

الوحدة 1

الدرس 4

تخصيص المتجر الإلكتروني



وصف الدرس

الغرض العام من هذا الدرس هو أن يتعلم الطلبة كيفية تخصيص متجرهم الإلكتروني. سيتم ذلك من خلال تصميم الصفحة الرئيسية (Home)، وتصميم صفحات "من نحن" (About us) و"اتصل بنا" (Contact Us). سيتعرفون أيضًا على مجموعة من الأدوات الخاصة بإدارة المتجر، وكذلك بعض النصائح حول عملية تصوير المنتجات لغرض العرض في المتجر، كما سيتعلمون كيفية نشر متجرهم عبر الإنترنت. في النهاية، سيتعرفون على مصطلح تحسين محرك البحث (SEO) لتحسين إمكانية العثور على متجرهم إلكتروني في محركات البحث في الإنترنت.

ما سيتعلمه الطالب

< إنشاء وتخصيص متجر إلكتروني عبر منصة Weebly.

نتائج التعلم

< كيفية إنشاء ونشر متجر إلكتروني.

< ما المقصود بتحسين محرك البحث (SEO)؟

المصطلحات

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية
Homepage	الصفحة الرئيسية
Header	الترويسة
Footer	التذييل

1
الوحدة

1

2

3

4

5

6

2
الوحدة

1

2

3

4

5

6

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية
نموذج الاتصال	Contact Form
التسعير وفق التكلفة	Cost-based pricing
تصميم متجاوب	Responsive Design
معاينة	Preview
لوحة التحكم	Dashboard
الدفع	Payment
استراتيجيات التسعير	Pricing strategies
تحسين محرك البحث	(SEO)Search Engine Optimization



التحديات المتوقعة



< قد يشعر الطلبة ببعض الارتباك والتردد حول قدرتهم على إنشاء متجر إلكتروني وتخصيصه. أدر النقاش مع الطلبة للتوضيح بأن جميع المتاجر تتبع منطقاً محدداً يهدف بالأساس إلى جذب المزيد من الزوار والعملاء إلى المتجر. شجعهم على أن يضعوا في اعتبارهم ضرورة إنشاء المحتوى الجيد والتصميم الجذاب لهذا المتجر.



التمهيد

قدّم الغرض من الدرس من خلال تحفيز اهتمام الطلبة بتخصيص المتجر الإلكتروني الذي تم إنشاؤه في الدرس السابق باستخدام **Weebly**. لهذا الغرض، يمكنك أن تطرح عليهم بعض الأسئلة مثل:

- هل سبق لكم ملاحظة التصميم والمحتوى الخاص بالمتاجر الإلكترونية مثل أمازون؟
- هل فكرت يومًا في كيفية حساب أسعار منتجات المتاجر الإلكترونية مثل Amazon؟
- ما هي عناصر الجذب الأساسية للمتجر الإلكتروني؟

< اشرح للطلبة بعد ذلك أن المتجر الإلكتروني يتكون من عدة صفحات مثل الصفحة الرئيسية (Home) و"من نحن" (About us) و"اتصل بنا" (Contact Us)، وأن لكلٍ من تلك الصفحات محتواها وتصميمها الخاص.



التلميحات الخاصة بالتنفيذ

< باستخدام النقاش، وضّح للطلبة أن أول خطوة يجب القيام بها لتشغيل أي متجر، سواء كان إلكترونيًا أو تقليديًا، هي تسعير كل منتج في المتجر. باستخدام النقاش وبلاستعانة بالإرشادات صفحة 67 من كتاب الطالب، قم بتوضيح الطرق الأساسية الأربعة لتسعير المنتجات، وقدم شرحًا مفصلاً عن طريقة التسعير القائم على التكلفة، وذلك لسهولة فهمها ومناسبتها لمستوى الطلبة، وخاصة لافتقارهم للخبرة الاقتصادية. استخدم النقاش في شرح تلك الطريقة مع التركيز على مزاياها وعيوبها. باستخدام استراتيجية النقاش، اشرح للطلبة أن هناك أمرين رئيسيين يجب الانتباه إليهما بشكل خاص عند إنشاء إستراتيجية تسعير التكلفة لمنتجات المتجر: (أ) التكلفة الإجمالية للمنتج المعروض للبيع (ب) هامش الربح الذي نحدده من كل عملية بيع. بمعنى آخر، يوفر التسعير المستند إلى التكلفة السعر النهائي لمنتجات المتجر عن طريق إضافة تكلفة المنتج من المورد وتكاليف الشحن وتكاليف التسويق ومقدار أو هامش الربح المتوقع. بمعنى آخر، سيتم حساب السعر النهائي لكل منتج عن طريق إضافة جميع التكاليف وضرب هذا الملخص بنسبة الربح. في النهاية، ستتم إضافة هذه الأسعار النهائية كـ "أسعار سلع" في خطوة "إضافة منتج" لإنشاء المتجر الإلكتروني.

< باستخدام استراتيجية التعلم القائمة على المشاريع، ذكّر الطلبة بأنهم سيخصصون متجرهم الإلكتروني لبيع المنتجات الخاصة بكأس العالم في قطر 2022. استعن

1

2

3

4

5

6

1

2

3

4

5

6

بكتاب الطالب بالإضافة لإرشاداتك لمساعدة الطلبة على فتح **Weebly** وإنشاء صفحة جديدة. ستكون هذه الصفحة هي الصفحة الرئيسية للمتجر الإلكتروني، باستخدام الإرشادات الصحيحة، سيختار الطلبة ترويسة مناسبة للصفحة، وسيعدلون محتويات الصفحة وسيحررون تذييلها بناءً على المعلومات المحددة التي يجب أن تحتويها هذه الصفحة. بعد ذلك، واتباع نفس الخطوات، اطلب منهم تصميم صفحتي "من نحن" (**About us**) و "اتصل بنا" (**Contact Us**). ذكّرهم أخيراً بأهمية معاينة موقع الويب للتحقق من الحاجة إلى عمل تعديلات أخرى يجب القيام بها.

< يجب على الطلبة بعد ذلك البدء بإنشاء صفحة المتجر (**Store**) الخاصة بمتجرهم الإلكتروني. اذكر لهم أن صفحة المتجر هي الجزء الأهم في الموقع. لإعداد تلك الصفحة بشكل صحيح، يتعين أولاً إنشاء فئات مختلفة للمنتجات. باستخدام النقاش والاستعانة بكتاب الطلبة، اشرح للطلبة ضرورة استخدام الفئات في صفحة متجرهم، ثم قدّم الإرشادات الصحيحة لإضافة فئة على موقع **Weebly** ثم إضافة منتجات مع صور لها.

< من المهم تحميل صور جذابة للمنتجات التي نريد بيعها في متجرنا الإلكتروني، لذلك وباستخدام النقاش والاستعانة بصفحة 86 من كتاب الطلبة، اشرح لهم النصائح والتقنيات المتاحة لتصوير المنتجات بصورة مثالية.

< من خلال الإرشادات الصحيحة، اطلب من الطلبة إضافة منتجاتهم في الفئة الصحيحة في صفحة المتجر، ثم استكمال تصميم الصفحة بأكملها وكذلك الصفحة الخاصة بكل منتج. تتمثل الخطوة الأخيرة في نشر متجرهم الإلكتروني عبر الويب، لذلك استخدم النقاش واستعن بالصفحات من 93 – 94 من كتاب الطالب لتوضح لهم كيفية اختبار متجرهم ونشره عبر الإنترنت.

< باستخدام النقاش، اشرح للطلبة ماهية تحسين معدل التحويل (**CRO**). ركز على فكرة أنها عملية تعتمد على البيانات لزيادة النسبة المئوية للزائرين الذين يقومون بعمليات أخرى عند زيارة موقع مثل التسوق، حيث يقومون "بالتحويل" من الزائرين إلى العملاء. يتم حساب معدل التحويل بقسمة عدد الأشخاص الذين أجروا إجراءات أو عمليات في الموقع، مثل التسوق، على عدد الأشخاص الذين زاروا الموقع.

< أخيراً وباستخدام النقاش، وضح للطلبة المقصود بصفحة تحسين محرك البحث، وناقش أسس تحسين البحث عن مواقعهم في محركات البحث.



استراتيجيات غلق الدرس

في نهاية الدرس تأكد من فهم الطلبة لجميع أهداف الدرس وقم بتقييم معرفتهم من خلال أسئلة على سبيل المثال لا الحصر:

< هل تستطيع أن تتذكر:

- كيفية إنشاء ونشر متجر إلكتروني.

- ما المقصود بتحسين محرك البحث (SEO)؟

< ذكّر الطلبة بالمصطلحات الهامة وكررها معهم.

< يمكنك الاستعانة بتدريبات الكتاب ضمن الاستراتيجيات التي ستستخدمها لغلق الدرس.



التدريبات المقترحة لغلق الدرس

يمكنك استخدام التمرين الثالث في هذا الدرس كاستراتيجية ختامية لتقييم وتعزيز قدرة الطلبة على فهم كيفية تصميم المتجر الإلكتروني.

الصف الثاني عشر | الفصل الأول | كتاب الطالب | صفحة 100

الفروق الفردية

تمارين إضافية للطلبة ذوي التحصيل المرتفع

< بعد الانتهاء من التمرين الثاني للدرس، اطلب من الطلبة التحقق من موقع أمازون، ومحاولة تحديد أوجه التشابه والاختلاف بين تصميمه وتصميم متجرهم الإلكتروني من خلال طرح بعض الأسئلة. على سبيل المثال، هل تبدو صور منتجاتكم جذابة كما هي صور المنتجات في موقع أمازون؟ ما هي أوجه الشبه بين صفحتي "نحن" (About Us) و"اتصل بنا" (Contact Us) مع تلك الصفحات الموجودة في موقع أمازون، اطلب منهم نقاش تعليقاتهم في الفصل.



أجب عن الأسئلة التالية:

أ- ما المقصود بتحسين محرك البحث (SEO)؟

هو مبدأ تحسين الموقع الإلكتروني أو المتجر لجذب المزيد من الزوار من خلال نتائج محركات البحث، وبمعنى آخر، يتضمن تحسين محركات البحث إجراء تغييرات معينة على تصميم الموقع ومحتواه مما يجعل موقعنا أكثر فاعلية مع محرك البحث.

ب- عدّد خمسًا من مبادئ تحسين محرك البحث التي يستحسن اتباعها عند إنشاء المتجر الإلكتروني.

1. اجعل المحتوى من أعلى الأولويات.

2. استخدم الكلمات المفتاحية عندما يكون ذلك منطقيًا.

3. اجعل التصفح ذكيًا.

4. اجعل عناوين URL قصيرة وواضحة ومعقولة.

5. إضافة تفاصيل المنتجات.

ج- ما المقصود بمصطلح تحسين معدل التحويل (CRO)؟ وكيف يتم حسابه؟

يطلق مصطلح تحسين معدل التحويل (CRO) على العملية التي تعتمد على البيانات لزيادة النسبة المئوية للزوار الذين يقومون بعمليات أخرى عند زيارة الموقع مثل التسوق، حيث يتم "التحويل" من زوار إلى عملاء. يتم حساب معدل التحويل من خلال قسمة عدد الأشخاص الذين قاموا بإجراءات أو عمليات على الموقع كالتسوق مثلاً على عدد الأشخاص الذين قاموا بزيارة الموقع.

د- إذا كان عدد زوار موقع تجاري هو 4420 ، وعدد الأشخاص الذين قاموا بعمليات شراء من خلال الموقع هو 442، احسب معدل التحويل (CRO).

$$CRO = 444 / 4220$$

$$= 10\%$$



أذكر أربعًا من استراتيجيات التسعير.

1. التسعير وفق التكلفة
2. التسعير وفق السوق
3. التسعير الديناميكي
4. التسعير وفق المستهلك



لنفترض أنك تريد إنشاء متجر إلكتروني وتريد تعيين أسعار منتجاتك. ما استراتيجية التسعير التي ستتبعها؟ برر جوابك.

تلميح:

ساعد الطلبة على تطبيق ما تعلموه في هذا الدرس عن طريق اختيار استراتيجية التسعير الصحيحة من أجل تعيين أسعار المنتجات في متجرهم الإلكتروني. شجعهم على تبرير اجاباتهم.



استكمالاً لإنشاء متجر الكتب المستعملة الخاص بك قم بما يلي قم بما يلي:

1. بإضافة صفحات جديدة للمتجر الإلكتروني كصفحة الاتصال Contact Us أو صفحة لعرض معلومات عن متجرك الإلكتروني.
2. صمم الصفحة الرئيسية والصفحات الأخرى للموقع.
3. بإضافة فئات الكتب للمتجر.
4. بالتقاط صور المنتجات التي ستعرضها للبيع (الكتب في هذه الحالة)، ثم ابدأ بإضافة الكتب مع مراعاة تنظيمها في فئاتها المناسبة.
5. بإعداد طريقة الدفع، ولا تنسَ قبل أن تنشر الموقع أن تقوم بمعاينته والتحقق من أن كل شيء على ما يرام.

تلميح:

ساعد الطلبة على تطبيق المهارات التي تعلموها في هذا الدرس من أجل استكمال إعداد المتجر الإلكتروني الذي تم إنشاؤه في الدرس السابق.