

Transcript

نسخة منقحة من اجتماع

بداية الاجتماع وتحديد هدف المنتج

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 0:00@

شكراً لكم كلكم على الوقت.

لو في اى حاجة محتاجين نتناقش فيها اكتر وانا بتكلم قولولي ووقوفي في اى لحظة.

اسراء، انتي فاتحة الـ presentation دلوقتي؟ اوكي تمام، تقرى تبدأي.

عرض وضع Simulations Labs والتحديات الرئيسية

Esraa Ali – 4:01@

زى ما قلنا، مهم فى الاول نحدد احنا بالظبط واقفين فن علشان نعرف هنمتشى فى اى اتجاه بعد كده، ونقدر نحدد التحديات اللي بتواجهنا.

حالاً Simulations Labs بتقدم للجامعات، والمؤسسات، والشركات تمكين كامل انهم يستضيفوا مسابقات ساپير سيكورتى و CTF بشكل واقعى وحققى، ومن غير احتياج لاي ترتيبات للبنية التحتية، ومن غير اكواب او DevOps.

بس السوق دلوقتي مشبع جداً بحلول مختلفة فى الساپير سيكورتى والـ CTF، وده عامل تشوش على الرسالة اللي المنصة بتاعتنا بتحاول تقديمها. الميزة التنافسية مش بانة وسط كم الرسائل من منصات كتر جداً.

التحدي الاكبير بالنسبة لنا هو اتنا نحوول المنصة من مجرد tools قوية لمجرد استخدام، الى partner فى الرحمة.

عايزين العميل يحس ان Simulations Labs شريك معاه فى 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 كتر، بنعرضها بطرق مختلفة توضح القيمة الحقيقة للمنصة وتخلى الصورة اوضح واسرع.

- اتنا نكون مصدر موثوق لـ technical data والمعلومة فى الاندسترى دى.

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

فأول تحدي عندنا هو:

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

وده هبيجي من خلال الـ data technical content والـ ads اللي هقدمها، مش بس فى الـ ads، لكن كمان من خلال:

الـ blog / المدونات •

اکاديمیة papers •

مفصلة documentation •

و technical content تانی من بنى بشكل منظم •

كل ده هو اللي بيني مساحة الثقة.

التحدي الثاني هو التعامل مع persona من المؤسسات والشركات اللي مش مقتنعة اصلاً بنوعة الحلول دي، او مش فاهمة هي بتعمل اى.

في الحالة دي الـ ads لوحدها مش كفاهة. لازم يبقى فيها technical data قوية ومتعددة ترفع الـ knowledge عندهم، وتخلصي الصورة اوضح.

لو الـ technical data مش موجودة، دورة المبيعات هتكون اطول بكتر، والـ conversion rate ه تكون اقل جدًا.

تحدي الجامعات والتعليم الاكاديمي

Esraa Ali – 9:26@

لو في اى حاجة في اللي فات ما كانتش واضحة او حاببن نرجع لها تانى قولولى.

Esraa Ali – 9:56@

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

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

علازين يشوفوا حاجة يقدورا يقسوها:

• اداء الطلبة قبل وبعد

• % الطلبة اللي حلت challenges صح

• مستوى الـ engagement في الالايس والمسابقات

وده جزء مهم جدًا في الرسالة اللي هنبعتها للجامعات، انتا نوضخ لهم ازاي هيقدروا يقسووا النتائج بعد استخدام المنصة.

تحليل السوق والـ Environmental Scanning

Esraa Ali – 9:56@

جزء مهم فى الاستراتيجى هو الـ Environmental Scanning. ده بيساعدنا نفهم الماركت والاندسترى اللي هنكون موجودين فيها أكثر.

ركزنا على الدول اللي عندها awareness أعلى بالساير سكورتى وبالـ CTF، اللي القوانين عندها بتدفع المؤسسات انها تلجم للحلول دي.

من خلال ابحاث كتر، طلع ان:

- الولايات المتحدة
- المملكة المتحدة
- السعودية

من اكتر البلد اهتماماً بالساير سكورتى وبالـ CTF والمجال ده عموماً.

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

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

اسباب كتر بتخللى المؤسسات دى تلجم 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 كتر توضح اى المشاكل اللي بتواجه المؤسسات لما تعامل مع منصات Cyber Labs او CTF تانه، وطلع اكتر مشاكل متكررة:

- الكوست عالي جداً
- التعامل مع البنية التحتية معقد ومحاج ناس متخصصة و DevOps
- وجود dedicated developers علشان يديروا المنصة
- الـ scenarios مش دالما related للاندسترى بتاعتهم
- نقص الواقعية في السيناريوهات

عشان 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 والسلайдز

(Moataz Salah (Cyber Talents – 10:58@

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

Esraa Ali – 11:03@

لا، لسه ما عرضناش سلайдات، 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 سلайд معينة ولا بس نسمع؟

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

Esraa Ali – 11:34@

اوكي، خلونى اخلى السلайд اللي قدامكم aligned مع الكلام علشان الصورة تبقى اوضح.

Esraa Ali – 11:49@

لو في اى حاجة في اللي فات حاسين انها مش واضحة رجعوني لها تاني.

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

طلع معانا ان:

الولايات المتحدة •

المملكة المتحدة •

وال سعودية •

هما من اكتر الدول اهتماماً بالسابير سكورتى والـ CTF.

كمان قسمنا الـ industries اللي ممكن تكون مهتممة:

- المؤسسات المالية والبنوك
- القطاع الحكومي
- مراكز التدريب والتعليم

واحدة من اكتر الاسباب اللي بتخل المؤسسات دى تلجأ للحلول دى، هي ان الدولة بتحط تنظيمات وقوانين compliance واضحة في مجال security، وده بيخل الموضع urgent بالنسبيتهم.

في نفس الوقت، من خلال سيرفرز كتير، لقينا ان اكتر مشاكل المؤسسات مع منصات الـ Cyber Labs / CTF الثانية هي:

- الكوست العالى جداً
- الـ infrastructure setup كبير
- محتاجة team technical متخصص
- الـ scenarios related للاندستري مش دارماً realistic
- 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 الاستراتيجي

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 15:26@

خلونى اخد الجزء ده انا وارجع بسرعة على الصورة العامة.

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

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

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

browser-based ○

participants، تقدر تخدم اعداد كبيرة من الـ infrastructure scalable ○

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 متبنة بشكل كامل، ولسه مافش paid funnels واضحة.

Cyber Simulation "category awareness" ، لان مافش تعريف واضح في دماغ الناس لـ "category".
الكتيوجوري نفسه يحتاج category awareness .Platform

بالنسبة لـ marketing اللي حصل لحد دلوقتي:

basic content distribution و organic content website traffic •

Cyber Talents على قائمة basic email marketing •

مافش لسه كاملة معمولية funnels end-to-end •

ومن المشاكل الحالية:

sales cycle طويلة •

ناس كتر مش فاهمة "ايه هي" اصلاً Cyber Simulation Platform •

مافش لـ activation قوى للـ free trials / users •

الـ enterprise tool مش واضح: هل احنا CTF platform؟ ولا labs للتعليم؟ ولا tool positioning •

علشان كده، اشتغلنا على تقسيم السوق لثلاث مجموعات رئيسية من competitors، وكل مجموعة Simulations Labs بتنافسها بشكل مختلف.

تحليل المنافسين وتقسّم الـ Segments

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 20:56@

قسمنا المنافسين لثلاث segments رئيسية:

CTF Hosting Platforms .1

Learning Environments .2

(Team Readiness / Simulation Tools (Enterprise .3

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

CTF Hosting Platforms (1

مثال واضح هو platforms زى CTFd وغيره.

الـ target audience ●

CTF organizers ○

student clubs ○

communities ○

:strengths الـ ●

low-cost او free ○

معروف جًدا في عالم الـ CTF ○

كبيرة community ○

ممكن يتعمله customization ○

:weaknesses الـ ●

تحتاج وتنقل technical setup ○

مافلش templates جاهزة كفأة ○

مافلش MENA لـ localisation ○

مافلش organiser support واضح ○

Simulations Labs هنا بتقدم:

انه hosted بالكامل •

zero DevOps •

جاهزة templates •

non-technical organizers و technical للـ suitable •

Learning Environments (2)

ده الـ segment بتابع منصات الـ labs التعلمنة اللى target الاساسى فيها:

learners •

students •

الناس اللى بتعلم ساينر سكورتى step-by-step •

الـ strengths عندهم:

gamified labs •

structured learning paths •

بس مش معمولين لك CTF organisers نفسهم، ومش مصممن كـ platform يستضيف competitions at scale

بتحاول تجمع الاتنين: Simulations Labs

جاهزة labs / scenarios •

وفي 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 •

enterprise training / assessment platforms او

غالباً:

- hosting فى الـ flexible
- strong technical expertise
- بس مكلفة جداً
- ومش معهولة علشان تستضيف CTF events للجماعات والـ communities
- هنا بتملى فجوة فى النص: Simulations Labs
- مش غالية زى الـ enterprise heavy solutions
- ومش بسيطة زى self-hosted open source tools
- scalable، سريع، و hosted
- ينفع للمسابقات، الجامعات، والشركات.

الفجوات اللى Simulations Labs بتملها

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 20:56@

من خلال التحليل، لقينا شوية gaps اساسة address ممكن ت address Simulations Labs

1. خوف الـ CTF من ان السيرفر يقع

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

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

2. الـ setup فى الـ complexity

منصات كتر تحتاجة ايام او اسابيع.

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

3. عدم وجود content مؤهل للـ CTF

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

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

organizers يقدروا يستخدموه.

4. عدم وجود support فى تنظيم الـ competitions

organisers كتر مش بيبقوا متأكدين:

الناس هتحضر؟

اعمل ازاي؟ promotion

ال tools منظبيطة؟

5. فاقترحنا concept زى spotlight Program يبقى Simulations Labs بتعمل عدد محدود من CTFs كل شهر، وتقدم لهم extra value.

6. Weak Academic Alignment

معظم الحلول مش موجهة بشكل مباشر لـ professors والـ instructors اللي عازين يحولوا المنهج من نظرى لعملى سرعة من غير تعقد.

7. Enterprise Gap

المؤسسات الكبيرة بيترددا 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 اكير.

نقاش حول معايير Localisation

(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 والسابير لايس كويس. فى الـ MENA، وفي 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@

خصوص اللّغة، ممكّن يكون في احتاج localisation معين، بس مش بالضرورة ان الـ software نفسه يبقى بالكامل بالعربي.

الـ UI الحاجات زى "Teams" او "Create Team" ممكّن تفهم بسهولة لو الـ organizer نفسه comfortable مع الانجليزى.

التحدي الاكبير في الـ English players نفسهم لو الـ audience عندهم ضعف، وده يعتمد على مين الـ audience لكل مسابقة.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 32:49@

ممكّن نخلّي localisation اكتر كـ content، marketing material، landing pages بالعربي، مش شرط الـ software UI نفسه بالكامل.

بس قبل ما نستثمر كتر في الـ Arabic / MENA لازم نجاوب على سؤال:

قد اى الـ MENA جزء اساسى من الـ target بتابعنا مقارنة بالـ global market

ده سؤال هنرجعه واحنا بنبني الـ markets ونختبر funnels مختلفه.

عرض الـ Personas الثلاثة والاستراتيجي العامة

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 32:49@

عندنا platform تقدر تخدم spectrum واسع جداً:

competitions •

professional leaders •

universities •

communities •

فاحتاجنا نلاقي طريقة عملية approach بيها السوق عن طريق 3 personas رئيسية:

CTF Organizers / Community Builders .1

Educators / Professors / Trainers .2

Security Leaders / Enterprise Decision Makers .3

CTF Organizers – Spotlight Program (1

الـ persona دى:

غالباً معندهاش budget •

عندھا community قوية •

مش عاوز يعمل DevOps ولا Infrastructure •

هدفه يعمل event ناجح لـ community بتاعته •

الفكرة:

:CTF Spotlight Program

كل شهر نختار مثلاً 10 CTFs نعملهم sponsoring •

نديهم •

Simulations Labs على free hosting ○

zero DevOps و auto-scaling ○

تساعدھم بينوا ال competition templates بسرعة ○

الى launch setup فى الـ exclusive support ○

اللى هيقدموا على البرنامج مش اى حد، بيقى فيه نوع من الـ selection علشان القيمة تبان.

المكسب لنا:

انتشار واسع جوه communities مختلفة •

Simulations Labs viral engine events اللي بتعمل على الـ •

testimonials حقيقية نستخدمها فى الماركتنج بعد كده •

Educators / Universities (2)

ال persona دى:

ماسڪ مادة ساپير سكورتى instructor / professor •

عنه classe غالباً اكابر من 10 طلبة •

محناج labs جاهزة aligned مع المنهج •

• وعاوز يشوف impact واضح على الطلبة

اللى هنقدمه:

faculty / instructor لـ day trial-30 •

○ يقدر يستخدم المنصة مع الطلبة

○ يبني lab او use case كامل

○ بطلع reports عن اداء الطلبة

:Curriculum Kit / Starter Kit •

modern cyber security syllabus ○

”Weeks of Ready-to-Use Labs 12“ ○ مثلاً

Simulations Labs مبدئي ما بين topics فى المنهج والـ labs الذى ممكن تتعمل على mapping ○

ده هيخللى الـ instructor يقدر يعمل Proof of Concept، وبعدين يقدم النتائج لـ الادارة علشان ياخد approval على subscription

Security Leaders / Enterprise (3

الـ persona دى:

CISO / Security Manager / Risk Manager •

عنه assessment و budget للتدريب والـ team •

تعبان 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 team baseline assessment

◦ يشوفوا ال output: مين عدّى، مين وقع، فین gaps

• نوضح فى الرسالة:

◦ saving فى الوقت مقابل بناء internally labs

◦ مقارنة مبدئية بالـ cost vendor تقلدي يعمل نفس الـ simulations

Marketing Product والـ Spotlight Program بين الـ

(Moataz Salah (Cyber Talents – 41:19@

.service product لازم تفضل مش Simulations Labs

لو دخلنا فى ماركتنج كخدمة (agency style)، هتحول لحاجة تانية خالص.

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

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 41:38@

الفكرة مش اننا نبقى marketing agency

الكلام عن حاجات زى:

◦ mention فى newsletter

◦ post على السوشيال ميديا ان فى CTF معين hosted على Simulations Labs

◦ recognition organisers للـ spotlight program اللي دخلوا الـ

(Moataz Salah (Cyber Talents – 42:05@

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

الـ marketing arm الفعلة لما يكون عنده base جاهزة واحنا بنسئل له الـ hosting والـ setup، مش بنقوم بدور انهاء بالنسبة عنه.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 47:00@

العشرة CTFs اللي فى البرنامج لازم يكونوا:

عندهم database او community •

اصلًا active •

احنا بنقدم لهم platform + support •

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

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 48:15@

ممكن نستخدم نفس الفكرة جوه Cyber Talents كمان ونعمل مسابقات علينا.

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

(Moataz Salah (Cyber Talents – 48:41@

بالضبط، احنا عازين الناس هي اللي تنظم الـ CTF، واحنا نوفر لهم:

platform •

docs •

tutorials •

وبعض الـ support لو في مشكلة •

مش اتنا نعمل المسابقة بدلهم.

الـ Risk وقياس تقليل الـ ROI

Nourhan Samir – 54:12@

كان في point في السلايد بتاعة الـ ROI والـ measurement.

ازاي هنقدر ده لـ security leaders؟

ازاي يقدروا يقسووا فعلياً الـ return على الـ investment بتاع Simulations Labs

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 54:32@

الفكرة ان الـ budget و team عنده security leader

لو ما استخدمناش Simulations Labs، هيشتغل مع شركة زى vendor تانى يعمل assessment او training

الحل بيبقى مكلف، وفى نفس الوقت مش دامماً واضح الـ ROI بتاعه.

احنا بنحاول نجاوب على سؤال:

لو دفعت مبلغ معين فى Simulations Labs، ايه الـ value اللي اخدىها؟

Nourhan Samir – 55:09@

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

- عدد الـ participants

- مين حل صح ومين حل غلط

- شوية metrics عن اداء الناس

بس مافش مباشر لـ risk reduction او المال اللي اتوفر.

(Fouad Nasseredin (Admireworks – 56:18@

ممكن جزء من الـ value يتقاس من ناحية الوقت:

- بدل ما التم spend اسابيع علشان ببنى lab او simulation داخلى

- يقدر يعمل ده فى وقت اقل بكتر 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، وبالتالي اتوفر مخاطرة محتملة فى المستقبل.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 56:50@

النقطة هنا: ازاي نحو ده لصورة رقم او model.

الـ security leader عاوز يشوف:

- انا دفعت مثلًا X دولار

- بالمقابل، قلت risk كان ممكن يكلفني Y لو breach حصل

محاتجين نشتغل على model مبني على:

- تقدیر لد risk
 - تقدیر للتکلفة لو حصل incident
 - training / simulation مع تکلفة الـ comparison

ده محتاج شغل زیاده، مش هیبان لوحده.

(Moataz Salah (Cyber Talents – 58:49@

.وفي كثيرون من الحالات، الدافع أصلًاً يكون compliance مش ROI.

القانون / الـ regulator يبيقول لازم تعمل assessment / simulation، فيعمله علشان licence او التزام.

برضه اهم حته هنا اننا نوضح:

از ای Simulations Labs ممکن تساعدهم بینوا ا انهم:

- عملوا حقنی assessment
 - عندهم baseline
 - فيه tracking واضح لل improvement

Nourhan Samir – 1:00:34@

ممكن الـ use case تبني اوضع لما نربط Simulations Labs بانها اول tool لـ:

- assessments
 - baseline testing
 - continuous training

بس لازم نبني narrative يساعد الـ security leader يشرح الـ value دی.

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

بالنسبة لـ personas بقيادة security leaders، ضمن الحاجات التي هنقدمها:

- baseline assessment واحده ک use case على trial

واضح reporting ○

على مستوى الفريق feedback ○

على الوقت اللي اتوفر مقارنةً بانهم بعملوا الحاجة manual indication ○

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

قنوات الوصول والـ Content Funnels

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

من ناحية الـ channels لكل persona ○

CTF Organizers •

Reddit communities ○

Discord servers ○

university clubs ○

Twitter و LinkedIn ○

عى keywords معينة search + paid ads ○

:Lead Magnet ○

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

Educators •

Apollo tools زى direct outreach ○

faculty موجهة لـ email sequences ○

Modern Cyber Security Syllabus – 12 Weeks of Ready-To-Use“ زى lead magnet ○
"Labs

professors موجهة لـ content و webinars ○

Security Leaders •

زى: messaging landing page ○

baseline assessment ■

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

امكانية booking free case trial ○

يوضح content ○

uptime ■

pass rate ■

skills gap tracking ■

هنبنى landing pages مختلفة لكل persona بميسج فـ comparison charts بسيطة توضح:

• اندماج solutions Simulations Labs vs التالية

• الفروق فى:

○ التكلفة

○ الوقت

○ الـ flexibility

نقاش حول الـ **Messaging** وـ **Marketplace** وـ **Content**

Nourhan Samir – 1:25:00@

بالنسبة لـ personas نفسها انا متفقة عليها.

الجزء اللي تحتاج تضبط شويه هو:

• الـ messaging

• اى content مرتبطة بالـ promises

مثلاً:

كلمات زى "ready-to-use challenges" او "fully implemented marketplace" جاهز، دى حاجات لسه مش فمحتاجن ناخد بالنا من ال wording علشان ما يكونش فيه misunderstanding فى الماركتنج.

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

تمام، خلونى اعمل document مشترك نحط فيه:

الـ strategy •

الـ persona لكل messaging •

الـ offers المقترحة •

ونشتغل مع بعض عليه بالcomments .

Nourhan و Sahl و Moataz مع share 'strategy / messaging' ACTION ITEM: Create shared doc للمراجعة.

الـ Simulations Labs وحدود دور Support

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

فى الـ support العادى بتاع offering الاساسى بيكون عن طريق:

video tutorials •

documentation •

توضيح ازاي guides •

create challenge ي○

build lab ي○

manage competition ي○

Nourhan Samir – 1:28:50@

بالضبط، احنا بندى:

documentation •

guides •

• tutorials شوية

بس مش بنعمل building labs كامل لـ customer نيابة عن الـ .customer

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

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

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

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

الـ support •

responsiveness •

احساس الـ 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 الـ competition level support فى البرنامج، بس من غير ما يتحول لـ "تحنبني الـ support بالكامل."

Product Platform Demo ومحلى الـ

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

هل عندكم فيديو كامل يشرح المنصة؟

Nourhan Samir – 1:30:17@

فى فيديوهات فى الـ help center، زى "How to create a challenge"، بس مش walkthrough كامل لكل features المنصة.

لو حابين، ممكن نعمل meeting dedicated platform live، علشان تبقوا شاففن كل الـ capabilities نوريكم platform team Fouad & Admireworks مع ACTION ITEM: Schedule platform demo يشوف المنصة بشكل عملى.

Outreach Personas والحسابات اللي هتسخدم فى التواصل

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

جزء اساسي من الـ outreach هيبي فيه شخصى على:

Discord •

Reddit •

ايميلات مباشرة •

حطينا بشكل مبدئي ان اللي هيكونوا واجهة الـ outreach هم Nourhan و Sahl، هل ده اوكي بالنسبة لكم؟

Nourhan Samir – 1:32:05@

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

Nourhan Samir – 1:32:23@

عندنا account باسم Simulations Labs يستخدمه فى الحاجات دى، مش شرط يبقى account linkedIn personal account.

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

كوييس.

احنا كمان هنحتاج نعمل شوية personas تانية باسماء مختلفة لـ cold outreach بالايميل علشان ما نأثرش على domain . Cyber Talents او Simulations Labs reputation بناع.

فلو تبعتونا اسمى personas نقول مثلاً:

first name •

last name •

هنبدأ نشتغل عليهم.

ACTION ITEM: Create outreach personas / accounts sequences.
Unsharan نستخدمها فى الـ Fouad، وبعثوا الاسمى لـ

الختام والخطوات القادمة

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

شكراً جداً، لو مايفش اسئلة تانية نقدر نختم.

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

شكراً لكم كلّكم.

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

الـ meeting الجای هنبقى technical اكتر، وندخل فيها يوسف من Simulations Labs علشان:

- نضبط موضوع الـ tracking

- نحدد الـ pages والـ domains

- ونراجع الـ funnels من الناحية التكتيكية.

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

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

Nourhan Samir – 1:28:50@

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

بس زى ما قلت:

- محتاجين ناخد بالنا من اى messaging او content مرتبط بـ 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.

هعمل document مشترك بالـ strategy و الـ messaging، ونبني عليه سوا، وكل واحد يحط comments من ناحية الـ market او الـ product

Sahl Elhifnawy – 1:34:48@

تمام، واضح كده.

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

شكراً لكم جميعاً.

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

