

الملخص التنفيذي

اسم المشروع:

منصة باب نصيب / نصيب

المسؤول: ملكية فكرية لسلطان بن ربيع الربيع

المؤهلات: ماجستير أصول الدين, 10 سنوات إعلامي رسمي ومقدم برامج, 8 سنوات مأذون عقود

أنكحة ووسيط زواج ومهتم بالاستشارات في الشأن الأسري وقضايا الأحوال الشخصية

التواصل:

0503043935

Sure.2030@hotmail.com

الفكرة:

منصة إلكترونية للجمع والوساطة بين الراغبين والراغبات في الزواج مع باقة خدمات

الرؤية:

نسعى أن نكون المنصة الرائدة في خدمة الراغبين والراغبات لإيجاد الشريك المناسب بما يتوافق مع الاحتياج الشخصي لكل مستفيد, مستندة في ذلك على خبرات فريقها و الخوارزميات المتطورة للوصول إلى النتيجة الأمثل.

الرسالة

نؤمن في باب نصيب أن عملية إيجاد الشريك بوضعها الحالي فيها الكثير من العقبات في إجراءاتها ولا تضمن للباحث الوصول للنتيجة الملائمة لرغبته, ودورنا في باب نصيب تقديم خدمة متكاملة وموثوقة للأفراد الباحثين عن شريك حياة من خلال منصة إلكترونية تجمع بين الأمان، السهولة، والتكنولوجيا المتقدمة. نهدف إلى تمكين المستخدمين من العثور على شريك حياتهم بشكل سلس وفعال، مع الحفاظ على الخصوصية وتعزيز الثقة في عملية البحث والزواج.

الأهداف القيمية والاجتماعية:

1. المساهمة في حل مشكلة عقبات التوفيق بين الراغبين والراغبات في ربط علاقة شرعية
2. اختصار الوقت والجهد والطرق التقليدية التي لا تضمن وصول الباحث للشريك المناسب
3. سد الثغرات الحالية في عملية التوفيق التقليدية
4. المساهمة في تقليل نسب المطلقات والأرامل والمتأخرين عن الزواج
5. تزويد الباحث بمنصة موثوقة وآمنة للعثور على شركاء محتملين يتناسبون مع قيمهم واهتماماتهم.
6. خلق فرص وظيفية والعمل مع مزودي خدمات محليين لتعزيز الاقتصاد المحلي وتوفير فرص عمل.
7. التماشي مع رؤية السعودية 2030 في تعزيز الاقتصاد الرقمي ورفع مستوى جودة الحياة.

الأهداف المالية العامة:

1. الاستحواذ على حصة سوقية في سوق مواقع وتطبيقات الزواج والتعارف الشرعي المحلي بنسبة تتجاوز 25% في أول سنتين
2. اقتناص الفرصة الاستثمارية في سوق تطبيقات الزواج الناشئ والمتعطش والذي ينمو بمعدل سنوي مركب يبلغ 8.3%
3. تحقيق عوائد مالية على الاستثمار (ROI) بحيث أن كل ريال يتم إنفاقه على التسويق يعود بعائد لا يقل عن 3-7 ريال في شكل إيرادات.
4. استقطاب استثمارات خارجية مستقبلية وجذب مستثمري رأس المال الجريء لدعم التوسع والنمو السريع.
5. تحقيق قيمة سوقية (10 - 15 مليون ريال سعودي) خلال فترة (5 سنوات) من غير الأرباح السنوية من خلال تحسين الأداء المالي.
6. بناء نموذج مالي مستدام وجاذب للمستثمرين قابل للاستحواذ والاندماج.

تصنيف المشروع:

منصة وساطة , تجارة خدمات ,مواقع الزواج والتعارف

الخدمات:

1. جمع الراغبين والراغبات في الزواج في منصة واحدة سهلة لغرض واحد
2. يستطيع الاستفادة البحث عما يناسبه من رغبات من خلال خوارزميات متطورة
3. باقات اشتراك بامتيازات أعلى للحصول على أفضل النتائج
4. الوساطة والتنسيق بين الراغبين والراغبات وفق خصوصية المجتمع وبما يناسب رغباتهم باشتراك
5. نافذة تربط المستخدمين بالمستشارين الأسريين والقانونيين والمأذونين في قضايا الزواج
6. ترتيب مرحلة الخطوبة بشكل تقليدي لرفع حرج العادات والتقاليد باشتراك
7. المساعدة في تنسيق النظرة الشرعية باشتراك

عوامل نجاح الاستثمار :

1. سوق متعطش وواعد ينمو بمعدل سنوي مركب يبلغ 8.3% حيث يُقدر حجم سوق الزواج والتعارف عبر الإنترنت -الفردية والمؤسسية- في السعودية بأكثر من 800 مليون ريال سعودي في 2024.
2. دراسة السوق وفهم الجمهور المستهدف ومعرفة سلوكيات الشريحة المستهدفة من خلال التحليل والتدقيق والتواصل مع أصحاب التطبيقات على مدى 5 سنوات
3. نمو بنسبة 20% سنوياً في عدد المشتركين في مواقع الزواج والتعارف بسبب تزايد القبول الاجتماعي والتغيرات في العادات, وهي فرصة للاستفادة من هذا النمو من خلال تطوير موقع مبتكر يلبي احتياجات السوق المتزايدة.
4. تزايد نسبة الأفراد الذين يتقبلون استخدام الإنترنت في الزواج والتعارف، مع معدل قبول لفكرة الزواج بوسيط تقني تتجاوز 70% في المدن الكبرى من الجيل الجديد
5. الخبرة العملية للمؤسس في المجال
6. الأمان والخصوصية وحماية البيانات
7. التصميم المناسب والسهل للموقع وتدعيم تجربة المستخدم بتقنيات الذكاء الاصطناعي.
8. تكامل الخدمات للراغبين في الزواج في موقع واحد
9. العلاقات الواسعة مع المختصين في المجال وغيره.
10. تم جمع المعلومات وداتا للفتات المستهدفة خلال 5 سنوات
11. سوق المواقع والتطبيقات والتجارة الإلكترونية يتركز في أسواق البضائع والمنتجات بشكل أكبر, مما يوفر فرص للنمو السريع والاستحواذ على أكبر حصة سوقية محتملة

12. برامج الدعم الحكومية تشمل منحًا وتسهيلات تمويلية، يمكن أن تصل إلى 200,000 ريال سعودي للمشاريع التقنية.
13. بناء قاعدة ثقة وولاء مع المستفيد طوال 8 سنوات
14. قلة المخاطر
15. سهولة الوصول للشرائح المستهدفة

القدرة الإنتاجية:

غير محدودة , لكل من يرغب في الزواج كونها منصة سحابية تستوعب عدد لا محدود بحسب المسجلين , ومع زيادة المسجلين يمكن زيادة فريق العمل لتغطية الحاجة

دراسة السوق

هدف الدراسة:

- تحديد حجم الطلب وسوق مواقع الزواج في المملكة.
- فهم الاتجاهات الحالية واحتياجات السوق.
- تحليل المنافسة وتحديد الفرص والتحديات.

حجم السوق والطلب:

هناك طلب متزايد على خدمات الزواج عبر الإنترنت ينمو بمعدل سنوي مركب يبلغ 8.3% , حيث وصل حجم السوق العالمي لمواقع الزواج والتعارف عبر الإنترنت إلى حوالي 3.08 مليار دولار أمريكي في عام 2021، مع توقعات بمواصلة النمو بمعدل نمو سنوي مركب (CAGR) يبلغ حوالي 5-7% حتى عام 2026.

كما يُقدر حجم سوق الزواج والتعارف عبر الإنترنت في السعودية بأكثر من 800 مليون ريال سعودي في 2024. من منصات المحليين والعالميين, العديد من الشباب والشابات في السعودية يتوجهون إلى الإنترنت للبحث عن شريك الحياة بسبب الراحة والخصوصية التي توفرها هذه المنصات , وعدم تقبلهم للطرق التقليدية القديمة مع التحولات الاجتماعية السريعة ورغبة الجيل الجديد في اختيار شريك الحياة.

هناك تقارير تشير إلى زيادة الطلب على مواقع الزواج في السعودية بنسبة تتراوح بين 20-30% سنوياً، مدفوعاً بالتحويلات الاجتماعية والتكنولوجية.

عدد المستخدمين: في عام 2023، بلغ عدد مستخدمي مواقع الزواج والتعارف على مستوى العالم حوالي 366 مليون مستخدم. تشير التوقعات إلى أن هذا العدد قد يصل إلى 440 مليون بحلول عام 2027.

معدلات نجاح عقد الزواج:

دراسة أجرتها eHarmony وجدت أن حوالي 33% من مستخدمي مواقع الزواج والتعارف عبر الإنترنت يتزوجون بعد استخدام هذه المواقع.

حوالي 30% من جميع الزيجات في الولايات المتحدة بدأت من خلال مواقع الزواج والتعارف، وفقاً لدراسة أجرتها جامعة ستانفورد في عام 2020،

تشير بعض الدراسات إلى أن متوسط معدل نجاح تجربة عقد الزواج عبر مواقع التعارف والزواج 17% عالمياً، مع احتمال زيادة هذا المتوسط في السعودية نظراً للعادات الاجتماعية التي تشجع على الزواج وتحارب العزوبة.

التركيبة السكانية:

أكثر من 70% من سكان المملكة دون سن الـ 35، وهي الفئة العمرية الأكثر استخداماً لهذه الخدمات. مع تزايد عدد الشباب المقبلين على الزواج، يرتفع الطلب على مواقع الزواج. مع معدل قبول لفكرة الزواج بوسيط تقني تتجاوز 70% في المدن الكبرى من الجيل الجديد، ونمو يقدر بـ 10% في السوق الخليجي.

الأنماط السلوكية:

الأسباب الرئيسية لاستخدام مواقع الزواج في السعودية تشمل الرغبة في العثور على شريك حياة يتوافق مع القيم الدينية والاجتماعية، بالإضافة إلى سهولة التواصل والتعرف على الشركاء المحتملين في بيئة رقمية آمنة.

مدة الجلسات: يقضي المستخدمون من حوالي 12 إلى 60 دقيقة لكل جلسة على مواقع الزواج والتعارف.

عدد الزيارات اليومية: حوالي 65% من المستخدمين يعودون إلى الموقع على الأقل مرة واحدة يومياً، و50% يزورون الموقع 3 مرات على الأقل في الأسبوع.

الزيارات الليلية: 65% من المستخدمين يعملون إلى زيارة مواقع الزواج في ساعات المساء.

معدل الاستجابة: يقدر معدل الاستجابة للرسائل الأولية بحوالي 45%.
 التوزيع بحسب الجنس: التوزيع الجنسي عادة ما يكون متوازنًا نسبيًا، حيث تشكل النساء حوالي 45% من قاعدة المستخدمين، بينما يشكل الرجال 55%. وبالتواصل مع المنافسين المحليين في السوق تبين أن المستخدمين النساء أكثر من الرجال في السوق المحلي.
 دراسات السلوك الاجتماعي: توضح أن المستخدمين – وخصوصًا الإناث – يميلون إلى قضاء وقت طويل في تصفح الملفات الشخصية قبل اتخاذ قرار بالتواصل.
 الإنفاق السنوي: ينفق المستخدمون في الولايات المتحدة في المتوسط حوالي 243 دولارًا سنويًا على اشتراكات مواقع الزواج والتعارف.
 نسبة الاشتراكات المدفوعة: 25-30% من المستخدمين على مستوى العالم يدفعون مقابل الاشتراك في ميزات مدفوعة على مواقع الزواج، مثل الرسائل غير المحدودة، وتحسين الملف الشخصي.

1. حساب TAM (Total Addressable Market):

يُقدر حجم سوق الزواج والتعارف عبر الإنترنت في السعودية بـ 800 مليون ريال سعودي لعام 2024.

النمو السنوي المركب للسوق هو 8.3%.

$TAM = 800$ مليون ريال سعودي (حجم السوق الكلي المتاح لعام 2024 في السعودية).

2. حساب SAM (Serviceable Available Market):

SAM هو الجزء من السوق المتاح والذي يمكن لموقعك خدمته فعليًا بناءً على عوامل مثل الجغرافيا والفئة المستهدفة.

الفئة العمرية التي تستهدفها هي 70% من السكان السعوديين ومع تزايد القبول الاجتماعي لفكرة الزواج عبر الإنترنت (70% من الفئة المستهدفة في المدن الكبرى)، سنأخذ هذه النسبة لحساب SAM.

$$SAM = TAM \times \text{نسبة الفئة المستهدفة.}$$

$$SAM = 800 \text{ مليون ريال} \times 70\%$$

$$SAM = 560 \text{ مليون ريال سعودي (السوق المتاح للخدمة).}$$

3. حساب SOM (Serviceable Obtainable Market):

SOM هو الجزء من السوق المتاح الذي يمكنك الحصول عليه بناءً على قدرتك التنافسية.

الحصة السوقية التي يمكن للمنصة الاستحواذ عليها في أول عام هي 2% من السوق المتاح (SAM)، نظرًا لأن السوق فيه منافسين محليين ودوليين.

$$SOM = SAM \times \text{نسبة الحصة السوقية المتوقعة.}$$

$$SOM = 560 \text{ مليون ريال} \times 2\%$$

$$SOM = 11.2 \text{ مليون ريال سعودي (السوق القابل للاكتساب).}$$

الخلاصة:

$$TAM \text{ (السوق الكلي القابل للاستهداف)} = 800 \text{ مليون ريال سعودي.}$$

$$SAM \text{ (السوق المتاح للخدمة)} = 560 \text{ مليون ريال سعودي.}$$

$$SOM \text{ (السوق القابل للاكتساب)} = 11.2 \text{ مليون ريال سعودي.}$$

الاتجاهات الحالية:

- من حيث الاتجاه للخيارات التقنية

سوق مواقع الزواج عبر الإنترنت في السعودية يعتبر جزءًا من قطاع التجارة الإلكترونية الأكبر، الذي يُقدَّر حجمه بأكثر من 14 مليار دولار أمريكي لعام 2024، ينمو بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ حوالي 10.1% حتى عام 2028.

استخدام التطبيقات: أكثر من 70% من المستخدمين يفضلون الوصول إلى مواقع الزواج والتعارف عبر تطبيقات الهواتف الذكية بدلاً من المتصفحات.

- من حيث الاتجاه الاجتماعي والنفسي

تشير التقديرات إلى أن حوالي 20% إلى 30% من الشباب في الفئة العمرية 18-35 عامًا في السعودية قد جربوا أو فكروا في استخدام مواقع الزواج والتعارف. هذا يعني أن هناك مئات الآلاف من المستخدمين النشطين المحتملين في السوق السعودي.

تشير إحصائيات Google Ads أن عدد الباحثين بعبارة "موقع زواج" في شهر يوليو الماضي فقط في المملكة 80.772 , وحوالي 60-70% من مستخدمي مواقع الزواج والتعارف يقومون بتسجيل الدخول إلى مواقع الزواج على الأقل مرة واحدة في الأسبوع، مما يعكس تفاعلًا مستمرًا مع المنصات. معايير البحث: 67% من المستخدمين يستخدمون معايير بحث مفصلة مثل الموقع الجغرافي، العمر، والتوجه الديني.

التحصيل العلمي: حوالي 60% من مستخدمي مواقع الزواج والتعارف يمتلكون شهادات جامعية أو أعلى.

الوضع الاجتماعي: ما يقرب من 40% من المستخدمين هم أفراد لم يسبق لهم الزواج، بينما يشكل الأشخاص المطلقون والمطلقات 30% من قاعدة المستخدمين.

- من حيث المنافسين:

هناك مواقع زواج محلية ودولية تعمل في السوق السعودي، لكن المجال كبير وواعد لتقديم خدمة متميزة تلبي احتياجات المجتمع بشكل أفضل. وبحسب إحصائيات Google Ads فإن المنافسة تتراوح من متوسطة إلى منخفضة

السوق المستهدف:

المرحلة الأولى (سنة):

الراغبين والراغبات في سن الزواج من السعوديين في المملكة العربية السعودية وهم الشريحة الأوسع في المجتمع

المرحلة الثانية (سنة):

الراغبين والراغبات في الزواج في المملكة والخليج

المرحلة الثالثة:

الانفتاح على الدول العربية وخلق الرغبة لتوسيع القاعدة الجماهيرية من خلال الزخم التسويقي

الفئات المستهدفة:

سيكون سوقنا المستهدف بشكل عام كل من هم في بداية سن الزواج إلى منتصف سن الستين ، هؤلاء يعتبرون فئة مستهدفة سواء لهم أو يبحثون لعوائلهم ، وبالتفصيل وتحليل المستخدمين في مواقع الزواج والتعارف فإنهم على النحو التالي:

- المطلقات والأرامل والمطلقين
- العاملات في وظائف متدنية
- الأمهات والآباء الذي يبحثون لأبنائهم وبناتهم
- السعوديين المقيمين في الخارج
- السعوديين في الداخل المستقرين خارج مناطقهم
- الجيل الجديد الذي لا يتقبل الطريقة التقليدية
- الباحثات عن عمل
- العاملات في المجال الطبي
- العوائل الغير ممتدة

- الراغبين في التعدد
- المتأخرات والمتأخرين عن سن الزواج
- المقيمين ذوي الوظائف المرموقة

المنافسة في السوق

المنافسين المحليين:

تطبيق موده

الإيجابيات:

- انتشار واسع
- سهولة وجاذبية للزائر من العنصر الرجالي

السلبيات

- مشاكل تقنية
- أرقام تسويقية غير حقيقية
- يصنف تقنيا كموقع تعارف ومواعدة فقط وليس موقع زواج
- لا يوجد أي معرفة أو خدمات لحلّول الزواج, فقط فتح نافذة للتواصل بين الجنسين
- خسارة المسجلين القدامى لتذيلهم قوائم البحث, ولعدم التواصل معهم ودعمهم ما بعد

التسجيل

الإيرادات: تبلغ إيرادات موقع موده في العام الحالي من العضويات المميزة فقط (1,660,000) ريال

تطبيق أواصر

الإيجابيات:

- الجدية والالتزام
- القيمة الاجتماعية لفكرة التطبيق

السلبيات:

- تجربة تسجيل غير جيدة

- انتشار ضيق جدا لشريحة مجتمعية واحدة لا يستهدف إلا 5% من المجتمع بحسب تصريحهم
- تقييم منخفض جدا للعملاء 1.9 من 5
- قيمة اشتراك عالية
- الإيرادات: إيرادات موقع أواصر تقدر ب (988,000) ريال
- المنافسين المحليين دون معايير المنافسة :
- موقع يوسف القعيط / 2 موظفين , الإيرادات (360,000) سنويا
- منصة تكاتف / موظف واحد , الإيرادات تقدر بـ (240,000)

المنافسين العالميين:

- Match group
- تطبيق خطابة
- صدفة sudfah

تحليل المنافسة:

- استمرارية أغلب المنافسين المحليين والدوليين لسنوات في السوق يدل على الجدوى المالية للنشاط وقابلية المشروع للاستدامة
- كل المنافسين المحليين لا يوجد لديهم تجربة مستخدم كاملة
- استمرارية الفئات المستهدفة في التسجيل في هذه المنصات مع ضعف التسويق وتدني التجربة
- ضعف الخوارزميات المتطورة والذكاء الاصطناعي قاسم مشترك في المنافسين المحليين
- عدم الوصول إلى الفئات المستهدفة بدقة في الغالب وهذا ما يشكل القاعدة الغالبة للمستخدمين الغير مرغوب فيهم

الميزة التنافسية (القيمة المضافة):

- تطبيق سعودي 100% يفهم خصوصية المجتمع السعودي واحتياجاته ويتمشى مع الذوق المحلي ويعكس الثقافة السعودية.
- الالتزام بالقيم , وهذا ما ينقص غالبية المواقع ويعكس صورة غير جيدة عنها
- نحن أول موقع زواج سعودي معزز بالذكاء الاصطناعي, الذي يزيد تحسين دقة التوافق بنسبة تصل إلى 30%, مما يزيد من رضا المستخدمين ومعدلات النجاح في العثور على الشريك المناسب.

- توفر تجربة مستخدم كاملة وخدمات ما بعد الخدمة , وهذا ما تفتقر له كل مواقع الزواج المحلية
- سهولة التسجيل
- سوف نقدم خدمات تكاملية تلبي احتياجات الباحث عن شريك , وهذا هو التوجه الملاحظ لكل التطبيقات الناجحة, وينقص مواقع الزواج المحلية
- نقوم بالوساطة والبحث والربط من قبل إدارة الموقع وليس فقط عن طريق بحث المستفيد
- نتواصل مع المستخدم بشكل شخصي لبناء الثقة وليس مجرد التواصل مع منصة آلية إلكترونية
- نقدم الخدمة الشخصية للطلبات الخاصة VIP هؤلاء فئة مستهدفة مغرية لم تفهم مواقع الزواج احتياجاتهم

التوقعات المستقبلية:

نمو السوق: من المتوقع أن تزيد الإيرادات في هذا القطاع بنسبة تتراوح بين 8% و12% سنوياً. في ضوء هذه التوقعات، يمكن أن تصل إيرادات السوق إلى 220-250 مليون دولار في السنوات القليلة المقبلة.

خلاصة

سوق مواقع الزواج والتعارف في السعودية واعد وينمو بوتيرة تصاعدية ويشهد تحولات كبيرة مع تغير العادات الاجتماعية وزيادة الاعتماد على التكنولوجيا. بوجود استراتيجيات تسعير مناسبة وخدمات عالية الجودة مع دعم تقني قوي، وتقديم قيمة مضافة للمستخدمين، وبناء الثقة، والالتزام بالمعايير الثقافية والاجتماعية، يمكن لموقع الزواج أن يكون استثماراً مربحاً.

الدراسة الإدارية:

الاسم التجاري:

باب نصيب / نصيب

شعار الشركة/ العلامة التجارية

الأهداف العامة لإدارة الموقع:

1. تحقيق العائد الاستثماري والوصول إلى الأهداف المالية
2. زيادة عدد المستخدمين المسجلين وتحقيق نمو مستدام

3. تحسين تجربة المستخدم وضمان تجربة مريحة وسهلة من خلال التطوير
4. تطبيق أعلى معايير الأمان: ضمان حماية بيانات المستخدمين
5. توسيع نطاق الخدمة واستكشاف فرص التوسع
6. بناء قاعدة عملاء مخلصين من خلال تقديم قيمة مضافة وخدمات متطورة تدفعهم للبقاء وتحديد الاشتراك.
7. تحقيق النمو المالي المستدام من خلال الابتكار والتحديث

الهيكل التنظيمي:

مجلس الإدارة:

رئيس مجلس الإدارة (الشريك المالي)/

المهام/

1. التمثيل الرسمي للشركة لدى الجهات الأخرى أو من ينيبه
2. التراخيص الرسمية والحكومية
3. استلام التقارير الدورية والقوائم المالية
4. تقييم الأداء المالي
5. ترأس المجلس والاجتماعات الدورية
6. تنمية الموارد
7. المهام المشتركة مع المدير التنفيذي

المدير التنفيذي/

المهام:

1. وضع السياسات والأنظمة العامة للإدارة
2. التطوير وتنمية العلامة التجارية
3. عضو مجلس الإدارة ومدير إدارة العمليات
4. التوظيف
5. التواصل مع الجهات الأخرى ذات العلاقة
6. إدارة المخاطر
7. تنمية العلاقات المهمة للعمل

8. التعامل المباشر مع الشريك التقني
9. المهام المشتركة مع رئيس مجلس الإدارة
- المهام المشتركة بين رئيس مجلس الإدارة والمدير التنفيذي/
1. وضع السياسات العامة والاستراتيجية للموقع وطبيعة عمله
2. اتخاذ القرارات الرئيسية
3. مراقبة تحقيق المستهدفات والخطط المستقبلية
4. إطلاق الحملات التسويقية
5. التفويض والصلاحيات
6. التسعير بعد أخذ التوصيات من الشخص المسؤول في الإدارة

الأعضاء/

1. / المدير التنفيذي ومدير العمليات
2. / عضو مرجح ومدير الشراكات والعلاقات والمحصل والممثل للشركة

المهام:

1. متابعة العمليات والأداء اليومي
2. إعداد التقارير اليومية والدورية
3. تنسيق الاجتماعات
4. مراقبة إدارة الحسابات
5. شؤون الموظفين
6. التوصيات والتصويت في القرارات الرئيسية
7. المراجعة والتدقيق

فريق العمل:

لتقليل تكاليف الرواتب وفريق العمل للموقع، يمكننا في البدلية تعيين مدير للعمليات واتباع البدائل التالية:

إدارة العمليات:

- مدير إدارة العمليات ومسؤول الاتصالات والدعم الفني

لتقليل تكاليف إدارة العمليات نقترح اعتماد البدائل التالية:

- استخدام أدوات إدارة المهام: يمكننا استخدام أدوات مثل Trello أو Asana لإدارة المشاريع وتنسيق سير العمل. هذه الأدوات تسهل التعاون عن بُعد وتقلل من الحاجة إلى توظيف موظفين لإدارة العمليات اليومية.
 - الدعم الفني عبر نظام إدارة العملاء (CRM): استخدام منصات CRM مثل Zendesk أو Freshdesk لإدارة استفسارات وشكاوى العملاء بشكل آلي. هذه الأنظمة توفر تذاكر دعم وتتيح الرد التلقائي على الأسئلة الشائعة.
 - الدردشة الآلية (Chatbots): تطبيق حلول الدردشة الآلية مثل Chatbot أو LivePerson للإجابة على الأسئلة المتكررة وتوجيه العملاء. يمكن للروبوتات الذكية المدعومة بالذكاء الاصطناعي حل نسبة كبيرة من الاستفسارات دون تدخل بشري.
 - الدعم الفني الخارجي (Outsourcing): التعاقد مع شركات تقدم خدمات دعم العملاء الخارجية. هذه الشركات توفر فرقاً متخصصة في التعامل مع استفسارات العملاء بأسعار أقل من توظيف فريق داخلي كامل.
 - الدعم عبر البريد الإلكتروني ونظام التذاكر: تقديم دعم فني عبر البريد الإلكتروني فقط، أو عبر نظام تذاكر إلكتروني يتتبع الشكاوى والاستفسارات ويخصص لها أوقات معالجة محددة. هذه الطريقة تقلل من الحاجة إلى موظفين دائمين.
 - أنظمة الرد الصوتي الآلي: تقديم دعم هاتفي باستخدام أنظمة الرد الصوتي، والتي توجه المستخدمين إلى الحلول المناسبة من خلال الخطوات المسجلة مسبقاً دون الحاجة لموظفي دعم مباشر.
 - الدعم الفني عبر التطبيقات المتكاملة: تقديم دعم مباشر داخل التطبيق نفسه باستخدام تطبيقات متكاملة مثل Intercom أو Drift. هذه التطبيقات تسمح بالرد الفوري على استفسارات المستخدمين داخل الواجهة الرئيسية للتطبيق أو الموقع.
- كلما زادت آلية الحلول والأنظمة، قلت الحاجة إلى فريق دعم كبير. يمكننا إدارة العمليات اليومية بكفاءة أعلى من خلال الاعتماد على الحلول الذكية التي توفر الاستجابة الفورية وتقلل من التكاليف الثابتة.
- المهام:
1. مباشرة التواصل مع العملاء من خلال لوحة التحكم وفي قنواتنا المعتمدة وإدارة سجلاتهم والتشغيل الفعلي للموقع
 2. الرد على الاتصالات والأسئلة والاستفسارات وطلب المساعدة والاستجابة السريعة والفعالة

3. الربط والتوفيق بين النماذج المتوافقة
4. خدمات ما بعد الخدمة: الاستطلاعات, رضى العميل, المحافظة على العميل, إرسال التذكيرات الدورية والعروض للمستفيدين
5. حل المشكلات الفنية والتقنية المعتادة التي تواجه العميل
6. زيادة معدل النجاح في التوفيق بين الشركاء
7. توفير تجربة مميزة للمستفيد وإرضاء المستفيدين وضمان تقديم أفضل الخدمات لهم.
8. زيادة الوعي بأهمية الخدمة والترويج لخدمات الموقع
9. الإبلاغ عن المشاكل التقنية واكتشافها
10. التواصل الاستباقي مع المستفيد غير النشط أو العميل المحتمل والبروفايالات المغلقة
11. رفع التقارير اليومية والدورية عن أداء العمل
12. إدارة الاشتراكات، تحديد الاشتراك، تغيير خطة الاشتراك، وإلغاء الاشتراك.
13. إبلاغ الإدارة المالية عن الحالات الناجحة في الربط لمتابعتها في التحصيل
14. التوصيات بما يتعلق بتجربة العملاء واحتياجاتهم وما يطور نموذج العمل
15. تلقي البلاغات عن الأعضاء الغير جيدين أو المرعجين ومعالجتها ورفع فيها إذا استدعى الموضوع

الإدارة المالية:

التعهد الخارجي: يمكننا الاتفاق مع شركة محاسبية تقدم خدمات مالية ومحاسبية بعقد سنوي. سيتولى هذا العقد مهام مثل: الفواتير، إعداد الضرائب، والتقارير المالية. هذا سيوفر تكاليف الرواتب الثابتة ويوفر خدمات احترافية بتكلفة أقل.

المهام:

1. المحاسبة والفوترة والتدقيق في العمليات اليومية وحساب الإيرادات وصافي الربح وقسمة المساهمين
2. التقييم الدوري وتحسين الأداء المالي: مؤشرات الأداء المالي (KPIs)
3. قياس الأداء: تحديد مؤشرات أداء رئيسية لقياس النجاح المالي مثل نسبة الإيرادات المتكررة (MRR)، معدل نمو الإيرادات السنوية (CAGR)، وهامش الربح الإجمالي.
4. تقييم الأداء الشهري/الربع سنوي: إجراء مراجعات شهرية وربع سنوية للأداء المالي لضمان تحقيق الأهداف المحددة وإجراء التعديلات اللازمة إذا تطلب الأمر.

5. التحليل المالي المتقدم: استخدام نماذج تحليل التعادل (Break-even analysis) وتحليل التدفق النقدي المخصوم (DCF) لتقدير القيمة المستقبلية للمشروع وتحليل نقاط القوة والضعف.
6. تقييم الاستثمار الرأسمالي: تحليل العوائد المتوقعة من الاستثمارات في تقنيات جديدة أو حملات تسويقية واسعة، وتحديد أولويات الاستثمار بناءً على العائد المتوقع.
7. التحصيل
8. حساب وصرف الالتزامات والرواتب والاتفاقيات مع شركات مزودي الخدمات
9. تحسين إدارة التكاليف لضمان تحقيق عائد استثماري إيجابي.
10. إدارة قنوات الدفع
11. التوصيات على القرارات المالية
12. إعداد الإقرارات الضريبية وضمان دفعها
13. إنشاء الميزانيات ومراجعتها وتقديمها.

الدعم التقني:

- موظف الـ IT - الشريك التقني - اتفاقية الدعم التقني السنوية
- لتقليل التكاليف يمكننا في الـ 6 أشهر الأولى على الأقل اعتماد البدائل التقنية والاتفاق مع شركات الدعم التقني.
- التعاقد مع شركة تقنية تقدم خدمات الدعم الفني والصيانة بعقد سنوي. ستقوم الشركة بصيانة الموقع، تحديثات الأمان، وحل المشكلات التقنية، والصيانة الدورية، مما يغني عن الحاجة إلى موظف IT داخلي.
- الخدمات السحابية المدارة: الاشتراك في خدمات سحابية توفر دعمًا فنيًا مستمرًا وصيانة تلقائية لمشاكل البرمجيات والتطبيقات، مما يقلل الحاجة لدعم داخلي متخصص.
- المساعدة الذاتية (Self-service Solutions): تقديم مكتبة واسعة من الأسئلة الشائعة (FAQs)، ومقاطع الفيديو التعليمية، ودلائل المستخدم. هذه الموارد تمكن العملاء من حل مشكلاتهم بأنفسهم دون الحاجة للتواصل المباشر مع فريق الدعم.
- التحليلات الاستباقية (Proactive Analytics): استخدام أنظمة تحليلات برمجية تستبق المشاكل الفنية المحتملة بناءً على سلوك المستخدمين. يمكن لهذه الأنظمة إشعار فريق الدعم أو حل المشكلات تلقائيًا قبل أن تتفاقم.

- التقنيات المالية (Fintech): دمج تقنيات الدفع الرقمي المتقدمة لزيادة كفاءة العمليات المالية وتحسين تجربة المستخدمين.

المهام:

- (1) مراقبة وصيانة الخوادم التي تستضيف الموقع والتطبيقات لضمان استمرارية الخدمة.
- (2) إدارة قواعد البيانات التي تخزن معلومات المستخدمين والبيانات الأخرى.
- (3) تنفيذ التحديثات البرمجية والتقنية لضمان تشغيل الموقع بأحدث الميزات وإصلاح الأخطاء.
- (4) تنفيذ تدابير الأمان لحماية بيانات المستخدمين ومنع الوصول غير المصرح به.
- (5) صد وتحليل التهديدات الأمنية والاستجابة للحوادث الأمنية.
- (6) تقديم الدعم الفني للمستخدمين لحل المشكلات التقنية غير المعتادة التي لا يستطيع فريق العمليات التعامل معها.
- (7) تنفيذ عمليات الصيانة الدورية لضمان استقرار النظام.
- (8) التعاون مع الإدارة لتحسين وتحديث ميزات الموقع والتطبيق.
- (9) استخدام أدوات تحليل البيانات لفهم سلوك المستخدمين وتحسين النظام.
- (10) مراقبة الأداء وتحسين سرعة التحميل.
- (11) حل المشكلات التقنية التي تؤثر على التسويق أو تجربة المستخدم.
- (12) تحليل كيفية تفاعل المستخدمين مع واجهة الموقع والتطبيق.
- (13) إدارة وتحديث أنظمة الدفع لضمان معاملاتها بسلاسة وأمان.
- (14) قياس نسبة المستخدمين النشطين active user.
- (15) دمج أدوات التحليل والتسويق مع النظام الرئيسي لجمع بيانات الأداء وتحسين الحملات التسويقية، إعداد أدوات تحليل البيانات مثل Google Analytics، وتكامل أدوات التسويق مثل CRM.
- (16) تنفيذ عمليات النشر عبر قنوات التواصل مع المستخدمين لتحديث النظام أو إدخال التغييرات أو الإعلانات وغيرها.
- (17) التدريب والدعم لفريق العمل على استخدام الأنظمة والأدوات التقنية.
- (18) تطوير وتنفيذ استراتيجيات الأمان السيبراني لحماية الموقع من التهديدات والهجمات.
- (19) التنسيق مع مزودي الخدمات التقنية مثل مقدمي خدمة الاستضافة ومزودي أدوات التحليل.

التسويق وإدارة المحتوى:

شراكة مع وكالة تسويق: بدلاً من توظيف فريق تسويق داخلي، يمكننا العمل مع وكالة تسويق بعقد سنوي. ستتولى الوكالة مهام إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، إنشاء المحتوى، وإدارة الحملات الرقمية، مما يقلل من الحاجة إلى توظيف موظفين بدوام كامل مع الحفاظ على جودة التسويق.

المهام:

1. إدارة حسابات التواصل الاجتماعي والمحتوى التفاعلي وربطهم بإدارة العمليات
2. التنسيق مع شركة التسويق ومباشرة الدعاية والإعلان وتشغيل الحملات التسويقية ومتابعتها لإعداد تقاريرها المالية ورفعها .
3. التوصيات في استراتيجية التسويق والوصول للشرريحة المستهدفة والتسعير للخدمات
4. إعداد التقارير الدورية للأداء
5. دراسة السوق والمنافسين.
6. الرد على ملاحظات الجمهور وتحويلها لقسم العمليات
7. دراسة عروض المنافسين: معرفة نقاط القوة والضعف لديهم وتحديد فرص التميز.
8. تقييم استراتيجيات التسعير: ضبط التسعير بناءً على تحليلات المنافسين.

نموذج العمل (Business Model)

بالنظر إلى السوق المحلي لتطبيقات النشاط فإنها تنقسم إلى نوعين من نماذج العمل:

1. تطبيقات تعارف شرعي أو مفتوح
2. تطبيقات ومواقع زواج

بدراسة السوق خلال 5 سنوات تبين أن نماذج عمل تطبيقات التعارف بشكل عام هي الأنجح والأكثر قابلية للاستدامة.

من هنا جاءت فكرة دمج النموذجين بشكل سلس في تطبيق واحد من خلال الخدمات التي يقدمها , فنحن نوفر للمستخدم حرية الاختيار مما يناسبه وفق الضوابط والمعايير وأيضاً نوفر له خدمة الوساطة المباشرة في البحث عن الشريك, هذا يمثل ميزة تنافسية , ويزيد من قاعدة الشرائح المستهدفة , وينوع مصادر الإيرادات للمنصة

بعض نماذج العمل (Business Models) التي يمكن أن تكون فعالة لمنصة زواج وتعارف:

أ. نموذج الاشتراك:

الوصف: يقدم الموقع خدمات أساسية مجانية مع خيار الاشتراك للوصول إلى ميزات إضافية.
التكلفة: اشتراك شهري أو 3 أشهر أو 6 أشهر أو سنوي.

المزايا: يوفر مصدر دخل ثابت ويشجع المستخدمين على الدفع للحصول على مزايا إضافية.

ب. الدفع لكل ميزة:

الوصف: تسجيل مجاني ويتعين على المستخدمين دفع رسوم لكل ميزة إضافية يستخدمونها مثل فتح إرسال رسائل، استخدام ميزات الذكاء الاصطناعي، أو الاطلاع على تفاصيل إضافية، أو زيادة عدد مرات التفضيل والاهتمام بملفات المستخدمين من الجنس الآخر.

التكلفة: رسوم تدفع عند الاستخدام.

المزايا: يتيح لك تحقيق دخل إضافي من المستخدمين الذين يرغبون في استخدام ميزات محددة.

ج. دفع لكل توفيق وربط: (النموذج الحالي للمنصة)

الوصف: تسجيل مجاني ويفرض الموقع رسومًا على كل حالة ربط وتوفيق بين الراغب والراغبة يتم تنسيقها عبر المنصة.

التكلفة: رسوم ثابتة لكل ربط 500 ريال، مع التعهد بسداد مبلغ 1500 ريال عن عقد الزواج

المزايا: يقدم مصدر دخل مباشر وثابت من الخدمة المخصصة.

د. عمولة على خدمات إضافية:

الوصف: يحصل الموقع على عمولة من الخدمات التي يقدمها شركاء خارجيون مثل الاستشارات، خدمات التوفيق، أو تقديم النصائح.

التكلفة: نسبة من الرسوم المدفوعة للخدمات.

المزايا: يتيح لك تحقيق دخل من الشراكات والخدمات الإضافية.

هـ. نموذج التسجيل بمقابل:

الوصف: التسجيل في المنصة برسوم تشمل خدماتها الأساسية والتواصل

التكلفة: يتراوح من 50 - 899 ويتطلب التجديد كل 3 أشهر أو 6 أشهر كما في بعض المواقع.

المزايا: ضمان استعادة تكلفة كل عميل مستحوذ عليه، إيراد ثابت

و. نموذج الدفع بعد تمام الخدمة:

الوصف: نموذج قائمة على الثقة بدرجة كبيرة مع وجود شروط وأحكام، شبيه بنموذج تحصيل (موقع

حراج) يقوم بتحصيل رسوم ما بعد عقد الزواج إما بمتابعة الحالة أو مبادرة من أحد الشريكين

التكلفة: تتراوح من 1,500 – 3,000 ريال

المزايا: مبلغ تحصيل مغري , بناء الثقة

التحليل:

كل نموذج من النماذج السابقة إذا عمل به لوحد فإنه سيفتقر لعدة عوامل : استهداف شرائح متعددة , فهم سلوك المستخدم , توفير الخدمات التكاملية

اختيار نموذج العمل المناسب

النموذج (أ) :

نموذج الاشتراك بشكل مطور وتكاملي:

مقدمة:

ما لم تستوعبه نماذج عمل التطبيقات المحلية أن الراغب والمقبل على الزواج يجب أن توفر له أحد الاحتياجات:

- إما حل لمشكلة: تأخر في الزواج , فشل زواج سابق , مشكلات أسرية تدفعه للبحث عن خيار آخر , تجارب نصب واحتيال من مدعيات الخطابة والوساطة , لديه طلبات خاصة يصعب توافرها بجهد شخصي , لديه مشكلة صحية أو إعاقة, مقيم خارج مجتمعه
 - وإما إضافة خدمة أو قيمة مميزة: سهولة إيجاد شريك, سهولة التواصل , خيارات متعددة , مساعدة في إيجاد الشريك , الوصول لمجتمعات بعيدة, الأمان والخصوصية.....
- كما أن من لديه الرغبة في البحث عن شريك يأتي ومعه مجموعة من التساؤلات والأفكار المغلوطة في بعض الأحيان, مثلاً: مواقع الزواج ليست بيئة صحية لإيجاد شريك , مقبل على فكرة التعدد لمجرد مشكلة أسرية عارضة , تعتقد أنها لا تستطيع الزواج بسبب عضل وليها لها, ما هي إجراءات الزواج بجنسية أخرى , اتفقت من خلال المنصة مع شريك على الزواج لكنه لا يريد تسجيله في النظام حالياً, وجدت في المنصة اختياري ولكن لا أريد أن يعلم أحد بأننا تعرفنا عبر الانترنت....

لذلك وجدنا أن نموذج **نموذج الاشتراك بشكل مطور وتكاملي** هو الأجدى مالياً , والأكثر قابلية للنجاح وكسب رضا المستخدم والوصول للشرائح الأوسع من الفئات المستهدفة والاستدامة, وهذا هو التوجه السائدة للأسواق (كل المنتجات تحت سقف واحد) (جميع الخدمات في مكان واحد)

نموذج الاشتراك بشكل مطور وتكاملي:

يراعي هذا النموذج طبيعة السوق والفئة المستهدفة وسلوكيات المستخدم , وجوانب التفكير (المنطقي , العاطفي) للعميل المحتمل , يقوم على تقديم خدمات التعارف لغرض الزواج بشكل مجاني لجذب

المستخدمين، مع توفير ميزات وخدمات إضافية مدفوعة عبر اشتراكات متنوعة. الهدف هو تحقيق إيرادات من خلال الاشتراكات، وخدمات VIP، ورسوم ما بعد الزواج، والاستشارات، والإعلانات.

أ. الصفحة الرئيسية:

تصميم جذاب وبسيط لواجهة المستخدم (UI/UX): يظهر القيم الأساسية: الشفافية، الأمان، والمصداقية.

يرز الخدمات الأساسية ويشجع على التسجيل من خلال إمكانية تصفح ملفات الأعضاء دون إمكانية التفاعل معها.

نموذج تسجيل سريع: يتيح للمستخدمين الانضمام بسهولة، زر تسجيل بارز يسهل على الزائرين بدء عملية التسجيل.

الشريط السفلي الثابت ويحتوي على: استكشف، المجتمعات، الرسائل، التفضيلات، الاستشارات الشريط العلوي الثابت ويحتوي على: صورة البروفايل، أيقونة الإشعارات عرض مختصر للخدمات المدفوعة: لجذب المستخدمين للاشتراك في الباقات.

ب. تجربة المستخدم (User Journey):

التسجيل وإنشاء الحساب:

عملية تسجيل سريعة: تشمل إدخال المعلومات الأساسية مثل الاسم، البريد الإلكتروني، وكلمة المرور، أو حساب google.

تفعيل الحساب: من خلال البريد الإلكتروني أو رسالة نصية لضمان صحة البيانات المدخلة.

إعداد الملف الشخصي: يتضمن رفع الصور، إدخال المعلومات الشخصية، تحديد التفضيلات والشروط. البحث والتفاعل:

نظام بحث متقدم: يسمح بتحديد معايير البحث مثل العمر، الموقع الجغرافي، الهوايات، والقيم.

اقتراحات ذكية: يعرض الموقع اقتراحات لشركاء محتملين بناءً على تفضيلات المستخدم.

التفاعل مع المستخدمين: من خلال الاهتمام وبعدها الرسائل، الإعجابات.

منشورات المشتركين:

إمكانية كتابة قصيرة على شكل ستوري 24 ساعة، تظهر في أعلى صفحة البحث، متاحة لمشاركي

الباقات، لظهور أعلى

الاشتراك في الباقات:

عرض ميزات الباقات المدفوعة: تحفيز المستخدمين على الاشتراك من خلال إظهار فوائد الاشتراكات مثل زيادة فرص التواصل، ظهور الملف الشخصي في أول نتائج البحث، والوصول إلى مزايا حصرية. نظام دفع بسيط وآمن: يتيح للمستخدمين الاشتراك بسهولة من خلال البطاقات الائتمانية أو وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى.

استخدام الخدمات المدفوعة:

حجز الاستشارات: يمكن للمستخدمين حجز جلسات استشارية بسهولة من خلال الموقع، مع اختيار المستشار المناسب بناءً على تقييمات وآراء المستخدمين الآخرين. خدمات VIP: توفر تجربة مستخدم فاخرة تشمل دعمًا مخصصًا، وميزات حصرية مثل التحكم الكامل في خصوصية الملف الشخصي.

ج. المراحل التي سيمر بها المستخدم

مرحلة التسجيل والبدء:

التسجيل في الموقع: ملء البيانات الأساسية وتفعيل الحساب.

إنشاء الملف الشخصي: إدخال البيانات الشخصية ورفع الصور.

استكشاف الموقع: الاطلاع على خدمات الموقع والبدء في الاستخدام

في هذه المرحلة يصل المشترك للاستخدام الفعلي للتطبيق ويظهر خلاله:

الشريط السفلي الثابت ويشمل:

- 1- استكشف: أيقونة تذهب بك إلى صفحة الترشيحات والبحث المتقدم تظهر فيه بروفايلات المرشحين خوارزمية من الطرف الآخر وإمكانية تحديد معايير البحث، النتائج الأولية لمشاركي VIP والعضويات المميزة
- 2- استعن بي: أيقونة تذهب بك الخدمة الرئيسية الثانية في التطبيق وهي تولي مهمة البحث من قبل المنسقات وفيها عرض للباقات للاستفادة من الخدمة
- 3- الرسائل: أيقونة تدخلك لسجل المراسلات يحتوي على قسمين: المهتمون بي، والرسائل بينك وبين من بدأت المحادثة معه بعد أن قبل اهتمامك مع عدد محدود للمستخدم الأساسي
- 4- مجتمعات: أيقونة تدخلك لعالم من المجتمعات المتنوعة مشابة ل مجتمعات Tinder كنوع متخصص من البحث، تجد فيها من يشاركونك القيم أو الظروف أو الاهتمامات
- 5- الاستشارات: أيقونة إلى نافذة عالم الاستشارات والمستشارين بأقسام:

- الاستشارات الأسرية
- الاستشارات القانونية
- استشارات العلاقات الخاصة
- أسأل المأذون
- اختبارات الجاهزية النفسية للزواج

الشريط العلوي الثابت ويشمل:

1. صورة البروفايل: وبالضغط عليها تذهب إلى الملف الشخصي للمستخدم ويتكون من:

أ. المعلومات الأساسية:

- الاسم أو اللقب المستعار, الصور الشخصية, المعلومات الشخصية, تعديل الملف, إعدادات الإشعارات, الحالة, المجتمعات المنضم لها, معلومات الاشتراك, رقم المستخدم, الوصف الشخصي, الصفات المطلوبة في الشريك
- إعدادات الملف الشخصي:

أ. إعدادات الخصوصية:

من يمكنه رؤية ملفك الشخصي:

خيارات الخصوصية: الجميع، المستخدمين المدفوعين فقط، أو المستخدمين الذين تمت الموافقة عليهم. من يمكنه إرسال الرسائل:

السماح للجميع بإرسال الرسائل أو فقط للمستخدمين المشتركين في باقات معينة.

عرض الصور:

تحديد من يمكنه عرض الصور الشخصية أو الصور الإضافية (عامة، خاصة، أو مخصصة).

إخفاء الظهور:

خيار لإخفاء حالة النشاط مثل "متصل الآن" أو آخر ظهور للمستخدم.

ب. إعدادات الحساب:

تغيير كلمة المرور:

تحديث كلمة المرور بشكل دوري لضمان أمان الحساب.

تحديث البريد الإلكتروني/الهاتف:

تحديث معلومات الاتصال الأساسية لضمان القدرة على استعادة الحساب عند الحاجة.

إغلاق الحساب:

خيار لتعطيل الحساب مؤقتًا أو حذفه نهائيًا.

تسجيل الخروج

2- أيقونة الإشعارات: في الشريط العلوي تذهب بك إلى صفحة تشمل 3 أنواع من الإشعارات:

1. إشعارات البريد الإلكتروني: من النظام والإدارة , والتحديثات والتذكير بالاشتراكات

2. المهتمون: من قام بالاهتمام بي

3. خانة الطلبات الخاصة والتواصل مع المنسقة للمشاركين في الباقات

3. تجربة المستخدم في الملف الشخصي:

4. آلية إدارة العمليات اليومية في الملف الشخصي:

أ. مراجعة المحتوى:

فحص المحتوى:

فريق مخصص لمراجعة الصور والمعلومات المدخلة للتأكد من مطابقتها لسياسات الموقع.

إدارة البلاغات:

التعامل مع البلاغات المتعلقة بمحتوى غير ملائم أو مشبوه واتخاذ الإجراءات اللازمة.

مرحلة التفاعل والبحث:

البحث عن الشريك المثالي: استخدام أدوات البحث المتقدمة للعثور على الشريك المناسب.

التفاعل مع الأعضاء الآخرين: إرسال رسائل، إبداء الإعجاب،.

مرحلة الاشتراك في الباقات:

استعراض الخدمات المدفوعة: الاطلاع على الباقات والميزات الإضافية.

إتمام عملية الاشتراك: الدفع الإلكتروني والاشتراك في الباقات المناسبة.

عرض النشاطات: تتبع من زار الملف الشخصي أو تفاعل معه.

المراسلات:

إدارة الرسائل: قراءة وإرسال الرسائل مع إمكانية تصفية الرسائل غير المرغوب فيها.

إشعارات النشاط: تنبيهات حول الرسائل الجديدة والتفاعل مع الملف الشخصي.

الاستشارات:

حجز الجلسات: عرض قائمة المستشارين المتاحين وحجز جلسات استشارية بأقسامها.

تقييم المستشارين: عرض تقييمات المستشارين من قبل المستخدمين الآخرين.

أهداف إضافة قسم الاستشارات :

- زيادة موثوقية المنصة وصنع هوية أكثر رصانة
- كسب فئة المختصين والأكاديميين الذين لهم دور مؤثر في نقل صورة إيجابية عن المنصة
- تنوع مصادر الإيرادات
- تحليل الشخصية: يشير 45% من المستخدمين إلى أن التحليلات النفسية المستندة إلى اختبارات الشخصية قد ساعدتهم في العثور على شركاء أكثر توافقًا.

المساعدة والدعم:

- الأسئلة الشائعة: قسم يحتوي على إجابات للاستفسارات الشائعة.
- دعم العملاء: الوصول السريع إلى دعم العملاء عبر الدردشة أو البريد الإلكتروني.
- الاشتراك في الباقات:

تحفيز المستخدمين للترقية: عرض ميزات الباقات المدفوعة والفوائد التي تقدمها.

العضوية المميزة	باقعة الشهر	باقعة 3 أشهر	باقعة 6 أشهر	باقعة سنة
خدمات VIP	باقعة 3 أشهر	باقعة 6 أشهر		

حجز الاستشارات: سهولة الوصول إلى صفحة المستشارين

خدمات VIP: تجربة خاصة مع دعم مميز، وتولي مهمة البحث نيابة عن المشترك، وحزمة من الميزات:

- البحث عن شريك بواسطة المنسقة
- الإعلان مجاناً في قنوات التواصل
- إخفاء الحالة
- وصول ديموغرافي لا محدود
- جلسة استشارية مجانية
- منشورات ستوري مجانية في أول الصفحة الرئيسية
- ظهور في أعلى البحث في كل الصفحات
- وسم VIP على رأس البروفايل

مرحلة النجاح:

تسجيل النجاح وتحقيق الزواج.

تحصيل دفع رسوم ما بعد الزواج

هـ. الاستشارات:

الاستشارات: تتوفر بثلاثة مستويات من حيث السعر.

اشترك العائلات:

بإمكان الأم أو الأب التسجيل لأبنائهم أو بناتهم لشخص واحد أو أكثر مع خصم خاص للعائلات

5. آلية إدارة العمليات اليومية والتواصل مع المشتركين في الباقات

أ. إدارة العمليات اليومية:

مراقبة الاشتراكات: تتبع الاشتراكات المدفوعة وتجديدها، مع إرسال إشعارات للمشاركين عند اقتراب انتهاء اشتراكاتهم.

ب. التواصل مع المشتركين في الباقات:

إشعارات الدفع والتجديد: إرسال تذكيرات للمشاركين بتجديد اشتراكاتهم قبل انتهاء الفترة.

تقديم العروض الترويجية: عروض وخصومات خاصة على الباقات عبر البريد الإلكتروني أو الإشعارات داخل الموقع.

استطلاعات الرأي السريعة: جمع ملاحظات المستخدمين حول تجربتهم لتحسين الخدمات.

دعم VIP مخصص: تقديم دعم فوري ومخصص لمشاركين باقات VIP من خلال دعم متخصص.

6- مؤشرات الالتزام بالقيم:

- من خطوات التسجيل الأساسية: الموافقة على التعهد والقسم بأن الغرض من التسجيل الزواج
 - مراجعة الملفات الشخصية: تمر الملفات الشخصية بمراجعة دورية لضمان أن الصور والمعلومات المقدمة تلتزم بالقيم ، ولا تتضمن محتوى غير لائق.
 - إبلاغ سريع: تمكين المستخدمين من الإبلاغ عن السلوكيات غير اللائقة بسهولة، مع اتخاذ إجراءات سريعة من قبل فريق الموقع للتحقق ومعالجة الشكاوى.
 - التواصل بالرسائل مقيد إلى حين قبول الطرف الثاني لاهتمام قبول الطرف الأول
 - مراقبة محتوى رسائل المحادثات من خلال الذكاء الاصطناعي وقياس المشاعر لضمان خلو محتوى المحادثات من غير اللائق، مع تنبيه المستخدمين بشكل آلي عند انتهاك المعايير.
 - إضافة تنبيهات أخلاقية قبل بدء المحادثات الخاصة، تذكّر المستخدمين بضرورة الالتزام بالقيم الإسلامية. تنبيه: أتعهد بأن غرضي من التواصل هو الزواج.
 - اشتراكات العائلات: ستزيد نسبة الموثوقية وتشكل فئة مؤثرة على قاعدة المستخدمين
 - الاستشارات: توفير الخدمات الاستشارية تزيد من رصانة المنصة وتعزيز الشخصية الجدية للهوية
- التصور الكامل عن المنصة

- الشروط والأحكام: فيها العديد من البنود التي تحفظ حق المستخدم ضد التعدي وتعطي صلاحيات الرد النظامي ضد الانتهاكات بما يحفظ حقوق الأطراف.
- في خطة التوسع: إمكانية ربط التسجيل برقم الهوية أو النفاذ الوطني

الخلاصة:

نموذج العمل لتطبيق نصيب يقوم على تقديم خدمة مجانية جذابة، مع التركيز على تحفيز المستخدمين للاشتراك في الخدمات المدفوعة مثل العضويات المميزة وخدمات VIP. يتطلب المشروع بنية تحتية تقنية قوية، فريق عمل متكامل، واستراتيجية تسويقية محكمة. تجربة المستخدم مصممة لتكون سلسلة ومليئة بالفرص للتفاعل مع الشركاء المحتملين، مع الحفاظ على خصوصية وأمان البيانات. إدارة العمليات اليومية تعتمد على مراقبة الأداء، تقديم الدعم، وتحسين الخدمات باستمرار، مع التأكد من التواصل الفعال مع المشتركين وتقديم تجربة مميزة لهم.

استراتيجية التسعير:

- بناءً على المعطيات التنافسية في السوق وتكلفة الاستحواذ على العميل والتكاليف: العضوية المميزة: يمكن تقديمها بسعر 89 ريالاً شهرياً، وهو أقل من بعض المنافسين الذين يفرضون 100 ريال شهرياً، مع تقديم ميزات تنافسية جذابة لتمييز الموقع.
- العضوية VIP: ستكون بسعر تنافسي (بين 699 و 799 ريال) لمدة 3 أشهر، حيث يمكن تمييز هذه الباقة عبر تقديم خدمات مخصصة أكثر من المنافسين.
- رسوم التنسيق: تقديم رسوم مرنة بين 500 إلى 1500 ريال بناءً على جودة وتفصيل الخدمات المقدمة.

تأثير المنافسة والتسعير المرن:

- يمكن تقديم خصومات أو عروض ترويجية محدودة لضمان استمرارية العملاء وزيادة معدل التجديد، من 10% إلى 50% على الاشتراكات.
- أيضاً يمكن تقديم فترات تجريبية مجانية لجذب العملاء الجدد، على أن يتم تحديد فترة التجربة بأسبوع أو 10 أيام.

تغيير التسعير:

- احتمالية تحديث التسعير بعد 6 أشهر بخطة بإطلاق لتحديثات جديدة وبعض التغييرات التسهيلية في تجربة المستخدم مع عرض لمدة شهر بزيادة شهر مجاني في الاشتراك، يمكن في هذه الخطوة

الإعلان عن إضافة ميزة الذكاء الاصطناعي لتسهيل قابلية رفع التسعير, وهذه الخطة تزيد نسبة 23% المشتركين في عضوية التميز بحسب التجارب السابقة

- تمت مراعاة نسبة التضخم في حاسبة التسعير للخدمات والباقات

الاستنتاج:

استراتيجية التسعير التي تعتمد على تحليل التكاليف تضمن تغطية جميع النفقات التشغيلية مع تحقيق أرباح متوقعة تعزز استدامة المشروع. السيناريوهات المتفائلة وحتى الأقل تفاؤلاً تظهر قدرة المشروع على تحقيق ربحية جيدة، مما يعزز جاذبية المشروع للاستثمار المالي.

الخطة المالية

أهداف الخطة المالية:

1. تحقيق إيرادات مستدامة: هدف سنوي وهو تحقيق إيرادات سنوية (1,500,000) كحد أدنى مع خطة للزيادة بنسبة 20% إلى 30% كل سنة.
2. تنوع مصادر الإيرادات.
3. تحقيق نقطة التعادل على المدى القصير: الوصول إلى نقطة التعادل (Break-even point) خلال السنة الأولى (من 8 إلى 11 شهر) ، حيث تغطي الإيرادات كافة التكاليف التشغيلية.
4. هوامش الربح: تحقيق هوامش ربح صافية تتراوح بين 25-35% كحد أدنى بعد تغطية جميع التكاليف.
5. تقليل وإدارة التكاليف: الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف من خلال البدائل التقنية وشركات مزودي الخدمات وتحسين العمليات وزيادة كفاءة التسويق والدعم الفني.
6. النمو وزيادة قاعدة المستخدمين: زيادة عدد المستخدمين النشطين بنسبة معينة كل سنة (20-30%)، مما يزيد من الإيرادات بشكل تدريجي.
7. التوسع الديموغرافي.
8. زيادة القيمة السوقية: الهدف طويل الأمد: تحقيق قيمة سوقية (5 سنوات) من خلال تحسين الأداء المالي واستقطاب استثمارات.

9. جذب مستثمرين: بناء نموذج مالي مستدام وجذاب لجذب المستثمرين أو صناديق رأس المال الجريء لدعم التوسع والنمو السريع.
10. إدارة التدفقات النقدية: الحفاظ على تدفق نقدي إيجابي وضمان توافر السيولة الكافية لتغطية النفقات التشغيلية بشكل مستمر دون الحاجة للاقتراض.
11. إدارة المخاطر: تكوين احتياطات مالية لمواجهة أي تحديات أو ظروف غير متوقعة.
12. استدامة الإيرادات: بتحقيق معدلات تجديد عالية للاشتراكات والحفاظ على معدل تجديد الاشتراكات السنوية من 20% إلى 30%، مما يعزز من استدامة الإيرادات.

دراسة الجدوى والتحليل المالي

رأس المال التأسيسي:

50,000 ريال من صاحب المشروع + 350,000 ريال من الشريك المستثمر = 400,000 ريال.

1. الإيرادات المتوقعة للسنة الأولى

أ. اشتراكات العضوية المميزة

عدد المستخدمين المتوقع: 30,000 إلى 50,000 مستخدم.

باقة شهر (89 ريال):

نسبة الاشتراك: 20% من المستخدمين الأساسيين.

معدل التجديد:

25% يجددون للشهر الثاني.

17% يجددون للشهر الثالث.

9% يجددون للشهر الرابع.

4% يجددون للشهر الخامس.

البند	الحد الأدنى (30,000)	الحد الأقصى (50,000)
	مستخدم	مستخدم

عدد المشتركين (20%)	6,000 مستخدم	10,000 مستخدم
إيرادات الشهر الأول (89 ريال)	534,000 ريال	890,000 ريال
عدد المجددين (25%)	1,500 مستخدم	2,500 مستخدم
إيرادات الشهر الثاني (89 ريال)	133,500 ريال	222,500 ريال
عدد المجددين (17%)	255 مستخدم	425 مستخدم
إيرادات الشهر الثالث (89 ريال)	22,695 ريال	37,825 ريال
عدد المجددين (9%)	23 مستخدم	38 مستخدم
إيرادات الشهر الرابع (89 ريال)	2,047 ريال	3,392 ريال
عدد المجددين (4%)	9 مستخدمين	15 مستخدم
إيرادات الشهر الخامس (89 ريال)	801 ريال	1,335 ريال
إجمالي الإيرادات	693,043 ريال	1,155,057 ريال

باقية 3 أشهر (179 ريال):

نسبة الاشتراك: 3% من المستخدمين الأساسيين.

البند	الحد الأدنى (30,000 مستخدم)	الحد الأقصى (50,000 مستخدم)
عدد المشتركين (3%)	900 مستخدم	1,500 مستخدم
إيرادات الباقية (179 ريال)	161,100 ريال	268,500 ريال

باقية 6 أشهر (350 ريال):

نسبة الاشتراك: 1.5% من المستخدمين الأساسيين.

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد المشتركين (1.5%)	450 مستخدم	750 مستخدم
إيرادات الباقة (350 ريال)	157,500 ريال	262,500 ريال

باقة سنة (550 ريال):

نسبة الاشتراك: 0.25% من المستخدمين الأساسيين.

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد المشتركين (0.25%)	75 مستخدم	125 مستخدم
إيرادات الباقة (550 ريال)	41,250 ريال	68,750 ريال

ب. إيرادات خدمات VIP

الباقة الأولى (789 ريال مع خصم 100 ريال):

صافي الإيرادات: 689 ريال.

نسبة الاشتراك: 1% من المستخدمين الأساسيين.

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد المشتركين (1%)	300 مستخدم	500 مستخدم
إيرادات الباقة (689 ريال)	206,700 ريال	344,500 ريال

الباقة الثانية (1115 ريال مع خصم 150 ريال):

صافي الإيرادات: 965 ريال.

نسبة الاشتراك: 0.25% من المستخدمين الأساسيين.

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد المشتركين (0.25%)	75 مستخدم	125 مستخدم

إيرادات الباقية (965 ريال)	72,375 ريال	120,625 ريال
----------------------------	-------------	--------------

ت. إيرادات رسوم ما بعد الزواج

الرسوم: 1,170 ريال صافي (بعد خصم 250 ريال كعمولة و 80 ريال هدية تهنئة الزواج).

نسبة النجاح: 2% من المستخدمين.¹

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد الزيجات الناجحة (2%)	600 زيجة	1,000 زيجة
إيرادات رسوم الزواج	702,000 ريال	1,170,000 ريال

ث. إيرادات الاستشارات

الباقية الأولى (89 ريال $\times$ 20% = 17.8 ريال):

نسبة الاشتراك: 3% من المستخدمين.

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد الحجوزات (3%)	900 حجز	1,500 حجز
إيرادات الباقية (17.8 ريال)	16,020 ريال	26,700 ريال

الباقية الثانية (129 ريال $\times$ 20% = 25.8 ريال):

نسبة الاشتراك: 2% من المستخدمين.

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد الحجوزات (2%)	600 حجز	1,000 حجز
إيرادات الباقية (25.8 ريال)	15,480 ريال	25,800 ريال

الباقية الثالثة (279 ريال $\times$ 20% = 55.8 ريال):

نسبة الاشتراك: 1% من المستخدمين.

¹ بحسب دراسة د. عبدالله البكر الخبير في تقنيات الأمن السيبراني

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد الحجوزات (1%)	300 حجز	500 حجز
إيرادات الباقية (55.8 ريال)	16,740 ريال	27,900 ريال

ج. إيرادات الإعلانات

إعلانات المستخدمين:

نسبة الإعلان: 2% من المستخدمين.

قيمة الإعلان: 100 ريال (50 ريال للمشاركين).

البند	الحد الأدنى (30,000) (مستخدم)	الحد الأقصى (50,000) (مستخدم)
عدد المعلنين (2%)	600 مستخدم	1,000 مستخدم
إيرادات الإعلانات	45,000 ريال	75,000 ريال

إعلانات المعلنين الخارجيين:

إيرادات شهرية: 1,500 ريال.

البند	الإيرادات السنوية
إيرادات الإعلانات الخارجية	18,000 ريال

ج. إيرادات خدمة المأذون

إيرادات شهرية: 3,000 إلى 5,000 ريال.

البند	الإيرادات السنوية
إيرادات خدمة المأذون	36,000 - 60,000 ريال

الإجمالي السنوي للإيرادات المتوقعة:

البند	الحد الأدنى	الحد الأقصى
اشتراكات العضوية المميزة	1,052,893 ريال	1,755,307 ريال
خدمات VIP	279,075 ريال	465,125 ريال

رسوم ما بعد الزواج	702,000 ريال	1,170,000 ريال
إيرادات الاستشارات	48,240 ريال	80,400 ريال
إيرادات الإعلانات	63,000 ريال	93,000 ريال
إيرادات خدمة المأذون	60,000 - 36,000 ريال	
إجمالي الإيرادات	2,181,208 -	3,623,832 -
	2,205,208 ريال	3,647,832 ريال

2. المصروفات والتكاليف المتوقعة للسنة الأولى

أ. المصاريف التأسيسية:

البند	التكاليف
إنشاء وتطوير الموقع	150,000 - 120,000 ريال
الحملة التسويقية	150,000 - 120,000 ريال
عقد إدارة المحتوى والتسويق	35,000 ريال
عقد الإدارة المالية	30,000 ريال
الصيانة والتشغيل	30,000 ريال
الترتيبات القانونية والاستشارات	15,000 ريال
الاشتراكات الحكومية والتقنية	5,000 ريال
دراسة الجدوى والتدريب	10,000 ريال
الأجهزة والإنترنت والفواتير	12,000 ريال
إدارة المخاطر	20,000 ريال
إجمالي المصاريف التأسيسية	457,000 - 397,000 ريال

ب. المصاريف التشغيلية:

البند	التكاليف السنوية
الإدارة والرواتب	108,000 ريال
تكلفة الاستحواذ على العميل	154,250 ريال

إجمالي المصاريف التشغيلية	262,250 ريال
---------------------------	--------------

3. صافي الأرباح والتحليل المالي

أ. إجمالي الإيرادات السنوية:

الحد الأدنى: 2,181,208	2,205,208 ريال.
الحد الأقصى: 3,623,832	3,647,832 ريال.

ب. إجمالي المصروفات السنوية:

الحد الأدنى: 659,250 ريال (المصاريف التأسيسية + التشغيلية).

الحد الأقصى: 719,250 ريال (المصاريف التأسيسية + التشغيلية).

ج. صافي الأرباح قبل خصم 20% للتطوير والتسويق:

البند	الحد الأدنى	الحد الأقصى
الإيرادات	2,181,208 ريال	3,623,832 ريال
المصروفات	659,250 ريال	719,250 ريال
صافي الأرباح	1,521,958 ريال	2,964,582 ريال

د. خصم 20% للتطوير والتسويق:

البند	الحد الأدنى	الحد الأقصى
20% من صافي الأرباح	304,392 ريال	592,916 ريال
صافي الأرباح بعد الخصم	1,217,566 ريال	2,371,666 ريال

هـ. توزيع الأرباح: (السنة الأولى فقط)

البند	الحد الأدنى	الحد الأقصى
نسبة صاحب الموقع (35%)	426,148 ريال	830,083 ريال
نسبة الشريك المستثمر (65%)	791,420 ريال	1,541,583 ريال

4. العائد الاستثماري ومدة الاسترداد

أ. العائد الاستثماري (ROI):

التكلفة الاستثمارية: 400,000 ريال (50,000 ريال من صاحب المشروع + 350,000 ريال من الشريك المستثمر).

السيناريو صافي الأرباح بعد الخصم

السيناريو	الإيرادات	التكلفة الاستثمارية	العائد الاستثماري (ROI)
الحد الأدنى	1,217,566 ريال	400,000 ريال	304.4%
الحد الأقصى	2,371,666 ريال	400,000 ريال	592.9%

ب. مدة الاسترداد:

السيناريو	التكلفة الاستثمارية	صافي الأرباح بعد الخصم	مدة الاسترداد
الحد الأدنى	400,000 ريال	1,217,566 ريال	أقل من سنة
الحد الأقصى	400,000 ريال	2,371,666 ريال	أقل من سنة

5. التدفق النقدي الداخل والخارج

التدفق النقدي الداخلي: 2,181,208 ريال إلى 3,647,832 ريال.

التدفق النقدي الخارجي: 659,250 ريال إلى 719,250 ريال.

6. تقسيم مبلغ الأرباح بين صاحب الموقع والشريك المستثمر

بعد خصم 20% من الأرباح لتطوير الموقع وزيادة ميزانية الإعلانات:

البند	الحد الأدنى	الحد الأقصى
نسبة صاحب الموقع (35%)	426,148 ريال	830,083 ريال
نسبة الشريك المستثمر (65%)	791,420 ريال	1,541,583 ريال

الدراسة المالية المتحفظة "الأقل تفاؤلاً" (توقع تسجيل 10,000 مستخدم في السنة الأولى)

1. الإيرادات المتوقعة للسنة الأولى:

أ. اشتراكات العضوية المميزة:

عدد المستخدمين المتوقع: 10,000 مستخدم.

نسبة الاشتراك:

باقة شهرية (89 ريال): 20% من المستخدمين.

باقة 3 أشهر (179 ريال): 3% من المستخدمين.

باقة 6 أشهر (350 ريال): 1.5% من المستخدمين.

باقة سنوية (550 ريال): 0.25% من المستخدمين.

إيرادات باقة الشهرية:

عدد المشتركين: 2,000 مستخدم.

إيرادات الشهر الأول: $2,000 \times 89$ ريال = 178,000 ريال.

معدل التجديد للشهر الثاني: 25% (500 مستخدم) $\times 89$ ريال = 44,500 ريال.

معدل التجديد للشهر الثالث: 17% (85 مستخدم) $\times 89$ ريال = 7,565 ريال.

معدل التجديد للشهر الرابع: 9% (8 مستخدمين) $\times 89$ ريال = 712 ريال.

معدل التجديد للشهر الخامس: 4% (3 مستخدمين) $\times 89$ ريال = 267 ريال.

إجمالي إيرادات باقة الشهرية: 231,044 ريال.

إيرادات باقة 3 أشهر:

عدد المشتركين: 300 مستخدم.

إيرادات: 300×179 ريال = 53,700 ريال.

إيرادات باقة 6 أشهر:

عدد المشتركين: 150 مستخدم.

إيرادات: 150×350 ريال = 52,500 ريال.

إيرادات باقة السنة:

عدد المشتركين: 25 مستخدم.

إيرادات: 25×550 ريال = 13,750 ريال.

إجمالي إيرادات الاشتراكات المميزة:

$$350,994 = 13,750 + 52,500 + 53,700 + 231,044 \text{ ريال.}$$

ب. إيرادات خدمات VIP:

نسبة الاشتراك: 1% من المستخدمين.

الباقية الأولى (689 ريال):

عدد المشتركين: 100 مستخدم.

$$\text{الإيرادات: } 689 \times 100 = 68,900 \text{ ريال.}$$

الباقية الثانية (965 ريال):

عدد المشتركين: 25 مستخدم.

$$\text{الإيرادات: } 965 \times 25 = 24,125 \text{ ريال.}$$

إجمالي إيرادات خدمات VIP:

$$93,025 = 24,125 + 68,900 \text{ ريال.}$$

ت. إيرادات رسوم ما بعد الزواج:

نسبة النجاح: 2% من المستخدمين (200 مستخدم).

الرسوم: 1,170 ريال.

إيرادات رسوم الزواج:

$$1,170 \times 200 = 234,000 \text{ ريال.}$$

ث. إيرادات الاستشارات:

نسبة الاشتراك:

الباقية الأولى (17.8 ريال): 3% من المستخدمين.

الباقية الثانية (25.8 ريال): 2% من المستخدمين.

الباقية الثالثة (55.8 ريال): 1% من المستخدمين.

الباقية الأولى (17.8 ريال):

عدد الحجوزات: 300 حجز.

$$\text{إيرادات: } 17.8 \times 300 = 5,340 \text{ ريال.}$$

الباقية الثانية (25.8 ريال):

عدد الحجوزات: 200 حجز.

إيرادات: 200×25.8 ريال = 5,160 ريال.

الباقية الثالثة (55.8 ريال):

عدد الحجوزات: 100 حجز.

إيرادات: 100×55.8 ريال = 5,580 ريال.

إجمالي إيرادات الاستشارات:

$5,340 + 5,160 + 5,580 = 16,080$ ريال.

ج. إيرادات الإعلانات:

إعلانات المستخدمين:

نسبة الإعلان: 2% من المستخدمين.

عدد المعلنين: 200 مستخدم.

قيمة الإعلان: 100 ريال (50 ريال للمشاركين).

إيرادات: 20,000 ريال.

إعلانات المعلنين الخارجيين:

إيرادات شهرية: 1,500 ريال.

إيرادات سنوية: 18,000 ريال.

إجمالي إيرادات الإعلانات:

$20,000 + 18,000 = 38,000$ ريال.

ح. إيرادات خدمة المأذون:

إيرادات شهرية: 3,000 إلى 5,000 ريال.

الإيرادات السنوية:

الحد الأدنى: 36,000 ريال.

الحد الأقصى: 60,000 ريال.

إجمالي الإيرادات المتوقعة للسنة الأولى:

$350,994$ (الاشتراكات) + $93,025$ (VIP) (رسوم الزواج) + $16,080$

(الاستشارات) + $38,000$ (الإعلانات) + $36,000$ (خدمة المأذون) = $768,099$ ريال (الحد

الأدنى).

$$= 60,000 + 38,000 + 16,080 + 234,000 + 93,025 + 350,994$$

$$792,099 \text{ ريال (الحد الأقصى).}$$

2. المصروفات والتكاليف المتوقعة للسنة الأولى:

أ. المصاريف التأسيسية:

البند	التكاليف (ريال)
إنشاء وتطوير الموقع	150,000 – 120,000
الحملة التسويقية	150,000 – 120,000
عقد إدارة المحتوى والتسويق	35,000
عقد الإدارة المالية	30,000
الصيانة والتشغيل	30,000
الترتيبات القانونية والاستشارات	15,000
الاشتراكات الحكومية والتقنية	5,000
دراسة الجدوى والتدريب	10,000
الأجهزة والإنترنت والفواتير	12,000
إدارة المخاطر	20,000

إجمالي المصاريف التأسيسية: 457,000 – 397,000 ريال.

ب. المصاريف التشغيلية:

البند	التكاليف السنوية (ريال)
الإدارة والرواتب	108,000
تكلفة الاستحواذ على العميل	51,417 ريال

إجمالي المصروفات التشغيلية:

$$159,417 = 51,417 + 108,000 \text{ ريال.}$$

إجمالي المصروفات السنوية: 556,417 = 159,417 + 397,000 ريال (الحد الأدنى).

$$616,417 = 159,417 + 457,000 \text{ ريال (الحد الأقصى).}$$

3. صافي الأرباح والتحليل المالي:

البند	الحد الأدنى (ريال)	الحد الأقصى (ريال)
الإيرادات	768,099	792,099
المصروفات	556,417	616,417
صافي الأرباح	211,682	235,682

4. العائد الاستثماري (ROI) ومدة الاسترداد:

البند	الحد الأدنى (ريال)	الحد الأقصى (ريال)
صافي الأرباح بعد الخصم (20%)	169,345	188,546
نسبة صاحب الموقع (35%)	59,271	65,991
نسبة الشريك المستثمر (65%)	110,074	122,555

مؤشرات نجاح الاستثمار في المنصة:

- العائد على الاستثمار
- فترة الاسترداد
- الربح للسنة الأولى

الخلاصة:

- المشروع يحقق أرباحًا جيدة في السنة الأولى مع عائد استثماري مرتفع ومدة استرداد قصيرة.
- تمت الدراسة السابقة على أقل نسب محتملة للاشتراكات
- لم يؤخذ في الاعتبار في الدراسة السابقة نسبة النمو الشهرية في عدد المشتركين في الباقات المحتملين بشكل كبير مع الحملة التسويقية , بل على العكس تم حساب توقع التناقص في عدد المشتركين في بعض الباقات.
- تم أخذ مبدأ التحوط في حساب أغلب بنود التكاليف في الدراسة المالية
- الإيرادات المتوقعة والنتائج المالية تشير إلى إمكانية تحقيق استدامة مالية للمشروع على المدى الطويل.
- تخصيص جزء من الأرباح للتطوير: استثمار نسبة معينة من الأرباح في تطوير ميزات جديدة أو تحسين تجربة المستخدم لزيادة الإيرادات المستقبلية.

نموذج تحليل SWOT (نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص، التهديدات)

1. نقاط القوة (Strengths):

- الذكاء الاصطناعي : استخدام الذكاء الاصطناعي كقيمة مضافة لتحديد التوافق بين المستخدمين يزيد من فرص النجاح في الزواج، مما يعزز سمعة الموقع مقارنة بالمنافسين التقليديين، ويزيد من رضا المستخدمين، مما يساهم في تقليل حالات الإلغاء أو عدم التجديد.
- وجود الخبرة : مؤسس الموقع لديه فهم عميق للثقافة المحلية في سوق الزواج والوساطة واحتياجات الراغبين واستهداف دقيق لهم، ما يساهم في تقديم خدمات مخصصة وتلبي احتياجات الجمهور المحلي بشكل أفضل.
- شريحة مستهدفة كبيرة ومتنامية وسهلة الاستحواذ: بحكم الإغراء في الفكرة والتحويلات الاجتماعية ونسبة الشباب العالية في المجتمع السعودي، الموقع يستهدف شريحة ضخمة من المستخدمين.
- تسعير مرن: الموقع يتمتع بمرونة في وضع استراتيجيات تسعير متنوعة (اشتراكات شهرية، باقات VIP، رسوم ما بعد الزواج، قسم الخدمات الإضافية والاشتراك)، مما يوفر فرص اقتناص أكبر للمستخدم.
- تنوع مصادر الإيرادات: من خلال الخدمات المتنوعة والتكاملية
- نموذج عمل قابل للاستدامة

2. نقاط الضعف (Weaknesses):

- تكاليف التشغيل: رواتب الموظفين وعقود مزودي الخدمة المحليين.
- التحديات الثقافية: مواجهة تحديات من فئة غير مستهدفة بسبب مواقف مختلفة تجاه الزواج عبر الإنترنت.
- اعتماد على فريق عمل صغير
- اعتماد طبيعة هذه المواقع بشكل كبير على التسويق: فنجاح الموقع يعتمد بشكل كبير على الحملات التسويقية، مما يعني أن أي ضعف التسويق يمكن أن يؤثر سلباً على استقطاب العملاء.

3. الفرص (Opportunities):

- نمو سوق النشاط في السعودية: مع التغيرات الاجتماعية، يتزايد قبول الزواج الإلكتروني كوسيلة شرعية ومحترمة للعثور على الشريك.

- المنافسة في النشاط تتراوح من منخفضة إلى متوسطة : وهذا يمثل فرصة مريحة للاستحواذ على حصة سوقية مرضية.
 - التوسع الديموغرافي: إمكانية توسيع الخدمات لتشمل مناطق أخرى في الخليج العربي الذي ينمو بنسبة 10% التي تواجه تحديات اجتماعية مماثلة , أو دول ذات ثقافات مشابهة مثل مصر التي تعد سوق أكبر من السوق المحلي في هذا المجال.
 - النمو وتعظيم رأس المال والقيمة السوقية: من خلال الشراكات واقتناص الاستثمارات الجريئة
4. التهديدات (Threats):

- التحديات التنظيمية: أي تغييرات في القوانين المتعلقة بمواقع الزواج الإلكتروني أو حماية البيانات قد تضيف تكاليف إضافية أو تحديث قانونية تؤثر على خطة العمل, مما قد يزيد من احتمالية استحداث وتعديل الخطة التشغيلية للموقع.
- التحديات التقنية: المشكلات التقنية المحتملة مثل صعوبة الصيانة أو تأخرها أو مشاكل في التحقق من الهوية, أو محاولات الاختراق.
- ارتفاع تكاليف التسويق الإلكتروني: قد ترتفع تكلفة الحملات الإعلانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو محركات البحث، مما سيؤدي إلى زيادة في تكاليف الاستحواذ على العملاء , ويفرض تحديث في استراتيجية التسعير
- دخول لاعب قوي في السوق: قد يؤثر على الحصة السوقية للمنصة

استراتيجيات مقترحة بناءً على تحليل SOWT

استراتيجيات بناءً على القوة (Strengths)

- استغلال ميزات الذكاء الصطناعي بأقصى صورة لحصد المزيد من المستهدفات .
- تفعيل الخبرات والعلاقات المكتسبة في هذا المجال
- زيادة التوسع الإقليمي: تطوير استراتيجيات لدخول أسواق جديدة في المنطقة وتحقيق شراكات استراتيجية لتعزيز النمو.
- الاستثمار في المزيد من أدوات التتبع للوصول دقيق للفئات المستهدفة والعملاء المحتملين
- دراسة التغذية الراجعة في سلوك المستخدم تجاه التسعير وتحديثها بما يتناسب مع العميل والسوق
- استراتيجيات التوسع المدروسة والتدرجية
- زيادة عدد المستخدمين: بتحسين الحملات التسويقية لجذب عدد أكبر من المستخدمين، خاصة في المناطق ذات الإقبال المرتفع.

- تحسين تجربة المستخدم: الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين التوصيات وتخصيص التجربة.

استراتيجيات بناءً على الفرص (Opportunities):

- استغلال الطلب المتزايد
- حملة تسويقية ذات زخم عند إطلاق المنصة لاكتساب أكبر قاعدة مستخدمين ممكنة
- تحسين كفاءة العمليات: تحسين كفاءة العمليات لتقليل التكاليف التشغيلية دون التأثير على جودة الخدمة.
- استراتيجيات التمويل: البحث عن طرق لتمويل المشروع مثل الشراكات أو التمويل من المستثمرين.

استراتيجيات لمعالجة الضعف (Weaknesses)

- تعزيز الترويج الثقافي: تعزيز الحملات التسويقية التي تركز على مزايا الموقع وتوافقه مع القيم المحلية.
- تحسين التوعية: لزيادة فهم القيمة الاجتماعية للموقع وميزة تسهيل العثور على شريك حياة من خلاله والتأكيد على الأمان والخصوصية.
- الاستثمار في التكنولوجيا: تحسين بنية النظام لتفادي المشكلات التقنية وتقديم دعم فني فعال.
- زيادة الوعي بالقيمة الاجتماعية للمنصة من خلال المحتوى التعريفي والتثقيفي في الحملات التسويقية, لتساعد في تقليل المخاوف الثقافية.

استراتيجيات لمواجهة التهديدات (Threats)

- التفوق على المنافسة: تطوير ميزات فريدة وتحسين تجربة المستخدم للتفوق على المنافسين.
- الامتثال القانوني: متابعة التعديلات القانونية وضمان التزام الموقع بكل المتطلبات القانونية لحماية البيانات وتقديم الخدمة.
- تعزيز الامتثال للثقافة الشرعية والمحلية: تسليط الضوء على كيفية توافق الموقع مع القيم الثقافية في الحملات التسويقية.
- الشراكات مع الجهات الحكومية: التعاون مع الجهات الحكومية لتعزيز مصداقية الموقع ودعم الحملات الترويجية.
- تعزيز الأمان: تطبيق أحدث تقنيات الأمان لضمان حماية بيانات المستخدمين من التسريبات والاختراقات.

خلاصة:

تحليل SWOT يكشف أن لدى منصة باب نصيب فرص واعدة للنمو في السوق السعودي، بفضل التكنولوجيا المتطورة والدعم المالي وفهم احتياجات السوق المحلي وقابلية الاستدامة، ومع ذلك، ينبغي التعامل بحذر مع تحديات السوق، خاصة فيما يتعلق بالتكاليف التشغيلية والمنافسة. يتعين على الموقع التركيز على استراتيجيات فعالة للحفاظ على المستخدمين وزيادة الولاء، مع متابعة تطورات السوق لضمان التكيف السريع مع التغيرات.

أسباب تعثر بعض التجارب السابقة في المجال بحسب موقع failory.com:

اللافت للنظر أنه مع الحجم الكبير لموقع failory.com ونماذج التعثر الهائلة للمواقع والتطبيقات، لم نجد سوى 3 حالات تعثر في المجال وهي :

- 1- TeeBeeDee : السبب : الفئة المستهدفة: عبارة عن شبكة اجتماعية تستهدف الأشخاص الذين تزيد أعمارهم عن 40 عامًا
- 2- BeehiveID السبب: التعرض للاحتيال , الاعتماد على البيانات من Facebook ثم منعها
- 3- Zapstream السبب: سوء إدارة الأموال

خطة العمل التنفيذية

التحضير والإعداد:

- تدريب فريق العمل
- الاتفاق مع مزودي الخدمات (الإدارية , المالية , التقنية , التسويقية)
- التراخيص النظامية والقانونية
- التوظيف
- اعتماد الملخص التنفيذي
- اتفاقية التعاقد بين المساهمين
- سياسة الخصوصية.
- الشروط والأحكام.

اختبار الموقع:

1. اختبار الأداء (Performance Testing)

اختبار التحميل (Load Testing): نتأكد من أن الموقع يمكنه التعامل مع عدد كبير من المستخدمين في وقت واحد دون التأثير على الأداء.

- اختبار الاستجابة (Response Time Testing): نقيس الزمن الذي يستغرقه الموقع للاستجابة لطلبات المستخدمين. الهدف هو ضمان أن الموقع سريع بما يكفي لتقديم تجربة مستخدم سلسة.

- اختبار الإجهاد (Stress Testing): نحاول تجاوز سعة الموقع القصوى لمعرفة كيفية تصرفه في ظروف ضاغطة، وتحديد مدى استقراره ومرونته.

2. اختبار الوظائف (Functional Testing)

اختبار الميزات الأساسية: تأكد من أن جميع الميزات الرئيسية مثل التسجيل، تسجيل الدخول، البحث عن شركاء، وإرسال الرسائل تعمل بشكل صحيح.

اختبار التكامل: تحقق من تكامل جميع الأنظمة والواجهات المستخدمة في الموقع مثل قواعد البيانات، بوابات الدفع، والتكاملات مع وسائل التواصل الاجتماعي.

اختبار التوافق مع الأجهزة والمتصفحات: تأكد من أن الموقع يعمل بشكل سليم على جميع المتصفحات الرئيسية (Chrome, Safari, Firefox) وجميع الأجهزة (الحواسيب، الهواتف الذكية، الأجهزة اللوحية).

اختبار ميزات الذكاء الاصطناعي: نختبر دقتها وفعاليتها. على سبيل المثال، تأكد من أن التوصيات التي يقدمها النظام ملائمة وتتماشى مع اهتمامات المستخدمين.

3. اختبار الأمان (Security Testing)

اختبار التحقق من الثغرات: تأكد من عدم وجود ثغرات أمنية مثل اختراقات SQL أو هجمات XSS.

اختبار حماية البيانات: نتأكد من أن جميع بيانات المستخدمين مشفرة بشكل صحيح.

اختبار التحمل أمام الهجمات: اختبر قدرة الموقع على الصمود أمام هجمات الحرمان من الخدمة (DDoS) أو أي هجمات إلكترونية أخرى.

4. اختبار تجربة المستخدم (User Experience Testing)

اختبار القابلية للاستخدام (Usability Testing): نقوم بإجراء اختبارات قابلية الاستخدام مع مجموعة متنوعة من فريق العمل لمعرفة مدى سهولة استخدام الموقع.

اختبار واجهة المستخدم (UI Testing): تأكد من أن تصميم الموقع جذاب وسهل الاستخدام،
اختبار سهولة الوصول (Accessibility Testing): نتأكد من أن الموقع يتوافق مع معايير
سهولة الوصول (مثل WCAG) بحيث يمكن استخدامه من قبل جميع الأشخاص.

5. اختبار القبول (Acceptance Testing)

اختبار قبول الأعمال (Business Acceptance Testing - BAT): تأكد من أن الموقع
يفي بجميع متطلبات العمل التي حددتها في بداية المشروع وأنه جاهز للإطلاق من منظور الأعمال.

6. اختبار المحتوى (Content Testing)

اختبار النصوص والصور: نتأكد من أن جميع النصوص خالية من الأخطاء اللغوية والإملائية، وأن
الصور ذات جودة عالية وتعبر عن رسالة الموقع.

اختبار الروابط: نتأكد من أن جميع الروابط الداخلية والخارجية تعمل بشكل صحيح ولا تؤدي إلى
صفحات خطأ.

اختبار SEO: نتحقق من أن الموقع متوافق مع معايير تحسين محركات البحث (SEO) لضمان ظهوره
بشكل جيد في نتائج البحث.

7. اختبار النسخ الاحتياطي واستعادة البيانات (Backup and Recovery Testing)

اختبار النسخ الاحتياطي: نتأكد من أن لديك نظام نسخ احتياطي فعال لحفظ جميع بيانات الموقع
والمستخدمين.

اختبار استعادة البيانات: نتحقق من قدرتك على استعادة الموقع وبياناته من النسخ الاحتياطي في حال
حدوث أي مشكلة.

8. اختبار النسخة المتنقلة (Mobile Testing)

توافق مع الأنظمة: نتأكد من أن الموقع يعمل بشكل جيد على جميع أنظمة التشغيل المحمولة مثل
Android و iOS.

اختبار الأداء على الهواتف: نتأكد من سرعة الموقع وسهولة استخدامه على الهواتف الذكية والأجهزة
اللمسية.

9. اختبار البنية التحتية (Infrastructure Testing)

اختبار خوادم الاستضافة: نتأكد من أن خوادم الاستضافة الخاصة بالموقع مستقرة وقادرة على تحمل
عدد كبير من الزوار.

اختبار الشبكة: نتحقق من أن الاتصال بالشبكة سريع ومستقر، ولا يواجه المستخدمون أي مشاكل في الوصول إلى الموقع.

اختبارات المستخدم: إجراء اختبارات للتأكد من سهولة الاستخدام وتجربة المستخدم.

اختبارات الأمان: التحقق من حماية البيانات وأمان المنصة.

خطة التسويق:

خطة تسويقية شاملة تشمل التسويق الرقمي، وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين محركات البحث (SEO).

الترويج والإطلاق: نحدد استراتيجية لإطلاق الموقع تشمل الحملات التسويقية الأولية، العروض الترويجية، والشراكات المحتملة.

الإطلاق التجريبي:

إطلاق النسخة التجريبية غير معلنة: تقديم النسخة التجريبية لمجموعة محددة من المستخدمين لجمع الملاحظات والتعديلات.

أهداف الإطلاق التجريبي:

1. اختبار فعالية النظام: تقييم أداء الموقع والتطبيق تحت ظروف تشغيل واقعية.
2. جمع ردود الفعل: الحصول على تعليقات المستخدمين حول تجربة الاستخدام، وسهولة التفاعل مع الميزات.
3. تحليل البيانات: مراقبة سلوك المستخدمين وتحليل البيانات المتعلقة بالتسجيل، التفاعل، الاشتراكات، ومدى رضاهم عن الخدمة.
4. ضمان الاستقرار التقني: اختبار البنية التحتية للتأكد من استقرار النظام وسرعة الاستجابة تحت ضغط المستخدمين.

2. تحديد جمهور الإطلاق التجريبي:

الجمهور المستهدف:

- عدد المستخدمين في المرحلة التجريبية: حوالي 500 – 1,000 مستخدم
- اختيار عينات متنوعة: ضمان تنوع المستخدمين من حيث العمر، الجنس، والموقع الجغرافي لتقييم شريحة واسعة من الفئات.
- كيفية اختيار المستخدمين:

- توجيه مخصص: عبر العلاقات والتسويق الشفهي والتسويق بالمعرفة , وتوجيه دقيق لحملة تسويقية رقمية

- التسجيل المبكر: السماح للأشخاص بالتسجيل المبكر في النسخة التجريبية على الموقع، مع تقديم حوافز مثل شهر مجاني من الاشتراك المميز.

3. تجهيز المنصة للإطلاق التجريبي:

إعدادات التقنية:

نسخة تجريبية من الموقع غير معلنة: إطلاق نسخة بميزاتها الكاملة تشمل خوارزميات التوافق، الرسائل، والاشتراكات، والاستشارات

بنية تحتية مرنة: التأكد من أن البنية التحتية السحابية قادرة على التوسع بشكل تلقائي في حالة زيادة عدد المستخدمين.

إرشادات واضحة: تقديم إرشادات مبسطة حول كيفية استخدام الموقع، مثل فيديوهات تعليمية أو دليل المستخدم.

4. التسويق للإطلاق التجريبي:

استراتيجية التسويق للإطلاق التجريبي:

إعلانات محدودة: استهداف محدود للإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي لجذب المستخدمين المهتمين بالتسجيل في النسخة التجريبية.

البريد الإلكتروني والتسويق الشخصي: إرسال بريد إلكتروني للمهتمين لإشراكهم في التجربة مع توفير حوافز مثل خصومات على الاشتراكات المستقبلية.

5. جمع وتحليل البيانات:

البيانات المراد جمعها:

- تفاعل المستخدمين: مراقبة سلوك المستخدمين داخل الموقع (مثل معدل التسجيل، عدد الرسائل المرسلة، الاشتراكات، وما إلى ذلك).

- رضا المستخدمين: إجراء استطلاعات رأي للحصول على تعليقات حول تجربة المستخدمين والمشاكل التي واجهوها.

- الأداء التقني: مراقبة أداء الموقع من حيث سرعة الاستجابة، التحميل، ومدى الاستقرار في ظل الاستخدام المكثف.

مقاييس الأداء الرئيسية (KPIs):

أهم المقاييس التي يجب تتبعها خلال الإطلاق التجريبي:

معدل التسجيل: قياس نسبة المستخدمين الذين يقومون بالتسجيل مقارنة بعدد الزوار على الموقع.

نسبة التحويل: تتبع عدد المستخدمين الذين ينتقلون من التسجيل إلى الاشتراك في العضوية المميزة أو الباقة الخاصة.

معدل الاستبقاء: تحديد نسبة المستخدمين الذين يستمرون في استخدام الموقع بعد أول أسبوع أو شهر من التسجيل.

معدل التفاعل: قياس عدد الرسائل أو التفاعلات بين المستخدمين، وعدد المتوافقين (matches) التي تحدث بناءً على خوارزميات التوافق.

معدل الانسحاب: تتبع عدد المستخدمين الذين يقومون بإلغاء حساباتهم أو يقررون عدم الاستمرار في الاشتراكات.

استجابة الدعم الفني: تتبع سرعة وفعالية حل المشاكل التقنية التي تواجه المستخدمين خلال فترة الاختبار.

اختبارات تجربة المستخدم بعد الإطلاق التجريبي: (مقاربة للاختبار السابق)

اختبار سهولة الاستخدام: إجراء اختبارات لاكتشاف ما إذا كانت الواجهة بديهية وسهلة الاستخدام، وهل يجد المستخدمون ما يحتاجونه بسرعة.

اختبار سرعات التحميل: التأكد من أن الموقع يعمل بكفاءة، خاصة على الأجهزة المحمولة، بما أن معظم المستخدمين سيصلون إلى الموقع عبر هواتفهم.

تجربة الاستجابة: تحسين تجربة استجابة الموقع لكل أنواع الأجهزة (الهواتف، الأجهزة اللوحية، أجهزة الكمبيوتر) لضمان عدم فقدان أي شريحة من المستخدمين.

14. الأمن السيبراني والخصوصية:

خطوات حماية بيانات المستخدمين:

تشفير البيانات: التأكد من أن جميع الاتصالات بين المستخدمين والموقع مشفرة باستخدام بروتوكولات مثل HTTPS.

إدارة الهوية والوصول (IAM): ضمان عدم اختراق الحسابات.

التدقيق الأمني: إجراء تدقيقات أمنية دورية للكشف عن نقاط الضعف ومعالجتها، خاصة فيما يتعلق ببيانات حساسة مثل معلومات الهوية والرسائل الخاصة.

التأكد من الامتثال للقوانين المحلية في المملكة العربية السعودية (PDPL).

6. تحسين الموقع بناءً على التغذية الراجعة:

التحسينات بناءً على النتائج:

إصلاح الأخطاء: معالجة أي أخطاء تقنية تم الإبلاغ عنها خلال التجربة.

تحسين الميزات: تعديل أو تحسين الميزات بناءً على ملاحظات المستخدمين، مثل تحسين خوارزميات التوافق أو واجهة المستخدم.

تطوير إضافات: إضافة ميزات جديدة بناءً على اقتراحات المستخدمين التي تم جمعها خلال المرحلة التجريبية.

7. تحديد الجدول الزمني للإطلاق التجريبي:

مدة الإطلاق التجريبي:

فترة التجربة: من 1 إلى 3 أشهر، حسب سرعة جمع البيانات وتحليلها.

تحليل مستمر: إجراء مراجعات أسبوعية أو نصف شهرية لتقييم تقدم الاختبارات وتجربة المستخدمين.

8. إطلاق الإصدار الكامل بعد النجاح التجريبي:

التحضير للإطلاق الكامل:

مراجعة النتائج: تحليل النتائج النهائية من النسخة التجريبية.

إجراء التحسينات: تنفيذ التحسينات والتعديلات اللازمة.

إعادة التسويق للإطلاق الكامل: الترويج للإطلاق الرسمي للموقع بشكل موسع عبر حملة تسويقية قوية.

9. تقليل المخاطر:

نسخ احتياطي مستمر: التأكد من إجراء نسخ احتياطية منتظمة لبيانات المستخدمين والموقع خلال النسخة التجريبية.

اختبار أمان شامل: قبل الإطلاق الكامل، إجراء فحص شامل للأمان السيبراني لضمان حماية البيانات.

10. الميزانية المتوقعة للإطلاق التجريبي:

مشمولة للميزانية العامة باستثناء حالة اكتشاف الحاجة لتعديل أساسي أو إضافة ميزة رئيسية تتطلب

الاتفاق عنها مع مزود الخدمة التقني

المراحل التي سيمر بها المشروع

مرحلة الإنطلاق:

إطلاق حملة تسويقية كبيرة لجذب المستخدمين الجدد.

البدء في تقديم الخدمات المجانية والمدفوعة.

مرحلة النمو:

تحسين الموقع استناداً إلى تعليقات المستخدمين.

توسيع نطاق الخدمات وتحسين تجربة المستخدم.

مرحلة الاستدامة:

إدارة العمليات بشكل فعال لتحقيق أرباح مستدامة.

تقديم خدمات جديدة بناءً على احتياجات المستخدمين وتطورات السوق.

الملخص

تتضمن الخطة التنفيذية إطلاق تطبيق نصيب في المملكة العربية السعودية مجموعة من الخطوات المتكاملة التي تشمل التحضير، تطوير المنصة، التسويق، الإطلاق التجريبي، التشغيل، تقييم الأداء، التركيز على كل من تطوير المنصة وتحسين تجربة المستخدم، بالإضافة إلى استراتيجيات تسويقية فعالة، يضمن نجاح المشروع ونموه المستدام.

الالتزامات النظامية:

1. التسجيل والترخيص

- تسجيل الشركة التي ستدير موقع باب نصيب في وزارة التجارة والاستثمار والمركز السعودي للأعمال. يتضمن ذلك الحصول على سجل تجاري.
- يتطلب الأمر الحصول على ترخيص من وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية إذا كان الموقع يقدم خدمات تتعلق بالاستشارات.
- التواصل ومراجعة الجهات التي قد يكون لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالنشاط:
- أ- مجلس شؤون الأسرة
- ب- الهيئة الوطنية للأمن السيبراني
- ت- الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي
- ث- هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات: قد تحتاج إلى الحصول على ترخيص من هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات (CITC) إذا كان الموقع يتطلب توفير خدمات الاتصالات أو الشبكة.
- ج- موثوق، معروف
- الالتزام بالأنظمة والقوانين المحلية:

- أ- المتعلقة بنظام الأحوال الشخصية.
- ب- المتعلقة بحماية البيانات الشخصية، مثل نظام حماية البيانات الشخصية، لضمان سلامة المعلومات الشخصية للمستخدمين.
- ت- هيئة الزكاة والضريبة والدخل
- ث- التوافق مع القيم والأحكام الشرعية: يجب أن يتوافق الموقع مع ما يتعلق بالزواج وأحكام الأحوال الشخصية والعلاقات الشخصية.
- ح- التراخيص والتصاريح الخاصة:
1. تصاريح الإعلان والتسويق: قد نحتاج تصاريح خاصة للإعلانات والتسويق، يتم تنسيقها مع شركة التسويق.
 2. ترخيص المنصة الإلكترونية: إذا كانت المنصة تقدم خدمات دفع إلكتروني، قد تحتاج إلى الحصول على ترخيص من مؤسسة النقد العربي السعودي (ساما) أو الجهات المعنية بالخدمات المالية.
 3. الملكية الفكرية لصاحب فكرة الموقع
 2. متطلبات الأمان والخصوصية:
- الامتثال لمتطلبات الأمان السيبراني: يجب تطبيق معايير الأمان السيبراني لحماية البيانات الشخصية والمالية للمستخدمين.
 - سياسات الخصوصية: إعداد سياسات واضحة للخصوصية تتوافق مع القوانين المحلية، وتوضيح كيفية جمع واستخدام وحماية البيانات الشخصية.
 - 3. الشروط والأحكام:
- الشروط والأحكام العامة للمنصة
 - الشروط والأحكام الخاصة بالخدمات
 - الشروط والأحكام الخاصة بالباقات والاشتراكات
- الاتفاقيات والشراكات:
- 1) الاتفاقية بين المساهمين
 - 2) الاتفاقيات مع مزودي الخدمات
 - 3) عقود التوظيف
 - 4) متابعة التحديثات القانونية والتشريعية بانتظام للتأكد من الامتثال للتغيرات في القوانين المحلية.
 - 5) الرسوم النظامية:
 - الرسوم الحكومية التأسيسية والدورية

- الرسوم القانونية: صياغة الاتفاقيات والشركات والاستشارات القانونية
- (6) الالتزامات المجتمعية: التوافق مع القيم الشرعية والاجتماعية.

البنية التحتية للتكنولوجيا:

أركان وبنود البنية التحتية التقنية والتكنولوجية:

1. الخوادم (Servers):

الخوادم السحابية (Cloud Servers): تعتمد على خدمات مثل AWS أو Google Cloud أو Azure، مما يوفر أداءً عاليًا وسعة تخزينية قابلة للتوسع مع زيادة عدد المستخدمين. الحماية والأمان: تأمين الخوادم باستخدام بروتوكولات الأمان المتقدمة (SSL)، حماية DDoS، تشفير البيانات).

2. قاعدة البيانات (Database):

نوع قاعدة البيانات: غالبًا ما تستخدم قواعد بيانات علائقية مثل MySQL أو PostgreSQL لإدارة بيانات المستخدمين ورسائلهم والبيانات الحساسة. إدارة البيانات: قاعدة البيانات تصميمًا قويًا يمكنه التعامل مع الزيادات المتوقعة في البيانات وتحديثات المستخدمين بشكل مستمر.

3. واجهة المستخدم وتجربة المستخدم (UI/UX):

تصميم واجهة المستخدم: واجهة سهلة الاستخدام مع مراعاة تجربة المستخدم في البحث، التصفح، التفاعل مع المستخدمين الآخرين. الاستجابة التفاعلية: تحسين تجربة المستخدم من خلال تصميم متجاوب يعمل على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية بالإضافة إلى أجهزة الكمبيوتر.

4. الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التوافق (AI & Matching Algorithms):

تحليل البيانات: استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد التوافق بين الرجال والنساء بناءً على بياناتهم الشخصية واهتماماتهم.

التعلم الآلي: تحسين خوارزميات التوافق مع الوقت بناءً على أنماط المستخدمين وسلوكياتهم.

التوصيات الذكية: تقديم اقتراحات للمستخدمين بناءً على نشاطهم وتفضيلاتهم.

5. المراسلة الفورية (Instant Messaging):

نظام الرسائل: يتطلب نظام مراسلة فوري يدعم النصوص والوسائط (صور وفيديو) بشكل آمن. يمكن استخدام خدمات خارجية مثل Twilio أو تطوير نظام داخلي. التشفير: لضمان الخصوصية، يجب أن يكون نظام المراسلة مشفرًا بالكامل (end-to-end encryption).

6. إدارة الاشتراكات (Subscription Management):

أنظمة الفوترة: ربط بوابات دفع مثل PayPal أو Stripe لإدارة عمليات الاشتراك المدفوعة بسهولة وأمان.

نظام الحزم: يجب أن يسمح للمستخدمين بالاشتراك في حزم متعددة، مثل العضوية المميزة وVIP، وإدارة فترات الاشتراك وتجديدها تلقائيًا.

7. لوحة التحكم والإدارة (Admin Dashboard):

إدارة الموقع: واجهة إدارة تمكن فريق الموقع من إدارة المستخدمين، مراجعة البيانات، مراقبة التفاعلات، وضمان الامتثال للقوانين والسياسات.

التحليلات: تقديم تقارير مفصلة عن أداء الموقع، مثل معدل الاشتراكات، معدل التفاعل، ومعدلات التجديد.

8. الأمان والخصوصية (Security & Privacy):

حماية البيانات: يجب الالتزام بمعايير الخصوصية الدولية، مثل GDPR، لضمان حماية بيانات المستخدمين.

التحقق الثنائي (FA2): توفير نظام تحقق ثنائي لتأمين حسابات المستخدمين.

ركائز استراتيجية التوسع: (تدرس بعد 6 أشهر من الإطلاق)

- تحليل أداء الأشهر الأولى: تقييم الإيرادات والتكاليف لتحديد نجاح النموذج.
- توسيع الحملات التسويقية: زيادة الاستثمار في التسويق إذا كانت النتائج إيجابية.
- تحسين وتطوير الموقع: إضافة ميزات جديدة بناءً على ملاحظات المستخدمين.
- تفعيل الخدمة المجتمعية: اشتراكات الجمعيات ودور الرعاية والدور النسائية وأسر الشهداء والمصابين

استراتيجية إدارة المخاطر:

- لضمان استمرارية الدخل، يمكن تنويع مصادر الإيرادات من خلال إضافة خدمات مدفوعة مثل الاستشارات، تنظيم الفعاليات، أو توفير إعلانات للشركات ذات الصلة.
- الاحتفاظ باحتياطي نقدي: من الضروري الاحتفاظ باحتياطي نقدي يغطي التكاليف التشغيلية لمدة 6 أشهر على الأقل لضمان استمرارية العمليات في حالة حدوث طارئ مالي.
- التأمين ضد المخاطر: يجب النظر في الحصول على تأمين ضد المخاطر التجارية مثل الاحتيال الإلكتروني، فشل الأنظمة، أو الأزمات القانونية.
- إدارة التكاليف: مراقبة التكاليف بانتظام وتقييم أداء الميزانية هو عنصر أساسي في إدارة المخاطر. يمكن استخدام أدوات مالية متقدمة لمراقبة التكاليف وتقليل المصاريف غير الضرورية.
- التوسع في الخدمات: يمكن إضافة خدمات جديدة مع مرور الوقت مثل خدمات الفيديو المباشر، أو الغرف الصوتية، كل خدمة جديدة قد تتطلب ميزانية تطوير تتراوح بين 50,000 و 100,000 ريال
- إدارة التدفقات النقدية: مراقبة التدفقات النقدية ومتابعة الإيرادات والنفقات بشكل دوري لتجنب أي نقص في السيولة.
- المخاطر التشغيلية:
- (1) تأخير في تطوير الموقع:
- تأثير: تأخير في تحقيق الإيرادات.
- الحلول: تخصيص ميزانية للطوارئ لضمان سلاسة عملية التطوير.
- (2) عدم تحقيق العدد المتوقع من المشتركين:
- تأثير: إيرادات أقل من المتوقع.
- الحلول: زيادة الإنفاق على التسويق الرقمي وتعزيز الحملات الإعلانية.

استراتيجيات التخارج المحتملة:

1. البيع لشركة أكبر (Acquisition):

- الوصف: يتم بيع الموقع لشركة أكبر تعمل في نفس المجال (مثل مواقع زواج وتعارف أخرى، أو شركات تكنولوجيا، أو شبكات اجتماعية، أو الجمعيات المهتمة بهذا الشأن).
- المميزات: توفير سيولة نقدية كبيرة للمستثمرين.
- الانتقال إلى شركة لديها قاعدة مستخدمين أكبر وتكنولوجيا أكثر تطوراً.

التحديات: العثور على الشركة المناسبة التي تقدم عرضاً عادلاً.

التأكد من أن العلامة التجارية للموقع تستمر في التطور تحت الإدارة الجديدة.

2. الاندماج مع موقع آخر (Merger):

الوصف: دمج الموقع مع موقع زواج أو تعارف آخر لتكوين شركة أكبر وأقوى.

المميزات: الاستفادة من موارد إضافية، مثل التكنولوجيا والفريق الإداري.

الحصول على حصص ملكية في الشركة المندمجة، ما يمكن أن يدر أرباحاً مستقبلية.

التحديات: فقدان بعض السيطرة على استراتيجية الموقع بعد الاندماج.

التوافق مع ثقافة الشركة الجديدة.

3. طرح عام أولي (IPO - Initial Public Offering):

الوصف: تحويل الموقع في حال النمو إلى شركة عامة عن طريق طرح الأسهم في السوق المالي.

المميزات: إمكانية جمع رأس مال كبير من السوق.

زيادة شفافية الشركة وزيادة الثقة بين المستخدمين.

التحديات: التكاليف العالية لتنظيم الطرح العام.

الضغط من المستثمرين والالتزامات المالية تجاه المساهمين.

4. بيع الحصص لمستثمرين جدد (Private Equity Sale):

الوصف: بيع جزء أو كامل الحصص لمستثمرين جدد مثل صناديق الاستثمار أو رأس المال الجريء.

المميزات: الحصول على استثمارات جديدة قد تساعد في التوسع.

مرونة في بيع جزء من المشروع فقط مع الاحتفاظ بالسيطرة الجزئية.

التحديات: تفاوض صعب مع المستثمرين حول تقييم الموقع وشروط الصفقة.

5. التخرج الجزئي (Partial Exit):

الوصف: بيع جزء من حصص الملكية للموقع مع الاحتفاظ ببعض الحصص للتحكم في النمو

المستقبلي.

المميزات: الحصول على بعض الأرباح من المشروع مع الاحتفاظ بحصة مستقبلية.

التحديات: تحقيق التوازن بين البيع والحفاظ على السيطرة.

6. التخرج التدريجي (Gradual Exit):

الوصف: في هذا السيناريو، يقوم المؤسس أو المستثمرون بتخفيض حصصهم في الشركة تدريجيًا عن طريق بيع حصص صغيرة للمستثمرين على فترات زمنية محددة. هذا يمنحهم الفرصة للاستفادة من زيادة قيمة الشركة على المدى الطويل مع الاحتفاظ بسيطرة نسبية على العمليات.

المميزات: تقليل المخاطر المالية الشخصية تدريجيًا.

الحفاظ على قدرة على اتخاذ القرارات الحاسمة خلال فترة النمو.

التحديات: قد يتطلب فترة زمنية أطول لتحقيق التخرج الكامل.

الحاجة إلى تحقيق نمو مستدام للحفاظ على اهتمام المستثمرين.

7. شراء حصة من قبل موظفين أو أحد المساهمين (Management Buyout - MBO):

الوصف: يمكن لفريق الإدارة أو مساهمين شراء حصص المؤسس أو المستثمرين في الشركة. هذا الخيار مثالي إذا كان المؤسس يرغب في ترك المشروع ولكن يريد الحفاظ على استمرارية الإدارة.

المميزات: الحفاظ على استقرار الشركة وانتقال سلس للإدارة.

استمرارية الرؤية والاستراتيجية تحت إدارة معروفة وموثوقة.

التحديات: قد يتطلب التمويل من الموظفين أو الإدارة الداخلية، مما يمكن أن يكون صعبًا بدون

مستثمرين خارجيين.

8. التخرج عن طريق العوائد المستدامة (Dividend Model Exit):

الوصف: بدلاً من بيع الحصص، يمكن للمؤسسين والمستثمرين اختيار الحفاظ على ملكيتهم للشركة وجني الأرباح من خلال توزيعات الأرباح السنوية أو الشهرية. هذا النهج يتيح لهم البقاء في المشروع والتمتع بالدخل المستدام.

المميزات: الحصول على دخل منتظم مع الحفاظ على ملكية الشركة.

الاستفادة من النمو المستمر دون الحاجة إلى التخرج الكامل.

التحديات: الحفاظ على الأداء المالي الجيد ضروري لتحقيق توزيعات الأرباح.

قد يحد من فرص النمو إذا كان يتم توزيع الأرباح بدلاً من إعادة استثمارها.

الاستنتاج:

استراتيجية التخرج تعتمد على تحقيق أهداف نمو محددة وزيادة قيمة الموقع. بناءً على الأداء المالي والنجاحات التشغيلية، يمكن أن تتنوع خيارات التخرج من بيع الحصص إلى شركات أخرى إلى التحول

لشركة عامة عبر الطرح العام. يعتمد اختيار أفضل استراتيجية خروج على الظروف السوقية في المستقبل، والأداء المالي للموقع، واهتمام المستثمرين المحتملين.

خاتمة:

بشكل عام ، نعتقد أن منصة نصيب للزواج لديها القدرة على أن تكون ناجحة للغاية في هذا النشاط. من خلال التركيز على إثراء تجربة المستخدم ، وتنوع الخدمات ، وميزات الذكاء الاصطناعي ، نعتقد أنه يمكننا خلق مكانة في السوق وجذب قاعدة عملاء مخلصين ودائمين. من خلال استراتيجيات التسويق والخدمات التكاملية ، نحن على ثقة بالله ثم بالخبرة والمجهود المبذول طوال سنوات من أنه يمكننا تحقيق أهدافنا المالية وبناء نموذج مالي مزدهر قادر على المنافسة والنمو والتوسع مع الوقت.