

نموذج دراسة جدوى متجر إلكتروني مجاني

قالب عملي جاهز للطباعة والتعبئة يساعدك على تحليل فكرة المتجر، حساب التكاليف، تقدير الأرباح، تحديد نقطة التعادل، ووضع خطة تسويق وتشغيل لأول 90 يوم.

نوع الملف: نموذج PDF قابل للطباعة والتعبئة اليدوية

مناسب لـ: المتاجر الإلكترونية، الدروبشيبينغ، المنتجات الرقمية، المشاريع الناشئة

الاستخدام: قبل إطلاق المتجر أو عند تقييم فكرة تجارية جديدة

طريقة استخدام النموذج

هذا النموذج مخصص لإعداد دراسة جدوى لمتجر إلكتروني. املأ الخانات بالبيانات الفعلية المتاحة لديك، واستخدم الأرقام التقديرية فقط في حالة عدم وجود أسعار نهائية. بعد الانتهاء، راجع النتائج المالية وخطة المخاطر قبل اتخاذ قرار التنفيذ.

أفضل استخدام:

اطبع النموذج أو عبئه رقمياً باستخدام محرر PDF، ثم حدثه بعد اختبار السوق.

الهدف من النموذج:

تحويل فكرة المتجر إلى أرقام واضحة وخطة عمل قابلة للتنفيذ.

نصيحة:

اعمل 3 سيناريوهات: متحفظ، متوسط، ومتفائل، حتى تقيس تحمل المشروع للمخاطر.

مهم:

الأرقام في النموذج تقديرية وليست بديلاً عن استشارة مالية متخصصة عند الحاجة.

قبل البدء: لا تعتمد على توقعات المبيعات فقط. احسب تكلفة الإعلان، المرتجعات، الشحن، التغليف، عمولات الدفع، والصيانة الشهرية لأنها تؤثر مباشرة على صافي الربح.

1. بيانات المشروع

تاريخ إعداد الدراسة: _____

اسم المشروع: _____

الدولة / السوق المستهدف: _____

نوع المتجر: _____

العملة المستخدمة: _____

صاحب المشروع: _____

وصف فكرة المشروع

المشكلة التي يحلها المتجر أو الحاجة التي يلبيها

الميزة الأساسية التي ستجعل العميل يشتري منك

2. نموذج العمل التجاري

العنصر	التفاصيل
نوع المنتجات أو الخدمات	
طريقة الحصول على المنتجات	
طريقة البيع	
مصادر الإيرادات	
طريقة الدفع المتاحة للعميل	
طريقة الشحن والتوصيل	
سياسة الاستبدال والاسترجاع	

أمثلة لمصادر الإيرادات: بيع مباشر للمنتجات، باقات منتجات، اشتراكات شهرية، منتجات رقمية، عمولات، خدمات إضافية، شحن مدفوع.

3. تحليل الجمهور المستهدف

العمر: _____	الجنس: _____
الموقع الجغرافي: _____	مستوى الدخل: _____
أكثر منصة يستخدمها: _____	سبب الشراء المتوقع: _____

وصف شخصية العميل المثالي

أهم احتياجات العميل واعتراضاته قبل الشراء

4. تحليل السوق والمنافسين

حجم الطلب المتوقع: _____

مستوى المنافسة: _____

متوسط سعر المنتج في السوق: _____

فرص النمو: _____

جدول المنافسين

اسم المنافس	نقاط القوة	نقاط الضعف	الأسعار	فرصة التميز

تحليل مختصر للسوق

5. المنتجات ومصادر التوريد

اسم المنتج	مصدر التوريد	تكلفة الشراء	سعر البيع المتوقع	هامش الربح

معادلة هامش الربح لكل منتج: $\text{سعر البيع} \times 100 \div (\text{سعر البيع} - \text{تكلفة المنتج})$

6. المتطلبات الفنية والتشغيلية

- دومين احترافي
- استضافة سريعة وآمنة
- شهادة SSL
- تصميم متجاوب مع الهاتف
- صفحات منتجات احترافية
- بوابة دفع إلكتروني
- ربط شركات الشحن
- نظام كوبونات وعروض
- Google Analytics
- Facebook Pixel / TikTok Pixel
- صفحات السياسات
- إعدادات SEO أساسية

ملاحظات فنية مهمة

7. التكاليف التأسيسية

ملاحظات	المورد / الجهة	التكلفة المتوقعة	البند
			تصميم وبرمجة المتجر الإلكتروني
			الدومين والاستضافة وشهادة SSL
			الهوية البصرية والشعار
			تصوير المنتجات وتجهيز المحتوى
			المخزون الأولي أو تكلفة التوريد
			إعداد بوابات الدفع
			إعداد شركات الشحن والتغليف
			تكاليف قانونية أو تراخيص
			مصرفات تأسيس أخرى
			إجمالي تكاليف التأسيس

8. التكاليف التشغيلية الشهرية

البند	التكلفة الشهرية	نوع التكلفة	ملاحظات
الإعلانات الممولة			
إدارة المتجر والمحتوى			
خدمة العملاء			
اشتراكات الأدوات والبرامج			
الشحن والتغليف			
عمولات بوابات الدفع			
رواتب أو عمولات فريق العمل			
صيانة الموقع والتطوير			
مصرفوات تشغيل أخرى			
إجمالي التكاليف الشهرية			

تنبيه: تكلفة الإعلانات قد تزيد في أول 3 أشهر بسبب مرحلة الاختبار. خصص ميزانية اختبار قبل الحكم على نجاح المتجر.

9. الإيرادات والمبيعات المتوقعة

المؤشر	سيناريو متحفظ	سيناريو متوسط	سيناريو متفائل
عدد الطلبات الشهري			
متوسط قيمة الطلب			
إجمالي المبيعات الشهرية			
تكلفة المنتجات المباعة			
التكاليف التشغيلية الشهرية			
صافي الربح المتوقع			

إجمالي المبيعات الشهرية: عدد الطلبات × متوسط قيمة الطلب

صافي الربح الشهري: إجمالي المبيعات - تكلفة المنتجات - التكاليف التشغيلية

10. مؤشرات الجدوى المالية

المؤشر	طريقة الحساب	النتيجة	تقييمك
نقطة التعادل	التكاليف الثابتة الشهرية ÷ ربح الطلب الواحد		
هامش الربح	صافي الربح ÷ إجمالي المبيعات × 100		
العائد على الاستثمار ROI	صافي الربح السنوي ÷ تكاليف التأسيس × 100		
مدة استرداد رأس المال	تكاليف التأسيس ÷ صافي الربح الشهري		
متوسط قيمة الطلب AOV	إجمالي المبيعات ÷ عدد الطلبات		
معدل التحويل	عدد الطلبات ÷ عدد الزوار × 100		

قراءة النتائج: إذا كانت نقطة التعادل أعلى بكثير من قدرتك التسويقية المتوقعة، فراجع الأسعار أو تكلفة المنتج أو مصاريف التشغيل قبل البدء.

11. خطة التسويق

القناة التسويقية	الهدف	الميزانية	مؤشر الأداء KPI
SEO وتحسين محركات البحث			
إعلانات فيسبوك وإنستغرام			
إعلانات جوجل			
تيك توك / ريلز			
المؤثرون			
البريد الإلكتروني / واتساب			

العروض المقترحة عند الإطلاق

12. خطة التشغيل وإدارة الطلبات

المرحلة	الإجراء المطلوب	المسؤول	المدة المتوقعة
استقبال الطلب			
تأكيد الطلب			
تجهيز المنتج			
التغليف			
الشحن والتتبع			
خدمة ما بعد البيع			

13. تحليل المخاطر والحلول

الخطر المتوقع	درجة التأثير	احتمالية الحدوث	خطة الحل أو الوقاية

أمثلة للمخاطر: ارتفاع تكلفة الإعلانات، ضعف الطلب، تأخير الشحن، نفاذ المخزون، زيادة المرتجات، ظهور منافسين بأسعار أقل، مشكلات تقنية في المتجر.

14. خطة أول 90 يوم

الفترة	المهام الرئيسية	الهدف	مؤشر النجاح
قبل الإطلاق			
الأسبوع الأول			
الشهر الأول			
الشهر الثاني			
الشهر الثالث			

ملاحظات المتابعة والتحسين

15. قرار التنفيذ النهائي

- المشروع مناسب للتنفيذ الآن.
- المشروع يحتاج إلى تعديل في الأسعار أو التكاليف.
- المشروع يحتاج إلى اختبار سوق قبل شراء مخزون كبير.
- المشروع غير مناسب حاليًا بسبب ارتفاع المخاطر أو ضعف الربحية.

التوصية النهائية

اسم معد الدراسة:

التوقيع:

التاريخ:

قائمة مراجعة قبل إطلاق المتجر

- تم اختيار المنتجات بناءً على طلب حقيقي.
- تم تحليل 3 إلى 5 منافسين على الأقل.
- تم حساب تكلفة المنتج والشحن والتغليف.
- تم تحديد ميزانية إعلانات أولية.
- تم إعداد سياسة الاستبدال والاسترجاع.
- تم تجهيز صور ووصف المنتجات.
- تم تفعيل بوابات الدفع.
- تم اختبار تجربة الشراء من الهاتف.
- تم ربط أدوات التحليل والتتبع.
- تم تجهيز خطة محتوى وإعلانات لأول شهر.
- تم اختيار شركة شحن مناسبة.
- تم وضع خطة لخدمة العملاء.

خلاصة: دراسة الجدوى ليست وثيقة ثابتة، بل أداة تتطور مع بيانات السوق الفعلية. حدث النموذج بعد أول شهر من الإطلاق بناءً على المبيعات، تكلفة الإعلان، وملاحظات العملاء.