

لأصحاب المؤسسات الذين يختارون وكالة مواقع أو تطبيقات

بطاقة تقييم لاختيار الوكالة.

الأسئلة التي تطرحها، وطريقة لمقارنة العروض سطرًا بسطر، وما يجب أن تملكه، ودفعات تتبع العمل، والعلامات التحذيرية التي تتوقف عندها.

قارن الإجابات، لا الأسعار وحدها.

عرضان بسعرين مختلفين هما في الغالب مشروعان مختلفان. أحدهما يشمل النصوص وثلاث جولات تعديل وسنة من الدعم، والآخر لا يشمل شيئاً من ذلك ويذكره بخط صغير، أو لا يذكره أصلاً. مقارنة المجاميع لا تخبرك بالكثير ما دام النطاق مختلفاً.

أرسل الوثيقة نفسها إلى وكالتين أو ثلاث. ثم استخدم نسخة من الأقسام 2 إلى 7 لكل وكالة: ضع علامة على النقطة حين تجيب عنها الوكالة بوضوح وكتابياً. الإجابة المبهمة لا تستحق علامة. وفي النهاية، ضع الوكالات جنباً إلى جنب في الجدول.

املأ القسم 1 وأرسل الوثيقة نفسها إلى كل وكالة في قائمتك.

الخطوة 1

في كل مكالمة ومع كل عرض، املأ الأقسام 2 إلى 7، نسخة لكل وكالة.

الخطوة 2

عُدّ العلامات، واقرأ العلامات التحذيرية، واسأل كتابياً عن كل نقص، ثم قرّر.

الخطوة 3

وثيقتك، قبل أن تتصل بأحد

01

لا تمكن مقارنة الوكالات إلا على الوثيقة نفسها. اكتبها مرة واحدة وأرسلها إلى الجميع.

ما الذي تحتاج إليه، في جملة أو جملتين؟

موقع جديد، أو إعادة بناء، أو تطبيق، أو نظام حجز عبر الإنترنت. اذكر ما تفعله المؤسسة وللمن.

ماذا يجب أن يقدم للمؤسسة؟ سمّ الإجراء الأساسي الذي تريده من الزوار أو المستخدمين.

مكالمة، أو رسالة واتساب، أو حجز، أو طلب عرض سعر، أو عميل يسجل دخوله.

نطاق ميزانيتك وموعدك المستهدف. ماذا يحدث إذا تغير الموعد؟

يكفي نطاق تقريبي. تقدّم الوكالات عروضًا أفضل حين تعرف الإطار.

من يقرر، ومن سيجيب عن أسئلة الوكالة خلال المشروع؟

تلقت كل وكالة الوثيقة نفسها تمامًا.

☐

أسئلة المكالمة الأولى

02

ضع علامة حين تجيب الوكالة بوضوح. وانتبه إلى التفاصيل: الأسماء، والخطوات، والمواعيد، والأمثلة.

☐ من سيعمل على مشروعي، ومن جهة اتصالي اليومية؟

الإجابة الجيدة تذكر أدوارًا وأشخاصًا، لا «فريقنا».

☐ هل يمكنكم أن تُروني أعمالًا مشابهة، وهل يمكنني التحدث إلى عميل سابق؟

اطلب مواقع أو تطبيقات حيّة تستطيع فتحها، لا لقطات شاشة فقط.

☐ ما الخطوات من التوقيع إلى الإطلاق، وما الذي تحتاجون إليه مني في كل خطوة؟

☐ كيف أوافق على العمل، وكم جولة تعديل مشمولة؟

☐ كيف تتعاملون مع طلب خارج النطاق؟

الإجابة الجيدة: يُكتب ويُسَـرَّ قبل بدء العمل.

☐ خلال كم تردّون أثناء المشروع، وعبر أي قناة؟

العروض، سطرًا بسطر

03

ضع العروض جنبًا إلى جنب وقارنها سطرًا بسطر، لا بالمجموع.

☐ يذكر النطاق المخرجات: الصفحات، والميزات، واللغات، والربط بأدوات أخرى.

☐ يذكر بوضوح ما هو غير مشمول.

النصوص، والصور، والترجمة، والاستضافة، وميزانية الإعلانات، والتعديلات الإضافية.

☐ يوجد جدول زمني بمحطات ومواعيد.

☐ يذكر ما يجب أن أقدمه، ومتى.

التأخير من جهتك يؤخّر المواعيد، والعرض الجيد يقول ذلك.

☐ السعر ثابت للنطاق، أو طريقة حسابه واضحة.

☐ التكاليف المتكررة مذكورة: النطاق، والاستضافة، والتراخيص، وباقات الدعم.

اطلب كلفة السنة الأولى، لا كلفة البناء وحدها.

ما ستملكه

04

إذا اختفت الوكالة غداً، يجب أن يبقى لك موقعك وكل ما وراءه.

☐ اسم النطاق مسجل باسم مؤسستي.☐ الاستضافة وحسابات Google والإحصاءات وحسابات متاجر التطبيقات باسم مؤسستي.
يجب أن تُدعى الوكالة كمستخدم، لا أن تكون المالكة.☐ عند السداد الكامل، أملك الكود وملفات التصميم.☐ الخطوط والصور والإضافات المستخدمة مرخصة لمؤسستي.☐ أحصل على صلاحية مدير للموقع أو التطبيق عند التسليم.☐ مكتوب ما يحدث إذا توقفنا عن العمل معًا: الملفات، والحسابات، والتسليم.

دفعات تتبع العمل

05

جدول الدفعات يكشف طريقة عمل الوكالة. يجب أن تقابل كل دفعة شيئاً تستطيع رؤيته.

☐ في العرض جدول دفعات مكتوب.☐ الدفعات مرتبطة بمحطات أوافق عليها، أو بتاريخ واضحة.
مثلاً: عربون عند التوقيع، وجزء عند اعتماد التصميم، والباقي عند الإطلاق.☐ التغييرات خارج النطاق تُسعر كتابياً قبل بدء العمل.☐ الفواتير واضحة، بالعملة المتفق عليها، وتحمل البيانات القانونية للوكالة.☐ واضح ما يحدث إذا تأخر المشروع، من أي من الطرفين.☐ الدفعة الأخيرة عند الإطلاق أو بموافقتي المكتوبة، لا قبل أن أرى العمل.

الدعم بعد الإطلاق

06

بعد الإطلاق يصل زوارك. اعرف من يكون حاضرًا حين يتعطل شيء.

توجد باقة دعم بعد الإطلاق، مع ما تغطيه.

☐

للباقة مهلة رد مكتوبة.

☐

مثلًا بساعات العمل. «في أقرب وقت» ليست مهلة رد.

أعرف كيف أطلب المساعدة، ومن يجيب.

☐

تحديثات الأمان والنسخ الاحتياطية مشمولة، أو واضح من يتولاها.

☐

المشكلات التي تظهر في الأسابيع الأولى بعد الإطلاق تُصلَح ضمن المشروع الأصلي.

☐

تشرح الوكالة ما ستقيسه معي بعد الإطلاق، لا ما تُعد به.

☐

الترتيب والمبيعات يتوقفان على عوامل كثيرة، والأمانة أن يُعرض ما قيس فعليًا.

العلامات التحذيرية

07

ضع علامة إذا لاحظتها. العلامة الواحدة سؤال تطرحه كتابيًا. وعدة علامات سبب للانسحاب.

وعد بنتائج: الصفحة الأولى في Google، أو عدد من المبيعات أو العملاء المحتملين، في موعد محدد.

☐

لا أحد يتحكم في Google ولا في سوقك. تستطيع الوكالة أن تُعد بالنطاق والمواعيد والجودة ومهل الرد.

لا نطاق مكتوب، أو بضعة أسطر مبهم.

☐

لا أعمال تستطيع فتحها، ولا عميل سابق تتحدث إليه.

☐

سيُسجَّل النطاق أو الحسابات باسم الوكالة.

☐

ضغط للتوقيع اليوم، أو خصم ينتهي غدًا.

☐

طلب كلمات المرور عبر المحادثات أو البريد، أو إجابات بالهاتف فقط.

☐

قيّم كل وكالة.

طريقة عمل واضحة ومكتوبة. في الأقسام 2 إلى 6 ثلاثون خانة، فتحقق كتابيًا من النواقص القليلة قبل التوقيع.

26 إلى 30

ممكنة، مع أسئلة. اسأل كتابيًا عن كل نقطة ناقصة، وقارن الإجابات بإجابات الوكالات الأخرى.

18 إلى 25

الكثير ما زال مفتوحًا. ما لم تصلك إجابات مكتوبة عن هذه النواقص، واصل البحث.

أقل من 18

احسب علامات الأقسام 2 إلى 6 فقط. القسم 7 يُحسب على حدة: كل علامة تحذيرية سؤال طرحه كتابيًا قبل التوقيع، مهما كانت النتيجة.

وكالاتك جنبًا إلى جنب

الوكالة	العلامات (الأقسام 2 إلى 6)	العلامات التحذيرية والأسئلة
1		
2		
3		



ضعنا في قائمتك

اطرح علينا كل سؤال في هذه البطاقة.

أرسل إلينا وثيقتك أو احجز مكالمة مدتها 30 دقيقة. نجيب كتابيًا عن كل سؤال هنا: من يعمل على مشروعك، والخطوات والمواعيد، وكيف توافق على كل مرحلة، وما الذي تملكه، وكيف يعمل الدعم بعد الإطلاق. ثم يصلك عرض مكتوب تقارنه سطرًا بسطر.

● نطاق مكتوب، مع ما هو غير مشمول وجولات التعديل

● محطات بمواعيد، وموافقتك المكتوبة عند كل منها

● عند السداد، يصبح النطاق والحسابات والكود وملفات التصميم ملكك

● باقة دعم بعد الإطلاق، بمهل رد مكتوبة

حدّثنا عن مشروعك

qafza.dev/ar/contact



تصمّم قفزة وتبني العلامات التجارية والمواقع والتطبيقات والبرمجيات المخصصة للمؤسسات، بنطاق مكتوب ومحطات توافق عليها ودعم بعد الإطلاق.