



جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التسيير
تخصص: إدارة اعمال

تحت عنوان:

مشروع انشاء منصة لحرفي البناء-Akram-

إشراف الأستاذ:

بركات غنية

من إعداد الطلبة:

اكرم مراني

السنة الجامعية: 2024/2023



شكر و عرفان

ليس بعد تمام العمل من شيء أجمل ولا أحلى من الحمد فالحمد لله والشكر له
كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه وكما ينبغي لجزيل فضله وعظيم إحسانه
على ما أنعم به علي من إتمام هذه المذكرة ،

ثم إنه لا يسعني إلا أن أشيد بالفضل و أقرب بالمعروف لكل من ساهم في إنجاز هذا
البحث وأخص بالذكر أستاذتي المشرفة الدكتورة بركات غنية على ما خصتني به
من التوجيه والتصويب وما علمتني من فيض إنسانيتها وخلقها الرفيع ومستواها
الراقي.

كما أشكر كل من مد لي يد العون من قريب أو بعيد ولو بالدعاء بظهر الغيب،
بورك فيهم جميعا وجزاهم الله عني الجزاء الأولى، والله المسؤول أن ينفع بهذا
العمل على قدر العناء فيه وأن يجعله خالصا لوجهه الكريم إنه على ذلك لقدير.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	قائمة الجداول
-	قائمة الأشكال
أ	المقدمة العامة
1	أولاً: المشكل
1	1. الدراسة الاستكشافية
1	1.1. Personas
3	2.1. Empathy Map
4	2. تحديد المشكل الاساسي
4	1.2, POV
6	2.2. رحلة العميل
10	3.2. أصحاب المصلحة
10	ثانياً: الحل
10	1. تحديد الحل المقترح
11	2. نموذج العمل التجاري Akram BMC 0
14	ثالثاً: دراسة السوق
14	1. على المستوى العالمي
18	2. على المستوى الوطني
22	3. التحليل التنافسي
25	4. الاستراتيجية للتفوق على المنافسين
27	رابعاً: LEAN CANVAS
27	1. شرائح العملاء المستهدفة
28	2. المشكلة
28	3. الحل المقترح
28	4. القيمة المقترحة
29	5. القنوات
29	6. مصادر الارادات
29	7. هيكل التكاليف
30	8. الموارد الرئيسية
30	9. العلاقات مع العملاء
30	10. الأنشطة الرئيسية
29	خامساً: نموذج العمل التجاري Akram BMC 1
34	سادساً: المنتج - الخدمة

35	سابعا: هيكل التكاليف للمنصة الرقمية
37	خاتمة

قائمة الاشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
1	شخصية العميل 01	01
1	شخصية العميل 02	02
2	شخصية العميل 03	03
2	شخصية العميل 04	04
7 - 6	خريطة رحلة العميل	05
10	أصحاب المصلحة	06
11	اسم و شعار المشروع	07

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
4	وجهة نظر pov	01
13	نموذج العمل التجاري Akram BMC 0	02
27	هيكل التكاليف للمنصة الرقمية	03
	نموذج العمل التجاري Akram BMC 1	04

المقدمة العامة:

يشهد قطاع الاعمال البناء تطورات متسارعة ومختلفة ومواكبة هذه التطورات و الاستثمار فيها يساهم في تحقيق التنمية المستدامة وتلبية احتياجات العملاء المتنوعة زمزائية هذه التطورات والاستثمار فيها يساهم في تحقيق اذا يعتبر هذا القطاع قطاع اقتصادي عالمي واسع حيث يضم جميع الانشطة المتعلقة بالصيانة ، الديكور التصميم ، البناء ، النجارة و يشمل كذلك هذا القطاع مجموعة واسعة من المهن و الحرف بداية من المهندسين والمخططين الى عمال البناء و الحرفيين لذلك فهو عملية حيوية تساعد في تحفيز النمو الاقتصادي من خلال زيادة الاستثمار و الانفاق من جهة وتوفير بيئة صحية مريحة وامنة من جهة أخرى.

لكن مع وجود هذه المزايا الا انه يعتبر عملية معقدة تواجه عدة صعوبات من بذل جهد ووقت وتكاليف مع شرط توفر مهارات تقنية و يدوية ومهارات تواصل تتطلب التنسيق بين العديد من الاطراف لذا نجد معظم العملاء يبحثون عن حلول سريعة وسهلة توفر عليهم الوقت والتكلفة مع توقع خدمة بجودة وكفاءة عالية و التغلب على هذه التحديات والقضاء عليها يمكن من خلق رضا للعميل ويؤدي الى تحقيق انتاجية وربح في قطاع اعمال البناء.

المشكل الأساسي:

تمثل المشكل الأساسي في صعوبات التنسيق بين مجموعة الحرفيين والعمال الذين يمارسون مجموعة الأنشطة المختلفة في قطاع البناء.

الفرضيات:

انطلاقا من نموذج العمل وضعت الفرضيات و التي سيتم تأكيدها من خلال الدراسة الميدانية و تكون نتائجها في نموذج العمل

الفئة المستهدفة:

الأفراد العمال ، المقاولون ، الشركات

القيمة المقترحة:

ربح الوقت ، ربح المال

نموذج الاعمال:

الاشترك

المنهجية المعتمدة:

التفكير التصميمي: هو منهجية لحل المشاكل بطريقة مبتكرة والتي تساعد الفرق أو المؤسسات للتوصل إلى حلول تركز على احتياجات ورغبات الفئة المستهدفة.

: Lean startup

نهج شائع لتطوير و إطلاق منتجات جديدة تهدف الى تقليل الهدر والتحقق من صحة الفرضيات الإعمال ، تقديم المنتج والخدمة التي يريدها العملاء بكفاءة.

الأدوات المستخدمة:

Persona , empathy interviews, empathy map, context map, stockholders map, business model canvas, value proposition map, vpc

أولاً: المشكل

1. الدراسة الاستكشافية:

1.1 شخصية العميل : Persona

شخصية العميل تساعد على معرفة السوق المستهدف والتي تمكنا من انشاء منتج أو خدمة تلبى احتياجاته .
تسمى أيضا الصورة الرمزية للعميل أو شخصية المشتري أو في تطوير المنتج وشخصية المستخدم.

شكل رقم 01 : شخصية العميل 01

الحياة اليومية :		الاسم: عامر
يمارس عامر عمله بشكل يومي ما عدا عطلة نهاية الاسبوع يقضي اغلب اوقاته مع العائلة والاصدقاء، يبحث عن زوجة في الوقت الحالي.		الجنس : ذكر العمر: 29 سنة
المخاوف	الاهداف	المهنة: حربي متخصص في الديكور
العمل في أماكن بعيدة. صعوبة ارضاء العميل سواء من ناحية الخدمة أو الوقت أو التكلفة الاشغال الحرجة المتعلقة بحرفيين اخرين تؤدي لزيادة التكاليف و اضاءة الوقت و الجهد.	تحقيق لمسات جمالية ذات جودة عالية. تحقيق دخل كافي وأكبر فائدة ممكنة. العمل على تطوير المهارات لتحقيق نتيجة ترضي العميل و في أقل وقت ممكن.	


المصدر : اعداد الطالب

الشكل رقم 02: شخصية العميل 02

الحياة اليومية :		الاسم : محمد
يقضي معظم وقته في العمل ، يحب التنزه و الخروج مع العائلة ، يسعى الى تحقيق مشاريع كبرى و تخصيص وقت اكبر للعائلة.		الجنس : ذكر العمر: 47 سنة
المخاوف	الاهداف	الحالة العائلية : متزوج ولديه ابن المهنة :مقاول
خسارة الوقت و التكاليف و الوصول لنتيجة غير مرضية . عدم القدرة على التنسيق بين الحرفيين الذين يمارسون أنشطة مختلفة .	اتمام المشاريع المطلوبة في وقت قصير و بتكاليف معتبرة. تكوين فريق متميز من عدة حرفيين يمارسون أنشطة مختلفة.	

المصدر : اعداد الطالب

الشكل رقم 03: شخصية العميل 03

الحياة اليومية :		الاسم :سعاد
تبقى معظم الأوقات في البيت ترعى أبنائها وأداء مهامها من طبخ وتنظيف وتذهب أحيانا للتسوق أو زيارة العائلة .		الجنس : أنثى
المخاوف	الاهداف	الحالة العائلية :متزوجة و لديها بنتان .
عدم ارضاء ابنتها او توفير حاجاتهم المختلفة سواء داخل المنزل أو خارجه.	توفير جو ملائم و مريح لها و لابنتها و زوجها داخل المنزل .	المهنة : ماكثة في البيت
		

المصدر : اعداد الطالب

الشكل رقم 04: شخصية العميل 04

الحياة اليومية :		الاسم : سمير
يمارس مهنته بشكل يومي ما عدا عطلة نهاية الاسبوع يسعى لتأسيس مشروعه الخاص		الجنس : ذكر
المخاوف	الاهداف	الحالة العائلية : متزوج
أماكن العمل بعيدة بذل الجهد و الوقت و توقع الزبون سعر منخفض عدم توفر السلع الكافية	تحقيق أكبر ربح ممكن العمل مع عمال ذوي خبرة لتحقيق التوافق العملي .	المهنة: صباغ
		

المصدر اعداد الطالب

2.1 خريطة التعاطف : empathy map



المصدر : اعداد الطالب

2. تحديد المشكل الأساسي:

1.2. وجهة النظرPOV:

يمثل قطاع البناء تحديات متعددة ومعقدة تواجه الحرفيين والمقاولين والأفراد. هذه التحديات تشمل:

1. صعوبة التنسيق بين العمال والحرفيين:

- هناك نقص في العمالة الماهرة والمتخصصة مما يؤدي إلى تأخيرات وتكاليف إضافية.
- صعوبة إيجاد العمال ذوي الخبرة والثقة اللازمة.

2. ارتفاع التكاليف وانخفاض الجودة:

- العمالة غير الملتزمة تؤدي إلى إهدار الوقت والمال مع تقديم خدمة غير مرضية.
- صعوبة العثور على مواد أولية ذات جودة بتكاليف معقولة.

3. التحديات اللوجستية:

- مواقع العمل البعيدة تزيد من التكاليف والجهد المطلوبين.
- عدم توفر السلع والمواد اللازمة في الوقت المناسب يؤدي إلى تأخيرات ومشاكل إضافية.

4. تلبية توقعات العملاء:

- العملاء يبحثون عن حلول سريعة وفعالة تقلل من الوقت والتكاليف مع الحفاظ على جودة الخدمة.

الافكار الرئيسية	الاحتياج	المستعمل
منصة تربط العمال والحرفيين لتحسين التنسيق. توفير معلومات شاملة حول المواد الأولية والأسعار	تنسيق فعال بين العمال والحرفيين مواد أولية ذات جودة عالية وبتكاليف معقولة	الحرفيون
نظام تقييم العمال لتحسين الجودة أدوات لإدارة المشاريع والموارد بفعالية	عمالة ماهرة وموثوقة إتمام المشاريع في الوقت المحدد وبتكاليف متوقعة	المقاولون
قاعدة بيانات للعمال والحرفيين الموثوقين نظام حجز سهل وسريع للخدمات المطلوبة	خدمات بناء وصيانة موثوقة حلول سريعة وفعالة بتكلفة مناسبة	الأفراد
شراكات مع موردين موثوقين أدوات لإدارة المشاريع الكبيرة بكفاءة	فرق عمل متنوعة وكاملة مواد أولية متوفرة بجودة عالية وأسعار مناسبة	الشركات

المصدر: من اعداد الطلبة

انطلاقاً مما سبق، تم اجراء مقابلات خلال شهر افريل لفهم وتحديد اهم المشاكل المتعلقة بالعملاء و الحرفيين ،

ويتم تلخيصها فيما يلي:

- للحرفيون يجدون صعوبة في الوصول إلى أصحاب المشاريع والعملاء الجدد الذين يحتاجون إلى خدماتهم.
- لأن هناك مخاوف من الجودة والمصداقية، حيث لا يملك العملاء دائماً الثقة الكافية في قدرات الحرفيين.
- لأن غياب نظام تقييم ومراجعات موثوق به يجعل من الصعب على العملاء اتخاذ قرارات مستنيرة.
- لأن يواجه الحرفيون تحديات في جدولة أعمالهم وإدارة الموارد بكفاءة.
- لأن التحديات اللوجستية والمادية و تشمل مشاكل في الحصول على المواد المطلوبة وإيصالها إلى موقع العمل في الوقت المناسب
- لأن التسعير غير واضح و صعوبة في تحديد أسعار مناسبة ومنافسة للخدمات المقدمة، مما قد يؤدي إلى نزاعات بين الحرفيين والعملاء.

لـ قلة الفرص المتاحة للحرفيين لتطوير مهاراتهم ومعرفتهم بالتقنيات الجديدة في البناء.

ما توصلنا له بعد اجراء هذه المقابلات :

✓ إنشاء منصة تواصل متقدمة:

- تتيح للحرفيين وأصحاب المشاريع الاتصال بسهولة، مع ميزات بحث متقدمة لتمكين العملاء من العثور على الحرفيين المناسبين لمشاريعهم.
- يسمح للعملاء بتقييم الحرفيين وترك ملاحظاتهم، مما يعزز الثقة ويسهل اتخاذ القرارات.
- نظام تسعير شفاف و تقديم إرشادات للتسعير وخيارات دفع مرنة لضمان رضى الطرفين.
- عرض أعمال سابقة للحرفيين (صور، مقاطع فيديو، شهادات) لتمكين العملاء من تقييم جودة العمل قبل التعاقد.
- عرض تسعير واضح لكل خدمة، مع إمكانية مقارنة الأسعار بين الحرفيين المختلفين.
- خيارات دفع آمنة ومرنة، مع توفير ضمانات للعميل بأن الدفعات لن تُفرج إلا بعد إتمام العمل وفق المعايير المتفق عليها.

2.2. رحلة العميل :

1.2.2 تحديد رحلة العميل المستخدم:

شكل رقم 04: خريطة رحلة العميل المستخدم



المصدر: من اعداد الطالب

2.2.2 تحديد رحلة العميل الحرفي:

شكل رقم 05: خريطة رحلة العميل الحرفي



المصدر: من اعداد الطالب

1. البحث عن خدمات البناء:

- يبدأ العميل بالبحث عن عمال أو شركات البناء التي يمكنها تلبية احتياجاته.
- يواجه تحديات في العثور على عمال موثوقين والحصول على معلومات دقيقة حول جودة الخدمة والتكاليف.
- الحل المقترح هو منصة تعرض معلومات شاملة حول العمال والخدمات وتقييمات من العملاء السابقين.

2. التواصل والاتفاق:

- يتواصل العميل مع العمال أو المقاولين للتفاوض على الأسعار والشروط.
- يواجه صعوبات في التنسيق وتفاوت كبير في الأسعار.
- الحل هو توفير نظام اتصال مباشر عبر المنصة مع عرض تفاصيل واضحة حول الأسعار والشروط.

3. التنفيذ والمتابعة:

- يتابع العميل تقدم العمل ويحل المشكلات الطارئة.
- يواجه تأخيرات غير متوقعة ومشاكل في جودة العمل.
- الحل هو تقديم نظام تتبع للعمل وتحديثات مستمرة حول التقدم وخدمة دعم فني لحل المشاكل بسرعة.

4. التقييم والدفع:

- يقوم العميل بتقييم جودة العمل ويجري الدفع النهائي.
 - قد يكون غير راضٍ عن جودة العمل أو يواجه اختلافات في التكلفة النهائية.
 - الحل هو نظام تقييم عادل ودقيق يعرض ملاحظات العملاء وتفاصيل شفافة حول التكلفة النهائية.
- يمكن اختصار المشكل الأساسي الذي يواجه قطاع أعمال البناء: يتمثل المشكل الأساسي في وجود صعوبات تواجه كل من الأفراد، الحرفيين، المقاولون، الشركات الذين يرغبون في اعتماد أعمال البناء حيث هذه الصعوبات تجعل من هاته العملية معقدة و غير كاملة. وتتمثل في:

أولاً بالنسبة للأفراد:

- تماطل و عدم التزام العمال مما يؤدي إلى إهدار الوقت و المال وفي المقابل الحصول على خدمة غير مرضية.
- صعوبة إيجاد العمال ذوي الخبرة و محل ثقة للاعتماد عليهم.
- جودة منخفضة مع تكاليف مرتفعة.

ثانياً بالنسبة للشركات و المقاولون:

- وجود صعوبات في التنسيق بين العاملين ذوي الأنشطة المختلفة

- نقص العمالة الماهرة .
- عدم اكمال المشاريع او تركها في منتصفها نتيجة خمول العامل و عدم انضباطه
- ارتفاع أو نقص المواد الأولية

ثالثاً: بالنسبة للحرفيين :

- أماكن العمل البعيدة .
- توفير جودة عالية و تحقيق ربح متوسط نتيجة الاعمال الحرجة التي تستوجب الاستعانة بعمال آخرين من نشاط مختلف .
- صعوبة ايجاد بعض السلع .
- التعرض لبعض المشاكل عند طلب سعر الدفع .

3.2. أصحاب المصلحة:

أصحاب المصلحة هم أفراد أو مجموعات أو كيانات لها مصلحة أو يمكن أن تتأثر بالأنشطة أو القرارات أو نتائج مشروع أو منظمة أو مبادرة يمكن أن يختلف أصحاب المصلحة المحددون حسب السياق . بعد تحديد أصحاب المصلحة والتعامل معهم أمراً مهماً لصنع القرار الفعال، وبناء العلاقات، وإدارة المخاطر، وضمان نجاح واستدامة شركة أو مؤسسة على المدى الطويل. قد يختلف مستوى التأثير والأهمية والمشاركة بين مختلف أصحاب المصلحة اعتماداً على الظروف والسياق المحدد.

1. العملاء (المالكون للمنازل والشركات الصغيرة):

- يبحثون عن حلول فعالة للحصول على خدمات بناء وترميم بأسعار معقولة وجودة عالية. يهتمهم الوصول السريع إلى حرفيين ماهرين وموثوقين.

2. الحرفيون والمقاولون:

- يبحثون عن فرص عمل جديدة وعملاء محتملين لخدماتهم. يهتمهم الحصول على فرصة لتوسيع شبكتهم وزيادة الإيرادات.

3. المطورون وشركات البناء والعقارات:

- يبحثون عن مصادر موثوقة للموارد البشرية والتكنولوجية لتنفيذ المشاريع بكفاءة وفي الوقت المحدد.

4. المصممون الداخليون والمهندسون المعماريون:

- يبحثون عن حلول تقنية تسهل عملية التصميم والتنفيذ وتحسين تجربة العملاء.

5. الشركات المالكة للعقارات ومديرو المرافق:

- يبحثون عن خدمات صيانة وترميم موثوقة للحفاظ على قيمة وجودة الممتلكات.

6. الجهات الحكومية والهيئات التنظيمية:

- تهتم بضمان الامتثال للوائح البناء والسلامة والأمان، بالإضافة إلى دعم تطوير البنية التحتية والاستدامة.

7. المستثمرون والجهات الممولة:

- يهتم استثمار في مشروعات تكنولوجيا المعلومات والابتكار في قطاع البناء والتعاون مع شركات ناشئة للنمو والتوسع.

الشكل رقم 06: أصحاب المصلحة



المصدر من اعداد الطالب

ثانيا: الحل:

تعد أعمال البناء قطاع هام و ضروري يساهم في تحقيق النمو الاقتصادي وخلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى معيشة الأفراد، ومع مجموعة التطورات و الابتكارات الجديدة يمكننا بناء مستقبل أفضل من خلال أعمال بناء مستدامة و ذات كفاءة عالية .

1. تحديد الحل المقترح :

- ✓ أتقدم باقتراح اطلاق منصة الكترونية مخصصة للأفراد و الشركات و العمال ، تسمح هذه المنصة بالدخول لها في أي وقت و من أي مكان توفر معلومات شاملة و دقيقة عن كل ما يخص اعمال البناء من عمال ، مواد أولية ، أسعار و مواعيد الخدمة مما يسهل عليهم القيام بهذه العملية بكل أريحية و على أكمل وجه .
- ✓ تسمح هذه المنصة للأفراد بسهولة ايجاد العمال أو العامل المناسب القريب مع امكانية الاطلاع على سعر الخدمة و نوعيتها و تحديد موعد الخدمة و وقت انتهائها عن طريق الاتصال المباشر مع العامل أو فريق العمل .
- ✓ كما تساعد في خلق فرص عمل للأفراد المتخصصون في هذا القطاع مع ضمان تقديم الأجر المناسب .

✓ توفر للشركات فريق عمل كامل و متنوع لانجاز المشاريع المختلفة في الوقت المحدد بجودة عالية كذلك توفير جميع الاحتياجات المختلفة .

✓ تحقيق التوازن بين تكاليف الخدمة و جودة العمل و تعزيز روح العمل الجماعي بين الحرفيين .

الشكل رقم 07: اسم و شعار المشروع



المصدر : اعداد الطالب

2. نموذج العمل التجاري 0 Akram:

الجدول رقم 2: نموذج العمل التجاري Akram

الشركات الرئيسية	الأنشطة الرئيسية	العلاقة مع العملاء	شريحة العملاء
<ul style="list-style-type: none"> - الموردین - للمواد الأولية - شركات البناء - والمقاولین - منصات الدفع الإلكتروني - شركاء التسويق 	<ul style="list-style-type: none"> - تطوير وصيانة المنصة - إدارة الشراكات مع الموردین - التسويق والترويج - دعم العملاء وخدمات ما بعد البيع 	<ul style="list-style-type: none"> - دعم في متواصل - تحديثات منتظمة - حول تقدم العمل - نظام تقييم مخصص للعملاء - خدمات مخصصة حسب احتياجات كل شريحة من العملاء 	<ul style="list-style-type: none"> - المقاولون - الحرفيون - الشركات - الأفراد
	<p>الموارد الرئيسية</p> <ul style="list-style-type: none"> - فريق تطوير تقني - قاعدة بيانات شاملة للعمال والحرفيين - شبكة من الموردین الموثوقين - العملاء 	<p>القنوات</p> <ul style="list-style-type: none"> - منصة إلكترونية (موقع ويب/تطبيق) - وسائل التواصل الاجتماعي - الإعلانات الرقمية 	<p>عرض القيمة:</p> <ul style="list-style-type: none"> • توفير منصة موثوقة تتيح للمستخدمين العثور على العمال والحرفيين بسهولة. • تقديم معلومات شاملة حول جودة العمالة والمواد الأولية وأسعارها. • نظام تقييم ومراجعات يساعد في بناء الثقة بين الأطراف المختلفة. • تقديم حلول سريعة وفعالة لتلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
<p>هيكل التكاليف</p> <ul style="list-style-type: none"> - تكاليف دعم العملاء - تكاليف إدارة الشراكات والشبكة - تكاليف تطوير وصيانة المنصة - تكاليف التسويق والإعلانات 		<p>مصادر الإيرادات</p> <ul style="list-style-type: none"> - عمولة على كل عملية تجارية تتم عبر المنصة - رسوم اشتراك شهرية أو سنوية للحرفيين والمقاولين - رسوم إضافية مقابل خدمات مميزة 	

المصدر من اعداد الطلبة

- شرائح العملاء:(Customer Segments)

- الحرفيون الذين يحتاجون إلى فرص عمل ومشاريع جديدة.
- المقاولون الذين يبحثون عن عمالة ماهرة ومواد ذات جودة.
- الأفراد الذين يحتاجون إلى خدمات بناء وصيانة موثوقة.
- الشركات التي تتطلب فرق عمل متكاملة ومشاريع كبيرة.

- عرض القيمة:(Value Proposition)

- توفير منصة موثوقة تتيح للمستخدمين العثور على العمال والحرفيين بسهولة.
- تقديم معلومات شاملة حول جودة العمالة والمواد الأولية وأسعارها.
- نظام تقييم ومراجعات يساعد في بناء الثقة بين الأطراف المختلفة.
- تقديم حلول سريعة وفعالة لتلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

- القنوات:(Channels)

- منصة إلكترونية عبر موقع ويب وتطبيقات الهاتف المحمول.
- وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي والوصول إلى جمهور واسع.
- الإعلانات الرقمية لجذب العملاء الجدد.
- الشراكات مع الموردين المحليين لزيادة التواجد والتأثير.

- علاقات العملاء:(Customer Relationships)

- توفير دعم فني متواصل للعملاء والمستخدمين.
- تحديثات منتظمة حول تقدم المشاريع والخدمات المقدمة.
- نظام تقييم مخصص للعملاء لتحسين الجودة والثقة.
- خدمات مخصصة حسب احتياجات ومتطلبات كل شريحة من العملاء.

- مصادر الإيرادات:(Revenue Streams)

- عمولة على كل عملية تجارية تتم عبر المنصة.
- رسوم اشتراك شهرية أو سنوية للحرفيين والمقاولين للحصول على خدمات مميزة.
- إعلانات مدفوعة من الموردين والشركات لزيادة الظهور والانتشار.
- تقديم خدمات مميزة مقابل رسوم إضافية مثل دعم فني مخصص أو تحديثات سريعة.

- الأنشطة الرئيسية:(Key Activities)

- تطوير وصيانة المنصة لضمان تجربة مستخدم سلسة وفعالة.
- إدارة الشراكات مع الموردين والشركات لضمان جودة الخدمات المقدمة.
- التسويق والترويج لجذب العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين.
- تقديم دعم فني وخدمات ما بعد البيع لضمان رضا العملاء وتحسين تجربتهم.

- الموارد الرئيسية: (Key Resources)

- فريق تطوير تقني مسؤول عن تصميم وصيانة المنصة.
- فريق دعم العملاء لضمان تقديم خدمات مميزة وحل المشاكل بسرعة.
- قاعدة بيانات شاملة تضم العمال والحرفيين والموردين الموثوقين.
- شبكة من الموردين الموثوقين لتوفير المواد الأولية اللازمة بجودة عالية وأسعار معقولة.

- الشراكات الرئيسية: (Key Partnerships)

- الموردين للمواد الأولية لضمان توفر المواد بجودة عالية وأسعار معقولة.
- شركات البناء والمقاولين لتوفير فرص عمل جديدة وتحسين التنسيق.
- منصات الدفع الإلكتروني لتسهيل عمليات الدفع والتحويل.
- شركاء التسويق لزيادة الوعي والوصول إلى جمهور أوسع.

- هيكل التكاليف: (Cost Structure)

- تكاليف تطوير وصيانة المنصة لضمان تقديم خدمات عالية الجودة.
- تكاليف التسويق والإعلانات لجذب العملاء الجدد والحفاظ على العملاء الحاليين.
- تكاليف دعم العملاء لضمان رضاهم وتحسين تجربتهم.
- تكاليف إدارة الشراكات والشبكة لضمان جودة الخدمات المقدمة وتحسين التنسيق بين الأطراف المختلفة.

ثالثاً: دراسة السوق

تشير دراسات السوق المعروفة أيضاً باسم أبحاث السوق، إلى التجميع والتحليل والتفسير المنتظم للبيانات والمعلومات حول سوق أو صناعة معينة الغرض من دراسات السوق هو اكتساب نظرة ثاقبة لديناميكيات السوق وسلوك العملاء والمشهد التنافسي والعوامل الأخرى التي يمكن أن تؤثر على قرارات واستراتيجيات العمل.

تتضمن دراسات السوق مجموعة من التقنيات والمنهجيات لجمع البيانات والمعلومات، بما في ذلك البحث

الأولي جمع البيانات مباشرة من الجماهير المستهدفة والبحث الثانوي (تحليل البيانات والمصادر الموجودة)

- إجراء البحث الأولي: تنفيذ أساليب البحث التي تم اختيارها لجمع البيانات مباشرة من الجمهور المستهدف.
- اتجاه السوق تشير اتجاهات السوق إلى الاتجاه العام أو نمط التغييرات والتطورات داخل سوق أو صناعة معينة خلال فترة زمنية يمكن أن تشمل هذه الاتجاهات مجموعة واسعة من العوامل، بما في ذلك التقدم التكنولوجي، التغييرات التنظيمية، الظروف الاقتصادية والديناميكيات التنافسية، بعد فهم اتجاهات السوق أمراً بالغ الأهمية للشركات لأنه يساعدها في تحديد الفرص وتوقع التحولات في الطلب ومواجهة استراتيجياتها وفقاً لذلك

1. على المستوى العالمي:

1.1. الأسباب التي أدت إلى نمو السوق:

التكنولوجيا والتواصل الرقمي:

- انتشار الإنترنت والهواتف الذكية: زيادة الوصول إلى الإنترنت وانتشار الهواتف الذكية جعلت من السهل على العملاء والحرفيين الوصول إلى المنصات الرقمية.
- التطور التكنولوجي: التطور في تقنيات الويب والتطبيقات ساعد في إنشاء منصات أكثر فعالية وسهولة في الاستخدام.

الطلب المتزايد على الخدمات المريحة:

- الراحة والمرونة: العملاء يبحثون عن طرق مريحة ومرنة للحصول على خدمات البناء والصيانة دون الحاجة إلى الجهد الكبير في البحث والتواصل مع الحرفيين.
- التوفير في الوقت: منصات الربط توفر الوقت للعملاء في البحث عن الحرفيين المناسبين والتواصل معهم.

تحسين الجودة والثقة:

- نظام التقييمات والمراجعات: وجود تقييمات ومراجعات من العملاء السابقين يساعد في بناء الثقة بين العملاء والحرفيين.
- تحقق الهوية والشهادات: منصات التحقق من هوية الحرفيين ومهاراتهم تضمن الجودة والاحترافية.

العوامل الاقتصادية:

- النمو الاقتصادي: النمو الاقتصادي وزيادة الاستثمارات في قطاع البناء يزيد من الطلب على خدمات البناء والصيانة.
- توسع السوق: مع زيادة عدد المشاريع السكنية والتجارية، يزداد الطلب على الحرفيين المؤهلين لتنفيذ هذه المشاريع.

التغيرات الاجتماعية:

- التغيرات في أنماط الحياة: تغير أنماط الحياة وزيادة الوعي بأهمية الحفاظ على المنازل وصيانتها بانتظام يزيد من الطلب على هذه الخدمات.
- زيادة التوظيف الذاتي: توجه العديد من الحرفيين إلى العمل الحر والبحث عن طرق جديدة للوصول إلى العملاء.

2.1 حجم سوق في قطاع البناء

• القيمة الاقتصادية العالمية:

- الناتج المحلي الإجمالي: قطاع البناء يمثل جزءًا كبيرًا من الناتج المحلي الإجمالي للعديد من الدول. على سبيل المثال، في الولايات المتحدة، يساهم قطاع البناء بحوالي 4.3% من الناتج المحلي الإجمالي.
- القيمة المالية: من المتوقع أن تصل القيمة الإجمالية لقطاع البناء العالمي إلى حوالي 12.9 تريليون دولار بحلول عام 2022، وفقًا لبعض التقديرات.

• عدد المشاريع:

- المشاريع الكبرى: تتراوح المشاريع في قطاع البناء من البنى التحتية الضخمة مثل الجسور والمطارات إلى مشاريع الإسكان الخاصة. حجم السوق يتضمن ملايين المشاريع سنويًا حول العالم.

- الاستثمارات العقارية: الاستثمار في العقارات يشكل جزءًا كبيرًا من الإنفاق في هذا القطاع، بما في ذلك التطوير التجاري والسكني والصناعي.

• العمالة:

- عدد العاملين: يعمل ملايين الأشخاص في قطاع البناء على مستوى العالم. في الولايات المتحدة وحدها، يعمل في هذا القطاع حوالي 7.3 مليون شخص وفقًا لإحصاءات عام 2020.

- الحرفيون المتخصصون: يتنوع العمال في هذا القطاع بين مهندسين معماريين، مهندسين مدنيين، حرفيين مثل الكهربائيين، السباكين، البنائين، وغيرهم.

• التكنولوجيا والابتكار:

- التكنولوجيا: يتزايد الاعتماد على التكنولوجيا في قطاع البناء، بما في ذلك استخدام تقنيات البناء الحديث مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد، الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء.

- الابتكار: الاستثمار في الابتكار لتحسين الكفاءة والجودة والأمان في المشاريع يسهم في نمو السوق بشكل ملحوظ.

• التوقعات المستقبلية:

- النمو المستمر: من المتوقع أن ينمو قطاع البناء بنسبة تقارب 3.5% سنويًا حتى عام 2025، مما يعكس زيادة الطلب على البنى التحتية والإسكان.

- التحضر: مع تزايد التحضر في الدول النامية، هناك حاجة ملحة لتطوير البنية التحتية والمشاريع السكنية.

• القطاعات الفرعية:

- البنية التحتية: يشمل الطرق، الجسور، المطارات، والمرافق العامة.

- البناء السكني: يشمل المنازل، الشقق، والمجمعات السكنية.

- البناء التجاري: يشمل المكاتب، المتاجر، المراكز التجارية.

- البناء الصناعي: يشمل المصانع، المستودعات، والمنشآت الصناعية.

• الأسواق الإقليمية:

• الولايات المتحدة وأوروبا: تعد من أكبر الأسواق، ولكن النمو السريع يحدث في آسيا وأفريقيا.

• آسيا: خاصة الصين والهند، تشهد نمواً كبيراً بفضل مشاريع البنية التحتية والتحضر.

2.1. أهم الشركات العالمية في مجال البناء

توجد العديد من الشركات العالمية الكبرى التي تهيمن على قطاع البناء بفضل قدراتها الهائلة ومشاريعها الواسعة حول العالم، منها:

China State Construction Engineering Corporation (CSCEC)

• المقر: الصين

- نظرة عامة: تعتبر CSCEC أكبر شركة بناء في العالم من حيث الإيرادات. تعمل الشركة في مشاريع متنوعة تشمل البنية التحتية، الإسكان، والمباني التجارية.
- مشاريع بارزة: بناء أطول مبنى في الصين، برج شنغهاي.

Vinci

- المقر: فرنسا
- نظرة عامة: واحدة من أكبر شركات البناء والتشييد في العالم. تنشط في مجالات البنية التحتية، المرافق، النقل، والبناء العام.
- مشاريع بارزة: شبكة الطرق السريعة الفرنسية، مطار تشيمبو في كمبوديا.

Bechtel

- المقر: الولايات المتحدة الأمريكية
- نظرة عامة: شركة بناء وهندسة عالمية تعمل في مشاريع متنوعة تشمل البنية التحتية، الطاقة، والأعمال الدفاعية.
- مشاريع بارزة: مشروع قناة بنما، جسر الملك فهد في السعودية.

Grupo ACS

- المقر: إسبانيا
- نظرة عامة: تعتبر من أكبر شركات البناء في أوروبا والعالم. تشمل أعمالها البنية التحتية، الطاقة، والخدمات الصناعية.
- مشاريع بارزة: بناء محطة الطاقة النووية في فنلندا، جسر ياماونا في اليابان.

Skanska

- المقر: السويد
- نظرة عامة: شركة بناء عالمية تعمل في تطوير البنية التحتية، الإسكان، والمباني التجارية.
- مشاريع بارزة: بناء مستشفى نيو كارولينسكا في ستوكهولم، برج هيرون في لندن.

Hochtief

- المقر: ألمانيا
- نظرة عامة: واحدة من أكبر شركات البناء والهندسة في العالم. تركز على مشاريع البنية التحتية الكبرى.
- مشاريع بارزة: نفق القنال الإنجليزي، مطار أثينا الدولي.

Larsen & Toubro (L&T)

- المقر: الهند
- نظرة عامة: شركة هندية متعددة الجنسيات تعمل في مجالات البناء، الهندسة، التكنولوجيا، والخدمات المالية.
- مشاريع بارزة: بناء محطة الطاقة الشمسية في الهند، مترو دلهي.

China Railway Group Limited (CREC)

- المقر: الصين
- نظرة عامة: شركة بناء صينية كبرى تركز على مشاريع البنية التحتية والنقل، بما في ذلك السكك الحديدية والطرق السريعة.
- مشاريع بارزة: مشروع السكك الحديدية في كينيا، مشروع القطار السريع في الصين.

Bouygues

- المقر: فرنسا
- نظرة عامة: شركة فرنسية متعددة الجنسيات تعمل في مجالات البناء، الإعلام، والاتصالات.
- مشاريع بارزة: مترو دبي، جسر جوتنبرغ في السويد.

Kajima Corporation

- المقر: اليابان
- نظرة عامة: شركة بناء يابانية كبرى تعمل في مجالات البنية التحتية، البناء العام، والهندسة المعمارية.
- مشاريع بارزة: بناء استاد طوكيو الوطني، ناطحة سحاب في شنغهاي.

2. على المستوى الوطني:

1.2. احصائيات خاصة بقطاع الاشغال العمومية:

فيما يلي سيتم عرض اهم الشركات الوطنية و ذلك لمعرفة حجم السوق:

اسم الشركة	معلومات عامة حول الشركة	اهم مشاريعها
Cosider	واحدة من أكبر وأقدم شركات البناء في الجزائر. تعمل في مجالات البنية التحتية، الهندسة المدنية، والهندسة الميكانيكية.	بناء الطرق السريعة، الأنفاق، محطات معالجة المياه، ومشاريع الإسكان.
ETRHB Haddad	شركة متخصصة في الأعمال العامة والبنية التحتية، تعتبر من الشركات الرائدة في الجزائر	بناء الطرق السريعة، المطارات، الجسور، والمرافق العامة.
ENGTP (Entreprise Nationale de Génie Civil et de Bâtiment)	شركة مملوكة للدولة تعمل في مجالات البناء العام والهندسة المدنية.	مشاريع الإسكان، البنية التحتية، ومنشآت النفط والغاز.
Sarl Baticompos	شركة خاصة تركز على البناء العام والهندسة المدنية، بالإضافة إلى المشاريع السكنية والتجارية	مشاريع سكنية وتجارية متعددة في مختلف أنحاء الجزائر.

تطوير المجمعات السكنية، المشاريع التجارية والصناعية.	مجموعة متنوعة تعمل في العديد من القطاعات بما في ذلك البناء، التطوير العقاري، والزراعة.	Groupe Hasnaoui
مشاريع الإسكان والبنية التحتية.	شركة محلية تعمل في مجالات البناء العام والهندسة المدنية.	Sarl Ben Hamouda
بناء وتطوير منشآت النفط والغاز.	شركة متخصصة في تنفيذ مشاريع البناء في قطاع الطاقة والمواد الهيدروكربونية.	Hydrocarbons and Energy Works (HEW)
مشاريع تجارية وصناعية كبرى، بالإضافة إلى المجمعات السكنية.	تعتبر من أكبر الشركات الخاصة في الجزائر، وتعمل في مجالات متعددة بما في ذلك البناء والتطوير العقاري.	Cevital
تطوير وصيانة الطرق السريعة، الجسور، ومشاريع البنية التحتية.	شركة تعمل في مجالات بناء الطرق والهندسة المدنية.	ETRAG (Entreprise des Travaux Routiers et de Génie Civil)

من اعداد الطالب

• احصائيات على مستوى ولاية قالمة:

يوجد 1314 مقاول في ولاية قالمة منهم 1213 شخص طبيعي و 101 شخص معنوي، مصنفيين من درجة 1 إلى الدرجة 4 فقط فما فوق يصنف على المستوى الوطني .

• مديرية الأشغال العمومية :

يوجد 35 مقاول الأنشطة الممارسة

بناء المنشآت الفنية مثل الجسور، صيانة الطرق الوطنية والولائية والبلدية، إعادة التسوية للطرق الوطنية بما في ذلك الإشارات الأفقية والعمودية، الصبغة الأنشطة الأكثر ممارسة هي الطرق الأشغال العمومية في ولاية قالمة في ازدياد مستمر.

• مديرية البناء والتعمير:

عدد المقاولين المسجلين في السجل الخاص بهم 35 مقاول، الأنشطة الممارسة: حفر الأراضي السائلة والصخرية، الكهرباء، ميكانيك، بحارة، ترصيص، الكتامة

2.2. اتجاه السوق:

يتم تحليل اتجاه السوق المعرفة إمكانية النمو السريع واستعمال الحل المقترح:

- تطور قطاع البناء والأشغال العمومية في الجزائر

يعتبر قطاع البناء والأشغال العمومية من القطاعات الأساسية في مجال البنية التحتية في الجزائر، إذ يلعب هذا القطاع دورا جوهريا في القيام بالتنمية الاقتصادية بالبلاد نظرا لارتباطه بالعديد من القطاعات الاقتصادية. ويظهر

اهتمام الدولة بقطاع البناء والأشغال العمومية في حصوله على أكبر نسبة من مخصصات مخطط الإنعاش الاقتصادي وذلك لتدارك التأخر في هذا القطاع خلال فترة التسعينات أين عانت الجزائر من حالة عجز مالي وأخبرت الدولة على الحد من إنفاقها العام بشكل كبير .

فقد احتل قطاع البناء والأشغال العمومية موقعا رياديا في السياسات الاقتصادية المنتهجة بالجزائر منذ فترة الاستقلال بتأميم الثروات الوطنية سنة 1966 التي شكلت حجر الأساس في الصناعات التحويلية كالحديد والصلب و المناجم و أعطت الإمكانية الوقوف على هذا القطاع، وخلال فترة المخططات التنموية حظي القطاع بالاهتمام في إطار تطوير الصناعات التحويلية الثقيلة والخفيفة، فقد تطور نشاط الأشغال والبناء من نسبة 17% خلال المخطط (37-167 إلى نسبة 41% خلال المخطط (7479) (و بعد أزمة الثمانينات دفعت الرهانات الاقتصادية المحلية والدولية الجزائر إلى اتخاذ قرارات كبرى على مستوى النهج الاقتصادي المتبع بالتحول نحو تبين اقتصاد السوق كمنهج اقتصادي حاولت معه الحكومة الجزائرية التي جاءت خلال فترة التسعينات تطبيق هذه التوجهات على أرض الواقع، المتمثل في إعادة هيكلة الاقتصاد الوطني وخصوصة المؤسسات الوطنية الكبرى، والعمل على استحداث سياسات الاستثمار وإجراءات إنشاء المؤسسات وبرامج التمويل، ومن ذلك من خلال مختلف الآليات التي تم إنشائها في هذا الصدد كإنشاء وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنة 1993 م ومؤسسات تدعم الاستثمار إلخ ، هذه السياسات ANGEM CNAC ANSE وFGAR ANDI والمرافقة مثل ساهمت في خلق حركية اقتصادية من خلال تطور عدد المؤسسات داخل النسيج الاقتصادي الجزائري في العديد من القطاعات ومنها قطاع البناء والأشغال العمومية¹.

و تحليل اتجاه سوق البناء في الجزائر يتطلب النظر إلى مجموعة من العوامل التي تؤثر على القطاع وفهم كيفية تفاعلها لتحقيق إمكانيات النمو السريع. و فيما يلي بعض العناصر الرئيسية التي تؤثر على السوق :

➤ الوضع الاقتصادي والسياسي

- الوضع الاقتصادي :يعتمد الاقتصاد الجزائري بشكل كبير على النفط والغاز. تقلبات أسعار النفط تؤثر على القدرة التمويلية للدولة وعلى الاستثمارات في قطاع البناء.

- الاستقرار السياسي :الاستقرار السياسي مهم لجذب الاستثمارات الأجنبية والمحلية في قطاع البناء.

➤ النمو السكاني والتحضر

• النمو السكاني :تزايد عدد السكان يتطلب توفير المزيد من الوحدات السكنية والبنية التحتية.

• التحضر :تزايد التحضر يخلق طلباً كبيراً على المشاريع السكنية والتجارية والبنية التحتية.

➤ الاستثمار الحكومي

• الاستثمار في البنية التحتية :الحكومة الجزائرية تستثمر بكثافة في تطوير البنية التحتية مثل الطرق،

السكك الحديدية، والمرافق العامة.

• برامج الإسكان :مبادرات الحكومة لبناء وحدات سكنية جديدة لتلبية الطلب المتزايد على المساكن.

➤ التكنولوجيا والابتكار

¹سعيداني ويكاي واقع المحاسبة في قطاع البناء والأشغال العمومية في ظل النظام المحاسبي المالي الجزائري محلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 17 السداسي الثاني 2017 ص67

- البناء الذكي: استخدام تقنيات البناء الحديثة والمواد المستدامة لتحسين كفاءة وجودة المشاريع.
- التحول الرقمي: تطبيق التكنولوجيا في إدارة المشاريع وتحسين التواصل والتنفيذ.
- القوى العاملة والمهارات
- التدريب والتطوير المهني: تحسين مهارات القوى العاملة لتلبية متطلبات القطاع الحديث.
- العرض والطلب على الحرفيين المهرة: تزايد الطلب على الحرفيين المهرة يدفع لتحسين التدريب والتطوير المهني.
- الشراكات بين القطاعين العام والخاص
- الشراكات بين القطاعين العام والخاص (PPP) تعزيز التعاون بين الحكومة والشركات الخاصة لتنفيذ مشاريع كبرى.
- التحديات البيئية
- الاستدامة البيئية: زيادة التركيز على البناء المستدام وتقليل الأثر البيئي للمشاريع.
- 2.3. أهمية قطاع البناء في الاقتصاد الوطني:
- مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP)
- نسبة كبيرة من GDP قطاع البناء يساهم بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي. في الجزائر، يمثل جزءاً مهماً من الاقتصاد الوطني بسبب المشاريع الكبيرة في البنية التحتية والإسكان.
- دعم الاقتصاد: النشاطات في هذا القطاع تساهم في تحفيز النمو الاقتصادي من خلال خلق فرص العمل وزيادة الإنفاق الاستثماري.
- خلق فرص العمل
- التوظيف: قطاع البناء من أكبر القطاعات المشغلة للعمال. يوفر فرص عمل لمجموعة واسعة من التخصصات من العمالة اليدوية إلى المهندسين والإداريين.
- تحسين المهارات: القطاع يساهم في تطوير المهارات المهنية والتقنية من خلال التدريب والتجارب العملية.
- تطوير البنية التحتية
- تحسين المرافق العامة: قطاع البناء يساهم في إنشاء وتطوير البنية التحتية الضرورية مثل الطرق، الجسور، المطارات، والموانئ، مما يساهم في تحسين النقل واللوجستيات.
- تحديث المدن: العمل على تحديث وتطوير المدن من خلال بناء مساكن جديدة ومرافق تجارية وخدمية.
- تحفيز الصناعات المرتبطة
- الطلب على المواد الخام: قطاع البناء يشجع الطلب على المواد الخام مثل الإسمنت، الحديد، الطوب، ، مما يدعم صناعات هذه المواد.
- الخدمات المرتبطة: يشمل ذلك خدمات التصميم، الهندسة، الاستشارات، والتكنولوجيا، مما يزيد من نشاط هذه القطاعات.
- جذب الاستثمارات

• الاستثمارات المحلية والأجنبية: المشاريع الكبيرة في قطاع البناء، خاصة في البنية التحتية، تجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية، مما يعزز النمو الاقتصادي.

• الشراكات بين القطاعين العام والخاص: تشجيع الشراكات بين الحكومة والشركات الخاصة لتنفيذ مشاريع ضخمة.

- تحقيق التنمية الإقليمية

• توزيع التنمية: تطوير مشاريع البناء في مختلف المناطق يساعد في تحقيق توزيع متوازن للتنمية ويحد من الهجرة الداخلية نحو المدن الكبرى.

• البنية التحتية الريفية: تحسين البنية التحتية في المناطق الريفية يعزز التنمية المتكاملة ويحفز النشاط الاقتصادي.

- زيادة الإنتاجية والكفاءة

• تحسين الإنتاجية: من خلال اعتماد تقنيات البناء الحديثة وأساليب الإدارة الفعالة، يمكن تحقيق زيادة كبيرة في إنتاجية القطاع.

• الكفاءة في التكلفة: تقنيات البناء المتقدمة تساعد في خفض التكاليف من خلال تحسين العمليات وتقليل الهدر.

- تحسين جودة الحياة: وذلك بتحسين السكن والخدمات و بناء مساكن ملائمة ومرافق خدمية تحسن من جودة الحياة للسكان. إضافة الى تحسين البنية التحتية الصحية والتعليمية بإنشاء مستشفيات ومدارس جديدة يعزز الخدمات الصحية والتعليمية.

3. تحليل المنافسين:

يشمل تحليل المنافسين دراسة الشركات المختلفة العاملة في هذا القطاع، وفهم نقاط قوتها وضعفها، والفرص والتحديات التي تواجهها. بالإضافة الى المنصات التي تقدم نفس الخدمة و هذا التحليل يمكن أن يساعد في تحديد الفرص الاستراتيجية والمزايا التنافسية. فيما يلي تحليل شامل للمنافسين في قطاع البناء في الجزائر:

1.3. شركات البناء الوطنية الكبرى

Cosider: هي واحدة من أكبر الشركات في قطاع البناء والأشغال العمومية في الجزائر. تأسست الشركة في عام 1979 وتطورت لتصبح لاعباً رئيسياً في السوق. وفيما يلي بعض نقاط القوة التي تميز هذه الشركة:

• نقاط القوة:

- الخبرة الطويلة حيث انها تزيد عن أربعة عقود في قطاع البناء والأشغال العمومية، مما يجعلها واحدة من أكثر الشركات موثوقة في الجزائر.

- تنوع مشاريع Cosider بين البنية التحتية، والأشغال العامة، والمشاريع الصناعية، مما يعكس قدرتها على تنفيذ مشاريع مختلفة ومعقدة.

- تلتزم Cosider بالمعايير الدولية للجودة والسلامة في جميع مشاريعها، مما يعزز من سمعتها محلياً ودولياً.

- تستخدم الشركة أحدث التقنيات والمعدات في عملياتها، مما يساهم في تحسين الكفاءة والجودة.

- تعتمد Cosider على فريق عمل مؤهل ومدرب بشكل جيد، مما يمكنها من تنفيذ المشاريع بكفاءة عالية.
- تمتلك الشركة علاقات قوية مع الجهات الحكومية والمؤسسات الخاصة، مما يتيح لها فرصاً أكبر للحصول على مشاريع جديدة.
- تتمتع Cosider بقدرة مالية قوية، مما يمكنها من تنفيذ المشاريع الكبيرة والطويلة الأجل دون مواجهة مشكلات مالية.
- تركز الشركة على الابتكار والتطوير المستمر، سواء في أساليب العمل أو في استخدام مواد جديدة ومستدامة.
- تولي الشركة أهمية كبيرة لرضا العملاء وتقديم خدمات ما بعد البيع، مما يعزز من سمعتها وعلاقتها مع العملاء.
- نقاط الضعف: البيروقراطية قد تؤثر على سرعة التنفيذ. كما انها تعتمد بشكل كبير على العقود الحكومية، مما يجعلها عرضة للتقلبات السياسية والاقتصادية التي قد تؤثر على استمرارية المشاريع وتمويلها. و ككل الشركات فهي أيضا لها منافسين محليين و عالميين في هذا المجال حيث تواجه الشركة منافسة قوية من الشركات ، مما يمكن أن يؤثر على حصتها السوقية والربحية.
- الفرص: توسيع مشاريع البنية التحتية والتعاون مع الحكومة.
- التحديات: المنافسة من الشركات الدولية والمحلية الأصغر التي قد تكون أكثر مرونة.

ETRHB Haddad

- نقاط القوة: متخصصة في البنية التحتية، تمتلك موارد كبيرة وخبرة في مشاريع كبيرة.
- نقاط الضعف: التأثر بالتقلبات السياسية والاقتصادية.
- الفرص: الاستثمار في المشاريع الحكومية الجديدة والمبادرات الخاصة.
- التحديات: التحقيقات القضائية والتحديات القانونية التي قد تؤثر على سمعتها.

2.3. الشركات المتوسطة والصغيرة

SARL Amouri BTP

- نقاط القوة: مرونة وسرعة في التنفيذ، التركيز على الجودة والابتكار.
- نقاط الضعف: قد تواجه صعوبات في الحصول على المشاريع الكبيرة.
- الفرص: استغلال السوق المحلية المتنامية والطلبات على المشاريع السكنية الصغيرة والمتوسطة.
- التحديات: التنافس مع الشركات الأكبر والحصول على التمويل.

EURL Benaissa Travaux

- نقاط القوة: تقديم خدمات مخصصة واهتمام بالتفاصيل.
- نقاط الضعف: محدودية الموارد والتوسع.
- الفرص: التعاون مع شركات أكبر وتنفيذ مشاريع تخصصية.
- التحديات: المنافسة الشديدة من الشركات المحلية الأخرى.

3.3. الشركات الدولية

Vinci

- نقاط القوة: خبرة دولية، موارد ضخمة، تقنيات بناء متقدمة.
- نقاط الضعف: البيروقراطية المحلية والعقبات التنظيمية.
- الفرص: المشاريع الحكومية الكبرى والشراكات مع الشركات المحلية.
- التحديات: التكيف مع السوق المحلي والمنافسة من الشركات الوطنية.

China State Construction Engineering Corporation (CSCEC)

- نقاط القوة: قدرة تنفيذية عالية، تكاليف منخفضة، دعم حكومي صيني.
- نقاط الضعف: قضايا الجودة أحياناً ومخاوف بيئية.
- الفرص: مشاريع البنية التحتية الكبيرة المدعومة من الحكومة الجزائرية.
- التحديات: الحساسيات السياسية والمنافسة مع الشركات الأوروبية والمحلية.

3.4. التقنيات الناشئة والشركات المتخصصة

شركات البناء الذكية والمستدامة

- نقاط القوة: التركيز على الابتكار والاستدامة، استخدام التقنيات الحديثة مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد وبناء المنازل الذكية.
- نقاط الضعف: ارتفاع التكاليف الأولية ونقص العمالة المؤهلة.
- الفرص: تزايد الطلب على المباني الصديقة للبيئة والمستدامة.
- التحديات: التنافس مع الأساليب التقليدية وتقبل السوق المحلية لهذه التقنيات.

5.3. المنصات الرقمية التي تربط العملاء بالحرفيين في قطاع البناء:

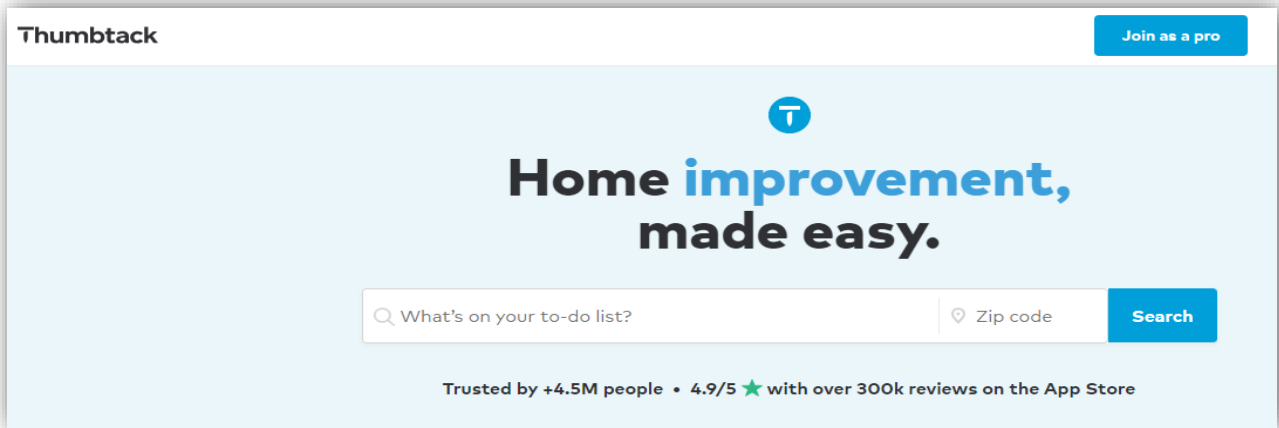
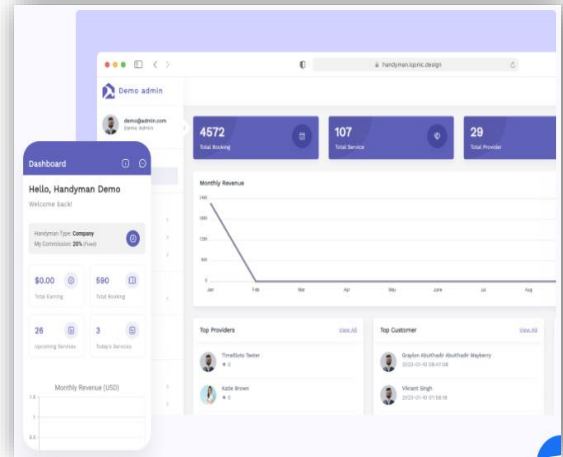
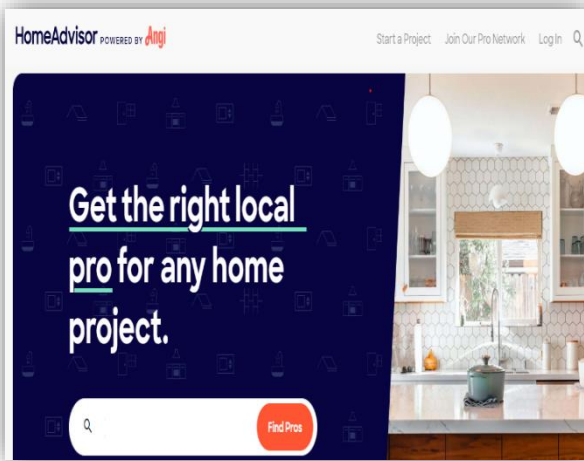
المنافسين العالميين:

1. TaskRabbit: منصة تربط المستخدمين مع عمال مستقلين لتنفيذ مهام متنوعة، بما في ذلك خدمات البناء والصيانة. والتي تتميز بحجز مواعيد، نظام تقييم، ملفات شخصية للحرفيين.
2. Thumbtack: وهي منصة تساعد العملاء في العثور على محترفين لمجموعة واسعة من الخدمات، بما في ذلك البناء والتجديدات المنزلية. وتتميز بتوصيات مخصصة، نظام تقييم، ملفات شخصية مفصلة.
3. HomeAdvisor: منصة تربط العملاء مع محترفين في مجال تحسين المنازل وصيانتها. وتحتوي على نظام تقييم، مراجعات المستخدمين، تقديرات التكلفة.

المنافسين الإقليميين والمحليين:

1. مستعمل: منصة إلكترونية سعودية للإعلانات المبوبة، تشمل خدمات البناء والحرفيين. لها اعلانات متنوعة، و نظام مراسلة داخلي.
2. خدمة: منصة عربية تربط العملاء بالحرفيين والمحترفين في مجالات متنوعة. تمتاز بحجز مواعيد، ملفات شخصية، تقييمات المستخدمين.

3. **Usta** : منصة في تركيا تربط العملاء بالحرفيين والمحترفين في مجالات البناء والصيانة. لها توصيات مخصصة، و نظام تقييم، و ملفات شخصية .



3. الاستراتيجية للتفوق على المنافسين:

• نقاط القوة للمنافسين:

○ قاعدة مستخدمين كبيرة: بعض المنصات تمتلك قاعدة مستخدمين كبيرة وسمعة جيدة في السوق.

○ وظائف متقدمة: ميزات متقدمة مثل التوصيات الذكية، التقييمات، وأنظمة الدفع الآمنة.

• نقاط الضعف للمنافسين:

○ تخصص محدود: بعض المنصات قد لا تكون متخصصة بالكامل في قطاع البناء.

○ مشاكل الدعم: قد يواجه بعض المستخدمين مشاكل في الدعم الفني أو خدمة العملاء.

4. الاستراتيجية للتفوق على المنافسين:

1. التخصص في قطاع البناء: تقديم خدمات مخصصة لقطاع البناء والحرفيين، مما يمنح المنصة ميزة تنافسية من حيث التخصص والجودة.
2. تحسين تجربة المستخدم: تصميم واجهة سهلة الاستخدام وميزات متقدمة مثل الدردشة المباشرة، التوصيات الذكية، والعروض الخاصة.
3. شراكات محلية: إقامة شراكات مع جمعيات الحرفيين والشركات المحلية لتعزيز الثقة وجذب المستخدمين.
4. دعم العملاء: توفير دعم فني ممتاز واستجابة سريعة لمشاكل المستخدمين، مما يعزز رضا العملاء وولائهم.
5. الأمان والموثوقية: ضمان أمان البيانات والدفع عبر الإنترنت، وتوفير نظام تقييم موثوق لتعزيز الثقة بين العملاء والحرفيين.
6. التسعير التنافسي و تقديم العروض: تقديم أسعار تنافسية للخدمات مع الحفاظ على جودة عالية، وتوضيح هيكل التسعير بشكل شفاف. بالإضافة الى تقديم عروض ترويجية وخصومات للحرفيين والعملاء الجدد لتحفيز التسجيل والاستخدام.
7. التحليل والمراقبة المستمرة: استخدام تحليلات البيانات لفهم سلوك المستخدمين وتحسين الخدمات باستمرار، و المتابعة المستمرة لتحركات المنافسين وتكييف الاستراتيجية بناءً على التغيرات في السوق.

رابعاً: LEAN CANVAS

1. LEAN CANVAS

هي أداة تم إنشاؤها في عام 2010 بواسطة Ash Maurya ، رائد الأعمال الأمريكي ومؤلف كتاب المستخدمة على نطاق Lean Startup هدفها هو تطبيق طريقة The Running Lean Method واسع من قبل الشركات الناشئة. يتيح إضفاء الطابع الرسمي على المشروع بطريقة بسيطة - في بضع كلمات - والعودة إليه عدة مرات حسب الضرورة لتعديله أو إثرائه².

² bags Agitance-cation moment de vielean-canon-lapplication-narthode-de-fran-samp تم الاطلاع عليه يوم 2024/06/19 على الساعة 14:00.

شريحة العملاء

- أصحاب المنازل
- الذين يحتاجون إلى خدمات بناء وصيانة.
- الشركات العقارية والمقاولون.
- الحرفيون المستقلون والشركات الصغيرة في قطاع البناء.

الميزة التنافسية

- قاعدة بيانات شاملة للحرفيين الموثوقين والمراجعين.
- نظام تقييم شفاف وموثوق.
- أدوات مبتكرة لإدارة المشاريع والتواصل بين الأطراف

القنوات

- التسويق الرقمي.
- شراكات مع متاجر مواد البناء المحلية.
- التسويق بالمحتوى .
- وسائل التواصل الاجتماعي.

العرض الفريد للقيمة

- منصة موثوقة تجمع بين العملاء والحرفيين المؤهلين.
- نظام تقييم ومراجعات يعزز الثقة بين الطرفين.
- سهولة وسرعة في العثور على الحرفيين المناسبين والتواصل معهم.

الحل

- تطبيق وموقع ويب يمكن للعملاء من خلاله البحث عن حرفيين
- نظام تقييم ومراجعات لضمان جودة الخدمة.
- أدوات لإدارة المشاريع والمواعيد والتواصل بين العملاء والحرفيين.

المقاييس الأساسية

- عدد المستخدمين النشطين شهرياً.
- معدل الاحتفاظ بالمستخدمين.
- معدل تحويل الزوار إلى عملاء.
- رضا العملاء (استطلاعات ومراجعات).

المشكلة

- صعوبة العثور على حرفيين مؤهلين وجديرين بالثقة.
- عدم توفر تقييمات موثوقة لأداء الحرفيين.
- التواصل الضعيف بين العملاء والحرفيين فيما يتعلق بالتفاصيل والمواعيد.

الهيكل التكلفة

- تطوير وصيانة المنصة الرقمية (تطبيق وموقع ويب).
- التسويق والإعلانات.
- الدعم الفني وخدمة العملاء.
- تكاليف الإدارة والعمليات.

مصادر الإيرادات

- عمولات على كل عملية حجز أو صفقة تتم عبر المنصة.
- رسوم اشتراك للحرفيين للحصول على ميزات إضافية.
- إعلانات موجهة لمتاجر مواد البناء والشركات ذات الصلة.

1. شريحة العملاء

- أصحاب المنازل الذين يحتاجون إلى خدمات بناء وصيانة.
- الشركات العقارية والمقاولون.
- الحرفيون المستقلون والشركات الصغيرة في قطاع البناء.

2. المشكلة

- صعوبة العثور على حرفيين مؤهلين وجديرين بالثقة في قطاع البناء.
- عدم توفر تقييمات ومراجعات موثوقة لأداء الحرفيين.
- التواصل غير الفعال بين العملاء والحرفيين فيما يتعلق بالتفاصيل والمواعيد والمواصفات.

3. الحل المقترح

- منصة رقمية توفر وصولاً سريعاً وموثوقاً إلى حرفيين مؤهلين وجديرين بالثقة في قطاع البناء.
- نظام شفاف لتقييم ومراجعة الحرفيين لتعزيز الثقة والموثوقية.
- أدوات لإدارة المشاريع والمواعيد والتواصل بين العملاء والحرفيين بفعالية.

4. القيمة المقترحة

- منصة موثوقة تجمع بين العملاء والحرفيين المؤهلين، مما يسهل العثور على الحرفي المناسب بسرعة.
- نظام تقييم ومراجعات شفاف يعزز الثقة بين العملاء والحرفيين.
- أدوات لإدارة المشاريع والمواعيد والتواصل بين الأطراف بشكل فعال وسهل.
- توفير وقت وجهد العملاء في البحث والتواصل مع الحرفيين.

5. القنوات

- الموقع الإلكتروني والتطبيق المحمول: المنصة الرئيسية للتفاعل بين العملاء والحرفيين.
- التسويق الرقمي: عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام، تويتر) ومحركات البحث (إعلانات جوجل).
- شراكات: مع متاجر مواد البناء المحلية والشركات العقارية.
- التسويق بالمحتوى: من خلال المدونات والفيديوهات التعليمية والمراجعات.
- الإعلانات التقليدية: في الصحف والمجلات المتخصصة في البناء والعقارات.
- المعارض والأحداث: المشاركة في المعارض والأحداث المتعلقة بالبناء والعقارات.

6. تدفق الإيرادات

- عمولات على الحجوزات والمعاملات: يتم جمع عمولة على كل عملية حجز أو صفقة يتم إتمامها عبر المنصة.
- رسوم اشتراك للحرفيين: تقديم خدمات مميزة أو محسنة للحرفيين مقابل رسوم اشتراك سنوية أو شهرية.
- إعلانات مدفوعة: عرض إعلانات مدفوعة لمتاجر مواد البناء والشركات ذات الصلة داخل المنصة.

- رسوم إضافية للخدمات الإضافية: تقديم خدمات إضافية مثل التأمين أو الضمانات بمقابل إضافي.

7.. هيكل التكاليف

- تطوير وصيانة المنصة: تكاليف تطوير وتحديث التطبيق والموقع الإلكتروني.
- تكاليف التسويق والإعلانات: تكاليف الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والمطبوعات.
- تكاليف دعم العملاء: تكاليف تشغيل فريق دعم العملاء وتقديم الدعم الفني.
- تكاليف إدارية وتشغيلية: تكاليف الإدارة العامة والتشغيلية للمنصة والأعمال.
- تكاليف شراكات الشراء: تكاليف شراء المواد والخدمات من متاجر مواد البناء والشركات المصنعة.
- تعتمد هذه التكاليف على نموذج العمل الخاص بالمنصة وتطلبات السوق، ويجب تحديدها وإدارتها بشكل فعال لضمان استمرارية العمل وتحقيق الأرباح المستدامة.

8. الموارد الرئيسية

- فريق التطوير التقني: مهندسون ومطورون لتطوير وصيانة المنصة الرقمية (تطبيق وموقع ويب).
- قاعدة بيانات الحرفيين والعملاء: لتخزين وإدارة معلومات الحرفيين المؤهلين وتاريخهم وتقييماتهم.
- فريق دعم العملاء: لتقديم الدعم الفني وخدمة العملاء على مدار الساعة.
- شراكات مع متاجر مواد البناء: لضمان توفير المواد اللازمة للمشاريع والخدمات.
- أدوات تحليل البيانات: لجمع وتحليل البيانات والملاحظات لتحسين الخدمات والتجربة العامة للمستخدمين

9. العلاقات مع العملاء

- دعم فني وخدمة عملاء: توفير دعم فني وخدمة عملاء متاحة على مدار الساعة لحل المشكلات والإجابة على الاستفسارات.
- برامج ولاء: تقديم عروض وتخفيضات خاصة للعملاء المتكررين والحرفيين النشطين
- تخصيص الخدمة: إمكانية تخصيص البحث بناءً على احتياجات العملاء المحددة ومواصفات المشاريع.
- نظام مراجعات وتقييمات: تشجيع العملاء على ترك تقييمات ومراجعات لتجارهم مع الحرفيين لتعزيز الثقة والمصداقية.
- تحديثات دورية: إرسال تحديثات دورية عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية لإبلاغ العملاء بالعروض الجديدة والخدمات المتاحة.

10. الأنشطة الرئيسية

- تطوير وصيانة المنصة: تحسين الموقع الإلكتروني والتطبيق بشكل مستمر لضمان تجربة مستخدم سلسة وفعالة.
- تسويق وإعلان: استراتيجيات التسويق الرقمي والمحتوى لزيادة الوعي بالمنصة وجذب المزيد من المستخدمين.

- إدارة ودعم العملاء: توفير فريق متخصص لدعم العملاء والحرفيين، وحل المشاكل والاستفسارات بسرعة وكفاءة.
- إدارة قاعدة البيانات: تحديث وإدارة قاعدة بيانات الحرفيين والعملاء لضمان الجودة والدقة.
- إدارة العلاقات مع الحرفيين والشركاء: بناء شراكات قوية مع الحرفيين المؤهلين ومتاجر مواد البناء لتعزيز القيمة المقدمة.
- تحليل البيانات: جمع وتحليل بيانات الاستخدام لتعزيز وتطوير الخدمات المقدمة بناءً على ملاحظات المستخدمين.
- أدوات إدارة المشاريع: تطوير أدوات لإدارة المشاريع والمواعيد والتواصل بين العملاء والحرفيين.

خامساً: نموذج العمل التجاري Akram BMC 1

الجدول رقم 4 : نموذج العمل التجاري Akram

			
الشركات الرئيسية	الأنشطة الرئيسية	العلاقة مع العملاء	شريحة العملاء
- الموردین للمواد الأولية شركات البناء والمقاولین منصات الدفع الإلكتروني شركاء التسويق	- تطوير وصيانة المنصة - إدارة الشراكات مع الموردین - التسويق والترويج - دعم العملاء وخدمات ما بعد البيع	- دعم في متواصل - تحديثات منتظمة حول تقدم العمل - نظام تقييم مخصص للعملاء - خدمات مخصصة حسب احتياجات كل شريحة من العملاء	- المقاولون - الحرفيون - الشركات - الأفراد
	الموارد الرئيسية	القنوات	عرض القيمة:
	- فريق تطوير تقني - قاعدة بيانات شاملة للعمال والحرفيين - شبكة من الموردین المؤثوقين - العملاء	- استراتيجيات SEO. - النهج في إنشاء محتوى ملائم لمتطلبات SEO ، مثل المدونات والمقالات المتخصصة. - استخدام تقنيات الروابط الخارجية والداخلية بطريقة تعزز من تصنيف الموقع في محركات البحث. - التحليل المستمر للبيانات والملاحظات من أدوات SEO لتحسين الأداء وتعزيز الظهور في نتائج البحث.	• توفير منصة موثوقة تتيح للمستخدمين العثور على العمال والحرفيين بسهولة. • تقديم معلومات شاملة حول جودة

		<p style="text-align: center;">Advertising</p> <p>- الإعلانات الرقمية: استخدام الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي</p> <p>- إعلانات محركات البحث (SEM): استخدام الإعلانات المدفوعة في محركات البحث</p> <p>- الإعلانات التقليدية: مثل الإعلانات في الصحف المحلية أو المجلات المتخصصة في البناء والتشييد.</p>	<p>العمالة والمواد الأولية وأسعارها.</p> <ul style="list-style-type: none"> • نظام تقييم ومراجعات يساعد في بناء الثقة بين الأطراف المختلفة. • تقديم حلول سريعة وفعالة لتلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
<p style="text-align: center;">هيكل التكاليف</p> <p>- تطوير وصيانة المنصة الرقمية: تكاليف تطوير وتحديث التطبيق والموقع الإلكتروني.</p> <p>- تكاليف التسويق والإعلانات: تكاليف الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والمطبوعات.</p> <p>- تكاليف دعم العملاء والتشغيل العام: تكاليف تشغيل فريق دعم العملاء وتقديم الدعم الفني.</p> <p>- تكاليف إدارية وإدارة: تكاليف الإدارة العامة والتشغيلية للمنصة والأعمال.</p>		<p style="text-align: center;">تدفق الارادات</p> <p>- عمولات على الحجوزات والمعاملات: يمكن أن تكون هذه الخدمات الأساسية مجانية، ولكن يتم جمع عمولة على الحجوزات أو المعاملات الناجحة.</p> <p>- رسوم اشتراك للحرفيين: تقديم خدمات أساسية مجانية للحرفيين مع إمكانية شراء خطط اشتراك مدفوعة تمكّنهم من الوصول إلى ميزات متقدمة أو عروض خاصة.</p> <p>- إعلانات مدفوعة: فرص لعرض إعلانات مدفوعة لمتاجر مواد البناء والشركات ذات الصلة.</p>	

المصدر من اعداد الطلبة

1-استراتيجيات SEO

في سياق نموذج Lean Canvas ، يمكن تناول (SEO (Search Engine Optimization) في الجزء المتعلق بـ "Channels" (القنوات)، حيث تستعرض كيفية جذب العملاء إلى المنصة الرقمية من خلال استراتيجيات التسويق الرقمي. يمكن

أيضا التركيز على كيفية استخدام SEO لزيادة ظهور المنصة في نتائج محركات البحث وبالتالي جذب المزيد من العملاء المحتملين والحرفيين المهتمين بالخدمات التي تقدمها.

هناك بعض النقاط التي يمكن تضمينها في هذا السياق:

- استراتيجيات SEO المستخدمة لتحسين محركات البحث مثل استخدام الكلمات الرئيسية المهمة وتحسين العناوين والوصف الخاص بالصفحات.
 - النهج في إنشاء محتوى ملائم لمتطلبات SEO ، مثل المدونات والمقالات المتخصصة.
 - استخدام تقنيات الروابط الخارجية والداخلية بطريقة تعزز من تصنيف الموقع في محركات البحث.
 - التحليل المستمر للبيانات والملاحظات من أدوات SEO لتحسين الأداء وتعزيز الظهور في نتائج البحث.
- بهذه الطريقة، يمكن أن تكون استراتيجية SEO جزءًا مهمًا من النموذج التجاري وتساعد في جذب المزيد من العملاء المستهدفين إلى منصتي الرقمية.

2- تدفق الإيرادات

- عمولات على الحجوزات والمعاملات: يمكن أن تكون هذه الخدمات الأساسية مجانية، ولكن يتم جمع عمولة على الحجوزات أو المعاملات الناجحة.
- رسوم اشتراك للحرفيين: تقديم خدمات أساسية مجانية للحرفيين مع إمكانية شراء خطط اشتراك مدفوعة تمكنهم من الوصول إلى ميزات متقدمة أو عروض خاصة.
- إعلانات مدفوعة: فرص لعرض إعلانات مدفوعة لمتاجر مواد البناء والشركات ذات الصلة.

3- الهيكل التكلفة

- تطوير وصيانة المنصة الرقمية: تكاليف تطوير وتحديث التطبيق والموقع الإلكتروني.
- تكاليف التسويق والإعلانات: تكاليف الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والمطبوعات.
- تكاليف دعم العملاء والتشغيل العام: تكاليف تشغيل فريق دعم العملاء وتقديم الدعم الفني.
- تكاليف إدارية وإدارة: تكاليف الإدارة العامة والتشغيلية للمنصة والأعمال.

4- الإعلانات

- الإعلانات الرقمية: استخدام الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، إنستجرام، تويتر ولينكد إن للوصول إلى جمهور واسع وجذب العملاء المستهدفين.
- إعلانات محركات البحث (SEM): استخدام الإعلانات المدفوعة في محركات البحث مثل جوجل للظهور في النتائج الأولى للبحث.
- الإعلانات التقليدية: مثل الإعلانات في الصحف المحلية أو المجلات المتخصصة في البناء والتشييد.

سادسا: المنتج – الخدمة:

بالنسبة لمنصة رقمية " Akram " تربط العملاء بالحرفيين في قطاع البناء، يمكن تحديد المنتج والخدمة على النحو التالي:

1. المنتج:

- المنصة الرقمية: موقع ويب: المنصة ستكون متاحة عبر موقع ويب يمكن زيارته من خلال الدخول عبر محرك البحث قوقل .

2. الخدمات:

للعملاء:

- * البحث عن الحرفيين: يمكن للعملاء البحث عن حرفيين بناءً على الموقع، نوع الخدمة، التقييمات، والتوافر.
- * الملفات الشخصية للحرفيين: معلومات عن الخبرة، المشاريع السابقة، الشهادات، التقييمات، وتعليقات العملاء السابقين.
- * حجز المواعيد: إمكانية حجز مواعيد مع الحرفيين مباشرة عبر المنصة، مع خيارات لإعادة الجدولة أو الإلغاء.
- * نظام تقييم ومراجعات: إمكانية تقييم الحرفيين وترك تعليقات بعد انتهاء العمل، مما يساعد العملاء الآخرين في اتخاذ قرارات مستنيرة.
- * الدفع عبر الإنترنت: خيارات دفع آمنة عبر الإنترنت تشمل بطاقات الائتمان، المحافظ الرقمية، والتحويلات البنكية.
- * خدمة دعم العملاء: مساعدة العملاء في حال واجهوا أي مشاكل أو كانت لديهم استفسارات حول استخدام المنصة.

للحرفيين:

- إنشاء ملفات شخصية: إمكانية إنشاء ملف شخصي يعرض المهارات، الخبرات، الشهادات، والمشاريع السابقة.
- الوصول إلى العملاء: الحصول على إشعارات بالفرص المتاحة والعملاء المهتمين بخدماتهم.
- إدارة الحجوزات: أدوات لإدارة المواعيد، قبول أو رفض الطلبات، وإعادة الجدولة.
- نظام التقييمات: الاستفادة من التقييمات الإيجابية لزيادة مصداقيتهم وجذب المزيد من العملاء.
- تحليل الأداء: إحصائيات حول الأداء، مثل عدد الحجوزات، الإيرادات، وتقييمات العملاء.
- خدمات مالية: تسهيل عمليات الدفع من العملاء، مع توفير تقارير مالية دورية.
- تسويق شخصي: إمكانية الترويج لخدماتهم من خلال إعلانات مدفوعة على المنصة.

الميزات الإضافية الممكنة:

1. التواصل المباشر: إمكانية التواصل المباشر بين العملاء والحرفيين عبر رسائل داخلية.
2. عروض وخصومات: قسم مخصص للعروض والخصومات الخاصة على الخدمات المختلفة.
3. توصيات مخصصة: استخدام الذكاء الاصطناعي لتقديم توصيات مخصصة بناءً على سلوك المستخدم وتفضيلاته.

سابعاً: هيكل التكاليف لمنصة رقمية للحرفيين في مجال البناء

Élément	Description	Coût (DA)
Frais d'établissement	Coûts de création de l'entreprise ou du produit	200,000
Frais d'ouverture de compteurs (eaux-gaz-....)	Coûts de raccordement (eau, électricité, etc.)	50,000
Logiciels, formations	Coûts des logiciels et formations spécialisées	300,000
Dépôt marque, brevet, modèle	Coûts pour brevets et protection industrielle/commerciale	100,000
Droits d'entrée	Coûts pour l'acquisition de technologie ou de licence	200,000
Achat fonds de commerce ou parts	Achat de fonds de commerce ou de parts	0 (non applicable)
Droit au bail	Droit au bail	600,000
Caution ou dépôt de garantie	Caution ou dépôt de garantie	200,000
Frais de dossier	Frais de dossier	50,000
Frais de notaire ou d'avocat	Frais de notaire ou d'avocat	100,000
Enseigne et éléments de communication	Coûts de la marque et des canaux de communication	400,000
Achat immobilier	Achat immobilier	0 (non applicable)
Travaux et aménagements	Travaux et aménagements	1,000,000
Matériel	Machines, véhicules, équipements	1,500,000
Matériel de bureau	Équipements de bureau	200,000
Stock de matières et produits	Coûts de stockage	100,000
Trésorerie de départ	Trésorerie de départ nécessaire	500,000
Total		5,500,000

Équipements nécessaires

Élément	Description	Coût (DA)
Serveur Web	Serveur pour l'hébergement du site	600,000
Routeurs et Switches	Routeurs et switches pour le réseau	150,000
Ordinateurs	Ordinateurs de bureau et portables pour le personnel	500,000
Imprimantes	Imprimantes pour le bureau	50,000
Mobilier de bureau	Mobilier de bureau (bureaux, chaises, armoires)	200,000
Logiciels de gestion	Logiciels de gestion d'affaires et de projets	300,000
Systèmes de sécurité	Caméras de surveillance et systèmes de sécurité	150,000
Frais d'installation	Coûts d'installation des équipements et des réseaux	100,000
Total		2,050,000

Salaires des employés

Poste	Nombre d'employés	Salaire mensuel (DA)	Salaire annuel par employée (DA)	Salaire annuel total (DA)
Développeur Web	2	120,000	1,440,000	2,880,000
Informaticien	1	100,000	1,200,000	1,200,000
Technicien de Maintenance	1	80,000	960,000	960,000
Total annuel	4			5,040,000

Coûts supplémentaires mensuels

Description	Coût mensuel (DA)
Électricité	100,000
Eau	50,000
Internet et Télécommunications	30,000
Fournitures de bureau et consommables	20,000
Assurance (locaux et responsabilité)	50,000
Entretien et réparations	40,000
Publicité et marketing	80,000
Autres frais généraux	50,000

Description	Coût mensuel (DA)
Total des frais mensuels	420,000

Total annuel des coûts supplémentaires

- Total annuel des coûts supplémentaires : $420,000 \text{ DA} * 12 = 5,040,000 \text{ DA}$

Total général

- Total général (Coûts + Équipements + Salaires + Coûts supplémentaires) :
 $5,500,000 \text{ DA} + 2,050,000 \text{ DA} + 5,040,000 \text{ DA} + 420,000 \text{ DA} =$

13,010,000 DA

الخاتمة

إن مشروع إنشاء منصة لحرفيي البناء فرصة هائلة لتحسين وتطوير قطاع البناء من خلال تيسير التفاعل بين الحرفيين والعملاء. و ذلك بتحديد ومعالجة المشاكل الرئيسية التي يواجهها الحرفيون وأصحاب المشاريع، يمكن للمنصة أن توفر بيئة موثوقة وفعالة تساهم في تحسين جودة العمل وزيادة رضا العملاء.

بالإضافة الى تقديم ميزات مثل البحث المتقدم، نظام التقييم والمراجعات، أدوات إدارة المشاريع، والتسعير الشفاف، يمكن للمنصة أن تسهل على العملاء العثور على الحرفيين المناسبين لمشاريعهم، ومتابعة تقدم العمل، وضمان الحصول على خدمات بوقت اقل و جودة عالية . في الوقت نفسه، ستساهم هذه الميزات في دعم الحرفيين من خلال توفير فرص عمل جديدة، وتعزيز مهاراتهم، وتحسين إدارة مواردهم.

كما ان نجاح هذا المشروع يعتمد على التنفيذ الدقيق والتحسين المستمر بناءً على ملاحظات وتعليقات المستخدمين. من خلال التركيز على تقديم تجربة مستخدم ممتازة وضمان جودة الخدمات المقدمة، يمكن للمنصة أن تصبح رائدة في مجال ربط الحرفيين بأصحاب المشاريع وليس فقط في مجال البناء بل في مجالات مختلفة ، مسهمهً بذلك في تحسين وتطوير قطاع البناء ككل.

في الختام، فإن هذا المشروع لا يمثل فقط فرصة تجارية مجزية، بل هو أيضًا خطوة نحو مستقبل أفضل لحرفيي البناء وأصحاب المشاريع على حد سواء، مما يعزز من الثقة، الجودة، والكفاءة في هذا القطاع الحيوي.