

Transcript

نسخة منقحة من اجتماع

بداية الاجتماع وتحديد هدف المنتج

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 0:00@

شكرًا لكم كلكم على الوقت.

لو في أي حاجة محتاجين نناقش فيها أكثر وأنا بتكلم قولولي ووقفوني في أي لحظة.

اسراء، انتي فاتحة ال presentation دلوقتي؟ أوكي تمام، تقدرى تبدأ.

عرض وضع Simulations Labs والتحديات الرئيسية

Esraa Ali – 4:01@

زى ما قلنا، مهم في الاول نحدد احنا بالطبط واقفين فين علشان نعرف هنمشي في أي اتجاه بعد كده، ونقدر نحدد التحديات اللي بتواجهنا.

حاليًا Simulations Labs بتقدم للجامعات، والمؤسسات، والشركات تمكين كامل انهم يستضيفوا مسابقات سابر سيكورتى و CTF بشكل واقعي وحقيقي، ومن غير احتياج لاي ترتيبات للبنية التحتية، ومن غير اكواد او DevOps.

بس السوق دلوقتي مشبع جدًا بحلول مختلفة في السابر سيكورتى والـ CTF، وده عامل تشويش على الرسالة اللي المنصة بتاعتنا بتحاول تقدمها. الميزة التنافسية مش بانه وسط كم الرسائل من منصات كتير جدًا.

التحدى الاكبر بالنسبة لنا هو اننا نحول المنصة من مجرد platform فيها tools قوية لمجرد استخدام، الى partner في الرحلة.

عازين العميل يحس ان Simulations Labs شريك معاه في التطوير، مش بس اداة بيستخدمها وخلص.

علشان ده يحصل، لازم بنبنى مساحة ثقة كبيرة. وده بيحصل بطريقتين رئيسيتين:

- ان يكون عندنا use cases و case studies كتير، بنعرضها بطرق مختلفة توضح القيمة الحقيقية للمنصة وتخلي الصورة اوضح واسرع.
- اننا نكون مصدر موثوق للـ technical data والمعلومة في الاندستري دى.

في كتير من المؤسسات او الافراد عندهم صورة ناقصة عن النوع ده من الحلول. لما احنا نكمل الصورة بالمعلومة الصح، بيحسوا ان Simulations Labs مش بس منصة مسابقات، لكن reference بيرجعوله علشان ياخدوا معلومة موثوقة ومصاغة بشكل سليم.

فأول تحدى عندنا هو:

انه نحول Simulations Labs من مجرد منصة فيها ادوات مميزة، لشريك اساسى في رحلة المؤسسة او الجامعة.

وده هيجي من خلال الـ technical content والـ data اللي هنقدمها، مش بس في الـ ads، لكن كمان من خلال:

- الـ blog / المداونات
- papers اكاڤممة
- documentation مفصلة
- و content تانى technical مبنى بشكل منظم

كل ده هو اللى يبني مساحة الثقة.

التحدى التانى هو التعامل مع persona من المؤسسات والشركات اللى مش مقتنعة اصلاً بنوعه الحلول دى، او مش فاهمة هى بتعمل اى.

فى الحالة دى الـ ads لوحدها مش كفاية. لازم يبقى فيها technical data قوية ومتنوعة ترفع الـ knowledge عندهم، وتخلي الصورة اوضح.

لو الـ technical data مش موجودة، دورة المبيعات هتكون اطول بكتير، والـ conversion rate هتكون اقل جداً.

تحدى الجامعات والتعليم الاكاديمى

Esraa Ali – 9:26@

لو فى اى حاجة فى اللى فات ما كانتش واضحة او حابين نرجع لها تانى قولولى.

Esraa Ali – 9:56@

بالنسبة لجزء الجامعات والتعليم الاكاديمى بشكل عام، اكبر تحدى ان الجامعة تحس بالتأثير بعد الشراكة مع المنصة.

الجامعات بيهمها يكون فى impact واضح ومقاسو بعد استخدام منصة زى Simulations Labs.

عازين يشوفوا حاجة يقدرنا يقيسوها:

- اداء الطلبة قبل وبعد
- % الطلبة اللى حلت challenges صح
- مستوى الـ engagement فى اللابس والمسابقات

وده جزء مهم جداً فى الرسالة اللى هنبعثها للجامعات، اننا نوضح لهم ازاي هيقدرنا يقيسوا النتائج بعد استخدام المنصة.

تحليل السوق والـ Environmental Scanning

Esraa Ali – 9:56@

جزء مهم في الاستراتيجية هو الـ Environmental Scanning. ده بيساعدنا نفهم الماركت والاندىستري اللي هنكون موجودين فيها اكتر.

ركزنا على الدول اللي عندها awareness اعلى بالسابير سيكورتى وبالك CTF، واللى القوانين عندها بتدفع المؤسسات انها تلجأ للحلول دى.

من خلال ابحاث كتير، طلع ان:

- الولايات المتحدة
- المملكة المتحدة
- والسعودية

من اكتر البلاد اهتماماً بالسابير سيكورتى وبالك CTF والمجال ده عمومًا.

اهتمينا كمان نعرف الـ industries اللي عندها استعداد اعلى تستخدم حلول زى Simulations Labs، زى:

- المؤسسات المالية والبنوك والقطاع المصرفى
- القطاعات الحكومية
- مراكز التدريب والتعليم

اسباب كتير بتخلى المؤسسات دى تلجأ لحلول cyber labs و CTF platforms، لكن اوضح سبب هو القوانين والتنظيمات من الدولة، اللي بتجبرهم على الالتزام بمستوى معين من الـ security testing والتدريب.

عملنا مراجعات وسيرفيز كتير توضح اى المشاكل اللي بتواجه المؤسسات لما تتعامل مع منصات Cyber Labs او CTF تانية، وطلع اكتر مشاكل متكررة:

- الكوست عالى جدًا
- التعامل مع البنية التحتية معقد ومحتاج ناس متخصصة و DevOps
- وجود developers dedicated علشان يديروا المنصة
- الـ scenarios مش دايماً related للاندىستري بتاعتهم
- نقص الواقعة فى السيناريوهات

علشان كده Simulations Labs محتاجة تركز فى رسالتها على:

- بساطة الـ setup
- انه hosted و zero-devops
- وان الـ scenarios ممكن تبقى متوافقة مع الاندستري بشكل احسن.

نقاش حول العرض والـسلايدز

(Moataz Salah (Cyber Talents – 10:58@

هل انتى بتعرضى سلايدز دلوقتى ولا الكلام ده لسه من غير presentation؟

Esraa Ali – 11:03@

لا، لسه ما عرضناش سلايدز، انا بس بحاول ادخلكم فى الصورة الاول من غير ما اطول فى التنقل على السلايدز.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 11:10@

طب احنا محتاجين نعرف، هل هنمشى مع سلايد معينة ولا بس نسمع؟

السلايد اللي قدامنا دلوقتى هى رقم 5 مثلاً، وفيها distribution و marketing، بس الكلام بتاعك مش مطابق للسلايد دى.

Esraa Ali – 11:34@

اوكى، خلونى اخلى السلايد اللي قدامكم aligned مع الكلام علشان الصورة تبقى اوضح.

Esraa Ali – 11:49@

لو فى اى حاجة فى اللي فاتت حاسن انها مش واضحة رجعوني لها تانى.

زى ما قلت، احنا ركزنا على الدول اللي عندها استعداد اعلى تتعامل مع النوع ده من الحلول، واللى قوانينها بتدفع المؤسسات للـ adoption.

طلع معانا ان:

- الولايات المتحدة
- المملكة المتحدة
- والسعودية

هما من اكثر الدول اهتماماً بالسايبر سيكورتى والـ CTF.

كمان قسمنا الـ industries اللي ممكن تكون مهمة:

- المؤسسات المالية والبنوك
- القطاع الحكومي
- مراكز التدريب والتعليم

واحدة من اكثر الاسباب اللي بتخلى المؤسسات دى تلجأ للحلول دى، هي ان الدولة بتخطط تنظيمات وقوانين compliance واضحة فى مجال security، وده بيخلى الموضوع urgent بالنسبالهم.

فى نفس الوقت، من خلال سيرفيز كتر، لقينا ان اكبر مشاكل المؤسسات مع منصات الـ Cyber Labs / CTF الثانية هي:

- الكوست العالي جداً
- الـ infrastructure معقدة وبتحتاج setup كبير
- محتاجة team technical ومتخصص
- الـ scenarios مش دائماً realistic او related للاندستري
- صعوبة فى الادارة مع عدد كبير من الـ participants

Simulations Labs بتحاول تسد الجاب فى النقط دى.

اعادة تلخيص من Fouad لوضع Simulations Labs وهدف الاستراتيجى

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 15:26@

خلونى اخذ الجزء ده انا وارجع بسرعة على الصورة العامة.

زى ما قلت قبل كده، الاندستري دى جديدة شوية على التيم، واحتاجنا وقت علشان نفهم الـ dynamics بتاعتها.

من المنتجز اللي فاتت، جمعنا شوية points رئيسة عن Simulations Labs:

- اللي بيستخدموها:
 - الجامعات
 - organisations
 - CTF trainers & organizers
- الـ features الاساسية:

- browser-based
- infrastructure scalable، تقدر تخدم اعداد كبيرة من الـ participants
- zero DevOps / zero infrastructure headache
- الناس تقدر تعمل competitions من غير ما تشيل هم السيرفر او الـ scaling

من ناحية الحالة الحالية:

الـ product نفسه قوى، لكن الماركت awareness لسه ضعيف.
 الـ conversion funnels مش متبينة بشكل كامل، ولسه مافش paid funnels واضحة.
 الكاتيجورى نفسه محتاج category awareness، لان مافش تعريف واضح فى دماغ الناس لـ “Cyber Simulation Platform” كـ category.
 بالنسبة للـ marketing اللي حصل لحد دلوقتى:

- website traffic جاى اساساً من organic content و basic content distribution
- basic email marketing على قائمة Cyber Talents
- مافش لسه funnels كاملة معمولة end-to-end

ومن المشاكل الحالية:

- sales cycle طويلة
 - ناس كتير مش فاهمة “ايه هى Cyber Simulation Platform” اصلاً
 - مافش activation قوى للـ free trials / users
 - الـ positioning مش واضح: هل احنا CTF platform؟ ولا labs للتعليم؟ ولا enterprise tool؟
- علشان كده، اشتغلنا على تقسيم السوق لثلاث مجموعات رئيسة من competitors، وكل مجموعة Simulations Labs بتنافسها بشكل مختلف.

تحليل المنافسين وتقسيم الـ Segments

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 20:56@

قسمنا المنافسين لتلات segments رئيسة:

1. CTF Hosting Platforms

2. Learning Environments

3. (Team Readiness / Simulation Tools (Enterprise

اغلب المنافسين يركزوا على segment واحد بس، مش الثلاثة مع بعض.

CTF Hosting Platforms (1

مثال واضح هو platforms زى CTFd وغيره.

● الـ target audience الاساسى:

○ CTF organizers

○ student clubs

○ communities

● الـ strengths:

○ low-cost او free

○ معروف جدًا فى عالم الـ CTF

○ community كبيرة

○ ممكن يتعمله customization

● الـ weaknesses:

○ محتاج technical setup وتقل

○ مافيش templates جاهزة كفاية

○ مافيش localisation للـ MENA

○ مافيش organiser support واضح

Simulations Labs هنا بتقدم:

- انه hosted بالكامل
- zero DevOps
- templates جاهزة
- suitable لـ technical و non-technical organizers

Learning Environments (2)

ده الـ segment بتاع منصات الـ labs التعلمية اللي target الاساسى فيها:

- learners
- students
- الناس اللي بتتعلم سابير سكورتى step-by-step

الـ strengths عندهم:

- gamified labs
- structured learning paths

يس مش معمولين لـ CTF organisers أنفسهم، ومش مصممين كـ platform يستضيف competitions at scale.

Simulations Labs بتحاول تجمع الاتنين:

- labs / scenarios جاهزة
- وفى نفس الوقت hosting لـ competitions وجامعات ومؤسسات.

Team Readiness / Enterprise Simulation Tools (3)

دول منصات موجهة اكتر لـ security professionals جوه الشركات، بتشتغل كـ:

- simulation tools
- او enterprise training / assessment platforms

غالبًا:

- flexible فى الـ hosting
- strong technical expertise
- بس مكلفة جدًا
- ومش معموله علشان تستضيف CTF events للجماعات والـ communities

Simulations Labs هنا بتملئ فجوة فى النص:

- مش غالية زى الـ enterprise heavy solutions
- ومش بسيطة زى الـ self-hosted open source tools
- hosted، سريع، و scalable
- ينفع للمسابقات، الجامعات، والشركات.

الفجوات اللى Simulations Labs بتملأها

(Fouad Nasserredin (Admireworks – 20:56@

من خلال التحليل، لقينا شوية gaps اساسية Simulations Labs ممكن تـaddressها:

1. خوف الـ CTF Organizers من ان السيرفر يقع

اى حد بينظم CTF كبير بيبقى مرعوب من فكرة ان السيرفر يكرش.

Simulations Labs بتقدم auto-scaling و infrastructure reliability من غير ما يحتاجوا DevOps.

2. الـ complexity فى الـ setup

منصات كتير محتاجة ايام او اسابيع. setup.

Simulations Labs بتخلى الموضوع يحصل فى يوم واحد تقريباً، باستخدام templates و ready-made building blocks.

3. عدم وجود content مؤهل للـ CTF

فى منصات عندها content، لكن مش متوافق مع طبيعة الـ CTF.

الـ plan بتاعة Simulations Labs فيها library قوية، ومع الوقت marketplace للـ content اللى الـ

organizers يقدرُوا يستخدموه.

4. عدم وجود support فى تنظيم الـ competitions

organisers كتر مش بيبقوا متأكدين:

○ الناس هتخضر؟

○ اعمل promotion ازاي؟

○ الـ tools متطبطة؟

5. فاقترحنا concept زى **Spotlight Program** ببقى Simulations Labs بتعمل sponsoring لعدد محدود من CTFs كل شهر، وتقدم لهم extra value.

6. Weak Academic Alignment

معظم الحلول مش موجهة بشكل مباشر للـ instructors والـ professors اللي عازين يحولوا المنهج من نظرى لعملى بسرعة من غير تعقيد.

7. Enterprise Gap

المؤسسات الكبيرة بيترددوا قبل ما يدفعوا فى solution مكلف ويأخذ شهور. setup.

Simulations Labs تقدر تقدم لهم حل:

○ سريع

○ affordable

○ ينفع كـ PoC / baseline assessment قبل ما ياخدوا قرار subscription اكبر.

نقاش حول منا والـ Localization

(Moataz Salah (Cyber Talents – 20:00@

من ناحية الـ market maturity، فى بلاد زى امريكا، UK، المانيا، هولندا، فيه communities جاهزة وناس كتر فاهمة CTF والسابر لابس كويس. فى الـ MENA، وفى السعودية خصوصاً، لسه فى stages مختلفة من النضج.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 20:25@

بالضبط، الكلام هنا عن maturity والـ communities الجاهزة انهم يستخدموا حلول زى Simulations Labs.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 32:00@

بخصوص اللغة، ممكن يكون فى احتياج localisation معين، بس مش بالضرورة ان الـ software نفسه يبقى بالكامل بالعربى.
الـ UI الحاجات زى "Create Team" او "Teams" ممكن تتفهم بسهولة لو الـ organizer نفسه comfortable مع الانجليزى.
التحدى الاكبر فى الـ players أنفسهم لو الـ English عندهم ضعيف، وده يعتمد على مين الـ audience لكل مسابقة.

(Fouad Nasserredin (Admireworks – 32:49@

ممكن نخلى localisation اكثر كـ landing pages، marketing material، و content بالعربى، مش شرط الـ software UI نفسه بالكامل.

بس قبل ما نستثمر كتير فى الـ Arabic / MENA لازم نجابو على سؤال:

قد اى الـ MENA region جزء اساسى من الـ target بتاعنا مقارنة بالـ global market؟

ده سؤال هنرجله واحنا بنبنى الـ funnels ونختبر markets مختلفة.

عرض الـ Personas الثلاثة والاستراتيجى العامة

(Fouad Nasserredin (Admireworks – 32:49@

عندنا platform تقدر تخدم spectrum واسع جدًا:

- competitions
- professional leaders
- universities
- communities

فاحتجنا نلاقى طريقة عملية نـ approach بيها السوق عن طريق 3 personas رئيسية:

1. CTF Organizers / Community Builders

2. Educators / Professors / Trainers

3. Security Leaders / Enterprise Decision Makers

CTF Organizers – Spotlight Program (1

الـ persona دى:

- غالبًا معندهاش budget

- عندها community قوية
- مش عاوز يعمل DevOps ولا Infrastructure
- هدفه يعمل event ناجح للـ community بتاعته

الفكرة:

نعمل CTF Spotlight Program:

- كل شهر نختار مثلاً 10 CTFs نعملهم sponsoring.
- نديهم:

- free hosting على Simulations Labs
- auto-scaling و zero DevOps
- templates تساعدنا الـ competition بسرعة
- exclusive support فى الـ setup والـ launch

اللى هيقدموا على البرنامج مش اى حد، يبقى فيه نوع من الـ selection علشان القيمة تبان.
المكسب لنا:

- انتشار واسع جوه communities مختلفة
- viral engine طبيعى من كتر الـ events اللى بتتعمل على Simulations Labs
- testimonials حقيقية نستخدمها فى المارككتنج بعد كده

Educators / Universities (2)

الـ persona دى:

- instructor / professor ماسك مادة ساير سكورتى
- عنده classe غالباً اكبر من 10 طلبة
- محتاج labs جاهزة aligned مع المنهج

- وعاوز يشوف impact واضح على الطلبة

اللى هنقدمه:

- **day trial-30** للـ faculty / instructor

○ يقدر يستخدم المنصة مع الطلبة

○ بينى lab او use case كامل

○ يطلع reports عن اداء الطلبة

- **Curriculum Kit / Starter Kit**:

○ modern cyber security syllabus

○ مثلاً "12 Weeks of Ready-to-Use Labs"

○ mapping مبدئى ما بين topics فى المنهج والـ labs اللى ممكن تتعمل على Simulations Labs

ده هيفلح الـ instructor يقدر يعمل Proof of Concept، وبعدين يقدم النتائج لـ الادارة علشان ياخذ approval على subscription.

Security Leaders / Enterprise (3

الـ persona دى:

- CISO / Security Manager / Risk Manager

- عنده team و budget للتدريب والـ assessment

- تعبانه من الـ vendor fatigue واتخاذ القرارات الثقيلة

- عاوز حاجة:

○ budget-friendly

○ تدى baseline واضح عن مستوى الفريق

○ وتوفر وقت بدل حلول كبيرة expensive وبتأخذ شهور

اللى هنقدمه:

- Free trial على use case واحدة

- زى baseline assessment لل team

- يشوفوا ال output: مين عدى، مين وقع، gaps فين

- نوضح فى الرسالة:

- saving فى الوقت مقابل بناء labs internally

- مقارنة مبدئية بالـ cost لو جابوا vendor تقلدى يعمل نفس الـ simulations.

Spotlight Program بين الـ Product والـ Marketing

(Moataz Salah (Cyber Talents – 41:19@

مهم ناخد بالناء، Simulations Labs لازم تفضل **product** مش **service**.

لو دخلنا فى ماركتنج ك خدمة (agency style)، هنتحول لحاجة تانية خالص.

الـ spotlight program لازم يبقى offering مربوط بالـ platform نفسها، مش اننا نعمل حملات ماركتنج كاملة للناس.

(Fouad Nasserredin (Admireworks – 41:38@

الفكرة مش اننا نبقى marketing agency.

الكلام عن حاجات زى:

- mention فى newsletter

- post بسيط على السوشيال ميديا ان فى CTF معين hosted على Simulations Labs

- recognition للـ organisers اللي دخلوا الـ spotlight program

(Moataz Salah (Cyber Talents – 42:05@

لو الـ organiser معندوش community اصلاً، الماركتنج من عندنا مش هيبنى community من الصفر.

الـ value الفعلية لما يكون عنده base جاهزة واحنا بنسهّل له الـ hosting والـ setup، مش بنقوم بدور انهاءى marketing arm بالنسبة عنه.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 47:00@

العشرة CTFs اللي فى البرنامج لازم يكونوا:

- عندهم community او database
- اصلاً active
- احنا بنقدم لهم platform + support

لو organiser مافش عنده community، يبقى احنا اللي بنعمل المسابقة من الالف للناء وده مش الهدف.

(Fouad Nasserredin (Admireworks – 48:15@

ممکن نستخدّم نفس الفكرة جوه Cyber Talents كمان ونعمل مسابقات علينا.

بس مهم نثبت ان Simulations Labs هي الـ product، واحنا بنقدم support مش service complete.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 48:41@

بالضبط، احنا عابزين الناس هي اللي تنظم الـ CTF، واحنا نوّفر لهم:

- platform
- docs
- tutorials
- وبعض الـ support لو في مشكلة

مش اننا نعمل المسابقة بدلهم.

الـ ROI وقياس تقليل الـ Risk

Nourhan Samir – 54:12@

كان في point في السلايد بتاعة الـ ROI والـ measurement.

ازاي هنقدم ده للـ security leaders؟

ازاي يقدرّوا يقيسوا فعلياً الـ return على الـ investment بتاع Simulations Labs؟

(Fouad Nasserredin (Admireworks – 54:32@

الفكرة ان الـ security leader عنده team و budget.

لو ما استخدمش Simulations Labs، هيشغل مع شركة زي Cyber Talents او vendor تاني يعمل assessment او training.

الحل يبقى مكلف، وفي نفس الوقت مش دائماً واضح الـ ROI بتاعه.

أنا بنحاول نجابو على سؤال:

لو دفعت مبلغ معين في Simulations Labs، إيه الـ value اللي اخدتها؟

Nourhan Samir – 55:09@

قصدى ان جوه الـ product نفسه، اللي بيظهر للـ customer هو:

- عدد الـ participants
- مين حل صح ومين حل غلط
- شوية metrics عن اداء الناس

بس مافش translation مباشر للـ risk reduction او المال اللي اتوفر.

(Fouad Nasserredin (Admireworks – 56:18@

ممكن جزء من الـ value يتقاس من ناحية الوقت:

- بدل ما التم spend اسابيع علشان بينى lab او simulation داخلي
- يقدر يعمل ده في وقت اقل بكتير على Simulations Labs

وفي ناحية تانية:

- لما simulation تكشف ان الفريق مش قادر يصد attacks معينة
- ده معناه ان فيه gap كانت موجودة ومكناش شايفنها، فبالتالى اتوفر مخاطرة محتملة في المستقبل.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 56:50@

النقطة هنا: ازاى نحول ده لصورة رقم او model.

الـ security leader عاوز يشوف:

- انا دفعت مثلاً X دولار
- بالمقابل، قللت risk كان ممكن يكلفني Y لو breach حصل

محتاجين نشغل على model مبنى على:

- تقدير للـ risk
- تقدير للتكلفة لو حصل incident
- comparison مع تكلفة الـ training / simulation

ده محتاج شغل زيادة، مش هيبان لوحده.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 58:49@

وفى كتير من الحالات، الدافع اصلاً بيبكون compliance مش pure ROI.
القانون / الـ regulator بيقول لازم تعمل assessment / simulation، فيعمله علشان licence او التزام.
برضه اهم حجة هنا اننا نوضح:

ازاي Simulations Labs ممكن تساعدكم بيبنوا انهم:

- عملوا assessment حقيقى
- عندهم baseline
- فيه tracking واضح للـ improvement.

Nourhan Samir – 1:00:34@

ممكن الـ use case تبقى اوضح لما نربط Simulations Labs بإنها tool :-

- assessments
- baseline testing
- continuous training

بس لازم نبني narrative يساعد الـ security leader يشرح internally الـ value دى.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:00:48@

بالنسبة لـ personas بتاعة الـ security leaders، ضمن الحاجات اللى هنقدمها:

- trial على use case واحدة كـ baseline assessment
- يبقى فيه:

- reporting واضح
- feedback على مستوى الفريق
- indication على الوقت الذى اتوفر مقارنةً بأنهم يعملوا الحاجة manual

ACTION ITEM: Draft ROI / risk-reduction messaging for security leaders; share مع Fouad و Moataz للمراجعة.

قنوات الوصول والـ Funnels والـ Content

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:05:24@

من ناحية الـ channels لكل persona:

• CTF Organizers

- Reddit communities
- Discord servers
- university clubs
- Twitter و LinkedIn
- search + paid ads على keywords معينة
- Lead Magnet:

■ “Guide: Host Your First Zero-Crash CTF Without a Budget”

• Educators

- direct outreach عبر tools زى Apollo
- email sequences موجهة للـ faculty
- lead magnet زى “Modern Cyber Security Syllabus – 12 Weeks of Ready-To-Use” Labs
- webinars و content موجه للـ professors

• Security Leaders

○ landing page مخصصة فيهم messaging زى:

■ baseline assessment

■ "Don't just train your team, test them"

○ امكانية booking free case trial

○ content يوضح:

■ uptime

■ pass rate

■ skills gap tracking

هنبني landing pages مختلفة لكل persona بميسج مختلفة و comparison charts بسيطة توضح:

● Simulations Labs vs انواع ال solutions الثانية

● الفرق فى:

○ التكلفة

○ الوقت

○ ال flexibility

نقاش حول ال Content وال Marketplace وال Messaging

Nourhan Samir – 1:25:00@

بالنسبة لل personas نفسها انا متفقة عليها.

الجزء اللى محتاج تنظيم شويه هو:

● ال messaging

● ال promises مرتبطة بال content

مثلاً:

كلمات زى “ready-to-use challenges” او marketplace جاهز، دى حاجات لسه مش fully implemented، فمحتاجين ناخذ بالناس من ال wording علشان ما يكونش فيه misunderstanding فى الماركتنج.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:25:40@

تمام، خلونى اعمل document مشترك نخط فيه:

- ال strategy
- ال messaging لكل persona
- ال offers المقترحة

ونشتغل مع بعض عليه بالcomments.

ACTION ITEM: Create shared doc للstrategy / messaging مع Moataz و Sahl و Nourhan للمراجعة.

الـ Support وحدود دور Simulations Labs

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:27:58@

فى الـ offering العادى بتاع Simulations Labs، الـ support الاساسى بيبكون عن طريق:

- video tutorials
- documentation
- guides توضيح ازاي:
 - يـ create challenge
 - يـ build lab
 - يـ manage competition

Nourhan Samir – 1:28:50@

بالضبط، احنا بندى:

- documentation
- guides

- شوية tutorials

بس مش بنعمل building كامل لل labs نيابة عن ال customer.

لو حصلت مشكلة technical – زى ان ملف challenges مش compatible – هنا بندخل نساعد.

فعلاً حصل قبل كده مع واحد من ال customers، كان عنده تقريباً عشرين challenge، واحد منهم بس كان فيه مشكلة فى ال upload و product team ساعدوا يصلحوها.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:29:42@

فى Spotlight Program، ممكن نخلى ال value المضافة زيادة فى:

- ال support

- responsiveness

- احساس ال organiser ان عنده exclusive support لو واجه مشكلة

من غير ما ندخل فى حته building content نيابة عنه.

Nourhan Samir – 1:29:59@

ده منطقى، احنا نقدر نزود ال level بتاع ال support فى البرنامج، بس من غير ما يتحول لـ “نحن نبني ال competition بالكامل”.

Product Platform Demo ومحتوى ال

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:30:07@

هل عندكم فيديو كامل يشرح المنصة؟

Nourhan Samir – 1:30:17@

فى فيديوهات فى ال help center، زى “How to create a challenge”، بس مش walkthrough كامل لكل ال features المنصة.

لو حاببن، ممكن نعمل meeting dedicated نوريكم platform بشكل live، علشان تبقوا شافين كل ال capabilities.

ACTION ITEM: Schedule platform demo مع Fouad & Admireworks team علشان ال team يشوف المنصة بشكل عملى.

Outreach Personas والحسابات اللى هتستخدم فى التواصل

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:30:38@

جزء اساسى من الـ approach هيبقى فيه outreach شخصى على:

- Discord
- Reddit
- ايميلات مباشرة

حطينا بشكل مبدئى ان اللى هيكونوا واجهة الـ outreach هم Nourhan و Sahl، هل ده اوكى بالنسبة لكم؟

Nourhan Samir – 1:32:05@

اه، مافيش مشكلة، احنا متعودين نعمل outreach لما بنـ launch حاجة زى مثلاً على Product Hunt، ونتكلم باسم Simulations Labs.

Nourhan Samir – 1:32:23@

عندنا account باسم Simulations Labs بنستخدمه فى الحاجات دى، مش شرط بيبقى linkedIn personal account.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:32:35@

كويس.

احنا كمان هنحتاج نعمل شوية personas تانية باسماء مختلفة للـ cold outreach بالايمل علشان ما نأثرش على domain reputation بتاع Simulations Labs او Cyber Talents.

فلو تبعولنا اسامى personas نقول مثلاً:

- first name
- last name

هنبدأ نشغل عليهم.

ACTION ITEM: Create outreach personas / accounts، ويعتوا الاسامى لـ Fouad علشان نستخدمها فى الـ sequences.

الختام والخطوات القادمة

(Moataz Salah (Cyber Talents – 1:27:50@

شكراً جداً، لو مافيش اسئلة تانية نقدر نختم.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:27:58@

شكرًا لكم كلكم.

طالما احنا متفقين على الـ personas والـ general direction، نقدر نبدأ فى التنفيذ.

الـ meeting الجاى هنبقى technical اكثر، وندخل فيها يوسف من Simulations Labs علشان:

- نضبط موضوع الـ tracking
- نحدد الـ pages والدومنز
- ونراجع الـ funnels من الناحية التكنية.

ACTION ITEM: Schedule tech sync مع Youssef + Simulations Labs team بخصوص tracking, pages, domains

ACTION ITEM: Email deck + social media plan لـ Moataz, Sahl, Nourhan للمراجعة.

Nourhan Samir – 1:28:50@

احب اشكر التيم على الـ presentation، المجهود واضح والافكار حلوة.

بس زى ما قلت:

- محتاجين نأخذ بالناس من اى messaging مرتبط بـ content او marketplace لسه مش جاهز، علشان ما يحصلش misunderstanding.
- الافضل نكتب الحاجات دى بشكل conservative لحد ما تبقى implemented.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:29:42@

تمام.

هنعمل document مشترك بالـ strategy و الـ messaging، ونبنى عليه سواء، وكل واحد يحط comments من ناحية الـ product او الـ market.

Sahl Elhifnawy – 1:34:48@

تمام، واضح كده.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 1:35:00@

شكرًا لكم جميعًا.

هنبعت الـ presentation، والـ social media plan، ونضبط مواعيد الـ demo والـ tech sync.

