

36 · التسويق

50 نصيحة تسويق لمشروع صغير بميزانية قليلة

خمسون نصيحة عملية قصيرة في سبعة أقسام: الأساس، والظهور على Google، وواتساب، والمحتوى، والإعلانات، والقياس، والذكاء الاصطناعي. كل نصيحة تنفذ هذا الأسبوع، ومعها الأداة أو القالب المناسب على هذا الموقع.

لمن: لأصحاب المشاريع الصغيرة والمستقلين والجمعيات الذين يسوقون بأنفسهم وبميزانية محدودة. المستوى: مبتدئ الإصدار 1.0 · 01-10-2026

كيف تستخدم هذه النصائح؟

لا تحاول تطبيق الخمسين معًا. اقرأها كلها مرة، وضع علامة على خمس تناسب مشروعك الآن، ونفذها خلال أسبوعين، ثم عد واختر خمسًا غيرها. القائمة في آخر الصفحة تساعدك على المتابعة.

أولًا: الأساس قبل أي منشور

1. اكتب لمن تبيع في جملة واحدة. «كل الناس» ليس جمهورًا. استعن بأداة «منشئ شخصية العميل».
2. اكتب لماذا يختارك الزبون بدل غيرك. ميزة حقيقية يمكن التحقق منها، لا «جودة عالية وأسعار منافسة». أداة «منشئ تموضع العلامة» تساعدك.
3. اسأل آخر عشرة زبائن: كيف عرفوا بك ولماذا اشتروا؟ إجاباتهم أدق من أي تخمين.
4. اختر قناتين فقط وأتقنهما بدل الحضور الضعيف في خمس.
5. وخذ اسمك وصورتك ورقمك في كل مكان: Google، وواتساب، وإنستغرام، وفيسبوك، والموقع.
6. اكتب ثلاث صفات لطريقة كلامك والتزم بها في كل رسالة. المورد «دليل صوت العلامة في صفحة واحدة» يضعها في صفحة.
7. اجعل عرضك سهل الفهم في خمس ثوانٍ: ماذا، وبكم، وكيف أطلب.

ثانيًا: الظهور على Google والخرائط

8. أنشئ ملف النشاط التجاري على Google وأكمله. مجاني، وغالبًا أول ما يراه من يبحث عنك. استخدم «قائمة تجهيز ملف نشاطك على Google».
9. اختر الفئة الأدق لعملك الرئيسي، ثم أضف فئات ثانوية لما تقدمه فعليًا.
10. أضف صورًا حقيقية كل شهر: الواجهة، والداخل، والمنتجات، والفريق.
11. حدّث الساعات الخاصة قبل كل عيد حتى لا يصل زبون إلى باب مغلق.
12. اطلب التقييم من الزبون الراضي في اليوم نفسه، ورد على كل تقييم. قوالب جاهزة في «طلب التقييمات والرد عليها».
13. إن كان لديك موقع، اربطه بـ Google Search Console لترى كلمات البحث التي تجلب الناس إليك.

ثالثًا: واتساب وخدمة العملاء

15. استخدم تطبيق واتساب للأعمال لا الشخصي: ملف تعريف، وكتالوج، ورسائل تلقائية.
16. فقل رسالة ترحيب بخيارات مرقّمة ورسالة غياب بساعات العمل.
17. احفظ ردودًا سريعة للأسئلة الستة الأكثر تكرارًا. نوصيها جاهزة في «قوالب رسائل واتساب للأعمال».
18. رد بسرعة في ساعات العمل، وقل بصدق متى سترد خارجها.
19. رتبّ المحادثات بالتصنيفات وراجعها في نهاية كل يوم حتى لا يضيع طلب.
20. تابع بعد التسليم برسالة واحدة: «هل كان كل شيء كما توقعت؟».
21. لا ترسل عروضًا لكل جهات الاتصال. راسل من تواصل معك سابقًا فقط، واحترم من يطلب التوقف.

رابعًا: المحتوى ومنصات التواصل

22. خطط لشهر في جلسة واحدة بدل سؤال «ماذا ننشر اليوم؟» كل صباح. استخدم «تقويم محتوى لشهر».
23. ابدأ من أسئلة زبائنك الحقيقية: كل سؤال يتكرر في الرسائل منشور جاهز.
24. أظهر ما خلف الكواليس: التحضير، والحرفة، والفريق. الناس تثق بما تراه.
25. اكتب الجملة الأولى أولًا: إن لم توقف القارئ، لن يقرأ الباقي.
26. اختتم كل منشور بخطوة واحدة واضحة: اطلب، احفظ، اسأل، زنا.
27. أعد استخدام كل فكرة جيدة بأكثر من صيغة: فيديو قصير، ثم صور متتالية، ثم قصة. أداة «مخطط إعادة استخدام المحتوى» ترتّب ذلك.
28. ثلاثة منشورات جيدة في الأسبوع أفضل من سبعة على عجل. الاستمرار أهم من الكمية.
29. اجدول أسبوعك مرة واحدة عبر Meta Business Suite المجانية.
30. صوّر في ضوء النهار بالهاتف، وامسح العدسة قبل التصوير؛ لا تحتاج معدات غالية للبداية.

خامسًا: حين تدفع للإعلانات

31. لا تموّل إعلانًا قبل أن تعرف ماذا ستقيس. راجع «قبل ما تموّل إعلانك».
32. ابدأ بميزانية صغيرة وقس، ثم زد على ما نجح فقط.
33. إعلان واحد = عرض واحد + جمهور واحد + خطوة واحدة.
34. جرّب نسختين من الإعلان تختلفان في شيء واحد فقط، لتعرف ما الذي صنع الفرق.
35. ادرس إعلانات المنافسين مجانًا في مكتبة إعلانات Meta ومركز شفافية إعلانات Google.
36. أضف وسوم UTM لكل رابط لتعرف أي إعلان جلب الزيارة. أداة «منشئ روابط UTM» تصنعها في ثوانٍ.
37. جهّز من سيرد على الرسائل قبل تشغيل الإعلان: إعلان ناجح وردّ متأخر يهدر الميزانية.

سادسًا: القياس

3٤. اختر ثلاثة أرقام فقط تتابعها كل شهر، مثل الطلبات، ومن أين جاءت، وكلفة الزبون.
3٩. اسأل كل زبون جديد: كيف عرفت بنا؟ وسجّل الإجابة؛ أبسط قياس وأصدق.
40. ثبت Google Analytics على موقعك، فهو مجاني.
41. شاهد تسجيلات الزوّار في Microsoft Clarity المجانية لترى أين يتوقفون في صفحتك.
42. قس النتيجة لا الإعجابات: رسائل الطلب والزيارات والمبيعات أهم من عدد القلوب.
43. اكتب تقريرًا شهريًا من صفحة واحدة: ماذا نجح، وماذا لم ينجح، وماذا سنغيّر. استخدم «نموذج التقرير التسويقي الشهري».
44. قرّر بناءً على نمط يتكرر لا على منشور واحد نجح صدف.

سابعًا: الذكاء الاصطناعي لتوفير الوقت

45. اطلب من الذكاء الاصطناعي مسودة لا نصًا نهائيًا، وراجعها دائمًا قبل النشر.
46. أعطه سياقًا كاملاً: من أنت، ولمن تكتب، وما الهدف، وما طريقة كلامك.
47. استخدم برومبتات جاهزة ومجرّبة بدل البدء من صفحة فارغة. «مكتبة 30 برومبت للتسويق والعمل» على هذا الموقع.
48. حوّل تسجيلًا صوتيًا لفكرتك إلى منشور: تكلم دقيقة، ثم اطلب ترتيب الكلام بصوت علامتك.
49. لا تضع بيانات زبائنك الشخصية في أدوات الذكاء الاصطناعي العامة.
50. ابدأ بمهمة واحدة تتكرر كل أسبوع ووفّر وقتها، ثم انتقل إلى الثانية. أداة «مكتشف فرص استخدام الذكاء الاصطناعي» تساعدك على اختيارها.

هذه النصائح مبادئ عملية عامة، لا وعود بنتائج محددة. كل مشروع مختلف، فجرب على نطاق صغير، وقس، واحتفظ بما ينجح عندك أنت.

متابعة الأسبوعين

- ☐ قرأت النصائح الخمسين مرة واحدة.
- ☐ اخترت خمسًا تناسب مشروعي الآن، وكتبت أرقامها.
- ☐ حددت لكل نصيحة موعدًا ومسؤولًا.
- ☐ نفّذت الخمس خلال أسبوعين.
- ☐ كتبت ما تغيّر بعدها، ولو ملاحظة صغيرة.
- ☐ اخترت خمسًا جديدة للأسبوعين التاليين.

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/small-business-marketing-tips](https://mohamadcharafeddine.com/ar/resources/small-business-marketing-tips)