

دليلك المختصر لبيع المنتجات الرقمية



محمد الزاير

دليل المختصر

لبيع المنتجات الرقمية

تأليف:

محمد الزاير



محمد الزاير

حاصل على درجة البكالوريوس في إدارة الأعمال مسار نظم المعلومات الإدارية من جامعة الملك عبد العزيز - جدة - المملكة العربية السعودية عام ٢٠١١، يعمل في مجال التسويق الإلكتروني منذ العام ٢٠٠٩.

حاصل على درجة الماجستير في إدارة سلسلة التوريد MSc in National Institute for Supply Chain Management Transport and Logistics, Dublin Institute of Technology - دبلن - إيرلندا (٢٠١٤).

مؤسس مدونة تطوير الأعمال الإلكترونية e-bus.net والتي تعنى بتطوير الأعمال والتسويق الإلكتروني والربح من الإنترنت.

إهدا وشكرا

إلى كل من دعمني من الأهل والأصدقاء ... أهدي هذا الكتاب لكم جميعاً مع خالص الشكر والامتنان. كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير لفريق عمل منصة أسناد [AsnadStore.com](#) على الدعم الكبير الذي قدموه من أجل إظهار هذا الكتاب بأفضل صورة.

الفهرس

٧	تقديم
٨	١. نفاثات قلم.
٩	٢. الثورة التجارية في الشبكة الغنبوية.
١١	٣. التجارة الإلكترونية في العالم العربي.
١٢	من نفس الناجحين
١٣	١. فؤاد بدوي - مصمم.
١٤	٢. آدم هوروبيتز - مسوق إلكتروني.
١٤	٣. هيوب هاوي - ناشر إلكتروني.
١٧	ما هي المنتجات الرقمية؟
١٨	١. ما هي المنتجات الرقمية؟
١٩	٢. ما الذي يمكنك بيعه؟
٢٣	منتج الشخصي؟ أم منتجات الآخرين؟
٢٥	١. التسويق لمنتجات الآخرين.
٢٩	٢. إعداد منتجك الخاص.
٣١	٣. إعداد منتج خاص بواسطة شخص آخر.
٣٤	إعداد المنتج
٣٥	١. فكر، خطط، ثمنفذ!
٣٥	٢. بدايتنا فكرة.

٤١	٣. خطة عملك والمسار الصحيح.
٤٦	٤. حان وقت التنفيذ.

التسويق والحصول على العملاء ٤٩

٥٠	١. تسعير المنتجات.
٥٩	٢. تسويق المنتج والحصول على العملاء.

المبيعات وما بعد المبيعات ٩١

٩٢	١. التسويق والمبيعات، هل هناك فرق؟
٩٣	٢. تصميم صفحة المبيعات Landing Page.
٩٧	٣. الاستفسارات والأسئلة الشائعة.
٩٨	٤. ماذا بعد البيع؟

إدارة أموالك ١٠١

١٠٢	١. نقطة البداية.
١٠٤	٢. إدارة الأموال.

كيف تحمي منتجك من القرصنة؟ ١٠٩

١١٠	١. أصل المشكلة.
١١٢	٢. مثال عملي.

ابدأ مع أسناد ١١٧

١١٧	١. لماذا أسناد؟
١١٩	٢. سجل، صمم، انشر ... حقق الأرباح!
١٢٣	٣. قصة نجاح على أسناد.

كلمةأخيرة! ١٢٧

بيكاليكا



هل تطمح لبيع منتجاتك الرقمية عبر الانترنت؟

استثمر مهاراتك التقنية وأطلق منتجًا رقميًّا يحقق لك دخلاً عبر بيعه على متجر بيكاليكا

أطلق منتجك الآن

تقديم

”هل ستختار أن تعيش حياتك بناء على الطريق ”الأسهل“ أم الطريق ”الأخير“ كل إنسان في الحياة لديه الحرية أن يختار طريق حياته!“

أحمد الشقيري

أ. نفاثات قلم.

هل لك أن تغمض عينيك لدقائقه وتخيل كيف يمكن أن تكون حياتك بلا إنترنت؟

بالتأكيد أنّ أموراً كثيرة قد أتت إلى مخيلتك، فعدم وجود الإنترت يعني فقدان التواصل مع الأهل والأصحاب عبر برامج الاتصال الفوري، وعدم القدرة على مشاركة الصور والفيديو وكل جديد مع الأصدقاء من خلال الشبكات الاجتماعية، بل أن هناك أموراً أخرى أكبر وأكثر تعقيداً من ذلك حيث سيحصل خلل كبير حتّى في المعاملات الحكومية وعمليات التجارة العالمية والتي أصبحت تعتمد على شبكة الإنترت في كلّ شيء تقريباً. إن شبكة الإنترت دخلت إلى الجزء الأكبر من مكوّنات حياتنا وطورت حياة البشرية نحو الأفضل، وحتى مع معرفتنا بوجود بعض الجوانب السلبية في هذه الشبكة؛ إلا أنّ تلك الجوانب لا توافي ولو بنسبة بسيطة الإيجابيات الكثيرة للإنترنت، ومع كثرة الاعتماد عليها في مختلف المجالات أصبح من الصعب أن نعيش بدونها.

وكم ساهمت شبكة الإنترت في نشر الثقافة والعلم على مختلف الأصعدة، فإنها أيضاً ساهمت في العديد من الأمور الأخرى ومنها ظهور العملية التجارية، وفتحت فرصاً كبيرة للشركات و حتّى الأفراد لتوسيع نشاطهم التجاري.

في ظلّ التنافسية الشديدة في أسواق العمل أصبح الحصول على وظيفة مناسبة أمراً صعباً في كثير من الأحيان، وفي أغلب المجتمعات يكون الطلب على الوظائف أكبر من مجموع الوظائف التي تعرضها الشركات والمنظمات المختلفة سواء الحكومية أو الخاصة، وهذا خلق حالةً من الإحباط لدى الكثيرين، فهم غير قادرين على الحصول على وظيفة مناسبة، وفي نفس

الوقت قد لا يمتلكون الإمكانيات المادية والفنية التي تؤهلهم للبدء في إنشاء مشروعهم الخاص.

إذا كنت واحداً من أولئك أو حتى إن لم تكن منهم وكانت لديك وظيفة ولكن طموحك يمنعك من الاعتماد على الوظيفة فقط وأردت أن تبدأ عملك الحُرّ لتحقيق المزيد من الدخل والاستقلالية، فأنا أدعوك لقراءة هذا الدليل المختصر بتمعن لتتعرف على المنتجات الرقمية وكيف يمكنك البدء بيها، والمفاجأة السارة أنه يمكنك أن تبدأ بالعمل من دون رأس مال في كثيর من الأحيان، فكل ما تحتاج إليه لتتمكن من البدء، جهاز كمبيوتر وخط اتصال بالإنترنت بالإضافة إلى العمل الجاد والرغبة بالنجاح.

إذا كنت لا تؤمن بهذا النوع من الأعمال وتعتقد أنها غير مجدية، فأنا أدعوك لأن لا تتعجل، وبعد قليل سأطلعك على قصص نجاح ستغير دون شك من هذا الاعتقاد ولكن بعد أن نستعرض بشكل مختصر بعض المحطات الرئيسية لتطور العملية التجارية في شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى لمحات عن وضع الشراء الإلكتروني في العالم العربي.

أنصحك بالابتعاد عن مصادر الإزعاج وإعداد كوب من القهوة لتبأ عملك بكل نشاط وتركيز وتكون قادراً على البدء في بناء مستقبلك .

٢. الثورة التجارية في الشبكة العنكبوتية.

أتاحت الإنترنلت للاستخدام العام في سنة ١٩٩١ فظهرت الشبكة العالمية Wide Web، وتطورت سريعاً حتى بدأت تستخدم في الأعمال التجارية، وبدأ مصطلح التجارة الإلكترونية والذي يشير إلى إجراء العمليات التجارية عبر شبكة الإنترنلت بالانتشار، ودون الخوض في كثير من التفاصيل سنتطرق إلى لمحات حول التجارة الإلكترونية.

بالتأكيد أَنَّك تعرف الموقع العالمي Amazon.com، حيث يُعتبر من أوائل المشاريع التجارية على شبكة الإنترنت وقد أسسه الأمريكي جيف بيزوس في العام ١٩٩٤، وسرعان ما حقق هذا الموقع نمواً كبيراً وأصبح أحد أهم الشركات التجارية على مستوى العالم، وقد يدهشك أن تعرف أن الشركة قد حققت دخلاً مقداره ٢٥.٦ بليون دولاراً في الربع الأخير فقط من العام ٢٠١٣ حسب تقرير منشور على موقع فوربس!

لا شك بأنَّ النجاح الهائل الذي حققه Amazon و eBay وغيرها من المواقع التجارية الكبرى على شبكة الإنترنت يشير إلى الإقبال الكبير على الشراء الإلكتروني، وهذا ما نرغب بالوصول إليه، فلو لم يكن الكثير من المستهلكين مقبلين على الشراء من الإنترنت؛ لما استطاعت هذه الشركات وغيرها من الجهات التجارية والأفراد تحقيق النجاح أبداً، فالمستهلك هو المحور وهو من يصنع الربح لأي جهة تجارية.

٢٩.٣ بليون دولار هي مجموع المبالغ التي دفعت على مستوى العالم في عمليات التجارة الإلكترونية للعام ٢٠١٣ وفقاً لتقرير المدفوعات الدولي.



ويَتَضَعُّ هذا جلياً إذا عرفنا أن [تقرير المدفوعات الدولي](#) ذكر بأن مجموع المبالغ المدفوعة لعمليات التجارة الإلكترونية في العام ٢٠١٣ حول العالم قد بلغت ٢٩.٣ بليون دولار بزيادة قدرها ٣.٩ بليون دولار عن العام ٢٠١٢، ويتوقع التقرير نفسه أن يصل المبلغ إلى ٣٨.٥ بليون دولار في العام ٢٠١٥. هذه الأرقام لها دلالة كبيرة على زيادة الاعتمادية على شبكة الإنترنت في عمليات الشراء على مستوى العالم.

٣. التجارة الإلكترونية في العالم العربي.

قد تقول بأن ما ذكر بالأعلى لا ينطبق على العالم العربي وأن دولنا العربية لا زالت بعيدة عن الدول الأخرى في الشراء الإلكتروني، والحقيقة أن هذا الأمر غير صحيح أبداً، فمن ناحية عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي يشير [تقرير المدفوعات من الموقع العربي](#) بيفورت إلى أن العدد قد قفز من ٢٠ مليون مستخدم في العام ٢٠٠٤ إلى ١٤١ مليون مستخدم في العام ٢٠١٤ أي بزيادة قدرها ١٢١ مليوناً خلال عشر سنوات.

الزيادة في عدد مستخدمي الإنترنت لعبت دوراً كبيراً في تطور التجارة الإلكترونية في العالم العربي، فقد يدهشك أن تقرير Payfort قد ذكر أيضاً بأن العالم العربي هو الأكثر والأسرع نمواً في مجال التجارة الإلكترونية في الوقت الراهن بنسبة نمو بلغت ٤٥% في العام ٢٠١٣، ومن المتوقع أن يستمر التّمُو خالل السنوات الثلاث القادمة خاصة مع زيادة انتشار البطاقات الائتمانية.

إذا فالواقع يُشير إلى أن العالم العربي يشهد نمواً كبيراً في مجال التجارة الإلكترونية، والمستهلك العربي يعكس الاعتقاد السائد يُقبل بشكل كبير على الشراء الإلكتروني في المجالات المتعددة، وهناك الكثير من التقارير التي تشير إلى سرعة نمو التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.

العالم العربي هو الأسرع نمواً في مجال التجارة الإلكترونية على مستوى العالم، وقد بلغ معدل النمو ٤٥% في العام ٢٠١٤.



هل غير ذلك من رأيك؟ تفضل الآن بقراءة ما تبقى من صفحات هذا الكتاب في صفحاته القادمة فلا زالت هناك الكثير من المفاجآت!

دورة إدارة تطوير المنتجات



مميزات الدورة

- ✓ شهادة معتمدة من أكاديمية حسوب
- ✓ إرشادات من المدربين على مدار الساعة
- ✓ من الصفر دون الحاجة لخبرة مسبقة
- ✓ بناء معرض أعمال قوي بمشاريع حقيقة
- ✓ وصول مدى الحياة لمحتويات الدورة
- ✓ تدريبات مستمرة على الدورة مجاناً

اشترك الآن



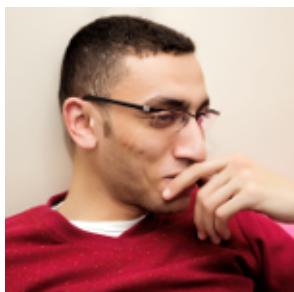
من قصص الناجحين

“إذا أحس أحد أنه لم يخطأ أبداً في حياته، فهذا يعني أنه لم يجرِ أي جديد في حياته!“

ألبرت أينشتاين

جرى الحديث في المقدمة حول بعض النقاط العامة حول التجارة الإلكترونية، والإحصائيات التي وردت فيها تشمل جوانب متعددة ومختلفة، وهي قد لا تعكس بالضرورة الصورة الحقيقية لمدى الإقبال على شراء المنتجات الرقمية تحديداً والتي هي محور حديثنا هنا، ولكن مهلاً فهناك الكثير من حق نجاحات كبيرة في مجال بيع المنتجات الرقمية، وأودُّ هنا أن أستعرض بعض النماذج كشاهد وإثبات على مدى ما يمكن تحقيقه في هذا العالم ليكون دافعاً لك على التركيز بشكل أكبر في قراءة هذا الكتاب وأخذ المعلومات الواردة فيه بجدية.

١. فؤاد بدوي - مصمم



تعتمد البدء بمثال عربي كي لا تظن بأن النجاح يتحقق للأجانب فقط! إذا كنت واحداً من مستخدمي منصة التدوين الشهيرة ووردبرس فإنك قد تكون سمعت عن قالب "صحيفة" الشهير والذي حقق نجاحاً باهراً في الموقع العالمي ThemeForest، فقد تجاوزت مبيعات القالب حتى الآن ١٢٠٠٠

نسخة لمشترين من مختلف دول العالم، وهذا القالب من إبداع المصمم المصري الشاب فؤاد بدوي، ووفقاً لإحصائيات الموقع؛ فقد تجاوز إجمالي مبيعات فؤاد بدوي المليون دولار في أقل من خمس سنوات لهذا القالب والعديد من القوالب الأخرى وبعض إضافات الووردبرس وهذا حسب الإحصائيات المتوفرة على صفحة المصمم في ThemeForest، وبالرغم من أن المصمم يبيع قوله على موقع أجنبى؛ إلا أن المشترين ليسوا أجنبىًّا فقط، بل أن هناك الكثير من العرب أيضاً.

٢. آدم هوروويتز - مسوق إلكتروني.



قبل خمس سنوات كان آدم هوروويتز في الثامنة عشر من العمر، وقد قام الشاب اليافع في ذلك الوقت بإعداد منتج رقمي يشرح فيه كيف استطاع تحقيق مبلغ مالي ضخم باستخدام التسويق عبر الهاتف النقال، وقد عرض منتجه الذي أسماه Mobile Monopoly على منصة التسويق بالعمولة

الشهيرة Clickbank، واستطاع آدم أن يحقق مبيعات هائلة من منتجه، وهذا ما شجعه على أن يعد المزيد من المنتجات المتنوعة والتي مكنته من أن يحقق أرباحاً لم تكن متوقعة بالنسبة إليه ويصبح أحد رواد الأعمال الناجحين! وفي مقابلة له في العام ٢٠١٠ على موقع JuniorBiz وأشار آدم بأنه استطاع أن يحقق مبلغاً تجاوز الـ ١٠٠,٠٠٠ دولار من المنتجين الخاصين به

.Cell Phone Treasure و Monopoly

آدم وقبل النجاح الذي حققه من بيع منتجه Mobile Monopoly كانت له ٣٠ محاولة فاشلة! فقد أنشأ الكثير من المواقع بهدف تحقيق الربح إلا أنه لم يُوفق في أي منها، ولكن هذا لم يمنعه من مواصلة طموحه والاستمرار في محاولاته لأن اليأس هو الطريق الأسهل للفشل!

٣. هيوب هاوي - ناشر إلكتروني.



لم يكن الكاتب الأمريكي هيوب هاوي يتوقع أن يتحقق روايته المسماة Wool والتي قام بنشرها كمنتج رقمي من خلال Kindle Direct Publishing وهي الخدمة التابعة لشركة Amazon والتي تتيح إمكانية نشر التأثير الأدبي

بشكل شخصي أن يحقق النجاح الهائل الذي وصل إليه. قام الكاتب بنشر الرواية في شهر يونيو من العام ٢٠١١، وفي شهر أكتوبر تمكّن من بيع ١٠٠٠ نسخة منها، وعندما لاحظ نجاح الرواية قام بتحويلها إلى سلسلة بدلاً من رواية منفردة.

لم تكن هذه الرواية هي الأولى له، ولكنه عندما لاحظ نجاحها استغل الأمر لصالحه بشكل جيد، ومع زيادة شهرة الرواية ازدادت عدد المبيعات وأصبح بين ٢٠ إلى ٣٠ ألف نسخة شهرياً، وتمكن الكاتب من تحقيق دخل شهري يصل إلى ١٥٠,٠٠٠ دولار الأمر الذي حفّزه لترك وظيفته والتفرغ لبيع منتجاته الرقمية كما ذُكر في مقابلة له على موقع [Writer's Digest](#)

بالتأكيد فإنّ هناك الكثير من القصص الأخرى لأشخاص آخرين استطاعوا تحقيق النجاح من خلال بيع منتجاتهم الرقمية المتخصصة في مجالات مختلفة، وما عرضته هنا ليس إلا ثلاثة نماذج محدودة تعكس مدى جدية العمل في مجال بيع المنتجات الرقمية، وهذا الواقع يُخالف الكثير من الآراء السلبية التي تنظر إلى هذا المجال نظرةً تشاؤميةً!

من الأمور الهامة التي يمكننا استخلاصها من خلال النماذج المعروضة أنّ الفشل في الوصول إلى ما نريده في بادئ الأمر ليس سبباً مقيناً للإحباط والتخلي عن الطموح، فهو لاء الناجون والكثير غيرهم لم يصلوا إلى ما وصلوا إليه دفعه واحدة أو بضربة حظ، بل كانت لهم العديد من التجارب التي لم يكتب لها النجاح، ولكن إصرارهم وعملهم المستمر مكّنهم في النهاية من تحقيق ما لم يكن متوقعاً بالنسبة إليهم في يوم من الأيام.



ما هي المنتجات الرقمية؟

”الحياة إما أن تكون مغامرةً جريئةً أو لا شيء!“

هيلين كيلر

المشاريع التجارية المتكاملة تحتاج إلى استثمار مالي، وهذا يحمل في طياته مخاطرة تتفاوت في نسبتها حسب حجم المشروع وفكرته، إلا أنه لا يمكن أن يضمن أحد بأن هناك مشروعًا مربحاً بنسبة ١٠٠٪، والأمر نفسه في المشاريع الصغيرة، فلو افترضنا بأنك اشتريت بعض إكسسوارات الهاتف المحمولة بهدف إعادة بيعها، وقد كلفتك هذه المنتجات مبلغ ٥٠٠ دولار، وقمت بإنشاء موقع تجاري على الإنترنت لهذه المهمة، فهل تضمن بأنك ستتمكن من بيع هذه المنتجات؟

من الممكن أنك قد قمت بعمل دراسة بسيطةٍ عن مدىنجاح البيع لهذه المنتجات قبل أن تُقدم على عملية الشراء، وقد كنت متوفلاً حينها، ولكن هذا لا يعني أنك ستكون متاكداً من تحقيق الربح لأن الدراسات هي أمور تقديرية قابلة للخطأ، فقد تتواجد بقلة المبيعات وضعفها، وربما لا تتمكن من تحقيق مبيعات تذكر وتُضطر لتخفيض السعر والبيع بخسارة من أجل التخلص من مخزون المنتجات المتوفّر لديك!

الأمر لا يقتصر على المخاطرة المالية فقط؛ بل أن هناك بعض المشاريع التي يصعب الانسحاب منها في حال الفشل بسبب الالتزامات التي تجعل أمر التخلص منها صعباً وهذا ما يشار إليه في عالم الأعمال بحواجز الخروج، فشركات الاتصالات على سبيل المثال لديها التزامات ضخمة أمام عملائها وأمام جهات أخرى متعددة، وهذا يجعل أمر تصفية مثل هذه الشركات والتخلص منها في حال الفشل أمراً في غاية التعقيد، وحتى بعض المشاريع الصغيرة والمتوسطة قد يصعب التخلص منها لنفس السبب فالأمر هنا لا يقتصر على الشركات الكبرى، وإنما تختلف درجة التعقيد كل ما زاد حجم المشروع.

المخاطرة المالية وعدم توفر رأس المال بالإضافة إلى الإجراءات النظامية والقانونية جميعها عوائق لبدء مشروع تجاري متكامل.



بالإضافة لكل ذلك فإن غياب الأفكار الجديدة والاعتماد على اقتباس مشاريع الآخرين خلق عدداً كبيراً من المنظمات التجارية ذات الأفكار المستهلكة والتي يُصبح من السهل لها أن تفشل أكثر من غيرها مما يتسبب في النهاية بخسائر مادية كبيرة.

بالطبع فإن هذه الأسباب لا يقصد من ذكرها الدعوة إلى الغزو عن العمل التجاري المتكامل، ولكنها بالدرجة الأولى قد تكون عائقاً للأشخاص الذين لا يمتلكون القدرة المالية ولا الخبرة الكافية لتأسيس مشروع تجاري من هذا النوع، ومن هنا بدأ الاهتمام يزداد بشكل كبير بالمنتجات الرقمية والتي يمكن إعدادها والتسويق لها دون تكلفة مادية تذكر في كثير من الأحيان!

١. ما هي المنتجات الرقمية؟

خلال تصفُّحك اليومي لشبكة الإنترنت لا بد وأنك رأيت الكثير من الأشخاص من يعرضون أعمالاً متعددة خاصة بهم للبيع، وهناك من يصمم بعض القوالب الجاهزة لمنصة التدوين وورد برس، وهناك من يقوم ببرمجة تطبيقٍ للهواتف الذكية، وآخر يقوم بإعداد كُتب إلكترونية في مجالات معينة ويعرضها للبيع في موقعه الشخصي أو من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أو بأي طريقة إلكترونية أخرى، وهذه كلها منتجات رقمية.

يمكننا أن نعرف المنتجات الرقمية بأنها أي منتج إلكتروني يمكن التعامل معه واستخدامه عبر الأجهزة الحاسوبية بأنواعها مثل أجهزة الكمبيوتر المحمول والهواتف الذكية والأجهزة اللوحية على سبيل المثال، فهي ليس منتجات ملموسة وإنما منتجات يتم نقلها إلكترونياً من البائع للمشتري.

ما يميز هذا النوع من المنتجات أن إعدادها والتسويق لها لا يحتاج لخبرة كبيرة بالعمل التجاري، وأيضاً لا يترب على الكثير منها التزامات مادية وقانونية، فعند رغبتك بإعداد منتجات رقمية خاصة بك وبيعها على شبكة الإنترنت فلن تكون ملزماً (في أغلب الأحيان) من أن تحصل على ترخيص لمواصلة العمل، كما لا ينطوي البدء في العمل على التزامات مالية كبيرة قد لا تكون قادراً على توفيرها أو أن تكون غير قادر على تحمل خسارتها، وبذلك تكون هذه المنتجات خياراً رائعاً للبدء في عملك الشخصي دون وجود التزامات تذكر بعكس الحال في المشاريع التجارية المتكاملة.

المنتج الرقمي هو أي منتج يتم التعامل معه من خلال الأجهزة الإلكترونية فقط، مثل الكتب الإلكترونية وقوالب الواقع ونحوها.



ولعل زيادة الاعتمادية على شبكة الإنترنت من قبل ملايين الأشخاص حول العالم عامل مشجع كي تبدأ رحلتك في إعداد منتجات رقمية تساعدك على تحقيق دخل مالي جيد، فالقصص لأشخاص استطاعوا أن يحصلوا على استقلاليتهم المالية من خلال بيع المنتجات الرقمية متنوعة ومُتعددة، وهي دون شك عامل تحفيز كبير لك للبدء.

٢. ما الذي يمكن بيعه؟

لعلك تسأل نفسك حالياً، هل المنتجات الرقمية تقتصر على أعمال التصميم والبرمجيات وإعداد الكتب؟ والجواب هو لا، فالمنتجات الرقمية أكبر وأوسع من ذلك، ويمكن أن تشمل الكثير من الأمور التي يمكن إعدادها رقمياً، وسنذكر هنا بعض الأفكار كنماذج فقط.

- ١. الصور الفوتوغرافية:** قد تدهش إذا عرفت بأن الصور الفوتوغرافية يمكن أن تكون منتجًا رقميًّا، فهناك العديد من المواقع التي تتيح بيع الصور الخاصة بك، والأمر لا يقتصر على بيع الصورة مرة واحدة؛ بل يمكن بيع الصورة الواحدة عدداً غير محدود من المرات لعملاء مختلفين، ويستخدم المشترون الصور في أمور متعددة مثل أعمال تصميم الواقع أو المنشورات الإعلانية أو على أغلفة المجلات والكتب، ومن الواقع التي تتيح بيع الصور موقع [PhotoDune.net](#) الشهير، فإذا كنت مصوراً فوتوغرافيًّا ولديك القدرة على إخراج صور مميزة واحترافية، يمكنك حينها أن تبيع صورك كمنتجات رقمية!
- ٢. صناعة الخطوط:** خطوط الكمبيوتر الآلي المميزة يمكن أن تصبح منتجًا رقميًّا ناجحًا، فإذا كنت من مُحترفي صناعة الخطوط سواء العربية أو الإنجليزية فإن هذا سيفتح لك المجال لتبدأ عملك الشخصي الجديد. هناك تجربة ناجحة في بيع خط حاسوبي كمنتج رقمي، وهو [خط فلاط](#) لمجموعة جذور للتصميم، هذا الخط المميز معروض للبيع على منصة [أنساند](#) وقد حقق نجاحًا كبيرًا ولاقى استحسان الكثيرين.
- ٣. إنتاج الفيديو:** كثير من الجهات التجارية وحتى الأفراد يحتاجون لإنتاج مقاطع فيديو إعلانية لمختلف المجالات والتخصصات، وهذا ما أدى إلى ظهور المقاطع الجاهزة التي يقوم أصحابها بتصميمها من خلال إحدى برامج إنتاج الفيديو المعروفة، ومن ثم إعادة بيعها كمنتج رقمي بحيث يكون متاحًا للمشتري أن يجري التعديلات الازمة على الفيديو ليصبح ملائماً لاحتياجه، وإنتاج الفيديو من الأمور الرائعة التي يمكن من خلالها تحقيق نجاحٍ كبير.

٤. إعداد الإضافات البرمجية لمنصة وورد يرس: تعتبر منصة وورد يرس أشهر منصة

للتدوين على شبكة الإنترنت لفئة المحترفين، وما يميز هذه المنصة إمكانية تطويرها للأغلب أنواع الواقع ولا يقتصر استخدامها على المدونات فقط، فيمكن أن تستخدم في الواقع الإخبارية، والواقع التجارية، والمتججر الإلكتروني، وغيرها من أنواع الواقع المختلفة، وهذا ما جعل الإقبال على استخدامها كبيراً جداً، حتى أن العديد من الواقع العالمية الشهيرة تعتمد على هذه المنصة وتسخدمها في مواقعها، ومن المميزات التي تتتوفر في وورد برس إتاحة الإضافات البرمجية والتي يمكن استخدامها لأداء الوظائف المختلفة، فنجد مثلاً إضافات مخصصة لتنظيم البانرات الإعلانية، وأخرى لصناعة نماذج المراسلة، وثالثة تعمل كنظام لتذاكر الدعم الفني وهكذا، ويمكن تحقيق نجاح كبير من إعداد إضافة وورد برس وبيعها كمنتج رقمي خاص إذا كانت فكرة الإضافة جديدة ومفيدة للمستخدمين في نفس الوقت.

٥. الدروس المائية: هل تمتلك موهبة الشرح والإلقاء؟ يمكنك أن تستغل موهبتك في إعداد

دروس مرئية تعليمية في مجال اختصاصك وتبيّنها كمُنْتَجٍ رقمي، فالبعض يفضلون هذه الطريقة بدلاً من إعداد الكتب الإلكترونية، وكذلك يفضل بعض المتلقين أن تكون الدروس مرئية بدلاً من الدروس المكتوبة لأن ذلك يساعدهم على التفاعل بشكل أكبر.

٦. كتيبة التغريدات التجارية: هناك الكثير من الجهات التجارية والأفراد الذين يقومون

بالتسويق عبر تويير ولا يجدون الوقت أو القدرة لكتابة تغريدات مناسبة لعملهم التجاري، ومن هنا بدأ العديد من الأشخاص بكتابة تغريدات تتناسب مع الأنشطة التجارية المختلفة بصياغة تسويقية جميلة ومن ثم بيعها.

ويمكنك أن تختار نشاط تجاري معين و تقوم بكتابة عدد من التغريدات التسويقية والّتي تتناسب مع هذا النشاط ومن ثم تقوم ببيعها كباقة متكاملة، ويُمكن أن تعمل على إعداد عدة باقات ل تستهدف بها أنشطة مُختلفة ومُتنوعة!

لعل هذه النماذج تفتح أمامك أفقاً أوسع للتفكير في المزيد من المنتجات الرقمية والتي يمكنك العمل على إعدادها وبيعها، فالأمر كما رأيت لا يقتصر على الكتب الإلكترونية أو التصميم والبرمجيات، بل يتعداه إلى مجالات واسعة ومتعددة، فقط اجلس باسترخاء وحاول أن تبدأ بالتفكير انطلاقاً من المواهب والقدرات التي تمتلكها لتتمكن من وضع تصوّر لمنتجك القادم.

قبل أن تواصل القراءة، استرخ قليلاً وأغمض عينيك، فكر في كل المهارات التي تمتلكها مهما كانت، ومن ثم ابدأ بكتابتها على ورقة.

بعد أن تنتهي من ذلك، حلل كل مهارة بالشكل المناسب وضع تصوّراً في الكيفية التي يمكن من خلالها أن تستفيد من هذه المهارة في صناعة مُنتج رقمي مميز.

مثال: إصلاح الحاسوب الآلي من المهارات التي تمتلكها، يمكن الاستفادة من هذه المهارة في

إعداد مُنتج رقمي مثل:

- كتاب إلكتروني مصور يشرح كيفية إصلاح المشكلات الشائعة في الحاسوب الآلي.
- دروس فيديو مصورة تشرح فيها بشكل تطبيقي بعض طرق الإصلاح الأساسية والهامة.

كرر هذه العملية مع كل مهارة تمتلكها، لت تكون لديك في النهاية مجموعة من البدائل، قارن بينها واختر ما تراه أكثر تميزاً، وكذلك تجد نفسك أكثر إبداعاً فيه. باختيارك للمنتج المناسب، أنت الآن مستعد لتكمل المشوار!

بيكاليكا



هل تطمح لبيع منتجاتك الرقمية عبر الانترنت؟

استثمر مهاراتك التقنية وأطلق منتجًا رقميًّا يحقق لك دخلاً عبر بيعه على متجر بيكاليكا

أطلق منتجك الآن

٣

منتجك الشخصي؟ أم منتجات الآخرين؟

”لقد فشلت مرات ومرات ومرات متتالية، ولهذا نجحت!“

مايكل جورдан

كما هو الحال في المنتجات والخدمات المختلفة التي تتعامل بها شراء أو بيعاً في حياتك اليومية، فإن المنتجات الرقمية ينبغي أن تكون ذات قيمة حقيقة وتحقق فائدة للمشتري، فمن يفكر في إعداد منتج ضعيف لا قيمة حقيقية له بهدف كسب المال فقط لن ينجح أبداً، وحتى إن استطاع تحقيق بعض المبيعات في البداية؛ فإنه لن يتمكن من الاستمرار وتحقيق المزيد، لأنه ليس من القواعد أن يقدم أحد على شراء منتج معين سواء كان رقمياً أو غير رقمي من دون أن يحصل على فائدة تعادل القيمة المالية التي قام بدفعها أو تتجاوزها.

يجب أن يضيف المنتج الرقمي فائدة للمشتري تعادل أو تتجاوز قيمته المادية،
وإلا فإن مصيره سيكون الفشل دون أي شك!



بناء على ما ذكر بالأعلى، ينبغي دائماً أن تأخذ موضوع إعداد منتج رقمي جديداً على محمل الجد، ولعل الخطوات التي تسبق مرحلة الإعداد الفعلي للمنتج لها أهمية كبيرة لأنها تعمل بمثابة حجر الأساس لمنتجك، وبينى عليها كل نجاح يمكن تحقيقه في المراحل اللاحقة.

عند الحديث عن بيع منتج رقمي فيمكننا أن نذكر خيارات ثلاثة، فإذاً أن تقوم بإعداد منتج بنفسك كما كنّا نتحدث بالأعلى، وإما أن تسوق لمنتجات الآخرين، وال الخيار الثالث هو أن تبحث عن من يقوم بإعداد المنتج لك، سأستعرض البديل الثلاثة وأوضح معنى كل واحد منها وما هي مزايا وعيوب كل بديل، وسأبدأ بالتسويق لمنتجات الآخرين.

١. التسويق لمُنتجات الآخرين.

إذا كنت ترى نفسك بعد التفكير في المنتجات المختلفة غير قادر على إعداد أي منها بشكل شخصي، أو كنت لا تمتلك الوقت الكافي للقيام بذلك، أو حتى في حال عدم رغبتك أن تبذل جهداً في إعداد المنتج خشية أن لا تتحقق ما تطمح إليه من مبيعات، فإن كل تلك النقاط السالفة الذكر لا تعني أنك لن تتمكن من بيع المنتجات الرقمية والاستفادة من هذا العالم، والسبب أن هناك الكثيرين من أصحاب المنتجات الذين يتيحون الفرصة لأي كان بأن يقوم بتسويق منتجاتهم مقابل نسبة من المبيعات كعمولة.

في حال أنك لم تسمع عن التسويق بالعمولة من قبل دعني أشرحه لك باختصار. فكرة التسويق بالعمولة مبنية على وجود منتج لشخص ما ويقوم ذلك الشخص بعرضه للبيع، مع إتاحة الفرصة لمن يرغب بربح المال بأن يسجل في نظام تسويقي خاص للقيام بالعمليات التسويقية لذلك المنتج، ويحصل المسوق على رابط خاص به للتسيير، حيث يقوم المسوق بنشر الرابط بالطرق التسويقية المختلفة وبالتالي فعند قيام أي شخص بالنقر على ذلك الرابط وإتمام عملية الشراء؛ فإن العمولة تحسب تلقائياً للمسوق، إذا فالرابط الخاص يعمل بمثابة دليل على أن المسوق هو الذي جلب ذلك العميل لتحتسب له العمولة (انظر الشكل التوضيحي بالأسفل).

في حال عدم قدرتك على إعداد منتج خاص فيك لأي سبب كان، يمكنك التسويق لمُنتجات الآخرين مقابل عمولة من المبيعات.





تلك هي الفكرة العامة، ومنها انبثقت فكرة المنصات المتخصصة في التسويق بالعمولة، وتقوم فكرة هذه المنصات على وجود طرف ثالث بين صاحب المنتج والمسوق، حيث يعمل هذا الطرف ك وسيط بين الاثنين، فيمكن لصاحب المنتج أن يعرض منتجه، ليتمكن أي شخص يرغب بالتسويق لهذا المنتج من أن يحصل على رابط التسويق الخاص به ويستخدمه في عملياته التسويقية. الموضع الوسيط هنا هو طرف ثالث محايد، فليس هو بصاحب منتج ولا بمسوق، وإنما هي منصة يقوم الكثيرون من أصحاب المنتجات بالتسجيل فيها وعرض منتجاتهم، ويوجد بها في نفس الوقت الكثير من يرغبون بالعمل على تسويق تلك المنتجات.

المنصات الوسيطة لها فوائد متعددة، فهي تعطي الثقة أولاً للمسوق و تؤكده له بأن حفظه محفوظ، فلو كان صاحب المنتج يستخدم نظاماً للتسويق بالعمولة في موقعه الشخصي دون وجود موقع وسيط؛ فمن السهولة أن يقوم بخداعك كمسوق ولا يعطيك عمولتك، بينما الحال في المنصات

الوسيلة مختلفة حيث أن المبلغ يصل لتلك المنصة وهي تعطي كل ذي حق حقه. وبالإضافة لذلك فإنها تفيد أصحاب المنتجات في الحصول على عدد كبير من المسوقيين وبالتالي زيادة مبيعاتهم، ومن أشهر المنصات المتخصصة في التسويق بالعمولة الموقع العالمي الشهير [ClickBank](#).

قد تساءل نفسك الآن، ماذا لو قام أحد الأشخاص بالدخول لموقع المنتج عن طريق الرابط الخاص بي ولم يقم بالشراء، إلا أنه عاد مرة أخرى ودخل للموقع باستخدام الرابط الأساسي أو باستخدام رابط مسوق آخر وقام بالشراء، فهل سأخسر العمولة في هذه الحالة؟ هذا السؤال يحتاج لقليل من التفصيل. ما يميز شبكات التسويق بالعمولة أنها تحفظ ملف كوكيز في جهاز الزائر، وملفات الكوكيز هي الملفات الشائعة الاستخدام في شبكة الإنترنت بهدف التعرف على زائر معين عند تكرار دخوله للموقع، ولعل من الأمثلة الشائعة على استخدامها هو في حال الاحتفاظ بتسجيل الدخول في موقع ما.

فقد تقوم بتسجيل الدخول لبريدك الإلكتروني مثلاً وعندما تعود له مرة أخرى في وقت لاحق تجد أن ذلك الموقع قد تعرف على حسابك، وال فكرة هي نفسها في أنظمة التسويق بالعمولة، حيث يتم حفظ ملف كوكيز في جهاز الزائر ليتعرف عليه الموقع في حال عودته في وقت لاحق خلال مدة معينة على أنه قد أتي عن طريقك، وغالباً ما تكون تلك المدة ثلاثة ثلثون يوماً وقد تزيد أو تنقص حسب سياسة الموقع، وحتى لو قام المشتري بالدخول عن طريق رابط مسوق آخر؛ فإن العمولة ستتحسب للمسوق الأول. هناك حالة وحيدة قد تخسر فيها العمولة حتى إن عاد المشتري خلال المدة الزمنية المحددة، وهي إن قام ذلك الشخص بحذف ملفات الكوكيز من متصفح الإنترنت الذي يستخدمه.

شبكة إعلانات حسوب تمتلك منصة للتسويق بالعمولة، ولها العديد من الميزات الرائعة، فيمكن أن تجد عروضاً تتيح لك ربح المال من خلال بيع منتج أو خدمة، وعروض أخرى تسمح لك بالربح لمجرد جلب زائرين للتسجيل في موقع معين، وهي فرصة جيدة للبدء بتجربة هذا المجال، وما يميز شبكة حسوب أيضاً أنها تحفظ بالكوكيز لمدة ٩٠ يوماً وهذا يحافظ على حقوقك المالية كمسوق، حيث تحتسب لك العمولة في حال عودة الزائر لإتمام الشراء أو التسجيل خلال هذه المدة.

التسويق لمنتج الآخرين له مزايا وعيوب، فمن الجانب الإيجابي فإنه يوفر الوقت والجهد للخاصين بعملية إعداد المنتج، لأن الأمر لن يتطلب سوى البحث عن منتج مناسب، ومن حسناته أيضاً أنه يتيح التسويق لعدد غير محدود من المنتجات، فإذا كنت قادراً على إعداد منتج أو اثنين خلال فترة زمنية معينة؛ فإنه يمكنك أن تسوق للعديد من المنتجات لأشخاص آخرين في وقت واحد.

حتى وإن لم يقم الشخص المحال عن طريقك بالشراء من أول مرة، فإن العمولة ستتحسب لك في حال عودته وقيامه بالشراء لاحقاً خلال مدة معينة.



بالإضافة لما سبق فإنك كمسوق لن تكون مسؤولاً عن الدعم الفني للمنتج ولا عن أي من الأمور الإدارية والفنية الأخرى، لأن مهمتك تنتهي بجلب المشتري.

ومن الجانب الآخر فهناك سلبيات عديدة لهذه الطريقة، فقد لا تحيط أنت كمسوق بتفاصيل المنتج، وإنما تعتمد على المعلومات التي يوردها من قام بإعداده والذي لن يقدم منتجه وسيحاول أن يظهره بأفضل صورة، وليس من المنطقي أيضاً أن تقوم بشراء كل منتج رقمي ترغب بتسويقه لتتعرف عليه بشكل كامل.

كما أن من الجوانب السلبية الأخرى عدم حصولك على العمولة في حال عاد الزائر للشراء بعد انقضاء المدة المحددة للاحتفاظ بالكوكيز، أو في حال قام بمسح الكوكيز من جهازه.

بالنسبة للدخل المادي، فإنه من المتوقع أن تتحقق كصاحب منتج خاص دخلاً أكبر ممن يعتمد على تسويق منتجات الآخرين، وسيتضح السبب في الأسطر القادمة، إلا أن هذه ليست قاعدة دون شك.

٢. إعداد منتجك الخاص.

خلافاً للتسويق لمنتجات الآخرين فإن إعداد منتجك الشخصي يساعدك على مزيد من الإبداع بهدف إخراجه بأفضل صورة، ومع أن ذلك قد يأخذ منك الكثير من الوقت في التفكير والخطيط والتنفيذ؛ إلا أن النتيجة ستكون غالباً مشجعة وأفضل من الذي تحققه عند التسويق لمنتجات الآخرين، والسبب يعود إلى أن تعبك وجهتك في مرحلة إعداد المنتج سيحثانك على العمل الجاد والثبات من أجل تحقيق أكبر قدر من المبيعات بعكس الحال عند تسويقك لمنتجات الآخرين والذي قد تتركه وتصل إلى اليأس بشكل أسرع في حال لم تتمكن من تحقيق مبيعات خلال فترة زمنية قصيرة.

دائماً ما يشير الخبراء في مجال بيع المنتجات الرقمية إلى أن إعداد المنتجات الخاصة هي أفضل طريق لتحقيق الربح، فبالإضافة لما ذكرته بالأعلى؛ يعتبر إعداد منتج ناجح بمثابة تسويق للذات وفرصة ليعرفك الآخرون، وهذا يتتيح لك دون شك فرصاً كبيرة لمزيد من النجاح والتقدم مستقبلاً.

من يقوم بالتسويق لمنتجات الآخرين فإنه يعمل من خلف الكواليس، وبالتالي فإن من يقوم بشراء المنتج لا يعرف عنه شيئاً في غالب الأحيان، بينما يكون الوضع مختلفاً بالنسبة لصاحب المنتج.

لتتضح الصورة نأخذ المثال التالي، لنفترض بأنك تقوم بالتسويق ل قالب مخصص لمنصة وورد برس مقابل عمولة من المبيعات، وتستخدم طرقاً متعددة للترويج للمنتج مثل موقعك الشخصي، شبكات التواصل الاجتماعي، المنتديات، وغيرها من الطرق المختلفة، فإنك في هذه الحالة ستبذل جهداً كبيراً عند في العملية التسويقية، وعند اختيارك لمنتج آخر في وقت لاحق فإنك ستبذل نفس الجهد أيضاً لأنك تقوم بالتسويق لمنتج جديد لا يعرفه الناس، وبالتالي فإن دخلك سيكون محدوداً ويتناسب مع مقدار الجهد المبذول، وهذا لن يمنحك الفرصة لتوسيع نشاطك التجاري.

إعداد منتجك الشخصي يساعدك على أن تحقق أرباحاً أكبر من التسويق لمنتجات الآخرين، ويفتح أمامك أبواباً أوسع للعمل مستقبلاً.



لنقلب المثال الآن ونقول بأنك من قام بتصميم القالب وعرضه للبيع كمنتج شخصي، بالطبع فإنك ستبذل جهداً كبيراً في البداية لتحصل على عدد من المبيعات، وعند حدوث ذلك؛ وب مجرد أن ينال المنتج على إعجاب مستخدميه، فإنك ستلاحظ بأن المبيعات قد بدأت بالزيادة بمجهود أقل من السابق، وهذا سيفتح لك مجالات كثيرة لتحقيق المزيد من الربح، فعند قيامك بإعداد منتجات جديدة فإن هذه المنتجات مرشحة للنجاح، والسبب بأن الناس قد عرفتك من المنتج الأول وهذا تكون لك سمعة لدى الناس. ولا يقتصر الأمر على ذلك فقط؛ بل قد تصلك الكثير من الطلبات لتصميم قوالب خاصة، وهذا يفتح لك المزيد من الفرص نحو تحقيق الأرباح جنباً إلى جنب مع بيع المنتجات الجاهزة!

٣. إعداد منتج خاص بواسطة شخص آخر.

بعد أن أقيمت نظرة على التسويق لمنتجات الآخرين وإعداد منتجك الشخصي وبيّنت ميزات وعيوب كل نوع منها، انتقل الآن للحديث عن الخيار الثالث وهو أن تبحث عن شخص متخصص ليقوم بإعداد منتج خاص باسمك.

تعتبر هذه الطريقة حلاً وسطاً بين الطريقتين السابقتين، فهي ستمكنك من أن تكون صاحب منتج خاص بدلًا من الاعتماد على التسويق لمنتجات الآخرين، وفي نفس الوقت ستتوفر عليك الوقت والجهد اللازمين لإعداد المنتج.

هناك حالات متعددة لأشخاص يلجؤون لمتخصصين في إعداد المنتجات الرقمية، فقد يكون الشخص الراغب بإعداد المنتج الرقمي قادرًا على إعداده ولكنه لا يمتلك الوقت الكافي لذلك أو لا يرغب ببذل الجهد اللازم لإنجاز المنتج، وبالتالي فإنه يلجأ لشخص خر ليقوم بالمهام. وقد يكون ذلك الشخص على معرفة بفكرة المنتج العامة وطريقة عمله أو فائدته إلا أن لديه بعض جوانب القصور التي تمنعه من إعداد المنتج شخصياً، أما الحالة الثالثة فهي لشخص لا يمتلك المهارات الالزمة لإعداد منتج معين بتاتاً فيلجأ حينئذ للبحث عن شخص ليساعده.

في بعض الأحيان يكون من الصعب أن تطرح منتجًا رقميًّا قام بإعداده شخص آخر باسمك الشخصي وتسوق له وكأنه منتجك الخاص وأنك من قام بإعداده، وهذا يتطلب خصوصاً على المنتجات التقنية، فلو افترضنا أنك غير مبرمج وبحثت عن شخص ليعد لك إضافة مخصصة لمنصة وورد برس ومن ثم قمت بتسويقهها، فهل تضمن في هذه الحالة أن تسير الأمور على ما يرام؟ ماذا لو حصلت مشكلة لدى أحد العملاء نتيجة لخطأ برمجي، هل ستعود للمبرمج حينها؟

وعلى فرض أنك رجعت للمبرمج وقام بحل المشكلة فهل تضمن أنه لن تظهر مشاكل أخرى متعددة؟ وهل ستكون قادراً على تقديم الدعم الفني المناسب لعملاءك؟ هذه كلها أسئلة تستدعي التفكير قبل الإقدام على أي خطوة من هذا النوع، لأن كل تلك المشكلات ستؤدي في النهاية إلى فشلك في بيع المنتج دون شك.

يمكن اللجوء إلى أشخاص آخرين ليقوموا بإعداد المنتج نيابة عنك في حالات معينة لا توجد بها المشكلات السابقة الذكر، فلو كنت مثلاً خبيراً بتصميم الشعارات التجارية وترغب بإعداد كتاب إلكتروني لتعليم الآخرين ذلك إلا أنك لا تمتلك القدرة والمهارة الالزمانين للكتابة، فيمكن حينئذ أن تلجأ لشخص آخر ليقوم بالكتابة نيابة عنك بعد أن تعطيه الفكرة العامة والمحتوى المختصر للكتاب.

أو عند افتراض أنك مبرمج صاحب خبرة متوسطة وترغب بإعداد إضافة لمنصة وورد برس ولكنك لن تتمكن شخصياً من إنجازها على أكمل وجه، فهنا يمكنك أن تطلب من شخص آخر القيام بذلك بحيث أنه لو ظهرت مشكلات بسيطة لدى عملاءك مستقبلاً فستكون قادرًا على حل المشكلة وإجراء بعض التعديلات البرمجية البسيطة إن لزم الأمر بنفسك، وفي كل الأحوال فإن عليك أن تتجنب كل ما يسبب الحرج والمشكلات لك في المستقبل!

طلب مساعدة أشخاص آخرين لإعداد منتج رقمي خاص بك يجب أن يتم بعد دراسة وتحطيط جيدين لتجنب أي عقبات قد تحصل مستقبلاً.



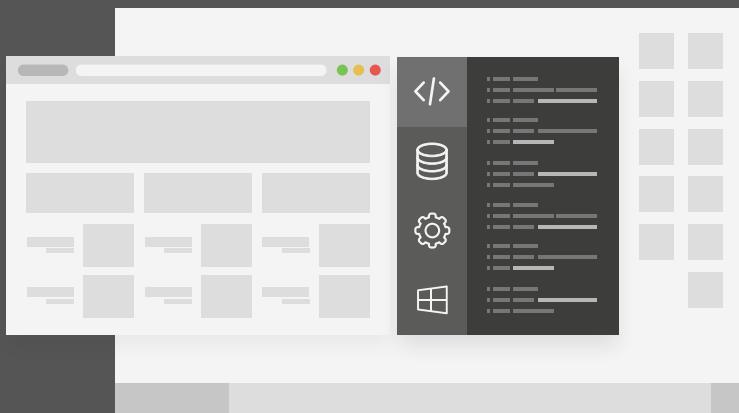
لأنني أشير بأن البحث عن شخص يقوم بإنجاز المنتج لك يعني بأنك ستتحمل بعض التكاليف المالية، لأن ذلك الشخص لن يقوم بالعمل بالمجان دون شك، ويجب أن تأخذ هذا الأمر بعين الاعتبار، إلا أنه وفي حال تمكنت من إيجاد فكرة منتج ناجح، وعند اختيارك للشخص المناسب ليقوم بمهمة إعداد المنتج، فيمكنك حينها أن تسترجع مصروفاتك وتبدأ بتحقيق الأرباح من خلال العمليات البيعية.

قد تتساءل عن كيفية إيجاد الشخص المناسب لمهمة إعداد منتجك، وأسهل طريقة لذلك هي استخدام إحدى شبكات العمل الحر، وقد أطلقت مجموعة حسوب مؤخراً موقع "مستقل" والذي يمكن من خلاله أن تطرح مشروعًا يحتوي على فكرة المنتج الذي ترغب به، وتحدد الميزانية القصوى التي يمكنك أن تدفعها لمن سيقوم بالمهمة، ومن ثم تبدأ باستقبال العروض من قبل العديد من الأشخاص الراغبين بإنجاز العمل لاختيار منها ما يناسبك، وللتعرف أكثر على الموقع وفكته يمكنك زيارته على الرابط التالي Mostaql.com.

كما يوجد العديد من مواقع الأعمال الحرة العالمية ولعل من أشهرها موقعى Freelancer و oDesk، إلا أن ما يميز موقع مستقل عنهما هو سهولة الحصول على عروض عربية لإنجاز طلبك.

التسويق لمنتجات الآخرين يمكن أن يوصلك للنجاح والاستقلالية المالية، ولكن إعداد منتجك الخاص ومن دون شك سيحقق لك نجاحاً أكبر، يمكنك الاعتماد على تسويق منتجات الآخرين في حال لم تتمكن من إعداد منتجك الخاص، ولكن وبمجرد أن تتاح لك الفرصة لتكون صاحب منتج متميز ومفيد فإنه ينبغي عليك استغلالها فوراً ودون تردد.

دورة علوم الحاسوب



مميزات الدورة

- ✓ شهادة معتمدة من أكاديمية حسوب
- ✓ إرشادات من المدربين على مدار الساعة
- ✓ من الصفر دون الحاجة لخبرة مسبقة
- ✓ بناء معرض أعمال قوي بمشاريع حقيقة
- ✓ وصول مدى الحياة لمحتويات الدورة
- ✓ تدريبات مستمرة على الدورة مجاناً

اشترك الآن



ع

إعداد المنتج

“أفضل طريقة لتحول أحلامك إلى حقائق هي أن تستيقظ！”
باول فاليري

بعد أن قضينا وقتاً في التّعرّف على المنتجات الرقمية في الأقسام السابقة، حان الوقت لتبدأ عملك الجاد وتبدأ في تحويل النّظريات إلى واقع عملي، كل ما ذكرته بالأعلى لن تستطع تحقيقه إلا بالعمل الجاد، ولهذا ينبغي عليك أن تثق بما تقوم به، وتومن بأن كل تجربة ستقوم بها سواء كتب لها النّجاح أو الفشل هي في النهاية درس تتعلم منه الكثير ويساعدك على تحقيق المزيد في المستقبل. ابتعد عن الموضوعات فأنت بحاجة للتركيز فمن هنا تبدأ بصناعة مستقبلك في العالم الرقمي.

١. فكر، خطط، ثمنفذ!

كي تتمكن من إعداد مُنتجك بأفضل شكل يجب أن تعمل بشكل منظم وتبتعد عن العشوائية، فالعمل المنظم سيساعدك على إنجاز كل شيء بدقة عالية ويوفّر عليك الكثير من الوقت والجهد وهذا سيمكّنك من إنهاء المنتج بشكل أسرع، لتبدأ بعد ذلك المراحل التالية تمهيداً لطرح منتجك للبيع.

سأقوم هنا بتقسيم عملية إعداد المنتج إلى ثلاثة مراحل، حيث ستكون بدايتنا مع مرحلة التفكير بالمنتج المناسب، ومن ثم ستنتقل إلى مرحلة تخطيط العقل، وننتهي بالتنفيذ الفعلي، أُنصحك أن تضع كراسة وقلماً بجانبك فهناك الكثير من العمل الذي ينبغي أن تنجزه أولاً بأول.

٢. بدايتنا فكرة.

في القسم الثالث من هذا الكتاب ذكرت أمثلة لبعض المنتجات الرقمية، وقد طلبت منك أن تختار فكرة لمنتج رقمي لديك القدرة على إعداده، وهنا سأطلب منك مزيداً من التفكير العميق لتتمكن من تحديد الخيار الأمثل بالنسبة لك، فال فكرة هي نقطة الانطلاق ولها الدور الأكبر في تحديد مدى نجاح منتجك.



استخدم الورقة والقلم ودون كافة اهتماماتك وهو اياتك، لا تفكك كثيراً، وإنما دُون كل ما يخطر في بالك مُباشرة.

هل دونت كل شيء؟ جميل، يجب الآن أن تفكك من زاويتين، الأولى ما هو أكثر شيء يستهويك في القائمة، والثانية ما أكثر شيء يُفید الناس.

ينبغي أن نركز قليلاً في الزاوية الثانية، بالرغم من أننا سنخصص القسم التالي للحديث عن التسويق بشكل مفصل لكن دعني أتحدث عن نقطة مهمة فيه لأهميتها في هذه المرحلة. التسويق الحديث يجعل العميل مركزاً للعملية التسويقية، حيث أن أول خطوة فيه تكون بدراسة رغبات واحتياجات العملاء المحتملين ومن ثم إعداد منتج أو خدمة لتلبية تلك الرغبات، قد تكون هذه الاحتياجات ناتجة عن مشكلة ما لدى العميل ويبحث عن حلول مناسبة لها، وهذه النقطة مهمة للغاية عند البحث عن فكرة المنتج، فالمطلوب منك أن تبحث ما يلائم الزاوية الشخصية والتي تتمثل في اختيار أكثر ما تهتم به، بشرط أن يكون ذلك اختياراً فائدة للعميل المحتمل.

يجب أن يكون المنتج متوافقاً مع ميولك وخبرتك من جهة، وأن يحقق فائدة ويقدم حلولاً للفئة المستهدفة من جهة أخرى.



دعنا نأخذ مثلاً لتتضح الصورة بشكل أفضل، لو كانت لديك خبرة في التسوق الإلكتروني والتعامل مع الواقع العالمية، وتشمل خبرتك كافة التفاصيل الالزمة للتسوق، مثل طريقة تقديم الطلب وخيارات الدفع والشحن والاستلام وكذلك سياسات الإرجاع والاستبدال وكافة الأمور الأخرى المتعلقة بالشراء عبر شبكة الإنترنت، فيمكن هنا أن تحلل الأمر وتفكر في الطريقة المثلثى للاستفادة من هذه المهارة.

فكراً قليلاً، ما هو المنتج الذي يمكنناك القيام بإعداده من خلال خبرتك في مجال التسوق الإلكتروني؟

- كتاب يشمل قائمة بالعديد من الواقع العالمية الشهيرة، بهدف التعريف بكل واحد منها.
- كتاب يتحدث عن أسرار نجاح بعض المتاجر الإلكترونية العالمية، ليكون مرجعاً لمن أراد الاستفادة من قصص الناجحين.
- كتاب أو دروس فيديو تطبيقية تشرح من خلالها كيفية التسوق عبر الإنترنت بجوانبه المختلفة، وتغطي كل ما يهم المبتدئين في هذا المجال.

هذه بدائل ثلاثة يمكن أن تخطر على بالك، ولكن المهم هو كيفية المفاضلة بينها و اختيار الأفضل، وهنا نرجع لما ذكرناه بالأعلى حول مركزية العميل في العملية التسويقية، فالمطلوب أن نبحث عن أكثر ما يهم الناس وينفعهم لأن هذا سيكون محور النجاح!

لو نظرنا إلى الخيار الأول لوجدنا أن الفكرة أصبحت مستهلكة إلى حد ما، فنجد البحث في جوجل ستجد عشرات المصادر العربية والإنجليزية والتي تتحدث حول العديد من مواقع التسوق العالمية بالتفصيل اللازم، وحتى على فرض أنك ستضيف في كتابك أموراً غير متوفرة في المصادر الأخرى؛ إلا أن الفكرة تبقى غير مشجعة للغاية.

البديل الثاني مفيد لمن يرغب بالتعرف على قصص النجاح بفرض أخذ الأفكار والاستفادة منها في عمله الخاص، إلا أن هذا النوع من القصص متوفّر أيضًا بكثرة داخل شبكة الإنترن트 وخارجها، فنجد الكثير من الكتب مثلاً تحدثت عن قصة نجاح شركة أبل والراحل ستيف جوبز، أو قصة شركة مايكروسوفت أو جوجل أو غيرهم من الشركات العالمية الكبرى.

بالانتقال إلى البديل الثالث يمكننا أن نقول أن له أهمية كبيرة ويستهدف شريحة أوسع من البديلين السابقين، فهناك الكثير من الأشخاص في عالمنا العربي لا يزالون غير قادرين على التعامل مع الواقع العالمي خاصة في جانبي الدفع والشحن، وحتى مع وجود العديد من المصادر التي تشرح الجوانب المختلفة في عمليات الشراء الإلكتروني إلا أن هناك حاجة لوجود دليل شامل يتحدث عن الأمر بالتفصيل في جميع جوانبه المختلفة وليس في جانب واحد فقط، والهدف أن يكون هذا الدليل مرجعاً لكل مبتدئ في التسوق الإلكتروني.

يمكنك أن تبحث في كل الاهتمامات التي لديك وتستخرج بدائل لمنتجات مختلفة من كل واحد منها. ينبغي في كل الأحوال أن تعمل ولو دراسة بسيطة لمعرفة احتياجات الناس، لأنك لن تكون قادراً كفرد غير متخصص على عمل دراسات تفصيلية مثل تلك التي تجري في أبحاث التسويق. وقد تتساءل الآن، كيف يمكنك أن تعمل هكذا دراسة؟

في البداية عليك أن تتعرف على محطيتك، هل أصدقاءك وأقرباؤك ملمون بأمور الشراء الإلكتروني؟ هل هم بحاجة لدليل ليساعدهم للقيام بذلك؟ بالطبع فإن هذه الفئة لا تعكس الوضع في المجتمع ككل، ولكن عليك أن تسألهم عن مدى معرفة أصدقائهم والمحيطين بهم عن هذه الأمور أيضًا، وهذا سيتمكنك من التعرف ولو قليلاً عن مدى حاجة الناس لمثل هذا المنتج.

من المهم أن تدرس مدى حاجة الناس للمنتج الذي ترغب بإعداده، استخدم طرقاً بسيطة لذلك مثل سؤال الأصدقاء والواقع النقاشية.



في خطوة ثانية اتجه للإنترنت وقم بزيارة الواقع النقاشية، يمكنك مثلاً أن تستفيد من موقع [Arabia.io](#) في كتابة موضوع نقاشي حول التسوق الإلكتروني. ينبغي أن تكون ذكياً هنا فليس المطلوب أن تخبر الناس أنك بصدده إعداد منتج رقمي في هذا المجال، ولا حتى أن تستفسر عن مدى حاجتهم لدليل يشرح التسوق الإلكتروني، وإنما الهدف أن تطرح موضوعاً نقاشياً تختبر فيه مدى معرفة الناس بهذا الأمر، ولنأخذ مثلاً لتتضاح الصورة لديك.

عنوان الموضوع:

هل قمت بشراء المنتجات عبر الإنترت؟

نص الموضوع:

مرحباً بالجميع،

أصبح شراء السلع والخدمات عبر شبكة الإنترت أمراً شائعاً في وقتنا الحالي ومن الرائع أن نتشارك تجاربنا ليستفيد الجميع.

هل اشتريت سلعاً أو خدمات عبر الإنترت سابقاً؟ إذا لم تشر فما هي الأسباب؟ وهل ترغب بتجربة الشراء مستقبلاً؟ وإن كنت قد قمت بذلك فما هي الواقع التي تعاملت معها، وما هي مميزات وعيوب تجربتك، وهل واجهت أي عوائق؟

شاركتنا لتعلم الفائدة.

كما تلاحظ في المثال السابق فإن المطلوب كتابة موضوع نقاشي لتتمكن من معرفة آراء شريحة من الناس حول الموضوع، ومن الجيد أن لا تعتمد على النقاش في موقع واحد فقط، فكلما زاد عدد المشاركين ستحصل على نتيجة أكثر دقة، ولهذا عليك أن تنشر الموضوع في شبكات التواصل وبكل طريقة ممكنة لتحصل على المزيد من الآراء.

عند تحليلك للنقاش ستصل إلى نتيجة تحثك أو تمنعك من المضي قدما في إعداد المنتج، فقد تجد بأن أكثر المشاركين يمتلكون خبرة في مجال التسوق والشراء الإلكتروني وبالتالي فليس هناك من داعٍ لإعداد هكذا منتج، أو قد تصل إلى نتيجة مغایرة و تستنبط من المشكلات والعوائق التي يواجهها البعض نقاطاً مهمة تفيdek عند إعداد منتجك.

عليك أن تعرف في نفس الوقت أن هناك عوامل عديدة قد تؤثر على النتيجة التي تصل إليها، فعلى سبيل المثال لو نظرنا إلى مجتمع [Arabia.io](#) لوجدنا أن الكثير من المتواجدين فيه هم أشخاص مهتمين بمجال التقنية، وهذا قد يعني أن هؤلاء الأشخاص لديهم خبرة أيضاً في مجال الشراء الإلكتروني، ولهذا فإن عليك أن تختار المكان المناسب للنقاش وتأخذ كافة العوامل بعين الاعتبار، وعليك أن تعرف أيضاً بأنك وبهذه الإمكانيات البسيطة لن تصل إلى نتيجة حاسمة، ولكن ستتشكل لديك رؤية يمكنك أن تسير على ضوئها وفق ما تراه مناسباً.

إذا قمت باستطلاع الرأي ووصلت إلى قناعة بعدم جدوى إعداد المنتج، فعليك حينها أن تبحث عن البديل الأخرى، وتذكر بأن الأمر هنا ليس مضيعة للوقت، بل هو توفير لوقتك وجهدك لأن المطلوب أن تقوم بإعداد منتج تحقق من خلاله مبيعات مجزية، وهذا لن يتحقق إلا إذا لاقى منتجك استحسان الفئة المستهدفة.

٣. خطة عملك والمسار الصحيح.

بعد أن أصبحت الفكرة متوفرة لديك نأتي الآن إلى جانب آخر لا يقل أهمية عن سابقه وله دور في تحديد مدى نجاح منتجك وهو متعلق بإعداد خطة العمل، فلا بد أن يكون عملك منظماً، وأن تسير وفق خطة مرسومة وواضحة المعالم لتخرج بمنتج متميز، فالهدف كما ذكرت سابقاً هو أن تقدم ما يُفيدة الناس وليس أن تقوم بإعداد منتج رديء لتحقيق الربح المادي والذي لن تصل إليه بهذه الطريقة.

هناك عدة نقاط يجب أن تشمل عليها خطة العمل الخاصة بك، وسأذكر هنا ما أراه مهماً ولا يمكن الاستغناء عنه في هذا الجانب، إلا أنه من الممكن أن تضيف مزيداً من النقاط بما يتواافق مع طبيعة المنتج الذي ستقوم بإعداده:

- أحسب تكاليفك.
 - دون جمیع ملاحظاتك.
 - حد الإطار الزمني.
 - وضع الأدوات الازمة للعمل.
 - خطط لمحتوى المنتج.
- أ. تحديد الإطار الزمني.**

من المهم أن تضع لنفسك وقتاً محدداً لإنتهاء العمل، لأن ذلك سيجعلك جاداً بشكل أكبر للإعداد للمنتج في وقت مناسب، وينبغي أن تكون المدة الزمنية متناسبة مع حجم العمل المطلوب إنجازه، فليس المهم أن تنجز العمل في وقت قياسي بشكل يؤثر على جودة منتجك، ولا أن تتطاوطأ في العمل لتضيع الكثير من الوقت والجهد.

في هذه الخطوة عليك أن تحدد لنفسك وقتاً تقديرياً وأن تأخذ بالحسبان الأمور الطارئة التي قد تواجهك أثناء عملك، وعليك أن تعرف بأن الإطار الزمني قد يتغير في وقت لاحق من مرحلة التخطيط وهذا أمر طبيعي.

يجب أن تحدد الإطار الزمني والذي ينبغي أن لا تتجاوزه خلال مرحلة التنفيذ، فهذا يساعدك على تنظيم أكثر لوقتك.



ب. توضيح أدوات العمل.

لإعداد منتجك الرقمي هناك العديد من الأدوات التي تحتاجها، وهي مختلفة حسب طبيعة المنتج الذي تود إعداده، فإذا كان كتاب إلكتروني قد لا يلزمك إلا توفير برنامج Microsoft Word على جهازك، وستحتاج في نهاية الأمر إلى تصميم احترافي لكتاب، ويمكنك أن تطلب المساعدة من مختص في هذا المجال في حال لم تكن مصمماً.

أما بعض المنتجات الأخرى فقد تستلزم أدوات أكثر للعمل، لإعداد دروس مصورة يعني حاجتك إلى كاميرا بدقة احترافية أو دقة مقبولة على الأقل، بالإضافة إلى بعض الأدوات الأخرى المساعدة مثل حامل للكاميرا، لاقط صوتي (مايكروفون)، إضاءة، وغيرها من المنتجات التي قد تكون مهمة لإتمام عملك. يمكنك شراء ما يلزمك من أدوات غير متوفرة لديك، أو لتوفير المال فيمكنك استئجار بعض الأدوات من الأهل والأصدقاء. وبالتالي فإن هناك أموراً تتعلق بما بعد تصوير مقاطع الفيديو مثل عمليات الإنتاج والإخراج النهائي الأمر الذي قد يستلزم الاستعانة بمحترف، أو يمكنك أن توفر المال أيضاً وتتعلم بعض طرق الإنتاج البسيطة باستخدام بعض البرامج المتخصصة في هذا المجال.

ادرس كافة المتطلبات الالازمة لإعداد منتجك، وضع قائمة مفصلة بكل الأدوات والمعدات التي تحتاجها، سواء المادية منها أو الرقمية، لأن وجودها في خطة عملك مهم كي تستطيع توفيرها في الوقت المناسب من مرحلة التنفيذ حتى لا يتأخّر عملك.

عليك أن تحدد كافة الأدوات التي تحتاجها لإعداد منتجك الرقمي، وعليك أيضاً أن تقرر إما شراء الأدوات غير المتوفرة لديك أو استئجارها.



ج. حساب التكاليف.

قد تكون هناك بعض التكاليف البسيطة في مرحلة إعداد منتجك الرقمي، فمثلاً تصميم وإخراج كتابك الإلكتروني من قبل شخص محترف له تكلفة معينة، وكذلك شراؤك لبعض معدات التصوير الخاصة بإعداد دروس الفيديو، وهذه الاحتياجات وتكليفاتها تختلف حسب منتجك، فعليك هنا أن تتعرف على هذه التكاليف وتحسبها ولو بشكل تقريري في حال عدم تمكّنك من إجراء حسابات دقيقة.

د. التخطيط لمحتوى المنتج.

المراحل السابقة تلعب دوراً تنظيمياً بالدرجة الأولى، ولكن هذه المرحلة لها أهمية خاصة لأنها تهتم بالتخطيط لمحتوى منتجك، فبالأعلى أنت حددت الفكرة فقط وهي تشكل الإطار العام، وهنا حان الوقت لتحديد تفاصيل محتوى المنتج، وسنركز هنا على جانبيين: الأول مصادر المعلومات، والثاني الخريطة الذهنية.

من المهم أن تحدد المصادر التي ستعتمد عليها للحصول على المعلومات، ولا أقصد هنا أن تحدد كل مصدر في مرحلة التخطيط، وإنما أن تحدد طرق جمع المعلومات مثل هل ستعتمد على ما تمتلكه سابقاً من معلومات وخبرة في هذا المجال، شبكة الإنترنت، الكتب، التواصل الشخصي، الدراسات والتقارير، وغيرها من المصادر المختلفة للمعلومات، ويمكن هنا أن تجري بعض البحوث البسيطة لتتعرف على بعض المصادر التي قد تتوفر فيها معلومات تفيتك. يمكنك أن تختصر الوقت وتعتمد فقط على المعلومات التي تمتلكها شخصياً خصوصاً إذا كنت تعتني بمنتجاً في مجال تمتلك فيه خبرة واسعة ولا تحتاج للاطلاع على مصادر خارجية.

بالانتقال للجانب الآخر يمكن أن نعرف الخريطة الذهنية بأنها عبارة عن مخطط مرسوم، وت تكون من مركز يتفرع منه العديد من النقاط الرئيسية والتي يمكن أن تتفرع منها أيضاً العديد من النقاط الفرعية، أحب دائماً أن استخدم الأمثلة للتوضيح لأنها توصل الفكرة والمعنى بشكل أوضح.

لو رجعنا لمثالنا بالأعلى حول إعداد كتاب إلكتروني يتحدث عن التسوق عبر الإنترنت، فإنه ينبغي أن نوضح الأقسام المختلفة التي يتكون منها هذا الكتاب، وهنا يمكن لنا أن نستفيد من خبراتنا الشخصية بالدرجة الأولى، ومن ثم نركز على النقاط التي تحتاج إليها الفئة المستهدفة بناء على الدراسة البسيطة التي قمنا بإجرائها في مرحلة التفكير. ومن هنا يمكننا أن نقوم بإعداد خريطة ذهنية تعبر عن الأقسام المختلفة لكتاب سواء الرئيسية منها أو الفرعية كما في الشكل الأسفل.

الخريطة الذهنية عبارة عن مخطط مرسوم يوضح الخطوط العريضة لمنتجك، وتساعدك على تنظيم عملك في مرحلة التنفيذ.





كما تلاحظ بالأعلى فإن المطلوب أن تضع العناوين الرئيسية والفرعية في الخارطة الذهنية، فهي توضح لك الفصول والأقسام المختلفة والتي ستقوم بإضافتها في كتابك الإلكتروني، وليس من الضوري أن تقوم بإعداد الخارطة عبر الحاسوب؛ فالكثير من الأشخاص يفضلون إعدادها يدويا والأمر يعود لك هنا، وشخصياً استخدم موقع **Mindmap** لإعدادها لما يتميز به من سهولة ومرنة.

الخربيطة الذهنية ليست مخصصة للكتب الإلكترونية فقط، بل يمكن أن تستفيد منها في الكثير من المنتجات، فدروس الفيديو مثلاً يمكن أن تعد لها خريطة ذهنية، وبرمجة تطبيق للهواتف الذكية يمكن أن تعد له خريطة ذهنية تشتمل على الأقسام المختلفة لذلك التطبيق وهكذا.

هذه الخريطة لا تعني الالتزام بالجمود في العمل، فليس المطلوب أن تلتزم بها بنسبة ١٠٠٪، فمن الطبيعي أن تطرأ بعض الأمور في مرحلة التنفيذ أو قبلها وتحثك على التعديل في الخريطة الذهنية، مثل استحداث بعض العناوين أو حذف البعض آخر بشكل يؤدي إلى تحسين المنتج، ولهذا عليك أن لا تعتبر الخروج عن محتوى الخريطة الذهنية الذي رسمته مسبقاً أمراً سلبياً.

في هذه المرحلة من الأفضل أن لا تكتفي بالخريطة الذهنية فقط، بل حاول أن تكتب شرحا مختصرا لكل جزئية من جزئيات الخريطة، والهدف أن توضح فيه الفكرة العامة لذلك القسم، وهذا سيساعدك لاحقاً ويوفر عليك الكثير من الوقت، لأن الاعتماد على العناوين فقط دون أي تفصيل قد يجعلك تفقد الكثير من الأفكار التي تمتلكها مسبقاً.

يمكن التعديل على الخريطة الذهنية في أي وقت قبل البدء بتنفيذ المنتج أو بعده إذا كان ذلك يهدف إلى تطوير المنتج والارتقاء به



د. تدوين الملاحظات.

التخطيط ليس الهدف منه أن تنشأ خطة ولا تخرج عنها أبداً، فكما ذكرت بالأعلى عند حديثي عن تعديل الخريطة الذهنية فإن الخطة بشكل عام قابلة للتعديل والتغيير للارتقاء بالمنتج، ولهذا فإن عليك أن تحافظ بكراس لتدوين كافة ملاحظاتك وأفكارك بشكل منظم كي لا تفقدها.

٤. حان وقت التنفيذ.

بعد أن تنهي مرحلتي التفكير والتخطيط فإنك بذلك تكون مستعداً للبدء بتنفيذ منتجك، وستساعدك الخطة التي رسمتها بالأعلى على البدء بشكل سريع وعملي، ووفقاً لطبيعة منتجك يمكنك أن تحدد طريق البداية.

ويمكن أن أقسام العملية التنفيذية إلى ثلاث مراحل فرعية؛ مرحلة الإعداد، مرحلة المراجعة، ومرحلة الإخراج النهائي.

أ. مرحلة الإعداد.

في هذه المرحلة ينبغي عليك أن تصنع المحتوى الفعلي لمنتجك على ضوء الخطة التي قمت بإعدادها سابقاً، فإذا كان منتجك عبارة عن كتاب إلكتروني؛ فعليك أن تبدأ بكتابته المحتوى، وأن لا تنسى الجدول الزمني الذي حددته وتعمل بناء عليه.

عليك أن تهتم في إعداد المنتج بجودة عالية، خصص مكاناً هادئاً ومريحاً للعمل، واهتم بتوزيع وقتك يومياً بشكل جيد، إذا أحسست بالإرهاق فخذ بعض الراحة لأن عملك وأنت مرهق سيأتي بنتائج سلبية، إذا كنت تقرأ هذا الكتاب وتطبق ما تقرأه بشكل مباشر فمن المفترض أنك قد وصلت لهذه المرحلة الآن، وعليك أن تبدأ عملك دون أي تأخير!

ابداً الآن بإعداد محتوى منتجك، وكلما أنهيَت جزءاً منه راجع خطتك مرة أخرى لتتأكد بأنك تسير على الطريق الصحيح، لا تتردد في إجراء التغييرات لخطتك إذا كان في ذلك مصلحة لمنتج.

ب. مرحلة المراجعة.

مراجعة العمل أمر في غاية الأهمية، فلو كان منتجك عبارة عن تطبيق برمجي مثلاً فإنه من الضروري أن تتأكد من أنه يعمل بشكل صحيح ودون مشاكل، ولو كان منتجك عبارة عن كتاب إلكتروني فعليك أن تراجع ما كتبته، ويمكنك أن تستعين بأحد الخبراء في اللغة في حال خصصت مبلغاً مالياً للمراجعة اللغوية عند إعداد خطتك، ويمكنك أن تستفيد من العديد من الخدمات المتخصصة في مجال التدقيق اللغوي والمقدمة في موقع **خمسات** للخدمات المصغرة.

المراجعة تعتمد على طبيعة ونوعية منتجك، إلا أن المشترك بين كل المنتجات هو ضرورة المراجعة وهو الأمر الذي لا يمكن الاستغناء عنه.

ج. مرحلة الإخراج النهائي.

بعد أن تنتهي من إعداد المنتج ومراجعته فإنه لن يكون جاهزاً للبيع قبل عملية الإخراج النهائي والتي تعتمد هي أيضاً على طبيعة المنتج، فدروس الفيديو مثلاً تحتاج إلى عمليات الإنتاج وتصميم المقدمات ونحوها، والكتب الإلكترونية تتطلب تصميماً رائعاً لصفحات الكتاب الداخلية وكذلك للغلاف الخارجي، والأمر نفسه لأي منتج مهما كانت طبيعته.

إذا كانت لديك القدرة على إخراج المنتج بالشكل المناسب فافعل ذلك بنفسك، وإلا فاطلب المساعدة من أحد المختصين، ومرة أخرى يمكنك الاستفادة من الخدمات المقدمة في موقع **خمسات** أو **مستقل**، أو غيرهما من الواقع المشابهة، ويمكنك أيضاً أن توفر المال وتطلب المساعدة من الأصدقاء إن أمكن.

عليك أن تعرف بأن شكل المنتج وإخراجه النهائي مهم جداً وله دور كبير في التسويق لمنتجك، فقط تخيل بأنك تريد شراء حاسب محمول جديد ووجدت جهازاً بمواصفات متميزة وسعر مناسب، إلا أن الجسم البلاستيكي يحتوي على شوائب تدل على عدم اهتمام بالتشطيبات النهائية لجسم الجهاز فهل ستُقْدِم على شراءه في هذه الحالة؟ إجابتك على هذا السؤال ستبيّن لك مدى أهمية الإخراج النهائي بالنسبة لمنتجك، وستعرف إن كان من المهم أن تدفع بعض المال لهذه العملية أم لا!

يجب أن تهتم بالشكل النهائي لمنتجك، فالإخراج له دور كبير في التسويق للمنتج، وهذا له دور كبير في مدى نجاح منتجك.



دورة تطوير التطبيقات باستخدام لغة بايثون



احترف البرمجة وتطوير التطبيقات مع أكاديمية حسوب
والتحق بسوق العمل فور انتهاءك من الدورة

التحق بالدورة الآن



٥

التسويق والحصول على العملاء

“الطريق الوحيد لتحقيق عمل عظيم هو أن تحب عملك!”

ستيف جوبز

بذل مجهوداً كبيراً لإعداد منتج متميز، ولكن كيف يمكنني الربح من بيعه؟ بالتأكيد أنك تسأل نفسك هذا السؤال حالياً، فتحقيق الربح هو من الأهداف الرئيسية لإعداد أي منتج سواء كان رقمياً أو غير رقمي، وبعد أن أمضيت وقتاً في التفكير والتخطيط والتنفيذ لتخرج بمنتج يقدم فائدة للناس، فإنك الآن ستباحث عن هؤلاء المستفيدين والذين من الممكن أن تبيع لهم منتجك، وهنا يأتي دور التسويق والذي يلعب دوراً أساسياً في نجاح منتجك.

ما يهمك كبائع للمنتجات الرقمية هو كيف تحصل على العملاء، وأين تجدهم، وسأخصص هذا الفصل للحديث عن هذه النقطة.

١. تسعير المنتجات.

تسعير المنتجات من العوامل التسويقية الهامة، وهذا العامل المهم والحساس يخطأ في تنفيذه الكثيرون، والخطأ هنا يؤدي إلى خسائر فادحة، وسأبدأ الحديث عن هذه النقطة أولاً لأنه ينبغي أن تنتهي من العملية التسعيرية قبل أي شيء آخر.

هناك الكثير من الأخطاء الشائعة عند تسعير المنتجات، وهذه الأخطاء انتقلت حتى للمنتجات الرقمية، ومعرفة هذه الأخطاء مهم بالنسبة لك قبل التعرف على بعض الاستراتيجيات الصحيحة للتسعير.

أ. التسعير المنخفض والتسعير المرتفع.

السعر المنخفض بشكل كبير والسعر المرتفع بشكل غير معقول كلاهما خطآن قاتلان، حيث يعتقد البعض بأن تسعير منتجاتهم بسعر منخفض جداً يشجع العملاء المحتملين على شراء منتجاتهم، فيلجؤون لهذه السياسة ويضعون أسعاراً منخفضة للغاية وغير معقولة!

ظنا منهم بأن هذا سيؤدي بهم إلى تحقيق مبيعات عالية. في الجانب الآخر يرى البعض بأن السعر المرتفع يضفي أهمية خاصة لمنتجاتهم، حيث يعتقدون بأن هكذا سعر يمنحك العميل المحمّل ثقة كبيرة بالمنتج وبجودته العالية، وكل من الطريقتين خطأ فادح!

السعر المنخفض في كثير من الأحيان يعطي إيحاءً بأنك تهدف إلى تحقيق مبيعات لمنتج رديء، وأن هدفك هو جذب العميل لشراء منتج لا قيمة له في حقيقة الأمر، وحتى لو كان منتجك مميزاً فإنه سيفشل باستخدام هذه السياسة.

كانت لي تجربة مع كتاب إلكتروني بسيط قمت بإعداده باللغة الإنجليزية، فقد قمت بتسعير ذلك الكتاب بدولار واحد، وقمت بتأسيس موقع مُصَرّر لتسويق ذلك الكتاب، ومع أنني استطعت أن أجذب الكثير من الزائرين المهتمين بالمنتج لذلك الموقع؛ إلا أن المفاجأة أنني لم أتمكن من بيع أي نسخة من ذلك الكتاب! بدأت بتحليل الأمر، فوجئت أن ما ذكرته من مزايا حول محتوى الكتاب لم يتناسب مع السعر الذي وضعته بهدف تحقيق أكبر قدر من المبيعات.

وبعد دراسة بسيطة وسريعة، قمت بزيادة السعر إلى ٤ دولارات، وكانت لهذه الزيادة نتيجة مذهلة، حيث تمكنت من بيع عدد من النسخ في فترة قياسية، وقد كان ذلك درساً مهماً بالنسبة لي لتجنب استخدام مثل هذه السياسة!

السعر المنخفض كثيراً أو المرتفع كثيراً ليس من طرق التسعير الجيدة ولن يساعدك على زيادة المبيعات، لأن العميل المحتمل ينظر إليك سلباً.



ب. المقارنة الخاطئة.

من الطرق الخاطئة الأخرى للتسعير هي بعض أنواع المقارنات المبنية على أساس خاطئ، فلو كنت مصمماً لقوالب منصة التدوين وورد برس على سبيل المثال، فربما تنظر إلى أسعار أحد الواقع الشهيرة وذات الخبرة الطويلة في هذا المجال، فإذا كان ذلك الموقع يبيع قوالبه الجاهزة بسعر ٥٠ دولار مثلاً؛ فأنت تضع سعرًا لقالبك بحيث يكون أقل من ذلك السعر ولكن ٣٠ دولاراً، لأنك قد تعتقد بأن سعر منتجك لا يمكن أن يكون مشابه لسعر منتج شهير، والمقارنة بهذه الطريقة خاطئة للغاية ولا ينبغي أن تقوم بها بأي حال من الأحوال.

ج. تقليد المنافسين.

بالرغم من أن أسعار المنافسين تلعب دوراً في العملية التسعيرية وتؤخذ بعين الاعتبار، إلا أن الأمر لا يكون بعشواة دون دراسة، فإذا كان عدد من المنافسين يبيعون كتاباً إلكترونية في مجال مشابه لمجالك وبسعر ٥ دولارات، فهذا لا يعني أن تقوم بتسعير منتجك بنفس السعر أو بسعر مشابه لمجرد أن هؤلاء المنافسين قد سعرموا منتجاتهم بهذا المبلغ، فهذا التصرف خطأ كبير جداً وعليك أن تتجنبه.

تقليد أسعار المنافسين بشكل عشوائي له نتائج سلبية كثيرة، ولهذا فإن عليك تجنب هذا الأسلوب وعدم الاعتماد عليه في تسعير منتجك الرقمي.



د. التسعير السليم.

السبب الذي يؤدي بالطرق المذكورة بالأعلى إلى الفشل هو أنها تنظر إلى جوانب بعيدة عن المنتج نفسه وتنشغل بالتركيز على أمور جانبية، أي بعبارة أخرى أن تلك الطرق لا تنظر إلى الفائدة التي يقدمها المنتج للمشتري والتي ينبغي أن تكون هي الأساس في العملية التسعيرية.

قد تتساءل الآن ما هو المقصود بمدى فائدة المنتج للمشتري؟ لنفترض بأنك قمت بإعداد كتاب رقمي يشرح وبالتفصيل طرق تصميم البانرات والمنشورات الإعلانية عن طريق برنامج فوتوشوب، ويستهدف هذا الكتاب فئة المبتدئين ليتمكنهم من الاعتماد على أنفسهم في إنجاز هكذا تصاميم بدلاً من شراء الخدمات المدفوعة، فماذا يعني كل هذا بالنسبة للعميل المحتمل؟

إذا كان المشتري للمنتج يحتاج إلى تصميم البانرات الإعلانية بشكل مستمر، ويضطر في كل مرة لدفع مبلغ من المال لإعداد تصميم جديد، فإن شراء الكتاب سيكون مفيدا له بشكل كبير لأنه سيوفر عليه الكثير من المال، بل أن ذلك سيساعده على إعداد تصميم يلبي احتياجاته بشكل أفضل لأنه هو الشخص الذي يمتلك التصور الكامل لشكل التصميم الذي يرغب به، وعلى فرض أن هذا الشخص يصرف شهريا ١٠٠ دولار على أعمال التصميم؛ فسيكون مستعدا لشراء كتابك وإن ارتفع ثمنه إذا كان يقدم له دروساً نافعة فعلاً.

ينبغي أن تكون قيمة المنتج والفائدة التي يضيفها للعميل هي العامل الأول الذي يؤخذ بعين الاعتبار عند تسعير أي منتج.



من المنطقي أن تقول الآن أن قيمة المنتج وفائدة من مختلفه من شخص لآخر، فإذا كان شخص يصرف ١٠٠ دولار شهرياً على أعمال التصميم ويقبل بأن يشتري منتجك بـ ٥٠ دولار مثلاً تدفع لمرة واحدة، فإن شخصاً آخرًا يحتاج لتصميم واحد كل ثلاثة أشهر ولا يكلفه ذلك سوى ٥ دولارات في كل مرة، سيجد سعر منتجك مرتفعاً ولن يرغب بشرائه، فما هو الحل في هذه الحالة؟

ما ذكر بالأعلى صحيح ومنطقي للغاية، ولهذا السبب فإن المقترن أن تتبع إحدى هاتين الاستراتيجيتين لتلافي ذلك الإشكال؛ فإما أن تحدد عدة شرائح لاستهدافها بيدائل مختلفة، أو أن تحدد شريحة واحدة لمنتج وحيد، هل الأمر غير واضح لك؟ دعني أشرح المقصود منه.

الاستراتيجية الأولى هي أن تقسم عمالءك المحتملين لشريحة عدة وتقدم شيئاً مختلفاً لكل شريحة، فالعودة لمثالنا بالأعلى حول الكتاب المتخصص في شرح تصميم البانرات الإعلانية، يمكن مثلاً إعداد ثلاث نسخ مختلفة من الكتاب؛ ويمكن أن يكون الاختلاف بحجم المحتوى، فمثلاً لو كان الكتاب يتكون من ١٢ فصلاً تتدرج في مستوى صعوبتها واحترافيتها فيمكن لك أن تخصص الأربع الفصول الأولى فقط للشريحة الأولى، والثمانية فصول للشريحة الثانية، ويكون نصيب الشريحة الثالثة الفصول كلها.

الهدف من هذا التقسيم أنك تستهدف بكل منتج الأشخاص المناسبين له، فتعلن على أن الكتاب المختصر الأول مخصص لفئة المستخدمين الذين يحتاجون لأعمال بسيطة وغير معقدة، وأما النسخة الثانية من الكتاب فهي مخصصة للفئة المتوسطة والتي تحتاج إلى تعلم أمور أكبر من الفئة الأولى ولكنها ليست بحاجة لتعلم كامل التفاصيل الموجودة في الفصول الأخيرة، وأما الشريحة الأخيرة فهم أولئك الذين يسعون إلى إعداد تصاميم احترافية للغاية.

ومع هذا التقسيم يمكنك أن تحدد السعر المناسب لكل شريحة بناء على القيمة أو الفائدة التي سيحصل عليها المشتري.

ليس بالضرورة أن يكون تقسيم المنتج بالشكل المذكور بالأعلى ولا أن يكون عدد الشرائح كما هو مذكور أيضاً، فيمكن أن تعطي لكل شريحة شيئاً مختلفاً مثل أن تعطي الشريحة الأعلى دروساً مرئية مصورة بالإضافة إلى الكتاب، الأمر في النهاية يعود لنظرتك وإبداعك.

يمكن أن تقسم العملاء المحتملين إلى شرائح وتقدم منتجًا يتناسب مع كل شريحة، وبذلك تستطيع وضع السعر المناسب لكل منتج بناء على فائدته.



الاستراتيجية الأخرى هي أن تحدد شريحة واحدة وتستهدفها بمنتجك، بحيث يمكنك أن تحدد السعر بناء على القيمة والفائدة التي يمكن أن يكتسبها الأشخاص في هذه الشريحة عند شراءهم للمنتج.

هل قيمة وفائدة المنتج بالنسبة للعميل المستهدف هي المعيار الوحيد للتسعير؟ هذا سؤال مهم دون شك، فقد يذكر البعض عوامل أخرى مؤثرة في العملية التسعيرية مثل المنافسين والتكاليف، فهل هذه العوامل لها دورها أيضاً؟

قيمة المنتج وفائدةه بالنسبة للعميل هي العامل الرئيسي في العملية التسعيرية، لأن العميل أو المستهلك هو المحور الأساس دائمًا كما ذكرنا بالأعلى، ولكن هذا لا يعني أن ذلك هو العامل الوحيد، فالمنافسون والتكاليف عاملان لهما دور أيضاً في تسعير المنتج سواء كان رقمياً أو تقليدياً.

مهلاً؛ لقد ذكرنا بالأعلى بأن تقليد المنافسين يعتبر من الطرق الخاطئة للتسعير، فهل نناقض أنفسنا هنا؟ الأمر ليس كذلك أبداً، فالتقليد هو الخطأ وخاصة إذا لم يكن مبنياً على أي أساس صحيح، ولكن ما نقصده هنا ليس التقليد بل الدراسة الصحيحة لأسعار المنافسين.

المنافسون والتكاليف من العوامل الأخرى المؤثرة على تسعير المنتجات، ولكن تأثيرها على المنتجات الرقمية أقل من التأثير على المنتجات التقليدية.



الفكرة الأساسية للمنافسة السعرية تعتمد على مقدار الفائدة والإشباع الذي سيحصل عليه المستهلك، فلو نظرنا مثلاً لشركات الاتصالات العاملة في بلد واحد، لوجدنا أنها تحاول دائمًا أن تبقي سعر الدقيقة الواحدة للمكالمات مساوياً لمنافسيها، وذلك لأنها لو وضعت أسعاراً أعلى فإنه من المنطقي أن يتوجه المستهلكون للبدائل المختلفة لأنها ستتوفر لهم نفس الخدمة وبنفس الفائدة التي كانوا يحصلون عليها، فما الذي سيدفعهم لإنفاق المزيد من المال في هذه الحالة؟! إذا أين تستطيع تلك الشركات أن تضع أسعارها الخاصة دون التقيد الكامل بالمنافسين؟

لعلك عرفت الإجابة مسبقاً، فشركات الاتصالات تختلف في غالب الأحيان في باقتها المتكاملة التي تقدمها للعملاء وتحتوي على عدد من الخدمات مثل الاتصال، الإنترنت، خدمات بلاك بيري، وغيرها، وبالتالي يكون لديها مرونة أكبر في تسعير هذه الباقيات خلافاً ل دقائق المكالمات وحدها. الأمر نفسه ينطبق على المنتجات الرقمية، فإذا كنت تقدم شيئاً مشابهاً لما يقدمه الآخرون؛ فإن عليك أن تأخذ الأسعار المنافسة بعين الاعتبار، وسائل نفسك دائمًا لماذا سيقدم الناس على شراء منتجي بخمسين دولاراً بينما يوجد بديل مشابه بعشرين دولاراً فقط؟

مدى تأثير هذا العامل يقل عند تقديمك لشيء مختلف ومميز، وهذا ما نريد الوصول إليه دائمًا، فإذا كان منتجك يقدم للعميل شيئاً جديداً وغير مسبوق فإن المنافسة هنا ستكون منخفضة أو معدومة، وكذلك لو كنت تبيع منتجًا له بدائل أخرى ولكنك طورت منتجك ليتفوق على تلك البديل ويقدم شيئاً إضافياً ذو أهمية كبيرة للعميل؛ ففي هذه الحالة أيضًا سيقتصر العميل بأن منتجك يستحق أن يدفع فيه مبلغاً أكبر من المال لأنه في النهاية سيحصل على فائدة أعلى.

عرفنا مدى تأثير المنافسين، فما هو أثر التكاليف على تحديد سعر المنتج؟

علينا أن نعرف أولاً أن التكاليف تنقسم إلى نوعين، فهناك تكاليف ثابتة وأخرى متغيرة، فالتكاليف الثابتة تشير إلى المبالغ المالية التي ينبغي أن تدفع لإتمام العمل التجاري بغض النظر عن حجم الإنتاج والمبيعات، بينما التكاليف المتغيرة هي تلك التي تزيد وتنقص حسب حجم الإنتاج، ويظهر أثر النوعين بشكل واضح في الشركات الإنتاجية على وجه الخصوص، فشركة مثل أبل مثلاً، لديها تكاليف ثابتة ومنها على سبيل المثال، رواتب الموظفين، تكاليف تأجير المباني، وغيرها من العوامل الأخرى.

أما التكاليف المتغيرة فأغلبها يكون متعلقاً بمعدل الإنتاج، إنتاج مليون قطعة من جهاز الآيفون مثلاً له تكاليف متغيرة تختلف في حال إنتاج عشرة ملايين من نفس الجهاز، ومن أمثلة التكاليف المتغيرة أسعار المواد الخام التي تدخل في عملية تصنيع المنتجات، كلفة التخزين والنقل، وغيرها من العوامل.

هل يمكن أن أرى هكذا تكاليف في منتجي الرقمي؟ هذا يعتمد على السياسة التي تتبعها، ولكن في أغلب الأحيان يكون تأثير هذا العامل غير كبير بالنسبة للمنتجات الرقمية الفردية، فلو قمت بدفع بعض المبالغ المالية عند إعداد المنتج، كأن تدفع بعض المال لمراجعة كتابك الرقمي لغويًا، أو أن تدفع مبلغاً مالياً لعمل غلاف لكتابك فإن هذه ليست تكاليفاً ثابتة كما قد يعتقد البعض لأنها تدفع مرة واحدة فقط وليس بشكل مستمر، إلا أنه يمكن أن تكون هناك بعض التكاليف الثابتة، مثل رسوم استضافة الموقع (في حال قمت ببيع منتجك على موقعك الشخصي)، تكاليف الإعلان (في حال أنك خصصت مبلغاً شهرياً ثابت للإعلان لمنتجك)، إلا أن هكذا مصاريف ليست من الأمور اللازم توفرها ليتم عملك.

عليك أن تفرق بين التكاليف الثابتة والتكاليف التي تدفع لمرة واحدة فقط، فتأثير التكاليف الثابتة على عملية التسعير أكبر.



قلة التكاليف من ميزات المنتجات الرقمية، ولهذا فإن التكاليف لن تكون عاملاً كبيراً في عملية التسعيرية، والأمر في النهاية يعتمد على معدل التكاليف الذي تحملها إن وجدت.

سعر منتجك والتزم بما ذكرته لك بالأعلى:

- اعرف القيمة الحقيقة لمنتجك حسب المنفعة التي سيمنحها للعميل المحتمل.
- سعر بناء على مدى اختلاف منتجك عن المنتجات المنافسة.
- تعرف على تكاليفك إن وجدت ولكن لا تعطيها أكثر مما تستحق، خاصة إذا كانت مصاريف مدفوعة لمرة واحدة.

٢. تسويق المنتج والحصول على العملاء.

قمت بتسعير منتجي الرقمي، ولكن كيف أبدأ بالتسويق له والحصول على العملاء؟ بعد أن قضيت وقتا طويلا في التفكير والتخطيط لمنتجك ومن ثم إعداده بالشكل المناسب، وبعد أن حددت له سعراً مناسباً ومدروساً، فإنك الآن ستسعى دون شك لتسويقه بالشكل الصحيح من أجل الوصول إلى الهدف الذي تتطلع إليه وهو تحقيق أكبر عدد ممكن من المبيعات للحصول على ربح مناسب، وسأتحدث هنا حول الطرق التي يمكن إتباعها لتبدأ بتسويق منتجك الرقمي بشكل جيد.

أي منتج جديد يحتاج إلى تسويق مكثف، وذلك لأن الناس يجب أن تتعرف عليه أولاً، وإذا كان المنتج جديداً، وفي نفس الوقت كان صاحب المنتج جديداً في عالم المنتجات الرقمية ويبيع منتجه الأول، فإن الجهد ينبغي أن يكون مضاعفاً أكثر وأكثر، فالناس في هذه الحالة لا يعرفون المنتج ولا يعرفون صاحبه أيضاً.

مع أن هناك من يقول بأن المنتج المتميز يسوق لنفسه، ومع إيماني واعتقادي بصحة هذه العبارة، إلا أنها عبارة مقيدة، فلا يمكن للمنتج أن يسوق لنفسه قبل أن يعرفه الناس ويسمعوا عنه، بل ويجربه أو يطلع عليه البعض منهم! ومن هنا يجب الاهتمام بعملية تسويق المنتج لأن لها دوراً كبيراً وأساسياً في نجاح عملك.

سأتحدث حول مجموعة من الطرق والوسائل العملية والتي يمكن لك استخدام بعضها أو كلها لتسويق منتجك بشكل فعال.

أ. العلاقات الشخصية.

العلاقات الشخصية لها أهمية كبيرة في بيعك للمنتجات الرقمية وخاصة في مراحلك الأولى، فدعم ومساندة الأهل والأصدقاء له دور كبير في النجاح، اشرح مميزات منتجك لأقاربك وأصدقائك واطلب منهم مساعدتك في تعريف الآخرين بالمنتج بالطرق المناسبة لهم، يمكنك أن تقوم بصياغة رسالة تسويقية بسيطة ومؤثرة لإرسالها عبر تطبيقات الهواتف الذكية مثل واتس آب، فإذا تمكنت من استخدام هذه الوسيلة بذكاء؛ فيمكنك حينها أن تحقق نتائج رائعة، عليك أن لا تجعل الصياغة إعلانية بحتة واكتبهما بطريقة تشجع الآخرين على إعادة إرسالها لأصدقائهم، ولهذا عليك أن تركز على ميزات المنتج وفوائده وكيف يمكن لقارئ تلك الرسالة شخصياً أن يستفيد منه بدلاً من الأسلوب الإعلاني التقليدي.

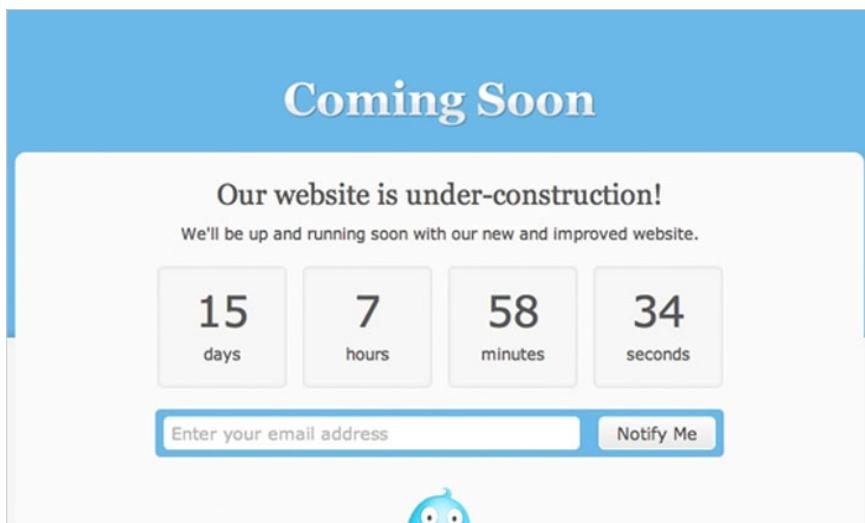
من المهم أن تكون علاقات جديدة باستمرار داخل شبكة الإنترنت وخارجها، فالاهتمام بتكون العلاقات الودية له دور كبير في نجاحك حتى في المستقبل عند إعدادك لمنتجات جديدة.

مساعدة الأهل والأصدقاء في تعريف الآخرين بالمنتج لها دور فعال في انتشار منتجك وزيادة مبيعاتك.



ب. ما قبل إطلاق المنتج.

الكثير من الأشخاص ينتظرون حتى يصبح منتجهم جاهزاً بشكل كامل ومن ثم يقومون بتسويقه، بينما يمكن أن يتم استغلال الوقت والتسويق للمنتج حتى قبل أن يكون جاهزاً بشكل كامل، هل رأيت صفة مشابهة لهذه من قبل؟



تستخدم مثل هذه الصفحات في الواقع قيد الإنشاء، وفي كثير من الأحيان لا يتم الاكتفاء بما هو ظاهر في الصورة فقط، بل يتم إضافة تعريف بسيط بما يقدمه الموقع كجزء من التسويق، ويتم ربط هذه الصفحات بقائمة بريدية ليتمكن الزائر المهتم بتخصص الموقع من تسجيل بريده الإلكتروني ليصله تنبئه بر رسالة بريدية عند انطلاق الموقع، وسأتحدث حول القوائم البريدية بشيء من التفصيل في نهاية هذا القسم.

مرحلة ما قبل إطلاق المنتج مهمة للغاية، فهي تساعدك على كسب جمهور لمنتجك، وبالتالي فإن هذا سيساعد على تحقيق المبيعات بشكل أسرع فور إطلاق المنتج فعلياً. لا بد لنجاح هذه الطريقة أن تستخدم أسلوباً تروبيقياً غير مباشر، فلا توضح ما هو المنتج الذي سيتم إطلاقه ولكن ركز على الفوائد التي سيجنيها المشتري.

فلا كان منتجك عبارة عن إضافة برمجية لمنصة التدوين وورد برس، وكانت وظيفة هذه الإضافة هي تحسين وضع الموقع في محركات البحث، فليس المطلوب أن تكتب تعريفاً توضح فيه إن المنتج هو عبارة عن إضافة SEO لمنصة وورد برس، وإنما يمكنك أن تستخدم عبارات مثل: "هل ترغب بأن يكون موقعك في الصفحة الأولى من نتائج بحث جوجل؟ اشتراك في القائمة البريدية لنتواصل معك فور الانطلاق وتتعرف على السرا"، فكما تلاحظ أن مثل هذه العبارة لم توضح ما هو المنتج، بل أنها أيضاً لم توضح أن الأمر مرتبط بمنتج مدفوع.

ابداً بالتسويق لمنتجك والتعریف به حتى قبل إطلاقه رسمياً، فذلك يساعد في كسب جمهور واسع يساهم لاحقاً في تحقيق مبيعات أسرع.



ج. الشبكات الاجتماعية.

قبل عشر سنوات تقريباً، كانت المنتديات الحوارية تستهوي وتسقط الكثيرين من المتصفحين لشبكة الإنترنت، فظهرت في ذلك الوقت الكثير من المنتديات الحوارية الهدافـة والراقـية فيـ الكثـير منـ المـجالـات، وظـهرـ إلىـ جـانـبـهاـ كـمـ هـائـلـ منـ المـنـتـدـيـاتـ وـالمـوـاقـعـ الـيـ لاـ قـيـمةـ حـقـيقـيةـ لـهـاـ، وـقـدـ شـكـلتـ المـنـتـدـيـاتـ فـيـ ذـلـكـ الـوقـتـ وـسـيـلـةـ إـعـلـانـيـةـ فـعـالـةـ، فـتـجـدـ فـيـهـاـ المـوـاضـيـعـ النـقـاشـيـةـ حـوـلـ الـمـوـاقـعـ وـالـخـدـمـاتـ وـالـمـنـتـجـاتـ الـمـخـتـلـفـةـ، إـلـاـ أـنـ ظـهـورـ الشـبـكـاتـ الـاجـتمـاعـيـةـ وـاـنـتـشـارـهـاـ الـهـائـلـ أـدـىـ إـلـىـ عـزـوفـ الـكـثـيرـينـ عـنـ الـمـنـتـدـيـاتـ، وـبـدـأـ الـاـهـتـمـامـ يـزـدـادـ بـتـلـكـ الشـبـكـاتـ وـاـسـتـخـدـمـتـ وـلـاـ زـالـتـ تـسـتـخـدـمـ فـيـ الـمـجـالـاتـ الـتـسـوـيـقـيـةـ بـمـخـتـلـفـ أـنـوـاعـهـاـ.

نستفيد مما ذكر بالأعلى بأنه في العمل التجاري صغيراً كان أو كبيراً ينبغي مواكبة التطور السريع خاصة في مجالات تقنية المعلومات، فهل لك أن تخيل أن يقوم البعض بالاعتماد على المنتديات التقليدية كوسيلة رئيسية للتسويق؟ حتى المنتديات المتخصصة والتي لا زالت لها روادها قد تأثرت ولا يمكن لأحد أن يعتمد عليها بشكل كلي في التسويق للمنتجات، فإذا عليك أن تعرف بأن استخدام الشبكات الاجتماعية ليس خياراً يمكنك الاستغناء عنه، بل يجب عليك أن تستخدم تلك الشبكات في التسويق لمنتجك.

مع أهمية الشبكات الاجتماعية إلا أن هناك بعض الطرق والأساليب الخاطئة والتي يتبعها البعض في عملياتهم التسويقية، وسأبدأ الحديث عن هذه الأخطاء قبل التطرق للطرق الصحيحة، لأن تجنب الأخطاء أمر ضروري حتى لا تقع في وحل النتائج السلبية والتي لا نرغب بالوصول إليها أبداً، وأركز الحديث حول فيس بوك وتويتر لأنهما الأكثر انتشاراً واستخداماً.

يشكل الحصول على أكبر عدد من المتابعين في تويتر وأكبر عدد من الإعجابات لصفحات فيس بوك هاجساً للكثيرين، ومع أهمية ذلك للعملية التسويقية؛ إلا أن بعض المتابعين والإعجابات تتسبب في نتائج عكسية وخيمة. ربما تكون قد رأيت سابقاً خدمات مدفوعة يقدمها البعض لزيادة إعجابات صفحات فيس بوك أو متابعه تويتر، والمشكلة أن بعض هذه الخدمات يتم إنجازها باستخدام برمجيات تقوم بإنشاء حسابات وهمية ومن ثم يتم استخدام تلك الحسابات في الإعجاب بالصفحات ومتابعة الحسابات المختلفة! فهل تعتقد أن هناك أي فائدة لذلك؟ هذه الحسابات الوهمية ليست غير مفيدة وحسب؛ بل أنها مضرية أيضاً، فعند اكتشاف فيس بوك لتلك الحسابات فإنه يقوم بإغلاقها وبالتالي فإن عدد الإعجابات سيقل مرة أخرى، والأمر نفسه في تويتر، بل أن تلك الحسابات الوهمية تساعد على عدم وصول منشوراتك

للمعجبين الحقيقيين في كثير من الأحيان، خاصة مع سياسات فيس بوك التي قللت وصول المنشورات إلى المتابعين بهدف زيادة الإقبال على الإعلانات المدفوعة.

إذا كيف يمكن لك تحقيق نتائج جيدة في فيس بوك وتويتر؟ سنستعرض بعض الاستراتيجيات المفيدة في الأسطر القادمة.

احذر من شراء خدمات زيادة المعجبين والمتابعين الوهميين للفيس بوك وتويتر، فهي إضاعة للمال ولها نتائج سلبية أيضاً.



التسويق على فيس بوك

لا أريد الخوض في تفاصيل إنشاء صفحات فيس بوك فهي سهلة للغاية والكثيرون يعرفونها، وإذا لم تكن على دراية بذلك في يمكنك إجراء بحث بسيط بخصوص هذا الأمر، ما يهمنا هنا هو الحديث عن كيفية استخدام صفحات فيس بوك في عملياتنا التسويقية.

هناك أربعة أمور ينبغي الاهتمام بها بالنسبة لصفحات فيس بوك عند إنشاءها، اسم الصفحة، عناوتها، صورة الملف Cover Photo، وصورة الغلاف Profile Picture.

قد يظن البعض أن هذه عوامل غير هامة، إلا أن لها أثراً كبيراً في العملية التسويقية، فاسم الصفحة عامل في غاية الأهمية، فإذاً أن يساعد في زيادة عدد المعجبين أو العكس، ولهذا ينبغي أن يتم اختيار اسم مشوق وجذاب ويدل على محتوى الصفحة بالشكل المناسب، فالأسماء المقتبسة من فوائد المنتج ومميزاته يمكن أن تأتي بنتائج أفضل فلو كان منتجك عبارة عن كتاب رقمي لتعليم التسويق الإلكتروني، فيمكن لك أن تختار مسميات للصفحة مثل: فنون التسويق الإلكتروني، التسويق الإلكتروني خطوة بخطوة، مع ملاحظة أن هذا الاسم يمكن أن يكون مطابقاً لاسم منتجك الذي من المفترض أنك قد قمت باختياره بالفعل.

عنوان الصفحة هو الرابط الخاص بصفحتك facebook.com/pagename، وكل صفحة لها عنوان، وهذا العنوان له أهمية في تذكر رابط الصفحة الخاصة بك، وكلما كان مختصراً فإن ذلك أفضل، إلا أنه يجب أن يكون دالاً على اسم الصفحة أيضاً.

صورة الصفحة وصورة الغلاف لها أيضاً أهمية كبيرة، فعدم استخدام صور احترافية يؤثر سلباً على معدل الإعجابات ونظرية الناس للصفحة، وكلما كانت الصورتان احترافيتين كلما أعطي صورة حسنة على مدى احترافية الصفحة والمنتج الخاص بك.

اسم وعنوان الصفحة وصورتها الصفحة والغلاف كلها عوامل مهمة ولها تأثير على مدى نجاح صفحتك على فيسبوك



إذا لم تكن مصمماً أو لم تكن قادراً على إنشاء تصميم احترافي مناسب، فمن الأفضل أن تدفع بعض المال لمصمم محترف لعمل ذلك، ويمكن لك الاستفادة أيضاً من خدمات التصميم في موقع **خمسات**، حيث يمكن أن تجد العديد من الخدمات بسعر مناسب. النصوص المستخدمة في الصور يجب أن يتم اختيارها باستخدام أسلوب تسوقي جذاب أيضاً.

بعد أن تنتهي من ما ذكر بالأعلى فستكون جاهزاً لتبدأ عملك الفعلي على فيس بوك، عليك أن تبدأ ببناء جمهورك المتابع بطريقة صحيحة، فلا تفكر بشراء الخدمات المدفوعة التي تحدثنا عنها بالأعلى، بل عليك أن تقضي وقتاً في الاهتمام بصفحتك بالطرق الفعالة:

- بعد إنشاء الصفحة ابدأ بدعوة أصدقاءك، واطلب منهم دعوة أصدقاءهم أيضاً، هذا سيكون بداية جيدة للحصول على معجبين.
- أضف منشورات جديدة بشكل يومي، وعليك أن تكتبه بعناية، ولا تستخدم أسلوب الإعلان المباشر دائماً.
- اهتم بكتابة المنشورات التي تجذب الآخرين للإعجاب بها ومشاركتها، فهذا يساعد بشكل كبير للوصول إلى أصدقاء المعجبين وتحفيزهم للإعجاب بالصفحة.
- لا تقم بإضافة منشورات قليلة جداً ولا كثيرة، فالمنشورات القليلة تؤدي إلى تقليل عدد المشاهدات مع مرور الوقت، والمنشورات الكثيرة مزعجة وقد تؤدي إلى إلغاء الإعجاب بالصفحة من قبل البعض.
- اهتم بالصور المستخدمة في المنشورات، احرص على أن تكون لافتة للنظر ومؤثرة، فإن لها دوراً كبيراً في نجاح المنشور.
- احرص على إضافة صفحة فيس بوك في ملفاتك الشخصية في الموضع المختلفة، فإن هذا من شأنه زيادة عدد المعجبين.

يمكنك أن تستخدم بعض الطرق الذكية لزيادة المعجبين، مثل عمل مسابقة لمشاركة منشور معين، بحيث يحصل كل من يقوم بمشاركة المنشور على فرصة الدخول في سحب مجاني على منتجك الرقمي، هذا يساعد على زيادة المعجبين وكذلك التعريف بمنتجك، وتذكر بأن النسخة أو النسخ المجانية التي ستحصلها كهدية لا تشكل خسارة بالنسبة لك، بل هي وسيلة إعلانية فعالة في حقيقة الأمر.

قم بكتابة التعليقات على المنشورات المختلفة في الصفحات الأخرى باستخدام صفحتك، بحيث يكون التعليق باسم الصفحة وليس باسمك الشخصي، ولكن احذر من كتابة التعليقات المزعجة، فليس المطلوب أن تكتب تعليقات إعلانية لصفحتك أو منتجك كما يفعل البعض.

يمكنك أن تستخدم الأسلوب الذي تراه مناسباً لزيادة شعبية صفحتك على فيس بوك، ولكن من الضروري تجنب الأساليب الخاطئة.

التسويق على تويتر

منصة تويتر للتغريدات القصيرة استطاعت استقطاب ملايين المستخدمين على مستوى العالم، ومنذ انطلاقتها وانتشارها بدأت تستخدم بشكل واسع في عمليات التسويق الإلكتروني، ويراه الكثيرون أكثر فاعلية للعمليات التسويقية من فيس بوك، وهناك بعض النصائح لاستغلال تويتر بالشكل المناسب:

- زيادة عدد المتابعين له دور في العملية التسويقية، إلا أن ما يميز تويتر أنه يمكن استغلاله للتسويق حتى مع قلة المتابعين من خلال استهداف الهاش تاغ المناسب.
- استغل الهاش تاغ الذي يتميز بالإقبال الكبير، خاصة تلك المخصصة لمناسبات معينة أو أحداث ساخنة، فالإقبال الكبير عليها يساعدك في الحصول على زوار أكثر.

- اهتم بصياغة تغريداتك مستخدماً أسلوب الغموض والتشويق، وبالطبع فليس المطلوب أن تكتب أمورا غير صحيحة فهذا سيؤدي في النهاية إلى نتائج سلبية، ولكن اهتم بصياغة التغريدات بأسلوب يجذب القارئ ودون الإشارة المباشرة للمنتج!
- فلو كان المنتج الخاص بك عبارة عن قالب لمنصة التدوين وورد برس، فيمكنك أن تكتب تغريدة مثل: "هل تستخدم منصة وورد برس؟ اجعل موقعك مميزاً"، فهكذا صياغة تحفز القارئ لزيارة الرابط والاطلاع على محتواه، ونتائجها أفضل بكثير من الصيغ المباشرة مثل: "قالب وورد برس مميز لموقعك، اضغط هنا للحصول عليه"، فالصياغة الأخيرة قد لا تحفز على زيارة الرابط.
- كما ذكرت بالأعلى فإن الـ Hashtags لها أهمية كبيرة في تويتر، حاول دائماً أن تستفيد منها بالشكل المناسب من خلال مراقبة الأكثر شعبية منها في الوقت الحالي عن طريق Trends، فهذا سيساعدك على استهداف الهاش تاغ الأكثر تفاعلاً لدولة أو مدينة معينة.
- من الجيد أن تستخدم الصور في تغريداتك، فهي عامل جذب مهم، ودائماً ما تلفت انتباه القارئ خصوصاً إذا ما تم اختيارها بذكاء، ولهذا فإن عليك أن تركز على اختيار الصور الملفتة والمعبرة في نفس الوقت.
- ينبغي أن يكون لك حضور يومي، وأن تغرد بشكل مستمر، ولكن انتبه فالإفراط نتائجه سلبية كما التفريط! فلا تغرق حسابك بالكثير من التغريدات، ولا تهمله لأيام دون أي نشاط!
- ليكن لك حضوراً فاعلاً مع الآخرين، اكتب التعليقات على التغريدات المختلفة والمشابهة لنشاطك، فهذا من شأنه زيادة شعبيتك والحصول على المزيد من المتابعين.
- احرص على أن يكون عدد متابعيك أكبر من عدد الأشخاص الذين تتابعهم، فإن هذا يضفي مزيداً من الاحترافية لحسابك.

البعض يتتسائل عن البرمجيات التي تستخدم في المتابعات التلقائية والتغريد التلقائي، ولدي نظرة خاصة حول هذه البرامج، فلست مع من ينظر إليها بسلبية مطلقة، ولا مع استخدامها بدون أي قيود، حيث أرى أنه من الأفضل تجنب استخدام هذه البرامج عند التسويق لمنتجك الشخصي، لأن هذا قد يسبب نظرة سلبية لمنتجك، ولكن من الممكن استخدام هذه البرامج في التسويق لمنتجات الآخرين.

كانت لي تجربة ناجحة جدًّا في استخدام أحد تلك البرامج في التسويق للكثير من منتجات كليك بانك، ولا زلت مستمراً في هذا الأمر، وفي هذا النوع من التسويق لا يهمني عدد المتابعين أبداً، وإنما المهم هو اختيار Hashtags مناسبة وكذلك صياغة التغريدات الجذابة، وبالمناسبة فإنه وعند استخدام مثل هذه البرامج، فإني أقوم بإضافة آلاف التغريدات يومياً! لأن الهدف هو الوصول إلى شريحة كبيرة دون الاهتمام بمدى نظرية الآخرين، فهنا لا أقوم بالتسويق لمنتجي الشخصي، وإنما لمنتجات متعددة من خلال شبكات التسويق بالعمولة، ولكن احرص على التأكد من أن هذا الأسلوب لا يتعارض مع شروط شبكة التسويق بالعمولة التي تستخدمها!

من الممكن استخدام برامج إدارة حسابات توبيتر والتي تقوم بالتغريد التلقائي والمتابعات التلقائية في شبكات التسويق بالعمولة.



د. الإعلانات المدفوعة (الدفع لكل نقرة) (Pay Per Click)

يمكن من خلال استخدام الإعلانات المدفوعة الوصول إلى نتائج مميزة وسريعة في نفس الوقت إذا ما تم إعداد خطة إعلانية سليمة، ليس من الضروري أن تستخدم الإعلانات المدفوعة خاصة في بداية عملك، ولا سيما إذا لم تكن تمتلك ما يكفي من المال لأجل ذلك، إلا أنه وفي حال تمكنك من تخصيص بعض المال للإعلانات المدفوعة؛ فالأفضل في هذه الحالة أن لا تتردد بالإقدام على هذه الخطوة، ولكن أكرر؛ ينبغي أن يتم الأمر بطريقة مدروسة وإلا فإنك لن تجني أي فائدة تذكر!

هناك طرق إعلانية متعددة على الإنترنت، ومنها ما يعرف بـ (PPC) أو Pay Per Click، وهي من الطرق الإعلانية الفعالة، فهي هذه الطريقة ستقوم بالإعلان من خلال منصة إعلانية كبيرة يشتراك فيها عدد كبير من أصحاب المواقع ويسمون بالناشرين، وعند رغبة أي شخص بالإعلان، فإنه يقوم بإضافة طلبه في المنصة ويحدد معايير معينة لظهور إعلانه، ويقوم بتحديد أقصى مبلغ يرغب بدفعه للنقرة الواحدة، بالإضافة إلى الميزانية الكلية للحملة الإعلانية، وبالتالي فإن الإعلان يظهر في أي من تلك المواقع بناء على المعايير المحددة، وفي حال النقر على الإعلان؛ يتم خصم سعر النقرة من الميزانية المتوفرة.

تعتبر إعلانات PPC من أكثر الطرق الإعلانية فعالية على شبكة الإنترنت، ولعل المنصتين Google AdWords والأكثر استخداماً لهذا النوع من الإعلانات في العالم العربي هما إعلانات وشبكة إعلانات حسوب والتي يمكن استخدامهما في الإعلان عن منتجك.

لا يخفى على أحد الشهرة التي تتمتع بها Google مما يجعل من شبكتها الإعلانية خياراً جيداً للكثيرين، وما يميز جوجل أنها لا تعتمد على الناشرين فقط والذين تحدثنا عنهم بالأعلى؛ بل أيضاً تقوم بنشر الإعلانات في محرك البحث الخاص بها، أما شبكة إعلانات حسوب فهي شبكة إعلانية عربية توفر خيارات إعلانية متعددة على موقع ناشرتها وتشمل: إعلانات البانر، الإعلانات النصية، إعلانات HTML، وإعلانات الفيديو، ويمكن أن تختار ما يناسبك من هذه الخيارات.

تمتلك جوجل عدداً كبيراً من الناشرين، بالإضافة إلى عدد ضخم من عمليات البحث الشهرية على محركتها، وهذا يعطي خيارات إعلانية كثيرة للغاية، إلا أن الأمر قد ينظر إليه من ناحية سلبية أيضاً، فهناك الكثير من المحتوى الرديء وتحصل على الموافقة لتصبح ناشراً لإعلانات جوجل، كما أن الأعداد الضخمة من المعلنين يجعل التنافسية شديدة جداً مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار الكلمات المفتاحية الهامة، وستتعرف على معنى الكلمات المفتاحية وفوائدها لاحقاً في هذا الفصل وستتضح لك الصورة بشكل أكبر حينها.

في الجانب الآخر فإن إعلانات حسوب تصرح دائماً بأن جودة المحتوى هو المعيار الأساسي لانضمام الناشرين لشبكتها الإعلانية، وهذا يضمن بأن إعلانك سيظهر في موقع قيمة، وبالإضافة لذلك فإن حدة المنافسة أقل في شبكة إعلانات حسوب مما يعني فرصتك أكبر لظهور إعلانك بسعر أقل، وبالرغم من انخفاض حدة التنافسية إلا أن شبكة الظهور في إعلانات حسوب وفي نهاية العام ٢٠١٣ أصبحت تحقق أكثر من مليار ظهور إعلاني شهرياً، وتصل إلى ما يقارب ٥٠ مليون مستخدم عربي، حسب ما صرحت به شركة حسوب.

في الأسطر القادمة سأركز حديثي على شبكة إعلانات حسوب، واحتياري لها لكونها بديل عربي استطاع أن يقدم خدمة مميزة ولهذا فإنها تحتاج إلى مزيد من الدعم في عالمنا العربي.

لست هنا بقصد الخوض في طريقة التسجيل في الشبكة الإعلانية وطريقة استخدامها، فكل ذلك متوفّر في [القاعدة المعرفية](#) الخاصة بالشبكة، كما يمكنك مشاهدة [الفيديو التعريفي](#).

الدفع لكل نقرة من الطرق الإعلانية الشائعة، ويمكن استخدام شبكة إعلانات حسوب للتسويق لمنتجك الرقمي.



السؤال الذي ينبغي طرحه، ما هي النقاط الهامة والتي ينبغي اتباعها عند الرغبة باستخدام الإعلانات المدفوعة؟ وللإجابة على هذا السؤال اذكر عدداً من الأمور التي يجب الالتفات لها.

الحاجة للإعلان

هل أنت بحاجة فعلاً في المرحلة الحالية للإعلان المدفوع؟ قد تكون هناك أولويات أخرى في الوقت الحالي، فليس من الضروري أن تلجأ للإعلان المدفوع مباشرة، خاصة إذا كنت تنشر منتجك الأول، فقد يكون من الأفضل لك اختبار منتجك ومدى نجاحه بدون إعلانات مدفوعة.

إذا وجدت بأنك بحاجة للإعلان المدفوع، ويمكنك تحصيص ميزانية كافية لذلك، فعليك الإقدام على هذه الخطوة، لأنها مفيدة ومهمة، ولكن عليك قراءة بقية النقاط بعناية قبل أن تتخذ أي قرار.

نوع الإعلان

هناك أنواع متعددة للإعلانات في شبكات PPC كما ذكرنا بالأعلى، وعليك هنا أن تختار من بينها ما يناسبك وتعتقد بأنه سيحقق لك النجاح، الإعلان النصي خيار جيد وعملي، وفي إعلانات حسوب يتيح لك هذا الخيار إمكانية إضافة صورة مصغرة أيضاً بمقاس ٨٠*٨٠ بكسل، كما أن هذا النوع من الإعلانات يحظى بفرصة ظهور عالية، فكثير من أصحاب المواقع يختارون عرض الإعلانات النصية على مواقعهم، أو يختارون عرض البانرات الإعلانية والإعلانات النصية معاً، وهذا يساعدك في الوصول إلى شريحة كبيرة.

البانرات الإعلانية هي غالباً الأكثر شعبية في المجال الإعلاني على شبكة الإنترنت، حيث أن الصورة دائماً ما تكون عامل جذب كبير للمشاهد، والاختلافات لها أكبر مقارنة بالإعلانات النصية، وفي حال اختيارك للبانرات الإعلانية، فعليك أن تختار المقاسات المناسبة لإعلانك، حيث أن شبكة إعلانات حسوب توفر عدداً مختلفاً من المقاسات.

بالنسبة لـ **HTML** فهي خيار إعلاني مميز تتيحه شبكة إعلانات حسوب، ويمكن استخدام هذا النوع من الإعلانات من خلال ربطها بنموذج لجمع البيانات، مثل إضافة حقل للاشتراك في القائمة البريدية يتتيح للمشاهد للإعلان إمكانية التسجيل المباشر بإدخال بريده في المربع الموجود بالبانر الإعلاني.

ينبغي دراسة البدائل الإعلانية المختلفة والمتوفرة على شبكة إعلانات حسوب ومن ثم اختيار البديل الأنسب لمنتجك وفق ما تراه.



أما النوع الأخير فهو إعلانات الفيديو والذي يمكنك استخدامه في حال رغبت بإيصال رسالة مرئية لمشاهد الإعلان، حيث يعتبر هذا الخيار رائعاً في بعض الحالات التي قد يكون من اللازم فيها إيصال فكرة المنتج بشكل مصور.

هذه البديل الأربعة والمتوفرة في شبكة إعلانات حسوب تعطيك الحرية الكاملة في اختيار نوع الإعلان المناسب لك، ولكن المهم هو أن تدرس كل بديل منها بشكل جيد لتحديد ما يتطلبه منتجك فعلياً.

تصميم الإعلان

ينبغي دائماً الاهتمام بتصميم الإعلان بحيث يكون على درجة عالية من الاحترافية، لأن التصميم سيعكس صورة إيجابية أو سلبية عن المنتج، وهنا لا ينبغي أن يكون التصميم جميلاً فقط؛ بل من المهم أن يكون معبراً عن المنتج وفائدته، وتكون له فكرة جذابة ورائعة تعكس مدى جودة المنتج وأهميته.

في الإعلان النصي قد لا تكون بحاجة إلى تصميم للصورة المصغرة، فيمكنك أن تستخدم أي شيء جميل ويدل على فكرة المنتج، أو أن تستخدم شعار المنتج الخاص بك، أما في البانرات الإعلانية فالتصميم مهم وعليك أن تهتم به بشكل كبير، فإذا لم تكن مصمماً فيجب أن تطلب تصميم مدفوع من مصمم محترف، أو أن تطلب من أحد الأصدقاء مساعدتك، والأمر نفسه بالنسبة لإعلانات HTML فأنت بحاجة لتصميم جميل وعبر لخلفية الإعلان.

تصميم الإعلان في غاية الأهمية فهو يعكس صورة إيجابية أو سلبية عن منتجك. أطلب مساعدة مصمم محترف لإخراجه بالشكل المناسب.



إنتاج وإخراج إعلانات الفيديو بالشكل المناسب لا يقل أهمية أيضاً، إلا أن العمل عليه أصعب قليلاً من البانرات الإعلانية، وهنا أيضاً ينبغي أن تطلب المساعدة من شخص محترف في مجال تصميم وإنتاج مقاطع الفيديو، إذا لم تكن لديك الخبرة والاحترافية لفعل ذلك، وتذكر بأن الأمر حساس جداً، ويتعلق بمصير منتجك، فالإعلان السيئ يعكس صورة سلبية عن المنتج حتى وإن كان المنتج احترافياً ومتميزاً فالناس تعرفه من خلال الإعلان!

الاستهداف الصحيح

تخيل أنك تبيع منتجاً تشرح فيه أساسيات التسويق الإلكتروني، فهل ترغب بعمل إعلانات وتدفع المال ليصل إعلانك لطفل بعمر العشر سنوات لا يشكل له إعلانك أي فائدة؟ بالتأكيد فإن هذا الأمر لا ترغب به ويشكل خسارة كبيرة لك، فالاستهداف الإعلاني غير السليم خطأ قاتل، لأنك ستدفع المال من دون الحصول على أي فائدة! ولهذا السبب عليك أن تدرس الأمر وتحدد الفئة التي ينبغي أن يصل إليها إعلانك بدقة كبيرة قبل أن تبدأ بإعداد حملتك الإعلانية.

تتيح لك شبكة إعلانات حساب إمكانية الاستهداف حسب الكلمات المفتاحية، والكلمات المفتاحية ببساطة هي تلك الكلمات الرئيسية في صفحة معينة على شبكة الإنترنت، فعند تصفحك لمقال يتحدث حول الربح من الإنترنت مثلاً، فإن عبارة "الربح من الإنترنت" هي الكلمة المفتاحية الأساسية في ذلك المقال، وقد تكون هناك بعض الكلمات الأخرى المرتبطة بها، وبالتالي فإنك وعند تحديد كلمات مفتاحية معينة لإعلانك فهذا يعني أن إعلانك سيظهر في صفحات تحتوي على تلك الكلمات، ولهذا فاختيار هذه الكلمات لا يمكن أبداً أن يكون عشوائياً بل يجب أن تكون الكلمات مرتبطة بمنتجك بشكل وثيق.

يمكنك أن تكتب قائمة بالكلمات المفتاحية التي تتناسب مع منتجك ومن ثم تختار أكثرها أهمية، وليس بالضرورة أن تستخدم الكثير من الكلمات المفتاحية فإن ذلك قد يؤدي إلى نتائج سلبية مثل ظهور الإعلان لفئة غير مهتمة به.

ينبغي أن يصل إعلانك لفئة المهتمة بالمنتج الذي تسوقه، ولهذا فإن عليك أن تحدد معايير الاستهداف بشكل صحيح.



نتيج شبكة إعلانات حسوب أيضاً استهداف فئات معينة من المواقع، مثل المدونات، م الواقع الأعمال، الصحة، التقنية، وغيرها من التخصصات المختلفة، وهذا يمكّنك من اختيار المجال أو المجالات التي تتناسب مع منتجك، وهذه الميزة تعمل جنباً إلى جنب مع الكلمات المفتاحية في تحديد مدى صحة استهدافك.

نتيج لك شبكة إعلانات حسوب أيضاً اختيار الدول التي ترغب باستهدافها، بالإضافة إلى بعض خيارات الاستهداف الأخرى المتقدمة وتشمل تحديد نوع الأجهزة التي يظهر فيها الإعلان (مثل الأجهزة المكتبية، الهواتف الذكية) وكذلك نوع نظام التشغيل (مثل Apple OS X و Windows)، وبالتالي فإن إعلانك لن يظهر إلا للأشخاص الذين تنطبق عليهم المعايير التي قمت بتحديدها.

تحديد سعر النقرة

كما ذكرنا فإن شبكة إعلانات حسوب تعتمد نظام الدفع لكل نقرة، وبالتالي فإنه ينبغي أن تحدد السعر الذي ترغب بدفعه للنقرة الواحدة (العملة المستخدمة في حسوب هي الجنيه الاسترليني GBP)، ولكن هل المطلوب منك أن تحدد أدنى سعر ممكن؟

سعر النقرة:	
£ جنيه استرليني (GBP)	0.06
السعر المقترن:	0.07 - 0.05

نظام إعلانات حسوب لا يلزمك بتحديد سعر معين للنقرة الواحدة، فحتى لو حددت أن يكون السعر .. فليس هناك مشكلة في ذلك،

ولكن عليك أن تعرف بأن نظام شبكات الدفع لك نقرة يعطي أولوية لصاحب السعر الأعلى في ظهور الإعلان، ولو لم يكن الأمر كذلك فلن تكون هناك أفضلية ولأبقي كل معلن سعر النقرة منخفضاً للغاية!

فسعر النقرة المنخفض قد يعني ظهوراً أقل لإعلانك في حال وجود منافسين يدفعون مبالغ أكبر للنقرة الواحدة. من الأفضل أن تحدد سعراً معقولاً للنقرة، فلا تحدد مبلغاً ضئيلاً جداً، ولا مبلغاً مرتفعاً يزيد من كلفة إعلانك، ويمكنك أن تبقي سعرك ضمن الحدود التي يقترحها عليك النظام.

المتابعة وتصحيح المسار

مهما كانت جودة الخطة الإعلانية التي رسمتها، ومهما كان استهدافك الإعلاني دقيقاً وسليماً، فإنه لا يمكن ضمان نجاح الخطة الإعلانية بنسبة ١٠٠%， ولهذا فإن المتابعة المستمرة ومراقبة النتائج أمر في غاية الأهمية، فذلك يتتيح لك إمكانية تصحيح الخلل الذي قد يحصل أثناء الحملة الإعلانية وبالتالي تقليل الخسائر التي قد تنتج عن الاستهداف غير الصحيح أو غيره من الأخطاء المختلفة.

توفر شبكة إعلانات حسوب إحصائيات حول إعلانك، يمكنك أن تستفيد منها في معرفة مدى جاذبية إعلانك، فنسبة النقر إلى الظهور CTR من العوامل المهمة والتي يمكنك الاستفادة منها.

الاسم	تكلفة النقرة	مرات الظهور	النقرات	CTR.	CPM.	الحالة
الاسم	£ 0.06	النقرات	النقرات	CTR.	CPM.	الحالة

زيادة المبيعات هو الهدف الرئيسي للإعلان، ولكن عليك أن تعرف بأن عدم وجود المبيعات أو ضعفها قد لا يعني خلاً في الإعلان، وإنما هناك عوامل أخرى في المنتج نفسه أو في تصميم صفحة المبيعات والذي سنتحدث عنه في الفصل القادم.

هـ الإعلانات المدفوعة (إعلانات فيس بوك).

تحدثت بالأعلى حول إعلانات PPC والتي تعتبر الأشهر حالياً في شبكة الإنترنت، إلا أن هذا النوع ليس هو الوحيد في الإعلانات المدفوعة، فهناك العديد من الطرق الإعلانية الأخرى والتي لا مجال لحصرها جميعاً هنا، ومن الطرق الإعلانية الشهيرة إعلانات فيس بوك.

وحتى لا تختلط عليك الأمور، فما ذكرناه بالأعلى عند الحديث عن الشبكات الاجتماعية كان بخصوص استخدام صفحات فيس بوك المجانية في التسويق لمنتجك من خلال دعوة الأشخاص للإعجاب بصفحتك، ولكن فيس بوك يوفر أيضاً إعلانات مدفوعة متنوعة، ولعل أشهرها الإعلان عن صفحتك لزيادة المتابعين، الإعلان لمنشور معين في صفحتك، والإعلان لرابط خارجي.

المطلوب هنا أن تحدد استراتيجيةتك، فإنما أن تقوم بالإعلان عن صفحتك لجذب المعجبين لها ومن ثم استخدام الصفحة في التسويق لمنتجك، وإنما أن تقوم بالإعلان عن موقعك أو صفحتك المخصصة لبيع المنتج خارج فيس بوك وبالتالي الحصول على زيارات لتلك الصفحة.

يتوفر فيس بوك خيارات إعلانية متنوعة، ومنها الإعلان عن صفحتك، الإعلان عن منشور معين بصفحتك، والإعلان لرابط خارجي.



أما النوع الثالث وهو الإعلان عن المنشورات فلن يكون مفيداً لك إلا في حال بلغ مجموع المعجبين بالصفحة لعدة ألف، حيث أن الهدف من هذا النوع هو ظهور الإعلان لعدد أكبر من معجبي الصفحة وأصدقاءهم أو أصدقاء المعجبين فقط، ولهذا فلو كان عدد المعجبين لديك قليل فلن تستفيد كثيراً من هذه الميزة.

المهم في إعلانات فيس بوك هو الاستهداف كما هو الحال في إعلانات PPC، فالاستهداف دائماً هو المحور، ولأن فيس بوك يعتبر شبكة ضخمة تضم عشرات الملايين من الأشخاص حول العالم، فإن الاستهداف ينبغي أن يكون دقيقاً للغاية لتتمكن من الوصول إلى الفئة المهتمة بإعلانك فعلاً، ويوفر فيس بوك الكثير من معايير الاستهداف التي ستفيده في ذلك، ومنها على سبيل المثال، الدول أو المدن التي ترغب باستهدافها، اللغات التي يتحدث بها الأشخاص المستهدفون، الفئات العمرية، الجنس، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، الاهتمامات، بالإضافة إلى بعض المعايير الأخرى، ولهذا فإن عليك أن تحدد خياراً معيناً لكل معيار بشكل دقيق.

إعلانات PPC وإعلانات فيس بوك ليسا الخيارين الإعلانيين الوحidiين في شبكة الإنترنت، فهناك طرق كثيرة أخرى يمكنك البحث عنها و اختيار ما يناسبك، في إعلانات اليوتيوب لها جمهور واسع، خاصة مع زيادة استخدام هذا الموقع، فعليك دائماً أن تقارن البدائل وتقرر استخدام أحدها أو استخدام أكثر من بديل في آن واحد.

و. أراء العملاء .Testimonials

ما الذي جعل شركات مثل سوني يرتبط اسمها بالجودة العالمية؟ بالتأكيد أن منتجاتهم المميزة كان لها دور في شهرة الشركة، ولكن الكلام الذي تناقله الناس عن منتجات الشركة كان له أيضاً دور بارز في شهرتها ونجاحها، والأمر نفسه ينطبق على كل شيء، فآراء العملاء الإيجابية لها الأثر الكبير في نجاح منتجك، ولهذا فإن عليك الاهتمام بآراء العملاء وأن تطلب من المشترين منتجك كتابة رأيهم بالمنتج.

بعض الواقع العالمية التي يمكن من خلالها بيع المنتجات الرقمية تتيح إمكانية تقييم المنتج وكتابة مراجعة حوله، ومن هذه الواقع موقع [ThemeForest](#) الشهير، فلو قمنا بمراجعة صفحة [قالب صحيفة](#) لمنصة وورد برس وهو من إبداع المصمم فؤاد بدوي الذي تحدثنا عنه في الفصول الأولى من هذا الكتاب؛ لوجدنا أن هذا القالب قد حصل على الكثير من التقييمات الإيجابية، حيث تم تقييمه بمستوى خمس نجوم من قبل أكثر من ١٩٠٠ مشترٍ، وبلغ متوسط التقييمات ٤.٨٠ من ٥.٠٠ وهو رقم أكثر من رائع!

ابذل كل جهد ممكن في الحصول على أراء إيجابية من عملائك، فذلك سيساعدك في كسب المزيد والمزيد من العملاء الجدد!

ز. القوائم البريدية.

هذا الجزء تحديداً له أهمية خاصة في عالم بيع المنتجات الرقمية، فأرجو منك أن تعطيه اهتماماً كبيراً. عليك أن تقرأ بكل تركيز وتدقق في كل النقاط الواردة فيه.

التسويق عبر البريد الإلكتروني أسلوب شائع الاستخدام لتسويق المنتجات الرقمية، ولو سألت بعض الناجحين في المجال محور الحديث حول هذا الأسلوب التسويقي لقالوا لك بأنه أحد أهم الأساليب التي يمكن استخدامها، ولكن عليك أن تعرف بأن التسويق عبر البريد الإلكتروني واستخدام القوائم البريدية لا يعني أبدا اللجوء للرسائل المزعجة Spam وأن ما نقصده هنا هو إرسال الرسائل للأشخاص الذين قاموا بالتسجيل في القوائم البريدية بأنفسهم ووافقوا على استقبال رسائل منك.

مارك أندريه Marc Andre وهو أحد الناجحين في مجال العمل الإلكتروني وبيع المنتجات الرقمية ذكر في مقال له على مدونته ProfitBlitz بأن بناء قائمة بريدية تحوي عملاءك أمر مهم جداً في استمرارية العلاقة بينك وبين العملاء، لأن هذا يساعدك في عملياتك التسويقية القادمة، فعند إطلاق منتج جديد مثلاً يمكنك أن ترسل عرضاً خاصاً بسعر مميز لعملاءك السابقين.

ولكن الأمر لا يقتصر على ذلك فقط؛ فيمكنك أيضاً الحصول على مشتركين في قائمتك البريدية من غير الأشخاص الذين قاموا بشراء منتجك أو منتجاتك سابقاً، وستتعرف على كيفية ذلك لاحقاً في هذا القسم، ولكن قبل أن أتطرق لذلك؛ علينا أن نعرف كيف يمكننا إنشاء القوائم البريدية.

كيف تبني قائمتك البريدية؟

بناء القوائم البريدية يتطلب الاستعانة بإحدى المواقع المتخصصة في هذا المجال، فهناك العديد من المواقع التي تتيح لك إنشاء قوائمك البريدية وإدارتها بالشكل المناسب، ومن أشهر هذه المواقع [Mailchimp](#) و [Aweber](#) و [GetResponse](#).

لست هنا بقصد المفاضلة بين الثلاثة، فالآراء حول أيٍ منهم الأفضل متضاربة، وفي كل الأحوال فإن كلها موقع متميزة ورائدة في مجالها، وشخصياً استخدم الموقع الأول Aweber ولم أجرِ الموقعين الثاني والثالث.

الخدمة المقدمة في هذه الموقع والموقع المشابهة لها مدفوعة وليس مجانية، إلا أن موقع Mailchimp يوفر اشتراكاً مجانيًا يتيح لك إضافة حتى 2000 مشترك في قوائمك البريدية، إلا أن هناك العديد من الميزات غير المتوفرة في الحساب المجاني، وبالنسبة لموقعي GetResponse و Aweber، فإن الأول يتيح لك تجربة الخدمة بدولار واحد للشهر الأول، والموقع الثاني يمكنك من تجربة الخدمة مجاناً لشهر كامل.

لإنشاء قوائمك البريدية يجب الاستعانة بإحدى المواقع المتخصصة في هذا المجال والاشتراك بالخدمة التي تتيح لك إنشاء عدد لا محدود من القوائم.



يمكنك أن تراجع الأسعار في الموقع الثلاثة وتقارن بين الميزات ومن ثم تختار الموقع المناسب لك، سيكون حديثي حول موقع Aweber وذلك لأن خبرتي منحصرة فيه.

التعامل مع موقع Aweber سهل للغاية، وعند تسجيلك؛ سيساعدك الموقع مباشرة على إعداد قائمتك البريدية الأولى بخطوات سهلة، فهناك بعض المعلومات التي ينبغي أن تقوم بتعديتها لإنشاء قائمتك، مثل اسم القائمة ووصفها (باللغة الإنجليزية)، اختيار رسالة تفعيل الاشتراك وهي الرسالة التي سترسل للمشترك في قائمتك البريدية لتفعيل اشتراكه، وبعد خطوات بسيطة ستكون قائمتك البريدية جاهزة!

الرسائل التلقائية Follow-up messages

من الأمور الشائعة الاستخدام في القوائم البريدية ما يعرف بـ follow-up messages وهي عبارة عن رسائل بريدية ترسل تلقائياً للمشتراك بعد اشتراكه في قائمتك البريدية، فيمكن أن يتم إرسال رسالة من هذا النوع مباشرةً بعد تأكيد الاشتراك في القائمة، كما يمكن إعداد مجموعة من الرسائل الأخرى ليتم إرسالها بعد عدد من الأيام تحددها أنت، كأن يتم إرسال رسالة بعد ٣٠ يوماً وأخرى بعد ٦٠ يوماً وهكذا.

الوصول إلى الصفحة الخاصة بإنشاء الرسائل التلقائية سهل للغاية، وعند وصولك لتلك الصفحة ستجد مساحة العمل الرائعة والتي يمكنك تطويقها بالشكل المناسب لك.

The screenshot shows a user interface for creating an email message. At the top, there's a 'Subject Line' input field with a placeholder 'Insert Your Subject Here' and a 'Personalize' button. Below it is a toolbar with various icons: Font, Size, Bold, Italic, Underline, Strikethrough, Alignment, Paragraph style (Headline, Paragraph, Article), Image, Button (Follow Me, Product, Coupon), MY LOGO (Logo, Signature, Divider, Share), and a 'Personalize' dropdown. The main workspace contains a message body with the text 'Hi {firstname_fix} Thanks for being a loyal email subscriber. We appreciate hearing from you. Let us know if you ever have any questions.' To the right of the workspace is a 'Message Properties' sidebar with sections for 'Current Template: Plain (Left Aligned)', 'Templates' (with a 'Templates' button), 'Attachments' (with an 'Attach File' button), 'Message Drafts' (with a 'Save Draft' button), and 'Plain Text' (with an 'Auto-Generated' checkbox and preview link). At the bottom right are 'Undo' and 'Redo' buttons.

يدعم الموقع اللغة العربية بشكل جيد، كما أن هناك العديد من الميزات الرائعة التي يمكن إضافتها في الرسالة إلى جانب النص، وهنا مثال قمت بإعداده لرسالة من هذا النوع.



هذا النموذج لرسالة بسيطة غير مكلفة، إلا أن هناك بعض القوالب الجاهزة والتي يتاحها الموقع ويمكن استخدامها لإخراج رسائلك بشكل جميل.

إعداد نماذج التسجيل

بعد أن تقوم بإنشاء قائمتك البريدية وإعداد الرسائل التلقائية فأنت الآن جاهز لإعداد نماذج التسجيل، وهي النماذج التي سيسخدمها الأشخاص المهتمون بقائمتك البريدية للتسجيل من خلال إدخال أسمائهم وعنوانينهم البريدية.

Name:

Email:

Sign Up

We respect your email privacy

Powered by AWeber Email Newsletters

يتوفر موقع Aweber أشكالاً متعددة من النماذج، ويمكن أن تختار ما يناسبك، كما يمكنك أن تحدد الحقول المطلوبة في النموذج، فيمكن أن تكتفي بالبريد الإلكتروني فقط بدلًا من الاسم والبريد.

The screenshot shows the AWeber template editor interface. At the top, there's a toolbar with icons for Preview, Header, Footer, Privacy, Counter, Powered, Image, Divider, and Text. Below the toolbar is a sidebar titled 'Templates' with categories: Popular, New (highlighted in green), My Templates, Corporate, and Show More. Under 'New', five templates are displayed: 'Big Sale' (Black Friday theme), 'Grace', 'Tick Tock' (animates a clock icon), 'Skyline', and 'Tea Time'. The main workspace shows a dark-themed sign-up form with fields for 'Name:' and 'Email:', and a large orange 'SIGN UP NOW' button. At the bottom of the form, there's a note about respecting email privacy and a link to AWeber's services. On the left side of the workspace, there's an 'EDIT FOOTER' button.

خلال خطوات إعداد النموذج ستكون هناك بعض الخيارات، مثل تحديد صفحة تأكيد التسجيل ونوعها، وبعد الانتهاء من المراحل القصيرة ستتمكن من الحصول على الكود البرمجي الخاص بالنماذج والذي يمكنك أن تضعه في المكان المناسب سواء في صفحة المبيعات، صفحة تحميل المنتج، أو حتى نشر النماذج في صفحتك على فيس بوك أو حسابك بتويتر باستخدام رابط HTML عادي يوفره لك الموقع، فليس بالضرورة أن يكون لديك موقع خاص لتضع عليه النماذج وتحصل على المشتركين.

بعد أن أصبح النماذج الخاص بك جاهزاً، فأنت الآن على أتم استعداد لإكمال مشوارك والتركيز على الأهم، وهو كيفية الحصول على مشتركين لقائمتك البريدية.

كيف تحصل على مشتركين

قد تسأل نفسك الآن هذا السؤال المهم، فالحصول على المشتركين قد لا يبدو أمراً سهلاً، فهل سيقدم شخص ما على التسجيل في قائمتك البريدية لا لهدف إلا أن تصله رسائل الإعلانية! لا يبدو ذلك منطقياً، ولهذا علينا أن نبحث دائماً عن "الفائدة" التي سيحصل عليها المشترك فهي المحور الرئيسي دائماً.

ليس من المنطقي أن يسجل أحد في قائمتك البريدية بدون أن يحصل على فائدة ما، قد تكون قائمتك متخصصة في إرسال الدروس، الأخبار، أو المواضيع المفيدة للمشتركين جنباً إلى جنب مع بعض الرسائل الإعلانية القصيرة، ولكن باعتقادي فإن هذه الطريقة قد لا تكفي إذا كنت ترغب بالاعتماد على القوائم البريدية كوسيلة تسويقية فعالة لمنتجاتك الرقمية، ولهذا السبب فإنه من الأفضل لك أن تتبع الأسلوب الأكثر شيوعاً واستخداماً من قبل الرواد في مجال بيع المنتجات الرقمية، وهنا أقصد أن تقدم للمشترك شيئاً مفيداً بالنسبة له.

ماذا نقصد بذلك؟ لنبسط الموضوع، هل رأيت مثل الموجود بالصورة من قبل؟



الفهرس :

03.....	المقدمة.....
05.....	ماذا قالوا لك عن سمو؟.....
06.....	أهمية حقيقة قليل بناء الباك لينك.....
14.....	نماذج أساسية.....
16.....	بناء باك لينكس.....
26.....	الخلاصة.....

يمنع نقل الكتاب من دون ذكر المصدر وحفظ حقوق الكاتب

مستحبنا العزيز، الرجاء بدخل سمعك وبريدك الإلكتروني	
<input type="text" value="إسمك"/>	<input type="text" value=" البريد الإلكتروني"/>
<input type="button" value="تحميل / تحميل"/>	

هذا الكتاب معرض للتحميل المجاني في موقع متخصص بتقديم المواقع لمحركات البحث (SEO)، فبناء الباك لينكس أو الروابط الخلفية أمر مهم لكل صاحب موقع، وهو من العوامل الرئيسية لتقدم الموقع في نتائج محركات البحث، وبالتالي فإن هذا الكتاب سيحقق فائدة لأصحاب المواقع وسيرغبون بتحميله والاستفادة منه، ولو دققت النظر في الصورة لوجدت في نهايتها نموذج لتسجيل الاسم والبريد الإلكتروني، أي بمعنى آخر عليك أن تنضم للقائمة البريدية لتحصل على الكتاب.

هل هذا يعد استغلالاً؟ الأمر ليس كذلك أبداً، فهذه علاقة رابحة للطرفين، فمن جهة يحصل المسجل في القائمة البريدية على الكتاب الذي سيتحقق له فائدته، ومن جهة أخرى يحصل صاحب القائمة على مشترك جديد لقائمته البريدية، ومع زيادة عدد المشتركين يمكن أن يتم إرسال رسائل إعلانية في وقت لاحق إن تطلب الأمر، ولا ننسى بأن إلغاء الاشتراك في القائمة حق مكفول لكل شخص، وهذا من السياسات الرئيسية في الواقع المتخصص في بناء القوائم مثل Aweber أو غيره، فإن إجبار المشترك على البقاء يقودنا إلى مسار الرسائل المزعجة Spam وهذا ما لا نرغب بفعله.

أحصل على مشتركين لقائمتك البريدية من خلال إعطاء شيء ذي قيمة لكل مشترك، فهذا يشجع على الانضمام لقائمتك.



عليك أن تركز على سياسة منح الفائدة للحصول على مشتركين لقائمتك البريدية، والكتب الإلكترونية هي الأكثر شيوعاً ولكنها ليست الخيار الوحيد دون شك، فمن مجال تخصصك يمكنك أن تبتكر هدية مقابل الاشتراك.

بالتأكيد فإنه من الضروري أيضاً أن تطلب من المشترين لمنتجك الرقمي المدفوع الاشتراك في قائمتك البريدية، فهو لاء المشترون وفي حال إعجابهم بالمنتج الذي قاموا بشرائه تكون لهم أهمية أكبر، فأساسيات التسويق تنص على أن بناء العلاقات الطويلة الأمد مع العملاء الحاليين وبيع منتجات أخرى جديدة لهم في المستقبل أسهل بخمس مرات وأقل كلفة من الحصول على عملاء جدد!

يمكنك أن تربط تحميل المنتج بعد شرائه بالتسجيل في القائمة البريدية، بمعنى أن من يقوم بشراء المنتج يتم تحويله إلى صفحة تحوي نموذج التسجيل في القائمة، ومن ثم يصله المنتج إلى بريده الإلكتروني بعد تفعيل اشتراكه، أو يمكن استخدام أي طريقة أخرى مناسبة فهناك الكثير من طرق الرابط والتي يمكن أن تتعرف عليها من خلال الشروحات المتوفرة في Aweber نفسه.

نصائح لتسويق بريدي أفضل

هناك بعض النصائح الهامة والتي ينبغي أن تلتزم بها لتتمكن من تحقيق نتائج رائعة من القوائم البريدية، وسألخصها في عدد من النقاط:

- من المهم أن تكون الهدية التي ستمنحها لمن يسجل في القائمة في نفس مجالك، فليس من المعقول أن تعطي كتاباً في فنون الطبخ بينما تتحدث منتجاتك عن التسويق الإلكتروني!
- من الممكن أن تخصص قوائماً بريدية مختلفة لمجالات متعددة إن لزم الأمر، فالواقع المتخصص في إنشاء القوائم مثل Aweber تتحسب السعر حسب عدد المشتركين الإجمالي وليس عدد القوائم البريدية.
- ليس من الذكاء أن تكون مزعجاً وترسل الكثير من الرسائل البريدية، لأن كل مشترك يستطيع ترك قائمتك بضغط زر واحدة، لا ترسل رسائل إعلانية بحثة، بل قم بصياغتها بصورة شخصية وبأسلوب يلامس القارئ ويثير اهتمامه، ركز دائماً على الرغبات الموجودة لدى كل شخص، ومن الجيد أن تتطلع على بعض نماذج الرسائل التي تستخدم في هذا النوع من التسويق، يمكن أن تجد الكثير منها باللغة الإنجليزية على وجه الخصوص.

- لا تكن كل رسائلك موجهة لشراء منتجك الرقمي، بل امنح المشتركين أشياء أخرى مثل المواضيع الهدافة في نفس مجالك، هدايا مجانية، وغيرها من الأمور التحفizية.
- إياك أن يجعل التسجيل في القائمة البريدية متاحاً بدون تفعيل الاشتراك! فهذا قد يجعل قائمتك مليئة بعناوين بريدية لا فائدة منها، لأن الكثيرين لن يقوموا بإدخال بريدهم الإلكتروني الصحيح، وأيضاً قد يتسبب وصول الرسائل إلى الأشخاص الخطأ في الكثير من الشكاوى التي قد تؤدي إلى إغلاق حسابك في Aweber أو أي موقع آخر تستخدموه.
- من الجيد أن تطلع على الإحصائيات التي يمنحك إياها موقع Aweber حول الرسائل التي قمت بإرسالها، فيمكنك أن تتعرف على عدد الأشخاص الذين قاموا بقراءة الرسالة، وكذلك عدد من قاموا بالضغط على الروابط الموجودة فيها، وهناك ميزة يمكنك الاستفادة منها وهي عبارة عن إرسال رسالة جديدة للأشخاص الذين قاموا بقراءة رسالة سابقة دون غيرهم.
- أنت تدفع مبلغاً من المال مقابل خدمة إنشاء القوائم البريدية، فهي Aweber يكون المبلغ ١٩ دولاراً لأول ٥٠٠ مشترك، ومن ثم يبدأ بالزيادة مع زيادة العدد وفقاً لخطة مشرورة بالموقع، ولهذا فإن عليك أن تركز على جودة المشتركين لديك في القائمة، فليس المطلوب أن تحصل على مشتركين لمجرد زيادة العدد، لأن هذا يعني أنك تدفع الكثير من المال دون أن تحصل على مردود حقيقي!
- يمكنك أن تضع استراتيجية خاصة بك للتسويق البريدي، ولكن النقاط المذكورة بالأعلى يجب أن تكون أموراً أساسية في أي استراتيجية تضعها، فالبعض منها نقاطاً حساسة قد يؤدي تجاهلها إلى الفشل في استخدامك للقوائم البريدية.

دورة إدارة تطوير المنتجات



تعلم تحويل أفكارك لمنتجات ومشاريع حقيقة بدءاً من دراسة السوق
وتحليل المنافسين وحتى إطلاق منتج مميز وناجح

التحق بالدورة الآن



٧

المبيعات

وما بعد المبيعات

”لا توجد أسرار للنجاح. إنه خلاصة الإعداد، العمل الجاد، والتعلم من الأخطاء!“

كولن باول

خلال الفصول السابقة تعرفت على الكثير من الأمور واجتزت الكثير من المراحل لتبدأ النجاح في إعداد وتسويق منتجك الرقمي، وقد حان الوقت لتتعرف على فنون واستراتيجيات البيع لتببدأ بالحصول على النتائج الفعلية الملحوظة. أعلم بأنك تسأل نفسك الآن، على ماذا سأتعرف؟ ألم ننته من كل شيء في الفصل السابق والمتعلق بالتسويق؟ لا تتعجل وابدأ القراءة هنا لتتعرف الإجابة.

١. التسويق والمبيعات، هل هناك فرق؟

هناك اعتقاد سائد بأن التسويق والمبيعات شيء واحد، أو أن المبيعات جزء من العملية التسويقية أو العكس، ولكن في الواقع يعتبر الاثنان مختلفين وكل واحد منها له وظيفة مستقلة حتى مع وحدة الهدف النهائي.

لأود الدخول في التفاصيل العلمية للتسويق والمبيعات فليس هي مجال حديثنا هنا، ولكن أقل اختصاراً بأن التسويق يختص بالدرجة الأولى بما وراء الكواليس، فالمنتج وتسويقه، وضع الخطط الإعلانية وتنفيذها، إجراء أبحاث السوق والتعرف على المستهلكين، تحديد منافذ التوزيع والبيع، وغيرها من الوظائف التي لا يكون فيها "عادة" احتكاك مباشر بالعملاء، ولكن لها دور مباشر في اجتذاب العملاء إلى منافذ البيع، ليأتي بعد ذلك دور المبيعات الذي يقوم بالتعامل المباشر مع العميل من خلال شرح تفاصيل المنتج أو الخدمة، الإجابة على الاستفسارات، وغيرها من الأمور المتعلقة بالأمور البيعية حتى إتمام عملية البيع.

لأخذ هذا المثال البسيط، لنفترض بأن هناك متجرًا متخصصاً في بيع الأجهزة الإلكترونية، يقوم فريق التسويق بدراسة التكاليف والأسعار وتحديدها، ومن ثم إعداد الخطط الإعلانية وتنفيذ كل الجزئيات المتعلقة بها، فتؤدي هذه المهام إلى اجتذاب العملاء المحتملين إلى المتجر، ولكن بطبيعة الحال فإن وصول هؤلاء العملاء إلى المتجر لا يعني أنهم سيقومون بشراء المنتجات، وهنا يأتي دور الباعة الذين يمارسون دورهم في الشرح والإقناع والرد على الاستفسارات ومن ثم إتمام الصفقة في حال رغبة العميل بالشراء.

التسويق يختص عادةً بما وراء الكواليس مثل تحديد المنتجاً وتسويقه والترويج له وغيرها من الوظائف، بينما البيع يكون بالالتقاء المباشر بالعملاء.



الأمر بهذه الطريقة أيضًا عند بيع المنتجات الرقمية، فالاستفسارات التي تصل إلى البريد الإلكتروني، أو التحدث عبر نظام المحادثات المباشر وكذلك تصميم صفحة البيع كلها أمور بيعية تأتي بعد العمليات التسويقية المختلفة والتي تحدثنا عنها في الفصل السابق والتي كانت تهدف لاجتذاب العميل لزيارة موقعك أو صفحة مبيعاتك بالدرجة الأولى.

٢. تصميم صفحة المبيعات Landing Page

صفحة المبيعات Landing Page هي صفحة إنترنت مخصصة لبيع منتج أو خدمة، وهذا النوع من الصفحات شائع الاستخدام لبيع المنتجات الرقمية، وهناك نماذج كثيرة يمكنك أن تطلع على بعضها.

تصميم هذه الصفحة من الأمور الهامة جداً، ولها دور كبير في زيادة مبيعات منتجك، ولهذا فإن عليك أن تهتم بها سواء كنت تستخدم موقعك الشخصي لبيع المنتج، أو تستخدم منصة وسيطة مثل منصة [أسناد](#)، إذا لم تكن قادراً على تصميم صفحة مبيعات احترافية فعليك دون شك أن تطلب المساعدة من محترف!

صفحة المبيعات هي صفحة مصممة خصيصاً لبيع منتج معين، وبالتالي فإن الهدف منها إقناع الزائر بشراء ذلك المنتج أو الخدمة.



إليك بعض النصائح الهامة لإنشاء صفحة مبيعات عالية الجودة وتهدف إلى زيادة مبيعات منتجك الرقمي.

أ. المختصر المفيد.

الشرح الطويل والمتشعب ممل للغاية، وقد يؤدي إلى إغلاق صفحتك فوراً دون قراءة محتواها، ولهذا فإن عليك أن تدخل في الموضوع مباشرة دون إسهاب، ولكن هذا لا يعني أن لا تستخدم الأسلوب الشيق والجذاب فهو مهم للغاية، وقد يكون من الجيد أن تطلب من شخص آخر كتابة محتوى صفحة مبيعاتك بأسلوب تسويقي مميز.

ب. الصور والفيديو.

أعتقد بأن الجميع يعرف دور الصور في العملية التسويقية، وكيف يمكن لها أن تغير المعادلة وتشد انتباه الناس بشكل أكبر من النصوص، و اختيار الصور المناسبة يساعد في إثارة اهتمام الزائر ويشجعه على القراءة والاطلاع بشكل أكبر حول المنتج، هذا بالطبع إن استطاعت الصور أن تقوم بدورها المطلوب، ولهذا فإن عليك أن تعتمد دائمًا على الصور والتصاميم المناسبة.

الفيديو أيضاً له دور مهم، فكثير من أصحاب المنتجات الرقمية يلجؤون إلى إعداد مقاطع فيديو لهم شخصياً يتحدثون فيه عن قصتهم، لاحظ أن الأمر يكون عبارة عن قصة وليس تسويق مباشر للمنتج، فمثلاً لو كان شخص يبيع منتجاً حول استراتيجيات الربح من الإنترنط، فتجد أنه يقوم بإعداد فيديو يتحدث فيه عن معاناته في عدم حصوله على وظيفة، وكيف اعتمد على نفسه وبحث عن مصادر مختلفة للدخل، ومن ثم يبدأ بالحديث حول الطريقة التي استطاع بها الحصول على استقلاليته المالية من الإنترنط، ومن ثم يختم حديثه بتوجيه رسالة لمشاهد الفيديو بأنه يستطيع أيضاً أن يفعل ذلك وسيساعدك المنتج في تحقيق حلمه.

ليس بالضرورة أن يكون الفيديو بالشكل المذكور بالأعلى، فيمكن عمل مونتاج صامت حول المنتج، أو مونتاج مرئي بخلفية صوتية فقط، ولكن المهم أن الأسلوب المستخدم يجب أن يكون مثيراً لاهتمام المشاهد ويحفزه على شراء المنتج والبدء باستخدامه، ولهذا قد كررت دائماً بأن الجانب الأهم هو التركيز على فائدة المنتج للمشتري المحتمل في جميع أشكال العمليات التسويقية.

ج. المبالغة والنتائج السلبية.

بعد معاناة طويلة في عمل شاق قررت أن أضع حداً لكل ذلك وأن أغير من مسار حياتي، بدأت في البحث عن الاستقلالية المالية، فعملت في بعض المشاريع ولكن مصيرها جميعاً كان الفشل، أخبرني أحد الأصدقاء عنأشخاص استطاعوا أن يصلوا للاستقلالية المالية وأن يحققوا ثروة لم يكونوا يحلمون بها يوماً من خلال العمل على شبكة الإنترنط، بدأت حينها القراءة في قصص هؤلاء الناجحين وتشجعت لأن ابدأ عملي الشخصي على الإنترنط، كانت البداية محبطية للغاية؛ فلم استطع تحقيق أي شيء خلال الأشهر الأولى، أصابني اليأس ولكن الطموح يمنعني من

التراجع، فقررت مواصلة الطريق ولكن باستراتيجية جديدة، وكانت المفاجأة بأن هذه الاستراتيجية قد قادتني لنتائج مذهلة لم أكن لأتوقعها يوماً، قمت بالعمل أكثر وأكثر وتطوير تلك الاستراتيجية لزيادة النتائج، وهذا ما حصل بالفعل، وانتقلت حينها من شخص تارك لعمله لا يمتلك سوى القليل من الدولارات لأن أكون مليونيراً خلال عام واحد، فقد استطعت تحقيق مبلغ ١,٢٥٣,٩٧٧ دولار في تلك السنة! قد تعتقد بأني أبالغ أو أكذب، ولكن التجربة ستثبت لك صحة كلامي لأنك أيضاً تستطيع فعل ذلك، لو أخبرني شخص بهذا الأمر لم أكن لأصدق أيضاً، ولهذا فأنا أعرض عليك تجربة استراتيجية لترى النتائج بنفسك فالتجربة خير برهان!

مهلاً! هل اقتنعت بما ذكر بالأعلى؟! لم تكن سوى قصة من نسج الخيال! قد تكون بدايتها مثيرة للاهتمام، ولكن ما ذكر في النهاية مثير للضحك والسخرية، ومع الأسف فإن هناك الكثيرين من أصحاب المنتجات الرقمية المتخصصة في مجال الربح من الإنترن特 على وجه الخصوص يستخدمون هذا الأسلوب الركيك في الترويج لمنتجاتهم، ولكن في حقيقة الأمر فإن النتائج غالباً ما تأتي عكسية، فالناس ليست غبية لهذه الدرجة لتصدق قصة بهذه، فإذا استطاع ذلك الشخص أن يحقق المبلغ الذي ذكره خلال عام، فلماذا يبيع استراتيجية بعشرات الدولارات؟ ليركز على عمله إذا!

مهما كان منتجك متميزاً، ومهما كانت النتائج التي يتحققها مذهلة، عليك دائماً أن تبتعد عن أسلوب المبالغة بكل أشكالها، تحدث عن المنتج بشكل متزن ومعقول لتحصل على النتائج التي ترغب بالوصول إليها.

د. الألوان.

قد يدهشك أن تعرف بأن للألوان أهمية خاصة حتى في مجال دراسة سلوك المستهلك، فتلك الدراسات تركز إلى جانب العوامل الإدارية والفنية على العوامل السيكولوجية، والألوان تدخل في ذلك الإطار وتم دراستها بعناية، فهل تساعدت يوماً ما سر اللونين الأصفر والأحمر والمستخدمين من قبل الكثير من المطاعم الشهيرة حول العالم؟ إنهم ووفقاً للدراسات يساعدان على زيادة الإحساس بالجوع، إذا فاختيارهما لم يكن عبثاً!

من الجيد أن تركز على ألوان متباعدة فبعضها غامق والبعض الآخر فاتح، فإن لهذا دور كبير في شد الانتباه للأشياء المختلفة بالصفحة، ولهذا أجعل الأشياء التي تزيد لها أن تبرز أكثر بلون مختلف في درجته عن ما حوله.

٣. الاستفسارات والأسئلة الشائعة.

من الضروري أن تكون هناك متابعة مستمرة لبريد المبيعات للرد على أي استفسارات قد ترد من المهتمين بالمنتج، وكذلك متابعة الحسابات في شبكات التواصل الاجتماعي للقيام بنفس المهمة، فعدم المتابعة أو التأخير في الرد قد يضيع عليك فرضاً كثيرة.

التواصل مع العملاء في مجال المنتجات الرقمية الجاهزة مختلف عن تقديم خدمات خاصة لكل عميل، بمعنى آخر أن بيع قالب وورد برس جاهز مختلف عن تقديم خدمة تصميم القوالب الخاصة والتي ستضطر فيها إلى إعداد تصميم مخصص لكل عميل، وبالرغم من أن التواصل والاستفسارات في النوع الثاني أكثر؛ إلا أن ذلك لا يعني عدم وجود استفسارات ما قبل البيع في حالة المنتجات الجاهزة، ولهذا فإن عليك أن تخصص وقتاً للرد على كافة ما يرد من استفسارات وأن لا تهملها.

قد يكون من الجيد أن تنشأ قسماً للأسئلة الشائعة في حال كنت تستخدم موقعك الشخصي لبيع المنتج، أو حتى أن تخصل قسماً صغيراً في صفحة المبيعات لهذا الغرض، فهذا يوفر عليك الكثير من الوقت والجهد في الرد على الأسئلة المتكررة، ولكن هذه الأسئلة وإجابتها يجب أن تختار بذكاء، بحيث لا يكون وجودها مؤثراً على نسبة المبيعات بشكل سلبي.

المتابعة المستمرة والرد على استفسارات المشترين المحتملين مهم للغاية، وفي حال إغفالك لهذا الجانب فإنك ستخسر الكثير.



٤. ماذا بعد البيع؟

إذا كنت تعتقد أنه وبمجرد بيع المنتج تكون العلاقة بينك وبين العميل قد انتهت فأنت مخطأ تماماً فهذا ليس نهاية الأمر، ولا أقصد هنا استمرارية العلاقة من الناحية التسويقية وفوائدها المستقبلية في زيادة المبيعات فقد تحدثت عنها في القسم السابق؛ وإنما أقصد الدعم وخدمات ما بعد البيع التي يجب أن توفرها للعميل لنفس المنتج الذي قام بشرائه.

لو عدنا ثانية للمثال الذي استخدمناه أكثر من مرة وهو المصمم فؤاد بدوي والذي ذكرنا بأنه بيع قالب منصة ووردبرس على موقع [ThemeForest](#) العالمي، سنجد أن هناك مركزاً خاصاً بالدعم الفني لكافة القوالب، وهناك يتم استقبال كافة الأسئلة والاستفسارات من المشترين للقوالب، وأيضاً حل المشكلات التي قد تواجه بعض المشترين، ولذلك فإن وجود هكذا نوع من التواصل مهم دائماً لأي منتج رقمي.

قد يظن البعض بأن هذا الأمر مخصوص بالمنتجات التقنية مثل القوالب الجاهزة والبرمجيات، ولكن منتجات مثل الكتب الرقمية والدروس المصورة ليست بحاجة لخدمات ما بعد البيع ولا لدعم فني، وهذا الاعتقاد غير صحيح، فهناك مشاكل وأمور قد لا تخطر على بالك كبائع، وهناك بعض المشترين الذين قد لا يعجبهم المنتج وينبغى احتواه لهم بطريقة أو بأخرى قدر الإمكان كي لا يتسبب عدم رضاهم في نقلهم لصورة سيئة عن المنتج.

يجب أن تلتزم بتقديم الدعم وخدمات ما بعد البيع لمن قام بشراء منتجك، وإهمال المشترين له نتائج سيئة وينقل صورة سلبية عن المنتج وصاحبها.



من الضروري أن تضع كل الاحتمالات في حساباتك، وتتوفر كافة الوسائل الممكنة لخدمات الدعم الفني وما بعد البيع، وعليك أن تضع سياسة لهذه الخدمات ليعرفها العميل، كتحديد أقصى مدة للرد على رسائل البريد الإلكتروني مثلاً.

إرجاع النقد

هناك سؤال يطرحه البعض وهو هل من المناسب أن نرجع المال للمشتري الذي لم يعجبه المنتج الرقمي؟ في هذا الأمر قليل من التفصيل، فالأمر قد يختلف حسب نوع المنتج.

في بعض المنتجات كالبرمجيات مثلاً يتطلب استخدام المنتج الرقمي وجود رقم مشفر (Serial Number) أو اسم مستخدم وكلمة مرور، وبهذا فإنه في حال طلب استعادة النقود فإن البائع يستطيع إلغاء الصلاحية الممنوحة للعميل سابقاً، فإذا كان المنتج الخاص بك من هذا النوع فإنه من الأفضل لك أن تتيح إمكانية استعادة المبلغ المدفوع خلال مدة محددة لأن ذلك يعتبر عاملاً مشجعاً على الشراء، أو أن توفر نسخة تجريبية قبل الشراء على أقل تقدير.

في بعض المنتجات الأخرى يكون الأمر مختلف تماماً، فالكتب الرقمية على سبيل المثال وبمجرد أن يحصل عليها المشتري فإن الأمر يكون قد انتهى، لأن الكتاب سيظل لدى المشتري حتى مع إرجاع النقد، فالأمر هنا يعود لرؤيتك، إذا قررت أن تعطي المشتري حق استعادة المال فإنه يجب أن تعرف أن هناك البعض من المشترين سيستفيدون من المنتج ومع ذلك سيطلبون استعادة ما دفعوه! ولكن في نفس الوقت فإن إمكانية استعادة المبلغ المدفوع يحفز على الشراء وبالتالي زيادة المبيعات، وازن بين الأمرين لتعرف أي خيار هو الأفضل بالنسبة لك في حال كان منتجك من هذا النوع.



أكبر موقع توظيف عن بعد في العالم العربي

أعلن عن وظائفك الشاغرة وابداً بتوظيف
أفضل الكفاءات عن بعد

أضف وظيفة الآن

V

ادارة أموالك

”العمل هو المفتاح الرئيسي لكل نجاح!“

بابلو بيكاسو

العمل على الإنترن特 يتطلب إدارة جيدة لأموالك، فهناك بعض المصروفات المهمة لإنجاز عملك، وهناك أيضاً الإيرادات التي ستحصل عليها من بيع منتجاتك الرقمية، ولهذا فإن عليك أن تتعرف على أساسيات إدارة الأموال على شبكة الإنترنط وهذا ما سنناقشه في هذا الفصل.

ا. نقطة البداية.

هناك بعض الأساسيات التي ينبغي أن توفر لديك لتتمكن من إدارة أموالك بشكل سهل على شبكة الإنترنط، وسأتحدث هنا عن ثلاثة أمور: الحساب البنكي، البطاقة الائتمانية، حساب في موقع الدفع PayPal.

أ. الحساب البنكي.

لتتمكن من إرسال واستقبال الأموال فأنت أولاً بحاجة إلى حساب بنكي، إذا كنت تمتلك حساب بنكي فعلاً فهذا رائع! وإن لم تكن كذلك فأنت بحاجة لفتح حساب جديد. هناك بعض الشروط التي قد تختلف من بلد إلى آخر، ومنها تحديد العمر الأدنى الذي يتمكن فيه صاحبه من فتح حساب، إذا كانت الشروط لا تطبق عليك نظراً لصغر سنك مثلاً؛ فيمكنك أن تطلب مساعدة أحد أقرباءك (كوالدك) من أجل استخدام حسابه الخاص في عملك إن أمكن.

إذا كان من الممكن أن تحصل على حسابك الخاص فتوجه للبنك الذي تفضل له لفتح حساب هناك، ويمكنك أن تستشير من تثق به لاختيار البنك المناسب.

ب. استخراج بطاقة ائتمانية.

الحصول على بطاقة ائتمانية له شروط خاصة، ومنها أن يكون صاحب الطلب موظفاً (في أغلب الأحيان)، وهذه الشروط قد لا تنطبق على الكثيرين، وللبطاقات الائتمانية العادلة أيضاً جوانب سلبية عديدة، فجميع المدفوعات تكون ديناً عليك، لأنك تقوم بإجراء عمليات الدفع ومن ثم تسديد المبالغ للبنك، وقد يتسبب ذلك في مشكلة لك في حال لم تتمكن من أن تسدد المبلغ في الوقت المناسب، كما أن هناك خطرًاً أمنيًّا من استخدام هذه البطاقات في شبكة الإنترنت خشية عمليات السرقة والاحتيال والتي قد تتعرض لها.

كديل للبطاقات التقليدية انتشرت بطاقات مسبقة الدفع، وهذه البطاقات يتم التعامل معها كالبطاقات الائتمانية تماماً، وتسمى لدى بعض البنوك ببطاقات الإنترن特، وما يميز هذه البطاقات أنه لا يمكن استخدامها إلا في حال أضفت لها مبلغاً من المال بشكل مسبق، وبالتالي ستتجنب موضوع الديون، وأيضاً تكون في مأمن من عمليات السرقة لأنها بإمكانك أن ترك البطاقة خالية في حال عدم استخدامها، ومن ميزاتها الهمة أن أغلب البنوك لا تشترط أن يكون صاحب البطاقة موظفاً أو لديه مصدر دخل ثابت، فيمكن لأي شخص وفي حال وصوله للسن الذي يشترطه البنك الحصول على البطاقة.

يختلف نظام البطاقات الائتمانية مسبقة الدفع من بلد لآخر ومن بنك لآخر، ولهذا فإن عليك أن تتعرف على البنك الذي تصدر هكذا بطاقات في بلدك ومن ثم تختار ما يناسبك منها، ويفضل أن يكون البنك الذي تصدر منه البطاقة هو نفسه البنك الذي تمتلك فيه حساباً بنكياً، مع ملاحظة أن بعض البنوك تشترط امتلاكك لحساب لديها للحصول على البطاقة الائتمانية مسبقة الدفع.

استخدام البطاقات الائتمانية مسبقة الدفع يعتبر أكثر أماناً من البطاقات التقليدية، وعملية الحصول عليها أكثر سهولة.



ج. إنشاء حساب في موقع الدفع PayPal

في عمليات التجارة الإلكترونية بشكل عام هناك اعتماد كبير على منصات إلكترونية متخصصة في دفع واستلام الأموال، وإحدى هذه المنصات الأكثر شيوعاً الموقع العالمي الشهير PayPal، قد تكون سمعت بهذا الموقع سابقاً، وقد تكون أيضاً تمتلك حساباً فيه، ولكن في حال لم تكن كذلك فعليك أن تنشأ حساباً جديداً، العملية سهلة جداً والاشتراك مجاني، فقط توجه [للصفحة التالية](#).

عليك أن تختار البلد الذي تعيش فيه عند عملية التسجيل بشكل صحيح، حيث لا يمكنك تغيير البلد لاحقاً، وبمجرد أن تنتهي من تعبئة النموذج وتفعيل حسابك، سيكون حينها جاهزاً للاستخدام. هناك بعض التفاصيل التي يجب أن تتعرف عليها بخصوص دفع واستلام الأموال، ويمكن الاستفادة من الشروحات الكثيرة المتوفرة على الموقع نفسه أو المنتشرة في شبكة الإنترنت.

٢. إدارة الأموال.

التعامل مع المال قد يكون حساساً بعض الشيء، ولهذا فإن جميع العمليات يجب أن تتم بدقة كي لا تحصل لديك أية مشكلة، ومن الأمور الشائعة والهامة عند الحديث عن إدارة الأموال في عالم بيع المنتجات الرقمية ثلاثة جوانب: المدفوعات، استلام الأموال، وإرجاع المال Refund.

أ. المدفوعات.

قد تحتاج في بعض الأحيان إلى إجراء بعض عمليات الدفع على شبكة الإنترنت، كدفع رسوم استضافة موقعك، طلب خدمة تصميم احترافي لغلاف كتابك الرقمي، إنتاج وإخراج دروسك الرقمية المصورة، وغيرها من الأمور التي قد تحتاجها في عملك، ومن هنا تأتي أهمية البطاقة الائتمانية مسبقة الدفع والتي تحدثنا عنها بالأعلى، حيث يمكنك استخدامها لإجراء هذه العمليات.

- هناك بعض النقاط الهامة والتي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند إجراء عمليات الدفع، ومنها:
- احذر من استخدام بطاقتك الائتمانية في موقع غير موثوق، وفي حال رغبت بشراء خدمة من موقع صغير أو من فرد يعمل لحسابه الخاص فاحرص على أن يكون الدفع عن طريق موقع عالمي معروف مثل PayPal، فذلك ضمان لعدم سرقة معلومات بطاقتك.
- لضمان حفظ حقوقك بشكل أكبر عند التعامل مع الأفراد، حاول دائمًا أن تطلب خدمات من موقع متخصصة، مثل موقع الخدمات المصغرة **خمسات** وموقع العمل الحر **مستقل**، وفي حال ففي هذه الواقع لا يستلم البائع المال إلا عندما ينهي طلبك بشكل كامل، وفي حال حصول نزاع فإن إدارة الموقع تتدخل لإرجاع الحق لصاحب.
- عندما تجري عملية دفع في أي موقع كان تأكد بأن الصفحة الخاصة بالدفع محمية ومشفرة، وستعرف ذلك من خلال وجود حرف "S" بعد الأحرف HTTP في بداية عنوان الموقع، وكذلك صورة قفل صغير.





- بعض شركات الاستضافة الأجنبية تطلب صورة من بطاقتك الائتمانية عند إجراء أول عملية دفع، احذر من إرسال صورة البطاقة لأي موقع غير موثوق، ولا بأس من إرسالها للموقع الكبرى والمعروفة، ولكن قم بإظهار أول أربعة أرقام فقط من أرقام البطاقة وليس كل الأرقام.
- من الأفضل أن لا تجري عمليات الدفع من أجهزة الحاسب الآلي في الأماكن العامة، أو باستخدام شبكات الإنترنت العامة، فذلك قد يعرض معلوماتك لخطر السرقة.
- لا تقم أبداً بتخزين معلومات بطاقتك الائتمانية في جهاز الحاسب الآلي أو أي جهاز إلكتروني آخر.
- احرص على التواصل مع البنك فوراً وإيقاف البطاقة الائتمانية في حال وجود أي عمليات دفع لم تقم بها شخصياً.

ب. استلام الأموال.

تعتبر طريقة استلام الأموال من الأمور الهامة التي يجب أن تفكري بها عند بيع منتجاتك الرقمية، فعندما تستخدم موقعك الشخصي أو حساباتك في موقع التواصل الاجتماعي لبيع منتجك فيمكنك حينها أن تستخدم الموقع العالمي PayPal لاستلام الأموال، كما يمكنك أيضاً أن تستلم المال من خلال تحويل يقوم به المشتري لحسابك البنكي، ومع أن الطريقة الثانية غير عملية؛ إلا أنه يمكنك اللجوء إليها عند الحاجة.

استلام الأموال عن طريق PayPal له العديد من الميزات، فهو موقع موثوق قبل كل شيء، وهذا يعطي اطمئناناً للمشتري عند إجراءه لعملية الدفع، وبالإضافة لذلك فإنه وباستخدام PayPal يمكنك أن تجعل عملية البيع آلية ودون أي تدخل منك، فلو كنت تبيع المنتج عبر موقعك يمكنك حينها أن تستخدم منصة وورد برس مع إضافة برمجية لبيع المنتجات الرقمية، حيث يتيح لك هذا النوع من الإضافات إنشاء نظام متكامل للبيع، بحيث يجري المشتري عملية الشراء عبر PayPal وبعد إتمامها يتم تحويله لصفحة تنزيل المنتج مباشرة دون أي حاجة لتدخل شخصي منك.

عندما يصل المال لحسابك على موقع PayPal فإنك ستكون بحاجة لسحبه دون شك، ولكن موقع الدفع الشهير هذا لا يدعم ربط حسابك لديه بحسابك البنكي في أي دولة عربية بعكس الحال مع الكثير من الدول الأجنبية، فهي أمريكا مثلاً يمكنك أن تربط حسابك البنكي مع حساب PayPal بحيث تقوم بسحب كافة المبالغ التي تصلك إلى حسابك البنكي مباشرة.

هناك طريقة لسحب الأموال متاحة في العديد من الدول العربية، وهي أن تسحب المال إلى بطاقة الائتمانية مسبقة الدفع، فكل ما عليك هو أن تربط بطاقتك مع حسابك في PayPal ل تستطيع طلب سحب الأموال إلى البطاقة ومن ثم تحصل عليها نقداً من أي جهاز صرف آلي ATM، يمكنك التأكد إذا كان السحب مدعوماً في بلدك أم لا من خلال **موقع باي بال** وكذلك التعرف على رسوم السحب وأقل مبلغ يمكن سحبه.

يمكن سحب أموالك من حساب PayPal إلى بطاقة الائتمانية مسبقة الدفع، وهذه العملية متاحة في أغلب الدول العربية.



في حال لم يكن لديك مدعوماً فيمكن اللجوء إلى استخدام الحساب البنكي، أو استخدام إحدى المنصات المتخصصة في بيع المنتجات الرقمية والتي تستلم المبالغ المالية من المشترين ومن ثم تقوم بتحويلها لحسابك البنكي مقابل عمولة صغيرة، ومن هذه المنصات **منصة أسناد العربية** والتي ستحدث عنها لاحقاً بشيء من التفصيل.

ج. إرجاع المال Refund

في حال اخترت إتاحة استرداد الأموال للمشترين فإنه يجب أن تتعامل مع طلبات الإرجاع باحترافية، فعليك أن تحدد مدة للإرجاع (كأن تكون ٣٠ يوماً)، وتعامل مع طلبات الإرجاع خلال المدة المحددة بسلامة. في حال كان الدفع عبر PayPal فإن الموقع يتيح لك إرجاع المبلغ بضغط زر واحدة خلال ٦٠ يوماً، ولكن هناك رسوم بسيطة تتحسب عليك ومقدارها ٣٠ سنت (٠.٣ دولار) لهذه العملية.

في حال كنت تستخدم حسابك البنكي لاستقبال الأموال ستكون عملية إرجاع الأموال أكثر تعقيداً، وكذلك تكلفتها عالية، فقد لا يكون من الجيد أن تتيح خاصية الإرجاع إذا كان الدفع قد تم عن طريق الحساب البنكي، خصوصاً إذا كان سعر المنتج منخفضاً، فقد تكون رسوم التحويل أعلى من قيمة المنتج في بعض الأحيان!



لبيع وشراء الخدمات المصغرة

أكبر سوق عربي لبيع وشراء الخدمات المصغرة
اعرض خدماتك أو احصل على ما تريده بأسعار تبدأ من \$5 فقط

تصفح الخدمات



كيف تحمي منتجك من القرصنة؟

”الفشل لا يعني انتهاء اللعبة، إنه يعني حاول مرة أخرى مع خبرة أكثر!“

ليون شليزنجر

في عالم المنتجات الرقمية يشكل الحفاظ على الحقوق وحفظ المنتج من عمليات القرصنة هاجساً للكثيرين، وقد يكون هذا الأمر سبباً في عدم إقبال الكثير من الأشخاص على بيع المنتجات الرقمية، فالبرمجيات على سبيل المثال ومهما كانت درجة حمايتها والطرق المستخدمة للحفاظ عليها إلا أنه لا يوجد حل جذري لمنع قرصنتها، أما الكتب الرقمية وما شابهها فالأمر أسهل بمراحل، لأن انتهاك الحقوق فيها يكون برابط ينشر على شبكة الإنترنت! فهل كل هذه العوائق تشكل حاجزاً ومانعاً عن أن تبدأ عملك في هذا العالم؟

١. أصل المشكلة.

عندما ننظر إلى هذه المشكلة نجد أنها تشكل عامل إحباط دون شك، فكل شخص يتعب ويصرف المال من أجل إعداد منتج رقمي عالي المستوى ليقدم من خلاله خدمة لآخرين؛ ويتحقق دخلاً مالياً مستحقاً نظير عمله سيصاب بردة فعل سلبية في حال وجد منتجه قد انتشر على شبكة الإنترنت وأصبح متاحاً بشكل مجاني، وكل ذلك من دون أن يراعي من قام بالانتهاك كل العنااء الذي تكبده صاحب المنتج، وبكل تأكيد فإن هذا الفعل لا يمكن أن يبرره أحد.

قرصنة المنتجات الرقمية من أسباب ابتعاد الكثير من الأشخاص عن هذا العالم، فليس هناك وسائل حماية كاملة لأي منتج.



وعند التفكير في النواحي القانونية وفي حق لجوء الطرف المتضرر للقضاء نجد في الأمر صعوبة أيضاً من ناحية أو أكثر، فبعض المنتجات الرقمية بسيطة وتحقق دخلاً محدوداً لأصحابها، وقد لا يتمكن أصحابها من التوجّه نحو القانون، والأكثر صعوبة هو عدم وجود أنظمة صارمة لمكافحة الجرائم المعلوماتية في الكثير من الدول، وحتى على فرض وجود هكذا قوانين

فإن اختلاف بلد صاحب الحق وبلد من قام بالانتهاك يشكل عاملاً آخرًا في زيادة صعوبة اتخاذ هكذا إجراء، ولعل الأهم بالنسبة لك وأنت تقرأ هذه الأسطر وقد تكون انتهيت للتو من إعداد منتجك أو ستقوم بإعداده قريباً أن منتجك الجديد ليس بالحجم الذي يسمح لك باتخاذ هكذا خطوة في حال قام أحد الأشخاص بقرصنته!

كل ما ذكر بالأعلى صحيح، وجميع تلك الاحتمالات واردة الحدوث لأي منتج رقمي،
خصوصاً إذا كان ذلك المنتج ذو جودة عالية، ولكن هل هذا حقاً يمثل عائقاً؟

لننظر إلى الواقع من حولنا، ونبحث عن أمثلة من واقع الحياة، لعل أكثر ما يتم قرصنته وانتهاكه في أيامنا هذه هي البرمجيات بمختلف أنواعها، سواء كانت برامج مكتبية، برمجيات الإنترن特، أو تطبيقات الهاتف الذكي، وهناك الكثير من الأمثلة، فنظام التشغيل ويندوز والذي تملكه عملاقة البرمجيات مايكروسوفت تمت قرصنته جميع نسخه، وبرامج شركة أدوبى الشهيرة كذلك، والحال نفسه ينطبق على أغلب إن لم يكن جميع البرمجيات الشهيرة، فهل تسبب ذلك في قيام تلك الشركات بإيقاف عملها وخروجها من الأسواق؟

قد تقول الآن بأن تلك شركات كبيرة ولا يمكن أن أقارن نفسي بها، فهي قادرة على تحقيق أرباح خيالية حتى مع عمليات القرصنة، جميل؛ إذا لنفكر بشيء آخر، لو ابتعدنا قليلاً عن المنتجات الرقمية ونظرنا إلى الكتب التقليدية المطبوعة، هل هي بمحضها عن عمليات القرصنة؟ منذ زمن بعيد كان هنالك دور للآلات الناسخة في انتهاك الحقوق من خلال بيع نسخ مصورة من الكتب المطبوعة بأسعار أرخص! وأتي بعد ذلك الإنترنط، فالكتب المطبوعة يتم تحويلها إلى نسخ إلكترونية ومن ثم تنشر على شبكة الإنترنط وبشكل مجاني، فهل ينبغي أن يكون هذا عائقاً وسبباً في ترك الكتابة والابتعاد عنها؟ والأمر نفسه ينطبق على مختلف المجالات.

قد تقول بأنني أحاول تقليل أهمية الأمر وهذا غير صحيح، فليس المقصود مما ذكر بالأعلى أن عمليات القرصنة لا تؤثر على باع المنتجات الرقمية، بل المقصود أنها لا ينبغي أن تكون سبباً في ترك المجال لأن بإمكاننا أن نتجاوزها، نعم؛ يمكننا أن نتجاوزها بذكاء!

٢. مثال عملي.

قالب صحيفة لمنصة وورد برس والذي تحدثت عنه سابقاً تمت قرصنته ونشره مجاناً، ومع ذلك استمر القالب في تحقيق المبيعات، وهو حالياً ضمن المراكز العشرين الأولى في عدد المبيعات تحت تصنيف قوالب وورد برس من أصل أكثر من ١٧ ألف قالب في الموقع العالمي ThemeForest. ما هو السر وراء ذلك؟ ولماذا يقبل الكثيرون على شراءه وتوفره بشكل مجاني؟

عندما تلقي نظرة سريعة على صفحة المبيعات الخاصة بالقالب تجد بأنه قد أضيف إلى الموقع بتاريخ ٢٠١٢٠٨١٦ أي قبل حوالي ستين ونصف، وخلال هذه المدة صدر أكثر من ٤٠ تحديث للقالب، وقد تنوّعت التحديثات بين إضافة خصائص جديدة، تطوير خصائص سابقة، أو حل بعض المشكلات، هل اتضحت الصورة؟ النسخة أو النسخ المقرصنة من القالب لا يمكن لمستخدميها الحصول على التحديثات أولاً بأول، وقد لا يمكنهم الحصول على أي نسخ مقرصنة أخرى، وهذا قد يعني ظهور بعض المشكلات لديهم، فمع تحديث نسخ منصة وورد برس قد يكون من اللازم إجراء بعض التحديثات على القالب، ولأنهم لم يقوموا بالشراء فلن تكون لهم القدرة على فعل ذلك، بل حتى لو استمر القالب في العمل دون مشكلة، فإن الخصائص الجديدة التي يتم إضافتها للقالب تشكل في كثير من الأحيان عامل إغراء، وبالتالي قد يتوجه مستخدم النسخة المقرصنة لشراء نسخة مدفوعة بغرض الحصول على التحديثات أولاً بأول!

ما أردت الوصول إليه بأن التحديث المستمر للمنتج يقلل من الضرر الذي يحدث بسبب عمليات القرصنة، وحتى الأشخاص الذين يتوجهون للحصول على نسخ مقرصنة من المنتج سيشعرون بالملل مع مرور الوقت من البحث عن نسخ جديدة في كل مرة، فيتركون حينها استخدام المنتج أو يتوجهون إلى شراءه في حال حاجتهم له.

جميل، ولكن هل هذا ينطبق أيضاً على منتجات مثل الكتب الرقمية والدورس المصورة أم أن تطبيقه يقتصر فقط على بعض المنتجات التقنية مثل البرمجيات والقوالب؟ في الحقيقة أن التحديث المستمر للمنتج فعال حتى بالنسبة للكتب الرقمية والمنتجات المشابهة لها، بإعداد نسخ محدثة من الكتاب تحتوي على معلومات جديدة يجعل النسخ السابقة أقل أهمية، خاصة وأن العلوم في كافة المجالات تتتطور باستمرار، وبالتالي فإن المعلومة الصالحة للعام الحالي قد تكون بلا قيمة تذكر في العام القادم.

ما تحدثت عنه بالأعلى لا يعني أن لا تتخذ الإجراءات الممكنة لحماية منتجك من عمليات القرصنة، وبالنسبة للبرمجيات مثلاً؛ ينبغي عليك أن تعمل على كل ما من شأنه الحفاظ على حقوقك، والأمر نفسه بالنسبة للمنتجات الأخرى، ولكن المقصود أنه وفي حال اتخاذك لكافة الإجراءات التي تضمن حماية منتجك ومع ذلك تمت قرصنته؛ فهذا ليس سبباً لترك بيع المنتجات الرقمية، فما تستطيع تحقيقه من منتج متميز سيجعلك تتجاوز هذه المشكلة.

التحديث المستمر لمنتجك الرقمي يقلل من الأضرار الناتجة عن عمليات القرصنة، فعليك دائمًا الالتزام بإصدار نسخ محدثة من منتجك باستمرار.



هناك بعض الخطوات العملية والتي يمكن اتباعها في سبيل حماية منتجك الرقمي، فيمكنك مثلاً أن تستخدم خدمة Google Alerts ليصلك تنبئه بكل ما ينشر حول منتجك، ولمن لا يعرف الخدمة فهي خدمة مقدمة من شركة جوجل تتيح لك إمكانية إضافة كلمة مفتاحية لترسل لك تنبئهات عن المحتوى الجديد والذي تم إضافته لشبكة الإنترنت ويتوافق مع الكلمات التي قمت بتحديدها.

The screenshot shows the Google Alerts settings page. At the top, it says "Alerts" and "Monitor the web for interesting new content". Below that is a search bar containing the query "دليلك المختصر لبيع المنتجات الرقمية". The main area contains several dropdown menus for filtering search results:

- How often: At most once a day
- Sources: Automatic
- Language: Arabic
- Region: Any Region
- How many: Only the best results
- Deliver to: [redacted]

At the bottom left is a blue "CREATE ALERT" button, and at the bottom right is a "Hide options" link.

يمكنك من خلال هذه الخدمة وبعد أن تصلك تنبئهات عن الكلمة المفتاحية التي حدتها ولتكن اسم منتجك، التعرف على ما ينشر حول المنتج على شبكة الإنترنت، وهذا يتتيح لك معرفة أي موقع أو فرد يقوم بنشر المنتج بطريقة غير نظامية حتى تتمكن من مراسته وتطلب منه إزالته، وفي حالة عدم الاستجابة؛ يمكنك حينها أن ترسل تبليغاً لمحركات البحث حول هذه المخالفات مع تقديم كافة الإثباتات ليتم إزالة الصفحة المخالفة من النتائج.

لعل أكثر الناشرين للمنتجات المقرصنة يستخدمون موقع الرفع العالمية لنشر تلك المنتجات، وسياسات تلك الموقع لا تسمح أبداً بانتهاك حقوق الملكية الفكرية، فيمكنك عند اكتشاف انتشار المنتج على أي من تلك الموقع أن تقوم بمراسلة الدعم الفني هناك وتقدم لهم ما يثبت انتهاك رابط معين لديهم لحقوقك.

بيكاليكا



هل تطمح لبيع منتجاتك الرقمية عبر الانترنت؟

استثمر مهاراتك التقنية وأطلق منتجًا رقميًّا يحقق لك دخلاً عبر بيعه على متجر بيكاليكا

أطلق منتجك الآن

٩

ابداً مع أسناد

”لم أحلم أبداً بالنجاح، وإنما عملت للوصول إليه!“

استي لودر

إعداد منتج رقمي يستغرق وقتاً وجهداً كبيرين من أجل أن يكون المنتج إبداعياً ويحقق النجاح، ولهذا فإنه من الأولى أن يركز صاحب المنتج على إعداد وتطوير منتجه بشكل مستمر، إلا أن هناك بعض الأمور التي قد تأخذ جزءاً كبيراً من وقت صاحب المنتج، ومنها إنشاء موقع إلكتروني لبيع المنتج عليه، فإن إنشاء الموقع يتطلب الكثير من الأمور، وأولها البحث عن شركة الاستضافة المناسبة وحجز الاستضافة ونطاق الموقع، وكذلك الاتفاق مع مصمم محترف لإعداد قالب الموقع وكافة الصور اللازمة لصفحة المبيعات.

كل هذا يحتاج لوقت وجهد لمتابعته بالإضافة إلى التكاليف المالية التي سيتحملها صاحب المنتج، ولهذا يلجأ الكثيرون إلى بيع منتجاتهم من خلال عرضها على موقع التواصل الاجتماعي، والإعلان عنها في الواقع والمنتديات المختلفة وإتمام عمليات البيع من خلال البريد الإلكتروني، إلا أن هذه الطريقة قد تعطي انطباعاً للمشتري بعدم احترافية البائع والمنتج، صفحة المبيعات مهمة في كل الأحوال!

منصة أسناد هي أول بديل عربي لموقع بيع المنتجات الرقمية، وتحمي المنتصة
بالعديد من الميزات التي تجعلها خياراً رائعاً لبيع منتجاتك.



١. لماذا أسناد؟

من هنا جاء دور مجموعة حسوب في تطوير المنصة الأولى عربياً لبيع المنتجات الرقمية وهي منصة "أسناد"، فهي توفر كل ما يلزمك لبيع منتجك الرقمي بكل احترافية، حيث يمكنك إعداد صفحة المبيعات الخاصة بك وتصميمها بالشكل المناسب، وكذلك توفير وسائل دفع متعددة ومتنوعة لمن يريد شراء منتجك، حيث تتميز أسناد بالعديد من الأمور:

- **الوثقية:** وهي من أهم العوامل، حيث يتمتع الموقع بثقة عالية في العالم العربي، وبالتالي فإن المهتم بمنتجك لن يتتردد بالشراء ولن يخشى عمليات الاحتيال.
- **مجاني:** ليس هناك أي رسوم للتسجيل في منصة أسناد، فكل ما عليك هو أن تنشأ حسابك وتببدأ باستخدام المنصة بكل ميزاتها.
- **سهولة الاستخدام:** حيث يمكنك إضافة منتجك بخطوات بسيطة ودون أي تعقيد.
- **وسائل دفع متعددة:** يوفر الموقع العديد من وسائل الدفع شائعة الاستخدام في العالم العربي، حيث يمكن للمشتري الدفع باستخدام بطاقات كاش يو، بطاقات ون كارد، PayPal والبطاقات الآئتمانية.
- **عمولة معقولة:** يحصل الموقعي على نسبة ١٠٪ بالإضافة إلى ٠.٥ دولار عن كل عملية بيع، وهي عمولة معقولة ومقبولة في عالم المنتجات الرقمية.
- **تسليم تلقائي للمنتج:** يتم إرسال المنتج للمشتري بشكل آلي فور إتمام الدفع دون أي تدخل منك، وهذا يوفر الكثير من الوقت والجهد.
- **الحصول على معلومات المشترين:** يتيح لك الموقعي الحصول على الاسم الكامل وعنوان البريد الإلكتروني لكل مشتري، وهذا يساعدك في التواصل مع عملائك وكذلك إضافتهم لقوائمك البريدية.
- **إحصائيات شاملة:** لتمكن من معرفة كافة التفاصيل حول وضع منتجك.
- **سحب الأرباح بأكثر من طريقة:** حيث يتيح الموقعي سحب أرباحك من خلال PayPal إذا بلغت ١٠ دولار على الأقل، أو من خلال حسابك البنكي للمبالغ الأعلى من ٥٠٠ دولار، ويتم إرسال أرباحك في بداية كل شهر.
- يمكنك أن تشاهد [الفيديو التعريفي](#) القصير عن منصة أسناد، ومن ثم تسجيل حساب جديد.

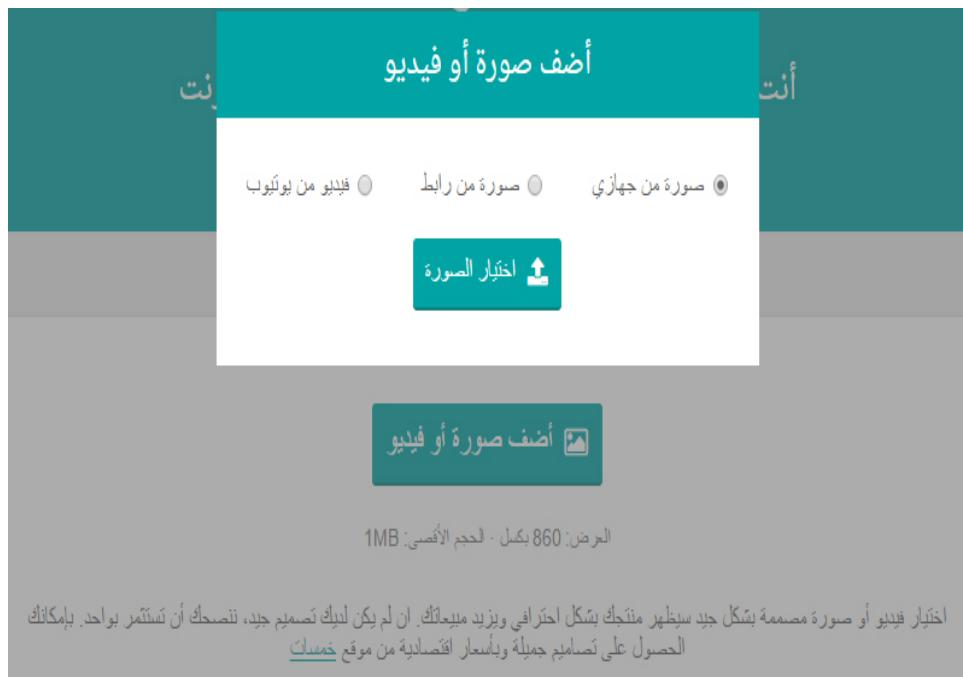
٢. سجل، صمم، انشر ... حقق الأرباح!

بعد أن يصبح منتجك جاهزاً يمكنك الآن أن تتوجه لمنصة أسناد لجعله متاحاً للجميع، خمس خطوات تفصلك عن جني أرباحك بعد أن قضيت الكثير من الوقت والجهد في إعداد منتجك الرقمي، التسجيل في أسناد سهل للغاية، فكل ما عليك هو التوجّه لرئيسيّة الموقع والقرّ على زر "اشترك الآن مجاناً" ومن ثم إدخال بريدك الإلكتروني وكلمة المرور أو اختيار التسجيل عن طريق حسابك بفيسبوك أو توينتر (لا تننس قراءة شروط الاستخدام).

بعد ذلك قم بتفعيل حسابك من خلال الرسالة البريدية التي ستصلك، ومن ثم توجه إلى صفحة معلومات حسابك لإضافة معلوماتك الشخصية.

بهذا تكون قد انتهيت من إعداد حسابك، وأنت جاهز الآن للعمل على إضافة منتجك للمنصة. بعد تسجيل الدخول لحسابك توجه إلى صفحة "منتجاتي" ومن ثم اختر "أضف منتج للبيع"، ستصل بعدها للصفحة المطلوبة وعليك أن تبدأ بإدخال معلومات منتجك.

كما ذكرنا بالسابق، فإن تصميم صفحة المبيعات أمر في غاية الأهمية، وينبغي أن يتم بشكل احترافي. يتتيح لك أسناد إمكانية إضافة صورة أو فيديو لمنتجك، فاهاتم بالتعامل مع مصمم محترف لأن هذا الجزء سيكون الواجهة الرئيسية لمنتجك!



بعد ذلك عليك أن تدخل اسم المنتج ورقم إصداره (إن وجد) ومن ثم كافة التفاصيل الخاصة به، عليك أن تكتب كل صغيرة وكبيرة بخصوص المنتج كي يكون واضحًا للمشتري ولا تحصل أية مشاكل لاحقاً، لا تستخدم عبارات غير واضحة أو يمكن فهمها بشكل مخالف للمعنى الذي تريده، وأنصحك أن تراجع فصلي "التسويق والحصول على العملاء" و "المبيعات وما قبل البيع".

يجب إضافة ملف المنتج ليتم إرساله للمشتري فور إتمام الدفع، كما يوجد خيار لإضافة عينة من المنتج وهي اختيارية، وهذه فرصة جيدة للتعرّف بمنتجك من خلال إضافة عينة مصغرّة (فصل من كتاب، لقطات من دروس مصورة، نسخة تجريبية من تطبيق برمجي ...).

اسم المنتج الكامل ورقم إصداره إن وجد

تدخل وصف المنتج كلهً وأنظر جميع التفاصيل عنه، على مانا سيحصل المشتري، مانا سيستفيد من شراءه من المموري جداً وصف المنتج بشكل واضح ووافق ومتلبي تماماً للمنتج لكي لا يحدث مشاكل مع المشتري بعد البيع، أحسن وقناً كفراً لشرح منتجك بشكل جيد.

mohammad@alzayer.net

البريد الإلكتروني الذي سينتواصل معاً المشتري عنده في حال صاحب مشكلة بالمنتج، سيظهر له بعد الشراء

▲ اختيار ملف المنتج

المنتج النهائي الذي سيحصل عليه المستخدم بعد الشراء . الحجم الأقصى: 500MB

▲ اختيار ملف العينة

هناك خيارات لتسعير المنتج على أساساد، "مبلغ ثابت" أو "دفع ما تريده"، عند تحديد مبلغ ثابت كسعر لمنتجك فإن الموقع يخبرك مباشرة بالمبلغ الذي ستحصل عليه بعد خصم العمولة. الخيار الآخر "دفع ما تريده"، يتيح لك أن تعطي خياراً لمن يرغب بتنزيل المنتج في دفع مبلغ مالي يقوم بتحديده أو الحصول عليه مجاناً، وهذا خيار جيد إذا أردت أن تضيف بعض المنتجات المجانية.



هناك بعض الخيارات المتقدمة التي يوفرها أسناد، والتي تتيح تحكمًا أكبر بعملية بيع المنتج، حيث يمكنك تخصيص الرسالة التي يتم إرسالها للمشتري بعد إتمامه لعملية الشراء بالنص الذي

يناسبك، كما أن هناك بعض الخيارات المتاحة للمبرمجين، مثل إضافة رابط لترسل إليه إشعارات الشراء على موقع البائع، وكذلك إضافة رابط لترسل إليه إشعارات البيع ويقوم بإرسال رابط تحميل خاص بكل مشتري، يجب أن تكون مبرمجة أو أن تعرف طرق التعامل مع الخيارات البرمجية لاستفادة من هذه الخيارات.



استخدام الواجهة البرمجية

هام: على الأغلب، أنت لا تحتاج لاستخدام هذه الخيارات. استخدم [الواجهة البرمجية](#) فقط إن كنت مبرمجة وتعرف تماماً ما تفعله.



بعد أن تنتهي من إعداد صفحة المبيعات وتقوم بنشر المنتج على المنصة، فإنك تكون جاهزاً لبدء تطبيق ما ذكرناه في فصل "التسويق والحصول على العملاء"، من المفترض أن الخطط لديك جاهزة وعليك الآن أن تنقلها من وضعها النظري وتطبقها عملياً، ليس بالضرورة أن تحصل على النتائج التي توقعتها، فقد تكون النتائج أعلى أو أدنى من المتوقع، وهنا يأتي دور المتابعة والتصحيح.

بعد أن تتمكن من تحقيق عدد من المبيعات، فإنك ستكون جاهزاً لاستلام أرباحك عند وصولها لمبلغ عشرة دولارات كحد أدنى على حسابك في PayPal أو ٥٠٠ دولار كحد أدنى لاستلامها بنكياً، ويتم إجراء التحويل في الأيام السبعة الأولى من كل شهر.

٣. قصة نجاح على أسناد.

لعل البعض يشكك في مدى إمكانية تحقيق النجاح من بيع المنتجات الرقمية في عالمنا العربي، فالنماذج التي ذكرناها في بداية الكتاب تحوي نموذجين أجنبيين ونموذجًا عربيًاً وحيدًا وهو المتعلق بالمصمم فؤاد بدوي الذي حقق نجاحاً كبيراً من خلال بيع قوالب منصة التدوين ووردبرس على موقع ThemeForest العالمي، ولهذا فإنك قد تتساءل الآن، هل من الممكن تحقيق نجاح في مجال بيع المنتجات الرقمية من خلال استخدام منصة عربية واستهداف جمهور عربي؟

بدلاً من أن نكرر الحديث عن بعض الدراسات التي أجرتها جهات كبرى حول النمو الكبير لعمليات التجارة الإلكترونية في العالم العربي، سأركز على ذكر قصة حديثة تتعلق بشكل مباشر ببيع المنتجات الرقمية على منصة أسناد تحديداً، فقد أصدر مؤخرًا الكاتب والمدون حسن محمد تقريراً حول مبيعات كتابين رقميين قام بنشرهما على منصة أسناد خلال عشرة أشهر، وكان

ملخص التقرير كما هو موضح في الصورة التالية:



بلغ متوسط الدّخل الشّهري ٩١٠.٨ دولار، وقد تقول بأن هذا المبلغ منخفض،

لكن لو أخذنا عدداً من العوامل بعين الاعتبار فإن هذه النّظرة قد تتغير.

ذكر البائع بأن هذه المبيعات لم يكن وراءها أي عمليات تسويقية سوى في شهر أكتوبر ونوفمبر حيث قام بحملة إعلانية بسيطة لم تكلف سوى ٢٠ دولاراً، كما أن ٩٥% من المشترين هم من زوار مدونته الشخصية. يمكن الإطلاع على التقرير كاملاً من خلال زيارة الرابط التالي.

ما الذي نستفيد من هذه التجربة؟ هناك عدة نقاط يمكن أن نستخلصها وسائلّحصها بال التالي:

- هذه المبيعات والتي تمّت دون تسويق يذكّر تنفي النّظرية التي يتبنّاها الكثيرون بأن الشعوب العربية لا تقرأ وبأن الكتب الرقمية لا تتحقّق أي نجاح في عالمنا العربي.
- تؤكّد هذه التجربة أنَّ المستخدم العربي على استعداد لشراء المنتجات والخدمات عبر الإنترنّت.
- لا تتحقّر ثقة المستخدم العربي بالموقع الأجنبيّ فقط، فالمبيعات هنا من خلال منصة عربية.
- تقديم منتج مفيد ومهم للمشتري هو المعيار الأساسي للنجاح وليس أي شيء آخر.

يُبقي أن أشير إلى نقطة أخيرة وهي إمكانية تحقيق نتائج أكبر من التي تم تحقيقها في هذه التجربة في حال استخدام الأساليب التسويقية التي تحدثنا عنها في فصل "التسويق والحصول على العملاء"، وليس بالضرورة استخدام الإعلانات المدفوعة، بل يمكن استغلال الوسائل الأخرى لتحقيق ذلك.

دورة إدارة تطوير المنتجات



مميزات الدورة

- ✓ شهادة معتمدة من أكاديمية حسوب
- ✓ إرشادات من المدربين على مدار الساعة
- ✓ من الصفر دون الحاجة لخبرة مسبقة
- ✓ بناء معرض أعمال قوي بمشاريع حقيقة
- ✓ وصول مدى الحياة لمحتويات الدورة
- ✓ تدريبات مستمرة على الدورة مجاناً

اشترك الآن



كلمة أخيرة!

”الناس نادراً ما ينجحون ما لم يستمتعوا بالأشياء التي يقومون بها!“

ديل كارنيجي

أفضل طريقة لتحول أحلامك إلى حقائق هي أن تستيقظ، هذه العبارة لها دلالة واضحة بأن الأحلام لا قيمة لها ما لم تبدأ بترجمتها إلى واقع من خلال العمل الجاد، فإذا أردت أن تعمل على شبكة الإنترنت وتحقق نجاحاً واسعاً وتصل إلى استقلاليتك المالية فإن كل ذلك لا يمكن أن يصبح واقعاً باستخدام الطرق والأساليب الوهمية المنتشرة هنا وهناك، بل إنه يتحقق من خلال العمل السليم والمبني على أساس واضح.

إعداد المنتجات الرقمية يعد بمثابة ثورة جديدة في العصر الحديث، وما يميز هذا المجال أنه مفتوح للمحترفين والمبدئين على حد سواء، فهو ليس حكراً على فئة معينة، بل يمكن لكل من يمتلك مهارة أو موهبة تساعد على إفادة الآخرين أن يحولها لمنتج رقمي ويبدأ بتحقيق الربح.

تذكر، أنه لكي تنجح في هذا العالم يجب أن تأخذ الموضوع بجدية، فهذا المجال ليس للتسليمة، بل إنه عمل جاد ينبغي أن يبني وفق خطط واضحة ومرسومة، وأن يتم إنجازه بكل دقة، وإن لم تلتزم بهذا المبدأ فلن تستطيع النجاح.

أردت من خلال هذا الكتاب المختصر أن أضعك في بداية الطريق لعالم بيع المنتجات الرقمية، ويمكنك أن تستفيد من الأسس والمبادئ الواردة فيه وتقوم بتطويرها بالشكل المناسب، فالإبداع دائماً ما يخلق فرضاً أكبر، ليس الهدف من هذا الكتاب أن تقتبس النصائح والاستراتيجيات كما هي وتنتظر بعد ذلك الحصول على الربح، بل عليك أن تصنع منتجك وتبني استراتيجياتك الخاصة مستفيداً من الخطوط العريضة التي تحدثنا عنها.

وفي نهاية الحديث، أتمنى أن أكون قد وفقت في تقديم المعلومات المفيدة، وأن تكون قد استفدت من قراءتك للصفحات السابقة، كما أشكرك على إعطاء جزء من وقتك لقراءة كتابي المتواضع.

محمد الرأيير