



# مخطط أصغر منتج فعال



وظيفة الحل  
JTBD



المستفيد

مستقبلية

أساسية

مكونات الحل الرئيسية

## الأنشطة التسويقية - Activities

محتوى تسويقي - Content Marketing  
منشورات اجتماعية - مقالات - مدونات ... الخ

تسويق تفاعلي - Activations  
عروض تفاعلية - معارض - مسابقات ... الخ

إعلام وشراكات - Partnerships & PR  
ظهور إعلامي و بودكاست -المؤثرين والمراجعات -  
إعلانات الشراكة

مؤشرات النجاح - KPI's  
كيف نعرف أن التسويق ناجح؟  
ما المؤشر المستهدف بنهاية حملة الانطلاق؟

## القنوات - Channel

البحث  
أين يبحث العميل عن حلول ومنتجات لمشاكله؟  
ما هي جمل البحث التي يستخدمها؟

الاستكشاف  
كيف يكتشف العميل معلومات عن منتجات  
جديدة في حياته؟

التواصل  
ما القنوات المفضلة لهذا العميل للتواصل مع  
المعارف وكيف يمكن نستفيد منها؟

الانتماء  
هل ينتمي هذا العميل لأي مجموعات أو مجتمعات  
أو يحضر تجمعات لها علاقة بشخصيته أو  
مشكلته؟

التأثير  
من الأشخاص اللذين يستشيرهم العميل في  
قراراته اليومية وبالأخص في قرارات الشراء؟

## العرض - Offer

القيمة المضافة والمعرضة  
ماذا يستفيد العميل من الحل؟  
كيف تسهل حياته؟  
ما حجم الفائدة الحاصل عليها من الحل؟

المزايا التنافسية  
لماذا سيفضل العميل هذا الحل على الحلول  
المنافسة؟

المصداقية - Reasons to believe  
كيف تقنع العميل بفائدة المنتج وتميزه على  
المنافسين وحله لمشكلته؟

السعر أو العرض المبدئي  
كم سعر المنتج وما هي التكاليف على العميل  
للحصول على الفائدة المرجوة؟

## العميل - Customer

العميل المستهدف  
ما هي اهتماماته وصفاته وعاداته؟

المستخدم المستهدف  
ما يهمله ويقلقه

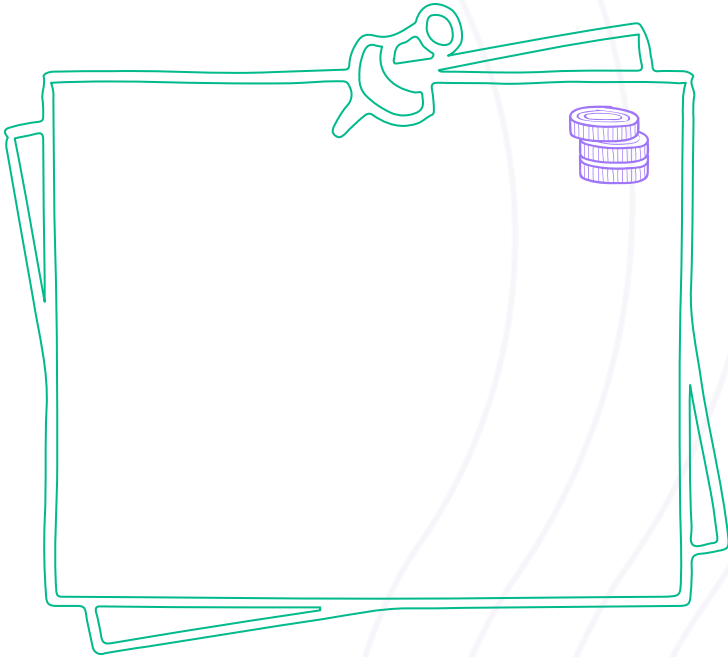
المخاوف والشكوك  
ما المخاوف التي تمنع العميل أو المستخدم من  
شراء المنتج؟

الخسائر الحالية  
كم يبذل العميل من وقت ومجهود حاليا لحل  
مشكلته؟

# نموذج التسويق المجتمعي

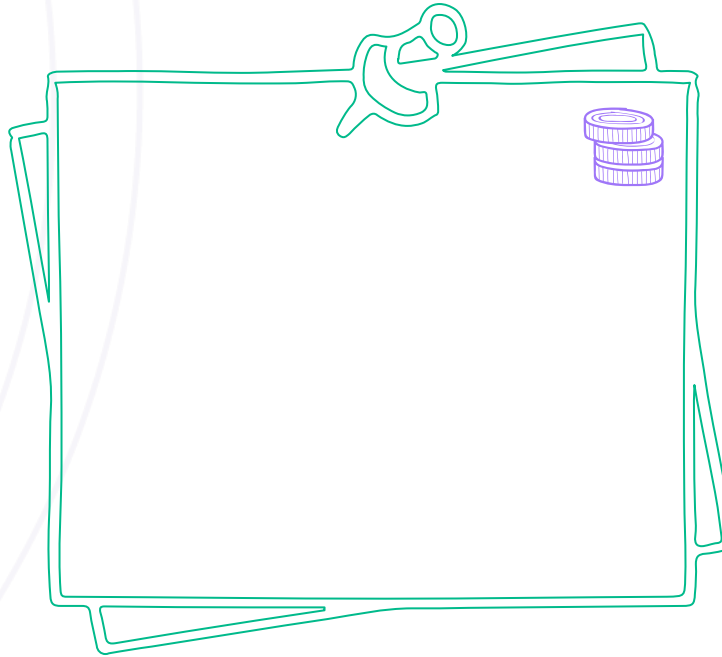
العوامل الشبكية

Network Effects



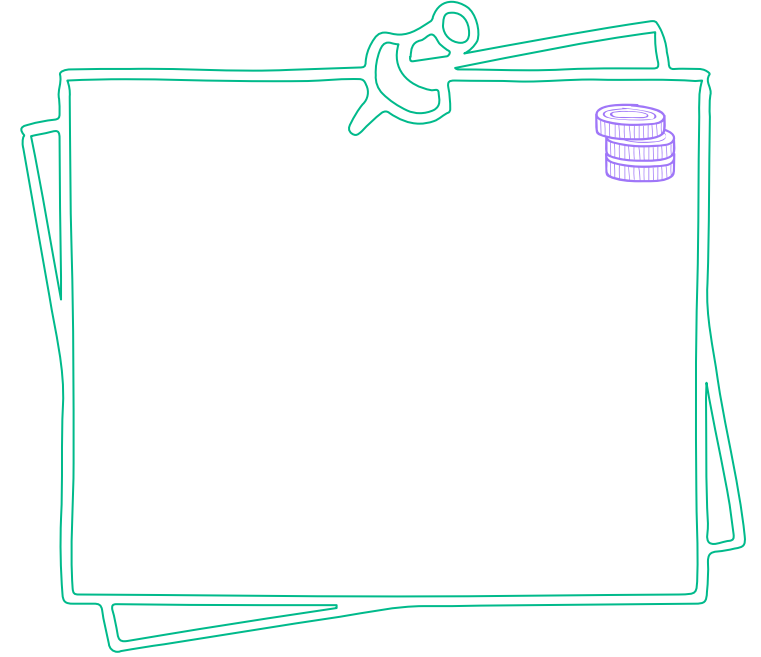
بناء المجتمع

Community



القصة

Narrative



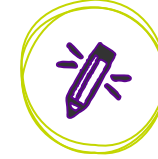
# معرفة احتياجات التمويل



المبالغ اللازمة  
للتأسيس



المبالغ اللازمة  
للاطلاق



الموارد  
الأساسية