أهداف استراتيجية المحتوى لـ SnipeCharts (شهرين – بدون إعلانات ممولة)

# أولاً: مرحلة الوعي (Awareness)

الهدف: توصيل البراند لأكبر عدد ممكن من المهتمين بمجال التحليل والتداول بشكل مجاني وعضوي

* - تحقيق +100,000 ظهور عضوي إجمالي (Reach) لمحتوى الصفحة على مدار شهرين. يشمل الريلز، البوستات، الفيديوهات التعليمية، والكورس. يُقاس عبر Meta Insights (Reach + Impressions).
* - الحصول على +1000 متابع جديد عضوي (بدون إعلانات ممولة). مؤشر على أن المحتوى جذاب بما يكفي لربط الجمهور بالبراند. يُقاس عبر معدل نمو الصفحة شهريًا.
* - تحقيق +70,000 مشاهدة فيديو من محتوى الريلز والكورس القصير. يُقاس إجمالي عدد مرات التشغيل العضوي لكل الفيديوهات.

# ثانيًا: مرحلة التفكير (Consideration)

الهدف: بناء ثقة وفضول الجمهور للتفاعل مع المؤشر وفهم قيمته التحليلية

* - الحصول على +600 تفاعل فعّال (تعليق، حفظ، مشاركة) على المنشورات التي تعرض قيمة المؤشر أو الكورس. يشير إلى تفكير المستخدم بجدية تجاه الأداة. المحتوى يشمل: مقارنات، نتائج Backtesting، عرض ميزات الأداة.
* - جذب +300 نقرة على روابط ذات صلة (Link Clicks): سواء على صفحة الكورس، قناتك على التليجرام، أو صفحة TradingView. يُقاس عبر Instagram Insights + روابط التتبع (UTM).
* - دعوة +1000 شخص للانضمام لقناة التليجرام خلال الشهرين. مصدر التحويل يكون من CTA بالمنشورات أو القصص أو bio.

# ثالثًا: مرحلة التحويل (Conversion)

الهدف: بدء أول خطوات التحول إلى مستخدم فعلي/مهتم نشط

* - تسجيل +100 مستخدم جديد فعّال للكورس المجاني خلال أول شهر من إطلاقه. يُقاس بعدد النقرات أو المشاهدات الفعلية لمحتوى الكورس، ويشمل الذين أكملوا جزءًا من الكورس أو أبدوا تفاعلًا واضحًا معه.
* - نشر 10+ Testimonial أو تعليق حقيقي من الجمهور على التليجرام أو سوشيال ميديا. لإثبات استخدام فعلي وتفاعل مباشر مع المؤشر أو الكورس. يتم تجميعهم يدويًا من التعليقات أو الرسائل الخاصة.