Contents

[1. Demographic Segmentation | التقسيم الديموغرافي 1](#_Toc203927502)

[ الفئة العمرية 1](#_Toc203927503)

[ النوع 1](#_Toc203927504)

[ الموقع الجغرافي 1](#_Toc203927505)

[ المستوى التعليمي 1](#_Toc203927506)

[ الوضع المهني 1](#_Toc203927507)

[ الوضع الاقتصادي 1](#_Toc203927508)

[2. Psychographic Segmentation | التقسيم السيكولوجي 1](#_Toc203927509)

[ القيم 1](#_Toc203927510)

[ نمط التفكير 2](#_Toc203927511)

[ الاحتياجات العاطفية 2](#_Toc203927512)

[ الأسلوب الحياتي 2](#_Toc203927513)

[3. Behavioral Segmentation | التقسيم السلوكي 2](#_Toc203927514)

[ سلوك البحث 2](#_Toc203927515)

[ مرحلة المستخدم 2](#_Toc203927516)

[ نمط الاستخدام 2](#_Toc203927517)

[ درجة الولاء 2](#_Toc203927518)

[ أنماط التفاعل 3](#_Toc203927519)

[4. Technographic Segmentation | التقسيم التقني 3](#_Toc203927520)

[ الأجهزة المستخدمة 3](#_Toc203927521)

[ المنصات الرقمية 3](#_Toc203927522)

[ مستوى التقنية 3](#_Toc203927523)

[ اهتمام بالتكنولوجيا 3](#_Toc203927524)

[5. Needs-Based Segmentation | التقسيم بناءً على الاحتياج 3](#_Toc203927525)

[ الاحتياجات الأساسية 3](#_Toc203927526)

[ التحديات التي تواجههم 3](#_Toc203927527)

[ ما يبحثون عنه بالضبط 4](#_Toc203927528)

[6. Faith-Based Segmentation | التقسيم القيمي الديني 4](#_Toc203927529)

[ المرجعية 4](#_Toc203927530)

[ التحفظات 4](#_Toc203927531)

[ الدوافع 4](#_Toc203927532)

[ الاستجابة للمحتوى 4](#_Toc203927533)

# 1. Demographic Segmentation | التقسيم الديموغرافي

* الفئة العمرية**:** 18 – 45 عامًا
* النوع**:** ذكور بنسبة 80% – إناث بنسبة 20% (بناءً على النمط السائد في فئة المتداولين)
* الموقع الجغرافي**:**
  + الدول الإسلامية والعربية (مصر، السعودية، الإمارات، الكويت، الجزائر، المغرب، إندونيسيا، تركيا، ماليزيا)
  + بعض الدول الغربية ذات جاليات مسلمة مهتمة بالشريعة (كندا، بريطانيا، ألمانيا)
* المستوى التعليمي**:**
  + طلاب جامعيون – خريجون جدد
  + محترفون في مجالات التقنية، الاقتصاد، التجارة
* الوضع المهني**:**
  + باحثون عن مصادر دخل إضافية
  + موظفون بدوام كامل يرغبون في استثمار أموالهم
  + عاطلون عن العمل أو في فترات انتقالية مهنية
* الوضع الاقتصادي**:**
  + ذوو دخل متوسط أو متذبذب
  + محدودو الدخل ممن يبحثون عن طرق نمو مالية حقيقية وآمنة

# 2. Psychographic Segmentation | التقسيم السيكولوجي

* القيم**:**
  + الالتزام بالمبادئ الإسلامية في جميع نواحي الحياة
  + الحذر من الربا والمعاملات المحرّمة
  + الطموح نحو تحقيق استقلال مالي حلال ومستدام
* نمط التفكير**:**
  + يميلون للتعلّم الذاتي
  + عقلانيون وتحليليون
  + متأثرون بالرأي الشرعي ومصادر الفتوى الموثوقة
* الاحتياجات العاطفية**:**
  + الشعور بالثقة تجاه قراراتهم المالية
  + الانتماء إلى مجتمع واعٍ وملتزم
  + الرغبة في التمكين دون التورط في الوعود الزائفة أو الإعلانات المضللة
* الأسلوب الحياتي**:**
  + يقضون وقتًا على المنصات الرقمية – خصوصًا اليوتيوب، تليجرام، تويتر
  + يفضلون المحتوى التوعوي الواقعي بدلًا من الترويج المبالغ فيه

# 3. Behavioral Segmentation | التقسيم السلوكي

* سلوك البحث**:**
  + يبحثون عن: “حكم التداول”، “أفضل مؤشرات مجانية”، “طريقة شرعية للتداول”، “إدارة رأس المال”، إلخ
  + يميلون لمقارنة أدوات مجانية قبل اتخاذ قرار
* مرحلة المستخدم**:**
  + مبتدئون يسعون لفهم السوق
  + متوسطو الخبرة يبحثون عن أدوات لتحسين قراراتهم
  + محترفون يسعون لكفاءة أعلى وتحليل أكثر دقة
* نمط الاستخدام**:**
  + يتعاملون مع TradingView وMetaTrader بانتظام
  + يفضلون الأدوات المجانية التي تقدم نتائج واقعية
* درجة الولاء**:**
  + مرتفعة في حالة توفر الشفافية، الدعم المجتمعي، والمصداقية
* أنماط التفاعل**:**
  + يتابعون الشروحات بالفيديو
  + يشاركون في مجموعات نقاشية على تيليجرام أو ريديت
  + يفضلون القنوات التي تقدم محتوى تعليمي + نقاش شرعي

# 4. Technographic Segmentation | التقسيم التقني

* الأجهزة المستخدمة**:**
  + أجهزة كمبيوتر – هواتف ذكية (أندرويد أكثر انتشارًا)
* المنصات الرقمية**:**
  + TradingView – Telegram – YouTube – Twitter
* مستوى التقنية**:**
  + من المبتدئ إلى المتوسط – لا يجيدون البرمجة ولكن لديهم وعي بالأدوات التقنية
* اهتمام بالتكنولوجيا**:**
  + منفتحون على استخدام مؤشرات مخصصة
  + يتابعون تطورات الذكاء الاصطناعي في التحليل الفني

# 5. Needs-Based Segmentation | التقسيم بناءً على الاحتياج

* الاحتياجات الأساسية**:**
  + مؤشر تحليلي دقيق لا يعتمد على التوقعات التقليدية
  + توافق شرعي دون الحاجة للاجتهاد الفردي
  + تبسيط مفاهيم التداول المعقدة
  + دعم في إدارة رأس المال والتحكم في العاطفة
* التحديات التي تواجههم**:**
  + التشتت بين المؤشرات الكثيرة
  + التضارب بين المعلومات
  + عدم الثقة في أغلب مقدمي المحتوى
* ما يبحثون عنه بالضبط**:**
  + محتوى توعوي صادق
  + أدوات تحليل شفافة
  + مجتمع داعم ومتفاعل
  + مرجعية شرعية واضحة ومبسطة
  + تجنّب الإشارات الجاهزة و"الصيد بالريموت كنترول"

# 6. Faith-Based Segmentation | التقسيم القيمي الديني

* المرجعية**:**
  + يتبعون فتاوى مجمع الفقه الإسلامي وهيئات رسمية (مثل دار الإفتاء المصرية، هيئة كبار العلماء في السعودية، هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية - AAOIFI)
* التحفظات**:**
  + يرفضون العقود الربوية، الهامش المحرم، التداول الليلي بأسعار ثابتة
  + يرفضون النماذج التسويقية القائمة على “الثراء السريع”
* الدوافع**:**
  + طلب الحلال
  + البحث عن رزق نقي
  + الحرص على التوفيق الرباني في خطواتهم المالية
* الاستجابة للمحتوى**:**
  + يتفاعلون بصدق مع المحتوى الذي يربط التداول بالأحكام الشرعية الصحيحة
  + يحبذون اللغة المتزنة غير المتشددة أو المتساهلة
  + يقدّرون الجهود التي تُبسّط المفاهيم الشرعية دون تعقيد أو إفتاء شخصي