

## 32 · التسويق

## قائمة تجهيز ملف نشاطك على Google

قائمة تحقق كاملة لملف النشاط التجاري على بحث Google وخرائطها: الاسم والفئة والعنوان والساعات والوصف والصور والمنتجات والمنشورات والتقييمات، مع قالب للوصف وروتين أسبوعي وشهري.

لمن: للمحال والمطاعم والعيادات والمكاتب وكل مشروع يبحث عنه الناس على الخريطة أو باسمه. المستوى: مبتدئ الإصدار 1.0 · 01-10-2026

## لماذا تبدأ من هنا؟

حين يبحث أحد عن اسم مشروعك أو عن «حلوليات قريبة مني»، يظهر ملف النشاط التجاري على Google قبل موقعك وقبل صفحاتك على منصات التواصل غالبًا. الملف مجاني، لكنه يعمل فقط حين يكون مكتملاً وصحيحًا ومحدثًا. هذه القائمة تمرّ على كل جزء منه بالترتيب.

ابدأ من [صفحة ملف النشاط التجاري الرسمية](#)، واتبع طريقة التحقق التي يعرضها Google عليك؛ فهي تختلف من نشاط إلى آخر.

## 1. المعلومات الأساسية

- ☐ **الاسم:** اسم المشروع كما هو على اللافتة والفواتير، بلا كلمات إضافية مثل «أفضل» أو اسم المنطقة. إرشادات Google تطلب الاسم الحقيقي فقط.
- ☐ **الفئة الأساسية:** أدق فئة تصف عملك الرئيسي (مثلًا «محل حلوليات» لا «متجر»). ثم أضف فئات ثانوية لما تقدّمه فعليًا.
- ☐ **العنوان أو منطقة الخدمة:** إذا كان الزبائن يأتون إليك، أضف العنوان بدقة وثبت الدبوس على المدخل. إذا كنت تذهب إليهم، حدّد مناطق الخدمة وأخفِ العنوان.
- ☐ **ساعات العمل:** الساعات العادية، والساعات الخاصة للأعياد والمناسبات قبل حلولها.
- ☐ **الهاتف والموقع:** رقم يُجاب عليه فعليًا، ورابط الموقع أو أوضح صفحة لديك.
- ☐ **السمات:** ما ينطبق عليك مثل «مناسب لذوي الإعاقة» أو «توصيل» أو «واي فاي».

## 2. الوصف

الوصف يصل إلى 750 حرفًا. اكتبه للناس لا لمحرك البحث: ماذا تقدّم، ولمن، وما الذي يميّزك، وأين. لا تضع فيه روابط أو عروصًا مؤقتة.

[اسم المشروع] [نوع النشاط] في [المنطقة/المدينة] منذ [السنة].  
 نقدّم [أهم منتج أو خدمة] و[منتج أو خدمة ثانية] لـ[الجمهور].  
 ما يميزنا: [ميزة حقيقية قابلة للتحقق: طازج يوميًا / مواعيد في اليوم نفسه / ...].  
 خدمة إضافية: توصيل إلى ... / حجز مسبق / طلبات للمناسبات.  
 نستقبلكم [الأيام] من [الساعة] حتى [الساعة].

### 3. الصور

الصور أول ما يراه الزبون. صوّرها في ضوء النهار، وبلا نصوص أو شعارات فوقها.

- ☐ الشعار وصورة غلاف تمثّل المكان أو المنتج الأهم.
- ☐ الواجهة من الخارج كما يراها من يبحث عنكم في الشارع.
- ☐ الداخل: المكان كما سيجده الزبون.
- ☐ المنتجات أو الخدمات الأهم، كل واحدة بصورة واضحة.
- ☐ الفريق أثناء العمل، إن وافق أفرادهم.
- ☐ أضف صورة جديدة كل شهر على الأقل، فالملف المتجدد يطمئن الزائر.

### 4. المنتجات والخدمات

أضف أهم منتجاتك أو خدماتك بأسماء يستخدمها الناس، مع وصف قصير وسعر إن أمكن. إذا كان لديك قائمة طعام أو صفحة حجز، أضف رابطها في مكانه.

### 5. المنشورات

المنشورات تُظهر أن المشروع حيّ: جديد، أو عرض، أو فعالية. منشور واحد في الأسبوع أو الأسبوعين يكفي.

[عنوان قصير: جديد هذا الأسبوع / عرض / فعالية]  
 [سطران: ما هو، ولمن، وحقّ مقى]  
 [زر: اتصل / اطلب / اعرف المزيد] → [الرابط أو رقم الهاتف]

### 6. التقييمات

- ☐ احصل على رابط طلب التقييم من ملفك، وضعه في رد واتساب الجاهز وعلى بطاقة قرب الصندوق.
- ☐ اطلب التقييم من الزبائن الراضين بعد الخدمة مباشرة، دون أي مقابل.
- ☐ رد على كل تقييم، الإيجابي والسلبي، خلال أيام قليلة.
- ☐ في التقييم السلبي: اعتذر عن التجربة، وانقل التفاصيل إلى محادثة خاصة، ولا تجادل علنًا.

## 7. الروتين

| مق                 | ماذا تفعل                                                                                                               |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| كل أسبوع           | الرد على التقييمات الجديدة، ومنشور واحد أو صورة جديدة.                                                                  |
| كل شهر             | مراجعة الساعات والهاتف والأسعار، وقراءة تقرير الأداء: عدد المشاهدات، والاتصالات، وطلبات الاتجاهات، والنقرات على الموقع. |
| قبل كل عيد أو موسم | إضافة الساعات الخاصة، ومنشور عن الموسم.                                                                                 |
| عند أي تغيير       | تحديث العنوان أو الرقم أو الاسم فوزًا، قبل أن يصل الزبون إلى مكان مغلق.                                                 |

## مثال: عيادة أسنان

### مثال توضيحي

«عيادة البسمة» عيادة مخترعة في طرابلس. الفئة الأساسية «طبيب أسنان»، والوصف يذكر المنطقة والخدمات الثلاث الأكثر طلبًا والمواعيد في اليوم نفسه للحالات الطارئة. الصور: الواجهة كما تظهر من الشارع، وغرفة الانتظار، والفريق. وكل يوم خميس تخصص السكرتيرة عشر دقائق للرد على التقييمات، وكل شهر تراجع تقرير الأداء لترى كم اتصالًا جاء من الملف.

### أخطاء شائعة

- **الخطأ:** حشو الاسم بكلمات وصفية. **الحل:** الاسم الحقيقي فقط؛ الوصف والفئات مكان الكلمات.
- **الخطأ:** ساعات قديمة في العطل. **الحل:** أضف الساعات الخاصة قبل كل عيد.
- **الخطأ:** تجاهل التقييمات السلبية. **الحل:** رد هادئ ومحترم يقرؤه كل زبون محتمل بعد ذلك.
- **الخطأ:** صور قليلة أو مصممة كإعلانات. **الحل:** صور حقيقية للمكان والمنتج، تتجدد كل شهر.

عن المُعَدِّ — محمد شرف الدين، رائد أعمال من طرابلس، لبنان. مؤسس وكالة باشن للتسويق الرقمي، ورئيس جمعية تكافل الشبابية، ومؤسس منصات رقمية. يدرّب الأفراد والفرق على الذكاء الاصطناعي التطبيقي والتسويق.

الأمثلة في هذا الملف خيالية للتوضيح. يمكنك استخدامه في عملك ومؤسستك مجانًا مع ذكر المصدر عند إعادة النشر.

/mohamadcharafeddine.com/ar/resources/google-business-profile-checklist