

الدليل التطبيقي - تسويق 2026 نظام تسويق لا يقبل الهزيمة

مرحبًا بك في الدليل التطبيقي الشامل الذي سيرافقك خلال رحلتك في بناء خطة تسويق 2026 الخاصة بك. هذا الدليل مصمم ليكون أداة عمل حقيقية، وليس مجرد مستند للقراءة. ستجد في الصفحات التالية مساحات واضحة للكتابة، وجدول عملية، وتمرين تطبيقية فورية.



التاريخ: السبت 17 يناير 2026

الوقت: 7:30 مساءً (بتوقيت الرياض)

تعليمات مهمة قبل البدء:

- ✓ افتح هذا الدليل أثناء الوبينار مباشرة
- ✓ اكتب مسوداتك الأولى بدون تردد - الهدف هو التطبيق الفوري
- ✓ لاحظ الرموز: ✍️ للتمرين 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 استراتيجيتك الكاملة.

الاسم الكامل	اسم المشروع / الشركة	المنتج / الخدمة الرئيسية
<hr/>	<hr/>	<hr/>

هدفك الرئيسي لعام 2026 (جملة واحدة واضحة)

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

سؤال للدردشة: ما هو أكبر تحدٍ تواجهه حاليًا في تسويق منتجك؟

اختبار التشخيص التسويقي

👉 قِيم 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 صادقًا 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/___

نتيجتي الحالية

احسب عدد العلامات



أكبر نقطة ضعف اكتشفتها من التشخيص:

إذا كانت نتيجتك 0-2: أنت في مرحلة البناء الأساسي، وهذا طبيعي تمامًا. الوبينبار 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 تسويقي يرتكبه رواد الأعمال هو محاولة إرضاء الجميع. عندما تستهدف الجميع، لا تصل لأحد. في هذا التمرين، سنضيّق شريحتك المستهدفة حتى تصبح واضحة بلا لبس. كلما كانت الشريحة أضيق، كلما كانت رسالتك أقوى وأكثر تأثيرًا.

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.



01

نحن نخدم (من بالضبط؟)

02

مشكلتهم الأعلى أولوية

03

يريدون الوصول إلى (النتيجة)

04

أكبر عائق يواجههم

05

خلال مدة زمنية محددة



الجملة النهائية الكاملة:

"نساعد _____ على _____ رغم _____ خلال _____."

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

الرسالة في سطر واحد

👉 ما الذي يجعل عرضك مختلفًا؟

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

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

النسخة الثالثة

النسخة الثانية

النسخة الأولى



النسخة المختارة ولماذا؟

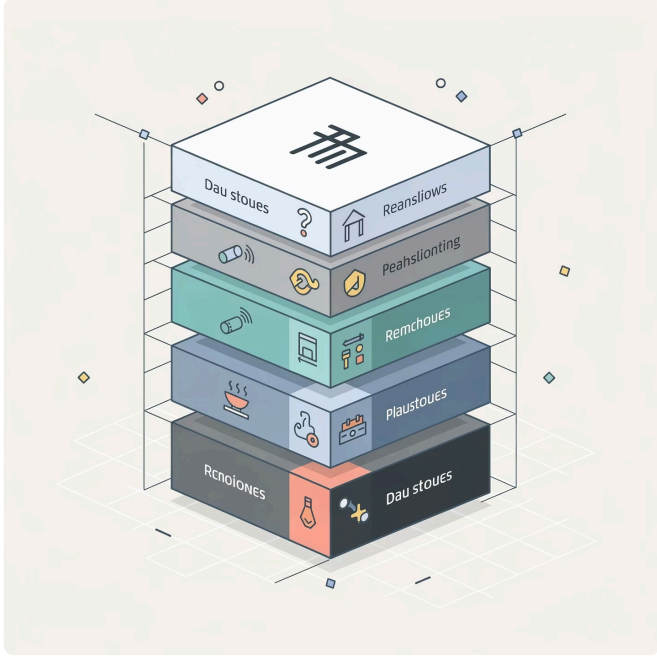
الرسالة: _____

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. سنبنى عرضك باستخدام خمسة مكونات أساسية تجعله لا يقاوم: النتيجة النهائية، الآلية، الدليل، عكس المخاطر، والتأهيل.

1

النتيجة Outcome

ماذا سيحصل العميل في النهاية؟

2

الآلية Mechanism

كيف ستساعده على تحقيق ذلك؟

3

الدليل Proof

لماذا يجب أن يصدقك؟

عكس المخاطر Risk Reversal

ما الضمان أو الوعد الذي تقدمه؟

التأهيل Onboarding

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 عائقًا أو شكًا أو خوفًا محددًا.

اختيار القنوات التسويقية

👉 نموذج 1+2 للتركيز

الخطأ الأكبر في التسويق هو التشتت على عشرات القنوات. النجاح يأتي من التركيز المكثف على قناتين رئيسيتين وقناة مساندة واحدة فقط. هذا النموذج يضمن لك عمقاً بدلاً من السطحية، وإتقاناً بدلاً من التجريب 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.

		
القناة المساندة	القناة الرئيسية الثانية	القناة الرئيسية الأولى
_____	_____	_____
سبب الاختيار:	سبب الاختيار:	سبب الاختيار:
_____	_____	_____
_____	_____	_____



🛑 قرار الإيقاف

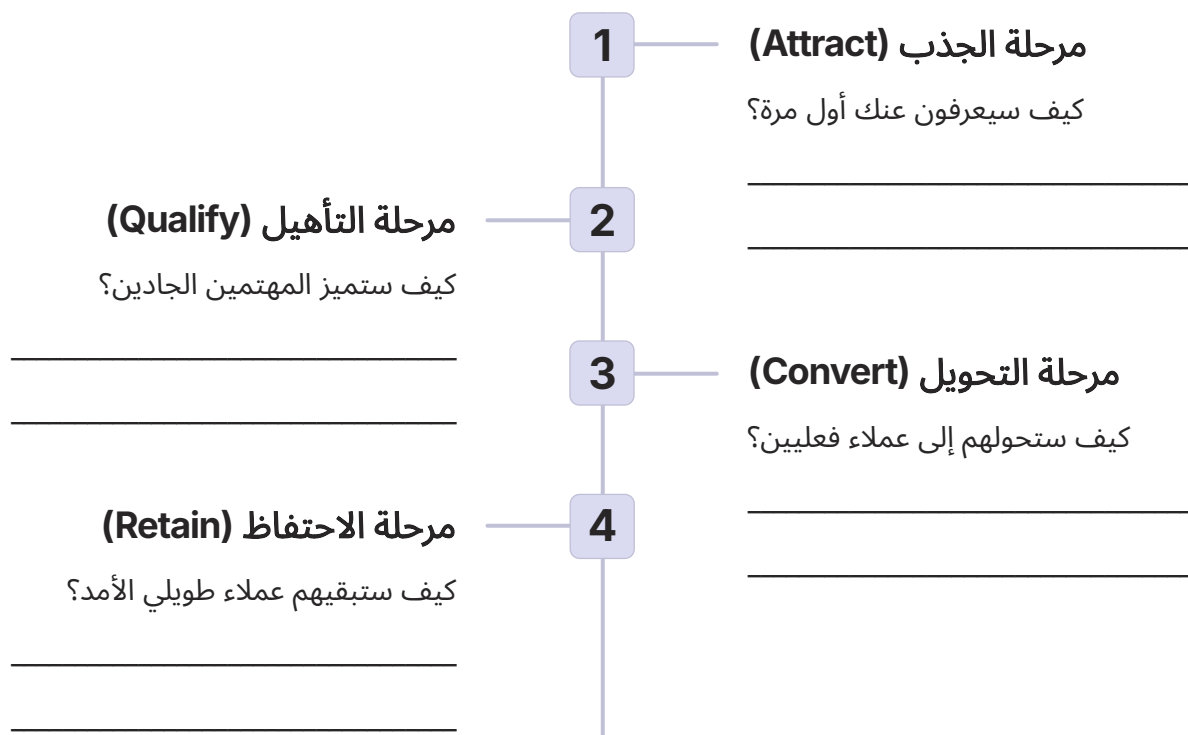
ما الذي سأوقف عن فعله فوراً في 2026؟

تذكر: قول "لا" لقنوات غير مناسبة هو بنفس أهمية قول "نعم" للقنوات الصحيحة. التركيز قوة، والتشتت 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 عميلًا دائمًا ومخلصًا. فهم هذا المسار بعمق يعني فهم كيفية تحسين كل نقطة اتصال لزيادة التحويلات والمبيعات.



التشخيص 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 الحقيقية. 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: دفعة نحو القرار + إزالة الاعتراضات

رسالة بعد 24 ساعة

الهدف: تقديم قيمة + تذكير لطيف

رسالة بعد 10 دقائق

الهدف: التأكيد + بناء الثقة الفورية

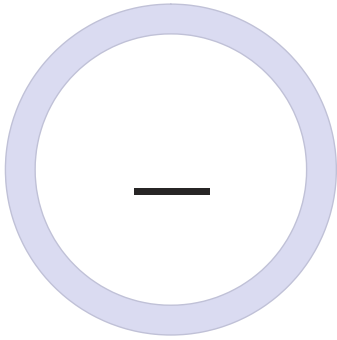
نصيحة ذهبية: كل رسالة يجب أن تقدم قيمة حقيقية، ليس فقط "تذكير بالشراء". القيمة أولاً، البيع ثانياً.

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.

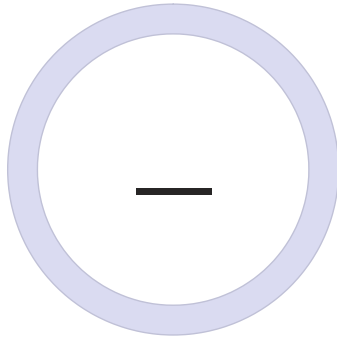
لوحة المتابعة والقرارات

المؤشرات + خطة 30 يوم + قرار 2026

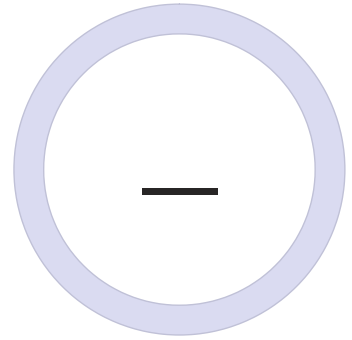
ما لا يُقاس لا يُحسن. في هذا القسم الأخير، سنحدد المؤشرات الحاسمة التي ستراجعها أسبوعيًا وشهريًا، ثم نضع خطة تنفيذية لأول 30 يومًا، وأخيرًا نحدد القرارات الكبرى التي ستشكل عامك 2026.



مؤشر أسبوعي 3



مؤشر أسبوعي 2



مؤشر أسبوعي 1

المؤشرات الشهرية

1. _____
2. _____

القرار الأسبوعي الثابت

"سنراجع _____ ونقرر _____"

خطة أول 30 يومًا

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



قرارات 2026 الحاسمة

- ما الذي سأوقفه فورًا؟ _____
- ما الذي سأضاعفه؟ _____
- أول تجربة خلال 7 أيام: _____
- مقياس نجاح التجربة: _____

أسئلة للجلسة:

1. _____
 2. _____
 3. _____
- ملاحظات إضافية: _____