



Co-Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Traditional Craft Heritage Training , Design & Marketing in Jordan and Syria
(HANDS)

Project Number: 610238-EPP-1-2019-1-JO-EPPKA2-CBHE-JP

دور التسويق الإلكتروني في مشروع هاندز

المساق يدرس في : ZUJ,UJ,HU,JUST,MU,ABU,TU

موديول 7

Responsible partner(s):

Training and Technical Group (TTG)

Scientific and Supervising Committee (SC)

دور التسويق الإلكتروني في مشروع هاندز

The role of e-marketing in the Hands project

تراث الحرف التقليدية من ناحية التدريب والتصميم والتسويق في الأردن وسورية

TRADITIONAL CRAFT HERITAGE TRAINING, DESIGN AND MARKETING IN JORDAN AND SYRIA

E- marketing

التسويق الإلكتروني

"E-marketing" was chosen as one of the marketing approaches for the following reasons:

1- Traditional crafts generally belong to small or micro enterprises, most of which suffer from marketing problems, especially in Syria.

2-The speed of training workers in these projects on some basic techniques in e-marketing.

3- The inability of these enterprises to reserve large amounts of money as a marketing budget, which makes them choose e-marketing; Due to the many advantages it provides for this type of project, the most prominent of which are:



تم اختيار "التسويق الإلكتروني" كمدخل من مداخل التسويق للأسباب الآتية:

1- تنتمي الحرف التقليدية عموماً للمشاريع الصغيرة أو المتناهية في الصغر، والتي بمعظمها تعاني من مشاكل تسويقية وخاصةً في سورية.

2- سرعة تدريب العاملين في تلك المشاريع على بعض التقنيات الأساسية في التسويق الإلكتروني

3- عدم قدرة تلك المشاريع حجز مبالغ كبيرة كميزانية للتسويق يجعلها تختار التسويق الإلكتروني؛ نظراً للميزات الكثيرة التي يوفرها لهذا النوع من المشاريع، والتي من أبرزها:



The importance of e-marketing versus traditional marketing with regard to traditional craft products, in the following points:

- 1 Speed.
- 2 Stronger promotion.
- 3 Interactive dynamic marketing.
- 4-Multimedia Marketing.
- 5 Community Marketing.
- 6 Wide spread and ease of use.
- 7 The ability to build brand equity
- 8 Opening up to global markets
- 9The speed of obtaining results compared to traditional marketing.

الأهمية النسبية للتسويق الإلكتروني مقابل التسويق التقليدي
فيما

يخص منتجات الحرف التقليدية، في النقاط الآتية:

- 1-السرعة .
- 2-الترويج الأقوى .
- 3-تسويق ديناميكي تفاعلي.
- 4-تسويق متعدد الوسائط.
- 5-تسويق مجتمعي.
- 6-الانتشار الواسع وسهولة الاستخدام .
- 7-إمكانية بناء حق ملكية للعلامة التجارية
- 8-الانفتاح على الأسواق العالمية
- 9-سرعة الحصول على نتائج مقارنةً بالتسويق التقليدي

Based on the foregoing, the team of Tishreen University prepared a file on marketing and e-marketing and included it in the training courses of the Hands Center at Tishreen University.

To clarify the above, we can show some things that will be provided to the trainees:

- 1- Building the right digital content in line with the nature of Hands products.
- 2- Informing the trainees of global examples and experiences related to this field and benefiting from the successful experiences in the field of e-marketing for traditional crafts.
- 3- Hands-on training in e-marketing tools.



بناءً على ما سبق فإن فريق جامعة تشرين أعد ملفاً خاصاً بالتسويق والتسويق الإلكتروني وإدراجه ضمن مقررات التدريب الخاصة بمركز هاندز في جامعة تشرين.

لتوضيح ما سبق يمكننا أن نعرض بعض الأمور التي سيتم تزويد المتدربين عليها:

- 1- بناء محتوى رقمي صحيح ينسجم مع طبيعة منتجات هاندز
- 2- اطلاع المتدربين على أمثلة وتجارب عالمية لها علاقة بهذا المجال والاستفادة من التجارب الناجحة في مجال التسويق الإلكتروني للحرف التقليدية.
- 3- التدريب العملي على أدوات التسويق الإلكتروني

1



1

Building the right digital content in line with the nature of Hands products

بناء محتوى رقمي صحيح ينسجم مع طبيعة
منتجات هاندز

The trainee will be provided with the importance of design in the digital environment ;

Thus, the designer is the one who determines the importance of each element in the digital content. through:

- 1.The simplicity and clarity of the idea in the design of digital content.
- 2.The simplicity and clarity of shapes in the design of digital content..



سيتم تزويد المتدربين بأهمية التصميم في البيئة
الرقمية:

وبالتالي فالمصمم هو الذي يحدد أهمية كل عنصر
في المحتوى الرقمي. من خلال:

- 1-بساطة ووضوح الفكرة في تصميم المحتوى الرقمي.
- 2-بساطة ووضوح الأشكال في تصميم المحتوى الرقمي.

Content is the king

It was only after BILL GATES, the founder of Microsoft, that content became popular in its current form, released his famous phrase, "**Content is the king.**"

That was in an article he wrote in 1996 and published on the company's website at that time.

he predicts that digital content will compete with that of TV channels and stations in terms of revenue,

which is what happened later.



المحتوى هو الملك

لم يشتهر المحتوى بصورته الحالية إلا بعد أن أطلق بيل غيتس، مؤسس شركة مايكروسوفت عبارته الشهيرة "**المحتوى هو الملك.**"
كان ذلك في مقال كتبه في العام 1996 ونشر على

موقع الشركة آنذاك ■

تنبأ بأن المحتوى الرقمي سينافس ذلك الصادر عن قنوات ومحطات التلفزة من حيث الإيرادات، وهو ما حدث لاحقاً بالفعل.

أشكال المحتوى الرقمي - Forms of digital content

Introduce trainees to digital content formats:

- 1- Written texts (textual content).
- 2- Pictures (graphic content).
- 3- Video content.
- 4- Infographic.
- 5- Digital books.
- 6- Audio files.



تعريف المتدربين بأشكال المحتوى الرقمي:

- 1- النصوص المكتوبة (المحتوى النصي).
- 2- الصور (المحتوى الصوري).
- 3- محتوى الفيديو.
- 4- الإنفوغرافيك.
- 5- الكتب الرقمية.
- 6- الملفات الصوتية.

المحتوى الرقمي للأعمال اليدوية التقليدية - Digital content for traditional crafts

Introducing trainees to the specifications of digital content for traditional handicrafts:

There is no doubt that the **visual design** of the content is the main element that the user deals with, and it may leave positive or negative impressions about the content.

The content design includes:

1-all elements of building handicrafts and crafts in terms of (description of the work, its purpose, the literal value it contains, the material benefit it provides, the use benefit from it)



تعريف المتدربين بمواصفات المحتوى الرقمي
للأعمال اليدوية التقليدية:

لا شك أن **التصميم البصري** للمحتوى هو
العنصر الرئيس الذي يتعامل معه المستخدم، وقد
يترك انطباعات إيجابية أو سلبية عن المحتوى.
ويشمل **تصميم المحتوى**:

**1- كافة عناصر بناء الأعمال اليدوية والحرفية
من حيث:**

(وصف العمل، الهدف منه، القيمة الحرفية التي
يحتويها، المنفعة المادية التي يقدمها، المنفعة
الاستعمالية منه)

المحتوى الرقمي للأعمال اليدوية التقليدية - Digital content for traditional crafts

2-Taking into account all design considerations that identify the specific of traditional handicrafts.

3-In addition to designing a package of icons and indicative signs that have clear implications for dealing with content such as (printing, searching and communicating through electronic communication channels, and social communication, whether with employers or those who present the content.)



2-مراعاة كافة الاعتبارات التصميمية التي تميز خصائص الأعمال اليدوية التقليدية،

3-بالإضافة إلى تصميم حزمة من الرموز والعلامات الإرشادية يكون لها دلالات واضحة في تناول المحتوى مثل (الطباعة، البحث والتواصل عبر قنوات التواصل الإلكتروني، والتواصل الاجتماعي، سواء مع أصحاب العمل أو القائمين على عرض المحتوى)

Steps for content design - خطوات تصميم المحتوى

introducing the trainees with the steps of content design:

First: Designing a detailed layout of all content pages in a streamlined manner so that they can be customized to suit the user's personality

Second: The design of the welcome screen, which is the outer covering of the content, which contains the name and number of the handiwork, and the name of the person in charge of it.



تعريف المتدربين بخطوات تصميم المحتوى:

أولاً: تصميم مخطط تفصيلي لكافة صفحات المحتوى وبصورة انسيابية لكي يمكن تخصيصها بما يلائم شخصية المستخدم.

ثانياً: تصميم الشاشة الترحيبية، وهي بمثابة الغلاف الخارجي للمحتوى والتي تحتوي على اسم العمل اليدوي ورقمه، واسم الشخص القائم عليه.

Steps for content design - خطوات تصميم المحتوى

Third: The design of the home page or interface, which can be referred to at any time and from any page, and then accessed through it on any topic to be addressed.

Fourth: Designing a special page to explain the content policy, clarifying the content plan.



ثالثاً: تصميم الصفحة الرئيسية أو الواجهة، والتي يمكن الرجوع إليها في أية وقت ومن أية صفحة ثم الوصول من خلالها على أي موضوع مراد تناوله.

رابعاً: تصميم صفحة خاصة لشرح سياسة المحتوى، توضح خطة المحتوى.

2

Informing the trainees of global examples and experiences related to this field, and benefiting from the successful experiences in the field of e-marketing for traditional crafts.



2

اطلاع المتدربين على أمثلة وتجارب عالمية لها علاقة بهذا المجال والاستفادة من التجارب الناجحة في مجال التسويق الإلكتروني للحرف التقليدية.

أمثلة عالمية

Global Examples

Choosing the right marketing platform:

Choosing the right digital platform is one of the things that helps in learning to market handicrafts; There is no doubt that there are many platforms to rely on in this regard, for example, the Etsy platform, which had more than 60 million buyers in 2020, and is the first platform for many lovers of handmade goods.



اختيار المنصة التسويقية المناسبة:

يعدّ اختيار المنصة الرقمية المناسبة أحد الأمور التي تساعد في تعلّم تسويق الحرف اليدوية؛ ولا شك أن هناك الكثير من المنصات التي يمكن الاعتماد عليها في هذا الصدد، منها على سبيل المثال منصة Etsy، التي توفرت عليها أكثر من 60 مليون مشترٍ في عام 2020، كما أنها المنصة الأولى للعديد من محبي السلع المصنوعة يدويًا.

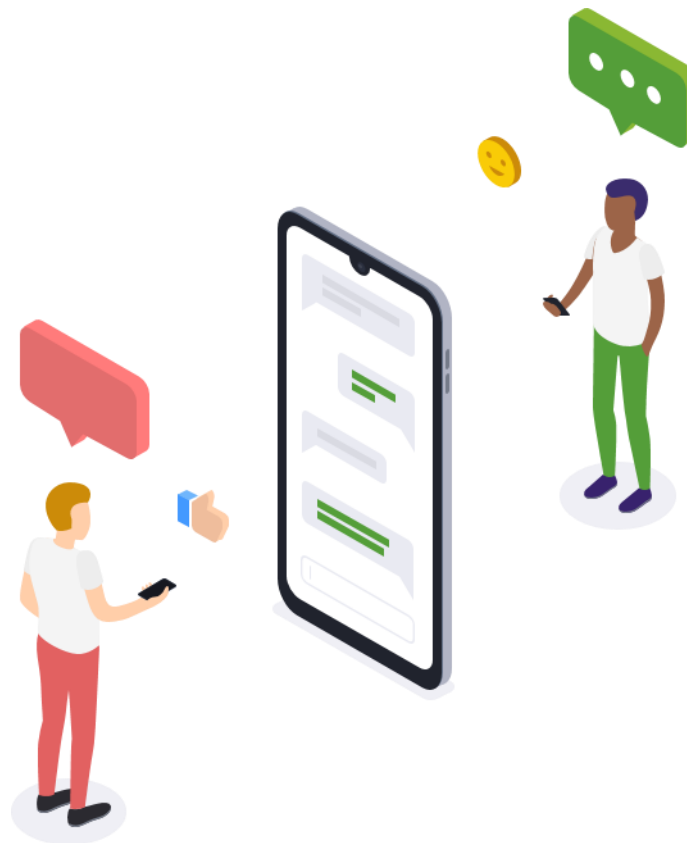
Global Examples

Also, folksy is a UK based handicraft marketplace selling homemade and handmade handicrafts online. The site includes products ranging from jewelry and clothing to art and supplies.



وكذلك موقع folksy هو سوق السلع اليدوية القائمة مقرها في المملكة المتحدة لبيع الحرف اليدوية محلية الصنع ومصنوعة يدويا على الانترنت. يتضمن الموقع منتجات تتراوح من المجوهرات والملابس إلى الفن واللوازم.

3



3

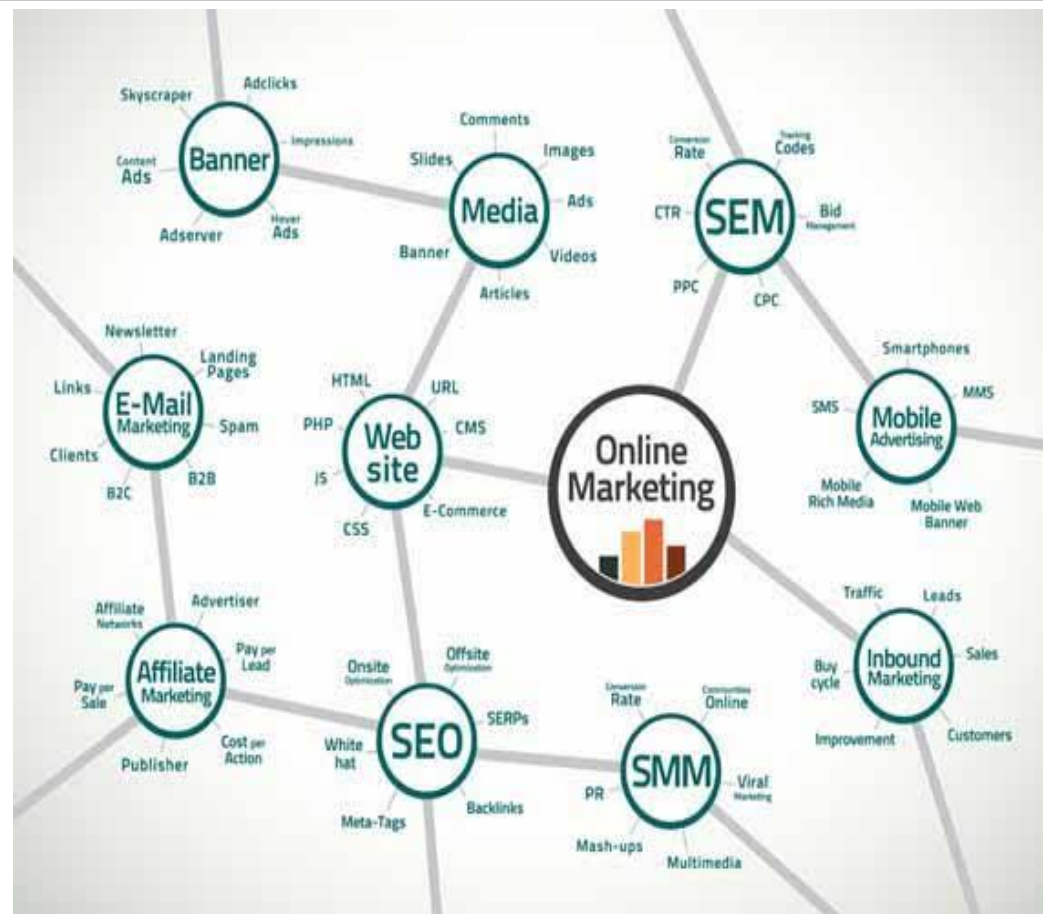
Hands-on training in e-marketing tools

التدريب العملي على أدوات التسويق الإلكتروني

Clarify the working mechanism of digital platforms and how to benefit from them in marketing the project's products,

the most prominent of which are:

- Search Engine Marketing
- Website Marketing
- Marketing through Virtual Communities
- Email Marketing
- Mobile Application Marketing



توضيح آلية عمل المنصات الرقمية وكيفية الاستفادة منها في تسويق منتجات المشروع

والتي من أبرزها:

-التسويق عبر محركات البحث

-التسويق عبر الموقع الإلكتروني

-التسويق عبر المجتمعات الافتراضية

-التسويق عبر البريد الإلكتروني

-التسويق عبر تطبيقات الهاتف المحمول

The trainees will be trained on e-marketing sub-tools that contribute to building e-marketing plans and evaluating results,

as the focus will be on tools that provide free use of them, most notably:

Google analytics / Google keyword planner / Similar web. / Hoot suite / Site Liner. / Mail Chimp / Semrush. / SEOptimer. / Buzz sumo. / Bitly: / Heap / Social Mention / Page speed



سيتم تدريب المتدربين على الأدوات الفرعية للتسويق الإلكتروني والتي تسهم في بناء الخطط التسويقية الإلكترونية وتقييم النتائج،

حيث سيتم التركيز على الأدوات التي توفر الاستخدام المجاني لها، ومن أبرزها:

Google analytics / Google keyword planner / Similar web. / Hoot suite / Ahrefs / Site Liner. / Mail Chimp / Semrush. / SEOptimer. / Buzz sumo. / Bitly: / Heap / Gtmertrix / Social Mention / Page speed insight

Teaching SEO techniques which include:

On-page linking: The technical improvement of website pages in order to enable their discovery by search engines.

Activating content technology (on site): It means publishing content compatible with the web.

Activating the (off site) link technology: There are several ways to enable access to it, including:

Ninja link: It means searching for important sites and contracting with them to place their site link.

Bait link: or what is called the bait; Any attraction of other sites with high-quality content stimulates the desire to share it



تعليم تقنيات تحسين محركات البحث والتي تشمل:

الربط عبر الصفحات (on page) : التحسين التقني لصفحات الموقع بغية تسهيل اكتشافها من قبل محركات البحث

تفعيل تقنية المحتوى (on site) : وتعني نشر محتوى متناسب مع الويب

تفعيل تقنية الروابط (off site) : هناك عدة طرق لتسهيل الحصول عليها, ومنها:

الرباط Ninja : ويعني البحث عن مواقع هامة والتعاقد معها على وضع رابط الموقع لديها.

الرباط Bait : أو ما يسمى بالطعم؛ أي جذب مواقع أخرى من خلال محتوى ذي جودة عالية يحفز الرغبة في مشاركته

Difficulties of e-marketing

صعوبات التسويق الإلكتروني

Certainly, in Syria, we can train the trainees of the "Hands" project on many techniques of e-marketing, especially those that can be accessed, but there are many difficulties that the government is working to overcome, including:

1The existence of electronic services that are not provided by international companies due to the sanctions against Syria.

2Weak communications infrastructure, a large part of which was disrupted due to the war.



من المؤكد أنه في سورية يمكن تدريب المتدربين في مشروع "هاندز" على العديد من التقنيات الخاصة بالتسويق الإلكتروني وخاصة تلك التي يمكن الوصول إليها، لكن هناك العديد من الصعوبات التي تعمل الحكومة على تجاوزها، من تلك الصعوبات:

- 1 - وجود خدمات إلكترونية لا تتيحها الشركات العالمية بسبب العقوبات على سورية.
- 2 - ضعف البنية التحتية للاتصالات والتي تعطل جزء كبير منها بسبب الحرب

In general, many studies classify the factors that negatively affect e-marketing in developing countries, including Syria:

ICT policy and infrastructure inhibitors (F1), lack of trust (F2), cognitive barriers (F3), cost factor (F4), online (shopping) experience limitations (F5), and online payment infrastructure barriers (F6)

بالعموم تصنّف العديد من الدراسات العوامل التي تؤثر سلباً على التسويق الإلكتروني في البلدان النامية ومنها سورية هي:

سياسة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومثبطات البنية التحتية، انعدام الثقة، الحواجز المعرفية، وعامل التكلفة، وقيود التسوق عبر الإنترنت، وحواجز البنية التحتية للدفع عبر الإنترنت

The following table shows the variables which are highly correlated with each of the six factors as follows:

Factors	Variables (Barriers)
Factor1 ICT policy and infrastructure inhibitors	Internet network is not stable
	Unavailability of other supporting new ICT infrastructures
	Poor Internet connection speeds
	Internet Taxes are high
	Lack of qualified personnel with e-commerce expertise
Factor 2 Lack of trust	Unreliable and long delivery times
	Problems in returning products online
	Lack of privacy of information online
	Lack of Online security
	Lack of online customer care service
Factor 3 Cognitive barriers	Lack of English language skills
	Lack of awareness and knowledge of e-commerce benefits
	Inadequate literacy in Internet and computer usage
	Lack of good quality of Arabic content online
Factor 4 Cost factor	High cost of entry (cost of acquiring a computer, mobile phone, etc.)
	High Internet access fees and telephone charges
	Lack of electrical supply
Factor 5 Online (Shopping) experience limitations	Hard to find what you are looking for
	Lack of enjoyment in shopping online
	Poor or user unfriendly web site design
Factor 6 Payment infrastructure barriers	Lack of available online payment methods (such as credit cards)

Supportive measures for e-marketing

various initiatives have been introduced by the Syrian government to activate and promote the e-commerce services and its applications in Syria:

The development of the Public data network (PDN) project through the Syrian Telecommunications Corporation. In addition, the Syrian government has presented many initiatives and projects such as: The E-Signature Legislation Project, the Intellectual Property Protection Project, and the National Program for Strengthening the Information Technology Initiative (United Nations Development Program - Syria)

أطلقت الحكومة السورية مبادرات مختلفة لتفعيل وتعزيز خدمات التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في سورية :
تطوير مشروع شبكة البيانات الوطنية العامة من خلال مؤسسة الاتصالات السورية،
بالإضافة إلى ذلك، قدمت الحكومة السورية العديد من المبادرات والمشاريع مثل: مشروع تشريع التوقيع الإلكتروني، ومشروع حماية الملكية الفكرية، والبرنامج الوطني لتعزيز مبادرة تكنولوجيا المعلومات برنامج الأمم المتحدة الإنمائي - سورية.

On the other hand, The Syrian Ministry of Communications and Technology has declared that there are many new services and plans with regard to the e-government project including e-commerce applications that has been introduced by the Ministry of Foreign Affairs

But so far there is an inadequacy in conducting out financial transactions through the Internet by both consumers and companies.

In spite of this, we will work on training the trainees in the "Hands" project on the available and possible electronic technologies, which we believe are less costly, time and effort than traditional marketing under the current circumstances in Syria.

من ناحية أخرى، أعلنت وزارة الاتصالات والتكنولوجيا السورية أن هناك العديد من الخدمات والخطط الجديدة فيما يتعلق بمشروع الحكومة الإلكترونية بما في ذلك تطبيقات التجارة الإلكترونية التي تم طرحها من قبل وزارة الخارجية. ولكن حتى الآن هناك قصوراً في إجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت من قبل المستهلكين والشركات على حد سواء. وبالرغم من ذلك سوف نعمل على تدريب المتدربين في مشروع "هاندز" على التقنيات الإلكترونية المتاحة والممكنة التي نعتقد بأنها أقل تكلفة ووقت وجهد من التسويق التقليدي في ظل الظروف الراهنة في سورية.

What has been added to the (Design and Implementation of Traditional Architecture Elements) course:

- Enabling the student with the principles of e-marketing
- Enabling the student with a content marketing strategy (blogging - creating content)



ما تمت إضافته لمقرر تصميم وتنفيذ مفردات معمارية
تراثية تزيينية

تمكين الطالب من مبادئ التسويق الإلكتروني.

تمكين الطالب من استراتيجيات التسويق عبر المحتوى
(التدوين – إنشاء المحتوى)

What has been added to the Etching and printing course :

- Enabling the student with the principles of e-marketing
- Enabling the student to Search Engine Optimization strategy (On-page SEO/ Off-page SEO)
- Enabling the student with an email marketing strategy (creating and testing targeted email lists)



ما تمت إضافته لمقرر الحفر والطباعة

تمكين الطالب من مبادئ التسويق الإلكتروني.

تمكين الطالب من استراتيجيات التسويق عبر محركات البحث (العوامل الداخلية والخارجية)

تمكين الطالب من استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني (إنشاء قوائم الإيميلات المستهدفة واختبارها)

What has been added to the Sculpture course_:

- Enabling the student with the principles of e-marketing
- Enabling the student with the influencer marketing strategy (focusing on influencers)
- Enabling the student with a paid advertising strategy (general - programmed)



ما تمت إضافته لمقرر النحت

تمكين الطالب من مبادئ التسويق الإلكتروني.

تمكين الطالب من استراتيجيات التسويق عبر المؤثرين (التركيز على المؤثرين)

تمكين الطالب من استراتيجيات التسويق عبر الإعلانات المدفوعة (العام - المُبرمَج)

What has been added to the Sculpture course_:

- Enabling the student with the principles of e-marketing
- Enabling the student with social media marketing strategy (choosing the right channel - interacting)



ما تمت إضافته لمقرر الورش والنماذج

تمكين الطالب من مبادئ التسويق الإلكتروني.

تمكين الطالب من استراتيجيات التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي (اختيار القناة الملائمة - التفاعل)

What has been added to the Material technology and manufacturing methods course_:

- Enabling the student with the principles of e-marketing
- Enabling the student with the marketing strategy by conversion-rate-optimization
- (Number and orientation of visitors)



ما تمت إضافته لمقرر تكنولوجيا المواد وطرائق التصنيع

تمكين الطالب من مبادئ التسويق الإلكتروني.
تمكين الطالب من استراتيجيات التسويق عبر تحسين
معدل التحويل (عدد الزوار وتوجيههم)