

BAIGR

قمع بيع وحده

من أول متابعة إلى عميل يعود كل شهر



مكتبة BAIGR · عينة مجانية

مكتبة BAIGR · دليل عملي

قمع بيع وحده

من أول متابعة إلى عميل يعود كل شهر

المغناطيس، والتريفة، والعرض، والاحتفاظ — الطريق كاملاً من أول نقرة إلى عميل دائم، مع أربعين قالباً جاهزاً.

الإصدار الأول · سبتمبر 2026

© 2026 BAIGR — baigr.com

هذه النسخة مخصصة لمشتريها. شكراً لأنك لا تشاركها — هكذا نستمر في كتابة المزيد.

الأمثلة والأرقام في هذا الكتاب توضيحية لشرح الطريقة، وليست نتائج عملاء. طبّق، وقيس أرقامك أنت.

المحتويات

01	القمع الذي يبيع وحده: الفكرة والخريطة	
02	الأساس: لمن، وماذا، وبأي ترتيب	
03	المرحلة 1 — الجذب: محتوى يجلب مشترين	في النسخة الكاملة
04	المرحلة 2 — المغناطيس: من متابع إلى مشترك	في النسخة الكاملة
05	المرحلة 3 — التربية: من مشترك إلى واثق	في النسخة الكاملة
06	المرحلة 4 — العرض: من واثق إلى عميل	في النسخة الكاملة
07	المرحلة 5 — الاحتفاظ: من عميل إلى عميل دائم	في النسخة الكاملة
08	الأتمنة: كيف يعمل القمع وحده	في النسخة الكاملة
09	الأرقام: كيف تقيس القمع	في النسخة الكاملة
10	خطة البناء في 30 يوماً	في النسخة الكاملة
11	فهرس القوالب الأربعين	في النسخة الكاملة

01

القمع الذي يبيع وحده: الفكرة والخريطة

عندك آلاف المتابعين، والمبيعات لا تعكس ذلك. لست وحدك: أغلب الحسابات العربية تنشر محتوى جيداً، ثم تنتظر أن يتحوّل الإعجاب وحده إلى شراء. لا يحدث ذلك غالباً.

المتابع ليس عميلاً ينتظر. هو شخص أعجبه منشور في لحظة، وقد لا يرى منشورك التالي أصلاً — فالمنصة هي من تقرّر من يرى ماذا. بين «تابع» و«اشترى» طريق من خطوات: أن يثق، وأن يفهم ما تقدّمه، وأن يشعر أنه يناسبه، وأن يجد لحظة مناسبة ليقرّر. القمع هو هذا الطريق، مرسوماً ومبنيّاً بحيث يمضي فيه الناس دون أن تأخذ بيد كل واحد منهم.

المراحل الخمس

المرحلة	من → إلى	أداتها	القوالب
1. الجذب	غريب → متابع	محتوى يجلب مشتريين محتملين لا متفرّجين	8-1
2. المغناطيس	متابع → مشترك	هدية قيّمة مقابل وسيلة تواصل	14-9
3. التربية	مشترك → واثق	رسائل تبني الثقة والفهم	24-15

المرحلة	من → إلى	أداتها	القوالب
4. العرض	واثق → عميل	عرض واضح في لحظة مناسبة	32-25
5. الاحتفاظ	عميل → عميل دائم	تجربة ما بعد الشراء والعودة	40-33

لماذا «المشترك» هو قلب القمع؟

متابعوك يعيشون على أرض مستأجرة: المنصة تملك الوصول إليهم، وتغيّر القواعد متى شئت. أما قائمة البريد وأرقام واتساب (بموافقة أصحابها) فهي أرض تملكها: تصل إليها متى أردت، بلا خوارزمية بينكما. لذلك الهدف الأول للمحتوى ليس الإعجابات، بل نقل الناس من «متابع» إلى «مشترك».

حساب القمع: مثال توضيحي

المرحلة	العدد	نسبة الانتقال
وصل المحتوى إلى	100,000	—
زاروا صفحة المغناطيس	2,000	2%
اشتركوا	800	40%
اشتركوا خلال 30 يوماً	24	3%
عادوا للشراء خلال 6 أشهر	8	33%

(الأرقام توضيحية لشرح الحساب، لا معايير.) قيمة هذا الجدول ليست في أرقامه، بل في أنه يُريك أين تعمل: إن تضاعفت نسبة واحدة فقط، تضاعفت المبيعات دون أن يتغيّر شيء آخر. في الفصل التاسع ستبني جدولك الحقيقي.

عن هذا الدليل

أربعون قالباً مرقّماً موزّعة على المراحل الخمس، ومعها الطريقة وراء كل مرحلة، والأتمتة التي تجعل القمع يعمل وحده، وخطة بناء في ثلاثين يوماً. في آخر الكتاب فهرس للقوالب كلها. كل الأمثلة توضيحية، وكل ما تنشره باسم عملائك يجب أن يكون حقيقياً وبإذنتهم.

02

الأساس: لمن، وماذا، وبأي ترتيب

القمع الذي يحاول أن يبيع كل شيء لكل الناس لا يبيع شيئاً. قبل أي قالب، ثلاثة قرارات.

القرار الأول: العميل الواحد

اختر شريحة واحدة تبني لها القمع الأول. لا يعني هذا أنك ترفض غيرها — بل أن كل رسالة سٌكتب لشخص واحد واضح.

السؤال	إجابته
من هو؟ (الدور، والمرحلة، والمكان)	
ما المشكلة التي تؤرقه — بكلماته هو؟	
ماذا جرّب قبلك، ولماذا لم يكفه؟	
ما الذي يمنعه من الشراء: السعر؟ الثقة؟ الوقت؟	
أين يقضي وقته على الإنترنت؟	

القرار الثاني: سَلَم القيمة

لا يقفز أحد من «لا أعرفك» إلى أعلى ما تبيع. سَلَم القيمة هو ترتيب ما تقدّمه من المجاني إلى الأعلى قيمة، بحيث تكون كل درجة خطوة طبيعية نحو التالية.

الدرجة	متجر عناية بالبشرة (توضيحي)	عيادة أو خدمة (توضيحي)	مدرب أو مستشار (توضيحي)
مجاني	اختبار «ما نوع بشرتك؟»	دليل «قبل أن تختار علاجك»	ورقة عمل أو تحدّ قصير
مدخل منخفض	مجموعة تجربة صغيرة	استشارة أولى بسعر رمزي	ورشة مسجلة
العرض الأساسي	روتين كامل	خطة العلاج	برنامج جماعي
المتكزّر	اشتراك شهري	متابعة دورية	عضوية شهرية
الأعلى	باقة هدايا فاخرة	باقة شاملة	استشارات خاصة

القرار الثالث: القناة الأساسية للمحادثة

البريد أم واتساب؟ في الخليج، واتساب غالباً أقرب للعميل وأسرع قراءة، والبريد أفضل للمحتوى الطويل والرسائل الدورية وأرخص على نطاق واسع. أغلب القموم الناجحة تستخدم الاثنين: واتساب للّحظات المهمة والمحادثة، والبريد للتربية المنتظمة.

الموافقة قبل كل شيء

لا تضيف أحداً إلى قائمة بريد أو بّ واتساب دون موافقته الواضحة، ولا تشرّ قوائم أبداً. اكتب عند التسجيل ماذا سيصله وكم مرة، واجعل إيقاف الرسائل سهلاً. القائمة المبنية بإذن أصغر، لكنها تشتري.

انتهت العيّنة

قرأت أول فصلين من 11 فصلاً.

الكتاب الكامل «قمعٌ يبيع وحده» فيه بقية الفصول والقوالب الجاهزة. اطلب نسختك الآن (\$49) وتصلك مباشرة على واتساب أو البريد.

اطلب النسخة الكاملة على واتساب

أو ابدأ بمكالمة تشخيص مجانية لثلاثين دقيقة: baigr.com -مكالمة/احجز