الـجمهوريـة الجزائرية الديـمقراطية الشعبيـة.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة.

حاضنـة الأعمال الرياض.

مذكرة تـخرج فـي اطار القرار الوزاري 008 المعدل والمتمم للقرار 1275 تطبيق My work للأعمال الـحرفية.

مقدم من طرف:

فريق المشـروع:

الاسـم واللـقب:	الـتخصص:	الكليـة:
يـوسف أمـحمد.	إدارة استراتيجية.	العلوم الاقتصاديـة والتجاريـة وعلوم التسيير.

فريق التأطـير:

الاسـم واللقب:	الرتبـة:	الكليـة:
طيبـي ناديـة.	أستاذ محاضر أ.	العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

السنـة الجامعيـة 2026/2025.

1/ ملخص المشروع والفريق:

ملخص المشروع:

تعريف المشكلة (نقطة الألم): يعاني سوق الخدمات المنزلية والمهنية في الجزائر من "فوضى هيكلية"؛ حيث يعتمد الزبائن بنسبة 70% على المعارف الشخصية للوصول للحرفيين، مما يؤدي إلى:

انعدام الأمان والثقة: التوجس من التعامل مع أشخاص مجهولين.

عشوائية الأسعار: غياب معايير واضحة للتسعير مما يعرض الزبون للاستغلال.

ضياع الوقت: صعوبة إيجاد حرفي متاح في حالات الطوارئ.

الحل المقدم (الابتكار): تقديم منصة رقمية ذكية تعمل كـ "نظام بيئي متكامل (Ecosystem) لإدارة الخدمات، تعتمد على:

نظام تسعير معياري: توفير لوائح أسعار تقديرية لكسر ضبابية التكاليف.

الربط الذكي: خوارزمية تربط أقرب حرفي متاح بأسرع وقت.

فئة الزبائن المستهدفة: وتتمثل في:

قطاع الأفراد :(B2C) أصحاب المنازل والشقق الذين يبحثون عن الموثوقية والسرعة.

قطاع الشركات :(B2B) المطورون العقاريون، المسيرون للمجمعات السكنية، والشركات الناشئة التي تحتاج صيانة دورية بعقود رسمية.

الأثر الاقتصادي المتوقع: يتوقع ان يحدث المشروع مايلي:

على المستوى الاقتصادي: تحويل "الاقتصاد غير الرسمي" في قطاع الحرف إلى اقتصاد رقمي منظم ومنتج للضريبة.

على مستوى المستخدم: تقليل وقت البحث بنسبة 80% وضمان حقوق الزبون عبر نظام التنقيط والمتابعة.

الاستدامة والنمو: بناء نموذج عمل قابل للتكرار (Scalable) يسمح بالانطلاق الوطني الفوري ثم التوسع القاري (إفريقيا) بعد السنة الخامسة.

ملخص الفريق:

الإسم واللقب.	المنصب.	التخصص والمؤهلات.	الدور والمساهمة في المشروع.

يوسف أمحمد.	المؤسس والمدير التنفيذي.	ماستر لادارة استراتيجية.	القيادة المركزية، رسم الخطط، إدارة الشراكات، الرقابة المالية وضمان استدامة النموذج الاقتصادي.
طيبي نادية.	المؤطر الأكاديمي.	أستاذ جامعي.	الدعم الإستشاري ضمان مطابقة المشروع للمعايير العلمية والإبتكارية والمساعدة في توجيه البحوث السوقية.

2/ الإشكالية المستهدفة والحل المقترح:

انطلقت فكرة مشروعنا والمتمثلة في تطبيق رقمي للأعمال الحرفية من خلال المشاكل التي نعاني منها في حياتنا اليومية والمتمثلة أساسا في نقص وصعوبة ايجاد حرفي متمكن ومقدم لخدماته بسعر مناسب، إذ أنه وعلى سبيل المثال في حالات تعطل أجهزتنا المستعملة كالسيارة، المكيف، الثلاجة، المدفئة أو رغبة منا في تجديد أشياء خاصة بنا مثل القيام بأعمال توسعة للمنزل أو تجديد لمستلزماته (ماء، غاز، كهرباء...إلخ) سواءا لنا كأشخاص طبيعيين أو كمؤسسات مصغرة تتطلب تجهيزات أو أي أعمال تتطلب مختصين مهنيين للقيام بها، فغالبا مانواجه مشاكل تتعلق بقلة توفر مقدمي هذه الخدمات نظراً لإنشغالهم، مبالغتهم في فرض تسعيراتهم، عدم مناسبة مواعيدهم، أو قلة كفاءة المتاحين، في الجانب المقابل والذي يخص مقدمي هذه الخدمات وهم أصحاب الحرف والمهارات فإنهم يواجهون صعوبات في الوصول إلى عملاء جدد بالإضافة إلى العوائق التفاوضية معهم.

وبالتالي فالهدف من إنشاء هذا التطبيق هو حل جميع المشاكل سالفة الذكر، بل ويتعدى هذا ليشمل عديد المزايا التي ستنظم وتطور سوق العمل الحرفي بالموازاة مع منح الحكومة الأهمية لتأهيل وتكوين يد عاملة مؤهلة في مختلف التخصصات لتلبية الطلب المتزايد على هذا السوق المتنامي والمساهمة في تنظيم السوق الموازية وتقوية الإقتصاد الوطني.

لا يتوقف طموح التطبيق عند حد معين، بل يمتد ليشمل كافة المهارات والخدمات الرقمية التي أصبحت عصب الحياة اليوم، مثل التصميم، البرمجة، التعليق الصوتي، والمونتاج. فكرة التطبيق ببساطة هي خلق مساحة ذكية تجمع بين المبدعين وأصحاب الخبرات وبين كل من يبحث عن هذه المهارات لإنجاز مشاريعهم. من خلال التطبيق، تتم العملية برمتها بأسلوب رقمي سلس يضمن السهولة والسرعة للطرفين، ويجعل الوصول للموهبة أو الخدمة المطلوبة أمراً في غاية البساطة.

يتبنى التطبيق رؤية طموحة تهدف إلى توطين كافة العمليات المهنية بجعلها تجربة محلية متكاملة وسهلة المنال، بحيث لا يضطر أي شخص للبحث بعيداً للحصول على ما يحتاجه. سيعمل التطبيق كحلقة وصل ذكية تضمن التقاء مقدم الخدمة بصاحب الطلب في بيئة واحدة منظمة وموثوقة، مما يسهل الوصول إلى الكفاءات المهنية المتوفرة والتعامل معها بمرونة عالية.

إن هذا التوجه يسعى إلى بناء مجتمع مهني رقمي يعتمد على البساطة في التواصل والدقة في التنفيذ، مما يوفر الوقت والجهد على الطرفين ويجعل من عملية طلب الخدمة أو تقديمها تجربة يومية مريحة ومضمونة النتائج.

من بين الصعوبات والمشاكل التي يواجهها الزبائن والمستهدفون حاليا يوجد:

صعوبة العثور على الحرفيين والوصول إليهم: تعتبر رحلة البحث عن حرفي متخصص ومؤهل من أبرز التحديات التي يواجهها الزبائن في الوقت الحالي، حيث يستهلك هذا البحث الكثير من الوقت والجهد دون ضمانات حقيقية. المشكلة الأساسية تكمن في حالة التشتت الكبيرة؛ فالحرفيون غالباً ما يعملون بشكل منفرد ومتباعد، ولا توجد مظلة واحدة تجمعهم أو قاعدة بيانات منظمة تتيح للزبون المقارنة بينهم واختيار الأنسب لطلبه. هذا الغياب التام لمكان جامع سواء على أرض الواقع أو في المنصات الرقمية يخلق فجوة كبيرة بين من يمتلك المهارة ومن يحتاجها، مما يجعل عملية الوصول إلى حرفي كفء أشبه برحلة شاقة تعتمد على المصادفة أو السؤال التقليدي المتكرر، وهو ما يعد عائقاً مستمراً يواجهه المستهدفون يومياً.

إهدار الوقت وفترات الانتظار الطويلة: تظهر مشكلة "وقت الانتظار" كعقبة رئيسية حتى في حال العثور على الحرفي أو صاحب المهارة المطلوب؛ فغالباً ما يصطدم الزبون بجدول مواعيد مزدحم أو عدم تفرغ يفرضه غياب التنظيم، مما يضطره للانتظار لأيام أو أسابيع طويلة حتى يبدأ العمل. هذا التأخير لا يمثل مجرد وقت ضائع، بل هو تعطيل حقيقي لمصالح الزبائن واحتياجاتهم التي قد تكون طارئة ولا تحتمل التأجيل. إن غياب آلية واضحة لمعرفة المواعيد المتاحة أو تصفح بدائل أخرى متفرغة في نفس اللحظة، يجعل الزبون رهيناً لظروف مقدم الخدمة وحده، مما يحول عملية بسيطة إلى سلسلة من الوعود المؤجلة التي تعيق الإنجاز وتسبب إرباكاً في المخططات الشخصية أو المهنية للزبائن.

غياب الشفافية والوضوح في تقدير الأسعار: تعد ضبابية التكاليف من أكثر المشاكل إقلاقاً للزبائن، حيث يجد الزبون نفسه غالباً في حيرة حقيقية لعدم معرفته المسبقة بالتكلفة العادلة أو الحقيقية للخدمة المطلوبة. هذا الغياب للمعايير السعرية الواضحة يفتح الباب واسعاً أمام التقديرات العشوائية التي قد تختلف من شخص لآخر لنفس العمل، مما يجعل الزبون عرضة لمخاطر الاستغلال أو دفع مبالغ لا تتناسب مع حجم العمل المنجز. إن عدم وجود مرجعية سعرية تمكن الزبون من المقارنة والاختيار بناءً على ميزانيته، يحول عملية الاتفاق إلى مواجهة غير متكافئة، ويخلق حالة من عدم الثقة بين طرفي المعاملة، حيث يشعر الزبون دائماً بالتوجس من احتمال تعرضه للاحتيال المالي أو المفاجآت غير المتوقعة عند انتهاء العمل.

دراسة حالة: واقع الخدمات في السوق الجزائري: كشفت دراسات السوق الميدانية عن أرقام تعكس بوضوح حجم الفجوة التنظيمية في قطاع الخدمات؛ حيث تبين أن 70% من الجزائريين يعتمدون بشكل كلي في تلبية احتياجاتهم الخدمية على "التوصيات الشخصية" المبنية على شبكة العلاقات والمعارف الاجتماعية. هذا الاعتماد الواسع على نظام "الكلمة المنقولة" يشير إلى غياب بديل رقمي موثوق يمكن اللجوء إليه، مما يحصر الزبون في خيارات محدودة جداً قد لا تكون الأفضل مهنياً.

وفي سياق متصل، أظهرت الدراسة أن قطاع الصيانة المنزلية والخدمات المرتبطة بها يعاني من خلل واضح في الالتزام؛ حيث تواجه نسبة معتبرة من هذه الطلبات تأخيرات حادة تتجاوز المواعيد المتفق عليها واقعياً. هذا التخبط في المواعيد لا يتسبب فقط في تعطيل مصالح الزبائن، بل يعكس غياب آليات الجدولة الاحترافية وأدوات المتابعة التي تضمن حق الطرفين. إن هذه الأرقام تؤكد حاجة السوق الماسة لوسيط تقني ينقل قطاع الخدمات من العشوائية والارتباط بالمعارف الشخصية إلى مرحلة التنظيم، الشفافية، والالتزام بالوقت.

.

نقاط الألم والإحتياجات غير الملباة:

استنزاف الوقت والجهد في رحلة البحث: يعاني الكثيرون من ضياع ساعات طويلة، وأحياناً أيام، في محاولة العثور على صاحب مهارة أو حرفي مناسب. هذا العبئ لا يقتصر على الجهد البدني فحسب، بل يمتد ليشمل "التفكير المستمر" والاضطرار لإجراء عشرات المكالمات أو التنقل الميداني بحثاً عن شخص متاح. هذا الاستنزاف يجعل من مجرد الرغبة في إصلاح عطل بسيط أو طلب خدمة رقمية مهمة شاقة تستهلك طاقة الزبون وتؤخر إنجاز مهامه الأخرى.

الضغط النفسي الناتج عن غياب الشفافية المالية: تعتبر ضبابية التكاليف "نقطة ألم" جوهرية تخلق حالة من القلق والتوتر الدائم لدى المستهدفين. فالزبون لا يخشى فقط دفع مبلغ إضافي، بل يخشى الشعور بـ "الاستغلال" نتيجة عدم وجود أسعار معلنة أو معايير واضحة للتسعير مسبقاً. هذا التوجس من المفاجآت المالية عند نهاية الخدمة يبني حاجزاً من عدم الثقة ويجعل الزبون في حالة دفاعية دائمة، مما يفسد تجربة التعامل المهني.

الاحتياج الملح لمرجعية خدمية موحدة وموثوقة: تتبلور الحاجة اليوم في وجود "منصة ذكية" تنهي حالة التشتت، بحيث تجمع كافة التخصصات والخدمات في واجهة واحدة سهلة الاستخدام. لا يتوقف الاحتياج عند مجرد التجميع، بل يمتد ليكون نظاماً متكاملاً يوفر تقييمات حقيقية مبنية على تجارب زبائن سابقين، وتقديم عروض أسعار واضحة وشفافة قبل البدء. هذا الاحتياج يعكس رغبة المستخدم في استعادة السيطرة على قراراته، والحصول على خدمة مضمونة الجودة بضغطة زر واحدة، بعيداً عن العشوائية.

عواقب المشكلة:

هدر الإنتاجية والوقت الشخصي: تتجاوز عواقب هذه المشكلة مجرد التأخير البسيط، لتصل إلى ضياع ساعات وأيام من وقت الزبائن الثمين في البحث والمتابعة غير المثمرة. هذا الهدر يقتطع من وقت العمل أو العائلة، ويتحول إلى عبئ إضافي يعطل الجدول اليومي للزبون، خاصة عندما تتعلق الخدمة بأعطال منزلية أو التزامات مهنية لا تقبل التأجيل، مما يجعل "الوقت الضائع" خسارة فعلية لا يمكن تعويضها.

الضغط النفسي والتوتر المرتبط بالحالات الطارئة: لا يتوقف الضرر عند الجانب الزمني، بل يمتد ليشمل السلام النفسي للزبون؛ فعدم العثور على صاحب مهارة في وقت الشدة يولد حالة من التوتر والقلق الحاد. تزداد هذه العاقبة سوءاً عندما تكون الحاجة "ملحة ومستعجلة"، حيث يجد الزبون نفسه في حالة استنفار وضغط عصبي نتيجة عجزه عن إيجاد حل فوري ومنظم، مما يحول المشكلة التقنية البسيطة إلى أزمة نفسية مرهقة.

الاستنزاف المالي وفقدان السيطرة على الميزانية: تؤدي حالة "الضبابية السعرية" إلى عواقب مالية غير متوقعة، حيث يجد الزبون نفسه مضطراً لقبول أسعار مبالغ فيها تحت ضغط الحاجة أو لعدم وجود مرجعية يقارن بها. هذا التخبط يجعله عرضة للاستغلال المادي، مما يؤدي إلى استنزاف غير مدروس لميزانيته الشخصية. إن غياب الوضوح في التكاليف مسبقاً يحرم الزبون من القدرة على التخطيط المالي السليم، ويترك شعوراً مريراً بالغبن وعدم الرضا حتى بعد انتهاء الخدمة.

جدول المشكلة (نقطة الألم) / معدل التكرار (الأثر) / درجة الشدة (قوي/متوسط) / طبيعة الاستمرارية:

المشكلة[نقطة الألم].	معدل التكرار.	درجة الشدة.	طبيعة الإستمرارية.
تشتت الحرفيين وصعوبة الوصول.	مرتفع جدا.	قوي.	دائم: مشكلة بنيوية ناتجة عن غياب منصة جامعة.
ضبابية الأسعار وغياب الشفافية.	مستمر.	قوي جدا.	دائم: هاجس للزبون خوفا من الاستغلال المالي.

طول فترات الإنتظار والتعطيل.	متكرر.	قوي.	مستمر: ناتج عن عشوائية التنظيم والجدولة التقليدية.
الإعتماد المفرط على المعارف.	مستمر.	متوسط.	مستمر: يحد من خيارات الجودة ويحصر الزبون في دائرة ضيقة.
القلق النفسي [خصوصا في الأعمال المستعجلة]	مرتبط بالحاجة.	قوي.	متكرر: يعود بقوة مع كل عمل طارئ.

الحل المقترح:

المنظومة الرقمية المتكاملة لربط الكفاءات: يتمثل الحل في تقديم منصة رقمية رائدة تعيد صياغة مفهوم تقديم الخدمات المهنية والحرفية، من خلال تحويل عملية البحث التقليدية المرهقة إلى تجربة رقمية ذكية ومضمونة. لا يقدم التطبيق مجرد "دليل أسماء"، بل يقدم بيئة عمل منظمة تنهي العشوائية وتضع الزبون في قلب السيطرة.

.

المظلة الجامعة والوصول الفوري: يقضي التطبيق على مشكلة تشتت الحرفيين وأصحاب المهارات من خلال جمعهم في قاعدة بيانات موحدة ومنظمة حسب التخصص والجغرافيا. بضغطة زر واحدة، يتمكن الزبون من استعراض مئات المحترفين في مجالات البرمجة، التصميم، المونتاج، أو الحرف المنزلية، مما يحول "رحلة البحث" الشاقة إلى عملية اختيار سريعة ومبنية على التوفر اللحظي.

نظام الشفافية المالية والتسعير العادل: يعالج التطبيق "نقطة الألم" المتعلقة بضبابية الأسعار عبر اعتماد نظام شفاف يعرض التكاليف المتوقعة أو أسعار الخدمات الثابتة مسبقاً. هذا النظام يحمي الزبون من الاستغلال المالي، ويمنحه القدرة على المقارنة بين عروض الأسعار المختلفة واختيار ما يناسب ميزانيته بكل ثقة، مما ينهي تماماً حالة التوجس والقلق من التكاليف الغير متوقعة.

الجدولة الذكية وإنهاء فترات الانتظار: يوفر التطبيق نظاماً تقنياً لإدارة المواعيد، يتيح للزبون معرفة الأوقات المتاحة لمقدم الخدمة بدقة. هذا الحل يضمن إنهاء ظاهرة "الانتظار الطويل" وتعطيل المصالح، حيث يمكن للزبون اختيار الحرفي المتفرغ حالاً أو جدولة الموعد الذي يناسب برنامجه الشخصي، مما يعيد له السيطرة على وقته وإنتاجيته.

التقييم الموثوق ومعايير الجودة: بدلاً من الاعتماد الكلي على المعارف الشخصية (الـ 70% التي ذكرتها الدراسة)، يقدم التطبيق نظاماً صارماً للتقييم والمراجعات الحقيقية من زبائن سابقين. هذا النظام يبني جسر ثقة جديداً، حيث يتمكن الزبون من رؤية سابقة أعمال المحترف وتقييم جودته قبل التعامل معه، مما يضمن الحصول على خدمة متميزة وتفادي خيبات الأمل المهنية.

تجربة مستخدم مرنة ومبتكرة: يعمل التطبيق كجسر رقمي ذكي يهدف الى تسهيل المبادرات وتيسير اللقاء بين الزبائن والحرفيين في أسرع وقت ممكن, تتركز مهمة المنصة في تقديم بيئة تقنية متكاملة تمنح الطرفيين حرية كاملة في التواصل, الإتفاق, واتمام الخدمات بكل استقلالية مما يضمن تجربة سلسة ترتكز على مبدأ التعامل الحر والشفافية التامة بين الطرفين.

3/ عرض النموذج الأولي:

شاهد الفيديو .

4/ القيمة المضافة للمشروع: يسهم المشروع في خلق عديد القيم وتحسين بعضها وتتمثل فيمايلي:

سرعة وسهولة التفاوض: يوفر التطبيق قنوات اتصال مباشرة ومتعددة الخيارات، تتيح للطرفين التفاوض سواء عبر الدردشة السريعة أو المكالمات الصوتية المباشرة لمناقشة التفاصيل الدقيقة، هذا الدمج بين سرعة الرقمية وفاعلية التواصل

الصوتي ينهي تعقيدات البحث التقليدي، ويسمح بالوصول إلى اتفاق نهائي وواضح في وقت قياسي، مما يسرع الانتقال من مرحلة التشاور إلى مرحلة التنفيذ الفعلي.

توفير تقييمات مرجعية لضمان الموثوقية: يعتمد التطبيق نظام تقييم صارم وشفاف يعمل كبوصلة للمستخدمين، حيث تتاح لكل زبون فرصة مراجعة تجارب الآخرين مع الحرفي قبل التعاقد معه. هذه التقييمات ليست مجرد أرقام، بل هي مرجع حقيقي يعكس احترافية صاحب المهارة، جودة تنفيذه، ومدى التزامه بالمواعيد، بوجود هذا النظام، نضمن تحويل "الثقة" من مجرد احتمال إلى واقع ملموس، مما يحفز الحرفيين على تقديم أفضل ما لديهم للحفاظ على سمعتهم الرقمية، ويمنح الزبون راحة بال تامة في اختيار الأنسب بناءً على كفاءة مُثبتة ومجربة.

توفير نظام الدفع الإلكتروني: يوفر التطبيق حلولاً رقمية آمنة تنهي عشوائية التعاملات النقدية وتضمن حقوق الطرفين بوضوح. يتيح النظام للزبون سداد التكاليف عبر خيارات إلكترونية متنوعة وموثقة، مما يضمن لمقدم الخدمة استلام مستحقاته فور الإنجاز، ويمنح الزبون طمأنينة كاملة بأن أمواله مسجلة ومحمية داخل المنظومة الرقمية، بعيداً عن احتمالات النزاع أو الاستغلال المالي.

توفير البدائل المادية المناسبة: يمنح التطبيق الزبون سيطرة كاملة على ميزانيته من خلال عرض خيارات متنوعة لمقدمي الخدمة بمستويات سعرية متفاوتة. بدلاً من الارتهان لسعر وحيد، يتيح النظام المقارنة بين عروض أسعار مختلفة تتماشى مع الإمكانيات المادية لكل مستخدم، مما يضمن الحصول على الخدمة المطلوبة دون تجاوز السقف المالي المحدد، ويحول عملية الاختيار إلى تجربة مرنة تلبي احتياجات الجميع بحسب مقدرتهم.

تحويل التعاملات المادية للسوق الرسمية: يساهم التطبيق في نقل قطاع الخدمات من العشوائية "الموازية" إلى إطار تنظيمي موحد، حيث يتم توثيق كافة المبادلات المالية رقمياً وبشفافية تامة. هذا التحول لا يضمن حقوق الطرفين فحسب، بل يمنح المهن الحرة صبغة رسمية تساهم في تنظيم الاقتصاد المحلي، مما يسهل تتبع التدفقات المالية وتوفير فواتير رقمية معتمدة، ويقلل من النزاعات المرتبطة بالتعاملات النقدية غير الموثقة.

بناء روابط شخصية واجتماعية: لا يقتصر دور التطبيق على الجانب المهني فحسب، بل يمتد ليكون جسراً يعزز الروابط الإنسانية داخل المجتمع المحلي. من خلال تسهيل اللقاء بين الزبون والحرفي في إطار من الثقة والشفافية، يساهم التطبيق في بناء شبكة علاقات اجتماعية قائمة على الاحترام المتبادل والتقدير للمهارات. هذا التواصل المستمر يحول المعاملات الجامدة إلى تجارب إنسانية ثرية، حيث يتعرف أفراد المجتمع على كفاءات جيرانهم وأبناء منطقتهم، مما يقوي نسيج التكافل الاجتماعي ويخلق بيئة تعاونية تدعم الهوية المحلية وتشجع على تبادل الخبرات والمعرفة بين مختلف الأجيال والفئات.

سهولة الاستخدام والتصميم الجذاب: يركز التطبيق على تقديم تجربة مستخدم (UX) بديهية وسلسة، تضمن وصول الزبون لمبتغاه بأقل عدد من النقرات، مما يجعله مناسباً لجميع الفئات العمرية والمستويات التقنية. يتميز التصميم بواجهة عصرية وجذابة بصرياً، تبتعد عن التعقيد وتعتمد على الوضوح في عرض الأقسام والخدمات. هذا الدمج بين جمالية

المظهر وسهولة التنقل لا يعزز فقط من رغبة المستخدم في العودة للتطبيق، بل يكسر حاجز الرهبة من التعامل مع المنصات الرقمية، محولاً عملية طلب الخدمة من مهمة تقنية جافة إلى تجربة تفاعلية سهلة وممتعة.

تعزيز الشمول المالي: يُعد التطبيق أداة تقنية فعالة لدعم التحول الرقمي الوطني، حيث يساهم في سحب الكتلة النقدية المتداولة خارج القنوات الرسمية وإعادتها للدورة المصرفية عبر الدفع الإلكتروني. هذا التحول يساعد الدولة في حصر وتنظيم "النشاطات الموازية" وتحويلها إلى اقتصاد مهيكل يسهل مراقبته وتقنينه، كما يدعم المشروع توجهات الدولة في رقمنة قطاع الخدمات، مما يوفر قاعدة بيانات دقيقة حول المهن الحرة تساعد في رسم سياسات التشغيل والضرائب العادلة. بذلك، يتحول التطبيق من مجرد وسيط خدمي إلى شريك استراتيجي يساهم في تقليص التهرب المالي وتعزيز الشفافية الاقتصادية الشاملة.

تقليص الأمية الرقمية: يعمل التطبيق كأداة "تعليمية" غير مباشرة، حيث يدفع الحرفيين والزبائن للانخراط في التعاملات الذكية وإدارة الهوية الرقمية والمحافظ الإلكترونية. هذا الاحتكاك اليومي بالتكنولوجيا يحوّل التعامل الرقمي من "عقبة" إلى "عادة"، مما يساهم في رفع الوعي التقني لدى فئات واسعة كانت بعيدة عن التطور التكنولوجي، ويؤهلها للمشاركة بفعالية في المجتمع الرقمي الحديث.

5/ تحليل السوق المستهدف:

الزبائن الأساسيون للتطبيق هم بالدرجة الأولى الأسر المقيمة في المدن الجزائرية الكبرى والأحياء الحضرية التي تشهد كثافة سكانية مرتفعة، مثل الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، سطيف، والبليدة. حيث تظهر الحاجة بشكل متكرر إلى خدمات الصيانة المنزلية المختلفة. كما يدخل ضمن هذه الفئة الموظفون والعاملون في القطاعين العام والخاص الذين يقضون معظم وقتهم في العمل، مما يجعلهم يميلون إلى البحث عن حلول سريعة ومنظمة لتدبير المشاكل المنزلية بدل الاعتماد على الطرق التقليدية التي تتطلب وقتًا وجهدًا أكبر. وتضم هذه الفئة كذلك الأزواج الشباب الذين انتقلوا حديثًا إلى مساكن جديدة، سواء في الأحياء الحديثة أو في السكنات الجديدة (مثل برامج السكن العمومي أو الترقوي)، حيث يكون الاعتماد أكبر على الحرفيين للقيام بأعمال التركيب أو الإصلاح. وبشكل عام، يتميز هؤلاء الزبائن بامتلاكهم هواتف ذكية واستخدامهم المتزايد للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في حياتهم اليومية، ما يجعلهم أكثر قابلية للتعامل مع تطبيق رقمي يوفر لهم طريقة عملية للعثور على خدمات الصيانة المنزلية.

الإحتياجات المحددة لهؤلاء الزبائن:

العثور بسرعة على حرفي: من أكثر المشاكل التي يواجهها سكان المدن الجزائرية عند حدوث عطل منزلي هي صعوبة إيجاد حرفي في وقت قصير. غالبًا ما يعتمد الناس على سؤال الجيران أو الأقارب أو البحث في مجموعات فيسبوك، وهي

طرق قد تستغرق وقتًا ولا تضمن دائمًا الحصول على شخص محترف. في كثير من الحالات يضطر الزبون إلى الاتصال بعدة حرفيين قبل أن يجد من هو متاح أو قريب من موقعه. لذلك تبرز الحاجة إلى وسيلة بسيطة تمكّن الزبون من الوصول بسرعة إلى حرفيين متاحين وقريبين منه دون الحاجة إلى البحث الطويل.

معرفة السعر التقريبي للخدمة قبل تنفيذها: في الواقع الجزائري، كثيرًا ما يبدأ العمل دون اتفاق واضح على السعر، ما يؤدي أحيانًا إلى مفاجآت غير متوقعة عند انتهاء الخدمة. هذا الأمر يسبب توترًا للزبون، خصوصًا إذا لم يكن لديه تصور عن تكلفة العمل. لذلك يحتاج الزبائن إلى فكرة تقريبية عن السعر قبل تأكيد الخدمة، حتى يتمكنوا من اتخاذ القرار بشكل مريح ومقارنة الخيارات المتاحة دون الشعور بعدم الوضوح.

ضمان جودة العمل وتجنب الحرفيين غير المحترفين: يواجه العديد من الأشخاص تجارب غير جيدة مع بعض الحرفيين الذين قد لا يمتلكون الخبرة الكافية أو لا يلتزمون بإتقان العمل، مما يؤدي أحيانًا إلى عودة نفس المشكلة بعد فترة قصيرة. وفي غياب نظام واضح للتقييم أو التوصية، يبقى الزبون غير قادر على معرفة مستوى الحرفي قبل التعامل معه. لذلك يصبح من المهم وجود آلية تساعد الزبائن على الاطلاع على تجارب الآخرين مع الحرفيين واختيار الشخص المناسب بثقة أكبر.

الحصول على الخدمة في وقت مناسب دون انتظار طويل: العديد من الأعطال المنزلية تتطلب تدخلاً سريعًا، مثل تسرب المياه أو انقطاع الكهرباء أو تعطل الأجهزة الأساسية في المنزل. في هذه الحالات، يضطر الزبون أحيانًا إلى الانتظار لساعات أو حتى أيام حتى يتمكن الحرفي من الحضور، خاصة إذا كان يعتمد على طرق التواصل التقليدية. لذلك يحتاج المستخدم إلى وسيلة تمكنه من حجز الخدمة في وقت مناسب ومعرفة متى سيصل الحرفي بشكل واضح.

إمكانية تقييم الحرفيين والاطلاع على تقييمات الآخرين: في الحياة اليومية داخل المجتمع الجزائري، يعتمد الكثير من الناس على توصيات الأصدقاء أو الجيران عند اختيار حرفي. هذه الطريقة تعكس أهمية الثقة والتجربة السابقة في اتخاذ القرار. لذلك يحتاج الزبائن إلى نظام يسمح لهم بقراءة تقييمات وتجارب مستخدمين آخرين مع الحرفيين، إضافة إلى إمكانية مشاركة تجربتهم بعد انتهاء الخدمة، مما يساعد على بناء ثقة أكبر داخل المنصة وتحسين جودة الخدمات مع مرور الوقت.

المتبنون الأوائل:

المستخدمون النشطون للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي: تشمل هذه الفئة الأشخاص الذين يعتمدون بشكل كبير على الإنترنت في حياتهم اليومية، سواء للبحث عن المعلومات أو للحصول على الخدمات المختلفة. في الجزائرأصبح استخدام الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك، واسع الانتشار بين فئات مختلفة من المجتمع. لذلك فإن الأشخاص الذين اعتادوا على استخدام التطبيقات والمنصات الرقمية سيكونون من أوائل من يجربون تطبيقًا يوفر خدمات الحرفيين، خصوصًا إذا قدم لهم طريقة أبسط وأكثر تنظيمًا للوصول إلى هذه الخدمات مقارنة بالبحث التقليدي.

الفئة التي عانت سابقًا من تجارب غير ناجحة مع الحرفيين: هناك عدد كبير من الأشخاص الذين واجهوا في السابق صعوبات عند التعامل مع بعض الحرفيين، سواء بسبب ضعف جودة العمل أو عدم الالتزام بالمواعيد أو غياب الاتفاق الواضح حول السعر. هذه التجارب تجعل الكثير منهم يبحث عن طريقة أكثر موثوقية لاختيار الحرفيين في المستقبل. لذلك يمكن أن يكون هؤلاء من أوائل المستخدمين للتطبيق إذا شعروا أنه يوفر وسيلة تساعدهم على اختيار الحرفي بناءً على تقييمات وتجارب مستخدمين آخرين.

العاملون في المدن الكبرى: تمثل فئة العاملين في المدن الكبرى مثل الجزائر العاصمة، وهران، وقسنطينة جزءًا مهمًا من المتبنين الأوائل. فهذه الفئة تقضي جزءًا كبيرًا من يومها في العمل، ما يجعلها تميل إلى استخدام التطبيقات والخدمات الرقمية لتوفير الوقت والجهد. كما أنهم معتادون على استخدام تطبيقات مختلفة في حياتهم اليومية، الأمر الذي يجعل فكرة استخدام تطبيق للعثور على حرفيين أمرًا طبيعيًا بالنسبة لهم.

الأزواج الشباب وقاطني السكنات الجديدة: الأزواج الذين انتقلوا حديثًا إلى مساكن جديدة، خاصة في الأحياء الجديدة أو السكنات الحديثة، يمثلون فئة أخرى مرشحة لتبني التطبيق في مراحله الأولى. فهذه الفئة غالبًا ما تحتاج إلى خدمات تركيب وصيانة مختلفة بعد الانتقال إلى المسكن، مثل تركيب بعض التجهيزات أو إجراء إصلاحات بسيطة. وبسبب حداثة سكنهم في الحي، قد لا تكون لديهم شبكة معارف واسعة يمكن الاعتماد عليها للعثور على حرفيين، مما يجعلهم أكثر استعدادًا لتجربة حل رقمي يساعدهم في الوصول إلى هذه الخدمات.

خصائصهم:

الاعتماد الكبير على الهاتف الذكي والإنترنت: تتميز هذه الفئة باستخدامها المتكرر للهواتف الذكية في حياتها اليومية، سواء للتواصل أو للبحث عن المعلومات أو للحصول على الخدمات المختلفة. ففي المدن الجزائرية أصبح الهاتف الذكي الوسيلة الأساسية للوصول إلى العديد من الخدمات، مثل طلب النقل أو توصيل الطعام أو التسوق عبر الإنترنت. لذلك فإن الأشخاص الذين اعتادوا على هذا النوع من الاستخدام يكونون أكثر استعدادًا لتجربة تطبيق جديد يوفر خدمة عملية في حياتهم اليومية.

الانفتاح على تجربة التطبيقات الجديدة: يميل المتبنون الأوائل عادة إلى تجربة الحلول الرقمية الجديدة قبل غيرهم، خاصة إذا كانت تقدم طريقة أسهل لحل مشكلة يومية. هذه الفئة لا تتردد في تحميل تطبيق جديد وتجربته إذا وجدت أنه يقدم فائدة واضحة، كما أنها غالبًا ما تكون مستعدة لإعطاء ملاحظات حول تجربتها، وهو ما يساعد على تحسين الخدمة في المراحل الأولى من المشروع.

البحث عن حلول توفر الوقت والجهد: يتميز الكثير من أفراد هذه الفئة بنمط حياة سريع نسبيًا، خاصة في المدن الكبرى حيث يوازن الناس بين العمل والحياة الأسرية. لذلك فهم يميلون إلى استخدام الخدمات التي تساعدهم على إنجاز الأمور بسرعة ودون تعقيد. أي حل يختصر الوقت الذي يقضونه في البحث أو الاتصال أو التنقل سيكون أكثر جاذبية لهم.

الاستعداد لمشاركة التجربة مع الآخرين: غالبًا ما يقوم المتبنون الأوائل بمشاركة تجربتهم مع التطبيقات الجديدة مع أصدقائهم أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ففي البيئة الجزائرية، تنتقل الكثير من التوصيات بين الناس عبر الحديث المباشر أو عبر الإنترنت. لذلك يمكن لهذه الفئة أن تلعب دورًا مهمًا في انتشار التطبيق في مراحله الأولى إذا كانت تجربتهم إيجابية.

نوع المشروع:

موجه للأفراد: التطبيق مخصص في الأساس للأفراد والأسر، يتيح التطبيق للمستخدمين الوصول إلى خدمات الحرفيين بسهولة، سواء لأعمال الصيانة المنزلية مثل الكهرباء، السباكة، النجارة، أو إصلاح الأجهزة المنزلية. التركيز هنا على تقديم خدمة مباشرة وسريعة للأفراد، مع شفافية الأسعار وضمان جودة العمل، ما يسهل تجربة المستخدم مقارنة بالطرق التقليدية غير المنظمة.

موجه للمؤسسات الصغيرة: يمكن للتطبيق أن يمتد لاحقًا ليخدم الشركات الصغيرة والمحلات التجارية التي تحتاج إلى خدمات صيانة دورية أو عاجلة. في هذه الحالة، يتيح التطبيق للشركات إدارة طلبات الصيانة بشكل أسهل، الوصول إلى حرفيين موثوقين بسرعة، وضمان متابعة جودة الخدمات، هذا التوسع يوفر مصدر دخل إضافي ويزيد من حجم السوق المحتمل للتطبيق.

إحصائيات حول حجم السوق وعدد الزبائن المحتملين:

التركيز الجغرافي للسوق: تتركز فرص السوق الأساسية في المدن الكبرى التي تعيش فيها نسبة عالية من السكان ، حيث تمثل كثافة السكان وارتفاع نسبة تملك الشقق والمنازل الفردية عامل جذب رئيسي للتطبيق وتتمثل المدن المستهدفة في:

الجزائر العاصمة: أكبر مدينة، تضم أكثر من 3 ملايين نسمة، مع أحياء حضرية حديثة وشبكة كبيرة من الأسر.

وهران: ثاني أكبر مدينة، حوالي 1.5 مليون نسمة، مركز اقتصادي مهم، وتكثر فيه السكنات الجديدة التي تحتاج صيانة.

قسنطينة: حوالي مليون نسمة، مع انتشار العمارات السكنية الحديثة، ما يجعل الطلب على الحرفيين مستمرًا.

سطيف والبليدة: مدن كبيرة الحجم مع سكان حضريين نشيطين، وهي أسواق مهمة لتوسيع نطاق التطبيق بعد تثبيت السوق الرئيسي.

التركيز على هذه المدن يضمن الوصول إلى قاعدة زبائن كبيرة وذات قابلية عالية لاستخدام الحلول الرقمية.

التقدير الديموغرافي لعدد الأسر:إجمالي الأسر في المدن الكبرى الخمس (العاصمة، وهران، قسنطينة، سطيف، البليدة) يُقدر بنحو 5 مليون أسرة.

العمر النموذجي لأصحاب هذه الأسر غالبًا بين 25 و60 سنة، ما يعكس فئة نشطة اقتصاديًا وقابلة لتجربة الخدمات الرقمية.

عدد أفراد الأسرة المتوسط في الجزائر يتراوح بين 4 و5 أشخاص، وهو ما يعكس الطلب المستمر على خدمات الصيانة المنزلية بشكل دوري.

حجم الطلب السنوي المحتمل: بافتراض أن كل أسرة تحتاج إلى 3–5 خدمات صيانة منزلية سنويًا (كهرباء، سباكة، نجارة، صيانة أجهزة)، يكون السوق المحتمل في المدن الكبرى حوالي 9–16 مليون طلب خدمة سنويًا.

مع زيادة انتشار الهواتف الذكية والوعي بالخدمات الرقمية، يمكن أن يزداد الطلب بنسبة 10–15% سنويًا خلال السنوات الأولى من التشغيل.

العوامل المؤثرة على حجم السوق:

تزايد التحول الرقمي: ارتفاع استخدام الهواتف الذكية في المدن الجزائرية يزيد من قابلية تبني التطبيقات.

نمو الطبقة المتوسطة: الأسر ذات الدخل المتوسط والمرتفع تميل أكثر للاستعانة بخدمات مدفوعة لتسهيل حياتهم اليومية.

نقص الخدمات المنظمة: الاعتماد الكبير حاليًا على طرق تقليدية للعثور على الحرفيين يخلق فجوة واضحة في السوق.

الوعي بالموثوقية والجودة: الزبائن يبحثون عن ضمانات قبل التعامل مع الحرفيين، ما يجعل تطبيقًا يوفر تقييمات ومراجعات ميزة تنافسية.

مصادر البيانات:

الديوان الوطني للإحصائيات الجزائر: لتقدير عدد السكان والأسر.

تقارير التحول الرقمي في الجزائر: لمتابعة انتشار الهواتف الذكية واستخدام التطبيقات بين السكان.

دراسات سوقية حول الاقتصاد غير الرسمي والخدمات المنزلية: لفهم الطلب الفعلي وأنماط استهلاك الخدمات.

(echoroukonline.com)

معايير التجزئة:

التجزئة الديموغرافية:

العمر: 25 – 60 سنة، يمثلون الفئة الأكثر نشاطًا اقتصاديًا واعتمادًا على الخدمات الرقمية.

الدخل: متوسط إلى مرتفع، حيث أن الأسر التي تملك القدرة على دفع مقابل خدمات الصيانة هي الأكثر قابلية لتجربة التطبيق.

الحالة الاجتماعية: الأزواج الشباب والأسر الصغيرة، الذين يحتاجون بشكل متكرر إلى خدمات صيانة منزلية.

التجزئة الجغرافية: المدن الكبرى المستهدفة:

الجزائر العاصمة.

وهران.

قسنطينة.

سطيف.

البليدة.

يتم التركيز على الأحياء الحضرية والعمارات الحديثة التي يزيد فيها الطلب على خدمات الصيانة المنزلية.

التجزئة السلوكية:

الأشخاص الذين يستخدمون الهواتف الذكية بشكل متكرر ويعتمدون على الإنترنت في حياتهم اليومية.

المستخدمون الذين يبحثون عن حلول سريعة ومرنة لإنجاز المهام والخدمات المنزلية.

الزبائن الذين يطلبون خدمات صيانة بشكل دوري ويحتاجون إلى جدولة دقيقة ومتابعة للطلبات.

التجزئة النفسية:

الأشخاص الذين يقدّرون الوقت والراحة، ويبحثون عن حلول تقلل الجهد والتوتر المرتبط بالمشاكل المنزلية.

الزبائن الذين يفضلون التعامل مع حرفيين موثوقين وضمان جودة الخدمة، حتى لو كانت التكلفة أعلى قليلاً.

الفئة التي تميل إلى استخدام الحلول الرقمية المنظمة بدل الطرق التقليدية غير الموثوقة.

6/ التحليل التنافسي:

قائمة المنافسين: يتمثل منافسو مشروعنا فيمايلي:

الورشات الكبرى التي تقدم خدمات متخصصة: تتمثل هذه المنافسة في الورشات المهنية المعروفة التي تمتلك مقراً ثابتاً وتتخصص في مجالات تقنية محددة (مثل ورشات نجارة الألمنيوم، ورشات تصليح المحركات الكبيرة، أو ورشات تجهيز المحلات التجارية.

طبيعة العمل: تعتمد هذه الورشات على صاحب حرفة رئيسي ومجموعة من المساعدين، وتستهدف غالباً الأشغال التي تتطلب معدات ثقيلة أو مكاناً واسعاً للتصنيع والتركيب، التواصل معهم يتم عادة عبر التوصيات الشخصية أو السمعة المعروفة في المنطقة الصناعية أو المهنية.

التواجد: تتركز هذه الورشات في الأحياء المتخصصة أو على أطراف المدن، وتعتبر المقصد الأول للزبائن الذين لديهم أشغال بناء أو تجديد كبرى تتطلب التزاماً بمواعيد تسليم محددة ومستوى معيناً من الحرفية اليدوية.

المحلات التقليدية لتقديم الخدمات: هي النواة الكلاسيكية لقطاع الخدمات، وتتمثل في المحلات الصغيرة المنتشرة داخل الأحياء السكنية (مثل محلات تصليح الأجهزة المنزلية، ورشات الحدادة البسيطة، أو محلات بيع مواد البناء التي توفر حرفيين عن طريق الوساطة الشفهية).

طبيعة العمل: تعتمد بشكل كلي على "الزبائن المجاورين" والسمعة المتناقلة بين الناس. يعمل فيها حرفي واحد أو اثنان، وغالباً ما يكون التواصل معهم مباشراً عبر الحضور الشخصي للمحل أو من خلال أرقام الهواتف المكتوبة على لوحات المحلات في الأحياء.

التواجد: تتغلغل هذه المحلات في النسيج العمراني للمدن والقرى، وهي المنافس الذي يمثل العادة الاستهلاكية القديمة للزبون الذي يبحث عن الحل الأقرب جغرافياً لمسكنه.

الإعلانات التقليدية والتوصيات الاجتماعية: يمثل هذا النوع المنافس "الخفي"، حيث يعتمد على الروابط الاجتماعية والوسائل الورقية البسيطة.

آلية العمل: يعتمد الزبائن هنا على "التوصية الشفهية" من الأقارب أو الجيران للوصول إلى حرفي مجرب، أو من خلال قصاصات الورق والملصقات التي توضع في المداخل وعلى الجدران في الأحياء السكنية.

التواجد: يتركز هذا النوع في الأوساط التي تولي أهمية كبرى للثقة الشخصية، حيث يفضل الزبون التعامل مع شخص "معروف" أو "موصى به" اجتماعياً لتجنب مخاطر التعامل مع الغرباء، وهي الطريقة السائدة في الأحياء الشعبية والمجمعات السكنية القديمة.

الصفحات والمواقع والمدونات: يمثل هذا الصنف المنافس "الرقمي الأولي"، وهو المرحلة التي تسبق ظهور التطبيقات المتخصصة.

آلية العمل: يعتمد الحرفيون والزبائن على مجموعات التواصل الاجتماعي (مثل مجموعات الأحياء على فيسبوك) أو مواقع الإعلانات المبوبة المجانية لنشر عروضهم، كما تشمل المدونات التي تقدم نصائح تقنية وتضع أرقام هواتف للتواصل في نهاية المقالات.

التواجد: ينتشر هذا النوع بين جيل الشباب والزبائن الذين يفضلون البحث عبر الإنترنت، لكنها تفتقر إلى التنظيم؛ حيث تتبعثر الإعلانات وتختلط فيها الخدمات الجيدة بالسيئة، ولا توفر أي نظام للتقييم أو ضمان جودة العمل، بل تكتفي بكونها "لوحة إعلانية" إلكترونية فقط.

عيوبهم:

عيوب الورشات الكبرى المتخصصة: انتقائية المشاريع (تجاهل الأعطال الصغيرة): نظراً لاعتماد هذه الورشات على معدات ثقيلة وأطقم عمل، فهي ترفض غالباً المهام البسيطة أو الإصلاحات الطفيفة، مما يترك الزبون دون حل للحالات اليومية العادية.

التكاليف الإضافية الثابتة: تضطر هذه الورشات لرفع أسعار خدماتها لتغطية تكاليف إيجار المقرات الكبيرة، فواتير الطاقة، وأجور العمالة الثابتة، مما يجعل سعر الخدمة مرتفعاً مقارنة بقيمتها الفعلية للزبون العادي.

البعد الجغرافي وصعوبة التنقل: تمركزها في المناطق الصناعية أو أطراف المدن يجعل من الصعب على الزبون الوصول إليها للاستشارة، كما يزيد من تكلفة " التنقل" التي يطلبها الحرفي للوصول إلى منزل الزبون.

الجمود في المواعيد: غالباً ما تكون مرتبطة بجدول أعمال مزدحم ومشاريع كبرى، مما يجعل استجابتها للحالات المستعجلة بطيئة جداً أو خاضعة لقوائم انتظار طويلة.

عيوب المحلات التقليدية لتقديم الخدمات: محدودية الكفاءة والتخصص: غالباً ما يعتمد المحل على شخص واحد يمتلك مهارات محدودة أو "عامة"، مما قد يؤدي إلى تشخيص خاطئ للأعطال المعقدة أو تقديم إصلاحات "ترقيعية" غير مستدامة.

غياب معايير التسعير: تخضع الأسعار لمزاجية الحرفي أو تقديره الشخصي للزبون، مع غياب كامل للشفافية أو الفواتير، مما يشعر الزبون دائماً باحتمالية تعرضه للاستغلال المادي.

انعدام سجل الجودة (المخاطرة): لا يملك الزبون أي وسيلة للتأكد من مهارة هذا الحرفي سوى التجربة المباشرة؛ فلا توجد تقييمات سابقة أو سجل أعمال، مما يجعل كل عملية تعامل بمثابة "مغامرة" غير مأمونة النتائج.

الارتباط بساعات العمل الضيقة: تلتزم هذه المحلات بساعات فتح وغلق محددة، مما يجعل الوصول إليها مستحيلاً في أوقات الذروة المسائية أو العطل الرسمية والحالات الطارئة التي تقع خارج أوقات الدوام.

عيوب الإعلانات التقليدية والتوصيات الاجتماعية: ذاتية التقييم (محدودية الدقة): تعتمد التوصية على تجربة شخصية واحدة (قريب أو جار)، وما يراه شخص ما "عملاً جيداً" قد لا يرقى لمعايير زبون آخر، مما يجعل التقييم يفتقر للموضوعية والاحترافية.

صعوبة الوصول في الحالات الطارئة: في حال وقوع عطل مفاجئ، قد لا يسعف الوقت الزبون للبحث عن "قريب" يمنحه رقم حرفي، أو النزول للبحث عن ملصقات ورقية قد تكون تالفة أو قديمة.

ضيق دائرة الخيارات: يحصر هذا النوع الزبون في مجموعة محدودة جداً من الحرفيين المعروفين في محيطه الضيق، مما يحرمه من الوصول إلى كفاءات أفضل أو أسعار أكثر تنافسية في مناطق مجاورة.

عدم التحديث وانقطاع الاتصال: غالباً ما تكون الأرقام الموجودة في الإعلانات الورقية خارج الخدمة أو تخص حرفيين غيروا مهنتهم، مما يسبب ضياع الوقت في اتصالات غير مجدية.

عيوب الصفحات والمواقع والمدونات: انعدام المصداقية والأمان: يمكن لأي شخص إنشاء صفحة أو نشر إعلان وهمي، حيث لا توجد عملية "توثيق هوية" للحرفي، مما يرفع من مخاطر الاحتيال أو سوء السلوك الميداني.

الفوضى وضعف الفلترة: تختلط الإعلانات القديمة بالجديدة، والخدمات الممتازة بالرديئة، مما يضطر الزبون لقضاء وقت طويل في التمرير. (Scrolling) والمقارنة اليدوية المرهقة دون معايير واضحة.

غياب المرجعية (نظام التقييم التراكمي): تفتقر هذه المنصات لنظام تقييم حقيقي يعتمد على "تاريخ المعاملات"؛ فالتعليقات على الصفحات يمكن حذفها أو تزويرها، مما يفقد الزبون القدرة على اتخاذ قرار مبني على حقائق.

فجوة التواصل المباشر: تكتفي هذه الوسائل بكونها "لوحة إعلانات"، حيث يضطر الزبون لمغادرة المنصة والقيام باتصالات هاتفية متعددة للسؤال عن السعر والتوفر، بدلاً من الحصول على استجابة فورية ومنظمة.

تحليل: SWOT

الفرص:

تزايد استخدام الهواتف الذكية في الجزائر: شهدت الجزائر خلال السنوات الأخيرة انتشارًا واسعًا للهواتف الذكية، خاصة بين فئة الشباب والأسر في المدن، هذا الانتشار جعل الهاتف الوسيلة الأساسية للوصول إلى الخدمات والمعلومات اليومية. وبالنسبة للتطبيق فإن هذا الواقع يمثل فرصة مهمة، لأن الزبون أصبح معتادًا على استخدام التطبيقات لطلب خدمات مختلفة. وبالتالي فإن وجود منصة تجمع الحرفيين في تطبيق واحد يجعل الوصول إلى الخدمة أسهل وأكثر ملاءمة لطبيعة الاستخدام الحالية.

انتشار الحلول والخدمات الرقمية في الحياة اليومية: بدأت الخدمات الرقمية تدخل تدريجيًا في مختلف جوانب الحياة اليومية، مثل طلب الطعام، التسوق عبر الإنترنت، أو حجز وسائل النقل. هذا التغير في السلوك الاستهلاكي يجعل المستخدم أكثر تقبلًا لفكرة استخدام تطبيق للحصول على خدمات منزلية. لذلك فإن التطبيق يمكن أن يستفيد من هذا التحول، لأنه يقدم خدمة مشابهة من حيث المبدأ: البحث عن خدمة، اختيار مقدمها، ثم طلبها بسهولة عبر الهاتف.

التوجه العام نحو الدفع الإلكتروني والخدمات عبر الإنترنت: رغم أن الدفع النقدي ما يزال قليل الانتشار في الجزائر، إلا أن هناك توجهًا متزايدًا نحو الدفع الإلكتروني واستخدام الخدمات عبر الإنترنت، سواء من خلال البطاقات البنكية أو التطبيقات المختلفة. هذا التوجه يمثل فرصة مستقبلية بحيث يسمح التطبيق بخيارات الدفع الإلكترونية وخدمات إضافية مرتبطة بالحجز والدفع المسبق، مما يزيد من احترافية الخدمة ويجعلها أكثر تنظيمًا.

سوق خدمات حرفية واسع وغير منظم بشكل كافٍ: يعد قطاع الخدمات الحرفية من القطاعات الواسعة في الجزائر، حيث يعتمد عدد كبير من الأسر على الحرفيين في أعمال الصيانة والإصلاح داخل المنازل، ورغم حجم هذا السوق الكبير، إلا أنه ما يزال يعتمد بشكل أساسي على الطرق التقليدية، هذا الوضع يخلق فرصة حقيقية للتطبيق ليقدم حلاً منظمًا يجمع بين الزبون والحرفي بطريقة أكثر وضوحًا وكفاءة.

زيادة الطلب على خدمات الصيانة مع توسع العمران الحضري: تشهد المدن الجزائرية توسعًا عمرانيًا مستمرًا مع بناء مجمعات سكنية وأحياء جديدة، هذا التوسع يؤدي بشكل طبيعي إلى زيادة الطلب على خدمات الصيانة المنزلية مثل الكهرباء والسباكة وإصلاح الأجهزة. ومع مرور الوقت، تصبح الحاجة إلى هذه الخدمات أكثر تكرارًا، مما يخلق سوقًا مستقرًا يمكن للتطبيق أن يستفيد منه من خلال تسهيل الوصول إلى الحرفيين وتنظيم عملية طلب الخدمة.

التهديدات:

احتمال دخول منافسين جدد إلى السوق: بما أن فكرة ربط الزبائن بالحرفيين عبر تطبيق رقمي ليست معقدة تقنيًا، فمن الممكن أن تظهر تطبيقات أو منصات مشابهة في المستقبل إذا لاحظ مستثمرون آخرون وجود فرصة في هذا السوق، دخول منافسين جدد قد يؤدي إلى تقسيم المستخدمين بين عدة تطبيقات، مما يجعل جذب الزبائن والحرفيين أكثر صعوبة في المراحل الأولى من المشروع، لذلك يصبح من المهم العمل مبكرًا على بناء سمعة جيدة للتطبيق وتكوين قاعدة مستخدمين وفية.

استمرار اعتماد بعض الزبائن على الطرق التقليدية: ما يزال عدد كبير من الناس في المجتمع الجزائري يعتمد على الطرق التقليدية للعثور على الحرفيين، هذه العادة قد تجعل بعض الزبائن يترددون في استخدام تطبيق جديد، خاصة في البداية، هذا الأمر قد يبطئ انتشار التطبيق إذا لم يتم إقناع المستخدمين بالفوائد التي يقدمها مثل توفير الوقت وإمكانية الاطلاع على تقييمات الحرفيين.

إمكانية تعامل الحرفيين مباشرة مع الزبائن خارج التطبيق:في بعض الحالات قد يحاول الحرفي، بعد أن يتعرف على الزبون من خلال التطبيق، أن يتعامل معه مباشرة خارج المنصة في المرات اللاحقة لتجنب أي عمولة أو رسوم مرتبطة باستخدام التطبيق. هذا السلوك قد يقلل من عدد العمليات التي تتم داخل التطبيق نفسه، مما يؤثر على النمو الاقتصادي للمشروع، لذلك من المهم التفكير في وسائل تشجع الطرفين على الاستمرار في استخدام التطبيق مثل تقديم مزايا إضافية أو تنظيم أفضل للخدمة.

بطء انتشار ثقافة استخدام التطبيقات لدى بعض الفئات: رغم انتشار الهواتف الذكية، إلا أن بعض الفئات، خاصة كبار السن أو الأشخاص غير المعتادين على التكنولوجيا، قد يجدون صعوبة في استخدام التطبيقات الرقمية، هذه الفئة قد تفضل الطرق التقليدية لأنها تبدو أكثر بساطة بالنسبة لها مما قد يحد من انتشار التطبيق لدى بعض الشرائح الاجتماعية، خاصة في المراحل الأولى من المشروع، إلى أن يصبح استخدام مثل هذه الخدمات أكثر شيوعًا.

المخاطر السيبرانية وأمن البيانات: بما أن التطبيق يعتمد على الإنترنت لتبادل المعلومات بين الزبائن والحرفيين، فقد يكون معرضًا لبعض المخاطر التقنية مثل محاولات الاختراق أو سرقة البيانات أو إساءة استخدام الحسابات، مثل هذه الحوادث يمكن أن تؤثر على ثقة المستخدمين في التطبيق إذا لم يتم التعامل معها بشكل صحيح، لذلك من الضروري اعتماد إجراءات حماية قوية والمتابعة التقنية المستمرة لضمان أمن المعلومات داخل المنصة.

نقاط القوة:

سرعة الوصول إلى الحرفيين: يوفر التطبيق وسيلة سريعة للوصول إلى الحرفيين دون الحاجة إلى البحث التقليدي في الأحياء أو الاعتماد على التوصيات الشخصية، فبدل أن يقضي الزبون وقتًا في السؤال أو محاولة الاتصال بأرقام غير مؤكدة، يمكنه ببساطة فتح التطبيق والاطلاع على قائمة الحرفيين المتاحين في منطقته، هذه السرعة في الوصول إلى الخدمة تمثل ميزة مهمة، خاصة في الحالات التي تتطلب تدخلاً سريعًا مثل الأعطال المنزلية المفاجئة.

شفافية أكبر في عرض الأسعار: من المشكلات التي يواجهها الزبائن في الطرق التقليدية عدم وضوح الأسعار قبل تنفيذ الخدمة، حيث يحدد الحرفي السعر غالبًا بعد المعاينة أو بناءً على تقديره الشخصي، أما من خلال التطبيق، فيمكن عرض

معلومات تقريبية حول تكلفة الخدمة أو نطاق الأسعار، مما يمنح الزبون فكرة مسبقة قبل اتخاذ القرار. هذه الشفافية تساعد على تقليل الشعور بعدم الثقة الذي قد يظهر أحيانًا في التعاملات التقليدية.

وجود نظام تقييمات وتجارب المستخدمين: يتيح التطبيق للزبائن الاطلاع على تقييمات المستخدمين السابقين للحرفيين، وهو عنصر مهم يساعد في اتخاذ قرار مبني على تجارب حقيقية، فبدلاً من الاعتماد على توصية فردية من شخص واحد، يستطيع الزبون الاطلاع على آراء متعددة حول جودة العمل، الالتزام بالمواعيد، وطريقة التعامل، هذا النظام يساهم في تعزيز الثقة داخل المنصة ويشجع الحرفيين على الحفاظ على مستوى جيد من الخدمة.

تنظيم عملية الطلب والمتابعة: يوفر التطبيق طريقة منظمة لطلب الخدمة ومتابعتها، حيث يستطيع الزبون تحديد نوع الخدمة المطلوبة وإرسال الطلب مباشرة إلى الحرفي، كما يمكن متابعة حالة الطلب ومعرفة ما إذا كان الحرفي متاحًا أم لا، هذا التنظيم يقلل من الارتباك الذي قد يحدث في الطرق التقليدية، حيث يعتمد التواصل غالبًا على المكالمات الهاتفية غير المنظمة.

تجربة استخدام سهلة وسريعة عبر الهاتف: تم تصميم فكرة التطبيق لتكون بسيطة وسهلة الاستخدام، بحيث يستطيع أي شخص لديه هاتف ذكي التعامل معه دون تعقيد، يكفي بضع خطوات للبحث عن الحرفي المناسب وطلب الخدمة، هذه البساطة في الاستخدام تشجع المزيد من المستخدمين على تجربة التطبيق، خاصة مع انتشار الاعتماد على الهواتف الذكية في الحياة اليومية.

نقاط الضعف:

الاعتماد على بناء قاعدة حرفيين كافية في البداية: نجاح التطبيق يعتمد بشكل كبير على توفر عدد كافٍ من الحرفيين المسجلين في المنصة، ففي المراحل الأولى من المشروع قد يكون عدد الحرفيين محدودًا، مما قد يؤدي إلى صعوبة في تلبية جميع طلبات الزبائن بسرعة، إذا فتح الزبون التطبيق ولم يجد حرفيين متاحين في منطقته، فقد يفقد الثقة في الخدمة ويعود إلى الطرق التقليدية، لذلك يتطلب المشروع جهدًا كبيرًا في البداية لجذب الحرفيين وإقناعهم بالانضمام إلى المنصة.

الحاجة إلى اكتساب ثقة المستخدمين: في المجتمع الجزائري ما يزال كثير من الناس يفضلون التعامل مع حرفيين يعرفونهم شخصيًا أو موصى بهم من الأقارب والجيران، لذلك قد يتردد بعض الزبائن في البداية في طلب خدمة من خلال تطبيق رقمي، خاصة إذا لم يكن لديهم تجربة سابقة معه، بناء هذه الثقة يحتاج إلى وقت، ويعتمد على جودة الخدمات المقدمة وتجارب المستخدمين الأولى مع التطبيق.

تكاليف تطوير وصيانة التطبيق: يتطلب إنشاء تطبيق رقمي جيد استثمارًا أوليًا في التصميم والبرمجة والاختبار، بالإضافة إلى تكاليف الصيانة التقنية والتحديثات المستمرة، فالتطبيق يحتاج إلى تحسينات دورية لمعالجة الأخطاء التقنية وإضافة ميزات جديدة تتماشى مع احتياجات المستخدمين، هذه التكاليف قد تشكل عبئًا في المراحل الأولى قبل أن يبدأ المشروع في تحقيق إيرادات مستقرة.

ضرورة مراقبة جودة الخدمات باستمرار: بما أن التطبيق يربط بين الزبون والحرفي، فإن جودة الخدمة المقدمة لا تعتمد فقط على المنصة نفسها بل أيضًا على مهارة الحرفيين والتزامهم، في حال قدم أحد الحرفيين خدمة ضعيفة الجودة، قد يؤثر ذلك سلبًا على سمعة التطبيق ككل، لذلك يحتاج المشروع إلى آليات لمتابعة جودة العمل، مثل التقييمات أو مراجعة شكاوى المستخدمين، لضمان الحفاظ على مستوى جيد من الخدمات.

التميز: يتمثل التميز الرئيسي للتطبيق في قدرته على تنظيم سوق خدمات حرفية واسع لكنه غير منظم تقليديًا، ففي الوقت الذي يعتمد فيه الزبائن غالبًا على التوصيات الشخصية أو البحث العشوائي داخل الأحياء، يوفر التطبيق وسيلة واضحة ومباشرة للوصول إلى الحرفيين بطريقة منظمة وسريعة.

أحد أهم عناصر التميز يتمثل في جمع عدد كبير من الحرفيين في منصة واحدة، مما يمنح الزبون حرية الاختيار بين عدة مقدمي خدمات بدل الاعتماد على حرفي واحد فقط، هذا التنوع يتيح مقارنة الخيارات المتاحة واختيار الحرفي الأنسب من حيث الكفاءة أو القرب الجغرافي.

كما يقدم التطبيق نظام تقييم يعتمد على تجارب المستخدمين السابقين، وهو عنصر يضيف مستوى من الثقة لم يكن متوفرًا في الطرق التقليدية. فبدل الاعتماد على توصية فردية من شخص واحد، يستطيع الزبون الاطلاع على آراء وتجارب متعددة قبل اتخاذ قراره.

ويتميز التطبيق كذلك بقدرته على تسهيل التواصل وتنظيم طلبات الخدمة، حيث يمكن للزبون تحديد نوع المشكلة وإرسال الطلب مباشرة دون الحاجة إلى إجراء عدة مكالمات أو البحث في أماكن مختلفة، هذا التنظيم يساعد على توفير الوقت وتقليل الجهد المبذول في الوصول إلى الخدمة المناسبة.

وبشكل عام، يكمن تميز التطبيق في أنه ينقل قطاع الخدمات الحرفية من أسلوب تقليدي يعتمد على العلاقات الشخصية والبحث العشوائي، إلى أسلوب أكثر تنظيمًا ووضوحًا يعتمد على التكنولوجيا وسهولة الوصول إلى المعلومات، هذا التحول يمنح الزبون تجربة أكثر راحة ويمنح الحرفيين فرصة للوصول إلى عدد أكبر من الزبائن.

كيفية الظهور في السوق:

االتركيز على المدن الكبرى:

التركيز على المدن الأكثر اكتظاظًا بالسكان مثل الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، سطيف، البليدة.

التركيز على هذه المدن يضمن الوصول إلى قاعدة زبائن كبيرة وعمرانية حضرية حديثة، حيث الطلب على خدمات الصيانة المنزلية أكثر تكرارًا.

التركيز على أحياء حضرية حديثة لضمان قابلية المستخدمين لتجربة التطبيقات الرقمية.

جذب الحرفيين والموثوقية:

التسجيل المبكر لعدد كافٍ من الحرفيين في المنصة لضمان توفير خدمات متنوعة ومستمرة.

وضع آليات للتحقق من جودة الحرفيين قبل تسجيلهم في التطبيق لضمان تقديم خدمة موثوقة.

تشجيع الحرفيين على الانضمام عبر حوافز مبدئية مثل عمولات منخفضة أو دعم تسويقي.

بناء الثقة لدى المستخدمين:

تقديم تجربة مجانية أولية أو عروض تشجيعية لتجربة التطبيق دون مخاطرة مالية كبيرة.

تسليط الضوء على نظام التقييم والمراجعات الذي يتيح للمستخدم معرفة مستوى كفاءة الحرفيين.

تسويق التطبيق كمنصة موثوقة لتقليل الوقت والجهد بدل الاعتماد على الطرق التقليدية.

التسويق الرقمي والمباشر:

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام للوصول إلى المستخدمين الشباب والأسر.

إنشاء محتوى يوضح سهولة استخدام التطبيق، السرعة في الحصول على الخدمات وموثوقية الحرفيين.

الاستفادة من التوصيات الاجتماعية عبر الحوافز مثل برامج إحالة الأصدقاء للحصول على خصومات.

تقديم تجربة مميزة:

ضمان سهولة الطلب والمتابعة داخل التطبيق مع إشعارات مباشرة للحالة.

عرض مجموعة متنوعة من الحرفيين والخدمات لتلبية أغلب الاحتياجات المنزلية.

توفير شفافية الأسعار وخيارات دفع واضحة لتعزيز الثقة بين الزبون والحرفي.

التطوير المستمر:

إضافة ميزات إضافية مثل حجز المواعيد المسبقة، خدمات الصيانة الدورية، أو العروض الترويجية للشركات الصغيرة لتوسيع قاعدة المستخدمين وزيادة الإيرادات.

7/ النموذج الاقتصادي:

مصادر الإيرادات:

يعتمد المشروع استراتيجية "الإيرادات المتعددة" لضمان استدامة التدفقات النقدية وعدم الاعتماد على مصدر واحد، وهي مفصلة كالتالي:

1/ الإيرادات التشغيلية (عمولة الوساطة):

الآلية: اقتطاع حصة 10% من القيمة الإجمالية لكل صفقة تتم بين الزبون والحرفي عبر المنصة.

الهدف الاستراتيجي: ربط ربحية المنصة بنجاح المستخدمين؛ فكلما زاد نشاط السوق وزادت جودة العمليات، نمت أرباح المنصة تلقائياً.

التقدير المالي: يُتوقع أن يدر هذا المسار 1,095,000 دج سنوياً، وهو رقم مبني على سيناريو حذر جداً (10 عمليات يومياً فقط على المستوى الوطني).

2/ التدفق النقد الثابت (العضوية الشهرية):

الآلية: اشتراك شهري بقيمة 2,500 دج تحت مسمى باقة "الحرفي المميز."

المميزات المقدمة: تمنح الحرفي أولوية الظهور في نتائج البحث، شارة التوثيق، وإحصائيات متقدمة لعمله.

التقدير المالي: استهداف 25 حرفياً مشتركا فقط كبداية يضمن تدفقاً قدره 750,000 دج سنوياً، مما يغطي جزءاً من المصاريف التشغيلية الثابتة للمنصة.

3/ الإيرادات التعاقدية (الإعلانات والشراكات):

الآلية: استغلال قاعدة بيانات المستخدمين لبيع مساحات إعلانية لشركات (مواد البناء، الطلاء، التأمين، بيع الأجهزة الكهرومنزلية).

الهدف الاستراتيجي: خلق مصدر دخل "سلبي" لا يرتبط بعدد الطلبات، بل بحجم الزيارات للمنصة وقوة العلامة التجارية.

التقدير المالي: تقديرات أولية بـ 400,000 دج سنوياً من عقود الرعاية والإشهار.

4/ رسوم ضبط الجودة (رسوم الانضباط):

الآلية: فرض 50 دج عن كل إلغاء يقوم به الحرفي بعد تجاوزه للحد المجاني المسموح به.

البُعد التنظيمي: الهدف ليس ربحياً بحتاً، بل هو "أداة ردع" لضمان جدية الحرفيين وتقليل نسب إلغاء الطلبات المؤثرة سلبا.

الفائدة المالية: تغطية التكاليف الإدارية الناتجة عن معالجة الشكاوى والنزاعات ومتابعة جودة الخدمة.

الخلاصة المالية للسنة الأولى:

إجمالي الإيرادات السنوية المتوقعة: 2,245,000 دج.

ملاحظة: هذا الرقم يمثل الحد الأدنى المتوقع للنمو في المرحلة التأسيسية.

التحليل المالي:

أ- التكاليف الثابتة::

تطوير البنية البرمجية:

تشمل تكاليف برمجة التطبيق، تصميم واجهة المستخدم، وتجربة المستخدم لضمان سهولة الاستخدام وتقدر بحوالي 2,500,000 دج.

حجز الخوادم اللازمة لتشغيل التطبيق وتقدر بحوالي 30,000 دج شهريا.

شراء النطاق الخاص بالتطبيق مع خدمات الحماية والشهادات مقدرة ب 10,000 سنويا.

هذه التكاليف ضرورية لضمان إطلاق التطبيق بكفاءة وتعمل كبنية أساسية للمنصة وبالتالي فاجمالي تكلفة البنية البرمجية يقدر بحوالي 3,000,000 دج.

التراخيص القانونية:

تشمل تسجيل العلامة التجارية الخاصة بالتطبيق لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية والمقدرة اجمالا بحوالي 100,000 دج..

إعداد الوثائق الرسمية والتصاريح القانونية المطلوبة للعمل في الجزائر مقدر بحوالي 70,000 دج. وعليه فاجمالي التراخيص القانونية يمكن أن يصل الى 200,000دج.

تجهيز المقر:

تشمل تكاليف شراء الأثاث وتجهيز المكتب بالبنية التحتية الضرورية ويمكن أن تصل الى 300,000 دج كحد أدنى.

تجهيز مكان للعمل لفريق إدارة المشروع والدعم الفني وخدمة العملاء والايجار السنوي يقدر بحوالي 500,000 دج.

وعليه فاجمالي تجهيز المكتب يمكن أن يصل الى 1,000,000 دج.

وبالتالي فاجمالي التكاليف الثابتة يقدر بحوالي 4,300,000 دج.

ب- التكاليف المتغيرة:

التسويق والدعاية:

ميزانية الحملات الإعلانية لجذب الزبائن والحرفيين قد تصل الى حوالي 1,000,000 دج سنويا ويمكن أن تشمل الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات المحلية، وبرامج إحالة المستخدمين هذه التكاليف متغيرة حسب حجم الحملات وعدد الزبائن المستهدفين وبالتالي فالقيمة المذكورة سلفا تعتبر كحد أدنى..

الصيانة والدعم الفني:

مصاريف تحديث التطبيق باستمرار ومعالجة أي ثغرات أو أخطاء تقنية والتي تشمل أيضًا تحسين الأداء وإضافة ميزات جديدة مع مرور الوقت والتي قد تصل الى حوالي 450,000 دج سنويا.

الأجور:

الرواتب المخصصة لفريق العمل بما في ذلك:

إدارة المشروع 80,000 دج.

المطور 80,000 دج.

خدمة العملاء 40,000 دج.

تعتبر هذه الأجور متغيرة نسبيًا حسب حجم العمليات وعدد الموظفين المطلوب ويمكن أن تصل الى 2,000,000دج كميزانية سنوية.

الرسوم البنكية:

تشمل عمولات بوابات الدفع الإلكتروني عند معالجة أي دفعات من خلال التطبيق والتي تأخذ عادة من 1الى 3 بالمئة من قيمة العمليات تعتبر هذه التكاليف متغيرة لأنها تعتمد على عدد المعاملات وقيمتها المالية وبالتالي فاجمالي التكاليف المتغيرة السنوية يقدر بحوالي 3,950.000دج..

النتائج والأرباح:

نستعرض في هذا القسم المسار المالي المتوقع للمشروع على مدار 5 سنوات، موضحاً التحول من مرحلة العجز التأسيسي إلى مرحلة العوائد المرتفعة:

1/ المخطط الخماسي للنتائج:

السنة الأولى (مرحلة التأسيس): تُسجل صافي خسارة قدرها 5,870,000- دج. يعود هذا العجز بشكل أساسي إلى استثمارات الإطلاق وتطوير البنية التقنية للمنصة، مقابل حجم عمليات أولي (10 عمليات/يوم).

السنة الثانية (مرحلة تقليص الفجوة): ينخفض العجز بشكل جذري ليصل إلى 310,000- دج فقط. هذا التحسن الكبير ناتج عن مضاعفة النشاط وزيادة الإيرادات مع استقرار نسبي في التكاليف الثابتة.

السنة الثالثة نقطة التعادل: وهي المحطة الفاصلة، حيث يحقق المشروع أول صافي ربح قدره 2,380,000 دج. في هذه المرحلة، تبدأ المنصة بتغطية كافة تكاليفها ذاتياً بفضل الوصول لـ 40 عملية يومياً.

السنة الرابعة (مرحلة النمو): تتصاعد الأرباح الصافية لتصل إلى 6,760,000 دج. يظهر هنا أثر "النمو الرقمي" حيث تزيد الإيرادات بقوة بينما تظل التكاليف تحت السيطرة.

السنة الخامسة (مرحلة الربحية القصوى): يصل صافي الربح إلى 18,425,000 دج. تعكس هذه النتائج نجاح نموذج العمل وقدرته على توليد عوائد ضخمة بمجرد الوصول لمرحلة السيطرة على السوق (150 عملية/يوم).

.

2/ الخلاصة المالية: تؤكد الأرقام أن المشروع يمتلك بنية مالية صلبة؛ حيث أن فترة الاسترداد تبدأ عملياً من السنة الثالثة، مما يجعله نموذجاً استثمارياً جذاباً بفضل الهامش الربحي المرتفع الذي يتجاوز 1.8 مليار سنتيم كأرباح صافية في نهاية الخماسية الأولى.

إمكانية التوسع:

التوسع في قائمة الخدمات (النمو الأفقي):

لا يقتصر المشروع على الصيانة المنزلية فقط، بل هو مصمم ليكون منصة جامعة.

إضافة خدمات متخصصة :الانتقال من السباكة والكهرباء إلى مجالات أوسع مثل صيانة السيارات، تنظيف المسابح، وتنسيق الحدائق.

خدمات الأعمال: تقديم حلول متكاملة للمؤسسات الناشئة والمصغرة في مجالات التجهيز المكتبي والترميم.

تكامل القطاعات: إمكانية جعل التطبيق وسيطاً لبيع قطع الغيار أو مواد البناء اللازمة لعمليات الصيانة.

التحول إلى نظام اقتصادي متكامل:

الهدف هو خلق بيئة اقتصادية دوارة تعزز من مكانة المنصة.

تطوير الهوية المهنية: بعد تثبيت مكانة المنصة، سيصبح التطبيق هو المرجع الأول لتوظيف الحرفيين في الجزائر.

ولوج الأسواق الإلكترونية: الربط بين الحرفيين ومزودي الأدوات والمعدات، مما يجعل التطبيق سوقاً متكاملاً B2B) و B2C).

الاستدامة والولاء: تحويل المستخدمين من مجرد طالبي خدمة إلى "شركاء" في المنصة من خلال تبادل الأدوار (تقديم وطلب الخدمات).

التوسع التقني والذكاء الاصطناعي:

أتمتة العمليات: تطوير خوارزميات لربط الزبون بأقرب حرفي بأفضل سعر بشكل آلي لزيادة سرعة التنفيذ.

نظام الضمان الرقمي: التوسع في تقديم خدمات التأمين على الأعمال المنجزة لرفع مستوى الموثوقية.

التوسع الإقليمي (الخروج إلى الأسواق الخارجية): بعد إثبات نجاح النموذج الأولي في السوق المحلية وتحقيق "نقطة التعادل"، ينتقل المشروع نحو آفاق إقليمية أوسع:

استهداف أسواق المغرب العربي: البدء بالدول المجاورة التي تتشابه في الخصائص الاجتماعية والاقتصادية (مثل تونس وليبيا موريتانيا)، حيث تعاني هذه الأسواق من نفس الفجوة في تنظيم قطاع الحرف اليدوية وصعوبة الوصول إلى حرفيين موثوقين.

ملاءمة النموذج مع البيئات المحلية: تكييف التطبيق ليتناسب مع اللهجات المحلية وطرق الدفع السائدة في كل دولة، مع الحفاظ على جوهر المنصة كبيئة آمنة تجمع بين الحرفي والزبون.

بناء تحالفات إقليمية: عقد شراكات مع مؤسسات مصغرة وشركات تأمين في الدول المستهدفة لتوفير ضمانات للأعمال المنجزة عبر الحدود، مما يسهل عملية الدخول إلى الأسواق الجديدة.

تصدير الكفاءات الرقمية: تحويل المنصة إلى "بيت خبرة" في تنظيم المهن والحرف، مما يسمح ببيع ترخيص استخدام التكنولوجيا لشركاء إقليميين في القارة الإفريقية.

8/ خطة الطريق واستيراتيجية التطوير:

المرحلة:	الأنشطة:	النتائج المتوقعة:
المرحلة الأولى[0 . 1سنة]:	تطوير النسخة الأولية من التطبيق واطلاقها لاستخدام التجريبي، استقطاب مجموعة من الحرفيين للتسجيل في المنصة، تنفيذ حملات تسويقية، اختبار تجربة المستخدمين الأوائل، تحسين الأداء التقني ومعالجة الاخطاء التقنية.	اطلاق التطبيق رسميا في السوق، بناء قاعدة أولية من المستخدمين والحرفيين، التحقق من فعالية نموذج العمل في الواقع.
المرحلة الثانية[1 . 3سنوات]:	توسيع قاعدة المستخدمين والحرفيين داخل المدن الكبرى. – تطوير مزايا إضافية داخل التطبيق مثل نظام التقييم المتقدم وإدارة الطلبات. – تعزيز الحملات التسويقية لزيادة انتشار المنصة. – بناء شراكات مع محلات بيع مواد البناء والخدمات	نمو ملحوظ في عدد المستخدمين النشطين. – زيادة عدد الطلبات المنجزة عبر التطبيق. – ترسيخ اسم التطبيق في سوق الخدمات المنزلية. – تحقيق تدفق مالي مستقر من مصادر

	المرتبطة بالصيانة. – تحسين البنية التقنية للتطبيق لاستيعاب عدد أكبر من المستخدمين.	الإيرادات المختلفة.
المرحلة الثالثة [3 . 5 سنة]:	التوسع إلى العديد من الخدمات والمجالات. – تطوير خدمات إضافية مرتبطة بالصيانة المنزلية. – تحسين نظام إدارة الحرفيين وضمان جودة الخدمة. – تعزيز العلامة التجارية للتطبيق في السوق. – الاستثمار في تطوير تقنيات جديدة لتحسين تجربة المستخدم.	انتشار التطبيق على نطاق وطني. – زيادة الحصة السوقية في قطاع خدمات الصيانة المنزلية. – ارتفاع الإيرادات وتحقيق استقرار مالي أكبر للمشروع. – بناء سمعة قوية كمنصة موثوقة للخدمات الحرفية.

المرحلة الأولى: مرحلة الاطلاق والتأسيس (0– 1سنة): تركز هذه المرحلة على بناء الأساس التقني وإطلاق التطبيق في السوق. يتم خلالها تطوير النسخة الأولية من التطبيق وتجهيزه للعمل بشكل فعلي، مع ضمان استقرار البنية التقنية وقدرتها على استيعاب المستخدمين.

كما يتم العمل على استقطاب عدد أولي من الحرفيين للتسجيل في المنصة، إضافة إلى تنفيذ حملات تسويقية للتعريف بالتطبيق وجذب المستخدمين الأوائل. ومن المتوقع في نهاية هذه المرحلة إطلاق التطبيق رسميًا وبناء قاعدة أولية من المستخدمين والحرفيين.

المرحلة الثانية: مرحلة النمو والتوسع الأولي (1–3 سنة): في هذه المرحلة يتم التركيز على توسيع قاعدة المستخدمين والحرفيين وتعزيز استخدام التطبيق على المستوى الوطني. حيث يتم تكثيف الحملات التسويقية وتحسين تجربة المستخدم داخل التطبيق.

كما يتم تطوير مزايا إضافية مثل تحسين نظام التقييم وإدارة الطلبات، إضافة إلى بناء شراكات مع الجهات المرتبطة بقطاع الصيانة. ومن المتوقع أن تؤدي هذه الجهود إلى زيادة ملحوظة في عدد الطلبات وترسيخ حضور التطبيق داخل السوق الوطني.

المرحلة الثالثة: مرحلة ترسيخ الحضور الوطني وتعزيز النمو 3– 5 سنة): تمثل هذه المرحلة مرحلة تثبيت مكانة التطبيق كمنصة وطنية للخدمات الحرفية. حيث يتم التركيز على تحسين جودة الخدمات داخل المنصة، وتنظيم إدارة الحرفيين بشكل أكثر كفاءة لضمان مستوى مرتفع من الموثوقية.

كما يتم الاستثمار في تطوير البنية التقنية للتطبيق من أجل استيعاب حجم أكبر من العمليات والطلبات، إلى جانب تعزيز العلامة التجارية للتطبيق على المستوى الوطني. ومن المتوقع أن يؤدي ذلك إلى تعزيز الحصة السوقية وزيادة الإيرادات بشكل مستمر.

ملخص الأهداف الزمنية:

المرحلة الأولى (0 – 1 سنة) الإطلاق والتأسيس: تطوير التطبيق، استقطاب أول الحرفيين والمستخدمين، وإطلاق حملات تسويقية أولية. التركيز على الاستثمار في البنية التقنية والتسويقية لتأسيس المشروع.

المرحلة الثانية (1 – 3 سنوات) النمو وتعزيز الاستخدام: توسيع قاعدة المستخدمين والحرفيين وطنياً، تحسين التطبيق، وتعزيز الشراكات. يبدأ المشروع تحقيق إيرادات متزايدة لتغطية التكاليف التشغيلية.

المرحلة الثالثة (3 – 5 سنوات) ترسيخ الحضور الوطني: تحسين جودة الخدمات وتعزيز البنية التقنية، وزيادة الحصة السوقية. يحقق المشروع نمو مالي مستدام وارتفاع الإيرادات بشكل واضح.

9/ LEAN CANVAS:

المشكلة:	الحل:	القيمة المقترحة الفريدة:	الميزة التنافسية:	شرائح العملاء:
صعوبة العثور على حرفيين موثوقين بسرعة عند حدوث أعطال منزلية. غياب الشفافية في الأسعار وجودة الخدمة في الطرق التقليدية. الاعتماد الكبير على التوصيات الشخصية أو الإعلانات	تطبيق رقمي يربط الزبائن بالحرفيين المتخصصين في خدمات الصيانة المنزلية. توفير نظام تقييم يسمح للمستخدمين بالاطلاع على تجارب الآخرين قبل اختيار الحرفي. تنظيم عملية طلب	تسهيل الوصول إلى حرفيين موثوقين بسرعة وشفافية. توفير منصة منظمة تجمع عدة حرفيين في مكان واحد مع إمكانية المقارنة بينهم. تقليل الوقت والجهد	نظام تقييم حقيقي يعتمد على تجارب المستخدمين السابقة. تنظيم الخدمات الحرفية في منصة رقمية موحدة بدل الطرق التقليدية المتفرقة. سرعة الوصول إلى الخدمة مقارنة بالبحث التقليدي في	الأسر المقيمة في المدن الجزائرية التي تحتاج إلى خدمات صيانة منزلية. الأفراد الذين يفضلون استخدام التطبيقات للحصول على خدمات سريعة. الحرفيون المستقلون الذين يبحثون عن وسيلة للوصول إلى

العشوائية للوصول إلى الحرفيين.	الخدمة ومتابعتها بسهولة عبر الهاتف.	الذي يبذله الزبون في البحث عن الخدمة المناسبة.	الأحياء أو عبر المعارف.	عدد أكبر من الزبائن.
	المقاييس الرئيسية: عدد الطلبات المنجزة عبر التطبيق. عدد الحرفيين المسجلين في المنصة. معدل رضا المستخدمين والتقييمات. عدد المستخدمين النشطين شهريًا.		**القنوات:** التطبيق المحمول كوسيلة رئيسية للوصول إلى الخدمة. وسائل التواصل الاجتماعي للترويج وجذب المستخدمين. برامج الإحالة والتوصيات بين المستخدمين.	

هيكل التكلفة:	**تدفقات الايردات:**
تطوير التطبيق والبنية البرمجية. تكاليف الخوادم والنطاق. التسويق الرقمي والحملات الإعلانية. الأجور والصيانة التقنية والدعم الفني.	عمولة الوساطة من كل عملية صيانة تتم عبر التطبيق)10.(% باقات عضوية للحرفيين تمنح مزايا إضافية داخل المنصة. الإعلانات داخل التطبيق للشركات المرتبطة بقطاع الخدمات والصيانة. الشراكات مع شركات أو مؤسسات تقدم خدمات مرتبطة بالصيانة.