

# دليل التسويق الشامل

أطلق إمكاناتك الحقيقية

TRUE POTENTIAL UNLOCKED

الإصدار 3.0 | إصدار الروح والهوية | 17-12-2025

## ملاحظة هامة للفريق التسويقي:

هذا الدليل يميّز بوضوح بين ما هو متاح الآن (MVP) وما هو قادم في المراحل المستقبلية.

MVP = متاح الآن للتسويق

المرحلة 2 = قيد التطوير (لا تُعلن كمتاح)

المرحلة +3 = مخطط للمستقبل (للرؤية فقط)

## الفهرس

1. روح وايدر - لماذا نحن هنا

2. نظرة عامة على المنصة

3. [الرؤية الاستراتيجية الكاملة](#)

4. [الشخصيات المستهدفة](#)

5. [لماذا ينضمون إلينا؟](#)

6. [هندسة المنظومة](#)

7. [الأطر التسويقية المتقدمة](#)

8. [إطار الرسائل التسويقية](#)

9. [استراتيجية المحتوى](#)

10. [خطة التنفيذ](#)

11. [مصفوفة جاهزية المراحل](#)

12. [دليل الفريق الإبداعي](#)

13. [قنوات التسويق](#)

14. [دليل التنفيذ للفريق](#)

15. [الخلاصة](#)

# 1. روح وايدر - لماذا نحن هنا

الشعار الاستراتيجي

أطلق إمكاناتك الحقيقية

## TRUE POTENTIAL UNLOCKED

هذا ليس مجرد شعار. هذه دعوة لكل إنسان يحمل في داخله حلمًا لم يجرؤ على تحقيقه بمفرده.

## لماذا وايدر؟

### المشكلة التي نحلها

كل يوم، هناك آلاف الموهوبين يستيقظون وهم يشعرون بأنهم:

- **غير مرئيين** - رغم ما يملكونه من قدرات
- **وحيدين** - يواجهون السوق بمفردهم
- **صغيرين** - أمام الشركات الكبرى والمنافسة الشرسة
- **ضائعين** - لا يعرفون من أين يبدأون

### الحل الذي نقدمه

نحن لا نقدم منصة .  
نحن نبني عائلة .

نحن لا نقدم خدمات .  
نحن نُطلق إمكانات .

نحن لا نجمع مواهب .  
نحن نُكْمِل بعضنا البعض .

# ال "لماذا" الحقيقي

## 1. أن نساعد أنفسنا بأن نكون معاً

وحدك، أنت موهبة.

معنا، أنت قوة.

وحدك، تحمل ثقل نقاط ضعفك.

معنا، نغطي ضعفك بقوتنا، وتغطي ضعفنا بقوتك.

ما تملكه	ما ينقصك	كيف تُكملك
مهاراة التصميم	لا تعرف التسويق	زملاء يسوّقون لك
قدرة على البرمجة	لا تجد التواصل	فريق يتحدث بالنيابة عنك
فكرة رائعة	لا تملك فريقاً	مجتمع يُكمل فريقك
وقت وطاقة	لا تملك مالاً	نموذج رأس المال الرقمي (قادم)

## 2. أن نضع قصصنا في قصة أكبر

قصتك وحدها جميلة.

قصتنا معاً... ملهمة.

كل مشروع تنجزه، كل عميل تخدمه، كل مهارة تتعلمها - تصبح جزءاً من قصة أكبر. قصة مجتمع بأكمله يرتقي معاً.

### 3. أن نساعد الصغار على منافسة الكبار

الشركات الكبرى تملك:

- ✓ فرق ضخمة
- ✓ ميزانيات هائلة
- ✓ اسم معروف
- ✓ شبكة علاقات واسعة

أنت تملك:

- ✓ موهبة حقيقية
- ✓ شغف لا ينطفئ
- ✓ حلم يستحق التحقيق

ما ينقصك؟ مجتمع يُكملك.

هذا ما نقدمه.

### 4. أن نُطلق الطاقة الكامنة

داخل كل إنسان طاقة هائلة.

أحلام كبيرة مدفونة تحت الخوف والشك.

دورنا ليس أن نعطيك شيئاً جديداً.

دورنا أن نُحرر ما بداخلك.

أن نقول لك: نعم، تستطيع.

ونعم، لست وحدك.

# القيم الجوهرية

## 1. الانتماء بلا شروط

لا نسأل: ما شهادتك؟  
نسأل: ما الذي تستطيع فعله؟

لا نسأل: من أين أنت؟  
نسأل: ماذا تريد أن تبني؟

لا نسأل: كم تملك؟  
نسأل: كم أنت مستعد أن تُعطي؟

## 2. العائلة الواحدة

نحن لسنا مستخدمين على منصة.  
نحن عائلة واحدة كبيرة.

كل نجاح لأحدنا = نجاح لنا جميعاً.  
كل تحدٍ يواجهه أحدنا = تحدٍ نواجهه معاً.

### 3. الإلهام المستمر

كل فريق في وايدر يُنشئ محتوى تعليمياً .  
كل مشروع يُصبح درساً للآخرين .  
كل نجاح يُلهم من يأتي بعده .

### الوعد

#### عندما تنضم إلى وايدر:

لن تكون وحدك أبداً.  
لن تشعر بأنك صغير أبداً.  
لن تخاف من المنافسة أبداً.  
ستجد مكاناً يُقدِّرك.  
ستجد أناساً يُكملونك.  
ستجد فرصاً لم تكن تتخيلها.

**وستُطلق إمكاناتك الحقيقية.**

## 2. نظرة عامة على المنصة

### ما هي وايدر؟

وايدر هي منظومة مهنية مدفوعة بالمجتمع حيث المحترفون يكملون بعضهم البعض.

المكون	الحالة	الوصف
بوابة المعارض (Hub)	MVP 🟢	معرض أعمالك الاحترافي - مكانك للظهور
سوق الخدمات	المرحلة 2 🟡	حيث تلتقي الفرص بالمواهب
أدوات الذكاء الاصطناعي	المرحلة 2 🟡	تمكين قدراتك بأدوات متقدمة
خدمات CLVR B2B	المرحلة 3 🔴	فرق عمل متكاملة للشركات



# المعادلة الفريدة

أنت + المجتمع + الأدوات = إمكانيات غير محدودة

مواهب حقيقية

← أنت وقدراتك الفريدة

+

مجتمع داعم

← زملاء يُكملون ما ينقصك

+

أدوات ذكية

← تقنية تُضاعف إنتاجيتك

+

تدريب مستمر

← تطوير لا يتوقف

=

قدرة تنافسية لم تكن ممكنة بمفردك

## ما يميزنا

ما نحن عليه	ما لسنا عليه
عائلة تُكمل بعضها	مجرد منصة للعمل الحر
مجتمع يرفع أعضائه	سوق يتنافس فيه الجميع
نظام يقبل الجميع	نادٍ حصري للنخبة
شراكة في النجاح	علاقة مقاول-عميل
رحلة نمو مستمرة	صفقات لمرة واحدة

## 4. الشخصيات المستهدفة - التحول الحقيقي

**تنبيه للفرق:** نحن لا نبيع "إيجاد فرص" أو "توفير وقت". هذه قيمة يقدمها الجميع.

### قيمتنا الحقيقية:

- أنت لا تُوظَّف. أنت تُحشد (Mobilized)
- أنت لا تنضم لمنصة. أنت تصبح جزءاً من **ماكينة**
- معرضك ينمو لأنه جزء من معارض أخرى
- أنت **مُدَرَّب**، **مُجَهَّز**، **مُمَكَّن**، **مُسَلَّح** بالذكاء الاصطناعي
- النتيجة: تصبح **سلاحاً تنافسياً** لا يُهزم

**أحمد - من موهبة ضائعة إلى سلاح مُشَهَّر MVP**

**من هو:** مصمم 27 | UI/UX سنة | دبي

لديه موهبة حقيقية. لكنه يحارب وحده.

**الألم الحقيقي (ليس السطحي):**

✗ المشكلة السطحية: "لا أحد يراني"

✓ المشكلة الحقيقية: "أنا وحدي في معركة غير عادلة"

"أنا لست ضعيفاً. أنا فقط... وحيد.

أواجه وكالات بفرق كاملة، وأنا فرد.

أواجه شركات بميزانيات، وأنا بلا رأس مال.

المشكلة ليست موهبتي.

المشكلة أنني جندي في معركة تحتاج جيشاً."

## الحلم الحقيقي:

✗ حلم ساذج: "أريد أن أكتشف"  
 ✓ الحلم الحقيقي: "أريد أن أصبح قوة لا تُقهر"

"أريد أن أكون جزءاً من شيء أكبر مني.  
 أن ينمو معروفي لأنه متصل بمعارض الآخرين.  
 أن أدرّب، أجهّز، أمكّن بالذكاء الاصطناعي.  
 لا أريد أن أوظّف. أريد أن أحشد."

قبل وايدر	بعد وايدر
موهبة وحيدة	جزء من ماكينة متكاملة
معرض معزول	معرض ينمو مع معارض الآخرين
يبحث عن عمل	يُحشد للمهام
يُسْتَغَل بأسعار منخفضة	يُقَدَّر بقيمته الحقيقية

## الاقتباس الذهبي:

"على المنصات الأخرى، كنت جندياً وحيداً يبحث عن معركة.  
 في وايدر، أصبحت جزءاً من جيش. مُدرّب. مُجهّز. مُحشد.  
 لم أعد أبحث عن فرص. الفرص تُحشدني إليها."

MVP

سارة - من باحثة مُرهقة إلى قائدة جيش جاهز

**من هي:** مديرة عمليات | وكالة إنتاج | القاهرة

تحتاج فرقاً. لا تجد إلا أفراداً متفرقين.

**الألم الحقيقي:**

✗ المشكلة السطحية: "البحث يستهلك وقتي"

✓ المشكلة الحقيقية: "أحتاج جيشاً جاهزاً، لا مجندين خام"

"مشكلتي ليست إيجاد أشخاص.

مشكلتي أنني أجد أفراداً... ثم أقضي أسابيع في تدريبهم.

أنا لا أريد موظفين.

أريد فريقاً جاهزاً. مُدرباً. يعرف كيف يعمل معاً."

**الاقتباس الذهبي:**

"على المنصات الأخرى، كنت أوظف أفراداً وأبني فرقاً من الصفر.

في وايدر، أحشد فرقاً جاهزة. مُدربين. متناغمين. يُكملون بعضهم.

لا أبني ماكينة. أشغلها."

MVP

**ليلى - من خائفة إلى واثقة بقوة مُعتمدة**

**من هي:** صاحبة متجر إلكتروني | 34 سنة | الرياض

تحتاج مساعدة. جُرحت من تجارب سابقة.

**الألم الحقيقي:**

✗ المشكلة السطحية: "أخاف من التوظيف الخاطئ"  
✓ المشكلة الحقيقية: "لا أعرف كيف أحكم على من لم يُختَبَر"

"أحتاج شخصاً حكم عليه غيري.  
شخصاً اختُبر في معارك حقيقية.  
شخصاً أثبت نفسه، لا يدّعي فقط."

## الاقتباس الذهبي:

"على المنصات الأخرى، كنت أراهن.  
في وايدر، أستثمر بثقة.  
لأن كل شخص هنا: مُدَرَّب. مُجَهَّز. مُخْتَبَر. مُزَكَّى.  
لست أول من يختبره. أنا من يحصد نتائج اختبارات سبقتني."

## 5. لماذا ينضمون إلينا؟ - الفرق الحقيقي

### ليس مكان عرض، بل مصنع أسلحة

المنصات الأخرى:

- تعرض موهبتك
- تربطك بعملاء
- تتنافس مع الآخرين
- علاقات تنتهي بانتهاء المشروع

وايدر:

- تُصنعك (تدريب + تجهيز + تمكين)
- تُكملك (فريق يغطي نقاط ضعفك)
- تُحشدك (لا توظيف، بل مهمات مع فريق)
- علاقات تُراكم قوتك مع الوقت

### المقارنة الحقيقية - ماذا ستصبح؟

السؤال	لينكدإن	بيهانس	أب وورك	وايدر
ماذا أفعل؟	أعرض نفسي	أعرض أعمالي	أبيع بالساعة	أصنع ثم أحشد
من يدريني؟	لا أحد	لا أحد	لا أحد	المجتمع + النظام
من يكملني؟	لا أحد	لا أحد	لا أحد	فريق يغطي ضعفي
ماذا أصبح؟	حساب آخر	معرض آخر	رقم رخيص	سلاح في قوة ضاربة

# لماذا يختارون وايدر؟ - الأسباب الحقيقية

## السبب 1: التحول، لا مجرد العرض

"لم آتٍ لأعرض نفسي. جئت لأصنع.  
دُرِّبْتُ على مهارات لم أكن أعرف أنني أحتاجها.  
جُهِّزْتُ بأدوات لم أكن أستطيع شراءها.  
رُبِّطْتُ بفريق لم أكن أحلم بالعمل معه.  
لم أعد أعرض موهبتي. أطلق قوة لم أكن أعرف أنني أملكها."

## السبب 2: الماكينة، لا القطع المتفرقة

"لم أوظف شخصاً. حشدت فريقاً.  
يعرفون بعضهم. عملوا معاً. يُكملون بعضهم.  
لم أبنِ ماكينة من الصفر. شغلت ماكينة جاهزة."

## السبب 3: التراكم، لا البداية من الصفر

"كل مشروع مع الفريق:

- يضيف لمعرضي (لأنه مشروع جماعي)
  - يضيف لمهاراتي (لأنني تعلمت من الفريق)
  - يضيف لسمعتي (لأنه أكبر مما أستطيع وحدي)
- أنا لا أعمل فقط. أنا أتراكم."

## السبب 4: الثقة المُسبقة، لا المقامرة

"كل شخص في وايدر: دُرّب. جُهّز. اختُبر. زُكّي.  
لست أول من يختبره.  
أنا من يحدد نتائج اختبارات سبقتني."

## 12. دليل الفريق الإبداعي

**لماذا هذا القسم؟**

هذا الدليل يُوضح لكل فرد في الفريق الإبداعي دوره الدقيق، وكيف يُساهم في نقل روح وايدر. كل دور مُكَمَّل للآخر - تماماً كما نؤمن في وايدر.



# المدير الفني (Art Director)

أنت حارس الهوية البصرية .  
كل صورة ، كل لون ، كل تصميم - يجب أن ينقل :  
" أطلق إمكاناتك الحقيقية "

المهمة	الهدف	معايير النجاح
الهوية البصرية	خلق لغة بصرية موحدة	التعرف الفوري على محتوى وايدر
إرشادات التصميم	ضمان الاتساق عبر القنوات	لا تناقضات بصرية
مراجعة المخرجات	الجودة قبل النشر	كل تصميم يُلهم

## الألوان والمشاعر

اللون	الاستخدام	المشاعر المُستهدفة
الأبيض	الخلفيات الرئيسية	النقاء، البداية الجديدة
الأسود	النصوص، العناوين	القوة، الاحترافية
تدرجات الرمادي	العناصر الثانوية	التوازن، الوضوح

## كاتب المحتوى الاحترافي

أنت صوت وايدر.

كل كلمة تكتبها يجب أن تُشعر القارئ:

"هذا المكان يفهمني. هذا المكان لي."

### نموذج للكتابة

✗ كتابة تقليدية	✓ كتابة وايدر
"تعتبر منصة وايدر من المنصات الرائدة في مجال التوظيف والعمل الحر..."	"تعرف ذلك الشعور؟ أن يكون لديك موهبة حقيقية، لكن لا أحد يراها. هذا بالضبط لماذا بنينا وايدر."

## كاتب الإعلانات (Copywriter)

أنت من يُحول التمرير إلى توقف.

كل إعلان، كل عنوان، كل CTA - يجب أن يقول:

"توقف. هذا يهمك."

### بنك العناوين الجاهزة

للمواهب:

- "أعمالك تستحق من يراها. ابدأ الآن."

- "توقف عن الصراخ في غرفة فارغة."
- "هنا، موهبتك لها قيمة."
- "من الضياع إلى الاكتشاف. رحلتك تبدأ."

### للمنظمات:

- "3-4 أيام للتوظيف؟ جربت ساعات؟"
- "المبدعون الحقيقيون. في مكان واحد."
- "شاهد العمل قبل التوظيف. مُختلف، أليس كذلك؟"

## المصمم التعليمي (Instructional Designer)

أنت من يُحول المعرفة إلى تجربة تعلّم.  
كل دورة، كل ورشة، كل دليل - يجب أن يُشعر المتعلم:  
"أستطيع فعل هذا. وايدر علمتني."

# 13. قنوات التسويق واستراتيجية التوزيع

## فلسفة التسويق: الجذب أولاً (Inbound-First)

التسويق التقليدي (Outbound): نحن نبحث عن العملاء  
تسويق الجذب (Inbound): العملاء يبحثون عنا

في وايدر، نؤمن أن أفضل تسويق هو:  
قيمة حقيقية → ثقة → انتماء → نمو

## خريطة القنوات الكاملة

القناة	الهدف الرئيسي	نوع المحتوى	الأولوية
يوتيوب	التعليم والثقة طويلة المدى	دورات، ورش، قصص	● عالية جداً
لينكدإن	المحترفين والمنظمات	مقالات، نصائح، أخبار	● عالية جداً
انستجرام	المبدعين والمواهب	معارض، ريلز، قصص	● عالية جداً
البريد الإلكتروني	التحويل والاحتفاظ	نشرات، دورات، عروض	● عالية جداً
تيك توك	الانتشار والوصول الشبابي	محتوى قصير، ترندات	● عالية

# الويبينارات والتعليم المباشر

لماذا الويبينارات قوية جداً؟

1. تبني ثقة عميقة (يرونك، يسمعونك)
2. تظهر الخبرة بشكل لا يُنكر
3. تخلق شعور بالامتنان ("علموني مجاناً!")
4. معدل تحويل عالي جداً
5. محتوى قابل لإعادة الاستخدام

## أفكار المحتوى التعليمي

### سلسلة "أتقن الذكاء الاصطناعي":

- كيف تستخدم ChatGPT لتسريع عملك 10 أضعاف
- أدوات AI مجانية يجب أن يعرفها كل مصمم
- كيف تكتب محتوى احترافي بمساعدة AI
- أتمتة المهام المملة - دليل عملي

### سلسلة "إدارة مشروعك بذكاء":

- كيف تُسعر خدماتك (لا تباع بأقل مما تستحق)
- إدارة الميزانية للمستقل (لا تُفلس!)
- كيف توفر 50% من وقتك بالأتمتة
- التفاوض مع العملاء (احصل على ما تستحق)

## توازن Inbound vs Outbound

80% تسويق بالجذب (Inbound) :

- محتوى تعليمي مجاني
- SEO ومحركات البحث
- وسائل التواصل الاجتماعي
- البريد الإلكتروني
- الويبينارات المجانية
- المجتمع والتوصيات

20% تسويق بالدفع (Outbound) :

- إعلانات مدفوعة (targeted)
- شراكات وتعاونات
- PR والظهور الإعلامي
- رعاية فعاليات

# 14. دليل التنفيذ للفريق

## كيف تستخدم هذا الدليل

### للمدير التسويقي

1. ابدأ بقراءة قسم "روح وايدر" - تأكد أن الفريق يفهم الـ WHY
2. وزّع الأدوار بناءً على قسم "الفريق الإبداعي"
3. ضع التقويم بناءً على قسم "القنوات"
4. راجع كل مخرج بناءً على "القاعدة الذهبية"

### لكاتب المحتوى

1. اقرأ "روح وايدر" و"نبرة الصوت" جيداً
2. استخدم الشخصيات كمرجع (اكتب لأحمد، لسارة، ليلي)
3. راجع "ما نقوله وما لا نقوله"
4. اسأل نفسك: "هل هذا يُلهم؟"

## قائمة المراجعة الشاملة

قبل نشر أي محتوى:

- ☐ **الرسالة:** هل تنقل روح "أطلق إمكاناتك الحقيقية"؟
- ☐ **الشخصية:** هل واضح لمن هذا المحتوى (أحمد؟ سارة؟ ليلي؟)
- ☐ **المشكلة:** هل يُظهر فهماً لألم الجمهور؟
- ☐ **الحل:** هل يُقدم قيمة أو أمل؟
- ☐ **النبرة:** هل دافئة ومُلهمة، لا جافة ورسمية؟
- ☐ **CTA:** هل واضح ما الخطوة التالية؟
- ☐ **البصري:** هل متسق مع الهوية؟
- ☐ **الجودة:** هل بدون أخطاء إملائية/نحوية؟
- ☐ **المرحلة:** هل تُسوِّق ميزة متاحة فعلاً (MVP)؟

## 15. الخلاصة

### الجوهر

وايدر ليست منصة.

وايدر عائلة.

نحن هنا لنُكمل بعضنا.

لنُطلق إمكاناتنا معاً.

لنُثبت أن الصغار يستطيعون منافسة الكبار

عندما يكونون معاً.



# أطلق إمكاناتك الحقيقية.

TRUE POTENTIAL UNLOCKED.

## للفريق التسويقي: القاعدة الذهبية

في كل محتوى تُنشئه، اسأل نفسك:

"هل هذا المحتوى يُلهم شخصاً للانضمام؟"

"هل يُشعره بأنه سيجد هنا ما لم يجده في أي مكان آخر؟"

"هل ينقل روح العائلة والإكمال؟"

إذا كانت الإجابة نعم... انشره.

إذا كانت لا... أعد صياغته.

### نهاية الدليل

الإصدار: 3.0 - إصدار الروح والهوية

تاريخ التحديث: 17-12-2025

## الحالة: مكتمل ومُراجع