المطلوب ويتم البحث بعدة طرق منها البحث الصريح عن المنتج في زر البحث او البحث عن طريقة الفئات مثلا أغذية .. ألبسة .. كهربائيات والعامل الداعم لنجاح عملية البحث هو الفترة أي تصنيف المنتجات بعدة طرق ويختار المستخدم التصنيف المرغوب

## 8. عملية التقييم:

والتقييم من صلاحيات المستخدم ومراجعتها من مسؤولية المدير



ويكون التقييم عن سلعة ما او يمكن ان يكون التقييم  
عن المتجر ككل

ويقوم المستخدم بترك تعليق عن تجربته ووصفها  
وتوصيفها إيجابيا او سلبيا

ومن اقسام التقييم هو تقييم العميل للمنتج الذي اشتراه  
بوضع نجوم تقيرا منه لجودة المنتج  
مما يكسب باقي العملاء ثقة بجودة منتجات المتجر

## **9. عملية إنشاء التقارير:**

يجب إنشاء التقارير بشكل دوري لدورها الهام في  
استمرار المتجر بحيث تبين المنتجات الأكثر مبيعا  
والمنتجات منخفضة الطلب وذلك لتسهيل معرفة  
المطلوب من المنتجات  
ومن هذه التقارير تبنى سياسة العروض والحسومات

## **10. عملية الصيانة:**

بشكل دوري يجب توفير عمليات الصيانة للموقع  
وذلك لضمان بقاء جودة المتجر بالمستوى المطلوب