عينة من الكتاب

مقتطفات من عدة صفحات

أدواتك التسويقية

دليلك الشامل لأفضل أدوات الأونلاين بيزنس

- دليلك لأهم الأدوات التسويقية.
- دليل يوفر ليك وقتك ومجهودك.
- لرواد الأعمال والشركات الصغيرة.

طاهر عبد الحميد

إهداء

إلى كل مسوّق أو رائد أعمال أو صاحب شركة صغيرة،
سواء اللي مش عارف الأدوات التسويقية المتاحة له،
أو حاول يعرف وغرق في تفاصيل المتاهة دي،
أو بقى بيستخدم أقل من 10% من إمكانيات الأدوات اللي معاه،
أو بيصرف فلوس أكتر على تركيبة الأدوات الغلط مع بعض،
فبدل ما الأدوات تساعده بقت عائق قدامه،

أهدي إليك هذا الكتاب، إليك أنت يا صديقي ...
فكل فخ من دول وقع فيه بالفعل صديق لي،
وأملي بعد قراءة هذا الكتاب أن يكون خطوة كبيرة ليك
إنك تكون من النوع الخامس،
واللي هو عارف الأدوات التسويقية بشكل عملي،
وعارف هيستخدم إيه، وإمتى، وليه؟ ويصرف عليها كام،
والأهم إنه يحاول يقيس العائد من استخدامها.

Sample

الفهرس

المقدمة 8

حكاية أفضل استثمار عملته في البيزنس 9

إيه الحكاية؟ وبنتكلم عن إيه؟ 11

7 أدوات من 18 أداة..... 12

الكتاب هنا متقسّم ازاي؟ وإيه الفرق بينه وبين الكورس؟..... 13

كيف تقرأ هذا الكتاب؟ 17

ما هي الأدوات المطلوبة في التسويق؟ نظرة شمولية 18

ما هي الأدوات المطلوبة في التسويق؟ 19

1- أدوات تساعدك في التواصل مع العملاء COMMUNICATE 20

2- أدوات تساعدك إنك تبيع SELL 21

3- أدوات مساعدة بشكل عام HELPFUL TOOLS 22

تسويق.. مبيعات.. مبيعات.. مبيعات..... 24

الأدوات ولا استراتيجية التسويق؟ 25

Sample

إيه المهم أدوات التسويق ولا استراتيجية التسويق؟ 26
20% بتحقق 80% من النتايج:..... 28
شلل التحليلات وضيق النظر والتوهان:..... 30
دلوقتي في إيدك الاستراتيجية والأدوات مع بعض:..... 35

أدوات بناء الصفحات PAGE BUILDERS 37

ملحق: خطأ مشهور في صفحات البيع 45

أدوات جذب العملاء المحتملين LEAD GENERATION..... 57

دليل سريع لأدوات التسويق بالإيميل EMAIL MARKETING 62

أدوات اختبار أ/ب A/B TESTING 68

أدوات الندرة وتحفيز الشراء URGENCY MARKETING 72

أدوات قوالب المواقع THEMES 76

ملحق: دليل سريع لمكونات الموقع WEBSITE COMPONENTS ... 81

أدوات إدارة الكورسات/التعلم LMS..... 89

Sample

أدوات الأسئلة QUIZZES TOOLS 94

أدوات إدارة آراء ومرجعات العملاء TESTIMONIALS 97

أدوات إدارة التعليقات COMMENTS MANAGEMENT 101

أدوات التشغيل التلقائي AUTOMATION TOOLS 104

مجموعة من الأدوات المتكاملة ALL-IN-ONE SOLUTIONS 108

ليه أدفع فلوس؟ طب ما استخدم المجاني! 119

ملحق: كيفية التغلب على مشكلة دعم اتجاه اللغة العربية 139

لا تكن ضحية ضيق أدواتك في التسويق 145

الخاتمة 150

دلوقتي عندك 3 قرارات: 151

عن المؤلف 154

تواصل معي ويهمني أسمع رأيك 156

Sample

المقدمة

Sample

خلينا نتعرف على حكاية أفضل استثمار

عملته في البيزنس

والفرق بين الكتاب هنا وكورس Marketing Toolbox

حكاية أفضل استثمار عملته في البيزنس

من كام سنة خدت أهم قرار استثمار عملته في البيزنس، ساعتها كنت ببحث عن أدوات معينة تساعدني في بناء الأونلاين بيزنس بتاعي.

دوّرت كتير، ولفيت، وجربت أكتر، وسألت بعض الأصدقاء ممن ليهم خبرة طويلة في الأونلاين بيزنس، وبعضهم يمتلك وكالة تسويق رقمي Digital Marketing Agency وبعضهم مميز جدّاً، ويمتلك قائمة عملاء برّاقة. كانوا حابين يساعدوني، لكن للأسف كانت إجابات أغلبهم ناقصة، خصوصاً إني كنت قايل ليهم معايير معينة في ترشيح الأدوات (عايز فيها كذا وكذا وكذا... إلخ).

أحد أصدقائي وصلني بأحد الأشخاص التقنيين/المطورين عنده. حسيت إني بتكلم في وادي وهو في وادي تاني خالص ... فيه حلقة مفقودة بينا. رشحوا لي أدوات مش سهلة بما فيه الكفاية، وبالتالي مش سريعة التعلم.

عموماً، فقدت الأمل من إن أصدقائي يفيدوني في الموضوع ده، فقررت أجرّب بنفسي أداة معينة، وجرّبتها فعلاً شوية، لقيتها مناسبة ليا مبدئياً، وخلاص هشتريها...

وفجأة، صديق منهم رد عليا متأخر على الواتساب، ووسط الكلام قالي: "يا طاهر شوف كده الأداة الفلانية..". **(أداة كنت بستخدمها زمان قبل ما أعيّن فريق من المطورين والمصممين).**

Sample

لفتت نظري كلمته، فدخلت وعرفت تفاصيلها.

يااااه معقول! ده أنا كنت شوفت إعلاناتها قبل كده، بس كان اسمها لوحده بيقفلني إني أضغط على الإعلان عشان أعرف تفاصيله بعناية، والحقيقة أسمهم ما زال بيقلل من قيمتهم كتير.

لما دخلت على الصفحة ساعتها وشوفت أول فيديو عنها، كنت هعيط بجد. يااااه! هو ده اللي أنا محتاجة بالظبط. الشخص اللي في الفيديو كان بيتكلم وكأنه بيوصف حالي تماماً في الوقت ده. هو ده التوهان اللي كنت حاسس بيه.

في النوعية دي من الأدوات كنت أسمع كتير من الناس بتقول إن الموضوع ده سهل، لكني اتصدمت بتفاصيله الكتيرة اللي بتشغلني عن التركيز في الهدف وبتشدني لتفاصيل تقنية ملهاش آخر.

ومن ساعتها وأنا بستخدم تلك الأدوات، وبتبهرني يوم بعد التاني، **وكان حقيقي أفضل استثمار يستحق كل مليم دفعته،** وزوّد مبيعاتي ومهاراتي في نفس الوقت.

Sample

إيه الحكاية؟ وبنتكلم عن إيه؟

كنت محتاج ساعتها أداة لتصميم صفحات الهبوط بشروط معينة (شروط تهم المسوقين)، والأداة اللي بتكلم عنها فوق هي Thrive Architect (أداة تصميم صفحات هبوط وبيع وبناء الصفحات Page Builder عموماً).

والفيديو اللي بتكلم عليه هتلاقيه هنا في أول الصفحة دي. كان شان مالاخ Shane Melaugh (مؤسس الشركة) بيتكلم إن ازاي بيقولوا إن من السهل إنك تبني موقعك وصفحاتك باستخدام الووردبريس، وإن الووردبريس نظام سهل إن أنت تصمّم بيه، وإنه مشهور... إلخ....لكن لما تيجي تنفذ بنفسك تلاقي عالم من المتاهات يخطفك بعيد عن التركيز في البيزنس بتاعك.

أنا فاكر كل كلمة في الفيديو ده، ولحظات الإحباط frustrations اللي كانت عندي.

يااااه أخيراً لقيت حد بيتكلم لغة سهل عليا كمسوق أفهمها. مش كلام مكلكع موجه لحبايبنا من المطورين والمصممين اللي بنحترمهم جداً، لكن إحنا حابين حد يتكلم بلغتنا إحنا، وحابين واجهة استخدام وخيارات مناسبة لينا كمسوقين وأصحاب شركات صغيرة.

الأداة دي جزء من أدوات Thrive Themes، والحقيقة لما كنت بشوف كلمة Themes في إعلاناتهم كنت بقول أنا خلاص اشتريت القالب الخاص بي (الثيم)، فمفيش داعي أشوف تفاصيل قوالب أخرى، خصوصاً إن متطلباتي

Sample

في القالب كانت متواضعة، **فحقيقي اسمهم ظالمهم جداً، هم أكتر من كده بكتير.**

من كتر إعجابي بالشركة دي، اتكلمت عنها في كتابي: **"أنت والمنافس والسوق"** كإحدى الحالات العملية اللي طبقت مدرسة معينة في المنافسة.

حمل كتاب **أنت والمنافس والسوق**

دليلك الشامل لفهم المنافسة

Sample

7 أدوات من 18 أداة

وفي أحدث كورساتي، وهو Marketing Toolbox، اتكلمنا عن 18 نوع من أنواع الأدوات التسويقية ومنهجية الاختيار والتفكير بالصورة الكبيرة وتفاصيلها في الموضوع.

كنت حقيقي حريص في الكورس إني أقدم الخلاصة
اللي كنت أتمنى حد يقدمها لي من زمان
بعمق تسويقي مع تفادي الأخطاء اللي وقعت فيها.

المفاجأة إني لقيت في الكورس إننا بنرشح 7 أدوات من أدوات الشركة دي Thrive Theme في الكورس. تخيل 7 أدوات من 18 نوعية Category في أدوات التسويق من شركة واحدة، وممكن تحصل عليهم بنفس الاشتراك بدون مليم زيادة!

ملحوظة: أدوات Thrive Themes أكتر من 10 أدوات، لكن اللي رشحناهم في الكورس كانوا 7 منهم.

في الكتاب هنا هنتعرف على أهم هذه الأدوات، وسنركز على مجموعة أدوات Thrive Themes، وإيه مزاياها وعيوبها.

أتمنى تلاقيها أفضل استثمار ليك زي ما كانت بالنسبة لي.

Sample

الكتاب هنا متقسّم ازاي؟ وإيه الفرق بينه وبين الكورس؟

هنتكلم في هذا الكتاب بشكل سريع عن كل نوع من أدوات التسويق الرئيسية، بالترتيب الآتي:

- فكرة هذا النوع من الأدوات بشكل عام.
- أهم المشاكل اللي بتتغلب عليها والفوايد من استخدام هذه الأدوات.

- تعليقي على استخدامي لأداة Thrive Themes في هذا النوع.
- أشهر البدائل وأسعارها (**ملحوظة**: كل الأسعار المذكورة هنا، استرشادية فقط، وقابلة للتغيير في أي وقت، وعشان كده تأكد من أحدث سعر على موقع كل أداة)
- وبعد كده مزاياها وعيوبها من وجهة نظري.

الكتاب جزء من الكورس:

الحقيقة لما بدأت أكتب الكتاب ده، كان هدفي منه إنه يبقى كتيب بسيط (حوالي 10-20 صفحة) عشان يبقى دعاية للكورس، لكن لما بدأت الكتابة قعدت أزود فقرات مهمة أكتر عشان أفيد القارئ، حتى لو لم يشتري الكورس بعد كده، ولقيت كالعادة:

الكتابة بتنظم فكرك أكتر، وترتب دماغك أكتر

فطلع الكتاب اللي بين إيديك ده، جزء أصيل من كورس Marketing Toolbox، يعني فيه حاجات قولناها هنا بتفصيل معين مش هتلاقيها في الكورس. والعكس أيضاً صحيح، في حاجات كتيره وتوسُّع في الكورس مش موجود هنا.

عشان كده، لو أنت مشترك بالفعل في الكورس أو بتفكر تشترك، مهم تعرف أن هذا الكتاب مُكمِّل للكورس، وليس بديل أو إعادة الكلام.
وأيضاً الكورس مُكمّل للكتاب.

Sample

محور الاختلاف بين الكورس والكتاب حالياً هو في منظور تناول الموضوع.

هنا في الكتاب:

- التركيز على توضيح بعض أنواع الأدوات التسويقية الأساسية، ووظائفها الرئيسية.
- هنركز أكتر على معرفة الأدوات الموجودة داخل مجموعة Thrive Themes باعتبار أنها مجموعة متكاملة من الأدوات لينا.
- في الكتاب هنا اتكلمنا عن أنواع أدوات إضافية مش موجودة أصلاً في الكورس، مثل أدوات LMS وإدارة التعليقات.
- هنا جولة سريعة جداً في أنواع الأدوات، وفكرتها، وترشيح أفضل أداة مناسبة لينا كشركات صغيرة ومتوسطة، وذكر بعض البدائل.
- **تم إضافة تفاصيل مهمة** في مقدمة الكتاب وفصول ملحقة بناء على تعليقات القرّاء الأوائل للكتاب هنا واغلبهم كان من اللي اشتركوا في الكورس أصلا. وبالتالي منظور المقدمة هنا مختلف عن الكورس.

أما في كورس Marketing Toolbox:

- زاوية تناول الموضوع في الكورس مختلفة تماماً عن الكتاب. بداية بمقدمة مهمة عن كيفية اختيار الأدوات والفخاخ المشهورة عند الاختيار.

Sample

- وضحنا الفروقات بالتفصيل بين الأدوات من ناحية الاستضافة بتاعتها ومزايا وعيوب كل نوع Self-Hosted vs Standalone.
- اتكلمنا عن الأدوات بشكل تسويقي أعمق ومفصل أكتر. بنغطي 18 نوع رئيسي في الأدوات التسويقية، وتحت كل نوع يوجد أنواع فرعية.
- **في كل نوع من الأدوات اتكلمنا كالتالي:**
  - فكرة عامة عن المفهوم التسويقي لكل نوع من الأدوات.
  - تصنيفاته الفرعية إن وجدت.
  - ليه ومتى تحتاج هذا النوع من الأدوات؟
  - أهم المصطلحات في كل نوع عشان تفهمهم وتتكلم لغتهم.
  - أهم الخيارات المتاحة في كل نوع.
  - الأدوات اللي برشحها ليك في كل نوع.
  - أدوات أخرى بديلة.
  - أمثلة وحالات عملية للاستخدام.

عشان كدة الكتاب والكورس مكملين لبعض، أتمنى تحصل عليهم مع بعض لاكتمال الصورة عندك، لكن لو اكتفيت فقط بالكتاب، فصدقني أنا كنت حريص هنا أنه يبقى وجبة متوازنة لتبدأ به يا صديقي.

Sample

كيف تقرأ هذا الكتاب؟

تقدر تقرأ الكتاب بأي شكل يعجبك، يعني ممكن تشوف الفهرس وتروح تقرأ أي فصل يشدك عنوانه دلوقتي.

لكن في البداية يفضل قراءة أول 3 فصول من الكتاب بالترتيب وهي:

1. المقدمة (أيوه اللي أنت خلصتها دلوقتي 😊 لو بتقرأ بالترتيب)
2. ما هي الأدوات المطلوبة في التسويق؟
3. الأدوات ولا استراتيجية التسويق؟

أقرأهم كويس قبل الاطلاع على الفصول الخاصة بالأدوات، عشان فيها تمهيد مهم جدا للموضوع، ومن وجهة نظري التمهيد ده من أهم فصول الكتاب.

Sample

ما هي الأدوات المطلوبة في التسويق؟

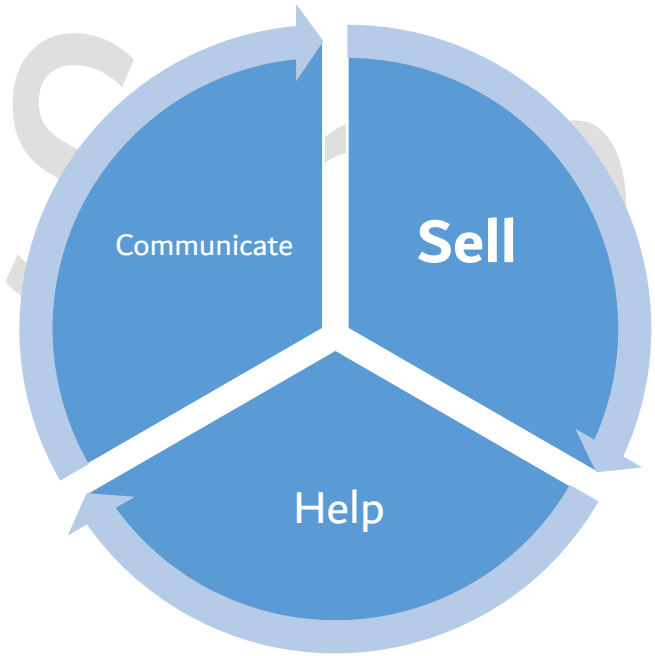
نظرة شمولية

Sample

خلينا نتعرف على نظرة عامة عن هدف الأدوات

ما هي الأدوات المطلوبة في التسويق؟

أدوات التسويق كتيرة جداً ومتاهة كبيرة، خصوصاً للشركات الصغيرة. عشان كده، مبدئياً خلينا نقسم الأدوات التسويقية بشكل عام ل 3 مجموعات رئيسية من حيث الاستخدام أو الهدف منها:



المجموعات الرئيسية لأدوات التسويق من حيث الهدف منها

1- أدوات تساعدك في التواصل مع العملاء Communicate

ببساطة -من اسمها- فكرتها إنها بتمكّنك من التواصل مع العملاء، وتجميع بياناتهم، وتنظيم وإدارة عملية التواصل.

تحت المجموعة دي هتلاقي أدوات، مثل:

- أدوات التسويق بالإيميل
  Email Marketing Tools
- أدوات إدارة العلاقات مع العملاء
  Customer Relationship Management (CRM) Tools
- أدوات جذب وتوليد العملاء المحتملين
  Lead Generation Tools
- أدوات عمل نماذج إدخال البيانات
  Forms Tools
- أدوات عمل الاستبيانات
  Survey and Getting Feedback Tools
- أدوات إدارة "السوشيال ميديا"
  Social Media Management Tools

ولو هتختار نوع واحد بس منهم عشان تستخدمه، وهو أهم نوع فيهم للشركات الصغيرة، يبقى **أدوات التسويق بالإيميل**، ثم أدوات جذب/توليد العملاء المحتلمين.

Sample

2- أدوات تساعدك إنك تبيع Sell

ببساطة -من اسمها- فكرتها إنها بتسهّل عملية البيع أو تحسين نتائجها، ومش محتاج طبعاً أقول إن:

"البيع هو روح التسويق للشركات الصغيرة. مفيش مبيعات معناها تسويق فاشل، وبالتالي مفيش بيزنس. بس كده"

مش عايزين نقعد نجادل هنا ونتكلم في الفروقات بين التسويق والبيع. الجدال ده ممكن يكون مناسب للشركات الكبيرة والمتوسطة، أما للشركات الصغيرة، فصدقني التسويق يعني التسويق اللي بيؤدي لمبيعات. بس كده.

تحت المجموعة دي هتلاقي أدوات، مثل:

- أدوات بناء صفحات الهبوط والبيع
  Landing Page / Sales Page Tools
- أدوات بناء المواقع
  Website Builder/Platforms Tools
- أدوات صناعة القمع البيعي
  Sales Funnels Tools
- أدوات التجارة الإلكترونية
  Ecommerce Platforms / Tools

Sample

- أدوات الدفع أونلاين

Payment Gateways Tools

- أدوات تحسين نسب التحويل والبيع

Conversion Rate Optimization (CRO) Tools

ولو هتختار نوع واحد بس منهم عشان تستخدمه، وهو أهم نوع فيهم للشركات الصغيرة، يبقى **أدوات بناء صفحات الهبوط والبيع.**

ولو عندك متجر إلكتروني، هنزود كمان أدوات التجارة الإلكترونية.

يبقى كده عندك صفحة بتعرض فيها ما تبيعه ووصفه... إلخ، ونظام تجارة إلكتروني لاستقبال طلبات البيع.

بقية الأدوات في المجموعة دي بتخدم الوظيفتين الأساسيتين دول.

Sample

3- أدوات مساعدة بشكل عام Helpful Tools

ببساطة -من اسمها- فكرتها إنها بتساعدك في مهام معينة، سواء بتخدِم وظيفتي البيع والتواصل مع العملاء وفهمهما بشكل أفضل، أو بتسهل عليك شغلك بشكل عام.

تحت المجموعة دي هتلاقي أدوات، مثل:

- أدوات التحليل وتتبع رحلة العميل
Analytics and Tracking Tools
- أدوات التكامل والأعمال الأتوماتيكية
Integration and Automation Tools
- الأدوات المتكاملة في منصة واحدة
All-in-One Solutions
- أدوات معرفة اتجاهات السوق
Market Trends Tools
- أدوات تساعد في تحليل المنافسين
Competition Analysis Tools
- أدوات تساعد في تحسين الإنتاجية
Productivity Tools

Sample

الحقيقة احتياجنا للأدوات المساعدة دي بيفرق من شخص للتاني، ومن موقف للتاني، لكن لو هتختار نوع واحد بس منهم عشان تستخدمه، وهو أهم نوع فيهم للشركات الصغيرة، يبقى **أدوات التحليل وتتبع رحلة العميل**، واللي هتساعدك في معرفة مصادر جذب العملاء، وإيه القنوات والحملات التسويقية اللي فعالة معاك أكتر.

تسويق.. مبيعات.. مبيعات.. مبيعات

بالمناسبة، التلات مجموعات اللي قسمناهم عشان نفهم الصورة الكبيرة لوظائف الأدوات التسويقية بيساعدوا، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، في عملية البيع وزيادة المبيعات.

مثل: أدوات التواصل اللي تقدر ترسل من خلالها عروض ترويجية لعملائك، وأدوات التحليل (أداة مساعدة) اللي تفهم من خلالها إيه اللي فعال أكتر في نتايج المبيعات وتعالج الأخطاء اللي عطلت عملية البيع.

ونفس الأدوات ينفع توظفها لأهداف أخرى، مثل: بناء العلامات التجارية Branding، والمسؤولية المجتمعية، والمنظمات غير الهادفة للربح، وغيرها.

Sample

دليل سريع ليك في كل مجموعة

في الكتاب هنا هنتكلم عن بعض أنواع الأدوات بحيث نغطي أهم ما في التلات مجموعات الرئيسية اللي اتكلمنا عنها، وهي: Communicate - Sell - Help، بحيث يكون معك وصفة متكاملة للأدوات تقدر تبدأ بيها فوراً. وكما قولت ليك في البداية، الكتاب مكمل لكورس Marketing Toolbox، والكورس مكمل للكتاب. وبالاثنين مع بعض أنت هيبقى عندك فهم رائع للصورة الكبيرة وتفاصيلها في كل نوع من الأدوات التسويقية.

الأدوات ولا استراتيجية التسويق؟

Sample

نقاش مهم جداً عن الصورة الكبيرة وتفاصيلها
وأشهر المشاكل اللي بتقابلنا في النقطة دي

أدوات التسويق ولا استراتيجية التسويق؟

خلينا قبل ما نتكلم في تفاصيل الأدوات نتفق في النقطة دي.

يا ترى إيه المهم: أدوات التسويق ولا استراتيجية التسويق وفهم السوق؟

وخليني أرد عليك بسؤال هو: ليه نختار بين ده أو ده؟

الحقيقة الاتنين مكملين لبعض، وفهمك ليهم هما الاتنين هيسهل عليك شغلك ويحسن نتايج البيع عندك.

خليني أقولك مثال من الحياة العامة يقرب ليك المعنى بشكل أوضح. خلينا نفترض إنك عايز تسافر من القاهرة للإسكندرية، ممكن تسافر بطرق كتيرة جدًا، بداية من عربية خاصة، أو أجرة (تاكسي)، أو باص، قطر، طيارة، أو حتى عجلة لو حابب يبقى الموضوع فيه إثارة ورياضة.

وعلى حسب هدفك من السفر هتختار الوسيلة المناسبة منهم. مظبوط؟ يعني لو سفر عمل، ممكن تختار عربية أجرة أو طيارة. لكن لو سفر ترفيهي، ممكن تسافر بعربيتك الخاصة عشان تجمع فيها كل احتياجاتك.

وكما أن معرفة هدف السفر والمكان أو الوجهة بيسهلوا كتير في تحديد الوسيلة المناسبة ليك، أيضاً الوسيلة بتسهل تحديد بعض الأهداف الجانبية أو تعديل الأهداف الرئيسية نفسها. مثل لو هدفك سفر عمل واخترت السفر

Sample

لحب الكمال، وبالتالي بنشوف تفاصيل كتيرة (أكتر من اللازم) لأي خطوة عايزين ناخدها. والنتيجة في الغالب ساعتها بنقف محلك سر، ومش بناخد أي خطوة تفيدنا، رغم إن عندنا كل العلم والمعرفة اللي تؤهلنا إننا ناخد الخطوة المناسبة.

من خبرتي واطلاعي وملاحظاتي، بنسبة كبيرة بيحصل لينا شلل التحليلات في 3 حالات أساسية:

- **شلل بسبب تفاصيل كتير على المستوى الاستراتيجي:** وهنا **الحل** إنك تبدأ تنفذ على أرض الواقع، حتى لو مش أحسن حاجة من وجهة نظر معلوماتك، فالحركة والتنفيذ هنا على الأرض مع عملاء حقيقين أهم بكتير (بالنسبة ليك في علاج المشكلة دي عندك) من اكتمال الفكرة أو الاستراتيجية أو النظام نفسه. وهنا هتحتاج تهتم شوية بالأدوات والتكتيكات Tactics التسويقية، لأنها أسهل إنك تحس من خلالها بالإنجاز والحركة لقدام.
- **شلل بسبب تفاصيل كتيرة على المستوى التنفيذي:** سواء في الأدوات أو التكتيكات. وهنا **الحل** هو العكس، إنك ترجع تاني للصورة الكبيرة، وتشوف أنت فين دلوقتي وعايز تروح فين، وتطمن نفسك إن أي خطوة خايف تغلط فيها على المستوى التنفيذي أو الأدوات ينفع تعدلها على الطريق. لدرجة، حتى لو اخترت الأدوات الغلط تماماً لهدفك الصح، ينفع تعدل أي حاجة على الطريق.

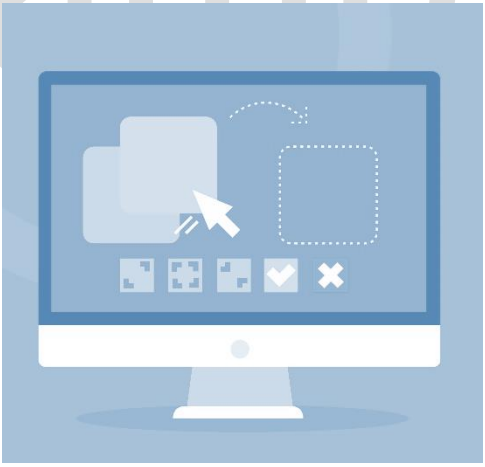
Sample

أدوات بناء الصفحات

Page Builders

Sample

ابني صفحات هبوط/بيع بشوية كليكات



أدوات بناء الصفحات:

فكرة هذا النوع من الأدوات:

هو إنك تصمم صفحات البيع/الهبوط/الموقع بشكل أسهل وأسرع، خصوصاً لغير المصممين والمطورين، وفي وأغلب الأدوات المحترمة في المجال ده بيبقى التصميم على الواجهة الأمامية، يعني Front-End Design، أو بمعنى آخر What You See is What You Get، أي بتعدل على نفس الشكل اللي هيظهر للعميل.

Sample

أهم المشاكل اللي بتتغلب عليها والفوايد من استخدام أدوات بناء الصفحات:

- فاكر لما كنت بتستنى رد بالأيام من المصمم أو مطور الويب على تعديلات بسيطة في صفحة البيع/الهبوط أو الموقع بشكل عام؟ باستخدام الأدوات دي **إنسى خلاص أيام الانتظار والمتابعة** ما بين المصمم والمطور عشان يرد عليك. دلوقتي من خلالها تقدر تعدل بنفسك على الصفحات بدون ما تلمس كود، وبكل سهولة، وفي أي وقت يعجبك.

- **السرعة في الاستجابة لمتغيرات السوق:** وده سواء كنت بتعمل حملة تسويقية جديدة وحابب تعدل في بعض الكتابة الإعلانية page copy بناءً على معطيات جديدة من العملاء أو الزوار، أو اكتشفت من خلال تحليلات الويب خطأ ما، أو أي حاجة بتأخر العميل من إنه ياخد الخطوة اللي أنت عايزها. كل ده ينفع تتجاوب معاه وتعدله بكل سهولة وفي أي وقت.
- **تقدر تعتبر مصمم محترف تحت إيديك:** ليه تبدأ تصميم صفحات البيع من الصفر؟ طب ما تبدأ تعدل على نماذج جاهزة؟ خصوصاً إن اللي صممها مصممين محترفين جداً.

Sample

أداة Thrive Themes المتخصصة في هذا النوع هي Thrive Architect.

تعليقي على Thrive Architect:

- أفضل أداة لبناء صفحات هبوط وصفحات بيع على الوورد بريس.
- تحتوي على أكتر من 300 نموذج Template للصفحات، والعديد من العناصر الجاهزة لبناء صفحاتك. هنا النماذج لصفحات كاملة، وأيضاً لعناصر وأقسام داخل الصفحات، وبكده ممكن تعمل توليفات لا نهائية من التصاميم براحتك.
- كل النماذج مبنية بالتركيز على التحويل والمبيعات Conversion Focused أكثر من الاعتماد على الشكل الجمالي فقط.

- تقدر تبني صفحات رائعة جداً بدون ما تلمس كود، فقط بشوية "كليكات". أقدر أقولك بجد لو بتعرف تشتغل كويس على برنامج الوورد أو البوربوينت، يبقى هتعرف تستخدم الأداة دي بدون أي صعوبة في البداية.
- خيارات الألوان سهله جداً. عندهم ميزة اسمها Smart Colors، فلما تختار لون أو لونين رئيسين، بيعدل كل ألوان الصفحة Template بالتدريجات اللونية المناسبة أتوماتيكياً بشكل رائع جداً. ميزة مهمة جداً، خصوصاً للي عنده مشكلة في تركيب الألوان مع بعضها. ده طبعاً بالإضافة إلى توفر العديد من تركيبات الألوان الجاهزة أصلاً.
- مجموعة كبيرة من عناصر بناء الصفحات Page Elements تغنيك عن شراء كتير من الأدوات الإضافية.
- بتفكرك تكتب إيه: أحياناً لما بتبني صفحة بيع ممكن تنسى أقسام فيها، أو ممكن ما تقدر تتخيل شكلها عامل ازاي. عشان كده، كل نماذجهم بترشدك Guided Templates وتقولك تكتب إيه هنا وليه تكتبه؟ مثل: اتكلم هنا عن المنتج، هنا قول رأي العملاء عنك، وهكذا. يعني كلام النموذج نفسه مش كلام عشوائي (مثل غيرها من الأدوات). دي نصائح وحاجات بتفكرك وبتعلمك على الطريق.
- سعرها 97 دولار في السنة (~8$ في الشهر). أو تحصل عليها وباقي أدواتهم في اشتراك واحد ب 299 دولار في السنة (~25$ في الشهر).
- تقدر تعرف عن Thrive Architect أكتر من هنا.

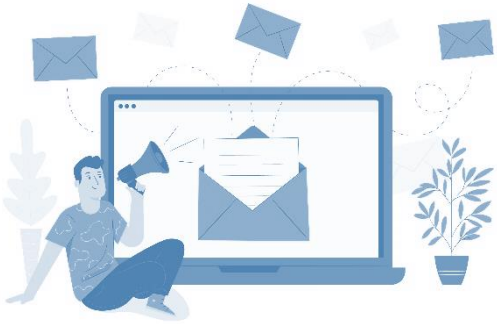
Sample

دليل سريع لأدوات التسويق بالإيميل

Email Marketing

Sample

طريقك لامتلاك أحد أهم الأصول في الأونلاين بيزنس.
وهو التسويق بالإيميل لقائمة عملاء حقيقيين.



تلميح سريع عن أدوات التسويق بالإيميل

خلينا نتفق إن بناء قائمة إيميلات خاصة بالعملاء هي أحد أهم الأصول Assets، وهي مهمة جداً في عالم الأونلاين بيزنس، وخصوصاً للشركات الصغيرة والمتوسطة.

ليه بنقول إنها أصل؟ لأنك ببساطة تمتلكها، تمتلك قناة تواصل مع العملاء أنت اللي متحكم فيها. مفيش جهة تقدر تمنعك من استخدامها، على عكس صفحات الفيسبوك والسوشيال ميديا ممكن تقفل صفحتك، تمنع محتوى معين أو مجالات معينة من إنك تعمله إعلانات، مثل قيود الفيسبوك في الإعلانات.

والحقيقة ده إحنا شوفناه في الكام سنة الأخيرة، بداية من رئيس سابق لأمريكا تم منعه من استخدام الفيسبوك وتويتر الخاص بيه، وتحديثات في شروط الإعلان على الفيسبوك، مثل منع استخدام صورة فيها نصوص بنسبة كبيرة، وبعد كده أتاحوا بإنك تقدر تستخدمها! قيود على استخدام صور قبل وبعد مثل في مجال التخسيس! إعلانات بتترفض أتوماتيكياً، والأهم من كل ده حسابات إعلانية بتتقفل! تخيل ناس بتدفع فلوس للفيسبوك عشان تعلن، ومع ذلك حساباتها بتتقفل لأسباب مش ديماً بتبقى منطقية

Sample

أرشح ليك في أدوات التسويق بالإيميل:

أدوات التسويق بالإيميل كتيرة وليها تصنيفات فرعية وحالات استخدام مختلفة لكل نوع، واتكلمنا فيهم بالتفصيل في كورس Marketing Toolbox، لكن خليني هنا أقولك سريعاً على أهم الأدوات المناسبة لأغلبنا:

MailerLite:

بعد تجربة العديد من الأدوات على مدار السنين، في رأيي هو الأفضل والأنسب لأغلبنا. سهل على المبتدئين، وخيارات رائعة للمحترفين، وعندهم خطة مجانية رائعة ومفتوح عليها أغلب الخيارات المتقدمة، على عكس أداة MailChimp المشهورة والأغلى بكتير عن بقية الأدوات (حرفياً تدفع الأغلى لتحصل على الأقل بالمقارنة بغيرها). تقدر تعرف عن MailerLite أكتر من هنا.

ولو اشتركت من خلال هذا اللينك (لينك دعوة ليك كصديق) ستحصل على رصيد 20 دولار يفيدك عند ترقية حسابك.

SendInBlue:

من الأدوات اللي تسعيرها بيبقى بعدد الإيميلات المرسلة، وليس بعدد المشتركين. عندهم خيارات رائعة متقدمة جداً، خصوصاً لمن يعمل في التجارة الإلكترونية. ويعتبروا مجموعة من الأدوات التسويقية المهمة، مثل Email Marketing – SMS – CRM – Transactional وغيرها بنفس الاشتراك، ولذلك سعرها رخيص جداً باعتبار إمكانياتهم المتقدمة، خصوصاً

Sample

لمن يمتلكون قائمة كبيرة من الإيميلات. وبالمناسبة، واجهة الاستخدام مش بنفس سهولة MailerLite لكن إمكانيات أكتر بكتير. تقدر تعرف أكتر عن SendinBlue من هنا.

بعض أدوات تسويق بالإيميل أخرى مشهورة ومحترمة جداً:

GetResponse – MailJet – MooSend

التلاتة من البدائل المحترمة جداً في المجال، ولو بتستخدم أحدهم مش هتحتاج تشغل بالك بالبحث عن بديل، إلا لو عايز حاجة أرخص أو متوافقة مع بقية أدواتك.

ActiveCampaign – Drip – Ontraport

أدوات متقدمة في التسويق بالإيميل، خصوصاً في التجارة الإلكترونية، وبالتالي سعرها غالي على من يبدأ.

Sample

لا تكن ضحية ضيق أدواتك في التسويق

Sample

خلينا ننطلق إلى المستوى الأعلى

هل أعجبك الكتاب؟

قم بشراءه الأن من هنا

TaherAbdelHameed.com/Book-Marketing-Tools

Sample