

35 · التسويق

سلسلة رسائل ترحيب بالبريد

أربع رسائل ترحيب جاهزة لمن يشترك في نشرتك خلال عشرة أيام: الترحيب وتسليم الهدية، والقصة، والفائدة، والعرض اللطيف، مع العناوين والنص التمهيدي وقواعد الإرسال وطريقة القياس.

لمن: للمشاريع والجمعيات والمدربين الذين يجمعون عناوين بريد من موقعهم أو فعالياتهم ولا يعرفون ماذا يرسلون بعد الاشتراك. المستوى: مبتدئ

الإصدار 1.0 · 01-10-2026

لماذا سلسلة ترحيب؟

من اشترك للتو يعرف من أنت ويتذكر لماذا اشترك، وهذا أفضل وقت ليتعرف إليك. إذا انتظرت النشرة الشهرية القادمة، قد يكون نسي اسمك. سلسلة الترحيب رسائل قليلة تُكتب مرة واحدة وتُرسل تلقائيًا لكل مشترك جديد، فتبني الثقة وأنت منشغل بعملك. أغلب منصات البريد، ومنها منصات بخطط مجانية مثل Brevo و MailerLite، تسمح بآتمة بسيطة: «حين يُضاف مشترك إلى القائمة، أرسل الرسالة الأولى، ثم انتظر يومين وأرسل الثانية».

قواعد قبل أي رسالة

- ☐ راسل فقط من وافق صراحةً على تلقي رسائلك، ولا تضيف عناوين من بطاقات الأعمال أو المجموعات دون إذن.
- ☐ في كل رسالة رابط واضح لإلغاء الاشتراك.
- ☐ اسم مرسل يعرفه الناس: اسمك، أو «اسمك من [المشروع]»، لا «noreply».
- ☐ هدف واحد ورابط رئيسي واحد في كل رسالة.
- ☐ رسائل قصيرة تُقرأ على الهاتف، وتجربة إرسالها لنفسك قبل التفعيل.

شكل السلسلة

الرسالة	مق	هدفها
1. أهلاً بك	فور الاشتراك	تسليم ما وعدت به، وماذا سيصله منك ومق.
2. لماذا نفعل هذا	بعد يومين	قصتك أو قصة المشروع، وما الذي يهّمك.
3. أفضل ما لدينا	بعد خمسة أيام	أكثر مورد أو نصيحة يستفيد منها الناس.
4. خطوة تالية	بعد تسعة أيام	عرض لطيف أو دعوة للرد، دون ضغط.

الرسالة 1: أهلاً بك

العنوان: أهلاً بك في [اسم النشرة] + [الهدية التي وعدت بها]
النص التمهيدي: الرابط في الداخل، ومعه ما ينتظرك منّا.

مرحباً [الاسم]،

شكراً لاشتراكك! كما وعدنا، هذه [الهدية]: [الرابط]

ماذا سيصلك منّا؟

- [نوع المحتوى] كل [أسبوع/أسبوعين/شهر]

- [فائدة واضحة للقارئ]

- لا رسائل مزعجة، وتستطيع إلغاء الاشتراك بنقرة.

سؤال صغير: ما الذي جعلك تشترك اليوم؟ ردّك على هذه الرسالة يصلني أنا مباشرة.
[اسمك]

الرسالة 2: لماذا نفعل هذا

العنوان: كيف بدأ [اسم المشروع]
النص التمهيدي: قصة قصيرة، ولماذا تهتمّك.

مرحباً [الاسم]،

بدأنا [المشروع] لأن [المشكلة التي رأيتموها] – [جملتان عن البداية].

اليوم نساعد [الجمهور] على [النتيجة]، وما زلنا نؤمن بـ[القيمة الأساسية].

إذا أردت أن تعرف أكثر: [رابط صفحة «من نحن» أو قصة]
[اسمك]

الرسالة 3: أفضل ما لدينا

العنوان: [عدد] [نصائح/خطوات] لـ[نتيجة يريدها القارئ]
النص التمهيدي: أكثر ما يسألنا عنه الناس، في دقيقتين.

مرحباً [الاسم]،

أكثر سؤال يصلنا: «[السؤال]». هذا جوابنا المختصر:

(1) [نصيحة عملية]

(2) [نصيحة عملية]

(3) [نصيحة عملية]

والتفاصيل مع أمثلة هنا: [رابط أفضل مورد لديك]
[اسمك]

العنوان: إذا كنت تفكر في [الخدمة/المنتج]
النص التمهيدي: بلا ضغط: هكذا نعمل، وهكذا تبدأ.

مرحبًا [الاسم]،
إذا كنت [وصف حالة القارئ]، فهذا ما نقدمه: [سطران عن الخدمة أو المنتج].
[دليل حقيقي إن وجد: رأي عميل حقيقي باسمه وموافقته، أو نتيجة موثقة]

[زر واحد: اطلب / احجز / أسأل] → [الرابط]
وإذا لم يكن الوقت مناسبًا، لا مشكلة: سنبقى نرسل لك [المحتوى] كما وعدنا.
[اسمك]

في الرسالة الرابعة استخدم آراء عملاء حقيقية فقط وبموافقتهم. إن لم يكن لديك رأي بعد، احذف السطر بدل أن تخترع واحدًا.

كيف تقيس السلسلة؟

- **النقرات على الرابط الرئيسي:** المؤشر الأوضح على أن الرسالة أدت عملها.
- **الردود:** كل رد يعني قارئًا حقيقيًا مهتمًا. اقرأها كلها، فهي أفضل مصدر لأفكار المحتوى.
- **إلغاء الاشتراك:** إذا ارتفع بعد رسالة معينة، راجع وعدّها وطولها.
- **نسبة الفتح:** أقل دقة مما تبدو، لأن بعض تطبيقات البريد تحمّل الرسائل تلقائيًا. استعملها للمقارنة بين عناوين، لا كحكم نهائي.

مثال: متجر صابون

مثال توضيحي

«صابونة» متجر إلكتروني يبيع صابون زيت الزيتون الطرابلسي. الهدية في نموذج الاشتراك: «دليل اختيار الصابون حسب نوع البشرة». الرسالة الأولى تسلّم الدليل وتعدّ بنشرة كل أسبوعين. الثانية تحكي عن خان الصابون الذي تعلّمت فيه صاحبة المتجر الحرفة. الثالثة: «ثلاثة أخطاء في حفظ الصابون الطبيعي». الرابعة: علبة التجربة الصغيرة، برابط واحد، وجملة تقول إن النشرة مستمرة سواء اشترى أم لا.

أخطاء شائعة

- **الخطأ:** البيع في الرسالة الأولى. **الحل:** سلّم ما وعدت به أولاً، والعرض في الرسالة الأخيرة.
- **الخطأ:** رسائل طويلة بروابط كثيرة. **الحل:** هدف واحد ورابط رئيسي واحد.
- **الخطأ:** اسم مرسل غامض أو عنوان «noreply». **الحل:** اسم إنسان، ودعوة صريحة للرد.
- **الخطأ:** كتابة السلسلة ونسيانها. **الحل:** راجعها كل ثلاثة أشهر: الروابط، والعروض، والأرقام.

قائمة التفعيل

- ☐ نموذج الاشتراك يوضح ما سيصل ومتى، ويطلب الموافقة صراحةً.
- ☐ الرسائل الأربع مكتوبة ومراجعة على الهاتف.
- ☐ الأتمتة مضبوطة: فور الاشتراك، ثم بعد يومين، وخمسة، وتسعة.
- ☐ كل الروابط تعمل، و رابط إلغاء الاشتراك في كل رسالة.
- ☐ أرسلت السلسلة لنفسك كاملة قبل التفعيل.
- ☐ موعد في التقويم لمراجعة النتائج بعد شهر.

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

الأمثلة في هذا الملف خيالية للتوضيح. يمكنك استخدامه في عملك ومؤسستك مجاناً مع ذكر المصدر عند إعادة النشر.
[/mohamadcharafeddine.com/ar/resources/welcome-email-sequence](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/welcome-email-sequence)