



Co-funded by
the European Union



Craft2Success

Enabling Women's Economic Empowerment Through Artisan Crafts
E-commerce Strategies for Artisans



Co-funded by
the European Union

1. عنوان الورشة

استراتيجيات البيع الإلكتروني للحرفيين والحرفيات
ابتكري. اعرضي. ابدئي البيع.

2. الأهداف التعليمية

ستكون المشاركات بنهاية هذه الورشة، قادرات على:

- فهم فوائد بيع المنتجات عبر الإنترنت.
- التقاط صور جذابة للمنتجات باستخدام أدوات بسيطة.
- كتابة أوصاف تسويقية مقنعة للمنتجات باستخدام صيغة FAB.
- تحميل المنتجات إلى المتجر الإلكتروني بطريقة صحيحة.
- تطبيق استراتيجيات أساسية في التسويق الرقمي لزيادة الظهور والمبيعات.

3. المقدمة

على مدى سنوات طويلة، اعتمدت الحرفيات بشكل أساسي على الأسواق المحلية والمعارض والتسويق الشفهي لبيع منتجاتهن. ورغم أن هذه الوسائل أسهمت في بناء روابط قوية داخل المجتمع، فإنها كانت في كثير من الأحيان تحد من فرص النمو والاستقرار في الدخل. أما اليوم، فقد أتاحت المنصات الرقمية للحرفيات الوصول إلى جمهور عالمي وبيع منتجاتهن في أي وقت.

ويُعدّ البيع عبر الإنترنت أداة تمكين مهمة بشكل خاص للنساء العاملات في الحرف اليدوية، بما في ذلك المهاجرات، والأمهات العازبات، والنساء من ذوات الدخل المحدود. فهو يوفرّ لهن فرصاً أكبر للاستقلال المالي، وساعات عمل مرنة، وإمكانية الوصول إلى زبائن دوليين يقدّرون المنتجات اليدوية والمستدامة.

تقدّم هذه الورشة للمشاركات مدخلاً مبسطاً وعملياً إلى أساسيات البيع عبر الإنترنت. وهي تساعدن على فهم الأسواق الرقمية، وعرض منتجاتهن بصورة احترافية، وتعزيز ثقتهن في استخدام الأدوات الإلكترونية لتطوير أعمالهن وتنميتها.

لماذا تُعدّ هذه الورشة مهمة للنساء العاملات في الحرف اليدوية؟

تواجه النساء العاملات في الحرف اليدوية، ولا سيما المهاجرات، والأمهات العازبات، والنساء من ذوات الدخل المحدود، تحديات متعدّدة عند السعي إلى تطوير مشاريعهن الحرفية. فمحدودية الوصول إلى الأسواق، وضعف المهارات الرقمية، والحواجز اللغوية، وضيق الوقت نتيجة المسؤوليات الأسرية، كلها عوامل قد تجعل من الصعب تحقيق دخل مستقر من خلال أساليب البيع التقليدية.

ويوفّر البيع عبر الإنترنت حلاً عملياً ومرناً لهذه التحديات. إذ تتيح المنصات الرقمية للنساء الوصول إلى زبائن خارج نطاق مجتمعاتهن المحلية، والعمل وفق الوتيرة التي تناسبهن، وإدارة مشاريعهن من المنزل. كما يقلّل البيع الإلكتروني من الاعتماد على الأسواق التقليدية والوسطاء، ويمنح الحرفيات قدرًا أكبر من التحكم في التسعير والتواصل المباشر مع الزبائن.

وتأتي هذه الورشة استجابة مباشرة لهذه التحديات والواقع العملي، من خلال تقديم إرشادات واضحة ومبسطة خطوة بخطوة، بلغة سهلة ومفهومة. ومن خلال التمارين التطبيقية، والأمثلة الواقعية، وبيئة التعلم الداعمة، تكتسب المشاركات الثقة والمهارات العملية التي يمكن توظيفها مباشرة. ولا تهدف هذه الورشة إلى تعليم الأدوات الرقمية فحسب، بل تسعى أيضاً إلى تمكين النساء العاملات في الحرف اليدوية من الإيمان بقيمة أعمالهن وقدرتهن على النجاح في السوق الرقمية.

4. الأقسام الرئيسية للمحتوى

(أ) المفاهيم الأساسية

يُتيح بيع المنتجات عبر الإنترنت، المعروف أيضاً بالتجارة الإلكترونية، للحرفيات عرض أعمالهن من خلال منصات رقمية بدلاً من المتاجر التقليدية. وتوجد أنواع مختلفة من هذه المنصات، مثل الأسواق الإلكترونية العالمية كمنصة Etsy، ومنصات إنشاء المتاجر الإلكترونية مثل Shopify، إضافة إلى المتاجر المتاحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook وInstagram.

يوفر البيع عبر الإنترنت مزايا عديدة، منها الوصول إلى شريحة أوسع من الأسواق، وخفض التكاليف التشغيلية، وزيادة المرونة في إدارة العمل. وفي المقابل، يطرح بعض التحديات مثل المنافسة، والخدمات اللوجستية، والحاجة إلى تسويق فعال. كما أن فهم المصطلحات الأساسية، مثل المتجر الإلكتروني، وإتمام الشراء، والشحن، ووسائل الدفع، يساعد الحرفيات على استخدام هذه المنصات بثقة أكبر.

ويعتمد اختيار المنصة المناسبة على نوع المنتج، والميزانية المتاحة، والفئة المستهدفة من الزبائن. ويُنصح المبتدئات بالبدء على نطاق صغير باستخدام منصات مجانية أو منخفضة التكلفة، ثم التوسع تدريجياً مع اكتساب الخبرة.

1. مفاهيم خاطئة شائعة حول البيع عبر الإنترنت

تعتقد كثير من الحرفيات أن بيع المنتجات عبر الإنترنت يتطلب مهارات تقنية متقدمة، أو معدات باهظة الثمن، أو استثمارات مالية كبيرة. وغالباً ما تمنع هذه التصورات النساء من اتخاذ الخطوة الأولى نحو البيع الرقمي. لكن في الواقع، تبدأ معظم البائعات عبر الإنترنت باستخدام أدوات بسيطة، مثل الهاتف الذكي، وخدمة إنترنت أساسية، ومنصات مجانية أو منخفضة التكلفة.

ومن المفاهيم الخاطئة الشائعة أيضاً أن البيع عبر الإنترنت يناسب فقط فئة الشباب أو الخبراء في التكنولوجيا. غير أن كثيراً من الحرفيات الناجحات يتعلمن تدريجياً من خلال الممارسة والتجربة. فالمنصات الإلكترونية مصممة لتكون سهلة الاستخدام، كما أن الوقوع في بعض الأخطاء يُعدّ جزءاً طبيعياً من عملية التعلم. وتساعد هذه الورشة المشاركات على إدراك أن البيع عبر الإنترنت متاح للجميع، بغض النظر عن العمر أو مستوى الخبرة الرقمية السابق.

2. الأسواق المحلية والأسواق الإلكترونية

توفر الأسواق المحلية التقليدية تفاعلاً مباشراً مع الزبائن، وتسهم في بناء علاقات قوية داخل المجتمع. إلا أنها غالباً ما تكون محدودة بالموقع الجغرافي، وساعات العمل، والطلب الموسمي. أما الأسواق الإلكترونية، فتتجاوز كثيراً من هذه القيود، إذ تتيح للحرفيات بيع منتجاتهن في أي وقت والوصول إلى زبائن خارج نطاق محيطهن المباشر.

الأسواق الإلكترونية

متاحة على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع
زبائن على المستوى الوطني والدولي
يمكن الوصول إليها من أي مكان
مرنة ويمكن إدارتها من المنزل

الأسواق المحلية

ساعات عمل محدودة
زبائن محليون فقط
تتأثر بالطقس والموقع
تتطلب حضوراً فعلياً

هذا ويساعد فهم هذه الفروقات الحرفيات على اختيار أساليب البيع التي تدعم الاستدامة على المدى الطويل وتسهم في تحقيق دخل أكثر استقراراً.

3. فهم سلوك الزبائن عبر الإنترنت

غالباً ما يتخذ الزبائن عبر الإنترنت قراراتهم بسرعة استناداً إلى الجاذبية البصرية، ووضوح المعلومات، ومدى الثقة التي يشعرون بها. فالصور عالية الجودة تجذب الانتباه، بينما تساعد الأوصاف الواضحة الزبائن على فهم قيمة المنتج. كما تُبنى الثقة من خلال الشفافية، والتواصل الصادق، والعرض المُتسق للمنتجات.

ويزداد احتمال شراء الزبائن للمنتج عندما يشعرون بارتباط عاطفي به. لذلك، فإن سرد القصة وراء المنتج، وإظهار مراحل صنعه، ومشاركة رحلة الحرفية وتجربتها، كلها عناصر تسهم في تعزيز التفاعل مع الزبائن وتشجيعهم على تكرار الشراء.

ب) الإرشادات العملية

يقدم هذا القسم إرشادات خطوة بخطوة يمكن للمشاركات تطبيقها مباشرة على منتجاتهن. ويركّز على البساطة، والممارسة العملية، وبناء الثقة.

1. تصوير المنتجات

تعدّ الصور الجيدة للمنتجات عنصراً أساسياً في جذب الزبائن عبر الإنترنت. وتتعلّم المشاركات كيفية التقاط صور واضحة وذات مظهر احترافي باستخدام أدوات بسيطة مثل الهواتف الذكية.

نصائح أساسية:

- استخدمي ضوء النهار الطبيعي بالقرب من النافذة، وتجنّبي الظلال القوية.
- اختاري خلفية بسيطة أو محايدة للحفاظ على التركيز على المنتج.
- التقطي صوراً من زوايا مختلفة (أمامية، جانبية، علوية، وقريبة).
- احرصي على تضمين صورة واحدة على الأقل تُظهر المنتج أثناء الاستخدام.
- تجنّبي استخدام الفلاتر القوية التي تغيّر الألوان الحقيقية للمنتج.

قائمة التحقق الخاصة بالتصوير:

- ☐ المنتج نظيف
- ☐ الإضاءة جيدة
- ☐ الخلفية محايدة

- ☐ الصور من زوايا متعددة
- ☐ توجد صورة تُظهر المنتج أثناء الاستخدام

2 . كتابة أوصاف المنتجات (طريقة FAB)

تتعلم المشاركات كتابة أوصاف واضحة ومقنعة باستخدام طريقة FAB:

- **الخصائص:** المادة، الحجم، اللون، التقنية
- **المزايا:** مصنوع يدويًا، متين، صديق للبيئة
- **الفوائد:** كيف يُحسن المنتج حياة المشتري أو يلبي حاجته

مثال:

"وعاء خزفي مصنوع يدويًا من الطين الطبيعي. متين وآمن للاستخدام مع الطعام، ومناسب للاستعمال اليومي أو كهدية يدوية مميزة."

قائمة التحقق الخاصة بالوصف:

- ☐ عنوان واضح
- ☐ لغة بسيطة
- ☐ اعتماد بنية FAB
- ☐ قياسات صحيحة
- ☐ معلومات صادقة ودقيقة

3 . تحميل المنتجات إلى منصة إلكترونية

تتدرب المشاركات على الخطوات الأساسية لتحميل المنتج:

1. تسجيل الدخول إلى المنصة المختارة.
2. النقر على "إضافة منتج".
3. تحميل 3 إلى 5 صور عالية الجودة.
4. كتابة العنوان والوصف.
5. تحديد السعر والفئة.
6. إضافة تفاصيل الشحن.
7. معاينة المنتج ثم نشره.

قائمة التحقق الخاصة بتحميل المنتج:

- ☐ تم تحميل الصور

- ☐ تم توضيح السعر بشكل واضح
- ☐ تم اختيار الفئة المناسبة
- ☐ تمت إضافة تفاصيل الشحن

4. أساسيات التسويق

تتعرّف المشاركات إلى استراتيجيات تسويقية بسيطة، منها:

- النشر بانتظام على وسائل التواصل الاجتماعي
- استخدام الوسوم ذات الصلة
- مشاركة محتوى يُظهر ما وراء الكواليس
- تشجيع الزبائن على ترك تقييمات
- تقديم عروض ترويجية لفترة محدودة

5. أخطاء شائعة وحلول سريعة

الحل السريع

استخدمي ضوء النهار وثبتي الهاتف أو الكاميرا على سطح ثابت

استخدمي جملاً قصيرة أو نقاطاً مختصرة

واظبي على النشر وارفقيه بالرد على التعليقات

قارني أسعار منتجات مشابهة قبل تحديد السعر

الخطأ الشائع

صور داكنة أو غير واضحة

أوصاف طويلة جداً

ضعف التفاعل

تسعير غير متنسق

النتائج المتوقعة من هذا القسم

- تحسين طريقة عرض المنتجات
- تعزيز التواصل مع الزبائن
- زيادة الثقة في استخدام المنصات الرقمية

ج) دراسات حالة أو قصص نجاح

يعرض هذا القسم أمثلة واقعية لحرفيات نجحن في الانتقال من البيع المحلي إلى المنصات الإلكترونية. وتُظهر هذه القصص كيف يمكن للأدوات الرقمية البسيطة، والالتزام، والإبداع أن تؤدي إلى نتائج ملموسة وذات قيمة.

دراسة الحالة 1: ليلى – صانعة سلال (تونس)

لبلى حرفة متخصصة في صناعة السلال، وكانت تباع منتجاتها اليدوية تقليدياً في الأسواق المحلية. وكانت مبيعاتها محدودة بعطلات نهاية الأسبوع وتعتمد بدرجة كبيرة على الطقس وحركة الزبائن. وبعد مشاركتها في ورشة حول البيع عبر الإنترنت، قررت افتتاح متجر على **Facebook Shop** للوصول إلى جمهور أوسع. ركزت ليلي على تحسين صور منتجاتها باستخدام الإضاءة الطبيعية والخلفيات البسيطة. كما بدأت بمشاركة قصص قصيرة عن طريقة نسج السلال والدلالة الثقافية التي تحملها منتجاتها. وخلال شهرين، تضاعف دخلها، وبدأت تتلقى طلبات من مدن أخرى. وقد أتاح لها البيع عبر الإنترنت العمل من المنزل، وتنظيم وقتها بشكل أفضل، وتعزيز ثقتها بقيمة مهاراتها الحرفية.

دراسة الحالة 2: سارة – صانعة مجوهرات (الجزائر)

تقوم سارة بصناعة المجوهرات اليدوية، وكانت في البداية تباع منتجاتها من خلال المعارف الشخصية وبعض المعارض الموسمية. ثم أنشأت متجرًا على **Etsy** للوصول إلى زبائن دوليين، لكنها واجهت في البداية صعوبة بسبب عدم وضوح الصور وقصر أوصاف المنتجات. وبعد أن تعلمت كيفية تطبيق طريقة **FAB** وتحسين العرض البصري لمنتجاتها، قامت بتحديث منشوراتها من خلال صور أوضح وأوصاف أكثر تفصيلاً. كما أنشأت مجموعات موسمية وقدمت عروضاً ترويجية لفترة محدودة. وخلال شهر رمضان، تضاعفت مبيعاتها ثلاث مرات، واكتسبت زبائن دائمين قدروا أسلوبها في سرد قصة المنتج وهويتها البصرية المتناسقة.

الدروس الأساسية المستفادة من هذه القصص

تُبرز دراسات الحالة هذه عدداً من الدروس المهمة للحرفيات. فالصور عالية الجودة والأوصاف الواضحة تؤثران بشكل كبير في ثقة الزبائن وقراراتهم الشرائية. كما أن سرد القصة يساعد في بناء ارتباط عاطفي مع المشتريين ويزيد من ولائهم. ويمكن أن يؤدي البدء بخطوات صغيرة، والتعلم من الملاحظات، والتحسين التدريجي، إلى نمو مستدام. والأهم من ذلك، تُظهر هذه الأمثلة أن البيع عبر الإنترنت متاح وقابل للتحقيق، حتى للمبتدئات ذوات الموارد المحدودة.

(د) التمارين / الأنشطة

يركز هذا القسم على الأنشطة التطبيقية التي تتيح للمشاركات ممارسة ما تعلمنه خلال الورشة. وقد صُممت هذه التمارين لتكون بسيطة، وعملية، وقابلة للتكيف مع مختلف أنواع المنتجات اليدوية.

التمرين 1: التدريب على تصوير المنتجات

المهمة:

تختار كل مشاركة أحد منتجاتها وتلتقط له ما لا يقل عن خمس صور باستخدام هاتفها الذكي.

أمثلة:

- منتج كروشي: حقيبته كروشي يدوية مصورة على خلفية محايدة، مع صورة واحدة تُظهر الحقيبة أثناء الاستخدام
- منتج خزفي: كوب خزفي مصنوع يدوياً، مصور من الأمام، والجانب، والأعلى، مع صورة أثناء الاستخدام مع الشاي أو القهوة.

- تنسيق زهور: باقة زهور مصوّرة على طاولة، مع لقطات قريبة لتفاصيل الأزهار وصورة تُظهرها في بيئة منزلية.

الهدف:

تحسين المهارات الأساسية في التصوير وفهم تأثير الإضاءة والزوايا والخلفية في طريقة عرض المنتج.

التمرين 2: تحدّي كتابة وصف المنتج

المهمة:

تكتب المشاركات وصفاً قصيراً لمنتج باستخدام طريقة (FAB) (الخصائص، المزايا، الفوائد).

أمثلة:

- وشاح كروشيه: وشاح كروشيه مصنوع يدوياً من خيط قطني ناعم. خفيف الوزن وصديق للبيئة، ومثالي للاستخدام اليومي والراحة.
- وعاء خزفي: وعاء خزفي مصنوع يدوياً على الدولاب، متين وآمن للاستخدام مع الطعام، ومناسب للوجبات اليومية أو كهدية يدوية مميزة.
- باقة زهور: زهور موسمية طازجة مرتّبة يدوياً، تضيف اللون والبهجة إلى اللحظات الخاصة.

الهدف:

تعلّم كيفية إيصال قيمة المنتجات اليدوية إلى الزبائن بشكل واضح ومقنع.

التمرين 3: محاكاة تحميل المنتج

المهمة:

تقوم المشاركات بمحاكاة تحميل منتج واحد على منصة إلكترونية.

أمثلة:

- تحميل حقيبة كروشيه على Etsy مع الصور، والعنوان، والسعر.
- تحميل صحن خزفي على Facebook Shop مع الوصف والفئة.
- تحميل باقة زهور على Instagram Shop مع صورة تُظهر المنتج أثناء الاستخدام وتعليق مناسب.

الهدف:

بناء الثقة في استخدام منصات البيع عبر الإنترنت.

النتائج المتوقعة من التمارين

- تحسين صور المنتجات وأوصافها
- زيادة الثقة في استخدام الأدوات الرقمية
- فهم أفضل لآلية البيع عبر الإنترنت

نصائح للميسرات

- شجّع المشاركين على تبادل الملاحظات فيما بينهم.
- قدّم الدعم للمشاركات اللواتي يشعرن بثقة أقل في استخدام التكنولوجيا.
- أكدّن على أهمية التعلّم من خلال الممارسة بدلاً من السعي إلى الكمال.

5. الوسائل البصرية والأدوات

تؤدي الوسائل البصرية والأدوات العملية دورًا مهمًا في دعم التعلّم خلال هذه الورشة. فهي تساعد المشاركين على فهم المفاهيم المجردة بشكل أفضل وتطبيقها مباشرة على منتجاتهم ومشاريعهم. وجميع الوسائل البصرية المستخدمة بسيطة، وسهلة الوصول، ومناسبة للمبتدئات.

المواد البصرية المستخدمة

- صور نموذجية لمنتجات يدوية معروضة بشكل جيد، بما في ذلك منتجات الكروشيه، والقطع الخزفية، وتنسيقات الزهور.
- مقارنات بين صور "قبل" و "بعد" تُظهر الفرق بين صور المنتجات ذات الجودة الضعيفة والصور ذات المظهر الاحترافي.
- لقطات شاشة لمنصات البيع عبر الإنترنت مثل **Etsy** و **Facebook Shop** و **Instagram Shop** و **Shopify**، مع إبراز الخطوات الأساسية مثل تحميل المنتج، وتحديد السعر، والتصنيف.
- نماذج لصفحات عرض المنتجات توضح كيفية كتابة عناوين واضحة، وأوصاف فعّالة، واستخدام صور جذابة.
- أمثلة بصرية على سرد القصة، مثل صور من وراء الكواليس تُظهر مراحل صناعة المنتج.

الأدوات المستخدمة خلال الورشة

- الهواتف الذكية لتصوير المنتجات وإعداد مقاطع فيديو ترويجية قصيرة.
- أدوات تحرير مجانية أو منخفضة التكلفة مثل **Canva** و **Snapseed** و **Lightroom Mobile**.
- **Meta Business Suite** • لإدارة متاجر **Facebook** و **Instagram**، وجدولة المنشورات، والرد على رسائل الزبائن.
- أوراق عمل مطبوعة، وأوراق عرض كبيرة، أو ألواح بيضاء للأنشطة الجماعية، أو أدوات رقمية مثل **Jamboard** في الجلسات عبر الإنترنت.

وتساعد هذه الوسائل البصرية والأدوات على تمكين المشاركين من متابعة الورشة بسهولة وتطبيق ما تعلّمه بطريقة عملية وواثقة، حتى بعد انتهاء الورشة.

6. الخلاصة

يوفر بيع المنتجات اليدوية عبر الإنترنت للحرفيات فرصة للنمو خارج حدود الأسواق المحلية، وزيادة الدخل، وبناء علامة شخصية قوية ومستدامة. وخلال هذه الورشة، تعلّمت المشاركات أن البيع عبر الإنترنت لا يتطلب مهارات تقنية متقدمة أو استثمارات كبيرة. فمن خلال أدوات بسيطة، وإرشادات واضحة، وممارسة منتظمة، يمكن للحرفيات عرض منتجاتهن وبيعها بنجاح في السوق الرقمية.

وسلّطت الورشة الضوء على أهمية الصور عالية الجودة للمنتجات، والأوصاف الواضحة والصادقة، والتواصل المستمر مع الزبائن. كما تعرّفت المشاركات إلى كيفية استخدام سرد القصة ومشاركة مراحل صناعة المنتج في بناء ارتباط عاطفي مع المشتريين وتعزيز الثقة على المدى الطويل. وقد أتاحت التمارين العملية للمشاركات تطبيق المهارات الجديدة مباشرة، مما أسهم في زيادة ثقتهن في استخدام المنصات الرقمية.

وإلى جانب المهارات التقنية، أكّدت هذه الورشة على التمكين والثقة بالنفس. فالبيع عبر الإنترنت لا يقتصر على زيادة المبيعات فقط، بل يشمل أيضاً تقدير العمل الحرفي، والحفاظ على التراث الثقافي، وخلق فرص ذات معنى للنساء الحرفيات. ومن خلال البدء بخطوات صغيرة، والتعلّم تدريجياً، والتكيّف مع الملاحظات والتغذية الراجعة، تُشجّع المشاركات على مواصلة تطوير حضورهن الرقمي بعد انتهاء الورشة.

وبالتحلي بالصبر، والالتزام، والإبداع، تستطيع النساء الحرفيات تحويل منتجاتهن اليدوية إلى مشاريع مستدامة وأن يصبحن فاعلات في الاقتصاد الرقمي.

7. المراجع والموارد الإضافية

تم اختيار الموارد التالية لدعم المشاركات في مواصلة التعلّم بعد انتهاء الورشة. وهي موارد عملية، وسهلة الاستخدام، ومناسبة للمبتدئات ذوات الخبرة الرقمية المحدودة. كما تساعد هذه الأدوات الحرفيات على تحسين عرض المنتجات، وإدارة المتاجر الإلكترونية، والتواصل بفعالية مع الزبائن.

Canva – <https://www.canva.com>

Canva أداة تصميم مجانية وسهلة الاستخدام تتيح للحرفيات إنشاء مواد بصرية جذابة دون الحاجة إلى مهارات تصميم احترافية. ويمكن للمشاركات استخدامها في تعديل صور المنتجات، وتصميم منشورات وسائل التواصل الاجتماعي، وإنشاء شعارات بسيطة، وبطاقات أسعار، ومواد ترويجية. كما أن القوالب الجاهزة فيها تسهّل إنتاج محتوى متناسق وذي مظهر احترافي.

Etsy – <https://www.etsy.com>

Etsy سوق إلكتروني عالمي مخصّص للمنتجات اليدوية، والقطع القديمة، والمنتجات الإبداعية. ويتيح للحرفيات إنشاء متجر إلكتروني والوصول إلى زبائن دوليين مهتمين بالمنتجات الفريدة والمصنوعة يدوياً. كما يوفر **Etsy** أدلة للبائعات وأدوات تحليل تساعد الحرفيات على فهم سلوك الزبائن وتحسين المبيعات.

Shopify – <https://www.shopify.com>

Shopify منصة لإنشاء المتاجر الإلكترونية تُمكن الحرفيات من بناء موقع تجارة إلكترونية خاص بعلامتهن التجارية. وتوفّر أدوات لإدارة المنتجات، والمدفوعات، والشحن، والطلبات في مكان واحد. وتناسب **Shopify** الحرفيات اللواتي يرغبن في قدر أكبر من التحكم في علامتهن التجارية وشكل متجرهن.

Meta Business Suite – <https://business.facebook.com>

Meta Business Suite أداة مجانية تساعد الحرفيات على إدارة متاجر Facebook و Instagram .

وتتيح للمستخدمات نشر المنشورات، والرد على الرسائل، وتتبع التفاعل، وإدارة الأنشطة التسويقية الأساسية. وتُعد هذه الأداة مفيدة بشكل خاص للحرفيات اللواتي يبعن لزيائن على المستوى المحلي والإقليمي.

موارد إضافية للتعلم

يجب أن يتم تشجيع المشاركات على استكشاف الدروس المجانية على YouTube المتعلقة بتصوير المنتجات، والبيع عبر الإنترنت، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كما توفر العديد من المنصات أدلة مجانية ومراكز مساعدة تدعم التعلم المستمر. ويمكن هذه الموارد المشاركات من الاستمرار في التدريب، والتحسين، وتنمية مشاريعهن الإلكترونية بشكل مستقل بعد انتهاء الورشة.

8 . التقييم / أسئلة التقييم الذاتي

أسئلة صح / خطأ

س1. تساعد الصور عالية الجودة للمنتجات في جذب الزبائن وزيادة الثقة في المتجر الإلكتروني.

☐ صح.

☐ خطأ.

س2. إن بيع المنتجات اليدوية عبر الإنترنت مناسب فقط للمشاريع الكبيرة ذات الميزانيات الضخمة.

☐ صح.

☐ خطأ.

أسئلة الاختيار من متعدد

س3. ما العنصر الأكثر أهمية في تكوين انطباع أول قوي داخل المتجر الإلكتروني؟

(A) أسعار منخفضة جداً

(B) صور احترافية للمنتجات

(C) أوصاف طويلة ومعقدة

(D) تعدد خيارات الدفع

س4. ما المنصة الشائعة الاستخدام لبيع المنتجات اليدوية والإبداعية عبر الإنترنت؟

(A) ويكيبيديا Wikipedia

(B) إيتسي Etsy

(C) لينكدإن LinkedIn

(D) واتس آب WhatsApp

سؤال تأملي (صح / خطأ)

س5. تساعد كتابة أوصاف واضحة وصادقة للمنتجات الزبائن على فهم قيمة المنتجات اليدوية.

صح ☐
خطأ ☐

الإجابات:

أسئلة صح / خطأ

1. ☒ الإجابة الصحيحة: صح.
السبب: الصور الواضحة وذات المظهر الاحترافي تجعل المنتجات أكثر جاذبية وتساعد الزبائن على الشعور بالثقة عند الشراء عبر الإنترنت.

2. ☒ الإجابة الصحيحة: خطأ.
السبب: تتيح المنصات الإلكترونية للحرفيات الصغيرات بدء البيع بتكاليف منخفضة وأدوات بسيطة.

أسئلة الاختيار من متعدد

3. ☒ الإجابة الصحيحة: B.
السبب: صور المنتجات هي أول ما يراه الزبائن، وهي تؤثر بشكل كبير في قرارهم باستكشاف المنتج أو شرائه.

4. ☒ الإجابة الصحيحة: B.
السبب: تُعد Etsy منصة معروفة ومصممة خصيصاً للمنتجات اليدوية والإبداعية.

السؤال التأملي

☒ الإجابة الصحيحة: صح.
السبب: توضّح الأوصاف الواضحة ما الذي يجعل المنتج مميزاً، وتساعد الزبائن على اتخاذ قرارات واعية.**