

جذور للسياحة والتراث - Roots Travel & Heritage

منصة وطنية وسياحة ذكية تعيد تقديم مصر، ونصنع فرصا للمستقبل.



أعضاء الفريق

ديننا محي الدين عبد الصبور أحمد (Leader).

شاهنده محمد إبراهيم.

ميرنا مدحت مراد.

سارة أحمد عبد الحميد.

ندى محمود الطوخي.

غادة حسين محمد شكري.

فكرة المشروع

جذور هي شركة سياحة وطنية مدعومة بتكنولوجيا رقمية، تهدف إلى إعادة تقديم مصر كوجهة سياحية وثقافية متكاملة من خلال الدمج بين التراث والتجربة التفاعلية الحديثة.

تعتمد الفكرة على إنشاء منصة رقمية وتطبيق ذكي يربط بين السياح والمرشدين السياحيين المحترفين التابعين للشركة، بحيث يتمكن كل مرشد من عرض خدماته وباقات رحلاته المتخصصة، سواء كانت ثقافية، ترفيهية، علاجية، أو تعليمية، أو دينية، لاختار السائح التجربة التي تناسب اهتماماته.

كما يمكن للسائح (مصري أو أجنبي) أن يقدم طلبا مخصصا داخل التطبيق يوضح فيه نوع الرحلة التي يرغب بها (ثقافية - ترفيهية - علاجية - تصوير - طعام مصري، إلخ).

بعد نشر الطلب، يتلقى المرشدون السياحيون المعتمدون من جذور إشعارا بالعرض، ويمكن لأي مرشد مؤهل التقديم (Apply) على هذا الطلب عبر التطبيق، مع تقديم عرض تفصيلي يتضمن برنامج الرحلة، التكلفة، والأنشطة المقترحة.

يختار السائح العرض الأنسب له بناء على السعر، التقييمات السابقة، ونوع التجربة، مما يخلق سوقا تفاعليا مفتوحا بين السائحين والمرشدين السياحيين المعتمدين.

تقدم جذور تجربة مختلفة عن السياحة التقليدية؛ فهي لا تكتفي بزيارة الأماكن، بل تحول كل رحلة إلى تجربة حية تحكي تاريخ مصر، وثقافتها، وحياة ناسها، من خلال مرشدين مؤهلين يقدمون المعلومات بأسلوب مبسط وممتع.

وفي الوقت نفسه، تسهم المنصة في تشغيل وتدريب خريجي كليات السياحة والفنادق، والآثار، واللغات والترجمة، والإعلام، مما يخلق فرص عمل حقيقية للشباب ويحقق أثرا اقتصاديا واجتماعيا مستداما.

المشكلة:

ضعف في عرض التراث المصري بشكل تفاعلي يتيح خلق روح للمكان.

لا يوجد منصة تربط بين السياح والمرشدين المصريين مباشرة.

لا يوجد منصة تسمح للسائح بتخصيص رحلته حسب اهتماماته وميزانيته.

فرص عمل محدودة لخريجي كليات السياحة والآثار والفندقة واللغات رغم مهاراتهم العالية.

السؤال:

إزاي نقدر نعيد تقديم مصر كوجهة سياحية وثقافية بطريقة حديثة، تعكس روحها وتاريخها، وتخلق فرص عمل حقيقية للشباب في نفس الوقت؟

الحل :

إنشاء منصة تربط السائحين بالمرشدين المعتمدين عبر تطبيق ذكي وسهل الاستخدام.
تمكين السائح من تخصيص رحلته بالكامل من خلال نظام "الطلبات المخصصة" واختيار المرشد الأنسب له.
المرشد يستطيع عرض رحلاته أو التقديم على طلبات مخصصة من السائح.
تحويل الرحلة إلى تجربة تشمل التراث، الأكل، الموسيقى، والفن للجمع بين المتعة والتعليم والتفاعل الإنساني.
توفير فرص عمل حقيقية للشباب من خريجي كليات السياحة والآثار والفندقة والترجمة.
استخدام التكنولوجيا + الخرائط + التقييمات + UGC لرفع جودة الخدمات وتحسين تجربة المستخدم.

رؤيتنا:

خلق روح مختلفة في مصر من خلال الاستفادة من تاريخها وشبابها وربطه بالتكنولوجيا وتشغيل أكبر عدد من خريجين السياحة والفندقة والآثار والإرشاد السياحي واللغات.

رسالتنا:

تمكين السائح من عيش التجربة المصرية، وليس مجرد زيارتها، من خلال مرشدين محترفين ومحتوى تفاعلي يجعل كل رحلة تجربة أصيلة وممتعة من خلال تطبيق يربط بين السائحين والمرشدين السياحيين المعتمدين، لتقديم رحلات مخصصة تشمل الجوانب التعليمية والتراثية والعلاجية، مع تمكين الكفاءات المحلية وخلق فرص عمل مستدامة تعيد إحياء روح السياحة المصرية.

القيمة المضافة:

الدمج بين التراث الأصالة **Authenticity** + التكنولوجيا الابتكار **Innovation** + التشغيل الشبابي التمكين **Empowerment** + التجربة السياحية المتكاملة التفاعل **Interaction** .

حجم السوق:

2023: استقبلت مصر 14.9 مليون زائر دولي. (حسب الهيئة العامة للإستعلامات)
<https://sis.gov.eg/en/media-center/news/incoming-tourism-to-egypt-hits-record-breaking-149-million-tourists-in-2023-ahmed-issa>
2024 سجل تزايدا واستقر عند حوالي 15.7 مليون زائر. (حسب منتدى السياحة العالمي / الاجتماع السنوي ٢٠٢٥ - بروكسل ٢٠-٢١ أكتوبر)
<https://live.worldtourismforum.net/news/egypt-tourism-from-ancient-wonders-to-modern-resilience-investment-opportunities>
نصف عام 2025 وصلت مصر إلى حوالي 8.7 مليون زائر . (حسب مجلة مصر اليوم)

<https://www.egypttoday.com/Article/3/141189/Egypt-Welcomes-8-7-Million-Visitors-in-First-Half-of>

هناك توقعات رسمية بأن عدد الزوار قد يصل إلى 17-18 مليون زائر بنهاية 2025 بسبب عوامل تحفيزية (افتتاح المتحف الكبير، حملات ترويجية، توسعات استيعابية). (حسب تصريحات د/شريف فهمي (المدير التنفيذي ل N Gage Group) لجريدة الأهرام أونلاين)

<https://english.ahram.org.eg/News/555785.aspx>

إيرادات السياحة 2023: نحو 15 مليار دولار. (حسب تصريحات سعيد البطوطي) (أستاذ الاقتصاد الكلي الدولي واقتصاد السياحة في جامعة جوتة في فرانكفورت، ألمانيا) لل (daily news Egypt)

<https://www.dailynewsegypt.com/2024/01/25/egypts-tourism-revenues-break-record-with-15bn-in-2023-el-batouty>

وفقا لتقارير UNWTO - منظمة السياحة العالمية، حوالي 35% من السياح العالميين يختارون وجهاتهم بناء على الدوافع الثقافية والتعليمية.

النسبة دي اتأكدت تقريبا في تقارير لاحقة زي:

OECD Cultural Tourism Report (2020) تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية أشار إلى أن 30-40% من السياحة الدولية تصنف كسياحة ثقافية أو تعليمية.

UNESCO 2023 Cultural Tourism Insight ذكرت أن السياحة الثقافية تمثل نحو ثلث إجمالي الطلب السياحي العالمي (33-35%).

و مصر بطبيعتها وجهة تراثية وثقافية: أكثر من 70% من المزارات مصنفة كـ "heritage destinations".
بالتالي من المنطقي استخدام نسبة 35% كمؤشر واقعي على شريحة السوق اللي جذور تستهدفها - يعني مش نسبة محلية رسمية، لكن تقدير مبني على المعايير العالمية المعمول بها في نفس نوع السياحة.

ده معناه إن أكثر من ثلث السوق السياحي العالمي مهتم:

- 1- بالتاريخ والتراث واللغات،
- 2- وبالتجارب الحية اللي تشرح له ثقافة البلد،
- 3- وبالمرشدين اللي يقدرُوا يحكوله القصة ويترجموها بلغته.

و ده معناه إن في طلب حقيقي على المهارات اللي بيملكها خريجي السياحة والآثار واللغات، لكن محتاج منصة توصلهم بالسوق العالمي .

بالنسبة لخريجي الإرشاد السياحي والآثار:

النسبة دي معناها إن فيه ملايين السائحين عابزين يسمعون قصص التاريخ المصري.

جذور بتخلق لهم فرصة يقدموا خبرتهم مباشرة للسائح بدل الاعتماد على الشركات التقليدية.

و بدل ما الخريج يفضل عاطل أو يشتغل بعيد عن تخصصه، ممكن يبدأ يشتغل من خلال المنصة كـ "مرشد مستقل" أو ضمن برامج جذور المعتمدة.

بالنسبة لخريجي اللغات والترجمة:

مع تزايد السياح من أوروبا وآسيا، الطلب على الترجمة الفورية والتواصل الإنساني بيزيد.

الذكاء الاصطناعي (AI) يوفر ترجمة آلية، لكن ما يقدرش ينقل روح الثقافة أو الحس الإنساني، وهنا بتيجي قيمة المترجم البشري اللي يفهم السياق ويشرح المعنى بروح مصرية.

جذور ممكن تدمج خريجي اللغات كترجمين مرافقين أو “Cultural Communicators” يساعدوا في الرحلات.

بالنسبة لخريجي السياحة والفنادق:

الطلب على التجارب الشاملة (ثقافية + ترفيهية + غذائية) بيخلق حاجة لناس تنظم وتدير الرحلات، الفنادق، والمطاعم.

جذور بتسمح لهم يعرضوا خدماتهم على التطبيق (تنظيم جولات - حجز مطاعم - إدارة التجربة).

أشار تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD Egypt Labor Market Outlook 2024) إلى أن خريجي التخصصات الإنسانية (زي اللغات، السياحة، والآثار) بيعانونا من معدل بطالة أعلى من المتوسط، يتراوح بين 18-22% بسبب ضعف الطلب على الوظائف التقليدية في هذه المجالات.

https://www.oecd.org/en/publications/promoting-better-quality-job-creation-for-inclusive-growth-in-egypt_09ad9f13-en.html

أكدت أيضا ILO (منظمة العمل الدولية) إن معدلات البطالة في خريجي الجامعات في مصر مرتفعة عن المتوسط الوطني، وتتركز في التخصصات الأدبية مثل الآثار واللغات والسياحة بسبب “عدم توافق المهارات مع متطلبات سوق العمل”.

بالتالي، بدل ما البطالة في التخصصات دي تستمر (واللي بتوصل لـ 18-22% بين الشباب الجامعي)، جذور بتفتح مجالات عمل مرنة (Freelance - Contract - Part-time).

أهداف مشروع جذور

الأهداف العامة:

1. إعادة تقديم مصر كوجهة سياحية وثقافية حديثة

تقديم صورة جديدة ومتكاملة عن مصر تجمع بين التاريخ العريق والروح العصرية، بحيث يعيش السائح تجربة حقيقية تعكس الهوية المصرية مش مجرد زيارة تقليدية للمواقع الأثرية.

نشر الوعي بالتراث المصري من خلال تجارب السياحة التفاعلية.

2. خلق فرص عمل حقيقية ومستدامة للشباب

توفير منصة تشغيل وتدريب رقمية لخريجي كليات السياحة والفنادق، الآثار، اللغات، والإعلام، تتيح لهم العمل كمرشدين سياحيين محترفين أو مزودي خدمات سياحية مستقلة عبر التطبيق.

خلق فرص عمل مباشرة لأكثر من 500 مرشد ومرشدة خلال أول عامين من خلال نظام عمولات شفاف.

3. تمكين المرشدين من تسويق خدماتهم رقميا

تسهيل وصول المرشدين إلى السياح المحليين والأجانب من خلال التطبيق الذكي، مع ضمان بيئة موثوقة وأمنة للعرض والحجز والتقييم.

4. دعم السياحة المستدامة والتجارب الأصيلة (Sustainable & Experiential Tourism)

تشجيع السياحة المسؤولة التي تحترم البيئة والثقافة المحلية، من خلال الترويج للأماكن غير التقليدية والمجتمعات المحلية والمناطق غير المعروفة.

5. إحياء التراث المصري بطريقة عصرية و دمج التكنولوجيا و تجارب المستخدمين UGC في التسويق لمصر.

من خلال تجارب السياحة التفاعلية. و ربط الزائر بالمكان من خلال الحكي والمشاركة.

تقديم تجربة رقمية شاملة وسهلة الاستخدام.

6. دعم الاقتصاد المحلي

تحفيز الإنفاق السياحي في المطاعم والمقاهي والأسواق التراثية، وتعزيز التعاون مع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في القطاعات المكمل للسياحة. (Store على التطبيق).

7. بناء علامة تجارية وطنية رقمية رائدة في مجال السياحة الذكية (Smart Tourism)

تحويل جذور إلى مرجع أساسي ومنصة موثوقة تربط بين السائح والمرشدين المعتمدين في كل محافظات مصر. و تقديم تجربة أصيلة تعتمد على المرشدين المحليين والمحتوى التفاعلي.

ثانيا: الأهداف الفرعية

تحسين جودة الخدمات السياحية من خلال التدريب المستمر للمرشدين ومتابعة تقييمات الزوار.
رقمنة قطاع الإرشاد السياحي عبر تطبيق ذكي شامل للحجز، الدفع، والتقييم.
نشر الثقافة المصرية عالميا من خلال محتوى تفاعلي باللغتين العربية والإنجليزية في البداية.
دعم السياحة الداخلية وتشجيع المصريين على استكشاف تراث بلدهم بشكل مختلف.
تعزيز التعاون مع المؤسسات التعليمية (الجامعات، المعاهد السياحية) لتدريب وتأهيل الكوادر الشابة.
توسيع نطاق الرحلات ليشمل أماكن غير تقليدية كواحات، قرى تراثية، وأسواق محلية.
تحقيق استدامة اقتصادية واجتماعية توازن بين الربحية والتأثير الإيجابي على المجتمع.

الأهداف التشغيلية قصيرة المدى (Short-term):

- إطلاق المنصة الرقمية رسميا خلال 12 شهرا.
- الوصول إلى 50 مرشد سياحي معتمد و1000 مستخدم في المرحلة الأولى.
- إنتاج 30 قطعة محتوى رقمي عن التراث المصري (قصص، فيديوهات، تجارب).

الأهداف طويلة المدى (Long-term):

- عقد شراكات مع وزارة السياحة، الجامعات، والمراكز الثقافية.

- التوسع في الأسواق العربية والإفريقية.
- بناء علامة تجارية عالمية تعرف مصر بعيون أبنائها.

الأثر الاقتصادي طويل المدى

البند	التأثير خلال 3 سنوات
دعم الاقتصاد المحلي	50+ مليون جنيه سنويا
تعزيز صورة مصر عالميا	كوجهة ثقافية عصرية ومستدامة
فرص عمل مباشرة	1000+ مرشد وموظف
فرص غير مباشرة (مطاعم - نقل - منتجات)	2500+

نموذج عمل مشروع جذور

إزاي جذور بتخلق قيمة، وتقدمها، وتحقق منها ربحا؟

شرائح العملاء (Customer Segments)

الفئة	الوصف	الاحتياجات الأساسية
السائحون الأجانب	زائرون لمصر يبحثون عن تجربة أصيلة ثقافيا وإنسانيا.	جولات آمنة، مترجمين، مرشدين ثقافيين، تجربة محلية ممتعة.
المصريون محبو التراث	طلاب، باحثون، وعائلات يحبون اكتشاف تاريخ مصر من جديد.	محتوى ثقافي بسيط، رحلات محلية، معارض، قصص تراثية.
المرشدون السياحيون وخريجو الكليات المتخصصة	شباب متخصص في السياحة والآثار يبحث عن فرص عمل مستدامة.	منصة لعرض خدماتهم وربطهم مباشرة بالسياح ويقدر يشوف السائح عايز ايه ويعمله.
الشركاء التجاريون (مطاعم - فنادق - مؤسسات ثقافية)	جهات تقدم خدمات مكمل للرحلات.	زيادة الزيارات والمبيعات من خلال التطبيق.

القيمة المقترحة (Value Proposition)

المحور	القيمة التي تقدمها جذور
للزائر	تجربة ثقافية مصرية أصيلة ومتكاملة تجمع بين المعرفة والمتعة والإنسانية (ثقافة، طعام، تاريخ، حياة يومية).
للمرشد	منصة رقمية تتيح عرض خبراته وتقديم رحلاته بمرونة وربحية عالية وتربطه مباشرة بالسياح.
للسوق السياحي	نظام رقمي متكامل يعزز التوظيف ويعيد تعريف السياحة الثقافية في مصر. أسعار شفافة وخدمة آمنة وسهلة الحجز. تسويق تجارب المستخدمين عبر محتوى واقعي ممتع (UGC).

القنوات (Channels)

القناة	الاستخدام
التطبيق والموقع الإلكتروني	الحجز وإدارة الرحلات والتواصل المباشر مع المرشدين.
السوشيال ميديا (Facebook, Instagram, TikTok)	التسويق، نشر القصص، وبناء مجتمع من المهتمين بالتراث.
تجارب دعائية مصورة (UGC Marketing حملات) من رحلات حقيقية.	
الفعاليات والمعارض الثقافية Events	الترويج المباشر وبناء شراكات.
شراكات مع مؤسسات سياحية وفندقية	جذب سائحين دوليين وتبادل الحملات الترويجية.

العلاقات مع العملاء (Customer Relationships)

النوع	الوصف
تجربة شخصية (Personal Experience)	المرشد يتواصل مباشرة مع السائح قبل وأثناء وبعد الرحلة.
دعم فني ذكي (Smart Support)	خدمة عملاء على مدار الساعة عبر التطبيق أو Chatbot متاح بلغات مختلفة.
مجتمع تفاعلي (Community Building)	محتوى تشاركي من الزوار (صور - قصص - فيديوهات).
برامج ولاء (Loyalty Programs)	خصومات للمستخدمين المتكررين ومرشدين متميزين.
محتوى تثقيفي ممتع - Fun and educational content	يعزز الانتماء والوعي بالتراث المصري.

مصادر الإيرادات (Revenue Streams)

المصدر	الوصف
عمولة من كل حجز	10-15% من قيمة الرحلة.
إعلانات داخل التطبيق لمزودي الخدمات السياحية المعتمدين	ترويج لمطاعم وفنادق ومزارات.
اشتراكات مميزة للمرشدين (Freemium - Premium).	خطط مدفوعة لزيادة الظهور والحجز.
شراكات سياحية وثقافية	حملات ترويجية مدفوعة مع مؤسسات.
فعاليات تراثية حية	تنظيم أحداث ثقافية وسياحية حقيقية.
مبيعات رقمية	منتجات تراثية، تذكارات، كتب إلكترونية.

الموارد الرئيسية (Key Resources)

النوع	الموارد
بشرية	المرشدون السياحيون - فريق التسويق - المطورون - خدمة العملاء.
تقنية	التطبيق، خوادم الاستضافة، أنظمة الحجز والدفع آمنة متعددة العملات.
ثقافية	محتوى تراثي مصري أصيل - قواعد بيانات ثقافية وسياحية.
مالية	رأس المال التشغيلي والاستثمارات الأولية.

الأنشطة الرئيسية (Key Activities)

النشاط	الهدف
تطوير التطبيق والموقع	ضمان تجربة استخدام سلسة وسريعة.

إدارة المرشدين	رفع جودة الخدمة وزيادة الثقة و بناء نظام تسجيل وتقييم للمرشدين السياحيين المعتمدين.
إدارة التجارب السياحية	تصميم وتنظيم باقات رحلات (ثقافية - ترفيهية - علاجية - فنية).
إنتاج محتوى رقمي تفاعلي	إنتاج محتوى تراثي وثقافي (قصص - فيديوهات - صور - منشورات) يعكس هوية مصر و يجذب المهتمين بالثقافة والتاريخ.
التسويق الرقمي المستمر و إدارة الحملات الترويجية و SEO	تنفيذ حملات تسويق رقمية على Facebook، Instagram ، و TikTok لبناء الوعي بالعلامة التجارية وجذب المستخدمين.
عقد شراكات استراتيجية	توسيع شبكة الخدمات السياحية والثقافية. التعاون مع الجامعات والمراكز السياحية والمطاعم والفنادق المحلية.
التحليل والمتابعة	تتبع مؤشرات الأداء (KPIs) وتحليل بيانات المستخدمين لتحسين التجربة.

الشركاء الرئيسيون (Key Partners)

الجهة	الدور
وزارة السياحة والآثار	اعتماد المرشدين وتسهيل التراخيص.
الجامعات والمعاهد السياحية	تدريب وتوظيف الخريجين.
المؤسسات الثقافية (مثل الأوبرا / دار الكتب / المتاحف)	محتوى ودعم ثقافي للمنصة.
شركات الاتصالات والتقنية	دعم فني وتكامل مع نظم الدفع.
الفنادق والمطاعم المحلية	باقات متكاملة للزوار.

هيكل التكاليف (Cost Structure)

البند	النوع
تطوير وصيانة المنصة	ثابت
التسويق والمحتوى	متغير
رواتب الفريق والمرشدين	شبه ثابت
شراكات وأحداث ثقافية	متغير
التراخيص والقانونيات	ثابت
الصيانة والأمان السبيرياني	مستمر

هذا النموذج يعزز استدامة الإيرادات، ويزيد من ولاء المرشدين والسائحين للمنصة بفضل المرونة في اختيار التجارب.

نطاق العمل التفصيلي (Detailed Work Breakdown)

المرحلة 1: التحضير والتخطيط (Preparation & Planning)

- دراسة السوق والمنافسين.
- وضع الهوية البصرية والعلامة التجارية (Logo - Colors - Tone).
- تحديد الفئات المستهدفة (Personas) وخطة المحتوى.
- إعداد الجدول الزمني (Gantt Chart) وخطة الإطلاق التدريجي.

المرحلة 2: تطوير المنصة الرقمية (Digital Platform Development)

- تصميم واجهة المستخدم (UI) وتجربة المستخدم (UX)
- تطوير التطبيق والموقع (Android / iOS / Web).
- بناء نظام إدارة المستخدمين والمرشدين.
- إنشاء قاعدة بيانات للرحلات والتجارب.
- تفعيل بوابات الدفع الإلكتروني الآمن.

المرحلة 3: إنتاج المحتوى (Content Creation)

- كتابة القصص التراثية والمقالات التفاعلية.
- تصوير فيديو هات قصيرة (Reels - TikTok - Stories).
- إعداد محتوى تسويقي باللغتين (العربية والإنجليزية).
- تطوير قسم "رحلة في جذور مصر" كمحتوى دوري.

المرحلة 4: التسويق والإطلاق (Marketing & Launch)

- إطلاق الحملات الترويجية على المنصات الاجتماعية.
- التعاون مع مؤثرين ومبدعين في مجال السياحة والثقافة.
- تنظيم فعاليات تعريفية (Online + On-Ground).
- إطلاق برنامج "جذور تريب" لتجارب تجريبية مصورة.

المرحلة 5: التشغيل والتوسع (Operations & Expansion)

- متابعة أداء التطبيق وتحديثه دوريا.
- إدارة العلاقات مع المرشدين والشركاء.
- تحليل بيانات الاستخدام والتقييمات.
- توسيع نطاق التجارب لتشمل محافظات جديدة.
- تطوير خواص جديدة مثل AI Guide Assistant أو VR Tours

المخرجات (Deliverables)

المخرجات الرئيسية	الفئة
تطبيق وموقع إلكتروني تفاعلي باللغتين (عربي/إنجليزي).	المنصة الرقمية
شعار - ألوان - دليل استخدام الهوية (Brand Guidelines).	الهوية البصرية
30+ فيديو تراثي / 50+ منشور تعريفية / 10 قصص مصورة.	المحتوى الرقمي
تسجيل 50 مرشد سياحي معتمد في المرحلة الأولى.	الشبكة المهنية
5+ شراكات استراتيجية (جامعات - فنادق - مطاعم - متاحف).	الشراكات
تقارير أداء ربع سنوية تتضمن مؤشرات النمو والتفاعل.	التقارير التحليلية

الاستثناءات (Out of Scope)

- تنظيم رحلات دولية أو خارج مصر.
- بيع تذاكر الطيران أو الإقامة (تتم عبر شركاء خارجيين).
- تطوير خدمات ترجمة فورية متقدمة (قد تضاف لاحقاً).

فترة التنفيذ (Project Timeline)

- مدة المشروع الإجمالية 12 شهرًا.
- مرحلة الإطلاق الأولى (MVP): خلال أول 6 أشهر.
- مرحلة التشغيل والتوسع: من الشهر 7 إلى 12.

الفوائد المتوقعة (Expected Outcomes)

- تنشيط السياحة الثقافية والداخلية في مصر.
- خلق فرص عمل حقيقية لمئات المرشدين الشباب.
- زيادة الوعي بالتراث المصري لدى الأجيال الجديدة.
- رفع مكانة مصر كوجهة ذكية للتجارب الثقافية الأصيلة.

مواصفات الجودة في تنفيذ المشروع

معايير الجودة وضمانها (Quality Standards & Assurance)

الجودة التقنية (Technical Quality)

- تطوير المنصة باستخدام أحدث تقنيات UI/UX Design لضمان سهولة الاستخدام.
- اعتماد خوادم سحابية مؤمنة (Cloud Hosting) لضمان استقرار الخدمة 99.9%.
- اختبار الأمان والدفع الإلكتروني وفق معايير PCI DSS & ISO 27001.
- تحديثات ربع سنوية لضمان الأداء السلس والابتكار المستمر.

جودة المحتوى (Content Quality)

- مراجعة كل مادة ثقافية من خبراء آثار وتاريخ معتمدين.
- إنتاج الفيديوهات والصور بدقة عالية Full HD أو 4k.
- توظيف أسلوب شيق وسهل الفهم بلغات مختلفة.
- تطبيق دليل أسلوب موحد للغة والهوية البصرية (Brand & Tone Consistency).

جودة الخدمة السياحية (Tourism Service Quality)

- تدريب المرشدين السياحيين على التواصل والاحترافية وخدمة العملاء.
- التزام جميع المرشدين بمعايير الأمان والسلوك السياحي المسؤول.

- نظام تقييم بعد كل تجربة (Feedback & Rating System) لضمان التحسين المستمر.
- تقديم دعم فني وإنساني للسائحين على مدار الساعة.

الجودة التشغيلية والإدارية (Operational Quality)

- وجود خطة متابعة أسبوعية لمؤشرات الأداء (KPIs).
- مراجعة رضا المستخدمين كل 3 أشهر وتحليل التعليقات.
- اعتماد نظام إدارة جودة داخلي (Quality Management System - QMS) لمتابعة كل العمليات.
- تقارير نصف سنوية عن الأداء والجودة لمجلس الإدارة أو المستثمرين.

نجاح مشروع جذور يعتمد على شراكات استراتيجية ذكية، وجودة تنفيذ دقيقة توازن بين التكنولوجيا، الثقافة، والتجربة الإنسانية.

الجمهور المستهدف

تخاطب جذور 3 مستويات من الجمهور:

المستفيدون المباشرون: السائحون المحليون والدوليون و الباحثون في التراث والثقافة.
المستفيدون المهنيون: المرشدون وخريجو الجامعات السياحية.
الشركاء الداعمون: المؤسسات، المستثمرون والجهات السياحية، الفنادق والمطاعم، والمجتمع المحلي.

الفئة الدولية (من خارج الوطن العربي)

السائح الأجانب (من أوروبا وآسيا وأمريكا)
مهتمون بالتاريخ والآثار والفنون المصرية القديمة.
يفضلون التجارب التفاعلية والمغامرات الآمنة.
يرغبون في التواصل مع مرشدين محليين موثوقين يتحدثون لغات متعددة.

احتياجاتهم:

محتوى مترجم وواضح بالإنجليزية والفرنسية.
مرشدين مؤهلين ومتحدثين بلغات أجنبية.
تجربة حجز رقمية سهلة وسريعة.

الفئة الإقليمية (العرب والأفارقة)

السائح العرب من دول الخليج والمغرب العربي
يبحثون عن سياحة آمنة وغنية بالتاريخ والترفيه.
يحبون اللمسة الثقافية والضيافة المصرية.
مهتمون بالمأكولات، الفنون الشعبية، والتسوق التراثي.

احتياجاتهم:

مرشدين يتحدثون لغتهم ويفهمون ثقافتهم.
تجربة مريحة تجمع بين الفخامة والروح الشعبية.

تطبيق يسهل الحجز بلغتهم.

الشباب والعائلات المصرية

راغبون في خوض تجارب مختلفة عن الرحلات التقليدية.
مهتمون باستكشاف أماكن غير معروفة.
يبحثون عن أنشطة ترفيهية وثقافية بتكلفة مناسبة.

احتياجاتهم:

رحلات داخلية قصيرة وممتعة.
محتوى بصري مشوق عبر المنصات.
أسلوب حكي ممتع يجمع بين الثقافة والضحك.

الطلاب والباحثون

طلاب كليات: السياحة والفنادق، الآثار، اللغات والترجمة، الإعلام.
باحثون مهتمون بالتراث المصري والتاريخ والثقافة الشعبية.
مهتمون بتجارب تعليمية ميدانية وتطبيقية.
يرغبون في التواصل مع مرشدين محليين موثوقين يتحدثون لغات متعددة.

احتياجاتهم:

فرص وتطبيق عملي في مجال الإرشاد السياحي.
تجربة تعليمية ممتعة ومباشرة.
محتوى ثقافي مبسط ومصادر موثوقة.

فئة الشركاء والمستفيدين غير المباشرين

المرشدون السياحيون وخريجو الجامعات السياحية

سيستفيدون من فرص العمل والتدريب عبر المنصة.

المطاعم والمقاهي والمحال التراثية المحلية

سيستفيدون من زيادة الإقبال على خدماتهم عبر إدراجهم ضمن باقات جُزور.

المؤسسات التعليمية والسياحية

شريك استراتيجي في تدريب وتوظيف الكفاءات الجديدة.

شخصيات الجمهور (Personas)

السائح العربي المستكشف

العمر: 35 سنة

الوظيفة: رجل أعمال من السعودية

الاهتمامات: السفر مع العائلة، الأكل المصري، الأماكن التراثية

التحديات: عايز رحلات مريحة ومضمونة

كيف تخاطبه جذور:

“جذور بتقدمك تجربة مصر الحقيقية بأمان ورفاهية، مع مرشدين يعرفوك على أماكن مش هتلاقيها في أي دليل.”

المنصات المناسبة: إنستجرام / يوتيوب / سناب شات / X

نوع المحتوى: فيديوهات ترويجية عن الرحلات، صور بانورامية، قصص تجربة العملاء

السائحة الأجنبية الباحثة عن الأصالة

العمر: 29 سنة

الجنسية: ألمانية

الاهتمامات: المغامرات، التصوير، الثقافة المحلية، التاريخ الإنساني

التحديات: صعوبة التواصل باللغة، قلق من التنظيم وعدم الأمان

كيف تخاطبها جذور:

“With Roots, you don’t just visit Egypt, you live its story, safely and authentically”

المنصات المناسبة: إنستجرام / TikTok / YouTube

نوع المحتوى: فيديوهات قصيرة (Reels) بتصوير واقعي، قصص تراثية بلغة إنجليزية مبسطة

المرشد السياحي الطموح

العمر: 28 سنة

الوظيفة: خريج كلية الآثار، مرشد مستقل

الاهتمامات: التاريخ المصري، التواصل مع الناس، السفر، التعليم

التحديات: صعوبة الوصول لعملاء، ضعف التسويق الشخصي، غياب منصة آمنة

كيف تخاطبه جذور:

“انضم إلى جذور وابدأ رحلتك كمرشد معتمد. خلي شغفك بالتاريخ مصدر دخلك.”

المنصات المناسبة: فيسبوك / لينكدان

نوع المحتوى: قصص نجاح مرشدين، فيديوهات تدريبية، إعلانات الانضمام للمنصة

الخلاصة

“جذور” بتخاطب 3 عوالم متقاطعة:

الطالب اللي عايز يتعلم،

المرشد اللي عايز يشتغل،

والسائح، سواء محلي أو أجنبي، اللي عايز يعيش تجربة مختلفة.

شرائح السوق المستهدفة

السياح الأجانب (40%)

يبحثون عن تجارب ثقافية أصيلة.

السياح العرب (25%)

يفضلون الرحلات العائلية والمأكولات المصرية.

السياحة الداخلية (20%)

شباب مصري يبحث عن الترفيه والمعرفة.

المرشدون وخريجو الجامعات السياحية (15%)

يبحثون عن فرص عمل مرنة ومضمونة.

الاتجاهات الحديثة (Trends)

انتشار السياحة التجريبية (Experiential Tourism).

تزايد الإقبال على المحتوى الثقافي القصير عبر TikTok وInstagram.

الطلب المتزايد على التطبيقات السياحية المحلية.

نمو الاهتمام بالسياحة.

الفرص:

- اهتمام عالمي بالثقافة المصرية.

- دعم الدولة للتحول الرقمي في السياحة.

- زيادة عدد خريجي السياحة الباحثين عن فرص عمل.

- الطلب القوي على التجارب الأصيلة بعيدا عن المسارات السياحية التقليدية.

فجوة السوق:

- قلة الشركات التي تقدم مزيج الثقافة والترفيه والتشغيل و التجربة التفاعلية للسائحين عبر التكنولوجيا.

- ضعف الحلول الرقمية متكاملة لخدمات المرشدين.

التحديات:

- المنافسة مع الشركات السياحية التقليدية.

- الحاجة لتراخيص رسمية من وزارة السياحة.

- بناء الثقة الرقمية بين المستخدمين والمرشدين.

- حاجة مستمرة لتدريب المرشدين.

- التنافس مع التطبيقات الأجنبية.

تحليل PESTEL

كيف يؤثر على جذور	العامل
بيئة سياسية مشجعة ومساندة للمشروعات السياحية، مع ضرورة بناء شبكة علاقات قوية مع الجهات الرسمية لضمان الاستمرارية.	العوامل السياسية - استقرار الدولة المصرية سياسياً وأمنياً خلال السنوات الأخيرة دعم قطاع السياحة بقوة. - سياسات الحكومة المصرية لتشجيع السياحة وتطوير المتاحف والمناطق الأثرية الجديدة (المتحف المصري الكبير - طريق الكباش). - دعم وزارة السياحة والآثار للمبادرات الوطنية والشركات الناشئة في مجال السياحة الثقافية. - إمكانية الاستفادة من المبادرات الحكومية الخاصة بريادة الأعمال والتكنولوجيا (مثل مبادرة "رواد 2030"). - احتمالية تأثر السياحة بالأحداث الإقليمية أو السياسية في الشرق الأوسط، وهو عامل يجب مراقبته دائماً.
فرص اقتصادية كبيرة بفضل جاذبية السوق المصري للسياحة، لكن يجب إدارة الموارد المالية بكفاءة لتحقيق الربحية والاستدامة.	العوامل الاقتصادية - السياحة تمثل أحد أهم مصادر الدخل القومي لمصر (أكثر من 12% من الناتج المحلي). - زيادة أعداد السياح سنوياً بعد جائحة كورونا، وتوقع نمو مستمر في الطلب على التجارب الأصيلة. - انخفاض سعر العملة المحلية يجعل مصر وجهة جذابة اقتصادياً للسياح الأجانب. - ارتفاع تكاليف التشغيل والتكنولوجيا قد يشكل تحدياً في المراحل الأولى. - إمكانية عقد شراكات مع مؤسسات تمويل أو حاضنات أعمال لدعم التوسع.
جمهور جاهز نفسياً وثقافياً لاستقبال فكرة جذور كمنصة تقدم تجربة إنسانية ممتعة تربط بين الماضي والحاضر.	العوامل الاجتماعية - تزايد اهتمام الأجيال الجديدة بالسياحة التجريبية والثقافية بدلاً من السياحة التقليدية. - رغبة السياح في التفاعل مع المجتمع المحلي وفهم الثقافة من الداخل. - وجود وعي وطني متزايد بين الشباب بأهمية التراث المصري وضرورة الحفاظ عليه. - انتشار وسائل التواصل الاجتماعي جعل الناس أكثر اهتماماً بالتصوير والمحتوى الإبداعي خلال الرحلات. - ارتفاع الطلب على رحلات قصيرة داخلية بين المصريين بسبب ضغوط المعيشة والسعي للترفيه السريع.
التكنولوجيا هي المحرك الأساسي لنمو جذور، وفرصة	العوامل التكنولوجية - الانتشار الواسع لاستخدام الهواتف الذكية والتطبيقات في الحجز والدفع. - رغبة السياح في التفاعل مع المجتمع المحلي وفهم الثقافة من الداخل.

لا ابتكار تجربة رقمية فريدة في قطاع السياحة المصري	- تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) والواقع المعزز (AR) التي يمكن استخدامها لتطوير تجربة السائح داخل التطبيق. - التحول الرقمي في قطاع السياحة أصبح ضرورة وليس رفاهية. - وجود بنية تحتية رقمية قوية نسبياً في المدن الكبرى (القاهرة، الإسكندرية، الغردقة، شرم الشيخ). - التحدي هو الحفاظ على أمن البيانات والخصوصية للمستخدمين.
جذور تقدر تتميز من خلال دمج مفهوم السياحة البيئية المسؤولة ضمن باقاتها وبرامجها.	العوامل البيئية - اتجاه عالمي نحو السياحة المستدامة واحترام البيئة والمجتمعات المحلية. - وجود مواقع بيئية متميزة في مصر (واحات، محميات، سيوة، وادي الحيتان). - تزايد الوعي البيئي بين السياح حول الحفاظ على الطبيعة وتقليل البصمة الكربونية. - تأثير التغيرات المناخية المحتمل على بعض الوجهات (ارتفاع الحرارة أو تآكل السواحل).
بيئة قانونية منظمة لكنها تتطلب متابعة دقيقة وتعاون مع محام مختص في قطاع السياحة والتقنية.	العوامل القانونية - ضرورة الحصول على تراخيص من وزارة السياحة لتشغيل الرحلات السياحية. - الالتزام بلوائح حماية البيانات الشخصية في التطبيق الإلكتروني. - التوافق مع قوانين العمل والتأمينات الاجتماعية للمرشدين والموظفين. - أهمية تسجيل العلامة التجارية "جذور" رسمياً لحماية الهوية. - إمكانية الحصول على حوافز من برامج دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

جذور تعمل في بيئة مواتية سياسياً واجتماعياً، غنية بالفرص الاقتصادية والتكنولوجية، مع تحديات محدودة يمكن إدارتها قانونياً وبيئياً من خلال التخطيط الذكي والشراكات المؤسسية.

تحليل SWOT

نقاط القوة (Strengths)	نقاط الضعف (Weaknesses)
فكرة مبتكرة ومتفردة: الجمع بين السياحة، التراث، والقيمة المجتمعية. المشروع لا يهدف فقط للربح، بل أيضاً لتشغيل الشباب ودعم خريجي كليات السياحة والآثار واللغات. قابلية للتوسع الجغرافي والرقمي. وجود محتوى ممتع ومؤثر: يساعد في تحقيق انتشار واسع على السوشيال ميديا. محتوى يعتمد على مشاركة الجمهور (UGC) مما يعزز المصداقية والانتماء. إمكانية التعاون مع مرشدين محترفين ومؤسسات تعليمية لزيادة الموثوقية.	قلة الوعي بالمنصة في البداية مما يحتاج حملة تعريف قوية. اعتماد كبير على الإنترنت والتقنيات مما يتطلب دعم فني متواصل. تكاليف تشغيل أولية عالية نسبياً لتطوير التطبيق وبناء المحتوى الإبداعي. صعوبة إدارة شبكة واسعة من المرشدين والسياح في البداية بدون نظام إدارة فعال ومتابعة دقيقة. الحاجة إلى شراكات استراتيجية مع مؤسسات رسمية لزيادة المصداقية.
الفرص (Opportunities)	التحديات (Threats)

نمو السياحة الثقافية في مصر واهتمام الدولة بالترويج للهوية المصرية. دعم حكومي وريادي متزايد للمشروعات السياحية الوطنية. توجه قوي نحو السياحة المستدامة والثقافية. التحول الرقمي في قطاع السياحة العالمي يمنح فرصًا هائلة للمشروعات التقنية مثل جذور. زيادة عدد مستخدمي الإنترنت والهواتف الذكية مما يسهل الوصول إلى الجمهور. الطلب المتزايد على التجارب المحلية الأصيلة من قبل الأجانب. إمكانية التعاون مع شركات سياحة عالمية أو منصات حجز رقمية كبرى. فرص تمويل من حاضنات الأعمال والمنح السياحية مثل Rise Up وITIDA وUNDP. تشغيل آلاف الخريجين من كليات السياحة والآثار والفندقة والترجمة ضمن شبكة مرشدين معتمدين.	المنافسة مع شركات سياحة تقليدية كبرى أو منصات عالمية تمتلك ميزانيات ضخمة. عدم استقرار السياحة العالمية نتيجة الأزمات الاقتصادية أو السياسية. صعوبات قانونية في استخراج التراخيص السياحية الرقمية. مخاطر القرصنة أو سرقة البيانات في التطبيق الإلكتروني. تذبذب ثقة المستخدمين الجدد في الخدمات الرقمية الجديدة. تقلبات سعر الصرف وتأثيرها على الأسعار والعقود.
---	---

جذور تمتلك أساساً قوياً للانطلاق بفضل فكرتها الأصيلة وأثرها المجتمعي، ويكمن نجاحها في الاستثمار في التكنولوجيا، بناء الشراكات، والتسويق الذكي الذي يخلق الثقة ويبرز التفرد المصري للعالم.

الميزة الاستراتيجية لمشروع جذور (Strategic Advantage)

الميزة	الوصف
الدمج بين الأصالة والابتكار	جذور هي أول منصة رقمية في مصر تجمع بين المرشدين السياحيين المحترفين والتجربة الرقمية السلسة التي تمكن السائح من استكشاف مصر بطريقة شخصية وتفاعلية.
نموذج عمل مزدوج القيمة	هي ليست تطبيق محتوى، بل سوق سياحي ذكي يربط السائح مباشرة بالمرشدين والرحلات التي تناسب اهتماماته.
تجربة تفاعلية فريدة ومصرية 100%	جذور لا تخلق قيمة فقط للسائح، بل للمرشدين المصريين أيضاً. فهي تقدم نموذجاً اقتصادياً واجتماعياً في نفس الوقت: اقتصادياً: منصة تربط السائح بالرحلات والخدمات مباشرة دون وسطاء. اجتماعياً: تخلق فرص عمل لآلاف خريجي السياحة والآثار واللغات، وتعيد دمجهم في سوق العمل.
نموذج تسويقي يعتمد على قوة الجمهور (UGC)	مما يخلق فرص عمل مستدامة في قطاع يعاني من البطالة الموسمية. كل مرشد يستطيع تصميم رحلات متكاملة (ثقافية – ترفيهية – علاجية – طعام) يعيش فيها السائح تجربة مصرية حقيقية.
	المرشد في جذور مش بس ناقل معلومات، لكنه راو للقصص المصرية بأسلوب ممتع وإنساني، يجعل السائح يعيش "مصر الحقيقية" من خلال التفاعل مع الناس، الطعام، والموسيقى، والمكان.
	الرحلات مبنية على الحكي وليس على الزيارات السريعة.
	تسويق جذور لا يعتمد على الإعلانات فقط، بل على المحتوى الذي ينتجه الجمهور نفسه أثناء وبعد الرحلات:
	مقاطع فيديو، صور، وآراء السياح الحقيقية.
	محتوى يتم نشره على منصات جذور (Facebook, Instagram, TikTok).

شبكة شركات متعددة المحاور	تحويل كل تجربة حقيقية إلى قصة تلهم الآخرين للحجز. التعاون مع الجامعات المصرية لتدريب وتشغيل الخريجين. الشراكة مع المطاعم والمقاهي التراثية لضمها ضمن تجارب الرحلات. دعم من المؤسسات السياحية الرسمية التي تبحث عن مشاريع مبتكرة وطنية.
الاعتماد على منصة رقمية متكاملة موثوقة وسهلة الاستخدام	التطبيق يتيح للسياح: استعراض الرحلات والباقات المقدمة من المرشدين. التواصل المباشر واختيار المرشد المناسب بناءً على اللغة، التقييم، ونوع الرحلة. الحجز والدفع الآمن داخل المنصة. متابعة التقييمات ومشاركة التجارب بعد الرحلة. بالإضافة إلى أنه يمكنه تصميم وعرض الرحلة المناسبة له وبإمكان المرشد أن يتقدم بالقيام بهذه الرحلة.
قوة المحتوى والهوية	تقدم التراث بروح معاصرة تجمع بين الثقافة - المتعة - الأصالة - الدعابة المصرية.
الانتشار العضوي (Organic Reach) (Strategy)	المنصة تبني جمهورها بطريقة طبيعية عبر المحتوى القصصي المبدع بدل الاعتماد الكلي على الإعلانات. وده يخلق علاقة حقيقية بين العلامة التجارية والجمهور ، قائمة على الثقة والانبهار.

الميزة الاستراتيجية لجذور تكمن في كونها تجمع بين التراث والتقنية والعمل، والسياحة والهوية.

إنها ليست شركة سياحة فقط، بل منصة لصناعة فرص للغد وخلق حالة من النشاط في مجال السياحي من خلال تفاعل السياح مع الجمهور المصري.

جذور ليست شركة سياحة تقليدية ولا مجرد تطبيق رقمي، بل نظام متكامل يعيد تعريف السياحة في مصر من خلال تمكين الشباب، وتقديم تجارب حقيقية، وتحويل السائح إلى راوي جديد يحكي قصة مصر للعالم.

الاستراتيجية التنافسية

Focus Areas (مناطق التركيز)	Action Recommendation (توصية تنفيذية)
1. Positioning (التموضع في السوق)	- تموضع جذور كمنصة ذكية تجمع بين السياحة والهوية المصرية وتشغيل الشباب. - إبراز الجانب الإنساني والاجتماعي في الحملات (تشغيل الشباب - UGC - دعم التراث).
2. Feature Priority (الأولويات في المزايا)	- أولوية لواجهة المستخدم البسيطة وسهولة الحجز. - التركيز على نظام اختيار المرشدين السياحيين بناءً على اللغة والخبرة والتقييم. - إضافة خاصية "Live Experience Feed" لعرض محتوى الرحلات الحقيقية (UGC). - تطوير نظام مراجعات وتوصيات ذكي (AI-based).
3. Go-to-Market (استراتيجية دخول السوق)	- البدء بإطلاق تجريبي في القاهرة - الأقصر - أسوان كوجهات ثقافية مميزة. - التعاون مع مؤثرين ومبدعين محليين وأجانب لتوثيق التجربة. - حملات رقمية تعتمد على Storytelling + الفيديو القصير (TikTok & Instagram). - شراكات مع الجامعات السياحية لتجنيد أول 100 مرشد معتمد.
4. Community Growth (نمو المجتمع والتفاعل)	- بناء مجتمع رقمي تفاعلي حول فكرة "مصر تحكي من جديد". - تشجيع الزوار على نشر محتواهم الشخصي بعد الرحلات، مع مسابقات "أفضل قصة/صورة".

- إطلاق برنامج "سفير جذور - Roots Ambassador" لتكريم أفضل المرشدين والمستخدمين النشطين.	
- دعم التطبيق و المحتوى باللغتين العربية والإنجليزية في البداية، ثم الفرنسية والإسبانية والصينية والهندية والروسية. - الاهتمام بـ الترجمة الثقافية وليس الحرفية (نقل روح الحكاية وليس الكلمات فقط). - اختيار لغات مختلفة لأصوات التعليق (Voice-over) في الدعاية.	5. Language Fit (الملاءمة اللغوية والثقافية)

Competitive Advantage Table - مقارنة جذور بالمنافسين

العنصر	Roots (جذور)	شركات السياحة التقليدية مصر للسياحة تراكفو	منصات إقليمية (مثل Visit Dubai)	منصات عالمية TripAdvisor / GetYourGuide Viator	صناع محتوى تراثي صفحات هي دي مصر Discover "Egypt" مؤثرين سياحيين	FREETOUR.com	GuruWalk
نموذج العمل	منصة رقمية تربط السائح مباشرة بالمرشد المصري وتتيح تصميم رحلات متكاملة بالإضافة إلى نظام الرحلات المخصصة الذي يسمح للسائح بإنشاء طلبات خاصة والتفاعل المباشر مع المرشدين، مما يجعل التجربة أكثر إنسانية وشخصية مقارنة بالتطبيقات السياحية التقليدية.	بيع باقات جاهزة بأسلوب ثابت وتقليدي لا تعتمد على التكنولوجيا - تجربة المستخدم ضعيفة لكن خبرة طويلة - تنظيم شامل	محتوى ترويجي حكومي يروج للوجهات فقط	حجز أنشطة وسياحة قصيرة بدون تفاعل مباشر تركز على الوجهات الكبرى فقط - لا تهتم بالتراث المحلي لكن لديها واجهة احترافية - تقييمات عالمية	لا تقدم خدمة فعلية أو تجربة ميدانية لكن محتوى بصري جذاب	منصة رقمية تربط بين السائحين والمرشدين المحليين في الكثير من الدول، تتيح حجوزات «جولات مجانية» (free tours) أو بأسعار مخفضة، حيث يمكن للسائح الحجز مجاناً ثم يدفع ما يرى مناسباً للمرشد في نهاية الجولة.	منصة تربط عدد كبير من المرشدين المحليين (Gurus) بالسائح (Walkers) أكثر من 800 مدينة حول العالم. نموذج "احجز مجاناً ثم ادفع ما تريد" (pay-what-you-want) في نهاية الجولة.
التجربة المقدمة	تجربة إنسانية قائمة على التفاعل والحكي - يعيش فيها السائح بعيون المصريين	رحلات نمطية	محتوى بصري قوي لكن بدون تفاعل واقعي	تجربة وظيفية باردة ومحدودة بالمدينة Categorized by type of tour	يوفر جولات مشي وأنشطة سياحية قصيرة في أكثر من 120-140 دولة، مع تقييمات ومراجعات للمستخدمين، حجز مباشر عبر التطبيق/الموقع. محددات اليوم والساعة With filters Categorized by city	يوفر جولات مشي وأنشطة سياحية قصيرة في أكثر من 120-140 دولة، مع تقييمات ومراجعات للمستخدمين، حجز مباشر عبر التطبيق/الموقع. محددات اليوم والساعة With filters Categorized by city	تجربة تركز على الجولات الحية مع مرشد محلي في الموقع، غالباً المشي في المدينة، وبمدرج مرن وغير تقليدي. callender More wide With filters

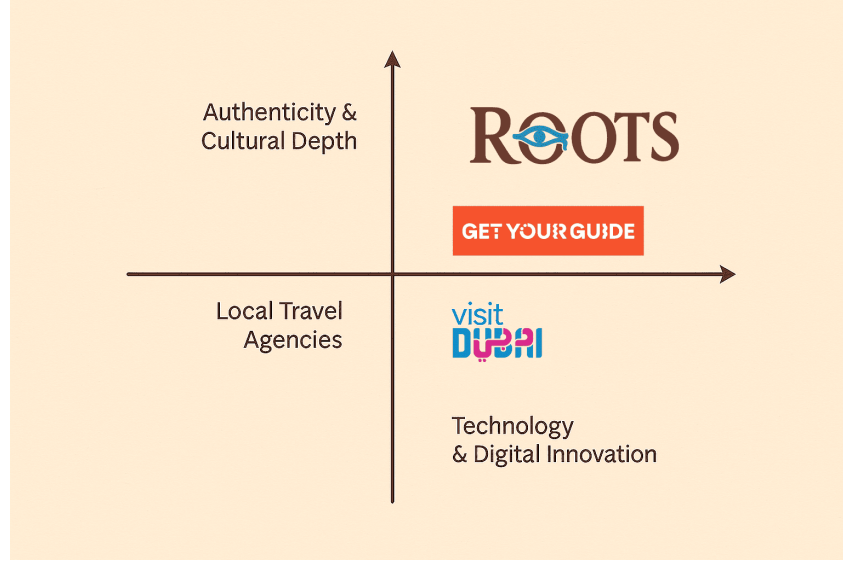
more advanced Categorized by city							
المرشدون السياحيون	مرشدون مصريون شباب معتمدون - تشغيل شباب تكون قصصهم جزء من التجربة	لا يعتمدوا على وجود مرشدين	لا يعتمدوا على وجود مرشدين	لا يعتمدوا على وجود مرشدين	لا يعتمدوا على وجود مرشدين	عادة مرشد محلي مستقل ينشئ الجولة على المنصة، يتصل بالسياح، ويتقاضى المبلغ بناءً على رضاهم.	مرشدون مصريون شباب معتمدون - تشغيل شباب تكون قصصهم جزء من التجربة
الهوية الثقافية	مصرية أصيلة	هوية غير مرتبطة بمصر	لا هوية ثقافية محددة	هوية غير مرتبطة بمصر	هوية غير واضحة	تركيز أقوى على التجربة المحلية، guide محلي يحكي عن الثقافة، القصص، التاريخ - النموذج يسمح بأن تكون الجولة أكثر شخصية وحوارية.	مصرية أصيلة
المحتوى التسويقي	يعتمد على محتوى المستخدمين (UGC) والقصص الحقيقية	يعتمد على إعلانات تقليدية مطبوعة أو ممولة	محتوى مؤسسي رسمي	مراجعات وصور عادية	منصة تُروّج بأنها Free Walking Tours - "worldwide مزيج من جولات مجانية وجولات مدفوعة مخففة.	تركيز على free walking tours كنموذج أساسي - كتابات المنصة توضح أن السعر يُحدد في النهاية بناءً على التقييم.	يعتمد على محتوى المستخدمين (UGC) والقصص الحقيقية
القيمة الاجتماعية	تشغيل وتدريب خريجي السياحة والآثار واللغات	لا تأثير اجتماعي مباشر	لا تأثير اجتماعي مباشر	لا تأثير اجتماعي مباشر	لا تملك هدفًا اجتماعيًا مباشرًا، لكن تتيح فرص عمل للمرشدين المحليين في دول كثيرة.	تُعَد مصدر دخل للمرشدين المحليين وخاصة الشباب المستقلين، مما يدعم الاقتصاد المحلي بشكل جزئي. كما تشجع التواصل الثقافي بين الشعوب.	تشغيل وتدريب خريجي السياحة والآثار واللغات
المرونة والابتكار	تطبيق ذكي - واجهة سلسلة - محتوى تفاعلي باللغتين مبدأياً ثم زيادة اللغات المستخدمة	إجراءات بيروقراطية - بطء في التطوير	حملات ضخمة ولكن غير مخصصة	أنظمة ضخمة صعبة التخصيص	حجز سهل عبر الإنترنت، خيارات لغات ومواقع متعددة، منصة مركزية عالمية.	نموذج يسمح بمرونة كبيرة للمرشدين، بنماذج جولات متخصصة، حتى تحويل المرشد لعمله عبر المنصة.	تطبيق ذكي - واجهة سلسلة - محتوى تفاعلي باللغتين مبدأياً ثم زيادة اللغات المستخدمة

الموقع الجغرافي والتركيز	يبدأ من مصر بتركيز على التجارب الأصيلة وأماكن قد تكون غير مشهورة وقصصها غير معروفة	يركز على المدن السياحية الكبرى فقط	يرجع للدولة كمقصد سياحي	يركز على الوجهات العالمية الكبرى		
التكلفة والتسعير	أسعار شفافة - خيارات متنوعة - عمولات عادلة	أسعار ثابتة ومرتفعة بسبب الوسطاء	محتوى دعائي فقط بدون حجز	أسعار مرتفعة - عمولات عالية	لا رسوم حجز أو رسوم مخفية - لكن "مجاني" بالنسبة للحجز فقط. يتوقع دفع "ما ترى مناسباً" بعد الجولة.	النموذج نفسه "احجز مجاناً، ثم ادفع ما ترى مناسباً" - مع بيانات بأن متوسط الدفع يقع بين 20-10€ لدى كثير من المستخدمين.
نموذج التسويق	يعتمد على المجتمع والمشاركة Community-) Based (Marketing	يعتمد على العروض والإعلانات	يعتمد على الحملات الوطنية	يعتمد على SEO والإعلانات	تسويق عالمي، الوصول إلى مسافرين متعدد الجنسيات، رابط سوقي marketplace كبير).	تركيز على المجتمع (community) من المرشدين والمستخدمين، النموذج "مرشد محلي يشارك معرفته" مميزة تسويقية.

الفئة المنافسة	نقاط قوة المنافسين	نقاط تفوق جذور عليهم
شركات السياحة التقليدية (مصر للسياحة - ترافكو)	خبرة طويلة، بنية تنظيمية قوية، رحلات منظمة.	رقمنة التجربة بالكامل من خلال تطبيق ذكي. مرونة التخصيص: السائح يختار رحلته بناءً على اهتماماته. تفاعل مباشر مع المرشدين بدل التعامل مع وسيط إداري. تجربة إنسانية غير نمطية تعكس روح مصر الحقيقية.
المنصات الإقليمية (مثل Visit Dubai)	واجهات احترافية، حملات ترويج ضخمة، محتوى بصري جذاب.	هوية وطنية أصيلة تركز على مصر وتراثها. ليست منصة دعائية فقط، بل تقدم خدمة فعلية ميدانية. تجارب أصيلة خارج المسار السياحي المعتاد.
المنصات العالمية (TripAdvisor / GetYourGuide / Viator)	تغطية عالمية - تقييمات - موثوقية عالية.	محتوى محلي متخصص وليس عام أو سطحي. تفاعل مباشر مع المرشد المصري. عمولات عادلة وأقل، مما يجعل الأسعار أكثر شفافية.

التركيز على القصص والتجربة الثقافية بدل مجرد الأنشطة.		
لا تكتفي بالمشاهدة بل تقدّم تجربة واقعية يعيشها السائح. تمكين الشباب ليصبحوا مرشدين يروون القصص بدلاً من مجرد صنّاع محتوى. تسويق مجتمعي (Community-Based) يقوم على الحكايات الحقيقية والتجارب الفعلية.	محتوى بصري جميل - جاذب للشباب - تفاعل قوي على السوشيال ميديا.	صُنّاع المحتوى التراثي والمؤثرون السياحيون
تجارب مصرية متكاملة وليست جولات مشي قصيرة فقط. إشراف ومصادقية من خلال اعتماد المرشدين رسمياً من جذور. تجربة ثرية ومتكاملة. هدف وطني وتنموي وليس فقط تجاري.	نظام عالمي للحجز المجاني - حرية اختيار الجولة - انتشار واسع.	FREETOUR.com
جذور تجمع نفس التفاعل الإنساني. منصة عربية/مصرية الهوية مخصصة لإبراز الثقافة المصرية عالمياً. تنوع نوعي في الرحلات (ثقافية - علاجية - تعليمية - دينية - تصويرية...) بينما GuruWalk تقتصر على "جولات مشي". أثر اجتماعي فعلي بتدريب وتشغيل الشباب المصري في مجال تخصصهم.	تركيز على التفاعل الإنساني مع المرشدين المحليين - نموذج مرن.	GuruWalk

جذور تتفوق في الأصالة، المرونة، القيمة المجتمعية، والمحتوى الحي.



المنتجات والخدمات التي تقدمها جذور

أولاً: الخدمات الأساسية (Core Services)

الخدمة	الوصف	الفائدة
المنصة الرقمية (Roots App & Website)	تطبيق وموقع إلكتروني ذكي يربط بين السائحين والمرشدين السياحيين المعتمدين.	تجربة حجز سلسة وآمنة تجمع التراث بالتكنولوجيا.
خدمات يقدمها المرشدين السياحيين (Guided Tours)	رحلات وجولات مع مرشدين محترفين يقدمون تجربة تفاعلية أصيلة داخل مصر.	تعريف السائحين بمصر الحقيقية بعيداً عن الرحلات التجارية التقليدية.
رحلات يطرحها السائح (Custom Tour)	باقات رحلات مصممة حسب نوع التجربة التي يريدها السائح (ثقافية - علاجية - ترفيهية - فنية - مزيج او تجربة متكاملة).	توفير مرونة في اختيار الرحلة المناسبة لكل سائح.
المحتوى الرقمي التراثي (Cultural Storytelling Content)	قصص مصورة، فيديوهات قصيرة، ومقالات تعريفية تعرض على السوشيال ميديا والمنصة.	نشر الوعي بالثقافة المصرية بطريقة ممتعة ومعاصرة.
نظام تقييم وتجربة المستخدم (Review & Rating System)	يسمح للسياح بتقييم المرشدين والرحلات لضمان الجودة والشفافية.	بناء الثقة والتميز التنافسي عبر التقييمات الحقيقية.

خدمة دعم العملاء (Customer Support)	دعم فني فوري عبر التطبيق أو الموقع لتلبية استفسارات السائحين والمرشدين.	رفع رضا المستخدمين وتعزيز الثقة بالمنصة.
-------------------------------------	---	--

ثانيًا: الخدمات الإضافية (Value-Added Services)

الخدمة	الوصف	الفائدة
التسويق للمؤسسات السياحية الصغيرة	السماح للفنادق والمقاهي والمطاعم المحلية بعرض خدماتها على المنصة ضمن "تجارب جذور".	دعم الاقتصاد المحلي وربط القطاع السياحي ببعضه.
الرحلات التعليمية والثقافية (Educational Tours)	تنظيم رحلات لطلاب المدارس والجامعات لتعريفهم بالتراث المصري.	تعزيز الوعي الثقافي لدى الأجيال الجديدة.
الفعاليات والمعارض الثقافية (Cultural Events)	تنظيم فعاليات تروج للفنون والتراث بالتعاون مع جهات محلية ودولية.	توسيع دور جذور كمجتمع ثقافي وسياحي متكامل.
الذكاء الاصطناعي في التوصيات (AI Travel Assistant) (مرحلة مستقبلية)	نظام يقترح للسائح الوجهات المثالية بناءً على اهتماماته السابقة.	تجربة شخصية أكثر تفاعلاً وسهولة في التخطيط للرحلات.

Project Components مكونات المشروع

التطبيقات والمنصات (Applications & Software)

المكون	الوصف	الغرض
Roots Mobile App ((iOS & Android	تطبيق رئيسي يتيح للسائحين تصفح الرحلات، الحجز، التفاعل، والدفع.	المنصة التشغيلية الأساسية.
Roots Website ((Web Portal	موقع رسمي يعرض الخدمات والمحتوى الثقافي، ويوفر لوحة إدارة للمرشدين والإدارة.	واجهة معلوماتية وإدارية.
Admin Dashboard	نظام داخلي لإدارة المستخدمين، المرشدين، الرحلات، والمدفوعات.	تنظيم العمل ومتابعة الأداء.
خوادم الاستضافة (Hosting Servers)	خوادم آمنة وسريعة.	لتشغيل الموقع والتطبيق.
Content Management System (CMS)	إدارة المحتوى (القصص، الفيديوهات، المقالات) بسهولة.	تحديث المحتوى باستمرار بدون خبرة برمجية.

Analytics & Reporting Tools	أدوات تحليل بيانات المستخدمين والأداء التسويقي (Google Analytics، Meta Insights).	قياس النجاح واتخاذ قرارات مدعومة بالبيانات.
-----------------------------	---	---

الأجهزة والمعدات (Devices & Equipment)

الفئة	التفاصيل
أجهزة الإدارة	حواسيب محمولة / أجهزة لإدارة النظام والمحتوى.
معدات التصوير	لتصوير المحتوى التراثي والفيديوهات الترويجية.
أجهزة المرشدين (اختيارية)	هواتف ذكية أو سماعات إرشاد صوتية (Audio Guides) أثناء جولات المجموعات.

الموارد البشرية (Human Resources)

الدور	المهمة
فريق الإدارة	الإشراف العام ووضع الاستراتيجيات.
الفريق التقني (Developers & Designers)	تطوير التطبيق والموقع والتحديثات الدورية.
فريق التسويق	إدارة الحملات الرقمية والمحتوى والهوية البصرية.
فريق التشغيل (Operations)	متابعة الرحلات، الحجزات، وخدمة العملاء.
فريق الإنتاج الإبداعي	كتابة القصص وتصوير الفيديوهات التراثية.
المرشدون السياحيون	تقديم التجارب الميدانية والتفاعل مع السياح.

البنية التحتية والخدمات السحابية (Infrastructure & Cloud Services)

- استخدام خدمات استضافة سحابية AWS أو Google Cloud لضمان استقرار التطبيق.
- دمج أنظمة دفع إلكتروني آمنة Fawry - Paymob - Visa/Mastercard
- حماية بيانات المستخدمين وفق معايير GDPR & Egyptian Data Privacy Laws

جذور تجمع بين التقنية الحديثة، التجربة الثقافية، والمحتوى الإنساني. المنصة ليست مجرد تطبيق، بل نظام متكامل لإحياء التراث وتوصيل مصر إلى العالم بطريقة معاصرة ومربحة ومستدامة.

الآلية التي تقدم بها جذور خدماتها (How Roots Works)

تعتمد الآلية على خمس مراحل مترابطة

1. التسجيل والانضمام (Registration & Onboarding)

يقوم المرشدون السياحيون (خريجو السياحة، الآثار، اللغات، الترجمة) بالتسجيل على تطبيق جذور كمقدمي خدمات. تمر طلباتهم بعملية تحقق واعتماد من فريق جذور لضمان الكفاءة والمصداقية. بعد القبول، يمنح المرشد إمكانية إنشاء ملف تعريف احترافي يعرض خبراته، لغاته، وتخصصاته السياحية (ثقافية - ترفيهية - علاجية - تعليمية).

2. تصميم باقات الرحلات (Tour Package Creation)

يقدر كل مرشد أو فريق من المرشدين إنشاء باقات رحلات متكاملة تشمل: المعالم السياحية. الأنشطة الترفيهية. أماكن الطعام والمقاهي الأصيلة.

التجارب الثقافية المحلية (زي حضور عرض شعبي أو ورشة حرف يدوية). تتم مراجعة الباقات من إدارة جذور للتأكد من جودة المحتوى وتنوع التجارب.

3. اختيار السائح للرحلة (User Experience & Booking)

يدخل السائح إلى التطبيق أو الموقع الإلكتروني ويشاهد قائمة الرحلات المتاحة. يقدر يفلتر حسب الاهتمامات (تاريخ، طعام، فنون، علاج طبيعي، مغامرات). يتابع تقييمات المرشدين وآراء الزوار السابقين. يقدر يحجز الرحلة أو التجربة مباشرة من خلال التطبيق ويدفع إلكترونياً بأمان.

4. تنفيذ الرحلة (Experience Execution)

يتواصل المرشد المعتمد مع السائح قبل الرحلة لتأكيد التفاصيل. خلال الرحلة، يقدم المرشد المعلومات التاريخية والثقافية بأسلوب قصصي تفاعلي وممتع. جذور تتابع جودة الخدمة لحظياً من خلال نظام تقييم فوري بعد كل رحلة.

5. التقييم والتحسين المستمر (Feedback & Growth)

بعد انتهاء الرحلة، يقيم السائح المرشد والخدمة.

تحلل جذور البيانات لتطوير:

أداء المرشدين.

جودة التجارب المقدمة.

وتوصية رحلات مشابهة أو محسنة للمستخدمين الجدد.

الجانب التقني المميز:

استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل الاهتمامات وتقديم اقتراحات شخصية.

لوحة تحكم خاصة بالمرشدين لإدارة الجداول والتقارير.

دعم فني متاح باللغتين (العربية والإنجليزية) مبدئياً ثم التوسع إلى عدة لغات أخرى.

Customer Journey Map

جذور تخلق رحلة مزدوجة النجاح:

السائح يكتشف مصر بطريقة جديدة،

والمرشد يجد فرصة عمل حقيقية تحقق له دخلاً واستقراراً مهنيًا.

الشخصية الأولى: السائح (The Traveler Persona)

المرحلة	الوصف	تجربة المستخدم / المشاعر	هدف جذور في كل مرحلة
الوعي (Awareness)	يشاهد محتوى جذور على السوشيال ميديا (فيديوهات قصيرة عن التراث، قصص الأماكن، تجارب السياح).	فضول، إعجاب، رغبة في معرفة المزيد.	بناء الوعي بالهوية المصرية الحديثة وجذب الانتباه للمحتوى.
البحث (Consideration)	يزور موقع جذور أو التطبيق لمعرفة تفاصيل أكثر عن الرحلات.	اهتمام، مقارنة بين المرشدين والباقات.	عرض التجارب المتنوعة والتقييمات لبناء الثقة.
الحجز (Booking)	يختار المرشد المناسب ويقوم بالحجز والدفع عبر المنصة.	راحة وسهولة، شعور بالأمان والثقة.	تقديم تجربة حجز بسيطة وسريعة مع دعم فوري عند الحاجة.
التجربة (Experience)	يعيش الرحلة مع المرشد ويتعرف على الأماكن والثقافة والمطاعم المحلية.	انبهار، استمتاع، انغماس في التجربة المصرية.	تقديم تجربة واقعية تدمج التراث بالتفاعل الإنساني.
المشاركة (Sharing)	بعد الرحلة، يشارك الصور والفيديوهات على سوشيال ميديا ويعمل Tag لجذور.	حماس، انتماء، فخر بالتجربة.	تحفيز مشاركة المحتوى (UGC) لبناء مصداقية المنصة.
الولاء (Loyalty)	يتابع جذور باستمرار ويعود لتجارب جديدة.	ثقة، انتماء، تفاعل دائم.	تحويل المستخدم من عميل لمُروج دائم للعلامة.

الشخصية الثانية: المرشد السياحي (The Guide Persona)

المرحلة	الوصف	تجربة المستخدم / المشاعر	هدف جذور في كل مرحلة
التسجيل (Sign-up)	ينضم المرشد للمنصة، يرفع سيرته وصوره ومؤهلاته.	حماس، تطلع، بعض القلق من القبول.	بناء ثقة مهنية ومجتمع داعم للمرشدين.

الإعداد (Setup)	ينشئ باقات رحلات مخصصة ويحدد الأسعار والأنشطة.	تحكم، إبداع، شعور بالملكية.	تمكين المرشد من إبراز خبراته الفريدة.
الحجز (Booking)	يتلقى طلبات من السياح ويتواصل معهم عبر التطبيق.	سعادة بالطلب، التزام بالجودة.	تسهيل التواصل الآمن والسريع.
التجربة (On-Trip)	يرافق السائح في الرحلة، يروي القصص، ويقدم تجربة مميزة.	فخر، مسؤولية، متعة بالتفاعل.	ضمان تقديم تجربة فريدة واحترافية.
التقييم (Feedback)	يحصل على تقييمات من السياح بعد الرحلة.	تحفيز، تطور مهني.	تشجيع الأداء المتميز وتحسين الجودة باستمرار.
التوسع (Growth)	يكتسب شهرة داخل التطبيق ويحصل على مزيد من الحجوزات.	تقدير، ولاء، انتماء.	بناء شبكة قوية من المرشدين المحترفين العاملين تحت جذور.

Key Emotional Shifts جذور تخلقها

قبل جذور	بعد جذور
سياحة تقليدية، بلا روح.	تجربة إنسانية أصيلة.
توتر من المجهول.	ثقة وشعور بالأمان.
انفصال عن الثقافة المحلية.	تواصل وانتماء حقيقي.
رحلة سريعة للنسيان.	ذكري دائمة تُروى كقصة.

النمو	البدء في السوق المحلي، ثم التوسع عربيًا وعالميًا عبر التطبيق والمحتوى الرقمي.
التسويق	بناء هوية رقمية قوية تعتمد على الـ Storytelling والـ UGC (محتوى الجمهور).
التحول الرقمي	استخدام الذكاء الاصطناعي في التوصية بالرحلات وتجارب المستخدمين.
الاستدامة	التركيز على دعم الاقتصاد المحلي والسياحة المسؤولة بيئيًا وثقافيًا.

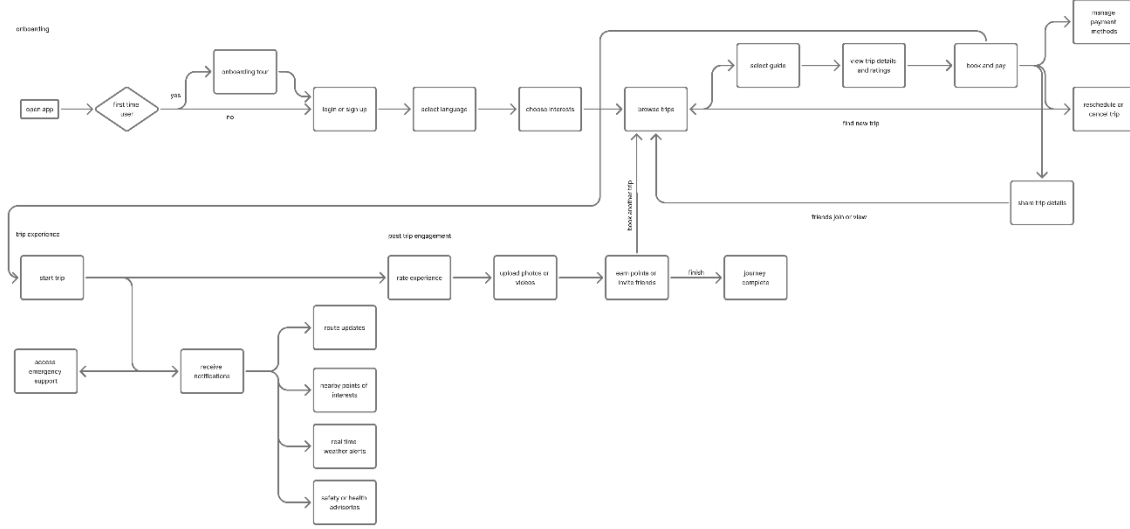
واجهة المستخدم (User Flow)

<https://www.figma.com/board/Gu2JOPhs86cbjMGSTrj9H6/roots-userflow?node-id=0-1&p=f&t=v5MHcA73l5aNHGlB-0>

السائح (Tourist Flow)

الهدف: حجز رحلة أو مرشد، استكشاف التجارب الثقافية.

Tourist user flow



1- التسجيل والدخول

- المستخدم يفتح التطبيق يختار اللغة عربي English -
- يسجل بالبريد أو Google / Apple
- يحدد اهتماماته (ثقافة، مغامرات، استجمام، مأكولات...)

2- الصفحة الرئيسية (Explore Egypt)

- تظهر أقسام الرحلات:
- تاريخية - ترفيهية - علاجية - تذوق ثقافي
- المستخدم يقدر يفلتر حسب:

- ✓ الموقع
- ✓ الميزانية
- ✓ مدة الرحلة
- ✓ نوع التجربة

- يقدر يشوف تقييمات وصور المستخدمين (UGC)

3- اختيار الرحلة / المرشد

- يضغط على تجربة أو مرشد معين
- يشوف:

- ✓ تفاصيل الرحلة
- ✓ الأماكن اللي هيوزورها
- ✓ المرشد (الاسم - الخبرة - التقييم - اللغة)
- ✓ السعر والباقات

- يقدر يشوف فيديو تعريفى أو AR Preview للرحلة (future update)

4- الحجز

- يختار التاريخ وعدد الأفراد
- يراجع التفاصيل
- يدفع ببطاقة / فوري / بايبل / Apple Pay

5- أثناء الرحلة

- التطبيق يوفر:

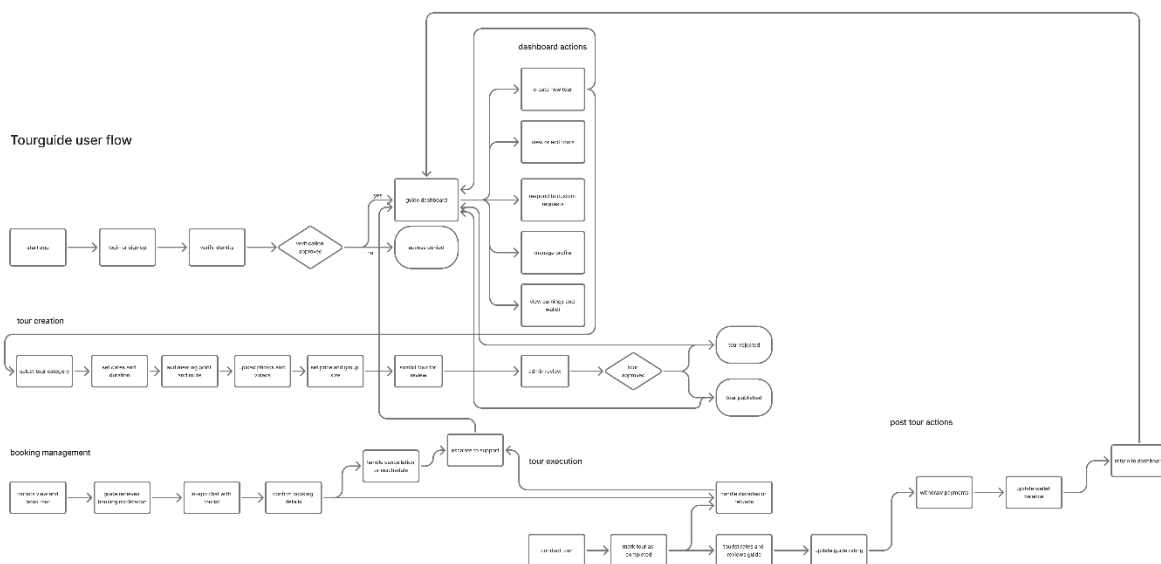
- ✓ خريطة تفاعلية
- ✓ إشعارات بالجدول الزمني
- ✓ إمكانية تقييم كل محطة
- ✓ التواصل مع المرشد مباشرة عبر الدردشة أو المكالمات

6- بعد الرحلة

- يظهر تبويب "شارك تجربتك"
- المستخدم يرفع صور/فيديوهات + تقييم
- يضاف المحتوى إلى معرض (Roots Stories UGC)
- يحصل على نقاط ولاء (Loyalty Points)

المرشد (Guide Flow)

الهدف: عرض خدماته وباقاته السياحية على التطبيق.



1- التسجيل

- يختار "أنا مرشد سياحي"
- يملأ بياناته:

- ✓ الاسم
- ✓ التخصص (آثار، مغامرات، مأكولات...)
- ✓ اللغة
- ✓ الخبرة
- ✓ الصور والشهادات
- ✓ ID verification

2- إنشاء رحلة / عرض جديد

- يضغط "أنشئ تجربة جديدة"
- يحدد:

- ✓ اسم الرحلة
- ✓ الأماكن
- ✓ المدة
- ✓ السعر
- ✓ أقصى عدد مشاركين
- ✓ صور + وصف + فيديو تعريفي

- يرفعها للمراجعة من إدارة Roots

3- بعد الموافقة

- الرحلة تظهر في قائمة التجارب المتاحة
- يمكنه التفاعل مع طلبات السائحين:

- ✓ "Apply" على طلبات مخصصة وضعها السياح
- ✓ التفاوض على السعر / التخصيص

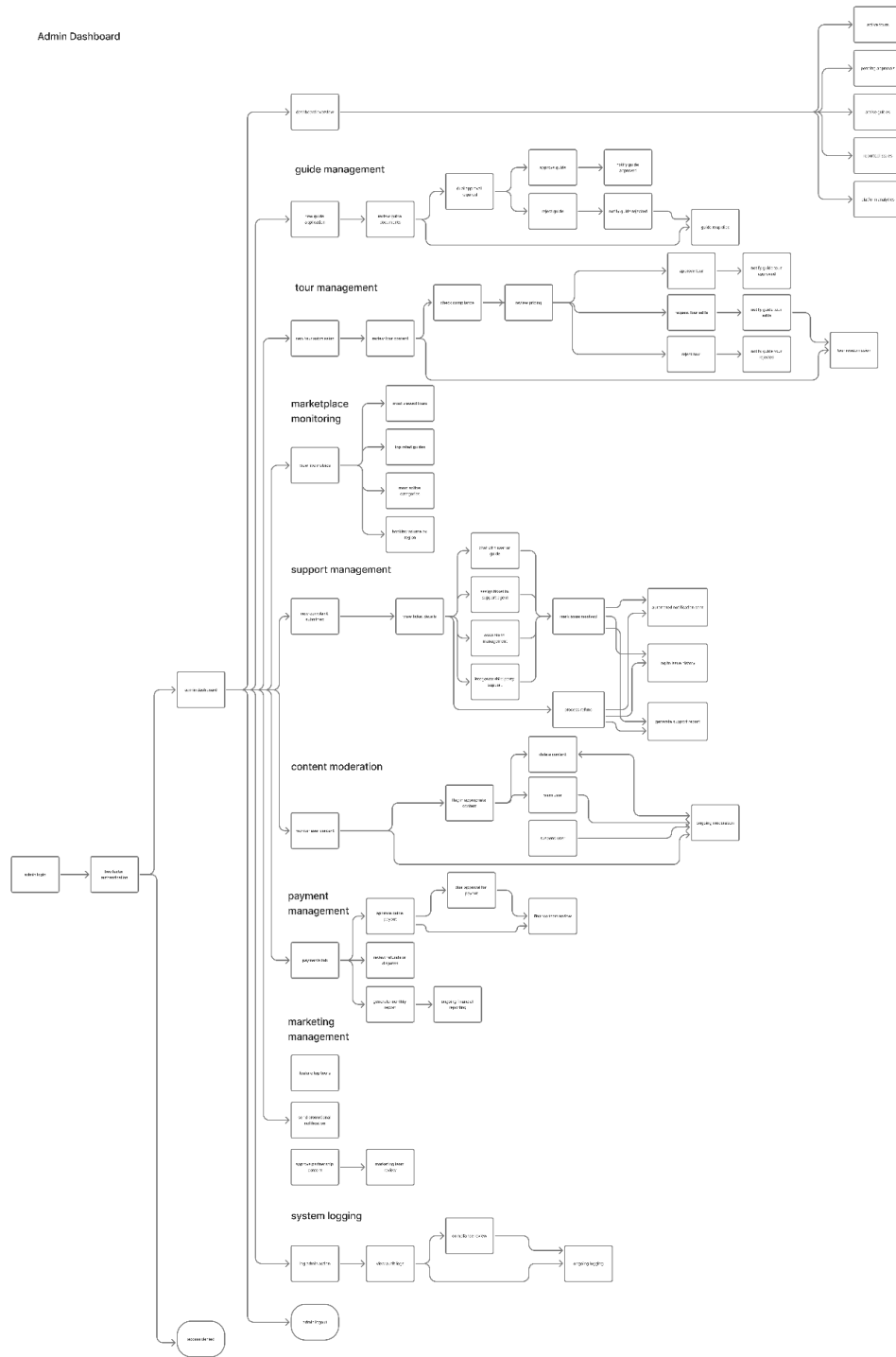
4- بعد كل رحلة

- يستقبل تقييم من السائحين
- يحصل على عمولته عبر المحفظة الإلكترونية
- تزداد رتبته بناءً على التقييمات وعدد الرحلات

الإدارة (Admin Flow)

الهدف: مراجعة الطلبات، إدارة المحتوى والحجوزات، دعم المستخدمين.

- مراجعة المرشدين والرحلات
- مراقبة الحجوزات والمعاملات
- تحليل البيانات (الأماكن الأكثر طلبًا، رضا العملاء، الأرباح...)
- الترويج لحملات موسمية أو عروض خاصة
- Dashboard



الموقع الإلكتروني (Website)

<https://rootsfortourism.wixsite.com/roots>



ROOTS

جذور



ROOTS

Rediscover Your Roots

Roots connects travelers with certified guides to experience Egypt's rich culture and stunning landscapes through engaging and personalized tours.

[Start Your Journey](#)

gypt Today • Explore Egypt Today • Explore Egypt Today • Explore Egypt Today • Explore Egypt Today • E



Services

At Roots, we believe every journey should reflect the traveler's spirit. That's why we offer two types of customized experiences, those crafted by expert guides, and those requested by travelers themselves.



Custom Trip
Tailored Adventures
[Read More](#)



Requested by Travelers
Explore Ancient Egypt
[Read More](#)



All-in-One Experience
The Complete Egyptian Experience
[Read More](#)

Connecting People, Culture, and Stories



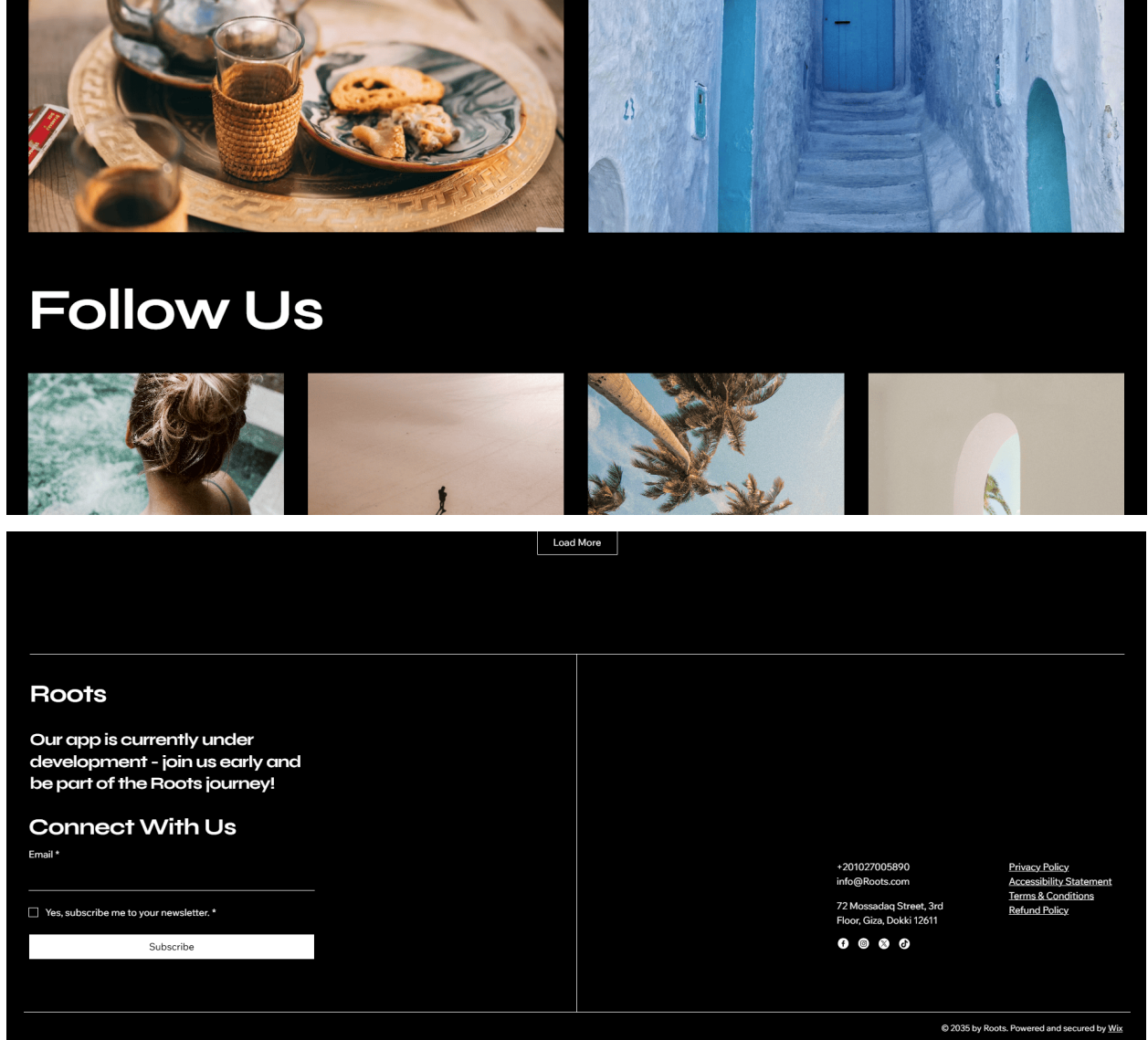
About Roots

Roots is dedicated to showcasing Egypt as a premier cultural destination. Using a smart app, we connect tourists with certified guides for a variety of tailored tours, educational, recreational, and wellness, while supporting local job creation in tourism.

We celebrate Egypt's roots and empower its people by making cultural tourism a source of pride, learning, and opportunity. Our mission is to enhance and enrich every traveler's experience in Egypt, blending heritage with innovation to tell the country's story in new, meaningful ways.

Stories





الاستبيانات (Surveys & Insights)

الهدف: معرفة اهتمامات الناس بالسفر والتراث، وسلوكهم في اختيار الرحلات، ومدى تقبلهم لفكرة منصة مثل جذور.

استبيان موجه للجمهور العام والسياح باللغة العربية:

<https://forms.gle/qNkeM2f3o4AjPRF9A>

استبيان موجه للجمهور العام والسياح باللغة الإنجليزية:

<https://forms.gle/5XWjytUSPpwPAFkF6>

إستطلاع رأي عن فكرة جذور للعاملين بالسياحة والطلاب المهتمين بالعمل في مجال السياحة

<https://forms.gle/GzzpnPy3HFEXRqc59>

المنصات التي تم والي جاري نشر الإستبيان فيها:

1. فيسبوك (الأهم)

• صفحات وجروبات:

- o Egyptian Travelers
- o Travel Lovers in Egypt
- o سياحة داخل مصر
- o Egypt Travel & Culture
- o سياحة وسفر حول العالم
- o جروبات كليات السياحة والفنادق / الآثار / اللغات
- o جروبات فريلانسرز وكباتن المرشدين السياحيين
- o Tourism & Hotels Students – Egypt
- o Egyptian Tour Guides
- o مرشدين سياحيين مصر
- o Egyptian Tourism & Hospitality Network
- o Tourism and Hospitality Graduates
- o Jobs in Tourism & Hospitality - Egypt

2. إنستجرام

- o في الستوري Reels قصيرة

3. لينكدان

- o جروبات خريجي كليات السياحة والآثار
- o مجتمعات ريادة الأعمال (Startup Scene Egypt, Cairo Angels, Egypt Innovate)
- o صفحات مثل Egyptian Tourism Federation / Ministry of Tourism & Antiquities
- o Egypt Tourism & Hospitality Network
- o Middle East Tourism Professionals
- o Cairo Startups
- o Egypt Innovate Community

4. تليجرام

- o جروبات التعليم والسياحة والرحلات داخل مصر.
- o قنوات السفر مثل: “سافر معنا”، “رحلات مصر”، “سياحة داخلية”، “Travel Egypt Club”
- o طلاب السياحة والفنادق
- o سياحة داخلية وخارجية
- o فرص تدريب وسفر لطلاب الجامعات
- o تبادل ثقافي وسفر (AIESEC Egypt)
- o قنوات التوظيف في السياحة والفندقة

5. ديسكورد

- o سيرفرات المهتمين بـ Egyptian Culture / History / Travel
- o مجتمعات طلاب الجامعات المهتمين بالمشاريع والأفكار الريادية.
- o Egyptian Students Network
- o AI & Innovation in Tourism
- o Heritage and Culture Hub
- o Entrepreneurs in MENA
- o Egypt Tech & Tourism Projects

عرض أبرز النتائج الاستبيانات:

أسئلة مقابلات أصحاب المصلحة (Stakeholders interview) (questions)

1. أسئلة لإدارة المشروع / المؤسسين (Founders & Management Team)

الهدف: فهم الرؤية، الأهداف، وأولويات التنفيذ.

ما هي الرسالة الأساسية التي تريدون أن توصلها جذور؟

نخلق روح جديدة تنشط السياحة وتشغل الشباب.

ما الذي يميز جذور عن شركات السياحة الأخرى أو التطبيقات المشابهة؟

ان المنصة بتتيح للسائح إنشاء طلب مخصص، والمرشد هو اللي يقدم له عروضه والعكس فبتتحول العلاقة إلى سوق تفاعلي حي بين الناس مش مجرد نظام حجز جامد.

ما هي القيم الجوهرية التي يجب الحفاظ عليها دائما في كل محتوى أو تجربة؟

ان المحتوى يكون نابع من تجارب حقيقية ورأي ناس حقيقية والمصادقية في كل رحلة وتجربة من اول عرضها لحد تنفيذها لحد رأي الناس فيها وفي القائمين عليها.

ما هو مستوى التوسع المستهدف (محلي - إقليمي - عالمي) خلال أول ثلاث سنوات؟

السنة الأولى: تثبيت جذور في السوق المصري وبناء الثقة محليا في المدن السياحية الكبرى (القاهرة - الأقصر - أسوان - الإسكندرية - سيناء).

السنة الثانية: التوسع إلى السوق العربي (الأردن، المغرب، السعودية) عبر شراكات مع شركات سياحة محلية.

السنة الثالثة: استهداف السوق العالمي للسياحة الثقافية من خلال نسخ متعددة اللغة (الإنجليزية - الفرنسية - الإسبانية).

ما المعايير التي سنستخدمها لقياس النجاح؟

عدد المرشدين النشطين على المنصة.

عدد الرحلات المحجوزة شهرياً.

نسبة رضا العملاء (تقييم الرحلات).

نمو الإيرادات الشهرية بمعدل 10-15%.

عدد فرص العمل التي تم توفيرها فعلياً للخريجين.

ما التحديات المتوقعة في مرحلة الإطلاق، وكيف نخطط للتغلب عليها؟

التحدي الأول: بناء الثقة بين السائح والمنصة : نواجهه من خلال تقييمات موثقة وفيديوهات UGC من الرحلات الفعلية.

التحدي الثاني: اكتساب المستخدمين بسرعة بميزانية محدودة : نعتمد على تسويق بالمحتوى والشراكات مع الجامعات ومؤثري السفر المحليين.

التحدي الثالث: تشغيل المرشدين وتدريب خريجي كليات السياحة والآثار واللغات.

التحدي الرابع: ضمان الجودة مع التوسع : سيتم تطبيق نظام مراجعة وتقييم داخلي للمرشدين والخدمات.

2. أسئلة للمرشدين السياحيين وخريجي كليات السياحة والآثار لسه يحاولوا يلاقوا فرصة شغل

الهدف: فهم احتياجات مقدمي الخدمة الرئيسيين والتأكد من أن التطبيق يخدمهم فعليا.

إزيك! أنا دينا من فريق جذور، إحنا شغالين على مشروع جديد بيجمع بين المرشدين والسياح في رحلات ثقافية مختلفة، وحابة أسمع منك عن تجربتك بصراحة شوية، تمام؟

تمام جدًا، يا ريت والله! أصل أنا محتاج أتكلم مع حد فاهم الموضوع ده أصلاً

أحكيكي كده، إنت خريج إيه وخلصت امتي؟ قدرت تشتغل في المجال ولا لسه؟

أنا خريج سياحة و آثار قسم إرشاد، دفعة 2022. بصراحة اشتغلت حاجات بسيطة كده فري لانسر مع شوية جروبات، بس مفيش شغل ثابت. يعني في موسم بيبقى فيه شغل، وبعدها الدنيا بتقف. وكل حاجة دلوقتي بقت Online فصعب الواحد يلاقي سائح لوحده.

طيب في رأيك، إيه السبب الرئيسي إن الفرص قليلة كده؟

بصي... هو كذا سبب بصراحة.

أول حاجة، مفيش منصات واضحة تربط المرشد بالسائح، كله وسايط أو علاقات شخصية.

تاني حاجة، شركات السياحة القديمة مش بتدي فرصة للجيل الجديد.

وثالث حاجة، السياح بقوا يعتمدوا على Google و TripAdvisor أكثر من المرشدين المصريين.

لو لقيت تطبيق بيوصلك بسائح بسهولة، تحب يبقى فيه إيه جواه؟

نفسي يكون فيه بروفايل أقدر أظهر فيه نفسي كويس، بصوري، ولغاتي اللي بتكلمها، والتقييمات من الناس اللي اشتغلت معاهم. وكمأن يكون فيه نظام حجز واضح، يعني السائح يقدر يختارني ويحجز الرحلة من غير ألف ودوران.

أهم حاجة كمأن يكون فيه دعم فني بالعربي عشان لو حصلت مشكلة.

إنت بتتعامل دلوقتي إزاي؟ بتجيب شغل من فين؟

أغلب الوقت من جروبات Facebook، أو ناس ترشحنني.

في تطبيقات أجنبية زي Guru Walk (أقدر افصل رحلة كمرشد بس السائح مايقدرش ولازم اعملها فريي عشان هي معتمده

عالتيبس) و Free Tour (أقدر افصل رحلة كمرشد بس السائح مايقدرش ولازم اعملها فريي عشان هي معتمده عالتيبس بس

الزيادة هنا في لغات وانا هحجز تيكيت على حسب اللغة) و Get Your Guide (بيعرضوا رحلات ثابتة ومش حاطين معلومات عن المرشد)، بس التسجيل فيها صعب جدًا، وبتأخذ عمولات عالية.

بتحب نوع معين من الرحلات أكثر؟

أيوه طبعًا! أنا بحب الرحلات اللي فيها تفاعل مع الناس... زي جولات المشي في مصر القديمة أو خان الخليلي أو المعز. بحس إن دي فيها روح مصر الحقيقية.

طيب لو اشتغلت مع Roots، تحب يكون في تدريب على إيه قبل ما تبدأ؟

بصراحة أه، محتاج تدريب على استخدام التكنولوجيا، والتسويق لنفسني Online، لأن معظمنا مش قوي في الحتة دي.

كمأن ممكن ورشة عن التعامل مع السياح من ثقافات مختلفة.

في رأيك، لو الدولة أو الشركات ساعدت الشباب إزاي ممكن تتحسن الأمور؟

لو اتعمل تطبيق فعلاً محترم زي Roots يساعدنا نشغل ونبني سمعة كويسة، ده في حد ذاته نقلة كبيرة.

كمأن لو فيه اعتماد رسمي أو شهادة رقمية للمرشدين اللي على التطبيق هتدي مصداقية أكثر للسائح.

Insights سريعة من الإجابات دي:

المرشدين الشباب بيعانوا من فجوة رقمية (Digital gap).
عندهم حماس للمهنة بس الإحباط جاي من قلة القنوات الرسمية.
فكرة التقييمات والبروفایل الشخصي مهمة جدًا ليهم.
فيه تعطش لبرامج تدريب حقيقية على التسويق الذاتي والتكنولوجيا.

أسئلة للمرشدين السياحيين وخريجي كليات السياحة والآثار من ذوي الخبرة

إزيك! إحنا من فريق Roots وبنجمع دلوقتي آراء المرشدين في مشروع جديد لتطوير السياحة الثقافية في مصر. عايزة أعرف منك رأيك وخبرتك بشأن نفهم الصورة بوضوح، ممكن؟
أفضل.

ممكن تحكي لي خبرتك بقالك قد إيه في المجال، وبتشتغل إزاي حاليًا؟
أنا بقالي حوالي 8 سنين بشتغل، اشتغلت مع كذا شركة كبيرة، وبعدها بدأت أشتغل Freelance.
بس للأسف الشغل الحر في السياحة في مصر صعب جدًا، كله معارف وconnections، ومفیش platform محترم تشتغل من خلاله.

طيب لو قارنت بين زمان ودلوقتي، شايف إيه اللي اتغير؟
اللي اتغير إن السائح بقي Digital جدًا.
يعني بدل ما يتصل بشركة، بيقعد يدور على YouTube وTikTok ويختار بنفسه.
فلو المرشد مش Online ومش ظاهر على المنصات دي، خلاص كأنه مش موجود.
وفي نفس الوقت الشركات القديمة لسه شغالة بنظام 2005، مفیش مرونة خالص.
طيب، من وجهة نظرك إيه أكثر مشكلة بتواجه المرشدين دلوقتي؟
أهم حاجة إن مفیش عدل في الفرص.
اللي عنده واسطة أو شركة بتسند هو اللي بياخد الشغل كله، والباقي بيمشيها بموسم الصيف وبس.
كمان العمولة اللي بتتاخد مننا كتير جدًا، خصوصًا من المنصات الأجنبية زي Viator، بتاخذ لحد 25%!
لو فيه تطبيق مصري زي Roots، إيه المميزات اللي تتمنى تكون موجودة فيه؟
نفسى التطبيق يكون بسيط وسهل الاستخدام،

ويكون فيه Verified system للمرشدين بشأن السائح يحس بالأمان.
وكمان يكون فيه خاصية ترجمة أو دعم لغات، لأن ده بيفرق جدًا في جذب السياح الأجانب.
والأهم يكون فيه تقييمات حقيقية مش مزيفة زي اللي بنشوفها في بعض المواقع.
في رأيك، إيه اللي ممكن يشجعك تستخدم تطبيق مصري بدل الأجنبي؟
بصي، أول ما أحس إن المنصة فعلاً فيها حجوزات حقيقية ودعاية كويسة، هدخل فوراً.
لأن إحنا بنحب بلدنا وعايزين نشتغل هنا، بس لازم الثقة.
يعني لو Roots اشتغلت بطريقة شفافة ودفعت المستحقات في وقتها، هتكسح السوق حرفيًا.
هل شايف إن التكنولوجيا فعلاً ممكن تفتح فرص جديدة في مجالك؟
أكيد!

التكنولوجيا مش بس وسيلة للحجز، دي وسيلة نعرض فيها ثقافتنا بطريقة جديدة.
مثلاً لو التطبيق فيه فيديوهات أو VR tours أو حتى voice tours، دي حاجة هتخلي السائح يعيش التجربة قبل ما ييجي.
بس محتاجين تدريب كويس على استخدام الأدوات دي.
طيب لو Roots وفرتلك تدريب على التسويق الذاتي والتعامل مع التكنولوجيا، تحب تشارك؟
طبعاً! لأن أغلبنا مش عارف يقدم نفسه كويس Online
لو Roots علمتنا نعمل محتوى كويس ونظهر بشكل احترافي، ده في حد ذاته upgrade كبير لينا كلنا.

Insights من الحوار:

المرشدين بخبرة شايقين ضعف النظام الحالي وعدم وجود فرص عادلة.
بيحتاجوا شفافية في التعامل والدفع.
عندهم استعداد قوي لتبني التكنولوجيا لو التطبيق أثبت جديته.
بيؤمنوا إن السياحة الرقمية هي المستقبل، لكن محتاجين تدريب.

3. أسئلة للسائحين (المستخدمين النهائيين - المحليين والأجانب)

الهدف: فهم دوافعهم، ما يجذبهم، والعقبات التي تواجههم.

ما الذي يجعلك تختار وجهة معينة للسفر؟

هل تهتم بالتاريخ والثقافة عند زيارتك لمكان جديد؟

ما الذي تتوقعه من المرشد السياحي المثالي؟

هل تفضل حجز رحلاتك عبر التطبيقات الرقمية أم من خلال شركات السياحة التقليدية؟ ولماذا؟

ما أكثر ما يزعجك في الرحلات المنظمة؟

ما الذي يمكن أن يجعل تجربتك في مصر أكثر متعة وسلاسة؟

What makes you choose a specific travel destination?

Do you care about history and culture when visiting a new place?

What do you expect from the ideal tour guide?

Do you prefer booking your trips through digital apps or traditional travel agencies? Why?

What frustrates you the most about organized group tours?

What could make your travel experience in Egypt more enjoyable and seamless?

The Interview:

Hi there! Welcome to Egypt 🇪🇬 How's your trip so far?

It's great! But sometimes it's hard to find local experiences that feel authentic, you know?

I want to understand the culture, not just visit places.

Totally get that! That's actually what *Roots* is all about, connecting travelers like you with certified local guides who bring stories to life.

If you had an app that helps you choose experiences based on your mood or interests, like food, photography, or history, would you use it?

Definitely! Especially if it's easy to use and shows ratings or real reviews.

Sometimes you just don't know who to trust as a tourist.

Exactly, and that's why our guides are verified and trained by *Roots*, so every trip feels safe and authentic.

What kind of tours do you enjoy most?

Cultural ones, for sure. I'd love to explore places like Old Cairo or local crafts workshops.

4. أسئلة للمؤسسات التعليمية (جامعات - معاهد سياحية)

الهدف: بناء شراكات تدريب وتشغيل.

هل لديكم استعداد لتوقيع بروتوكول تعاون لتدريب الطلاب عبر جذور؟

ما نوع المهارات التي يجب على الطلاب اكتسابها قبل العمل في السياحة؟
كيف يمكن لجذور المساهمة في ربط التعليم بسوق العمل؟
هل يمكن أن تقدموا اعتماد أكاديمي للمرشدين المسجلين على المنصة؟

المقابلة:

صباح الخير يا دكتور، أنا من مشروع *Roots*، فكرة وطنية بنحاول نربط فيها بين خريجي كليات السياحة والآثار وبين فرص حقيقية في السوق.

حابين نسمع رأي حضرتك لو فكرنا نعمل تعاون مع الكلية.
والله دي فكرة مهمة جداً. الطلبة عندنا فعلاً بيعانوا إنهم يطبقوا اللي بيدرسوه.
يعني عندهم شغف، بس مافيش فرص تدريب واقعية كفاية.

بالضبط، وده اللي جذور بتحاول توفره. التطبيق ممكن يكون منصة تدريب عملي حقيقية للطلبة — يتعاملوا مع سانشين، يشتغلوا على رحلات، ويتعلموا تسويق وتجهيز جولات بنفسهم.
ده ممتاز، طيب إزاي ممكن نبدأ التعاون؟ هل في شكل بروتوكول أو تدريب صيفي؟

ممكن نبدأ بورش عمل تعريفية، وبعدها طلبة سنة رابعة مثلاً يجربوا التطبيق كمرشدين متدربين.
الهدف إنهم يكتسبوا خبرة قبل ما يتخرجوا ويكون عندهم بروفایل احترافي جاهز.
تمام جداً، فكرة عملية جداً، خصوصاً لو فيها شهادة مشاركة من جذور أو تقييم حقيقي للطلبة.

5. أسئلة للشركاء التجاريين (مطاعم - مقاهي - محلات تراثية - مؤسسات ثقافية)

الهدف: تحديد فرص التعاون وزيادة القيمة المضافة.

ما الذي يمكن لجذور أن تقدمه لكم كشريك؟

دعاية على مستوى عالي

هل ترحبون بإدراجكم ضمن باقات الرحلات السياحية؟

بالتأكيد اي مجال سياحي يحتاج الى دعم دعائي

ما نوع الجمهور الذي ترغبون في الوصول إليه؟

سياح المدى الطويل، الباقات السياحية المنظمة، مسافرين

هل لديكم استعداد لتقديم عروض خاصة أو مزايا لعملاء جذور؟

على حسب العرض والطلب

ما الذي تتوقعونه من الشراكة لتكون ناجحة ومستدامة؟

جذب النوع المناسب من العملاء

تحليل من الحوار:

نقطة قوة: أصحاب المطاعم مهتمين بالدعاية الرقمية المنظمة والموجهة للسياح الجادين.

فرصة تعاون: تقديم عروض مخصصة لعملاء جذور مقابل جذب جمهور نوعي.

احتياج واضح: الثقة في جودة العملاء اللي التطبيق يجذبهم.

نظرة مستقبلية: محتاجين تعاون مستمر مش لحظي — من خلال إدراجهم في رحلات جذور الثقافية.

6. أسئلة للمستثمرين أو الداعمين المحتملين

الهدف: عرض الجدوى والربحية المستقبلية للمشروع.
ما المجالات التي تفضلون الاستثمار فيها داخل قطاع السياحة؟
ما الذي تبحثون عنه في الشركات الناشئة قبل تمويلها؟
ما توقعاتكم للعائد على الاستثمار خلال أول ثلاث سنوات؟
كيف تقيمون تأثير التكنولوجيا على مستقبل السياحة في مصر؟
ما نوع التقارير أو مؤشرات الأداء التي تهتمكم لمتابعة المشروع؟

المقابلة:

مساء الخير يا فندم، إحنا فريق **Root** مشروع بيحاول يقدم مصر من زاوية مختلفة شوية، من خلال التكنولوجيا والسياحة الثقافية.

حابين نسمع رأي حضرتك كمستثمر أو كحد مهتم بالمشروعات السياحية عن الفكرة.
حلو جدًا، مصر محتاجة النوع ده من المشاريع اللي فيها فكر وشغف. بس خيلني أسألكم، إيه اللي يميز جذور عن أي أبلكيشن ثاني بيقدم رحلات؟
الفكرة مش مجرد حجز رحلة، إحنا بنبني تجربة حية، فيها مرشدين محليين بيحكوا القصة من منظورهم. يعني بتعيش التاريخ بدل ما تسمعه بس.

وكم ان التطبيق بيربط بين المرشد والسائح بطريقة ذكية وأمنة.
ممتاز، طيب وإيه العائد المتوقع؟ المشروع ده هيوصل لإيه خلال أول 3 سنين مثلاً؟
هدفنا نوصل لنقطة التعادل بنهاية السنة الثانية، ونبدأ نحقق أرباح من العمولات والإعلانات والشراكات.
وبجانب الربح، فيه هدف وطني: تشغيل خريجي كليات السياحة واللغات والآثار اللي كثير منهم مش لاقى فرصة.
تمام، كده الصورة أوضح. بصراحة فكرة جذابة، بس محتاجة تنفيذ متقن وتسويق قوي وأنا شايف عندكم شغف واضح.

استراتيجية التسويق والنمو لمشروع جذور

مقدمة

تعتمد جذور على استراتيجية تسويق متكاملة تهدف إلى:

1. بناء الوعي بالعلامة التجارية كمنصة ثقافية وسياحية مبتكرة.
2. جذب المستخدمين والمرشدين والسياح في مصر والعالم العربي.
3. تحقيق نمو عضوي مستدام من خلال القصص والمحتوى التفاعلي.

مراحل التسويق (Marketing Phases)

المرحلة	الهدف	القنوات المستخدمة	المدة
المرحلة 1: التأسيس والهوية	بناء الثقة والهوية البصرية لجذور.	Facebook - Instagram - TikTok - Website	أول 3 أشهر
المرحلة 2: الإطلاق التجريبي (Pre-launch)	إثارة الفضول والتفاعل مع المحتوى التراشي.	محتوى قصصي - فيديوهات قصيرة - إعلانات تشويقية	من الشهر 4 إلى 6

المرحلة 3: الإطلاق الرسمي (Launch)	زيادة التحميلات والتسجيلات على التطبيق.	حملات إعلانية رقمية + مؤثرين + شراكات إعلامية	من الشهر 6 إلى 9
المرحلة 4: التوسع والنمو (Growth)	زيادة المستخدمين والشراكات السياحية.	UGC + محتوى مترجم + فعاليات واقعية	من الشهر 9 إلى 12

القنوات التسويقية الأساسية (Core Digital Channels)

القناة	الاستخدام الرئيسي	الهدف
Facebook & Instagram	نشر القصص التراثية المصورة + التفاعل الجماهيري	الوعي والمجتمع الثقافي
TikTok	فيديوهات قصيرة للمرشدين بأسلوب ممتع.	الوصول إلى فئة الشباب
YouTube	حلقات مصورة عن الأماكن والرموز المصرية.	تعزيز الهوية الثقافية
Website & Blog	محتوى تحليلي وسياحي شامل	تحسين SEO وزيادة الثقة
Email Marketing	نشرات أسبوعية بالعروض والرحلات الجديدة.	التحويل والاحتفاظ بالمستخدم
Influencer Partnerships	مؤثرون في مجالات السفر والثقافة	التوسع في الأسواق الإقليمية
Google Ads & Meta Ads	استهداف السائحين الأجانب والعرب	التحويل المباشر للتطبيق
Partnerships	التعاون مع فنادق ومطاعم ومتاحف.	التوسع

استراتيجية تحسين محركات البحث (SEO Strategy)

العنصر	الخطوة
الكلمات المفتاحية (Keywords)	التراث المصري، السياحة الثقافية، أماكن في مصر، قصص من مصر القديمة، Egyptian heritage tours.
المدونات والمقالات (Blog Content)	مقالات أسبوعية عن أماكن وتراث مصر.
الروابط الخلفية (Backlinks)	من مواقع السفر والثقافة والمجالات السياحية.
تحسين الأداء الفني (Technical SEO)	سرعة الموقع - توافق الهاتف - تحسين الميتا تاجز.

الكلمات المفتاحية بالعربي (SEO Keywords in Arabic)

1. كلمات رئيسية أساسية (Core Keywords):

في وصف الصفحة والتطبيق والعناوين الرئيسية.

- السياحة في مصر
- التراث المصري
- الحضارة المصرية القديمة
- تاريخ مصر
- الثقافة المصرية
- أماكن سياحية في مصر
- تجربة سياحية مصرية
- جولات سياحية ثقافية
- رحلة في مصر
- المرشد السياحي المصري

- السياحة الثقافية في مصر
- رحلات تراثية
- قصة مكان
- حكايات من مصر
- جذور مصرية

2. كلمات طويلة (Long-tail Keywords):

ممتازة لجذب جمهور محدد يبحث بتفصيل أكبر.

- أفضل أماكن التراث المصري
- جولات سياحية مع مرشدين مصريين
- رحلات لاكتشاف التراث المصري
- أماكن غير معروفة في مصر
- حكايات التراث المصري القديم
- أماكن تاريخية تستحق الزيارة في مصر
- تجارب ثقافية مميزة في مصر
- السياحة المستدامة في مصر
- السياحة المحلية في مصر
- التراث غير المادي في مصر
- أماكن التصوير التراثي في القاهرة
- مقاهي تراثية في القاهرة والإسكندرية

3. كلمات عاطفية / تفاعلية (Engagement Keywords):

استخدامها في العناوين والمنشورات لجذب المشاركة والتفاعل.

- اكتشف مصر من جديد
- مصر اللي محدش يعرفها
- من قلب التاريخ
- حكاية مكان... وجمال زمان
- رحلة في جذور مصر
- تعرف على أسرار الحضارة المصرية
- تجربة ما تتنسيش
- ارجع للأصل... ارجع لجذورك

English SEO Keywords for “Roots”

1. Core Keywords:

- Egyptian heritage
- Egyptian culture
- Egypt tourism
- Egyptian history

- Cultural tours Egypt
- Travel Egypt
- Egyptian traditions
- Ancient Egypt experiences
- Roots Egypt
- Egyptian storytellers
- Egyptian tour guides
- Explore Egypt

2. Long-tail Keywords:

- Authentic cultural experiences in Egypt
- Hidden gems in Egypt
- Egyptian heritage tours
- Local guides in Egypt
- Discover Egypt beyond the pyramids
- Cultural tourism Egypt app
- Traditional Egyptian food and places
- Historical places in Cairo
- Unique Egyptian travel experiences
- Egyptian folklore and stories

3. Emotional & Engaging Keywords:

- Experience the soul of Egypt
- Travel through Egypt's stories
- Rediscover your roots
- Where history comes alive
- Feel the magic of Egypt
- Live the Egyptian experience
- From tradition to adventure
- Explore Egypt like never before

الهدف	الكلمات المناسبة	العنصر
تحسين التعريف العام بمحركات البحث	جذور ... رحلة تعيش فيها مصر التراث المصري، Egyptian heritage, Explore Egypt	Bio / About Section
رفع الـ Reach العضوي	#جذور_السياحة_الثقافية ExploreEgypt# #EgyptHeritage	الهاشتاجات

عناوين الفيديوهات	"حكاية مكان" / "Hidden Gem in" "Cairo"	تحسين CTR (نسبة النقر)
وصف التطبيق / الصفحة	Roots - منصة تفاعلية لاكتشاف مصر أول منصة للسياحة الثقافية في مصر، بتوصلك بمرشدين محليين يقدّموا تجارب متكاملة تعيش فيها روح مصر من خلال الحكايات، الأماكن، والمذاقات.	SEO مباشر في Google و App Store

خطة المحتوى (Content Plan)

نوع المحتوى	الهدف	التكرار	القناة
قصص تراثية مصورة (Storytelling Posts)	نشر الوعي بالثقافة المصرية	3 مرات أسبوعيا	Facebook & Instagram
فيديوهات قصيرة تعليمية (Mini Docs)	جذب الشباب والمهتمين بالتاريخ	مرتين أسبوعيا	TikTok & YouTube Shorts
رحلات مصورة (Tour) (Episodes)	عرض تجربة السائح الواقعية	شهريا	YouTube
منشورات تفاعلية (Quizzes - Polls)	تحفيز الجمهور على التفاعل	أسبوعيا	Instagram Stories
UGC - محتوى المستخدمين	مشاركة تجارب السياح مع جذور	مستمر	جميع القنوات

استراتيجيات النمو (Growth Strategies)

المحور	التفاصيل
Organic Growth	الاعتماد على القصص الفريدة والهوية البصرية لزيادة المتابعين طبيعياً.
Influencer Collaboration	شراكة مع مؤثرين في مجال السفر مثل <i>Passport</i> أو <i>Symphony</i> أو <i>Travel with Aisha</i> .
Referral Program	مكافآت للسياح الذين يوصون أصدقاءهم بالتطبيق.
Gamification	نظام نقاط وتجميع badges أثناء الرحلات لجذب فئة الشباب.
Local Events & Workshops	تنظيم فعاليات مثل "يوم في التراث المصري" داخل الجامعات والمتاحف.
International Expansion	محتوى مترجم وحملات موجهة للعرب والأجانب المقيمين في أوروبا.

خطة الحملات (Campaign Roadmap)

الحملة	الفكرة	الهدف	المدة
--------	--------	-------	-------

#حكاية_جنور	سلسلة فيديوهات عن رموز مصرية بعيون المرشدين	بناء الهوية الثقافية	3 أشهر
Roots Discovery Challenge	تحدي على TikTok لتصوير أماكن أثرية نادرة	الوصول الفيروسي	1 شهر
My Egyptian Story	محتوى جماهيري من السياح والمصريين	بناء الثقة والمصداقية	مستمر
Explore Egypt Differently	حملة إعلانية دولية تستهدف السائحين الجدد	جذب عملاء أجنبية	ربع سنوي

مؤشرات الأداء التسويقي (Marketing KPIs)

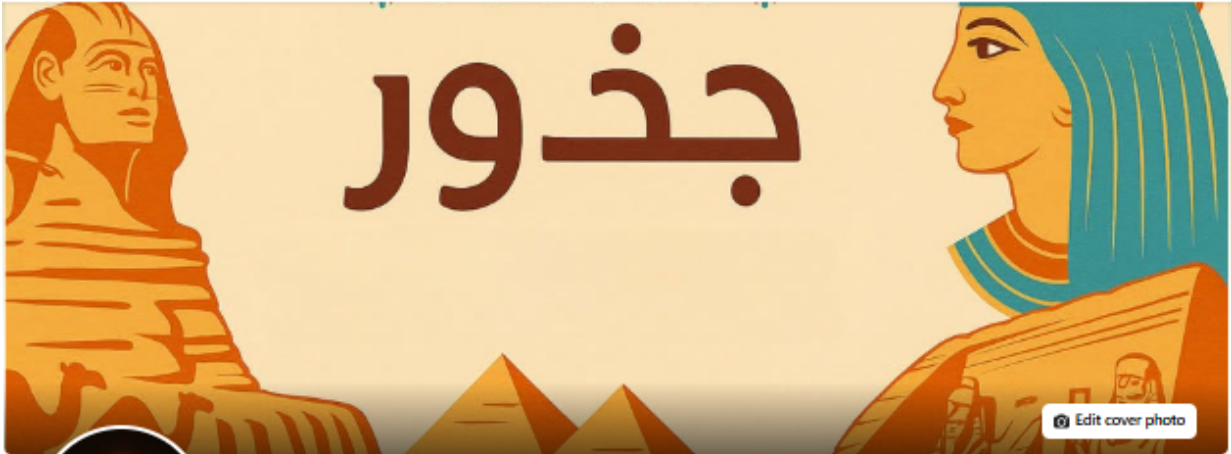
المؤشر	الهدف	وسيلة القياس
عدد التحميلات للتطبيق	50,000 في أول سنة	App Analytics
معدل التحويل من الإعلانات (Conversion Rate)	$5\% \leq$	Meta & Google Ads Dashboard
Engagement Rate	$10\% \leq$ على TikTok و Instagram	Insights
(Cost per Lead (CPL	$EGP 15 >$	Ad Reports
Organic Reach Growth	$15\% +$ شهرياً	Social Analytics
Customer Retention Rate	$65\% \leq$	CRM System
Brand Awareness Index	قياس عبر استطلاعات الوعي	Quarterly Surveys

المنصات فيسبوك، تيك توك، انستاجرام

:Facebook

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61581277209121>

جمهور أوسع وأكبر عمراً → مناسب للمحتوى النصي + الصور .



جذور-Roots

27 likes • 31 followers



[Professional dashboard](#)

[Edit](#)

[Advertise](#)

[Posts](#) [About](#) [Mentions](#) [Reviews](#) [Reels](#) [Photos](#) [More](#)

...

How healthy is your Page?

Complete these actions to keep improving Roots-جذور.

Page health: Good

Compared to similar Pages with high engagement.

[Link to your website](#)

[See more](#)

Intro

جذور بتوفر لك رحلات سياحية متخصصة، بتحتجز رحلتك مع مرشدين سياحيين متخصصين، جذور هتأخذك الحضارة المصرية عمرها 7000 سنة، هتأخذك لرحله عبر الزمن في قلب العاصمة مصر.
#اجز رحلتك وابدأ حكاية جديدة مع جذور للسياحة

[Edit bio](#)

[Page](#) - Tourist Attraction

[Cairo, Egypt](#)

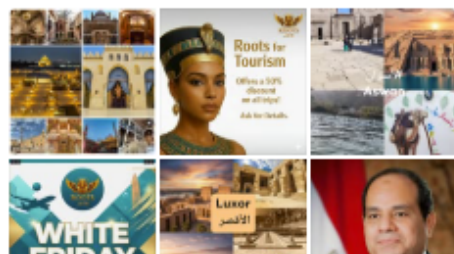
Not yet rated (0 Reviews)

[Edit details](#)

[Add featured](#)

Photos

[See all photos](#)



What's on your mind?

[Live video](#)

[Photo/video](#)

[Reel](#)

Featured

People won't see this unless you pin something.

[Manage](#)

Posts

[Filters](#)

[Manage posts](#)

[List view](#)

[Grid view](#)

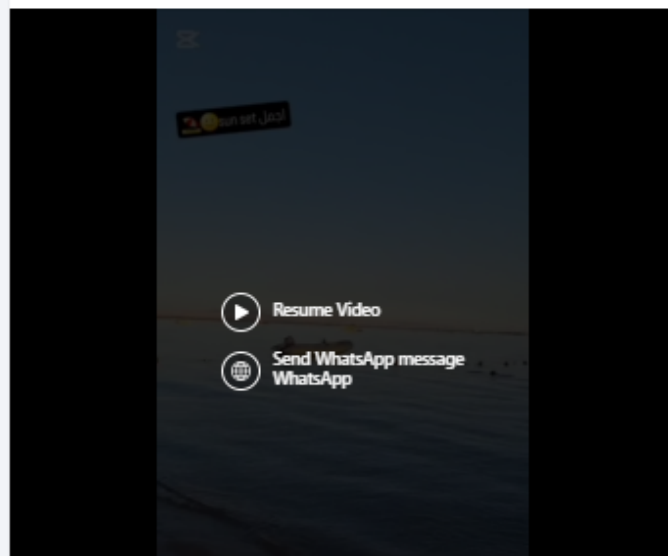


جذور-Roots

Published by Shahenda Jad • 52 minutes ago •

Sh2 Men Ba3eed • شيء من بعيد • Mohamed Mounir • محمد منير

يلا نعيش أقوى مفامرة في دهب! 🌟
بحر لاجونا، سفاري في وادي جني، سنوركلنج في البلو هول، ويخت وقت الغروب
وس... See more



تم عمل حملة engagement على الفيسبوك (calls/post engagement):

هدفها: نشر بوست رحلة إلى مصر القديمة + بوستات تانيه.

محتواها: بوست اعلان الرحلة + بوستات تانيه.

مدة الحملة: 3 أيام و قيمتها 1040 جنيه مصري.

12:10 74%

Service Payment Cancel

FawryPay

You will pay

Selected amount: 1125 EGP

Bill number: 9545972831

Reference Number 9545972831

Mobile Number (01234567890)
Facebook .EBX
Description :
1 x Payment for order #1

Bill issue date: 12/11/2025

Expiration date: 20/11/2025

Due amount: 1125 EGP

Fees 33.75 EGP

Total deducted : 1158.75 EGP

Allowed amounts are from 3 to 250000.

Pay 1158.75 EGP

Summary

Transaction 873622477

Service FawryPay Reference

Provider Fawry Pay

Date 12 November, 2025

Time 12:12:10 AM

Authorization Number 070733

Reference Number 9545972831

Status Successful

Paid From Merna-Medhat

Card Number **** * 1960

Amount 1125 EGP

Service Fee 33.75 EGP

Total Amount 1158.75 EGP

النتيجة المتوقعة:

زيادة التفاعل مع الصفحة.

تحليل الحملة:

الحملة الممولة بتاريخ 31 أكتوبر ساهمت في تعزيز الظهور خلال الفترة.

:TikTok

https://www.tiktok.com/@roots_for_heritage0

جمهور صغير سن ومحب للفيديو القصير : قصص سريعة بأسلوب خفيف الدم.

استخدام ترندات (أصوات، موسيقى) x محتوى تراثي.



roots_for_heritage0 جذور-جذور

Friends

Message



12 Following 425 Followers 3023 Likes

جذور يشارك رحلات سياحية متخصصة، يستحق رحلتك مع مرشدين سياحيين متميزين
إحدى رحلاتنا مع جذور وإحدى حكاية جذور
📌 حمل التطبيق من علي جوجل بلاي أو آب ستور

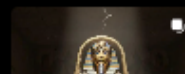
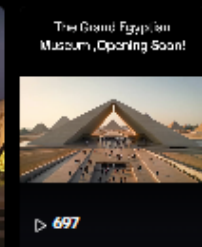
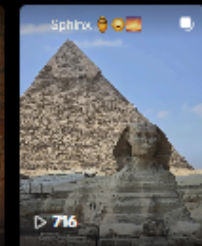
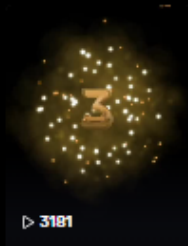
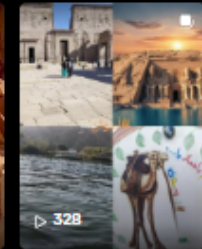
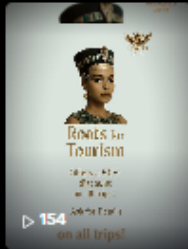
Videos

Liked

Latest

Popular

Oldest



تم عمل حملة Reach & Awareness على التيك توك (watch/view more):

هدفها: رفع الوعي بفكرة Roots.

محتواها: فيديوهات قصيرة لأماكن سياحية وتراثية مصرية + فيديو رحلة يوحى بالتفاعل الإنساني بين السائح والمرشد.

مدة الحملة: 3 أيام و **قيمتها** 600 جنيه مصري.



TIKTOK PTE. LTD.
Address: 1 Raffles Quay #26-10, Singapore (048583)
Tax Registration Number: 752217119

TAX INVOICE

Bill To:

Client Name: marketing
Billing Address: Egypt
Email Address: shahendamo2005@gmail.com
Phone Number: 1034050690

Invoice #: EGT2025606701
Invoice Date: 31, October, 2025
Due Date:
Contract #: CON7567327741360570384
Tax #:

Billing Period	Top-up Prepay		
Client	Description	Note	Amount in EGP
marketing	Advertising Fees	Prepayment On Account	600.00
Remarks:		Subtotal	600.00
		VAT@14%	84.00
		Total	684.00

Summary	
Transaction 848609280	
Service	FawryPay Reference
Provider	Fawry Pay
Date	31 October, 2025
Time	2:06:28 PM
Authorization Number	660786
Reference Number	9540682410
1020200752Pa69 TikTok Ad	
Account: 7567234698175513361	
Status	Successful
Paid From	 Merna-Medhat
Card Number	**** * 1960
Amount	686.50 EGP
Debit Amount	707.10 EGP
Service Fee	20.60 EGP
Total Amount	707.10 EGP

النتيجة المتوقعة:

بناء قاعدة أولية من المهتمين .

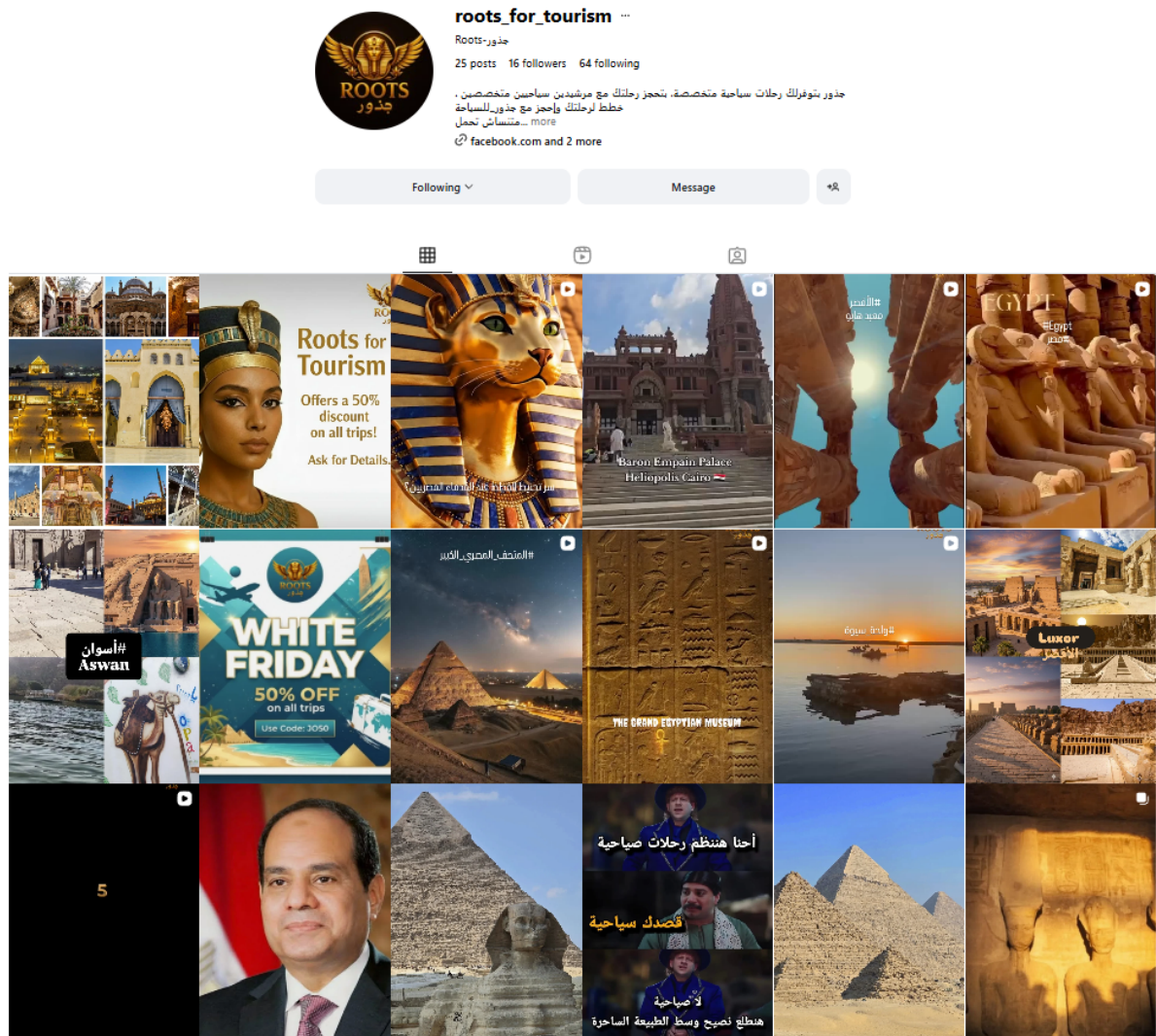
جمع بيانات تفاعلية لتحليل سلوك الجمهور واهتماماته .

تحليل الحملة:

من خلال مقارنة الاداء بين سبتمبر - نوفمبر و اكتوبر -نوفمبر , نلاحظ تحسنا كبيرا فى الاداء الشهرى العام .
عدد المشاهدات الشهرية تقريبا تضاعف من 49 الف الى 92 الف مشاهده بينما ارتفعت المشاركات بنسبه 38% مما يعكس
زيادة فى انتشار المحتوى
اغلب الزيارات تاتى من for you page بنسبه 82%وهو ما يدل على ان المحتوى مناسب ويجذب الجمهور الجديد
يوصى بالاستمرار فى نشر الفيديوهات القصيرة ذات الطابع التفاعلى مع محاولة تشجيع الجمهور على متابعه الحساب لزيادة
المتابعين

:Instagram

https://www.instagram.com/roots_for_tourism



تعتمد جذور على مزيج من التسويق القصصي (Storytelling Marketing) والتقنيات الذكية (Digital Intelligence) لخلق حضور قوي محليًا ودوليًا.

من خلال استراتيجية متكاملة تجمع بين المحتوى، التفاعل، والشراكات، تهدف جذور إلى أن تصبح أشهر منصة رقمية تعيد تقديم مصر إلى العالم.

الرحلة:

تم تنظيم رحلة للقاهرة القديمة.

بوست الرحلة:

تعالوا معنا في رحلة جذور

الرحلة دي جزء من مبادرة جذور لإحياء السياحة الثقافية في مصر، ولإعادة اكتشاف تراثنا بعين جديدة وشغف حقيقي.

الموعد: السبت 15 نوفمبر

الوقت: من 9 صباحًا وحتى نهاية اليوم

نقطة الالتقاء: محطة مترو مارى جرجس، جنب الكنيسة المعلقة

المكان: القاهرة القديمة

برنامج الرحلة:

- نبدأ من الكنيسة المعلقة وكنيسة أبي سرجة و معبد بن عزرا
 - نمرّ على المتحف القبطي ونتعرف على الفن والتراث الفرعوني والقبطي
 - نزور متحف الحضارة المصرية ونرى قاعة المومياوات
 - نصعد لـ قلعة صلاح الدين ونستمتع بالإطلالة الخلابة على المدينة
 - نتمشى في شارع المعز ونتأمل جمال القاهرة القديمة
 - نختم يومنا في خان الخليلي، بين ريحة البن في الفيشاوي وأجواء جامع الحسين
- الأماكن محدودة - احجز مكانك قبل ما الرحلة تتملي
لو نفسك في يوم مختلف، مليون روح وجمال وتاريخ... رحلة جذور مستنياك!

للحجز أو الاستفسار:

• واتساب / مكالمات 01027005890

• البريد الإلكتروني rootsfortourism@gmail.com

#سياحة_مصرية #egypt #traveling #vacation #heritage #DiscoverEgypt #ExploreCairo #exploreroots #oldcairo

Join us for the Roots Journey!

This trip is part of Roots' initiative to revive cultural tourism in Egypt, to rediscover our heritage with fresh eyes and true passion.

Date: Saturday, November 15

Time: 9:00 AM - End of the day

Meeting Point: Mar Girgis Metro Station (next to the Hanging Church)

Location: Old Cairo

Itinerary:

- Start from the Hanging Church, Abu Serga Church, and Ben Ezra Synagogue
- Visit the Coptic Museum and explore the artistic blend of Pharaonic and Coptic heritage
- Continue to the National Museum of Egyptian Civilization and witness the Royal Mummies Hall
- Head up to Salah El-Din Citadel for a breathtaking panoramic view of Cairo
- Stroll through El-Moez Street, soaking in the beauty of Islamic Cairo
- End the day in Khan El-Khalili, with the aroma of coffee at El-Fishawy Café and the spiritual vibes of Al-Hussein Mosque

Seats are limited - book your spot before the trip fills up!

If you're looking for a unique day filled with spirit, beauty, and history... the Roots Journey is waiting for you!

For booking or inquiries:

- WhatsApp / Calls: 01027005890
- Email: rootsfortourism@gmail.com

#EgyptianTourism #DiscoverEgypt #ExploreCairo #ExploreRoots #Egypt #Traveling #Vacation
#Heritage #OldCairo #RootsJourney

SOSTAC Model for Roots / نموذج سوستاك لمشروع جذور

S - Situation Analysis تحليل الوضع الحالي

البيئة العامة:

- مصر غنية بالتراث الثقافي والمواقع التاريخية لكنها بحاجة إلى طرق جديدة لتقديمها رقمياً.
- السوق السياحي يشهد تحولاً نحو التجارب الأصيلة والتفاعل الإنساني أكثر من الرحلات التقليدية.
- الاهتمام العالمي بالسياحة الثقافية يتزايد، مع دعم حكومي للمشروعات الوطنية.

المنافسون:

- شركات سياحة تقليدية (بتعتمد على الرحلات الجاهزة).

- منصات عالمية مثل TripAdvisor و GetYourGuide تركز على الخدمات وليس على القصص الثقافية.

الجمهور:

- الشباب المصري والعربي المهتمون بالسفر والهوية الثقافية.
- السياح الأجانب الباحثون عن تجربة واقعية وأصيلة.
- المرشدون السياحيون وخريجو كليات السياحة والآثار الباحثون عن فرص عمل حقيقية.

تحليل SWOT مختصر:

- القوة: هوية مصرية فريدة + مرشدون محليون + محتوى قصصي تفاعلي.
- الضعف: مشروع جديد يحتاج بناء ثقة.
- الفرص: دعم الدولة للسياحة الثقافية والابتكار.
- التهديدات: منافسة شديدة وسلوك المستخدم المتغير.

O - Objectives الأهداف

المدى الزمني	الأهداف الذكية (SMART)
قصيرة المدى (6-12 شهر)	إطلاق المنصة الرقمية رسمياً. جذب 1000 مستخدم و 50 مرشد سياحي. نشر 30 محتوى قصصي على السوشيال ميديا.
متوسطة المدى (1-2 سنة)	الوصول إلى 10,000 مستخدم نشط. توقيع شراكات مع 10 مؤسسات سياحية وثقافية. تحقيق معدل رضا المستخدمين +90%.
طويلة المدى (3-5 سنوات)	أن تصبح جذور المنصة الوطنية الأولى للسياحة الثقافية الذكية. التوسع في المنطقة العربية والعالم.

S - Strategy الاستراتيجية

”تحويل التراث المصري إلى تجربة رقمية وإنسانية أصيلة.“

الركائز الاستراتيجية:

1. **Storytelling Strategy** استخدام القصص المصرية لإحياء التاريخ.
2. **Human Connection** ربط السائح بالمرشد المحلي والمجتمع.
3. **Digital Experience** تطبيق ذكي يسهل الحجز والتفاعل والمشاركة.
4. **Content Localization** محتوى موجه لكل فئة (مصريين - عرب - أجانب).
5. **Community Building** خلق مجتمع من عشاق التراث والمغامرات الثقافية.

T - Tactics التكتيكات

القنوات الأساسية:

- السوشيال ميديا (X- LinkedIn - Snapchat - Facebook - Instagram - TikTok - YouTube).
- تطبيق الهاتف والموقع الإلكتروني.
- الشراكات مع الجامعات والمراكز السياحية.

أمثلة على التكتيكات:

- نشر فيديوهات قصيرة (Reels & TikTok) عن التراث بعناوين جذابة.
- حملات UGC تشجع السياح على مشاركة تجربتهم.
- التعاون مع مؤثرين في مجالات الثقافة والسفر.
- إنشاء سلسلة "رحلة في جذور مصر" كحملة توعية شهرية.
- التسويق عبر البريد الإلكتروني للمهتمين بالرحلات.

A - Action خطة التنفيذ

المسئول	النشاط	الفترة
فريق التصميم + الفريق التقني	تطوير الهوية البصرية والمنصة الرقمية	الشهر 1-4
فريق التسويق	إطلاق صفحات التواصل الاجتماعي وبداية الحملة التعريفية	الشهر 3-4
فريق التشغيل	ضم أول دفعة مرشدين سياحيين وتدريبهم	الشهر 5-6
فريق العمليات	تنفيذ أول مجموعة من الرحلات التجريبية	الشهر 7-9
فريق الإدارة والتسويق	إطلاق التطبيق رسمياً وتوسيع قاعدة المستخدمين	الشهر 10-12

C - Control الرقابة والتقييم

مؤشرات الأداء (KPIs):

- عدد المستخدمين المسجلين.
- عدد الرحلات المنفذة بنجاح.
- معدل رضا السياح (%).
- نسبة مشاركة المحتوى (Engagement Rate).
- نمو عدد المرشدين النشطين شهرياً.
- الإيرادات الشهرية مقابل التكاليف التشغيلية.

أدوات المتابعة:

- Google Analytics - Meta Insights - تقارير التطبيق - استبيانات رضا العملاء.
- مراجعة ربع سنوية للأداء وتحديث الخطط بناءً على النتائج.

مزيج التسويق 7Ps

المنتج (Product)

- منصة رقمية ذكية تربط السياح بالمرشدين المعتمدين.
- تقدم باقات رحلات ثقافية، علاجية، ترفيهية وتعليمية.
- محتوى رقمي تفاعلي (قصص، فيديوهات، تراث، تجارب المستخدمين).
- مرشدين مدربين يقدمون معلومات موثقة وتجارب فريدة.
- تطبيق يتيح الحجز، التقييم، والدفع الآمن بسهولة.

السعر (Price)

- سياسة تسعير مرنة تناسب كل فئة من الجمهور.
- نظام رحلات مخصصة.
- عمولة تُخصم من كل حجز يتم عبر التطبيق.
- خصومات للمصريين والطلاب لتشجيع السياحة الداخلية.
- إمكانية دفع إلكتروني.

المكان (Place)

- منصة رقمية... وجولات على أرض مصر.
- عبر تطبيق جذور على Android و iOS
- موقع إلكتروني رسمي للحجوزات والتجارب.
- وجود فعلي في المدن السياحية الرئيسية (القاهرة، الأقصر، أسوان، الإسكندرية).
- شراكات مع فنادق ومقاهي ومطاعم محلية.

الترويج (Promotion)

- حملات رقمية على Facebook, Instagram, TikTok لعرض التراث والرحلات.
- تعاون مع المؤثرين في مجال السفر والثقافة.
- محتوى UGC من السياح أنفسهم أثناء الرحلات.
- مسابقات ثقافية وسياحية لزيادة الوعي بالتراث.
- حملات SEO لتصدّر نتائج البحث عن السياحة المصرية.

الأشخاص (People)

شبكة مرشدين معتمدين من كليات السياحة والآثار واللغات.

فريق دعم فني متاح 24/7 للمستخدمين والسياح.

تدريب مستمر للمرشدين على مهارات التواصل واللغة والسرد القصصي.

مشاركة المجتمع المحلي في التجارب لتعزيز الانتماء.

العملية (Process)

يدخل المستخدم على التطبيق أو الموقع.

يختار الرحلة المطروحة من المرشد أو يخصص رحلة يريد أن يقوم بها مع الإستهانة بمرشد متخصص.

يطلع على تقييمات المرشدين ويختار الأنسب له.

يحجز الرحلة ويدفع إلكترونياً أو ينشر الرحلة التي قام بتخصيصها.

بعد الرحلة، يترك تقييماً أو فيديو للمشاركة في صفحة جذور.

الدليل المادي (Physical Evidence)

توثيق مرئي من الصور والفيديوهات أثناء الرحلات.

شهادات معتمدة للمرشدين المميزين.

تجربة رقمية أنيقة وسهلة الاستخدام تعكس الثقة والاحتراف.

إطار الـ 7Cs لتجربة المستخدم والاستراتيجية الرقمية لمنصة جذور

العنصر (C)	الوصف (Description)	تطبيقه في مشروع جذور How It Applies to (Roots)	مؤشر النجاح (Success) (Metric)
1. Content (المحتوى)	الرسائل والقيم التي تقدمها المنصة عبر القنوات المختلفة.	جذور تنشر قصص تراثية، حكايات أماكن، عادات مصرية، ومقاطع ترفيهية تعليمية.	عدد المشاهدات، وقت المشاهدة، معدل المشاركة.
2. Context (السياق)	مدى توافق المحتوى مع طبيعة المنصة والمستخدم.	تخصيص نوع المحتوى حسب المنصة: - قصص → TikTok - قصيرة مرئية + صور → Instagram - Reels. - مقالات → Facebook - وقصص طويلة	معدل التفاعل ونسبة الاحتفاظ بالجمهور.

3. Community (المجتمع)	قدرة جذور على بناء مجتمع متفاعل ومخلص.	إطلاق مجتمع رقمي باسم #جذور_تحكي يشجع المستخدمين على مشاركة صورهم وتجاربهم التراثية.	عدد الأعضاء النشطين + حجم المحتوى المنشأ من المستخدمين (UGC).
4. Customization (التخصيص)	مدى تخصيص التجربة لتناسب كل فئة مستخدم.	- تخصيص المحتوى للمصريين مقابل الأجانب. - واجهة تطبيق متعددة اللغات (عربية/إنجليزية/فرنسية). - اقتراح رحلات بناءً على تفضيلات المستخدم.	معدلات التكرار في الاستخدام (User Retention).
5. Communication (التواصل)	التفاعل ثنائي الاتجاه بين جذور والجمهور.	- استخدام الذكاء الاصطناعي في الردود. - استطلاعات رأي أسبوعية. - الرد الفوري على الأسئلة السياحية.	معدل الرد السريع + رضا المستخدمين (Response Rate).
6. Connection (الاتصال)	الروابط التي تربط المنصة بخدمات وشركاء آخرين.	تكامل جذور مع Google Maps + أنظمة الدفع الإلكترونية.	عدد الشراكات + معدل الاستخدام المشترك (API Data).
7. Commerce (التجارة)	آلية تحقيق الأرباح من خلال المنصات الرقمية.	- عمولات من حجز الرحلات. - متجر جذور الإلكتروني. - إعلانات داخل التطبيق. - اشتراكات المرشدين.	الإيرادات الشهرية + معدل التحويل من المشاهدة إلى شراء (Conversion Rate).

أهم الرؤى المستخلصة من نموذجي 7Ps و 7Cs في مشروع جذور

1. Product & Content المنتج والمحتوى

- **Insight:** المحتوى هو المنتج الحقيقي في جذور، مش مجرد أداة تسويق. عبر القصص، الفيديوهات، والرحلات التفاعلية، يتحول التراث المصري إلى تجربة حية.
- **Action:** جذور يجب أن تستمر في تطوير محتوى ممتع، موثوق، وسهل الفهم لكل فئة من الجمهور (محلي - أجنبي - أكاديمي).
- **Link to 7Cs:** Content + Context
- **Outcome Metric:** زيادة وقت المشاهدة وعمق التفاعل (Engagement Depth).

2. Price & Commerce التسعير والتجارة

- **Insight:** الجمهور المستهدف حساس للسعر، لكنه مستعد يدفع مقابل تجربة "أصيلة ومميزة".
- **Action:** اعتماد نموذج تسعير مرن:
 - رحلات مجانية/رمزية للمحتوى العام.
 - و باقات مدفوعة Premium لتجارب فريدة مع المرشدين.

- **Link to 7Cs:** Commerce
- **Outcome Metric:** ارتفاع معدل التحويل من الزوار إلى مشتريين (Conversion Rate ↑ 20%).

3. Promotion & Communication الترويج والتواصل

- **Insight:** جذب الجمهور لا يأتي من الإعلانات فقط، بل من الحوار والقصص.
- **Action:**
 - نشر قصص قصيرة عبر TikTok و Instagram Reels بأسلوب storytelling.
 - الرد على المتابعين بلغة ودية وسريعة.
- **Link to 7Cs:** Communication + Community
- **Outcome Metric:** معدل التفاعل الشهري (Engagement Rate ↑ 30%).

4. Place & Connection المكان والاتصال

- **Insight:** جذور لا تتبع "رحلات"، بل "رحلات رقمية متصلة" تربط المستخدم بالمرشد والمكان قبل زيارته.
- **Action:**
 - التكامل مع Google Maps والتطبيق.
 - تسهيل الحجز والدفع داخل التطبيق مباشرة.
- **Link to 7Cs:** Connection
- **Outcome Metric:** انخفاض معدل التسرب في رحلة المستخدم (Drop-off Rate ↓ 25%).

5. People & Community الأشخاص والمجتمع

- **Insight:** المرشدون السياحيون هم العمود الفقري لتجربة جذور، والمجتمع الرقمي هو روحها.
- **Action:**
 - تدريب المرشدين عبر برنامج "Roots Academy".
 - إشراك المستخدمين في إنشاء محتوى تراثي (UGC).
- **Link to 7Cs:** Community + Customization
- **Outcome Metric:** نمو عدد المرشدين النشطين (+500) والمشاركات المجتمعية.

6. Process & Customization العمليات والتخصيص

- **Insight:** نجاح التطبيق يعتمد على السلاسة والبساطة.
- **Action:**
 - كل خطوة يجب أن تكون قصيرة، ممتعة، وشخصية.
 - تصميم واجهة مستخدم مبسطة بثلاث لغات.
 - توصيات رحلات ذكية مبنية على تفضيلات المستخدم.
- **Link to 7Cs:** Customization
- **Outcome Metric:** رضا المستخدمين (App Rating ≥ 4.5/5).

7. Physical Evidence & Context الدليل المادي والسياق

- **Insight:** الهوية البصرية لجذور (الألوان - اللوجو - اللغة) تمثل التراث المصري الحديث.
- **Action:**
 - الحفاظ على تناسق التصميم في التطبيق والمحتوى الإعلاني.
 - دمج رموز مصرية بأسلوب عصري (عين حورس - الجعران - النيل).
- **Link to 7Cs:** Context + Content
- **Outcome Metric:** زيادة التذكّر البصري للعلامة (Brand Recall ↑ 40%).

5. Strategic Cross-Insights رؤى استراتيجيّة مشتركة

المحور	الرؤية المستخلصة	كيف توظفها جذور
التجربة	الجمهور يريد "رحلة" وليس مجرد "معلومة".	التركيز على القصص والتفاعل.
الثقة	السائح يختار من يشعر أنه يفهمه.	بناء الثقة عبر محتوى إنساني وتجارب حقيقية.
اللغة	التعدد اللغوي مفتاح الانتشار.	إطلاق التطبيق بالعربية والإنجليزية والفرنسية.
المجتمع	المستخدم المخلص هو أفضل سفير.	استثمار في بناء مجتمع حي نشط وليس فقط جمهور.
الابتكار في الحكاية	السرد الذكي هو USP جذور الحقيقي.	تحويل كل قصة إلى تجربة مرئية وصوتية تفاعلية.

تدمج جذور بين مبادئ 7Ps (المنتج - التسعير - الترويج - الأشخاص - العملية - المكان - الدليل المادي) ومفاهيم 7Cs (المحتوى - التواصل - المجتمع - التخصيص - الاتصال - السياق - التجارة) لتخلق نظاماً تسويقياً متكاملًا يجعل من كل تفاعل مع المنصة تجربة ثقافية وسياحية مميزة تربط الماضي بالمستقبل.

التجزئة - الاستهداف - التموضع (STP Framework for Roots)

أولاً: Segmentation - التجزئة

نوع التجزئة	الفئة المستهدفة	الخصائص
(Demographic) ديموغرافية	الشباب، خريجو الجامعات، الطبقة المتوسطة والعليا	محبّون للسفر، لديهم وعي ثقافي وفضول لاكتشاف أماكن جديدة وقضاء تجربة مختلفة وممتعة
(Geographic) جغرافية	داخل مصر (القاهرة، الإسكندرية، الأقصر، أسوان) + الزوار من الوطن العربي وأوروبا	يسهل الوصول إليهم رقمياً ويهتمون بالوجهات الثقافية
(Behavioral) سلوكية	الباحثون عن تجارب أصيلة أو مغامرات ثقافية، والسياح الذين يعتمدون على الإنترنت في الحجز	يهتمون بالمصادقية والتفاعل

يقَدِّرون القصص والهوية الثقافية والتجارب الإنسانية	المهتمون بالتراث، الفنون، القصص، والطعام المحلي	نفسية (Psychographic)
---	---	-----------------------

ثانيًا: Targeting - الاستهداف

تم تحديد ثلاث شرائح رئيسية مستهدفة:

- الشباب المصري والعربي

يبحثون عن مغامرات داخلية واكتشاف تراث بلادهم بطريقة جديدة.

ينجذبون للمحتوى المرئي القصير على TikTok و Instagram.

- السائح الأجنبي الثقافي (Cultural Traveler)

يهتم بالآثار، الأساطير، والفنون المصرية القديمة.

يبحث عن مرشد محلي موثوق يقدم تجربة إنسانية حقيقية.

- المرشدون السياحيون وخريجو كليات السياحة والآثار واللغات

يشكلون طرف العرض في المنصة.

يستخدمون جذور كأداة لعرض خدماتهم وبناء ملفهم المهني.

الاستراتيجية:

جذور تستهدف في المرحلة الأولى (Launch Phase): المصريين والعرب الشباب + السياح الأجانب المهتمين بالثقافة.

ثم تتوسع لاحقًا إلى الأسواق الإقليمية (MENA) والعالمية.

ثالثًا: Positioning - التموضع

تموضع جذور في السوق يركز على التميز بالروح المصرية الأصيلة + التكنولوجيا الحديثة.

جوهر التموضع:

جذور منصة تجمع الإنسان، الحكاية، والمكان.

تتيح للسائح أن يختار تجربته بنفسه، ويعيش "قصة مصر" بطريقة شخصية.

تستخدم التكنولوجيا لتسهيل الرحلة، لكنها تحافظ على الطابع الإنساني في كل تفصيلة.

التكتيكات (Tactics)

- إطلاق حملات ترويجية على Facebook, Instagram, TikTok بمحتوى قصصي ممتع.
- توظيف المرشدين كصناع محتوى يشاركون قصصهم عبر المنصة.

- التعاون مع الجامعات وكليات السياحة لاختيار وتدريب المرشدين.
- إنشاء نظام تقييم ومكافآت للمرشدين المتميزين.
- تنظيم رحلات تجريبية مجانية (Pilot Trips) لتوليد محتوى أصلي.
- بناء شراكات مع مطاعم ومقاهي محلية لدمجها ضمن تجارب جذور.

العمليات (Operations)

المجال	الأنشطة الرئيسية
العمليات اليومية	إدارة التطبيق والموقع - متابعة الحجوزات - الرد على العملاء - تحديث المحتوى.
إدارة المرشدين	تسجيل - مراجعة الوثائق - اعتماد - تقييم دوري.
إدارة المستخدمين	دعم فني - خدمة عملاء - متابعة تقييمات الرحلات.
إنتاج المحتوى	كتابة قصص - تصوير فيديوهات - إدارة حملات ترويجية.
الشراكات	التواصل مع الفنادق، المتاحف، والمراكز الثقافية.
التحليل والتقارير	تحليل بيانات الحجوزات والمحتوى لتطوير الأداء شهريًا.

The 5S's of Digital Marketing - Roots Project

5Ss	كيف يمكن تطبيقها على جذور	مؤشرات النجاح
Sell (البيع)	جذور توفر منصة رقمية تتيح للسائحين حجز الرحلات وتخصيص رحلات مباشرة من خلال التطبيق.	عدد الحجوزات عبر المنصة شهريًا / الإيرادات المحققة من العمليات.
Serve (الخدمة)	تقديم تجربة مخصصة لكل مستخدم عبر مرشدين معتمدين، دعم فني سريع، وتوصيات ذكية للرحلات المناسبة.	نسبة رضا العملاء (CSAT) / متوسط سرعة الرد / تقييمات المرشدين.
Speak (التفاعل)	جذور تتواصل مع الجمهور عبر قصص تراثية، فيديوهات، واستطلاعات رأي على السوشيال ميديا لتشجيع المشاركة.	معدل التفاعل (Engagement Rate) / عدد التعليقات والمشاركات / نمو المتابعين.
Save (التوفير)	من خلال الرقمنة، جذور تقلل التكاليف التشغيلية (مكاتب، كتيبات، وسطاء)، وتقدم أسعار عادلة للسائحين.	تكلفة الاكتساب (CAC) / هامش الربح / خفض التكاليف اللوجستية.
Sizzle (الإبهار)	تميز جذور في المحتوى القصصي المصري يجعل التجربة جذابة وملينة بالمشاعر والانبهار.	معدل مشاركة المحتوى (UGC) / تقييم التجربة العام / الولاء للعلامة التجارية.

جذور لا تركز فقط على البيع، بل على خلق علاقة طويلة المدى مع المستخدم.

استراتيجية الحملات وفق مراحل مسار التسويق (Marketing Funnel)

Funnel Stage	هدف المرحلة	استراتيجية جذور	نوع المحتوى - الحملة	مؤشرات الأداء KPIs
1. Awareness (الوعي)	تعريف الجمهور بفكرة جذور كمنصة ثقافية وسياحية مبتكرة.	حملة "Discover Your Roots" تستعرض مشاهد من	- فيديوهات قصيرة (20-30 ثانية).	عدد المشاهدات + معدل الوصول.

	التراث المصري الحديث (+ TikTok Instagram Reels). الجمهور يحب المحتوى البصري القصير المليء بالرموز الفرعونية. التركيز على الفيديوهات القصصية القصيرة بدل النصوص الطويلة.			- قصص "هل تعلم؟" عن رموز مصرية (عين حورس - الجعران - أم كلثوم).
معدل التفاعل (Engagement Rate).	منشورات Carousel + فيديوهات Storytelling "Walks".	حملة "Stories Hidden in the Streets" تحكي قصص أماكن غير معروفة (كنيسة أبو سرجة، مناتيا).	خلق فضول ورغبة في معرفة المزيد.	Interest .2 (الاهتمام)
عدد الزيارات إلى موقع / تطبيق جذور.	محتوى مقارنة + Testimonials.	فيديوهات Before & After Visiting Egypt with Roots + آراء مرشدين وسياح. السياح الأجانب يثقون أكثر في محتوى المرشدين المحليين. إنتاج فيديوهات "Meet the" Guide.	إقناع المستخدم بأن جذور تقدم تجربة فريدة وليست مجرد تطبيق سياحة.	Consideration .3 (التفكير / التفضيل)
معدل التحويل (Downloads / Bookings).	محتوى CTA واضح + Landing Page.	للسياح: حملة "احجز أول رحلة بـ Roots وخذ خصم 20% + كود دعوة للأصدقاء. للمرشدين السياحيين المحليين: المصريون يتأثرون بالعروض والمكافآت الاجتماعية. تعزيز العروض عبر Referral Programs.	دفع المستخدم لاتخاذ القرار (تنزيل التطبيق أو حجز تجربة).	Conversion .4 (التحويل)
عدد المشاركات والتفاعل الشهري.	محتوى من الجمهور UGC + Repost الصفحة الرسمية.	تحدي WalkWithRoots# وMyEgyptStory#	بناء علاقة طويلة الأمد مع المستخدمين.	Engagement .5 (التفاعل المستمر)

		لتشجيع مشاركة الصور والفيديوهات.		
معدل الاحتفاظ بالمستخدمين (Retention Rate).	+ Newsletter محتوى شخصي + لقاءات شهرية Online.	برنامج مكافآت "Roots Travelers" يقدم مزايا حصرية للمرشدين والعملاء النشطين. الجمهور يريد أن يشعر بأنه جزء من القصة. إنشاء مجتمع رقمي باسم "عائلة جذور".	تحويل المستخدمين إلى سفراء دائمين للمنصة.	6. Loyalty (الولاء)
عدد الإشارات (Mentions) والمراجعات الإيجابية.	محتوى شهادات وتجارب واقعية (Testimonials).	حملة "Be a Roots Storyteller" لتشجيع المستخدمين على سرد تجاربهم بالفيديو.	تحويل العملاء المخلصين إلى سفراء يوصون بالمنصة.	7. Advocacy (الدعم والدعاية الشفوية)

تعتمد حملة Roots على مزيج من القصص + التكنولوجيا + المجتمع لتنتقل بالمستخدم من "مشاهدة مصر" إلى "العيش داخل قصتها".

استراتيجية المحتوى عبر مراحل القمع التسويقي (Marketing Funnel)

1. TOFU - Awareness Content

(بناء الوعي والفضول - Top of the Funnel)

المحتوى	البند
الشباب المصري، الطلاب، والأجانب المهتمين بالثقافة والسياحة في مصر	Audience:
يعرفون عن الأهرامات والنيل فقط، ولا يعرفون القصص الخفية وراء التراث المصري	Their problem:
محتوى ممتع وسريع يربطهم بمصر الحقيقية بطريقة مختلفة عن السياحة التقليدية	What they want:
محتوى قصصي مصري يجمع بين الثقافة والترفيه	What they need:
فضول - دهشة - فخر - انتماء	Emotions:
خلق وعي بالعلامة التجارية وزيادة المتابعين والمشاركات العضوية	Goal:
Reels، Tik Tok Shorts، Infographics، Voice-over videos	Best Content Types:
حملة "هل تعلم؟" تحكي قصص رموز التراث المصري (زي عين حورس، الجعران، أم كلثوم، وادي الحيتان)	Content Idea:
اسأل: لو التراث المصري كان بيتكلم، كان هيكلي لنا إيه	Brainstorming Tactic:
تخيل رموز مصر بتكلم بصوت - "What if History Could Speak" استخدام تقنية AI.	Storytelling Tactic:
(خفيف - مشوق - معاصر - طريف (مزج بين الماضي والحاضر هيخلق تباين	Narrative Style:

UGC Campaign Name:	#RootsTells / جذور_تحكي
Campaign Goal:	زيادة الوعي والمشاركة من الجمهور عبر قصصهم أو فيديوهاتهم القصيرة عن التراث
Core Message:	"كل أثر في مصر عنده قصة... احكيها مع جذور"
How the Campaign Works:	#RootsTells الجمهور يشارك فيديو أو صورة عن مكان أو قصة تراثية مع هاشتاج وجذور تعيد نشر أفضل المشاركات
Headline:	"لو عين حورس كانت بتتكلم، كانت هتكيلنا إيه"
Intro:	"في كل ركن من مصر قصة، وفي كل رمز سر... اكتشفها مع جذور"
Body:	من وادي الحيتان إلى قهوة متاتيا، من عين حورس للجعران... الحكايات الحقيقية لسه "بتتنفس"
CTA:	"تابع جذور عشان تعرف الحكاية اللي وراك"
Hashtags:	#RootsTells #DiscoverEgypt #HeritageStories #EgyptianCulture
Factors Used:	Visual storytelling - Curiosity Gap - Emotional Hook - Shareability.
Emotions Triggered:	فضول - حنين - فخر - دهشة
Messaging Focus Per Audience:	المصريون : الفخر والانتماء. الأجانب : الفضول والاكتشاف. الطلاب : المعرفة والتميز.
Example Sponsorship Campaigns:	تعاون مع المتحف المصري الكبير أو وزارة الثقافة لعرض القصص التراثية عبر المنصات
Value for Sponsors:	رفع الوعي بالمؤسسات الثقافية، جذب جمهور الشباب، وتعزيز صورة مصر عالميًا

MOFU - Consideration / Conversion Content .2

(مرحلة التفكير والتحويل - Middle of the Funnel)

البند	المحتوى
Audience:	الأفراد اللي شافوا محتوى جذور وبدأوا يهتموا يعرفوا أكثر عن التجربة، خصوصًا الرحلات والمميزات داخل التطبيق
Their problem:	مش قادرين يلاقوا مصدر موثوق ومنظم للرحلات الثقافية اللي تجمع بين المتعة والمعرفة
What they want:	تجربة موثوقة وأمنة، مع مرشدين محترفين يقدموا معلومات حقيقية بأسلوب مشوق
What they need:	محتوى يثبت إن جذور مش مجرد فكرة حلوة، لكنها تجربة حقيقية ومجربة
Emotions:	ثقة - فضول - حماس - رغبة في الاكتشاف
Goal:	تحويل المهتمين إلى مستخدمين فعليين تحميل التطبيق / حجز تجربة
Best Content Types:	Before/After Story آراء السياح والمرشدين، حملات مقارنة Testimonial فيديوهات Ads، Email Marketing
Content Idea:	حملة "رحلة ورا الحكاية": فيديوهات حقيقية لسياح ومرشدين يبحكوا تجاربهم مع جذور
Brainstorming Tactic:	"لو حكينا للناس شكل الرحلة قبل وبعد جذور، إيه اللي هيتغير في تجربتهم"
Storytelling Tactic:	مقارنة بين الرحلات التقليدية وتجربة جذور الغنية - Before vs. After storytelling بالتفاصيل
Narrative Style:	إنساني - ملهم - صادق
UGC Campaign Name:	#MyRootsJourney / رحلتي_مع_جذور
Campaign Goal:	إقناع الجمهور بالتحويل لاستخدام التطبيق وتجربة الرحلات الثقافية بأنفسهم

Core Message:	”جذور مش بس رحلة... دي تجربة بتعيشها وتحكيها“
How the Campaign Works:	المستخدمين اللي جربوا التطبيق ينشروا مقاطع قصيرة لتجربتهم مع المرشد أو المكان باستخدام الهاشتاج، وجذور تعيد نشر أفضلها
Headline:	”لما تزور مصر مع جذور، الرحلة بتتحول لقصة تهكيها طول عمرك“
Intro:	جربت تزور مكان وخرجت منه وأنت حاسس إنك جزء من تاريخه؟ ده بالضبط اللي "بتقدمه جذور"
Body:	من أول ما تحجز لحد ما تخلص رحلتك، جذور بتخليك تعيش التجربة المصرية الأصيلة "بخطوات بسيطة ومرشدين حقيقيين"
CTA:	”نزل تطبيق جذور وابدأ رحلتك النهارده“
Hashtags:	#MyRootsJourney #RootsExperience #جذور #ExploreEgypt #CulturalTravel
Factors Used:	Social Proof - Trust Building - Visual Authenticity - Call to Emotion.
Emotions Triggered:	الثقة - الحماس - الانبهار - الإلهام
Messaging Focus Per Audience:	المصريون → تجربة فخر بالهوية. الأجانب → رحلة ثقافية مختلفة. الطلاب والباحثون → مصدر معرفة حقيقي
Example Sponsorship Campaigns:	لتقديم خصم على أول رحلة داخل (Vodafone - Orange) شراكة مع شركات الاتصالات التطبيق
Value for Sponsors:	الوصول المباشر لجمهور شاب نشط رقمياً ومهتم بالتجارب السياحية والتعليمية

BOFU - Retention & Loyalty Content .3

(مرحلة الولاء والاحتفاظ بالمستخدمين - Bottom of the Funnel)

البند	المحتوى
Audience:	المستخدمين اللي حملوا التطبيق أو شاركوا في تجربة جذور فعلاً (السياح، المرشدين، المصريين اللي جربوا الرحلات)
Their problem:	بعد انتهاء الرحلة أو التجربة، التفاعل بيتوقف، ومفיש دافع كفاية للعودة أو المشاركة المستمرة
What they want:	التقدير - الانتماء - شعور إنهم جزء من مجتمع حي له تأثير
What they need:	محتوى وتجارب تحافظ على شغفهم، وتخلق قيمة مستمرة تتجاوز الرحلة نفسها
Emotions:	فخر - انتماء - حنين - تقدير - تحفيز
Goal:	(UGC + Reviews + Referrals). زيادة الولاء والمشاركة المجتمعية
Best Content Types:	Loyalty Program، (#RootsChallenge) شخصية، قصص العملاء، تحديثات شهرية Emails، Behind-the-scenes content.
Content Idea:	حملة ”سفير جذور“: كل مستخدم أو مرشد يشارك تجربته بعد الرحلة، ويحصل على شارة داخل التطبيق Roots Ambassador
Brainstorming Tactic:	”إزاي نحول كل مستخدم لجزء من القصة اللي بنحكيها“
Storytelling Tactic:	قصص صغيرة بتظهر كيف أثرت جذور في حياة الناس (زي مرشد Legacy Stories (شاف حياته تتغير بعد الانضمام
Narrative Style:	(Human-centered Narrative) إنساني - ملهم - واقعي
UGC Campaign Name:	سفير_جذور / #RootsAmbassadors
Campaign Goal:	خلق مجتمع سفراء لجذور يروجوا لها تلقائياً من خلال قصصهم وتجاربهم
Core Message:	”كل واحد فينا عنده جذور... خليك جزء من القصة اللي بتكمل مصر“

How the Campaign Works:	كل مستخدم أو مرشد يشارك تجربة جذور الخاصة به (صورة / فيديو / قصة) باستخدام الهاشتاج، وجذور تمنحه شارة رقمية مميزة وفرص للمشاركة في فعاليات حقيقية
Headline:	”انضم لعائلة جذور... وكن أنت الحكاية القادمة“
Intro:	”جذور مش بس تطبيق... دي عائلة من عشاق مصر بيحكوا حكاياتها بطريقتهم“
Body:	احكي قصتك، شارك رحلتك، وخلي العالم يعرف إنك جزء من الحكاية اللي بتكمل تراث“
CTA:	”شارك تجربتك دلوقتي مع #سفير جذور، وممكن تكون صوت الحكاية الجاية“
Hashtags:	#RootsAmbassadors #جذور #CulturalEgypt #ProudToBeRoots #HeritageCommunity
Factors Used:	Emotional Connection - Recognition - Belonging - Gamification.
Emotions Triggered:	انتماء - تقدير - فخر - امتنان - شغف
Messaging Focus Per Audience:	المرشدون → التقدير وفرص الترويج الذاتي. السياح → الحنين والتجربة الإنسانية. المصريون → الفخر بالهوية والانتماء
Example Sponsorship Campaigns:	تحت رعاية أو المتحف المصري الكبير لتصوير قصص السفراء في أماكن تاريخية
Value for Sponsors:	محتوى أصلي إنساني يربط علاماتهم التجارية بالهوية المصرية والتراث، مما يعزز صورتهم الإيجابية

ملخص الثلاث مراحل:

المرحلة	الهدف	نوع المحتوى
TOFU - Awareness	تعريف الجمهور بعلامة جذور وإثارة الفضول.	فيديوهات قصيرة + قصص تراثية.
MOFU - Conversion	تحويل المهتمين إلى مستخدمين فعليين للتطبيق.	تجارب واقعية + شهادات + Call-to-action.
BOFU - Loyalty	بناء مجتمع دائم التفاعل والولاء.	محتوى إنساني + تحديات + سفارات رقمية.

Content Callender

التوزيع: 3-4 محتويات بالأسبوع (حوالي 14-15 محتوى للشهر).

التنوع: كل أسبوع فيه مزيج (تراث/أكل/أماكن/فن).

الهدف العام:

Facebook = المكتبة الثقافية (Educate + Community). بالعربي أكثر → للباحثين/المحليين

Instagram = جمال بصري (Engage + Inspire). غالبًا إنجليزي + عربي خفيف → للسياح

TikTok = قصص قصيرة خفيفة (Entertain + Inspire). خليط

الأسبوع	الموضوع	نوع المحتوى	المنصة	الجمهور المستهدف	الصيغة	الهدف
1	القطط المصرية (قوانين الحماية قديماً)	تراث حيواني + طرائف	TikTok + IG Reels	طالب + سائح	فيديو قصير + AI Voice EN/AR	Educate + Entertain
1	قهوة متاتيا (ملتقى المتقنين والثوار)	مقاهي تراثية	Facebook	باحث + شاب محلي	Post نصي + صورة	Educate + Engage
1	الكشري (تطور الطبق)	مأكولات	TikTok + IG	شاب محلي + سائح	فيديو سريع + مقارنة EN/AR	Entertain + Inspire
2	وادي الحيتان	أماكن طبيعية	TikTok + IG Reels	باحث + سائح	فيديو قصير + Subtitles EN/AR	+ Inspire Educate
2	الملاية اللف + الطربوش	ملابس وزينة	Instagram Carousel	طالب + شاب محلي	صور + نص قصير	Educate + Engage
2	المتحف الكبير (GEM)	أماكن ومعالم	Facebook + IG	باحث + سائح	Post نصي + صورة EN/AR	+ Inspire Educate
3	الأراجوز	Standup Comedy زمان فن شعبي	TikTok	شاب محلي + سائح	فيديو قصير EN/AR	Entertain

Educate	+ Post صورة بانورامية	باحث + طالب	Facebook	أماكن دينية	كنيسة أبو سرجة	3
Entertain + Inspire	فيديو قصير مع موسيقى EN/AR	سائح + شاب محلي	TikTok + IG	أماكن	شاطئ الغرام + حمام كليوباترا	3
Educate + Inspire	نص قصير + فيديو	طالب + باحث	Facebook + IG Reels	أدب	ألف ليلة وليلة (قصة × مقارنة)	4
Educate + Inspire	فيديو Drone لو مفيش يبقى فيديو عادي/ مقاطع قصيرة EN/AR	سائح + شاب محلي	TikTok	أماكن طبيعية	واحة سيوة	4
Entertain + Engage	فيديو قصير AI narration	طالب + شاب محلي	IG Reels + FB	فنانين	ام كلثوم (AI) Voice تحكي سيرتها)	4
Educate + Inspire	صور infographic EN/AR	سائح + طالب	IG Carousel + TikTok	رموز	عين حورس - الجعران - مفتاح عنخ	4

مزيج الترويج لحملة جذور

جذور تعتمد على مزيج ذكي من الأدوات الترويجية (Promotional Tools) يجمع بين التأثير الثقافي والقوة الرقمية، لبناء علاقة عاطفية حقيقية مع الجمهور المحلي والأجنبي.

الأداة الترويجية	الوصف في جذور	الهدف الأساسي
------------------	---------------	---------------

1. Advertising (الإعلانات)	حملات إعلانية على - Facebook Instagram - TikTok تسلط الضوء على "تجربة مصر الأصيلة".	بناء الوعي بالعلامة وزيادة التnzيلات.
2. Public Relations (العلاقات العامة)	تعاون مع وزارات السياحة والثقافة والمراكز التراثية.	تعزيز المصداقية والثقة المجتمعية.
3. Direct Marketing (التسويق المباشر)	نشرات بريدية وقوائم WhatsApp تضم المرشدين والمهتمين بالسياحة الثقافية.	بناء علاقات شخصية مع الجمهور.
4. Sales Promotion (العروض الترويجية)	خصومات على أول حجز + مسابقات محتوى "أحكي حكايتك مع مصر".	تحفيز التجربة الأولى للتطبيق.
5. Social Media Marketing (السوشيال ميديا)	استخدام Reels و Shorts لسرد القصص التاريخية بطريقة مرئية.	زيادة الوعي والمشاركة.
6. Influencer Marketing (المؤثرين)	التعاون مع صناع محتوى تراثي وسياحي في مصر والعالم العربي بل جعل المستخدمين أنفسهم هم صناع المحتوى.	الوصول لجمهور جديد موثوق.
7. Content Marketing (المحتوى القصصي)	إنتاج فيديو هات "Roots Stories" و "Hidden Egypt".	خلق ارتباط عاطفي واستدامة في التفاعل.
8. Events & Experiences (الفعاليات)	تنظيم "جولات جذور" في القاهرة التاريخية بمشاركة المؤثرين والطلاب.	تعزيز الولاء وتحويل الجمهور إلى سفراء.

مؤشرات الأداء (KPIs)

مؤشرات مرتبطة بالأهداف الاستراتيجية:

- **التعليم والإلهام (Educational Value):**
عدد التعليقات التي فيها أسئلة/تفاعل معرفي (مثال: "منين جبتم المعلومة دي؟").
- **دعم السياحة الثقافية (Cultural Tourism):**
عدد الرسائل أو التعليقات من أجناب مهتمين (مثال: "فين المكان ده بالظبط؟").
- **بناء المجتمع (Community Engagement):**
حجم التفاعل في الاستطلاعات (polls) أو المشاركات الجماعية (user-generated content).

مؤشرات الأداء الرئيسية:

المؤشر	الهدف في أول سنة
عدد المستخدمين المسجلين	10,000
عدد المرشدين النشطين	100
متوسط تقييم المستخدمين	4.5/5+
نسبة الحجوزات من التطبيق	60% من إجمالي الحجوزات
صافي الأرباح	1.5 مليون جنيه

مؤشرات الأداء العامة للمنصات:

- **Followers Growth** نمو المتابعين
الهدف: 10+ % شهرياً في أول 3 شهور.
- **Engagement Rate** معدل التفاعل
(الإعجابات + التعليقات + المشاركات ÷ عدد المتابعين × 100).
الهدف: 5-8 % (أعلى من المتوسط العالمي 2-3%).
- **Organic Reach** الوصول العضوي
عدد الأشخاص اللي شافوا البوست بدون إعلانات.
الهدف: زيادة بنسبة 15% شهرياً.
- **المحتوى المنتج شهرياً:**
الهدف: 12-15 بوست/فيديو شهرياً على الأقل.

Insights

1. CPC - Cost Per Click (تكلفة النقرة الواحدة)

$$\text{إجمالي تكلفة الحملة} \div \text{عدد النقرات} =$$

معناها: كل نقرة على إعلانك كلفتك كام بالضبط.

2. CPM - Cost Per Mille (تكلفة الألف ظهور)

$$\text{إجمالي تكلفة الحملة} \div \text{عدد مرات الظهور} \times 1000 =$$

معناها: بتدفع كام مقابل كل 1000 مرة يظهر فيها إعلانك.

3. CTR - Click Through Rate (معدل النقر)

$$\text{عدد النقرات} \div \text{عدد مرات الظهور} \times 100 =$$

معناها: نسبة الناس اللي شافوا الإعلان وضغطوا عليه.

4. Engagement Rate (معدل التفاعل للإعلان)

$$\text{الإعجابات} + \text{التعليقات} + \text{المشاركات} \div \text{عدد الوصول} \times 100 =$$

معناها: مدى تفاعل الجمهور مع إعلانك.

5. Conversion Rate (معدل التحويل)

$$\text{عدد التحويلات} \div \text{عدد النقرات} \times 100 =$$

(معناها: نسبة الأشخاص اللي نفذوا الإجراء المطلوب بعد الضغط (زي حجز، شراء، تسجيل).

6. CPA - Cost Per Action / Acquisition (تكلفة التحويل)

إجمالي تكلفة الحملة ÷ عدد التحويلات =

معناها: كل عملية حجز أو شراء كلفتك كام.

7. ROI - Return On Investment (العائد على الاستثمار)

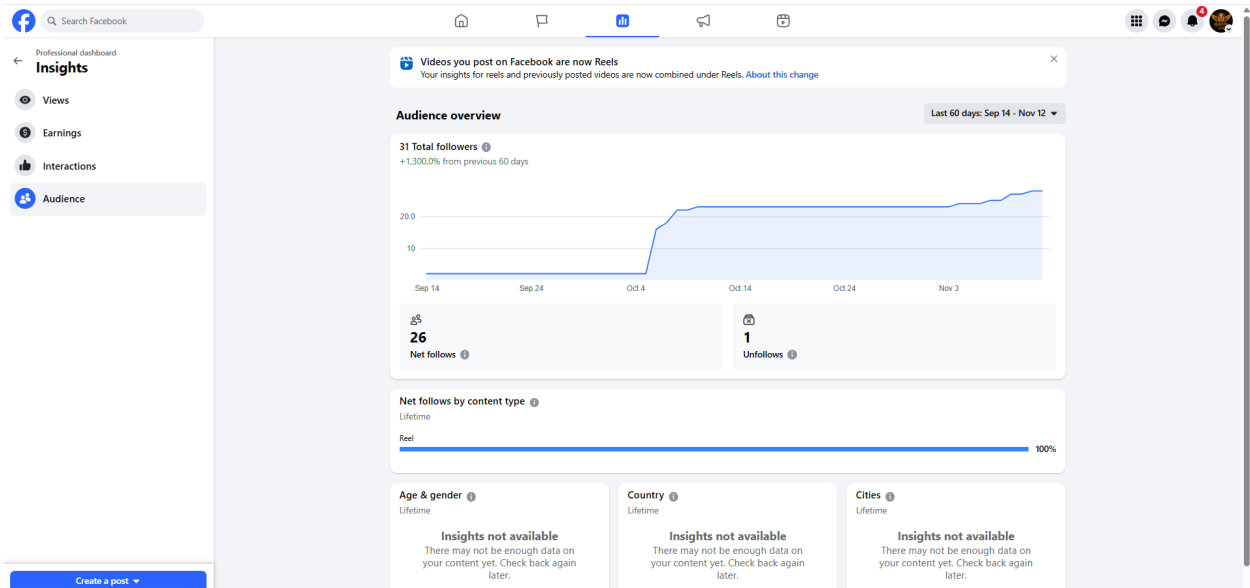
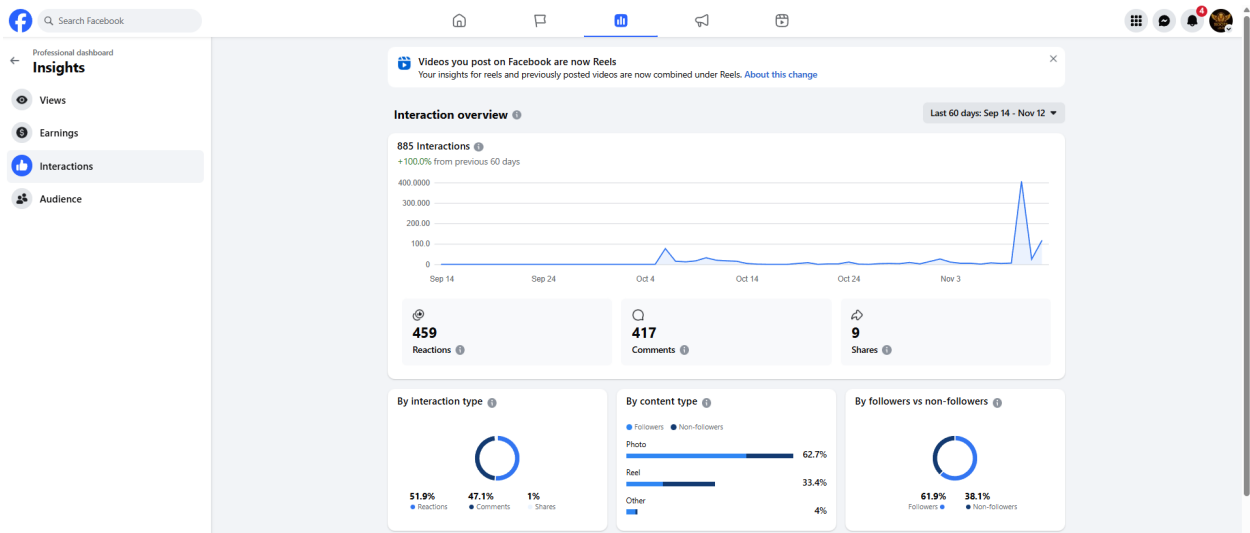
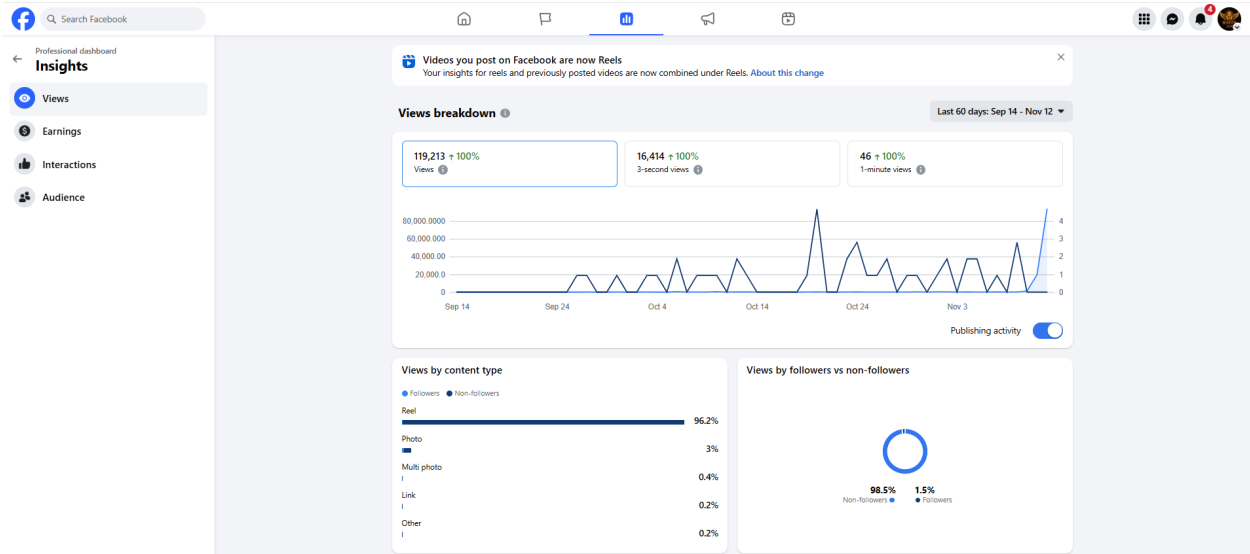
العائد الكلي - تكلفة الحملة ÷ تكلفة الحملة (× 100) =

معناها: نسبة الربح أو العائد اللي رجعلك مقابل كل جنيه صرفته على الإعلان.

مؤشرات خاصة بكل منصة:

Facebook

- معدل المشاركة (Shares per Post): لأن فيسبوك قوي في نشر المحتوى عبر المشاركة.
- عدد الروابط المفتوحة (Click-through Rate - CTR): لو نشرنا روابط لمصادر أو مقالات.



Facebook Insights

معدل التفاعل (Engagement Rate)

$$= (\text{إجمالي التفاعلات} \div \text{عدد الوصول}) \times 100$$

معدل النقر (Click Through Rate - CTR)

$$= (\text{عدد النقرات} \div \text{عدد مرات الظهور}) \times 100$$

معدل نمو الوصول (Reach Growth Rate)

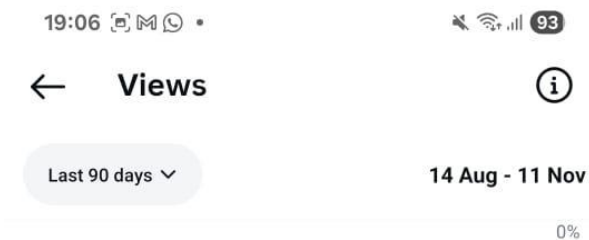
$$= ((\text{الوصول الحالي} - \text{الوصول السابق}) \div \text{الوصول السابق}) \times 100$$

معدل نمو المتابعين (Follower Growth Rate)

$$= (\text{عدد المتابعين الجدد} \div \text{عدد المتابعين السابقين}) \times 100$$

Instagram

- عدد المشاهدات على الـ Reels (Reels Views):
- الهدف: متوسط 1,000 مشاهدة للفيديو في الشهر الأول.
- حفظ المحتوى (Saves): مؤشر مهم إن المحتوى مفيد للطلاب والباحثين.



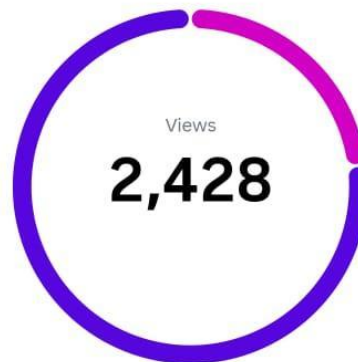
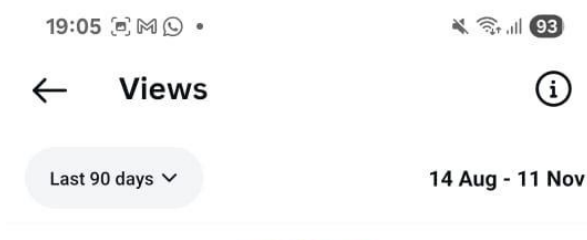
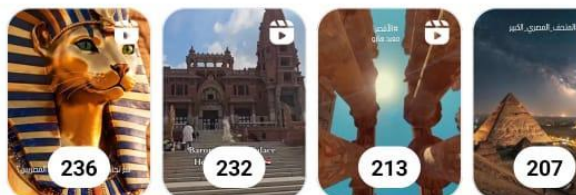
By content type

All Followers Non-followers



By top content

[See All](#)



Followers 23.3%

Non-followers 76.7%

Accounts reached 1,571 0%

By content type

All Followers Non-followers

Reels



19:06

93

19:06

93

Views



Last 30 days

13 Oct - 11 Nov

By content type

All

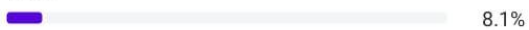
Followers

Non-followers

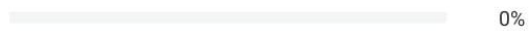
Reels



Posts



Stories



By top content

[See All](#)



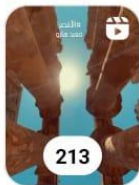
236

8 Nov



232

7 Nov



213

5 Nov



207

2 Nov

Audience



Views



Last 30 days

13 Oct - 11 Nov

By content type

All

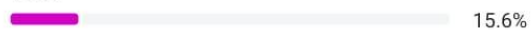
Followers

Non-followers

Posts



Reels



Stories



By top content

[See All](#)



236

8 Nov



232

7 Nov



213

5 Nov

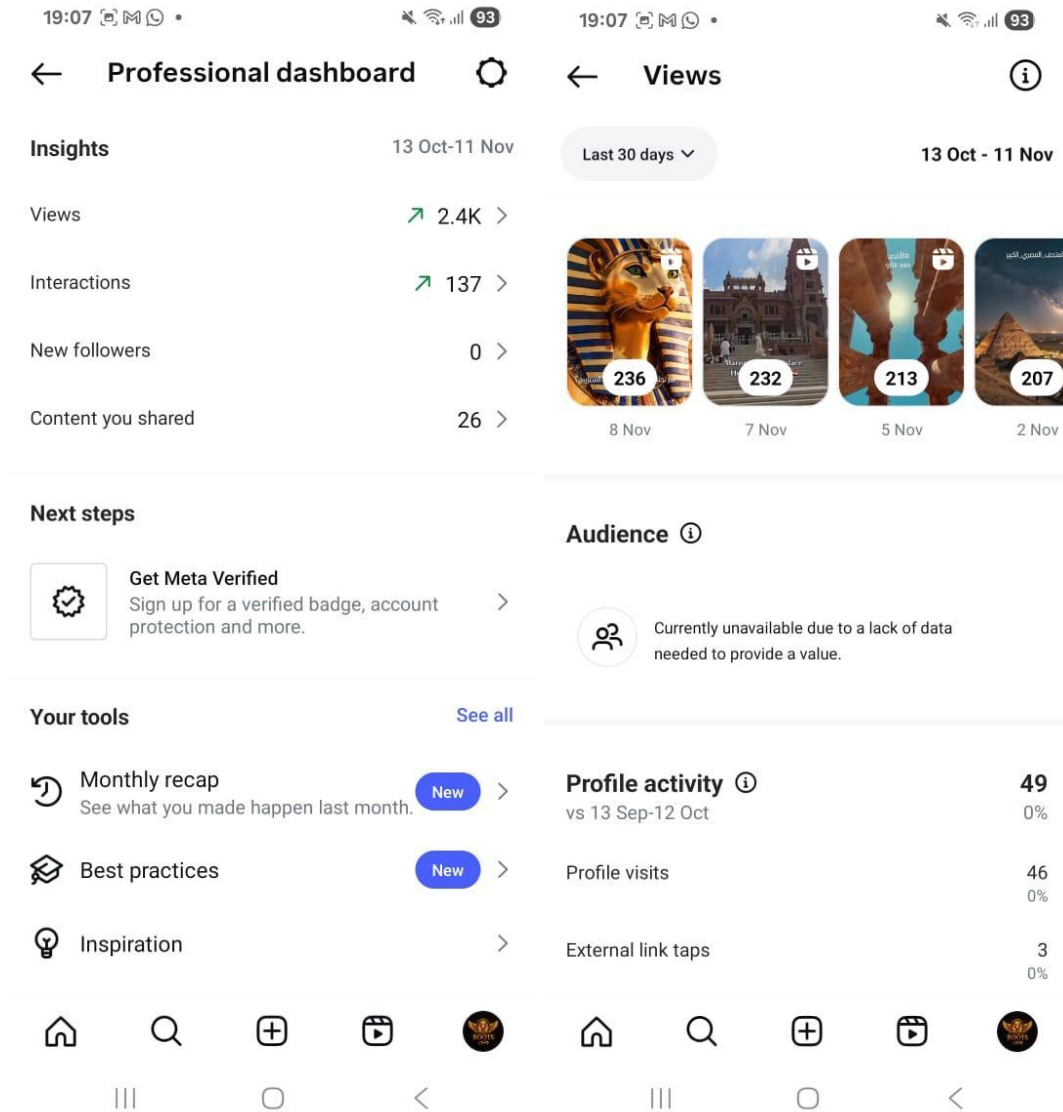


207

2 Nov

Audience





Instagram Insights

معدل التفاعل لكل منشور

$$= \frac{\text{الإعجابات} + \text{التعليقات} + \text{المشاركات} + \text{الحفظ}}{\text{عدد الوصول}} \times 100$$

معدل التفاعل للحساب بالكامل

$$= \frac{\text{إجمالي التفاعلات}}{\text{عدد المتابعين}} \times 100$$

معدل الوصول (Reach Rate)

$$= \frac{\text{عدد الوصول}}{\text{عدد المتابعين}} \times 100$$

معدل إكمال السutori (Story Completion Rate)

$$= (\text{عدد الأشخاص اللي كملوا القصة} \div \text{عدد اللي بدأوا يشوفوها}) \times 100$$

TikTok

- متوسط وقت المشاهدة (Average Watch Time): لازم يكون قريب من طول الفيديو (30-45 ثانية).
- نسبة الإكمال (Completion Rate): الهدف $\leq 60\%$.
- عدد الفيديوهات في الـ (For You Page FYP): لو قدرنا نوصل هناك، يبقى نجاح كبير.

07:09 [📶] [📶] [📶] [📶]

📶 71



Analytics

Inspiration

Overview

Content

Viewers

Follower



Traffic source ⓘ

For You	82.8%
Search	13.8%
Personal profile	3.3%
Following	0.1%
Sound	0.0%

Search queries ⓘ

Each search query has low traffic at the moment. Information will be available once at least 1 query has enough traffic.

Update to "For your inspiration" ✕

As part of our recent updates to improve the user experience, this section is now located in "TikTok Studio" > "Creation Inspiration".





11:26

← Find related content Search

ROOTS
جذور

The Grand Egyptian Museum

771
59
118
138

Merna Medhat reposted

Roots-جذور · 10-13

إفتتاح تاريخي للمتحف المصري الكبير قريباً في نوفمبر ٢٠٢٥....more

See translation

Message Roots-جذور



$$= \frac{(\text{الإعجابات} + \text{التعليقات} + \text{المشاركات})}{\text{عدد المشاهدات}} \times 100$$

متوسط وقت المشاهدة (Average Watch Time)

$$= \frac{\text{مجموع وقت المشاهدة}}{\text{عدد المشاهدات}}$$

معدل نمو المتابعين

$$= (\text{عدد المتابعين الجدد} \div \text{عدد المتابعين السابقين}) \times 100$$

معدل إكمال الفيديو (Completion Rate)

$$= \frac{(\text{عدد المشاهدات الكاملة} \div \text{إجمالي المشاهدات})}{\text{عدد المشاهدات}} \times 100$$

أدوات القياس (Measurement Tools):

- Facebook & Instagram Insights متابعة reach, engagement, saves.
- TikTok Analytics وقت المشاهدة، الـ FYP، نسبة الإكمال.
- Google Trends / Keywords قياس البحث عن كلمات مثل "Egyptian heritage".
- Excel Dashboard لتجميع الأرقام أسبوعياً.

المنصة	المؤشر الأساسي	الهدف الشهري	أداة القياس
Facebook	Shares per Post, CTR, Engagement Rate	زيادة 15% في الوصول العضوي، معدل تفاعل 5-8%	Facebook Insights
Instagram	Reels Views, Saves, Engagement Rate	+1000 مشاهدة للفيديو، معدل حفظ مرتفع	Instagram Insights
TikTok	Watch Time, Completion Rate, FYP Reach	Completion +60% Rate، نمو مستمر في FYP	TikTok Analytics

https://www.tiktok.com/@roots_for_heritage0

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61581277209121>

Platform	Followers	Likes	No of posts
Facebook	31	27	36
TikTok	425	3023	36
Instagram	16	98	25

[Dashboard.xlsx](#)

الشركاء الاستراتيجيون لنجاح المشروع

الشركاء الاستراتيجيون هم المؤسسات أو الأفراد الذين يساهمون في نجاح فكرة جذور من خلال الدعم التقني، التسويقي، الثقافي، أو التشغيلي، ووجودهم يضمن تنفيذ المشروع على أعلى مستوى من الموثوقية والاحتراف.

الشركاء الحكوميون والمؤسسات الوطنية

الجهة	الدور	القيمة المضافة
وزارة السياحة والآثار المصرية	تقديم التراخيص والدعم المؤسسي للمرشدين والرحلات.	تعزيز المصداقية الوطنية للمشروع.
الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي	التعاون في حملات الترويج لمصر كوجهة ثقافية.	الوصول العالمي وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
وزارة الثقافة	دعم المحتوى الثقافي والفني والفعاليات التراثية.	إغناء تجربة جذور بمصادر موثوقة عن التراث والفن المصري.
وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات	دعم التحول الرقمي وتوفير تسهيلات تكنولوجية.	تحسين البنية التقنية وضمان الكفاءة التشغيلية.

الشركاء الأكاديميون والتعليميون

الجهة	الدور	القيمة المضافة
كليات السياحة والفنادق / كليات الآثار / كليات الألسن	تدريب وتخريج المرشدين السياحيين المعتمدين على المنصة.	ضمان جودة الكوادر البشرية ودقتها العلمية.
المراكز البحثية والتراثية (مثل مركز الدراسات القبطية أو النوبية)	تزويد المنصة بالمحتوى الموثوق عن التراث.	تعزيز دقة المحتوى وعمقه التاريخي.

الشركاء التقنيون (Technical Partners)

الجهة	الدور	القيمة المضافة
شركات تطوير التطبيقات والمواقع (Tech Startups)	بناء وتحديث تطبيق جذور والمنصة الرقمية.	ضمان الكفاءة التقنية وسهولة الاستخدام.
شركات الدفع الإلكتروني (Fawry, Paymob)	توفير حلول الدفع الإلكتروني الآمن.	تعزيز الثقة وسهولة المعاملات للمستخدمين.
شركات الحوسبة السحابية (AWS / Google Cloud)	استضافة آمنة ومرنة للتطبيق والموقع.	استقرار النظام وقابلية التوسع.

الشركاء السياحيون والخدميون

الجهة	الدور	القيمة المضافة
المطاعم والمقاهي التراثية	إدراجها ضمن جولات جذور كجزء من التجربة المحلية.	دمج السياحة بالثقافة والطعام المصري الأصيل.
الفنادق ودور الضيافة المحلية	تقديم باقات إقامة ضمن الرحلات المتكاملة.	توفير تجربة متكاملة للسائحين.
شركات النقل المحلي	تسهيل حركة السياح بين الوجهات.	دعم الخدمات اللوجستية وتكامل التجربة.

الشركاء الإعلاميون والترويجيون

الجهة	الدور	القيمة المضافة
صناع المحتوى والمؤثرون في مجال السياحة والثقافة	الترويج لرحلات وتجارب جذور على وسائل التواصل الاجتماعي.	زيادة الوصول والانتشار العالمي.
المنصات الإعلامية المحلية والدولية	تغطية فعاليات جذور وقصصها التراثية.	تعزيز الوعي الجماهيري وبناء الثقة.

Month Launch & Growth Strategy-12

12 شهرًا

SMART Framework Overview

المعيار	التعريف	تطبيقه في مشروع جذور
S - Specific	هدف واضح ومحدد	إطلاق تطبيق جذور وتوسيع قاعدة المستخدمين في السوق المصري
M - Measurable	يمكن قياسه بالأرقام	50,000 مستخدم، 500 مرشد نشط، 10 شركات رسمية
A - Achievable	واقعي وقابل للتحقيق	من خلال التسويق العضوي، التعاون مع الجامعات، والشراكات
R - Relevant	مرتبط بالأهداف الكبرى	دعم السياحة وتشغيل الشباب
T - Time-bound	محدد بمدة زمنية	خلال 12 شهرًا (مقسمة إلى مراحل تنفيذية ربع سنوية)

Month Phased Action Plan-12

المرحلة	المهام الأساسية	المدة الزمنية	النتيجة المتوقعة
---------	-----------------	---------------	------------------

المرحلة 1: الإعداد والتخطيط	وضع الرؤية والهوية التجارية - دراسة السوق - تحديد الشركاء المحتملين	الشهر 1-2	خطة تشغيل واضحة + توجيه عام للفريق
المرحلة 2: بناء العلامة التجارية	تصميم اللوجو والهوية البصرية - إعداد صفحات السوشيال ميديا - إطلاق حملة تعريفية أولى	الشهر 2-3	بناء صورة قوية للعلامة التجارية "جذور"
المرحلة 3: تطوير المنصة الرقمية	تصميم واجهات المستخدم UX/UI - تطوير التطبيق والموقع الإلكتروني - اختبار النسخة التجريبية (Beta)	الشهر 3-6	إطلاق النسخة التجريبية للتطبيق
المرحلة 4: ضم المرشدين والشركاء	استقطاب المرشدين - اعتماد ملفاتهم - بناء شبكة شركاء من مطاعم ومؤسسات محلية	الشهر 5-7	قاعدة بيانات تشغيل أولية (مرشدين + مزودين)
المرحلة 5: حملة الإطلاق Launch-Campaign	تسويق رقمي مكثف - مسابقات محتوى UGC - تعاون مع مؤثرين - فيديو هات تعريفية	الشهر 7-8	جذب أول 3,000 مستخدم للتطبيق
المرحلة 6: التشغيل الميداني والتقييم	تنفيذ أول الرحلات - متابعة التقييمات - تحليل الأداء والتحسين	الشهر 8-10	تحسين الخدمة وتوسيع شبكة المرشدين
المرحلة 7: التوسع والتوسع	إضافة مزايا جديدة بالتطبيق - التوسع في محافظات جديدة - بناء شراكات مع جامعات وفنادق	الشهر 10-12	جاهزية للتوسع الوطني وربحية أولية

Summary of Annual SMART Goals

النتيجة المستهدفة بنهاية العام	الهدف المحدد	الفئة
50,000 مستخدم مسجل	جذب أول شريحة من الجمهور المستهدف	Users (المستخدمين)
500 مرشد نشط	تشغيل وتدريب المرشدين السياحيين	Guides (المرشدين)
100+ قطعة محتوى قصصي تفاعلي	نشر تراث مصر رقمياً	Content (المحتوى)
EGP 250,000 أرباح تشغيلية	تحقيق أول دخل مستدام	Revenue (الإيرادات)
10 شراكات رسمية	بناء قاعدة مؤسسية قوية	Partnerships (الشراكات)
100,000 متابع عبر السوشيال ميديا	خلق مجتمع رقمي حول الهوية المصرية	Engagement (التفاعل)

Strategic Focus Areas for Growth

المجال	التوجه الاستراتيجي	أدوات التنفيذ
Brand Awareness	نشر فكرة "الهوية المصرية الحديثة"	محتوى Storytelling + Influencers
Tourism Digitization	تحويل الرحلات إلى تجارب ذكية	تطبيق جذور + AI Assistant
Community Building	بناء مجتمع رقمي دائم التفاعل	تحديات ثقافية + UGC Campaigns

App Ads + Merch Store + Workshops	تنويع مصادر الدخل	Revenue Diversification
شراكات تعليمية وتدريبية	تمكين المرشدين وتشغيل الخريجين	Sustainability

خطة التنفيذ (مقسمة إلى أربع مراحل)

المرحلة	المدة	الأهداف
المرحلة 1 - التحضير	0-3 شهور	تسجيل الشركة، دراسة السوق، تصميم الهوية، البدء بتطوير التطبيق
المرحلة 2 - الإطلاق التجريبي	4-6 شهور	إطلاق نسخة تجريبية للتطبيق، اختيار 10 مرشدين، تنفيذ 5 رحلات نموذجية
المرحلة 3 - الانتشار	7-12 شهر	التوسع في القاهرة والإسكندرية والأقصر، بدء التسويق الرقمي المكثف
المرحلة 4 - التوسع الدولي	بعد 12 شهر	استهداف الأسواق العربية (الخليج، الأردن، لبنان)، عقد شراكات فندقية، إطلاق نسخ عربية للتطبيق واستهداف السياح العرب والخليجيين.

الخطة التشغيلية لمشروع جذور

الهدف من الخطة التشغيلية

تهدف الخطة إلى وضع خارطة تنفيذ عملية للمراحل المختلفة لمشروع جذور، من التأسيس إلى التشغيل الفعلي، مع تحديد المسؤوليات، الموارد، والجدول الزمني لكل مرحلة.

الخطوات التشغيلية التفصيلية (Operational Milestones)

الشهر	المهمة المحورية	مخرجاتها
1	تحديد فريق العمل الأساسي	توزيع المهام والمسؤوليات
2	إتمام الهوية البصرية والـ Brand Kit	لوجو - دليل ألوان - Templates
3	بدء برمجة التطبيق وتطوير الواجهة	نسخة أولية للنظام
4	اختبار المستخدم الداخلي + تصحيح الأخطاء	تحسين تجربة الاستخدام
5	تجهيز محتوى الحملة التسويقية الأولى	فيديوهات - منشورات - صور
6	إطلاق Soft Launch للتطبيق	تقييم ردود الأفعال
7	بدء التشغيل الرسمي + استقبال الحجوزات الأولى	دخول الإيرادات الأولى
8-9	بناء مجتمع تفاعلي عبر السوشيال ميديا	نمو عضوي + محتوى UGC
10	إعداد تقارير الأداء والتحليل المالي	مراجعة الربحية
11	تحسين الخدمة وإضافة مزايا	تطوير واجهات وتجارب جديدة
12	التحضير لجولة توسع جديدة أو تمويل إضافي	جاهزية للتوسع الإقليمي

النتيجة النهائية:

خلال أول 12 شهر، تكون جذور قد: أسست هوية قوية،

أطلقت تطبيق فعال،
جذبت أول شريحة من المستخدمين،
وبدأت في تحقيق أول أرباح وتشغيل فعلي مستدام.

مراحل التنفيذ (Project Implementation Phases)

المرحلة	الوصف	المدة الزمنية	المخرجات (Deliverables)
المرحلة 1: التحضير والتأسيس	تأسيس الكيان القانوني، تحديد هوية العلامة التجارية، إعداد دراسة الجدوى الكاملة.	الشهر 1-2	تسجيل الشركة - تصميم الهوية البصرية - خطة العمل النهائية.
المرحلة 2: التطوير التقني	تصميم وتطوير التطبيق والموقع الإلكتروني (UI/UX + Backend).	الشهر 3-6	نموذج أولي (MVP) - نسخة تجريبية من التطبيق.
المرحلة 3: إعداد المحتوى الثقافي والسياحي	كتابة وتصوير القصص، إعداد قاعدة بيانات الأماكن والمرشدين، ترجمة المحتوى.	الشهر 5-8	مكتبة محتوى جاهزة للنشر - قاعدة بيانات داخلية.
المرحلة 4: التسويق والإطلاق التجريبي (Soft Launch)	إطلاق أول حملة على السوشيال ميديا - اختبار المستخدمين للتطبيق.	الشهر 8-10	1,000 مستخدم نشط - تقييمات أولية وتحسينات.
المرحلة 5: التشغيل الرسمي (Official Launch)	إطلاق المنصة رسميًا للجمهور، بدء الحجوزات، توظيف مرشدين إضافيين.	الشهر 11-12	إطلاق كامل للمنصة - نظام حجز فعال - قاعدة عملاء أولية.
المرحلة 6: التوسع والتحسين	إضافة مزايا جديدة (AI - ترجمة صوتية - جولات افتراضية).	السنة 2	تطوير النسخة 2.0 من التطبيق - شراكات جديدة - توسع إقليمي.

الهيكل التشغيلي للفريق (Operational Team Structure)

الوظيفة	المهام الرئيسية	العدد
المدير التنفيذي (CEO)	الإشراف العام - اتخاذ القرارات الاستراتيجية - التواصل مع المستثمرين.	1
مدير العمليات (Operations Manager)	إدارة التشغيل اليومي، التنسيق بين الفرق، ضمان الالتزام بالجدول.	1
مدير التطوير التقني (Tech Lead)	تطوير التطبيق - الصيانة - الأمن السيبراني.	1
فريق المطورين (Developers)	تصميم واجهات المستخدم، تطوير الخوادم، اختبار النظام.	2-3
مدير التسويق (Digital Marketing Lead)	إعداد الحملات، إدارة المحتوى، تحليل الأداء.	1
مصمم محتوى تراثي (Cultural Content Designer)	إعداد القصص والمحتوى البصري والثقافي.	2
فريق خدمة العملاء (Support & Communication)	التواصل مع المستخدمين والسائحين - حل المشكلات.	2
منسق الشراكات السياحية (Partnerships Coordinator)	التواصل مع الفنادق والمطاعم والجهات الثقافية.	1
المرشدون السياحيون (Tour Guides)	تقديم الرحلات والإشراف الميداني والتفاعل مع السائحين.	100+ عبر النظام المرن

مؤشرات الأداء التشغيلية (Operational KPIs)

المؤشر	الهدف السنوي	وسيلة القياس
عدد المستخدمين النشطين	10,000 في أول سنة	Google Analytics + App Data
معدل رضا العملاء (CSAT)	$90\% \leq$	استطلاعات التطبيق
عدد الرحلات المحجوزة شهرياً	300 رحلة	Dashboard
زمن الاستجابة للدعم الفني	> 5 دقائق	CRM System
معدل التقييم الإيجابي للمرشدين	$4.5/5 \leq$	نظام التقييم داخل التطبيق
معدل الاحتفاظ بالعملاء (Retention)	$60\% \leq$	بيانات التسجيل المتكرر
معدل النمو الشهري في المستخدمين	10-15%	تقارير الأداء

خطة التطوير المستمر (Continuous Improvement Plan)

المحور	النشاط	التكرار	النتيجة المستهدفة
تحليل البيانات التشغيلية	مراجعة الأداء كل ربع سنة.	ربع سنوي	تحسين مستمر لتجربة المستخدم.
تدريب المرشدين	ورش تدريبية عبر الإنترنت.	نصف سنوي	رفع جودة الخدمة والمعرفة الثقافية.
التحديث التقني للتطبيق	إصلاحات وتحسينات UX.	كل 3 أشهر	أداء أكثر سلاسة وأماناً.
استطلاع العملاء	جمع آراء المستخدمين بعد كل رحلة.	بعد كل جولة	تغذية راجعة لتحسين التجربة.
التوسع في المحتوى	إضافة قصص وأماكن جديدة.	شهرياً	تنويع المحتوى وزيادة التفاعل.

تعتمد الخطة التشغيلية لجذور على مبدأ المرونة والتحسين المستمر.

Expected Outcome

المنصة تبدأ صغيرة بخدمات مركزة ومحتوى أصيل، ثم تنمو تدريجياً مع دخول مزيد من المرشدين والسائحين والشركاء، حتى تتحول إلى نظام متكامل يعيد تعريف تجربة السياحة الثقافية في مصر.

خطة إدارة المخاطر لمشروع جذور

أهداف الخطة

- تحديد المخاطر المحتملة التي قد تواجه المشروع في جميع مراحله.
- وضع استراتيجيات فعالة لتقليل أو تجنب أي خسائر مالية أو تشغيلية.
- ضمان استمرارية العمل وتحقيق الأهداف حتى في ظل التحديات.

إدارة المخاطر

الخطر	الإجراء الوقائي
-------	-----------------

تأخر تطوير التطبيق	خطة بديلة باستخدام موقع ويب تفاعلي مبدأيا.
ضعف التفاعل الرقمي	تحليل البيانات وتصحيح المسار.
محدودية التمويل	شراكات.
المنافسة	التميز عبر المحتوى والتجارب التفاعلية.

أنواع المخاطر المحتملة

نوع الخطر	الوصف	التأثير	درجة الخطورة	خطة التخفيف (Mitigation Plan)
مخاطر تقنية (Technical Risks)	تعطل التطبيق أو ضعف الأداء نتيجة زيادة المستخدمين أو تحديثات مفاجئة.	مرتفع	مرتفعة	تطوير البنية التحتية على خوادم سحابية قوية + اختبار دوري للأداء + دعم فني 24/7.
مخاطر تشغيلية (Operational Risks)	نقص في عدد المرشدين المؤهلين أو انسحاب بعضهم. صعوبة تنسيق الرحلات أو إدارة المرشدين.	متوسط	متوسطة	إنشاء برنامج تحفيزي وتدريب دائم للمرشدين + توقيع عقود مرنة تضمن الاستمرارية. استخدام نظام إدارة ذكي (Dashboard)، وتعيين مسؤول تشغيل متخصص.
مخاطر مالية (Financial Risks)	تأخر التمويل أو تجاوز الميزانية في المراحل الأولى.	مرتفع	مرتفعة	تخصيص صندوق طوارئ (10%) + جذب مستثمرين مرحليين + إدارة محاسبية دقيقة. تنويع مصادر الدخل (عمولات، شراكات، محتوى مدفوع). وضع خطة طوارئ مالية لسنة أشهر.
مخاطر تسويقية (Marketing Risks)	ضعف التفاعل أو فشل الحملات الإعلانية في تحقيق الوعي الكافي. أو منافسة قوية من شركات أخرى.	متوسط	متوسطة	اختبار الرسائل التسويقية مبكرا + استخدام UGC + تحسين SEO و Content Strategy.
مخاطر تنافسية (Competitive Risks)	ظهور منصات مشابهة تقدم خدمات أرخص أو أسرع.	متوسط	متوسطة	بناء هوية قوية + جذور بتخلق للسائح تجربة كاملة غير مكررة فيها "الثقافة + الترفيه + التفاعل + الأكل + الحس الإنساني".
مخاطر قانونية (Legal Risks)	تأخر في الحصول على تراخيص أو مشاكل تعاقدية. عدم توافق بعض الرحلات أو البيانات مع القوانين السياحية المصرية.	منخفض	منخفضة	العمل بشراكة مع وزارة السياحة وجهات رسمية منذ البداية. الاستعانة بمستشار قانوني دائم + تسجيل جميع الرحلات والمرشدين بشكل رسمي.
مخاطر سمعة (Reputation Risks)	تقييم سلبي من سائح أو حادث أثناء الرحلة.	مرتفع	مرتفعة	سياسة استجابة سريعة للأزمات + مراجعة دقيقة لشكاوى العملاء + مراقبة سمعة العلامة + حملات علاقات عامة إيجابية.

عدم التزام المرشدين بمعايير الجودة.			تدريب إلزامي للمرشدين، ونظام تقييم بعد كل رحلة.
مخاطر أمن المعلومات (Cybersecurity Risks)	اختراق البيانات أو سرقة معلومات المستخدمين.	مرتفع	مرتفعة
			تشفير كامل للبيانات + اعتماد معايير أمن سبيرياني دولية (SSL / ISO 27001).

أولويات إدارة المخاطر (Risk Priority Ranking)

الترتيب	نوع الخطر	درجة الخطورة	الأولوية في المعالجة
1	الأمن السبيرياني وحماية البيانات	مرتفع جدًا	أولوية قصوى
2	التمويل والتدفق النقدي	مرتفع	مرتفع
3	السمعة العامة والانطباع الإعلامي	مرتفع	مرتفع
4	الأعطال التقنية	متوسط إلى مرتفع	متوسط
5	الكوادر البشرية والمرشدين	متوسط	متوسط
6	العوامل القانونية والتنظيمية	منخفض	لاحق

خطة التخفيف العامة (General Mitigation Framework)

المحور	الإجراء الرئيسي	النتيجة المتوقعة
الحوكمة الإدارية	وضع نظام داخلي للرقابة المالية والعمليات	شفافية وتجنب الانحراف المالي
البنية التقنية	اعتماد أنظمة مراقبة آلية للأداء والتطبيق	تجنب الأعطال المفاجئة
العلاقات العامة	تدريب فريق لخدمة العملاء وإدارة الأزمات	الحفاظ على السمعة والثقة
التسويق الذكي	توزيع الميزانية التسويقية تدريجيًا بناءً على أداء الحملات	كفاءة في الإنفاق وتحقيق نتائج واقعية
الشراكات الاستراتيجية	توقيع اتفاقيات مع مؤسسات قوية في السياحة والثقافة	ضمان استمرارية واستقرار الخدمات
التدريب المستمر	تأهيل المرشدين والموظفين ببرامج تنمية مهارات	تحسين الخدمة وجودة التجربة

استراتيجيات التعامل مع المخاطر (Risk Response Strategies)

الاستراتيجية	الاستخدام
Avoid (تجنب)	استخدام بنية تقنية قوية تمنع الأعطال من الأساس.
Mitigate (تخفيف)	إعداد خطة بديلة لأي تأخير أو خطأ تشغيلي.
Transfer (نقل)	التعاقد مع شركات تأمين وخدمات دفع إلكتروني مضمونة.
Accept (قبول)	في حالات بسيطة ذات تأثير منخفض (مثل تأخير جزئي).

نظام المراقبة (Monitoring System)

- تقارير أداء شهرية تشمل المشاكل الفنية أو التشغيلية.
- مراجعة المخاطر ربع سنويًا ضمن اجتماعات الإدارة.
- استخدام لوحة متابعة (Risk Dashboard) لعرض مستوى الخطورة بالألوان.

خطة الطوارئ (Contingency Plan)

في حالة حدوث أزمة كبيرة (مثل خلل تقني عام أو حملة سلبية على السوشيال ميديا):

- تشكيل فريق أزمة (Crisis Response Team) فوراً.
- التواصل الشفاف مع الجمهور والعملاء لطمأنتهم.
- معالجة السبب الجذري خلال 48 ساعة كحد أقصى.
- إصدار تقرير رسمي بالإجراءات التصحيحية.

نجاح جذور يعتمد على قدرتها في تحقيق توازن ذكي بين الابتكار الرقمي والضمان التشغيلي. من خلال خطط الطوارئ، واختيار شركاء استراتيجيين موثوقين، يمكن للمشروع أن يحافظ على استقراره حتى في ظل المنافسة الشرسة أو التغيرات الاقتصادية.

التحليل المالي للمشروع

مقدمة مالية (Financial Overview)

مشروع جذور هو منصة رقمية سياحية تتطلب مزيجا من الاستثمار التقني + التسويق + التشغيل، مع خطة مدروسة لتحقيق الاستدامة المالية خلال أول 3 سنوات من التشغيل.

تصنيف التكاليف (Cost Categories)

الفئة	الوصف	نوع التكلفة	المدة الزمنية
تكاليف تأسيسية (Setup Costs)	تشمل تصميم الهوية، تطوير التطبيق والموقع، التراخيص القانونية.	مرة واحدة (Initial)	أول 6 أشهر
تكاليف تشغيل (Operational Costs)	تشمل المرتبات، الصيانة التقنية، خدمة العملاء، التسويق المستمر.	شهرية / سنوية متكررة	مستمرة
تكاليف تسويق (Marketing Costs)	الحملات الرقمية، إنتاج المحتوى، التعاون مع مؤثرين.	متكررة حسب الموسم	مستمرة
تكاليف إدارية (Administrative Costs)	إيجارات، أدوات مكتبية، خدمات محاسبية وقانونية.	شهرية / ربع سنوية	مستمرة
تكاليف تطوير مستقبلية (Expansion Costs)	التوسع العربي / تحديثات تقنية / مزايا جديدة بالتطبيق.	استثمار مستقبلي	بعد السنة الأولى

التكاليف التقديرية التفصيلية (Detailed Estimated Costs)

البند	الوصف	التكلفة التقديرية بالجنيه المصري
تطوير التطبيق والموقع (App & Web Development)	تصميم UX/UI + برمجة + اختبار + إطلاق	650,000 - 500,000
الهوية البصرية والعلامة التجارية (Branding & Design)	شعار - ألوان - دليل استخدام الهوية - مواد بصرية	50,000

40,000	استضافة سحابية لمدة عام + تأمين البيانات	الاستضافة والخوادم (Hosting & Cloud Services)
70,000	كاميرات - إضاءة - مايكات - أجهزة إدارة	المعدات والتجهيزات (Equipment)
30,000	تسجيل الشركة - تراخيص السياحة - الاستشارات القانونية	الترخيص والتأسيس القانوني (Legal & Licensing)
320,000	مدير مشروع - مطورين - مصمم - تسويق - خدمة عملاء (6 أشهر)	الرواتب والكوادر (Team Salaries)
130,000	تصوير - مونتاج - كتابة نصوص - ترجمة	إنتاج المحتوى (Content Creation)
250,000 سنة أولى	إعلانات - SEO - تعاون مع مؤثرين - إدارة سوشيال ميديا	التسويق الرقمي (Digital Marketing)
70,000	ورش تعريفية - فعاليات إطلاق - حملات ميدانية	الشراكات والفعاليات (Partnerships & Events)
50,000	تحديثات + إصلاحات تقنية + خدمة المستخدمين	الصيانة والدعم الفني (Maintenance & Support)
110,000	10% من إجمالي الميزانية لمفاجآت التشغيل	احتياطي للطوارئ (Contingency)
≈ 2,030,000 جنيه مصري		إجمالي التكلفة التقديرية للسنة الأولى

التكاليف التأسيسية (السنة الأولى)

البند	التكلفة التقديرية
تطوير التطبيق والموقع	200,000 جنيه
تراخيص وسجل تجاري وتأمينات	50,000 جنيه
التسويق والإعلانات (سنة أولى)	120,000 جنيه
المعدات والمكاتب	60,000 جنيه
تدريب المرشدين والشركاء	40,000 جنيه
الإجمالي	470,000 جنيه مصري

التوزيع النسبي للميزانية (% Budget Allocation)

الفئة	النسبة من إجمالي الميزانية	الهدف
التطوير التقني	35%	بناء المنصة الرقمية وتحديثها
التسويق والمحتوى	25%	إطلاق الحملات وبناء الوعي بالعلامة
الموارد البشرية	20%	إدارة المشروع والكوادر التشغيلية
الشراكات والفعاليات	10%	التعاون مع شركاء ودعم العلاقات
الصيانة والدعم والطوارئ	10%	الحفاظ على الجودة والاستمرارية

مصادر التمويل المقترحة (Funding Sources)

المصدر	النسبة المقترحة	الملاحظات
--------	-----------------	-----------

رأس مال المؤسسين (Founders' Equity)	20%	تمويل مبدئي لإطلاق المرحلة الأولى.
مستثمرون ملائكيون (Angel Investors)	30%	دعم للمرحلة الأولى من التشغيل.
منح ومبادرات حكومية (Grants & Incubators)	25%	دعم للمشروعات الوطنية والثقافية.
رعاة وشركاء استراتيجيون (Strategic Partners)	15%	مقابل حملات ترويج أو شراكات تجارية.
إيرادات التشغيل المبكرة (Early Revenue)	10%	من العمولات والخدمات بعد الإطلاق.

مصادر الإيرادات (Revenue Streams)

نوع الإيراد	الوصف	مصدر الدخل
ثابت	الدخل الأساسي نسبة من كل رحلة تحجز عبر المنصة (10-15%).	عمولة من الحجوزات (Commission Fees)
متكرر	تعاون مع سياحية ومطاعم وفنادق داخل التطبيق، 3,000 دولار شهرياً بعد الشهر السادس.	إعلانات ترويجية (Promotional Ads)
شهري / سنوي	عروض خاصة للمرشدين والمؤسسات. 10 دولار شهرياً للفرد اشتراك ثابت لعرض الخدمات ضمن المنصة.	خدمات مميزة (Premium Services) اشتراكات المرشدين
متغير	تنظيم فعاليات حية بالتعاون مع شركاء.	فعاليات ورحلات مدفوعة (Cultural Trips) & events
متغير	قصص وفيديوهات ممولة من جهات ثقافية وسياحية. محتوى ترويجي ورعاية من جهات ثقافية وسياحية.	محتوى مدفوع (Sponsored Content)

لو جذور عندها 100 مرشد سياحي في السنة الأولى، وكل واحد عمل 5 رحلات في الشهر x متوسط 400 جنيه عمولة للرحلة،

يبقى الإيراد الشهري = $100 \times 5 \times 400 = 200,000$ جنيه شهرياً تقريباً.

على مدار السنة = $200,000 \times 5-6$ شهور فعالة = من 900,000 إلى 1,100,000 جنيه.

التوقعات المالية للسنة الأولى (Projected Financial Outcomes)

المؤشر	القيمة التقديرية
إجمالي الإيرادات	EGP 1,100,000 - 900,000
إجمالي المصروفات	EGP 2,030,000
صافي الخسارة التشغيلية المتوقعة (Year 1)	EGP 1,130,000 (متوقعة كبدائية تأسيس)

الفرضيات الأساسية (Key Assumptions)

بناء على طبيعة المشروع والسوق المصري:

البند	الفرضية / التقدير
سنة التشغيل الأولى	استثمار تأسيسي مرتفع مقابل عائد منخفض بسبب التأسيس والتسويق الأولي.
تكلفة التشغيل في السنة الأولى	2,030,000 جنيه ≈ 42,900 دولار
سنة التشغيل الثانية	زيادة في الإيرادات بنسبة 80% نتيجة ثقة السوق واتساع قاعدة المستخدمين.

سنة التشغيل الثالثة	استقرار المنصة وتحقيق أرباح تشغيلية مستدامة.
عدد المرشدين المسجلين في أول سنة	500 مرشد سياحي
متوسط عدد الرحلات الشهرية لكل مرشد	4 رحلات
عدد السياح المتوقعين شهرياً	2,500 مستخدم
عدد الرحلات الشهرية المتوقعة	150 رحلة
عدد الرحلات المتوقعة في السنة الأولى	2,000 رحلة فقط كبداية.
متوسط سعر الرحلة الواحدة	60 دولار = 47.31×1.27 جنيه مصري
عمولة جذور على كل حجز	15%
متوسط العائد من الرحلة الواحدة	1500 جنيه
نسبة نمو المستخدمين شهرياً	10%
معدل النمو السنوي في الحجوزات	السنة 1 → +100%، السنة 2 → +70%، السنة 3 → +50% المتوسط = 65%
عدد الموظفين الأساسيين	10 أفراد (إدارة - دعم - تسويق - تقنيين) (تكلفة سنوية متوقعة بالأسواق المصرية حوالي 1,200,000 جنيه في السنة الأولى).
سعر الصرف المستخدم	1 دولار = 47.3 جنيه مصري
عدد الشهور التشغيلية الفعلية	10 شهور في السنة (باستثناء فترات التجهيز والإجازات)

بناء على ذلك:

- الإيرادات السنوية = (عدد المرشدين × عدد الرحلات الشهرية × السعر × العمولة × 10 شهور تشغيل).
- التكاليف التشغيلية = تطوير التطبيق + التسويق + الرواتب + الصيانة.
- الأرباح = الإيرادات - التكاليف.
- الـ ROI محسوب على 3 سنوات بمعدل نمو تدريجي.

تحليل العائد على الاستثمار وتوقعات جذور خلال 3 سنوات

التوقعات المالية التفصيلية (Year Financial Forecast-3)

السنة	الإيرادات المتوقعة (EGP)	الإيرادات المتوقعة (USD)	التكاليف المتوقعة (EGP)	التكاليف المتوقعة (USD)	صافي الربح / الخسارة (EGP)
السنة 1	1,700,000	35,950	2,030,000	42,900	-330,000
السنة 2	2,800,000	59,200	2,300,000	48,650	500,000+
السنة 3	4,600,000	97,250	2,800,000	59,200	1,800,000+

المؤشر	السنة الأولى (2026)	السنة الثانية (2027)	السنة الثالثة (2028)	التحليل والتفسير
إجمالي الإيرادات	1,700,000	2,800,000	4,600,000	الإيرادات تنمو مع زيادة عدد المرشدين المسجلين + ثقة العملاء + التوسع في الرحلات الثقافية والترفيهية.

إجمالي المصروفات	2,030,000	2,300,000	2,800,000	السنة الثانية تنخفض فيها المصروفات بسبب اكتمال تطوير التطبيق وانخفاض التكاليف التأسيسية، لكنها ترتفع قليلاً في الثالثة بسبب التوسع.
صافي الربح / الخسارة	330,000-	500,000+	1,800,000+	يتحقق أول ربح فعلي في السنة الثانية بعد تجاوز نقطة التعادل، ويتضاعف في السنة الثالثة بفضل الانتشار.
نسبة النمو السني في الإيرادات		65%+	64%+	النمو القوي في أول 3 سنوات ناتج عن زيادة العملاء والرحلات والمرشدين المسجلين.
نمو الأرباح		من خسارة إلى 500,000+	260%+ زيادة في الأرباح	
نمو المستخدمين والمرشدين		70%+	55%+	
عدد المرشدين النشطين المتوقع	100	250	+500	زيادة عدد المرشدين تعني زيادة عدد الرحلات والإيرادات.
عدد الرحلات الشهرية المتوقعة	500	1,500	+3,000	متوسط العمولة 10-20% لكل رحلة يجعل الإيرادات تتنمو بسرعة.
متوسط الإنفاق الشهري على التسويق	12,000-15,000	18,000	18,000	زيادة التسويق الرقمي مع التوسع الجغرافي في المدن السياحية.

تحليل العائد على الاستثمار (ROI Analysis)

$$\text{ROI} = 100 \times (\text{صافي الربح} / \text{إجمالي الاستثمار})$$

المؤشر	القيمة التقديرية
إجمالي الاستثمار خلال أول 3 سنوات	2,030,000 جنيه
إجمالي الأرباح الصافية خلال 3 سنوات	2,000,000 جنيه
العائد على الاستثمار (ROI)	≈ 98.5% خلال 3 سنوات

التوقعات التشغيلية (Operational Projections)

المؤشر	السنة 1	السنة 2	السنة 3	الملاحظات
عدد الرحلات المحجوزة عبر التطبيق	2,500 رحلة / شهر $30,000 = 12 \times$ رحلة سنوياً	50,000	80,000	مع نمو سنوي 65% تقريباً

عدد المرشدين المسجلين	500 مرشد	850	+1,200	زيادة 60-70% سنوياً
عدد المستخدمين النشطين (سياح)	20,000 - 15,000	40,000 - 35,000	80,000 - 65,000	يتناسب مع توسع الحملات والتسويق
عدد الشركاء التجاريين (فنادق - مطاعم - مزارات)	40	90	180	زيادة سنوية 100% في الشراكات
نسبة الاحتفاظ بالمستخدمين	45%	60%	70%	نتيجة تحسن تجربة المستخدم
معدل التفاعل داخل التطبيق (Engagement Rate)	20%	35%	50%	بدعم التحديثات والمحتوى التفاعلي

خطة التعافي ونقطة التعادل (Break-Even Point)

البند	القيمة
إجمالي التكاليف الثابتة (Fixed Costs)	2,030,000 جنيه مصري
متوسط سعر الرحلة الواحدة	60 دولار $\times 47.31 = 2,838.6$ جنيه مصري
نسبة العمولة لجذور	15%
العائد الصافي من الرحلة الواحدة (العمولة)	$2,838.6 \times 15\% = 425.79$ جنيه مصري

نقطة التعادل (Break-even Point):

عدد الرحلات المطلوب للوصول إلى نقطة التعادل = إجمالي التكاليف ÷ العمولة الصافية لكل رحلة

$$Break - even Trips = \frac{2,030,000}{425.79} = 4,768 \text{ رحلة تقريباً}$$

جذور تحتاج إلى تنفيذ حوالي 4,800 رحلة مدفوعة لتغطية التكاليف الكاملة للسنة الأولى.

إذا افترضنا أن عدد الرحلات يبدأ بـ 250 رحلة شهرياً في أول 6 أشهر ويزيد تدريجياً بنسبة 10-15% شهرياً، فمن المتوقع أن تصل جذور إلى نقطة التعادل في نهاية الشهر 16 تقريباً (أي بعد سنة وأربعة أشهر). بعد هذه المرحلة.

يتحقق ذلك تقريباً في منتصف السنة الثانية من التشغيل، بعد نمو عدد المستخدمين والمرشدين وبدء الشراكات التجارية. بعد هذه النقطة، تدخل جذور مرحلة ربحية مستدامة مع توسع مصادر الدخل (عمولات - إعلانات - اشتراكات - شراكات).

مؤشرات الأداء المالي (Financial KPIs)

المؤشر	الهدف السنوي	أداة القياس
الإيرادات الشهرية	200,000 - 250,000 جنيه مصري	لوحات تحكم التطبيق (Dashboard)
معدل العائد على العميل الواحد (CLV)	نمو سنوي 18%	CRM + Analytics
تكلفة اكتساب العميل (CAC)	أقل من 300 جنيه مصري	Google Ads + Meta Business
متوسط هامش الربح (Gross Margin)	35% بنهاية السنة الثانية - 45% بنهاية السنة الثالثة	التقارير المالية

بيانات التطبيق وسلوك المستخدم	أكثر من 70%	نسبة الاحتفاظ بالعملاء (Retention Rate)
نظام الحجوزات في التطبيق	400 - 600 رحلة	عدد الرحلات الشهرية المستهدفة

تمثل جذور مشروعا وطنيا رقميا يجمع بين القيمة الثقافية والفرصة الاقتصادية. العائد المتوقع خلال 3 سنوات يحقق توازنا بين الربحية والاستدامة، مع فرص نمو عالية في السوق السياحي والثقافي داخل مصر وخارجها.

التمويل المطلوب (Investment Ask)

البند	القيمة التقديرية (EGP)	الهدف من التمويل
تطوير التطبيق والبنية التقنية	450,000	بناء نسخة MVP فعالة + استضافة آمنة + تجربة مستخدم مميزة
التسويق الرقمي والإطلاق المبدئي	300,000	الوصول إلى أول 50,000 مستخدم ورفع الوعي بالعلامة التجارية
فريق التشغيل والمحتوى	200,000	إدارة العمليات اليومية، الإشراف على الرحلات، وإنشاء المحتوى
الاحتياطي التشغيلي للطوارئ	100,000	لضمان الاستمرارية خلال أول 6 أشهر
الإجمالي المطلوب	~1,050,000 جنيه مصري	تمويل تأسيسي يغطي أول 12 شهر تشغيل فعلي

تحديد العائد على الاستثمار من مشروع جذور (المنافع المادية والمعنوية)

يعبر العائد على الاستثمار في مشروع جذور عن المردود المالي المباشر بالإضافة إلى الأثر الثقافي والمجتمعي طويل المدى، لأن جذور تجمع بين الربح الاقتصادي والقيمة الثقافية والإنسانية.

1. Material Benefits العوائد المادية

المجال	الوصف	المؤشرات المالية
Commission Revenue (إيرادات العمولات)	عمولة تتراوح بين 10-15% من كل حجز رحلات يتم عبر التطبيق.	دخل شهري مستمر ومتزايد.
Advertising Revenue (إعلانات داخل التطبيق)	أرباح من الفنادق والمطاعم والمؤسسات الثقافية التي تروج عبر المنصة.	زيادة الأرباح بنسبة 20% سنوياً.
Premium Subscriptions (الاشتراكات المميزة)	اشتراكات شهرية من المرشدين والمؤسسات لتحسين ظهورهم داخل التطبيق.	دخل متكرر ثابت.
Partnership Programs (برامج الشراكة)	تعاون مع هيئات ومتاحف ومطاعم مقابل رسوم رمزية أو نسب.	إيرادات من الشراكات طويلة الأجل.
Content Sponsorship (رعاية المحتوى)	تمويل قصص وفيديوهات من جهات ثقافية وسياحية.	دخل متنوع ومصدر تمويل مستدام.

Moral & Social Benefits العوائد المعنوية والاجتماعية

المجال	الأثر	مؤشرات القياس
--------	-------	---------------

عدد المشاهدات والمشاركات على السوشيال ميديا + الوعي الرقمي.	نشر القصص التراثية والرموز المصرية القديمة بأسلوب مبسط وممتع.	Cultural Awareness (الوعي الثقافي)
عدد المرشدين النشطين المسجلين في التطبيق.	تشغيل مئات المرشدين وخريجي كليات السياحة والآثار والترجمة.	Employment Creation (فرص العمل)
معدلات التفاعل في فئة الطلاب والباحثين.	تقديم محتوى معرفي يعزز ارتباط الشباب بالهوية المصرية.	Educational Impact (الأثر التعليمي)
عدد الرحلات الثقافية المنظمة سنوياً.	تشجيع السياحة الثقافية غير التقليدية (off-track tourism).	Tourism Development (تنمية السياحة)
التغطية الإعلامية الدولية وآراء المستخدمين الأجانب.	تقديم تجربة رقمية متطورة تبرز مصر كوجهة حضارية ذكية.	International Image (تحسين صورة مصر عالمياً)
عدد الشراكات الإقليمية والمبادرات المحلية.	إتاحة فرص للمناطق الريفية والأقاليم الأقل حظاً في السياحة.	Social Inclusion (الدمج المجتمعي)

Overall ROI Summary

النوع	الوصف	المدى الزمني
Financial ROI	عائد مادي يتجاوز 50-60% خلال أول 3 سنوات بفضل تنوع مصادر الدخل.	قصير إلى متوسط الأجل (1-3 سنوات)
Cultural ROI	تأثير مجتمعي مستدام عبر زيادة الوعي بالتراث وتشغيل الشباب.	طويل الأجل (3-10 سنوات)
National ROI	دعم الاقتصاد والسياحة الوطنية عبر التحول الرقمي للقطاع الثقافي.	استراتيجي - مستمر

يمثل مشروع جذور استثماراً مزدوج القيمة، ربحي في المدى القصير، وتنموي في المدى الطويل.

فهو مشروع يحقق عوائد مالية مستقرة، وفي الوقت ذاته يخلق أثراً ثقافياً وإنسانياً عميقاً يعزز الهوية المصرية ويربط العالم بجذور الحضارة بطريقة حديثة وإنسانية.

خطة الاستدامة والتوسع المستقبلي لمشروع جذور

تبنى خطة الاستدامة في مشروع جذور على مبدئين رئيسيين:

- الاستدامة المالية: ضمان تحقيق دخل مستمر يغطي التكاليف التشغيلية ويحقق أرباحاً مستقرة.
- الاستدامة الثقافية والاجتماعية: استمرار تأثير المشروع في نشر الثقافة المصرية ودعم الشباب والمرشدين.

ركائز الاستدامة (Pillars of Sustainability)

الركيزة	الوصف	آليات التنفيذ
الاستدامة المالية (Financial Sustainability)	تنوع مصادر الدخل (عمولات - اشتراكات - شراكات - إعلانات).	تطوير خطط مدفوعة داخل التطبيق، جذب رعاة دائمين من القطاع السياحي.
الاستدامة التقنية (Technical Sustainability)	تحديث دوري للتطبيق والمنصة للحفاظ على الأداء والتنافسية.	فريق تقني داخلي + دعم سحابي (Cloud) + الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات.

الاستدامة البشرية (Human Sustainability)	خلق فرص تدريب وتوظيف مستمرة للشباب والمرشدين.	برامج تدريب مع الجامعات وكليات السياحة والآثار.
الاستدامة الثقافية (Cultural Sustainability)	إنتاج محتوى أصيل يرسخ التراث المصري وينشره عالميًا.	التعاون مع هيئات التراث واليونسكو والمتحف المصري الكبير.
الاستدامة البيئية (Environmental Sustainability)	تشجيع السياحة المسؤولة والرحلات الصديقة للبيئة.	حملات توعية + شراكات مع مؤسسات البيئة والسياحة المستدامة.

خطة التوسع الجغرافي (Geographical Expansion Plan)

المرحلة	الدول أو المناطق المستهدفة	الهدف	وسيلة التنفيذ
المرحلة الأولى (السنة 2)	داخل مصر (القاهرة - الأقصر - أسوان - الإسكندرية)	تعزيز الانتشار المحلي وتوسيع شبكة المرشدين.	شراكات مع هيئات محلية وسياحية.
المرحلة الثانية (السنة 3)	دول عربية (الأردن - المغرب - تونس - السعودية)	توسيع التجربة إلى سياحة ثقافية عربية مشتركة.	ترجمة المحتوى وتكييف التجربة محليًا.
المرحلة الثالثة (السنة 4-5)	أوروبا (فرنسا - ألمانيا - إسبانيا)	جذب السياح الأوروبيين المهتمين بالثقافة المصرية.	حملات دولية - تعاون مع سفارات ومكاتب سياحة.

خطة التطوير المستقبلي (Future Development Plan)

المجال	الابتكار المقترح	الفائدة
الذكاء الاصطناعي (AI Integration)	إنشاء مساعد سياحي ذكي يشرح التراث صوتيًا بلغات متعددة.	تجربة تفاعلية متقدمة للسائح.
الواقع المعزز (AR & VR)	جولات افتراضية للأماكن الأثرية داخل التطبيق.	جذب المستخدمين الدوليين وتعويض عن بعد المسافة.
نظام تقييم المرشدين بالذكاء الصناعي	تحليل التقييمات والأداء لتصنيف المرشدين.	تحسين الجودة ورفع مستوى الخدمة.
برامج عضوية سنوية (Membership Plans)	تقديم خطط خاصة للرحلات المميزة أو السنوية.	زيادة الولاء وتحقيق دخل ثابت.
شراكات مع مؤسسات التعليم والسياحة	ربط المشروع بالمؤسسات الأكاديمية والمهنية.	ضمان تدفق كوادر بشرية مدربة باستمرار.

الشراكات المستقبلية المحتملة (Potential Strategic Partnerships)

الجهة	الدور المتوقع
وزارة السياحة والآثار المصرية	دعم رسمي واعتماد مرشدي جذور.
المتحف المصري الكبير / متاحف الإسكندرية	التعاون في إنتاج محتوى ثقافي حصري.
الجامعات المصرية (السياحة - الآثار - الترجمة)	تدريب وتوظيف الطلاب ضمن المنصة.
منظمات اليونسكو والاتحاد العربي للسياحة	التوسع الثقافي العربي والدولي.
شركات الاتصالات والتكنولوجيا (مثل فودافون - أورنج - جوجل)	دعم فني وتسويقي للتطبيق.

خطة التمويل المستقبلي (Future Funding Path)

المرحلة	المصدر	الهدف
---------	--------	-------

2025-2026	مستثمرين ملائكيين (Angel Investors)	دعم التشغيل والتسويق في مصر.
2026-2027	شركات مع شركات سياحية وثقافية	التوسع الإقليمي وزيادة الحصة السوقية.
2028 وما بعد	رأس مال استثماري (Venture Capital)	دخول الأسواق الدولية وتحسين التكنولوجيا.

مؤشرات الاستدامة (Sustainability KPIs)

المؤشر	الهدف	الأداة
نسبة تغطية التكاليف بالإيرادات الذاتية	$\leq 100\%$ بنهاية السنة 2	التقارير المالية
نسبة تجديد اشتراكات المرشدين	$\leq 70\%$ سنوياً	نظام الاشتراكات
معدل التوسع الجغرافي	3 محافظات جديدة سنوياً	بيانات العمليات
عدد الشراكات الثقافية الجديدة	10 شركات سنوياً	إدارة الشراكات
معدل النمو السنوي في المستخدمين	25% سنوياً	تحليلات التطبيق

من خلال التوسع المرحلي، تنوي جذور أن تصبح جسراً حضارياً مصرياً للعالم، يحافظ على هويتنا وينشرها بطرق معاصرة، ويخلق فرصاً مستدامة لأجيال جديدة من الشباب.

خطة المتابعة والتقييم لمشروع جذور

تهدف خطة المتابعة والتقييم إلى:

- ضمان تنفيذ الأنشطة وفق الجدول الزمني والتكلفة المحددة.
- تتبع الأداء التسويقي والتشغيلي بدقة.
- تحديد نقاط القوة والضعف لتعديل المسار في الوقت المناسب.
- قياس الأثر الحقيقي للمشروع على المستخدمين والسوق السياحي.

محاور المتابعة (Monitoring Focus Areas)

المحور	ما الذي يقاس؟	المسؤول	أداة القياس
الأداء التقني للتطبيق	سرعة التحميل، الأعطال، تجربة المستخدم	مدير التقنية	تقارير الأداء و Google Analytics
الأداء التسويقي	معدلات الوصول، التفاعل، التحويل	مدير التسويق	Meta Insights, Google Ads
الأداء المالي	الإيرادات، المصروفات، ROI	المدير المالي	التقارير المحاسبية الشهرية
جودة الخدمات السياحية	تقييم الرحلات، رضا السائحين	مدير العمليات	استبيانات التطبيق
المحتوى الثقافي	جودة القصص ودقة المعلومات	منسق المحتوى	مراجعة تحريرية دورية
أداء المرشدين السياحيين	التقييمات، عدد الرحلات، الالتزام	منسق المرشدين	لوحة التحكم الداخلية
تجربة العملاء	سرعة الاستجابة، رضا المستخدمين	قسم الدعم	نظام CRM

أدوات وأطر التقييم (Evaluation Tools & Frameworks)

الأداة	الاستخدام	التكرار
Google Analytics & Firebase	متابعة التحويلات والسلوك داخل التطبيق.	يومي / أسبوعي

أسبوعي	تحليل الحملات الإعلانية والتفاعل العضوي.	Meta Business Suite
مستمر	متابعة الدعم الفني وتجربة العملاء.	(CRM System (Zendesk / HubSpot
شهري	استبيانات بعد كل رحلة أو استخدام.	User Surveys & Polls
كل 3 أشهر	تقارير ربع سنوية شاملة للأداء الكلي.	Quarterly Review Reports
سنوي	تحليل شامل للسنة المالية الأولى.	Annual Evaluation Report

مؤشرات الأداء الرئيسية (Key Performance Indicators – KPIs)

المجال	المؤشر	الهدف السنوي	وسيلة القياس
المبيعات والإيرادات	عدد الرحلات المحجوزة	6,000 رحلة	Dashboard
النمو الرقمي	تحميلات التطبيق	50,000 تحميل	App Analytics
الوعي بالعلامة التجارية	نمو المتابعين على السوشيال ميديا	20%+ شهريًا	Insights
جودة الخدمة	متوسط تقييم العملاء	4.5/5 ≤	App Feedback
ولاء العملاء	معدل العودة للحجز مرة ثانية	60% ≤	CRM
الكفاءة التشغيلية	الالتزام بالجدول الزمني للرحلات	95% ≤	تقارير العمليات
المحتوى الثقافي	عدد القصص والمنشورات الأصلية	100+ منشور بالسنة	CMS Analytics
الربحية	العائد على الاستثمار (ROI)	40% ≤ بنهاية السنة 3	Financial Reports

آلية التطوير والتحسين المستمر (Continuous Improvement Mechanism)

كل ربع سنة، يتم عقد اجتماع تقييم استراتيجي يشمل:

- مراجعة تقارير الأداء الرقمي والتشغيلي.
- تحليل ردود الفعل من العملاء والمرشدين.
- تعديل الخطط التسويقية أو التشغيلية بناءً على النتائج.
- وضع أهداف جديدة أكثر دقة للربع التالي.

Cycle

Plan → Execute → Measure → Improve → Re-launch

تقييم الأثر الاجتماعي والاقتصادي (Social & Economic Impact Evaluation)

المحور	المخرجات المتوقعة	أدوات التقييم
التوظيف	تشغيل عشرات المرشدين وخريجي السياحة والآثار	بيانات الموارد البشرية
الوعي الثقافي	زيادة المحتوى التراثي المنتشر رقميًا	قياس حجم المشاركة والمشاهدات
تحسين صورة السياحة المصرية	جذب جمهور دولي جديد لمصر	تقارير الحملات الدولية
تمكين الشباب	توفير فرص عمل مرنة ومستقلة	مقابلات تقييم وبيانات تسجيل

بفضل خطة المتابعة الدورية ومؤشرات الأداء الواضحة، ستضمن جذور تحقيق نتائج قابلة للقياس وتحافظ على استدامتها التشغيلية والتسويقية.

الفريق المتوقع لمشروع جذور

Management & Leadership Team فريق الإدارة والقيادة

المهارات المطلوبة	الدور الرئيسي	الوظيفة
القيادة، التفكير الاستراتيجي، إدارة الأعمال، التواصل، التخطيط المالي.	الإشراف العام على المشروع، وضع الرؤية والاستراتيجية، اتخاذ القرارات النهائية، وإدارة العلاقات مع الشركاء والمستثمرين.	Project Founder & CEO (المؤسس والمدير التنفيذي)
التنظيم، حل المشكلات، إدارة الوقت والفرق.	إدارة الأنشطة اليومية والتنسيق بين الفرق المختلفة (التقنية، التسويق، المحتوى، المرشدين).	Operations Manager (مدير العمليات)
المحاسبة، التحليل المالي، دقة العمل.	إعداد الميزانيات، إدارة الإنفاق، الرقابة المالية، والعلاقات القانونية والإدارية.	Financial & Administrative Manager (المدير المالي والإداري)

Technical Team الفريق التقني

المهارات المطلوبة	الدور الرئيسي	الوظيفة
Flutter / React Native - Node.js - APIs - Cybersecurity.	تطوير التطبيق والموقع الإلكتروني، إدارة الخوادم، الصيانة، والتكامل مع نظم الدفع.	Tech Lead / App Developer (قائد التطوير أو مطور التطبيق)
Adobe XD - Figma - Design Thinking.	تصميم واجهة المستخدم وتجربة المستخدم بطريقة جذابة وسهلة الاستخدام.	UI/UX Designer (مصمم تجربة المستخدم)
Cloud Management - AWS - DevOps.	إدارة البنية التحتية التقنية والتأكد من الأداء العالي للتطبيق والموقع.	System Administrator (مسؤول الأنظمة)

Marketing & Media Team فريق التسويق والإعلام

المهارات المطلوبة	الدور الرئيسي	الوظيفة
Google Ads - Meta Ads - SEO - Analytics.	بناء وتنفيذ خطة التسويق الرقمي (SEO, Ads, Influencer, Email, UGC).	Digital Marketing Manager (مدير التسويق الرقمي)
الكتابة الإبداعية - الثقافة المصرية - السوشيال ميديا.	إعداد قصص تراثية وسياحية جذابة ومبسطة.	Content Creator / Storyteller (كاتب ومبدع محتوى تراثي)
Photoshop - After Effects - Illustrator.	تصميم المنشورات والفيديوهات القصيرة لمنصات جذور.	Graphic Designer / Motion Artist (مصمم جرافيك وحركة)
التصوير الاحترافي - المونتاج - الإضاءة.	توثيق الأماكن السياحية والرحلات الميدانية.	Photographer / Videographer (مصور ومخرج فيديو)
إدارة الحملات - كتابة كابشن - أدوات التحليل.	إدارة الحسابات اليومية، الرد على الجمهور، جدولة المحتوى.	Social Media Specialist (أخصائي تواصل اجتماعي)

Cultural & Field Operations Team الفريق الميداني والثقافي

المهارات المطلوبة	الدور الرئيسي	الوظيفة
المعرفة التاريخية، مهارات التواصل، تعدد اللغات.	تنفيذ الرحلات، شرح التراث والتاريخ بطريقة ممتعة وتفاعلية.	Tour Guides (المرشدون السياحيون)
البحث الأكاديمي - التراث المصري - التوثيق العلمي.	التحقق من دقة المعلومات التراثية والمحتوى التاريخي.	Cultural Researcher (الباحث الثقافي)
العلاقات العامة - التفاوض - الإدارة اللوجستية.	التواصل مع الفنادق والمطاعم والمتاحف والمؤسسات الثقافية.	Partnership Coordinator (منسق الشراكات)

Customer Experience & Support Team فريق تجربة العملاء والدعم

المهارات المطلوبة	الدور الرئيسي	الوظيفة
اللغة الإنجليزية - التواصل - خدمة العملاء.	الرد على استفسارات السائحين، المساعدة في الحجز، حل المشكلات.	Customer Service Representatives (خدمة العملاء)
- إدارة المجتمعات الرقمية Moderation - UGC.	بناء مجتمع رقمي تفاعلي يشارك القصص والتجارب.	Community Manager (مدير المجتمع)

Estimated Team Size حجم الفريق التقريبي

العدد التقريبي	الفئة
3	الإدارة والقيادة
3-4	التقنية
4-5	التسويق والإعلام
6-10	الميداني والثقافي
3	خدمة العملاء والمجتمع
20-25 فردًا في أول سنة تشغيل	الإجمالي المبدئي

فريق جذور يجمع بين الخبرة التقنية، والمعرفة الثقافية، والإبداع التسويقي.

هذا المزيج هو ما يجعل المشروع قادرًا على تقديم منتج رقمي راقٍ وفي الوقت نفسه تجربة إنسانية مصرية أصيلة يعيشها السائح لحظة بلحظة.

الفريق الحالي لمشروع جذور

Dina Mohy El Din Abd El Sabour Ahmed.	Leader - Project plan - follow-up Logo and covers design Video editing Content creation AI content creation Created app User flows Created the surveys Created the website with merna Created app ui/ux with rawan mohy (ui/ux designer)
---------------------------------------	--

Shahenda Mohamed Ibrahim.	Social Media Manager Content creation AI content creation
Merna Medhat Mourad.	Researcher Content creation AI content creation Created the website with dina
Sara Ahmed Abdelhamid.	Content creation AI content creation
Nada Mahmoud Eltoukhy.	Data analysis Surveys
Ghada Houssein Mohamed Shokry.	Moderator- answer msgs and comments

الملخص التنفيذي وخارطة طريق مشروع جذور

لمحة عامة عن المشروع

جذور (Roots) هي منصة رقمية مصرية مبتكرة تربط بين التراث والثقافة والسياحة في تجربة واحدة متكاملة. تتيح المنصة للسائحين المحليين والأجانب اكتشاف مصر بطريقة جديدة، من خلال رحلات يقدمها مرشدون سياحيون معتمدون يعرضون خدماتهم وباقات الجولات عبر التطبيق.

هدف جذور ليس فقط الترويج للسياحة، بل إحياء التاريخ، وتمكين الشباب، وإعادة تقديم مصر كوجهة عالمية للثقافة والإنسانية.

الرؤية (Vision)

خلق روح مختلفة في مصر من خلال الاستفادة من تاريخها وشبابها وتشغيل أكبر عدد من خريجين السياحة والفندقة والآثار والإرشاد السياحي واللغات.

الرسالة (Mission)

تمكين السائح من عيش القصة المصرية، وليس مجرد زيارتها، من خلال مرشدين محترفين ومحتوى تفاعلي يجعل كل رحلة تجربة أصيلة وممتعة من خلال تطبيق ذكي يربط بين السائحين والمرشدين السياحيين المعتمدين، لتقديم رحلات مخصصة تشمل الجوانب التعليمية والترفيهية والعلاجية، مع تمكين الكفاءات المحلية وخلق فرص عمل مستدامة تعيد إحياء روح السياحة المصرية.

الأهداف الإستراتيجية (Strategic Goals)

الهدف	النتيجة المستهدفة
دعم الاقتصاد السياحي	جذب 100 ألف سائح خلال أول 3 سنوات
تمكين الشباب	تشغيل 500 مرشد وخريج سياحة وآثار
الحفاظ على التراث	إنتاج 200 قصة ثقافية أصلية رقمية
التوسع الإقليمي	إطلاق النسخة العربية من التطبيق في 3 دول عربية

بناء هوية رقمية وطنية	زيادة التفاعل الرقمي بنسبة 25% ربع سنوياً
-----------------------	---

القيمة المضافة (Value Proposition)

الفئة	القيمة التي تقدمها جذور
السائحون	تجربة غنية تجمع بين الثقافة والمتعة والأصالة.
المرشدون	منصة رقمية تحقق لهم مصدر دخل مستقر وظهور مهني واسع.
المجتمع الثقافي	محتوى يوثق التراث المصري وينشره عالمياً بطرق حديثة.
الاقتصاد المحلي	خلق فرص عمل ودعم للمشروعات السياحية الصغيرة.

الهيكل التشغيلي (Operations Overview)

المحور	النشاط الأساسي
المرحلة الأولى (6 شهور)	إطلاق المنصة، اختيار المرشدين، التسويق التجريبي.
المرحلة الثانية (6-12 شهر)	التوسع في الرحلات والمحتوى، بناء الشراكات الثقافية.
المرحلة الثالثة (السنة 2-3)	تطوير المنصة 2.0 - دخول أسواق عربية - تحسين الإيرادات.

مؤشرات النجاح (KPIs)

المؤشر	الهدف خلال 12 شهر
المستخدمون النشطون	+10,000
المرشدون المسجلون	+150
عدد الرحلات	+2,000
تقييم الخدمة العام	4.5/5 ≤
التفاعل الرقمي	+15% شهرياً

خارطة الطريق التنفيذية (Project Roadmap)

المرحلة	المدة	النشاط الرئيسي	النتيجة
Q1 (2025)	3 شهور	تطوير التطبيق + تصميم الهوية	نموذج أولي جاهز
Q2 (2025)	3 شهور	إطلاق حملة تعريفية + اختيار المرشدين	بداية الوعي الجماهيري
Q3 (2025)	3 شهور	الإطلاق التجريبي للتطبيق	1000 مستخدم نشط
Q4 (2025)	3 شهور	الإطلاق الرسمي + شراكات سياحية	بدء الإيرادات
2026-2027	سنة كاملة	التوسع المحلي والإقليمي	3 دول جديدة + أرباح مستدامة

الملخص المالي (Financial Snapshot)

البند	القيمة التقديرية (EGP)
إجمالي الاستثمار المبدئي	1.7 مليون
الإيرادات المتوقعة بعد سنة	1 مليون
صافي الربح المتوقع بعد 3 سنوات	1.2 مليون
ROI المتوقع	59%
نقطة التعادل	نهاية السنة الثانية

الخاتمة والتوصيات + أفكار إيرادات إضافية لتفادي الخسائر

الخاتمة (Conclusion)

جذور تسعى لتصنع تجربة سياحية وثقافية تثري الزائر وتشغل الشباب.

التوصيات (Recommendations)

المحور	التوصية	الهدف
التمويل	تأمين تمويل مرحلي على دفعات (Seed → Angel → Series A) لضمان الاستمرارية.	استدامة النمو وتقليل المخاطر.
المحتوى الثقافي	بناء شراكات مع المتاحف والمراكز البحثية لتوثيق المحتوى بدقة.	المصداقية والتميز الثقافي.
التحول الرقمي السياحي	التعاون مع وزارة السياحة لتكامل جذور ضمن المبادرات الوطنية.	دعم رسمي وتعزيز الثقة.
الذكاء الاصطناعي	تطوير مساعد صوتي ذكي للسياح بلغات متعددة.	تحسين التجربة السياحية وزيادة القيمة.
المجتمع الرقمي (Roots Community)	إنشاء مجتمع على فيسبوك وتطبيق جذور يشارك فيه المستخدمون قصصهم وتجاربهم.	رفع الولاء وزيادة المحتوى العضوي (UGC).
برامج التدريب والتوظيف	إنشاء مبادرة "مرشد من جذور" بالتعاون مع الجامعات.	تمكين الشباب وضمان جودة الخدمة.

أفكار إيرادات إضافية لتقليل الخسائر وتعزيز الربحية

B2B Services خدمات موجهة للشركات

Customized Tours for Corporates - تنظيم رحلات ثقافية وفريق عمل (Team Building) للشركات والمؤسسات.

1. **Hotel & Restaurant Partnerships** - تقديم خطط اشتراك شهرية للمطاعم والفنادق لعرض خدماتهم داخل التطبيق.

2. **Tourism Content Licensing** - بيع حقوق استخدام الصور والفيديوهات الثقافية لمنصات أخرى (وكالات - متاحف رقمية).

Educational & Cultural Programs

1. **Virtual Learning Experiences** - جولات تعليمية تفاعلية للمدارس والجامعات (أونلاين).

2. **Workshops & Seminars** - ورش تدريبية في "فن الإرشاد السياحي" و"سرد التراث المصري".

3. **Roots Academy** - منصة تدريب داخلية لإعداد مرشدين معتمدين باسم جذور.

Media & Production Revenue

1. **Documentary Co-productions** - التعاون مع شركات إنتاج لإنتاج أفلام وثائقية مدفوعة.

2. **Branded Content** - فيديوهات قصيرة برعاية علامات تجارية (Hotels, Airlines, Banks).
3. **Roots Originals (YouTube Channel)** - إنتاج محتوى رقمي مدرّ للإعلانات عبر YouTube Monetization.

Merchandising & Cultural Products

1. **Roots Store** - متجر إلكتروني يبيع منتجات تراثية (تماثيل صغيرة، كتب، رموز فرعونية، ملابس تقليدية).
2. **Souvenir Partnerships** - تعاون مع الحرفيين المحليين لبيع منتجاتهم عبر التطبيق.
3. **Subscription Boxes** - صناديق تراثية شهرية (كتب + تحف صغيرة + كتيبات سياحية).

Digital Monetization

1. **Freemium Model** - التطبيق مجاني لكن مع مزايا مدفوعة (رحلات VIP، محتوى حصري).
2. **Affiliate Marketing** - عمولات من روابط الحجز الخارجية (فنادق - مواصلات).
3. **In-App Ads & Smart Placement** - إعلانات ذكية غير مزعجة موجهة حسب تفضيلات المستخدم.

Governmental & Institutional Collaborations

1. **Tourism Grants & Cultural Funds** - الحصول على دعم مالي من مؤسسات ثقافية وتنموية (مثل الاتحاد الأوروبي أو وزارة الثقافة).
2. **CSR Collaborations** - تعاون مع شركات كبرى في إطار مسؤوليتها المجتمعية لدعم التراث.
3. **International Cultural Exchanges** - مشاريع تعاون مع السفارات والمراكز الثقافية الأجنبية.

التوقع المالي بعد تطبيق الأفكار الجديدة

السنة	الإيرادات الأساسية	الإيرادات الإضافية المحتملة	الإجمالي المتوقع	صافي الربح
1	EGP 1,000,000	200,000+	1,200,000	-400,000 (مرحلة تأسيس)
2	1,800,000	600,000+	2,400,000	400,000+
3	3,000,000	1,000,000+	4,000,000	1,200,000+

النتيجة:

بعد تطبيق أفكار الإيرادات الإضافية، ترتفع ربحية جذور بنسبة +25% سنوياً ويتم الوصول إلى نقطة التعادل في منتصف السنة الثانية بدلاً من نهايتها.

الخلاصة التنفيذية النهائية

من خلال الابتكار، الشراكات، والمحتوى الثقافي الذكي، ستصبح جذور نموذجاً ناجحاً لمشروعات تجمع بين الهوية المصرية والاستدامة الاقتصادية.