

دراسة حالة إبتكار إجتماعي

ANOU

تفاصيل المبادرة التي وضعتها Anou :

Anou هي تعاونية خدماتية تقدم عدة عروض للمستفيدين من خدماتها، والهدف من هذه المبادرة ثلاثي: جعل الحرفيين مستقلين، وإعطاء قيمة لعملهم، وضمان استدامتهم الاقتصادية.

• التكوين على استخدام المنصة الرقمية : بمجرد أن تعبر التعاونية عن رغبتها في الانضمام إلى المنصة، يقوم أحد أعضاء Anou بزيارتها لتكوين أعضائها على استخدام الموقع وكيفية مرور عملية البيع، وبما أن هناك من المستخدمين من لا يعرفون القراءة والكتابة، فقد طورت Anou أداة مناسبة يمكن استخدامها بسهولة عبر الهاتف الذكي، بفضل رسوم توضيحية.

• التسويق : يقوم فريق Anou بتسويق المنصة لجلب الزوار إلى الموقع. المتابعة اللوجستية :

- تقوم Anou بتتبع طلبات الزبناء، وتتأكد من تسجيل الحرفيين لها في دفتر الطلبات الخاص بهم.
- توفر Anou المواد الأولية التي يحتاجها الحرفيون في الإنتاج، مثل الصوف والأصباغ، من أجل ضمان معايير الجودة ومطابقة المواد المستخدمة. وهكذا تدفع Anou تكلفة المواد الأولية، قبل استرجاع الأموال عند بيع المنتجات.
- تستقبل Anou المنتجات النهائية، وتقوم بتصديرها للزبناء على المستوى الدولي، حيث أنها قادرة على شحن المنتجات إلى جميع البلدان عبر خدمة DHL express. ويستغرق الشحن من 7 إلى 14 يوماً.

يمكن للزبون أيضًا طلب منتج خاص، إذا كان يرغب في تغيير أبعاد أو ألوان زربية مثلًا. في هذه الحالة، تعرض Anou على الزبون متابعة الإنتاج، ويرسل له يومًا بعد يوم تقدم عملية الصنع.

Anou

يواجه الحرفيون المغاربة عددًا كبيرًا من الصعوبات في تثمين معرفتهم الفنية. رغم استمرارية هذه المعرفة من جيل إلى جيل، إلا أن منتجاتهم تعاني من نقص في التسويق، وولوج محدود للأسواق والوساطة القوية. وتؤثر محدودية منافذ بيع المنتجات، بشكل خاص على الحرفيين الذين يعيشون في المناطق المعزولة، خاصة في المناطق الجبلية. ومن أجل ضمان توزيع منتجاتهم في أسواق المدن المغربية الكبرى، يلجأ هؤلاء الحرفيون إلى وسيط. ويؤدي الافتقار إلى الشفافية في سلسلة القيمة، إلى تعامل الحرفيين مع الوسيط فقط الذي يشتري منهم المنتجات، دون أن يطلعوا على أسعار السوق وهوامش الربح، التي غالبًا ما تكون مرتفعة، والتي يستفيد منها الوسيط فقط. ويحد هذا النظام أيضًا من تسويق منتجات الحرفيين دوليًا.

يمكن موقع Anou الحرفيين من عرض منتجاتهم عبر الإنترنت على منصة خاصة. وبالتالي، يتمكن الحرفيون من الولوج إلى سوق أكبر، والاستفادة من ظهور أفضل، حيث يمكن للزبناء الولوج إلى المعلومات المتعلقة بهم، ويضمن وضع منتجاتهم على الإنترنت أيضًا التحكم في أسعارها، ويطبق الموقع هامشًا ثابتًا وشفافًا بنسبة 20% (مقابل أجره). ويقدم Anou أيضًا تكوينًا للمستخدمين الحرفيين على التكنولوجيا الرقمية، من أجل إزالة الحاجز التكنولوجي الذي قد يمنع البعض من الاستفادة من خدمات المنصة.

Anou تعني منبع المياه بالأمازيغية، وهذا المنبع هو: نقطة التقاء وأساس أي مجتمع قروي مغربي. وبالتالي، يهدف المشروع إلى تكوين مجتمع من الحرفيين المغاربة في جميع أنحاء البلاد.

يستهدف Anou حرفيي المنتجات التقليدية، مثل الزرابي والجلود والمجوهرات والديكور ومختلف الأكسسوارات. وغالبًا ما يتم تجميع هؤلاء الحرفيين في شكل تعاونيات، حيث يمثلون عدة مناطق مختلفة من المغرب، ويعد الحرفيون الذين يعيشون في المناطق النائية الأكثر حاجة للمنصة. أصبح التواصل المباشر الشفهي، هو الرافعة الأولى للتواصل لـ Anou من خلال المعارض. وبمجرد أن يعرف الحرفيون المشروع، فإن التعاونيات هي التي تتصل بـ Anou للانضمام إلى المنصة.

وقع النموذج

أتاح النموذج الذي اقترحتة Anou في منح الحرفيين إمكانية الولوج إلى المجال الرقمي، بينما لم يسبق أن استخدمه جزء كبير منهم، وقد تم تعزيز الولوج إلى التكنولوجيا، من خلال إجراء تكوينات، وتكييف المنصة مع احتياجات المستخدمين.

بالإضافة إلى الولوج للتكنولوجيا، مكّنت رافعة التواصل الرقمي الحرفيين من إيجاد منافذ جديدة لبيع منتجاتهم، وتسويقها دولياً. أتاحت المنصة أيضاً الترويج لعمل الحرفيين، وإبراز معرفتهم الفردية لدى الزبناء.

لقد مكن نظام الأجر لدى Anou، من ضمان أجر عمل مختلف المتدخلين في سلسلة القيمة، مما يسمح لهم بالعيش من نشاطهم، وكذلك التوزيع الشفاف للقيمة. وبهذا أدى النموذج إلى نمو واستقرار دخل الحرفيين بمرور الوقت. حيث إنه قبل الانضمام إلى المنصة، كان بعض الحرفيين يمضون شهوراً دون بيع منتج واحد، وهذا النقص في المبيعات يجعل الدخل السنوي منخفضاً جداً للعيش من هذا النشاط. وبعد الانضمام للمنصة، أصبح الحرفيون يكسبون ما معدله 2000 درهماً شهرياً، ويمكن أن يصل البعض إلى 50000 درهم في السنة. اليوم، هناك ما يقرب من 1500 حرفي نشط على المنصة.