

## الدليل التطبيقي - تسويق 2026 نظام تسويق لا يقبل الهزيمة

مرحباً بك في الدليل التطبيقي الشامل الذي سيرافقك خلال رحلتك في بناء خطة تسويق 2026 الخاصة بك. هذا الدليل مصمم ليكون أداة عمل حقيقة، وليس مجرد مستند للقراءة. ستتجدد في الصفحات التالية مساحات واضحة للكتابة، وجداروا عاملية، وتمارين تطبيقية فورية.



التاريخ: السبت 17 يناير 2026 ١٧ جانفي

الوقت: 7:30 مساءً (بتوقيت الرياض) ⌚

تعليمات مهمة قبل البدء:

افتح هذا الدليل أثناء الويبينiar مباشرة

اكتب مسوداتك الأولى بدون تردد - الهدف هو التطبيق الفوري

لاحظ الرموز: للتمارين العملية | لأسئلة المشاركة في الدردشة

# بطاقة المشارك الشخصية

قبل أن نبدأ رحلتنا في بناء خطة تسويقية قوية، نحتاج أن نعرف من أنت وأين تقف الآن. هذه البطاقة ستكون نقطة الانطلاق لكل القرارات التسويقية القادمة. املأ المعلومات بدقة ووضوح، فهي الأساس الذي سنبني عليه استراتيجيةك الكاملة.

المنتج / الخدمة الرئيسية

اسم المشروع / الشركة

الاسم الكامل



هدفك الرئيسي لعام 2026 (جملة واحدة واضحة)

خذ وقتك في صياغة الهدف. يجب أن يكون محدداً وقابلً للقياس وواقعيًا. تجنب العبارات العامة مثل "زيادة المبيعات" واستبدلها بأهداف دقيقة مثل "الوصول إلى 500 عميل جديد بحلول ديسمبر 2026".

سؤال للدردشة: ما هو أكبر تحدي تواجهه حالياً في تسويق منتجك؟

# اختبار التشخيص التسويقي

قيّم وضعك الحالي من 0 إلى 6 

التشخيص الدقيق هو نصف الحل. هذا الاختبار البسيط سيكشف لك بوضوح أين تقف الآن في رحلتك التسويقية، وما هي المجالات التي تحتاج إلى تركيز فوري. كن صادقاً مع نفسك في الإجابة - لا توجد إجابات صحيحة أو خاطئة، فقط واقعك الحالي الذي نريد تحسينه.

العنصر الأساسي	ضع علامة ✓
لدينا هدف واحد واضح يقود كل قرارات السنة	<input type="checkbox"/>
لدينا شريحة مستهدفة محددة جدًا (ليس "الجميع")	<input type="checkbox"/>
لدينا رسالة تسويقية واضحة يمكن قولها في سطر واحد	<input type="checkbox"/>
لدينا عرض مبني على نتيجة واضحة للعميل	<input type="checkbox"/>
لدينا مسار تحويل محدد + رسائل متابعة مكتوبة	<input type="checkbox"/>
لدينا مراجعة أسبوعية منتظمة للأرقام والمؤشرات	<input type="checkbox"/>

6/\_\_\_

نتيجمي الحالية

احسب عدد العلامات



أكبر نقطة ضعف اكتشفتها من التشخيص:

---

---

إذا كانت نتيجتك 0-2: أنت في مرحلة البناء الأساسي، وهذا طبيعي تماماً. الوينيار سيعطيك الإطار الكامل للبدء بقوة. إذا كانت 3-4: لديك أساس جيد لكن هناك ثغرات تحتاج سد. إذا كانت 5-6: ممتاز! أنت تحتاج فقط لتحسين وتطوير ما هو موجود.

# تضييق الشريحة المستهدفة

من نحن نخدم بالضبط؟ 

أكبر خطأ تسويفي يرتكبه رواد الأعمال هو محاولة إرضاء الجميع. عندما تستهدف الجميع، لا تصل لأحد. في هذا التمرين، سنضيق شريحتك المستهدفة حتى تصبح واضحة بلا لبس. كلما كانت الشريحة أضيق، كلما كانت رسالتك أقوى وأكثر تأثيراً.

استخدم القالب أدناه لتحديد عميلك المثالي بدقة. لا تتعجل - خذ وقتك في التفكير. قد تحتاج لتجربة عدة صيغ قبل الوصول للصيغة المثالية. تذكر: التخصص قوة، والعمومية ضعف.



03

يريدون الوصول إلى (النتيجة)

02

مشكلتهم الأعلى أولوية

01

نحن نخدم (من بالضبط؟)

05

خلال مدة زمنية محددة

04

أكبر عائق يواجههم



الجملة النهائية الكاملة:

"..... خلال ..... رغم ..... على ..... نساعد .....

مثال تطبيقي: "نساعد أصحاب المتاجر الإلكترونية الصغيرة على مضاعفة مبيعاتهم رغم ميزانيات التسويق المحدودة خلال 90 يوماً".

# الرسالة في سطر واحد

## ما الذي يجعل عرضك مختلفاً؟

إذا لم تستطع شرح ما تقدمه في سطر واحد، فأنت لا تفهمه جيداً بعد. الرسالة الواضحة هي سر التسويق الناجح. في هذا التمرين، سننصح بثلاث نسخ مختلفة من رسالتك، ثم اختيار الأفضل. لا تقلق من النسخة الأولى - التكرار يصنع الإتقان.

الرسالة الجيدة تحتوي على ثلاثة عناصر: من تخدم، مازا تحل، وكيف تختلف عن الآخرين. اكتب بلغة بسيطة يفهمها طفل في العاشرة. تجنب المصطلحات المعقدة والكلمات الزانة الفارغة.

النسخة الثالثة

---

---

---

---

النسخة الثانية

---

---

---

---

النسخة الأولى

---

---

---

---



النسخة المختارة ولماذا؟

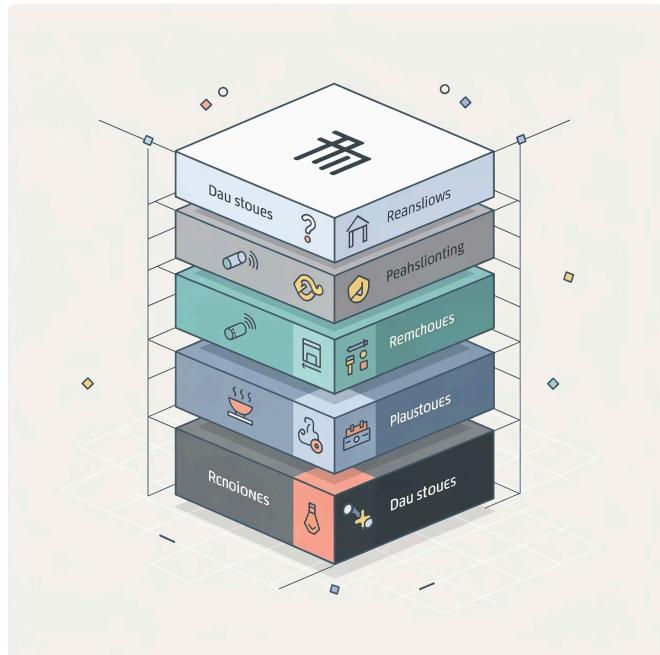
الرسالة:

السبب:

سؤال للدردشة: شارك رسالتك النهائية في الدردشة واحصل على تغذية راجعة فورية من المشاركين!

# تصميم العرض المتكامل

## بناء Offer Stack لا يُرفض



العرض القوي لا يتحدث فقط عن المنتج، بل عن التحول الذي سيحدث في حياة العميل. سبني عرضك باستخدام خمسة مكونات أساسية تجعله لا يقاوم: النتيجة النهائية، الآلية، الدليل، عكس المخاطر، والتأهيل.

1

2

3

### Outcome النتيجة

ماذا سيحصل العميل في النهاية؟

### Mechanism الآلية

كيف ستساعده على تحقيق ذلك؟

### Proof الدليل

لماذا يجب أن يصدقك؟

### Risk Reversal عكس المخاطر

ما الضمان أو الوعود الذي تقدمه؟

### Onboarding التأهيل

كيف ستجعل البداية سهلة وسلسة؟

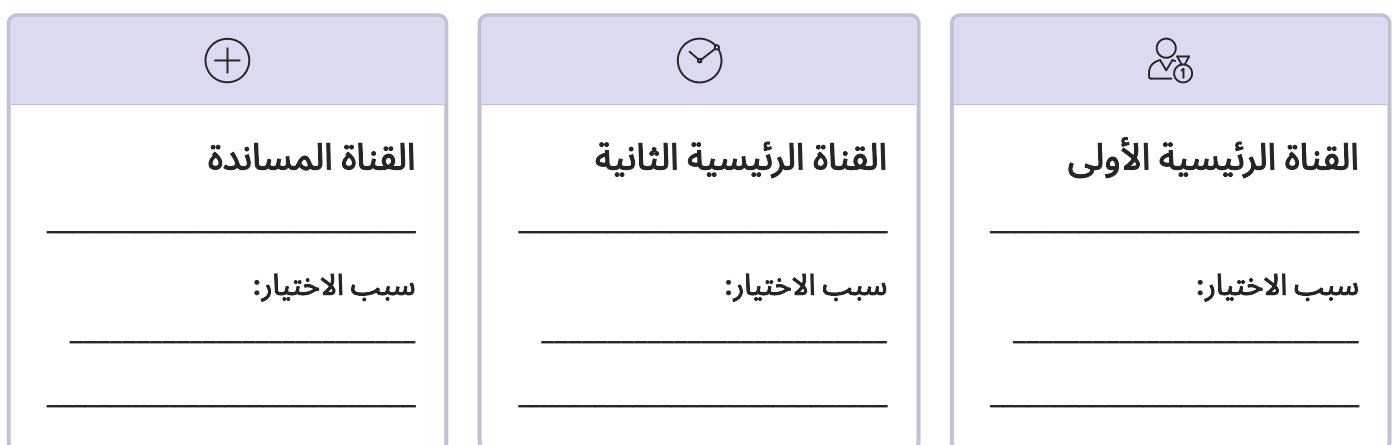
راجع كل عنصر وتأكد أنه محدد وواضح. العرض الجيد لا يترك أسئلة معلقة في ذهن العميل المحتمل. كل نقطة يجب أن تزيل عائقاً أو شكراً أو خوفاً محدداً.

## اختيار القنوات التسويقية

نموذج 1+2 للتركيز 

الخطأ الأكبر في التسويق هو التشتيت على عشرات القنوات. النجاح يأتي من التركيز المكثف على قناتين رئيسيتين وقناة مساندة واحدة فقط. هذا النموذج يضمن لك عمّا بدلاً من السطحية، وإنقاذه بدلاً من التجربة العشوائي.

عند اختيار قنواتك، اسأل نفسك: أين يقضي عملاؤك المثاليون وقتهم؟ أي قناة تتيح لي بناء علاقة حقيقية؟ وأي قناة يمكنني إتقانها فعلاً بالموارد المتاحة؟ الإجابات على هذه الأسئلة ستحدد اختياراتك الصحيحة.



## قرار الإيقاف

ما الذي سأتوقف عن فعله فوراً في 2026؟

---

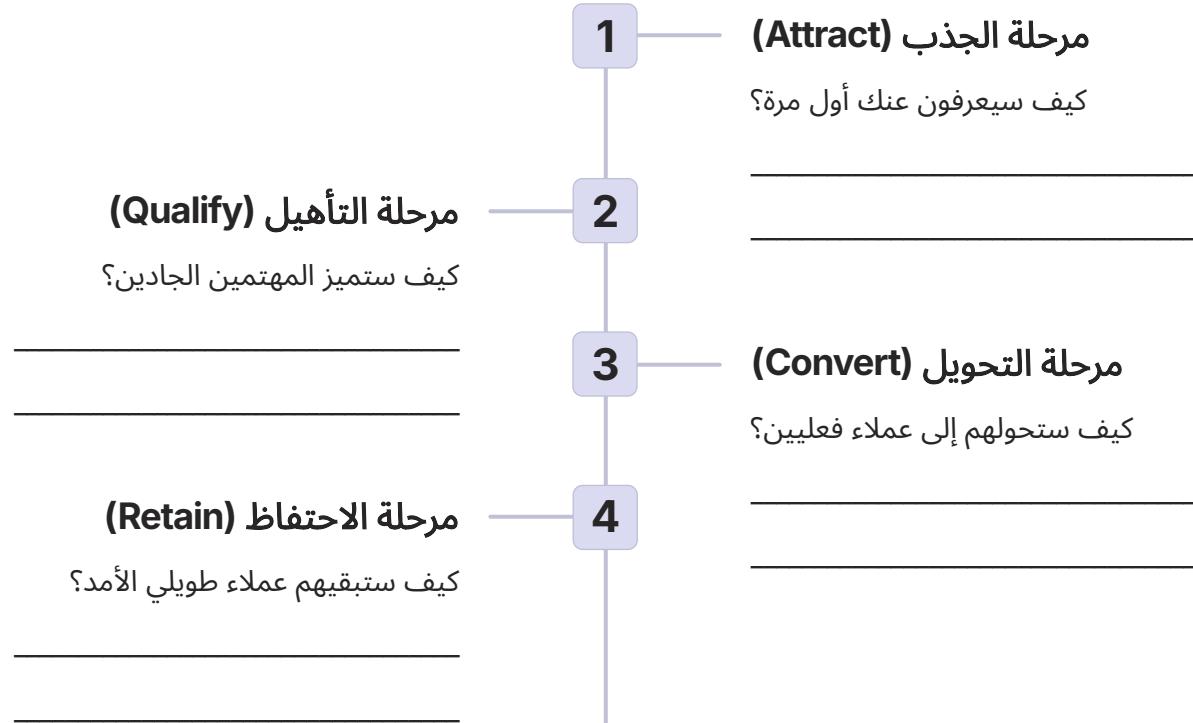
---

تذكر: قول "لا" لقنوات غير مناسبة هو بنفس أهمية قول "نعم" للقنوات الصحيحة. التركيز قوة، والتشتيت ضعف.

# رسم مسار التحويل الكامل

## من الجذب إلى الاحتفاظ

مسار التحويل ليس مجرد مخطط نظري - إنه خريطة الطريق التي يسلكها عميلك من أول لحظة يسمع فيها عنك حتى يصبح عميلاً دائماً ومخلصاً. فهم هذا المسار بعمق يعني فهم كيفية تحسين كل نقطة اتصال لزيادة التحويلات والمبيعات.



### التخفيض الحرج

ما هو عنق الزجاجة الأكبر في مسارك الحالي؟  
\_\_\_\_\_

ما الإجراء الذي ستتخذه لحله؟  
\_\_\_\_\_

معظم المشاريع تفشل ليس بسبب نقص العملاء المحتملين، بل بسبب تسرب كبير في نقطة معينة من المسار. حدد هذه النقطة، وركز كل طاقتك على إصلاحها.

# نصوص المتابعة التلقائية

الرسائل الثلاث الحاسمة



المتابعة هي المكان الذي تحدث فيه المبيعات الحقيقة. 80% من المبيعات تحتاج من 5-12 نقطة اتصال، لكن معظم المسوقين يستسلمون بعد محاولة واحدة أو اثنتين. سنصمم الآن سلسلة متابعة من ثلاث رسائل استراتيجية.

## رسالة بعد 72 ساعة

الهدف: دفع نحو القرار + إزالة الاعتراضات

---

---

---

---

---

---

---

## رسالة بعد 24 ساعة

الهدف: تقديم قيمة + تذكير لطيف

---

---

---

---

---

---

---

## رسالة بعد 10 دقائق

الهدف: التأكيد + بناء الثقة الفورية

---

---

---

---

---

---

---

**نصيحة ذهبية:** كل رسالة يجب أن تقدم قيمة حقيقة، ليس فقط "تذكير بالشراء". القيمة أولاً، البيع ثانياً.

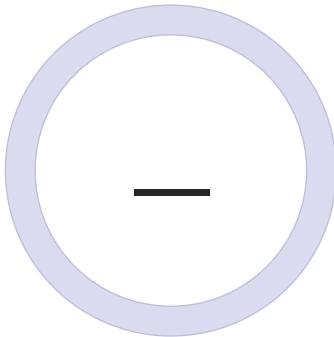
اكتب هذه الرسائل الآن بصيغة مسودة أولى. لا تنتظر الكمال - المهم أن يكون لديك نقطة انطلاق يمكنك تحسينها لاحقاً. الرسالة الموجودة أفضل من الرسالة المثالية غير الموجودة.

# لوحة المتابعة والقرارات

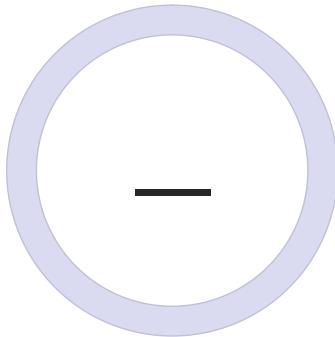
المؤشرات + خطة 30 يوم + قرار 2026



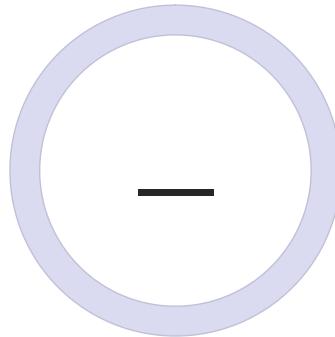
ما لا يُقاس لا يُحسن. في هذا القسم الأخير، سنحدد المؤشرات الحاسمة التي ستراجعها أسبوعياً وشهرياً، ثم نضع خطة تنفيذية لأول 30 يوماً، وأخيراً نحدد القرارات الكبرى التي ستشكل عامك 2026.



مؤشر أسبوعي 3



مؤشر أسبوعي 2



مؤشر أسبوعي 1

## المؤشرات الشهرية

- \_\_\_\_\_ .1  
\_\_\_\_\_ .2

## القرار الأسبوعي الثابت

"سنراجع \_\_\_\_\_ ونقرر \_\_\_\_\_"

## خطة أول 30 يوماً

الفترة	المهام الثلاث الأساسية
الأسبوع 1	_____ .3 _____ .2 _____ .1
الأسبوع 2	_____ .3 _____ .2 _____ .1
الأسبوع 3	_____ .3 _____ .2 _____ .1
الأسبوع 4	_____ .3 _____ .2 _____ .1

قرارات 2026 الحاسمة

ما الذي سأوقفه فوراً؟ \_\_\_\_\_

ما الذي سأضاعفه؟ \_\_\_\_\_

أول تجربة خلال 7 أيام: \_\_\_\_\_

مقاييس نجاح التجربة: \_\_\_\_\_

أسئلة للجلسة:

- \_\_\_\_\_ .1  
\_\_\_\_\_ .2  
\_\_\_\_\_ .3

ملاحظات إضافية: \_\_\_\_\_