

- أعلى الصفحة:
- عنوان (عضوية مجتمع علوم عقارية).
- شرح مختصر.
- شبكة عقارية منظمة تمنحك العلاقات، المعرفة، والفرص.
- مكونة من:
- مجتمع Whatsapp منظم.
- لقاءات -عن بُعد- دورية. (قريبا).
- عروض حصرية، مع شركائنا. (① مجموعة من الشركاء، في القطاع العقاري، والخدمات والاحتياجات الشخصية).
- خدمة التوظيف، للباحثين عن فرص، وللباحثين عن كفاءات.
- التحفيز:
- خصم 10% لأول 10 أيام.
- خصم إضافي للاشتراك الجماعي (5 أشخاص فأكثر).
- ضمان مجاني لمدة أسبوع.
-
- ملحوظات:
- باقة: شهرية /سنوية.
- لدينا عضويات شرفية: كيف نتعامل معها؟ ونقدم لهم العضوية، والحساب، والاشتراك.
- سعر خاص لمدة أسبوع.
- سعر خاص للقادمي.
- سعر خاص للمجموعات.
- تسهيل وتسريع تسجيل العضوية.
- دعوات خاصة لبعض الشخصيات.
- إقناع: للرجال فقط.

لصفحة خدمة مدفوعة في متجر إلكتروني، تحتاج لعناوين واضحة ومختصرة بحيث تعطي العميل الصورة الكاملة سريعاً قبل أن يمل أو يخرج. أفضل تقسيم يكون كالتالي:

- عنوان:
- وصف مختصر:
- الفوائد الرئيسية / المميزات:
- آلية العمل، وخطوات التنفيذ.
- السعر / الباقات.
- مدة التنفيذ. متى يبدأ العمل؟ ومتى يتم التسليم؟
- الشروط والملاحظات المهمة. أي متطلبات من العضو، لتفادي سوء الفهم.
- نماذج، صور، فيديوهات، نتائج،
- ضمانات / سياسة الاسترجاع.
- زر واضح الطلب.
- مراجعة كاتب المحتوى، لمعرفة طريقة وتسلسل العرض وتقديم المعلومات، وترتيب عرضها حسب الأهمية، للعضو، وصياغة العناوين.

1. عنوان الخدمة
اسم واضح وجاذب يصف الخدمة مباشرة، ويفضل أن يوضح المنفعة الأساسية.
 2. وصف مختصر (نبذة)
 - جملة أو فقرتان تلخصان الفائدة أو النتيجة النهائية التي سيحصل عليها العميل.
 3. الفوائد الرئيسية / المميزات
 - نقاط مختصرة توضح لماذا يشتري العميل هذه الخدمة بالتحديد (3-6 نقاط كحد أقصى).
 4. آلية العمل أو خطوات التنفيذ
 - وصف بسيط للخطوات من طلب الخدمة وحتى التسليم (حتى يشعر العميل بالوضوح والثقة).
 5. السعر والباقات (إن وجدت)
 - السعر أو الخيارات المختلفة إذا كانت هناك مستويات للخدمة.
 6. مدة التنفيذ
 - متى يبدأ العمل، وكم يستغرق التسليم.
 7. الشروط أو الملاحظات المهمة
 - أي متطلبات من العميل أو حدود للخدمة (لتجنب سوء الفهم).
 8. نماذج أو أمثلة (اختياري لكن مهم إذا أمكن)
 - صور، فيديوهات، أو عينات أعمال سابقة.
 9. ضمانات أو سياسة الاسترجاع (إن وجدت)
 - تعزز ثقة العميل وتشجعه على الشراء.
 10. زر واضح للطلب / الشراء
 - دعوة مباشرة لاتخاذ الإجراء (CTA) مثل: اطلب الآن – اشترِ الخدمة.
- إذا أردت، أقدر أرتب لك قالب جاهز من هذه العناصر بحيث يكون مناسب للعرض في صفحة المتجر مباشرة.

ممتاز جدًا 🌟 إجاباتك وضحت الصورة أكثر بكثير.

اللي فهمته الآن أن عندكم مجتمع منظم + إدارة متابعة + محتوى متدرج + سياسة واضحة + تخصص في المجموعات وهذا بحد ذاته ميزة قوية مقارنة بأي مجموعة واتساب عشوائية.

خليني أرتب معك أبرز النقاط اللي ممكن نستخدمها في صياغة الباقة بشكل احترافي وتسويقي:

الفرق الجوهرى عن أي مجموعة واتساب أخرى

- تقسيم المجموعات بحسب الفئات (مرخصين - عروض - طلبات - معلومات - سياحة/معالم - عامة).
- وجود إدارة متابعة لمسح الرسائل المخالفة وضبط الجودة.
- وجود مسؤول تفاعل يقدم محتوى ويحفز الأعضاء.
- اعتماد نماذج رسمية لطرح الاستفسارات والطلبات والمبادرات (بدل العشوائية).
- وجود سياسة واضحة يلتزم بها الجميع.
- مجموعات متخصصة → يعني العضو يضمن أن وقته يُستثمر بفعالية.

الخدمات والمزايا الإضافية

1. بطاقة عضوية إلكترونية: تعطي العضو هوية رسمية + تمكنه من الاستفادة من الخصومات لدى الشركاء.
2. لقاءات وورش عمل (عن بعد): تعليمية + تبادل خبرات + حلول عملية.
3. إمكانية استضافة ضيوف وجهات رسمية مستقبلاً (يعطي انطباع جدية واحترافية).
4. خدمة التوظيف: منصة لإعلانات الوظائف والباحثين عن عمل.
5. خصومات عملية (عقارية + يومية).
6. مستخلصات من اللقاءات (نتائج - توصيات - أبرز النقاشات).

أسلوب الإقناع للفئة المستهدفة (وسطاء وحاصلين على الرخص)

- لغة العلاقات + النتائج العملية هي الأنسب.
- يعني: "مجتمعك المهني المنظم الذي يفتح لك فرصاً، يختصر وقتك، ويوفر لك معلومات وخدمات حقيقية".
- يمكن تعزيز ذلك لاحقاً بالأرقام لما تتوفر (عدد الاستفسارات، عدد الأعضاء، شهادات وتجارب).

طريقة عرض العضوية

- ليست "نخبوية مغلقة"، لكنها موجهة للمهتمين بالعقار وأصحاب الرخص (فنظهر أنها انتقائية نوعاً ما لكنها ليست مغلقة).
- يعني الإعلان يكون بصيغة:
"إذا كنت مهتماً بالعقار وتسعى لتنظيم عملك، فهذه العضوية صنعت لك".

صياغة الهيكل التسويقي للباقة (مقترح)

العنوان الرئيسي:

"عضوية مجتمع علوم عقارية – 350 ريال سنوياً"

شبكة عقارية منظمة تمنحك العلاقات، المعرفة، والفرص.

العناوين الجذابة + شرح قصير:

- مجتمع عقاري منظم: مجموعات متخصصة بإدارة احترافية وسياسة واضحة.
- لقاءات وورش عمل عن بعد: تبادل خبرات وحلول عملية – قريباً بشكل شهري.
- خدمة التوظيف: منصة للباحثين عن فرص وللمن يبحث عن كفاءات.
- خصومات للأعضاء: على الخدمات العقارية والاحتياجات اليومية.
- هوية مهنية (بطاقة عضوية إلكترونية): تثبت عضويتك وتمنحك مزايا إضافية.
- شبكة علاقات مهنية: وسطاء، مستثمرون، خبراء، وملاك.

التحفيز:

- خصم 10% لأول 10 أيام.

- خصم إضافي للاشتراك الجماعي (5 أشخاص فأكثر).

- تجربة مجانية لمدة أسبوع.

سؤالي لك الآن (عشان أجهز لك نسخة نهائية):

هل تود أن أصيغ بروشور احترافي كامل (صفحتين) بحيث يكون:

- الصفحة الأولى = العناوين الجذابة والملخص (اللي تقرأه وتقتنع بسرعة).

- الصفحة الثانية = التفاصيل (المحتوى – السياسات – المجموعات – آلية اللقاءات – طريقة التسجيل).

أم تفضل أبدأ لك بـ صفحة واحدة مختصرة كإعلان أولي للتسويق والتجربة؟