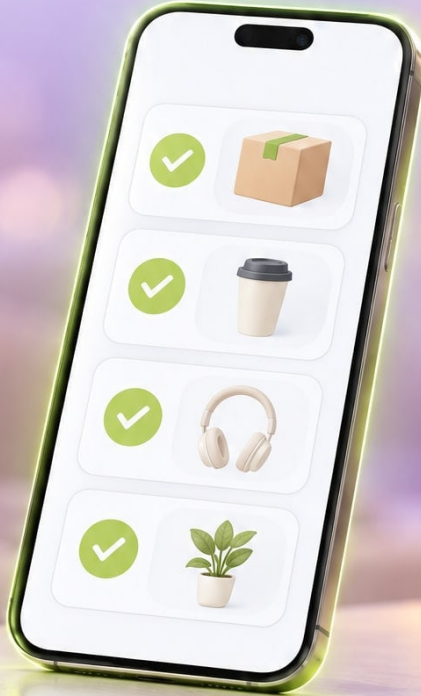


BAIGR

المتجر الذي لا ينام

أتمتة المتجر الإلكتروني من الزيارة الأولى إلى الطلب الثالث



مكتبة BAIGR · عينة مجانية

المتجر الذي لا ينام

أتمتة المتجر الإلكتروني من الزيارة الأولى إلى الطلب الثالث

صفحة منتج تبيع، ودفع بلا احتكاك، وثمانية رسائل آلية تعمل ليلاً ونهاراً — نظام كامل يُبقي متجرك يبيع وأنت بعيد.

الإصدار الأول · سبتمبر 2026

© 2026 BAIGR — baigr.com

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

الأمثلة والأرقام في هذا الكتاب توضيحية لشرح الطريقة، وليست نتائج عملاء. طبق، وقس أرقامك أنت.

المحتويات

01	متجر بيع وأنت بعيد: الخريطة	
02	صفحة المنتج التي تباع وحدها	
03	الدفع بلا احتكاك	في النسخة الكاملة
04	التقط الزائر قبل أن يغادر	في النسخة الكاملة
05	الرسائل 1 إلى 3: قبل الطلب الأول	في النسخة الكاملة
06	الرسائل 4 إلى 6: من الدفع إلى الاستلام	في النسخة الكاملة
07	الرسائل 7 و8: الطريق إلى الطلب الثاني	في النسخة الكاملة
08	من الطلب الأول إلى الثالث: الاحتفاظ	في النسخة الكاملة
09	خدمة عملاء لا تنام	في النسخة الكاملة
10	خلف الكواليس: المخزون والشحن	في النسخة الكاملة
11	لوحة المتجر: الأرقام التي تُدير بها	في النسخة الكاملة
12	خطة البناء في 14 يوماً	في النسخة الكاملة

متجر يبيع وأنت بعيد: الخريطة

أغلب المتاجر الإلكترونية الصغيرة ليست متاجر، بل صاحبها. حين ينام، ينام المتجر. وحين يمرض أو يسافر، تتوقّف المبيعات. هذا الدليل يغيّر ذلك.

الأتمتة لا تعني روبوتات معقّدة ولا ميزانيات تقنية ضخمة. تعني شيئاً بسيطاً: **كل لحظة تتكرّر في متجر يجب أن يكون لها ردّ جاهز يعمل وحده**. زائر جديد، سلّة متروكة، طلب تمّ، شحنة خرجت، عميل استلم، عميل لم يعد منذ شهرين — كل واحدة من هذه لحظات متوقّعة، ولكل منها رسالة أو إجراء يمكن إعداده مرة واحدة.

رحلة العميل في أربع محطات

المحطة	ما يحدث	ما تبنيه في هذا الدليل
1. الزيارة	زائر يصل من إعلان أو بحث أو توصية	صفحة منتج تبيع وحدها، والتقاط وسيلة تواصل قبل المغادرة
2. الطلب الأول	يتردّد، ثم يدفع أو يترك السلّة	دفع بلا احتكاك، ورسائل الترحيب والتصفّح والسلّة
3. التسليم	ينتظر، ثم يستلم ويستخدم	تأكيد الطلب، وتحديث الشحن، ورسالة الاستخدام الصحيح
4. الطلب الثاني والثالث	يعود — أو ينسى المتجر	طلب التقييم، ورسالة إعادة الطلب، وبرنامج الاحتفاظ

الرسائل الآلية الثماني

قلب هذا الدليل ثماني رسائل آلية، لكل منها لحظة تُطلقها، ومهمة واحدة:

#	الرسالة	تنطلق حين	مهمتها
1	الترحيب	يشارك الزائر	يعرف من أنتم ولماذا يشتري منكم
2	تذكير التصفح	يشاهد منتجاً ولا يضيفه	مساعدته على الاختيار
3	استرجاع السلّة	يترك السلّة	إعادته لإكمال الدفع
4	تأكيد الطلب	يتمّ الطلب	الطمأننة، وتصفية طلبات الدفع عند الاستلام
5	تحديث الشحن	تخرج الشحنة	منع أسئلة «وين طلبي؟»
6	الاستخدام الصحيح	يستلم الطلب	رضا أعلى ومراجعات أقل
7	طلب التقييم	بعد أيام من الاستلام	دليل اجتماعي للزوار القادمين
8	إعادة الطلب	يقرب موعد نفاذ المنتج أو الحاجة التالية	الطلب الثاني والثالث

الأدوات: ما تحتاجه فعلاً

- ☐ **منصة المتجر** (سلة، أو زد، أو شوبيفاي، أو ووكومرس): أغلبها يوفر السلال المتروكة وإشعارات الطلب مدمجة أو بتطبيق.
- ☐ **أداة بريد تسويقي** مرتبطة بالمتجر تدعم الرسائل التلقائية حسب السلوك.

- ☐ **واتساب للأعمال:** التطبيق للبداية، ومنصة واتساب الرسمية عبر مزود معتمد حين يكبر الحجم وتحتاج رسائل آلية.
- ☐ **تطبيق تقييمات** يجمع التقييمات ويعرضها في صفحة المنتج.

ابدأ صغيراً

لا تبني الثماني في يوم، ابدأ بالثلاث الأكثر أثراً في أغلب المتاجر: استرجاع السلّة، وتأكيّد الطلب، وتحديث الشحن. ثم أضف البقية بترتيب هذا الدليل. خطة الأيام الأربعة عشر في آخر الكتاب ترتّبها لك.

الأرقام في هذا الدليل

كل الأرقام والأمثلة هنا توضيحية لشرح الطريقة، وليست نتائج متاجر حقيقية أو وعوداً. طبّق، وقيس أرقام متجرك أنت.

صفحة المنتج التي تباع وحدها

في المتجر الذي لا ينام، صفحة المنتج هي البائع الذي يقف في المحل. يجب أن تجيب عن كل سؤال كان سيُطرح عليك — قبل أن يُطرح.

الترتيب من الأعلى للأسفل

1. **الصور:** الأولى المنتج في الاستخدام، ثم التفاصيل، ثم الحجم مقارنةً بشيء مألوف، ثم صورة من عميل إن وُجدت. ومقطع قصير إن استطعت.
2. **الاسم والوعد:** اسم المنتج، وتحتة جملة واحدة: لمن، وماذا يفعل له.
3. **التقييم:** النجوم وعدد التقييمات الحقيقي، قريبة من الاسم.
4. **السعر ووسائل الدفع:** السعر واضحاً، وتحتة: «أو قسّطها على [عدد] دفعات» إن وُجد، وشعارات ووسائل الدفع.
5. **الخيارات:** المقاس واللون بأزرار واضحة، مع رابط «دليل المقاسات».
6. **الزر وموعد التوصيل:** «أضف للسلة» وتحتة «يصلك [اليوم المتوقع] إلى [المدينة]».
7. **الطمأننة:** سطر عن الاسترجاع وسطر عن التواصل.
8. **الوصف:** القصة، والفوائد، ثم المواصفات.
9. **الأسئلة الشائعة:** خمسة أسئلة مأخوذة من رسائل عملائك الحقيقية.
10. **التقييمات المفضلة** مع صور العملاء.

11. «يُشْتَرَى مَعَهُ عَادَةً»: منتج أو اثنان مكملان.

قالب الوصف

انسخ وعدّل

[جملة البطل]: لمن هذا المنتج، وما المشكلة التي يحلّها — بكلمات العميل.

لماذا يختلف: تفصيل صنعة واحد محدد (رقم، أو مادة، أو خطوة).

ماذا ستلاحظ: ثلاث فوائد، كل منها في سطر، تبدأ بفعل.

ما في العلبة: قائمة دقيقة بالمحتويات والمقاسات.

العناية والاستخدام: سطران.

التوصيل والاسترجاع: سطر لكل منهما.

مثال توضيحي — صانعة قهوة منزلية

لمن يريد فنجاناً كالمقهى دون أن يغادر البيت. صانعة صغيرة تحضّر إسبريسو وكابتشينو بضغط زر، وتأخذ مساحة كتاب على رفّ المطبخ.

لماذا تختلف: مضخة بضغط 15 بار ومسحّن يجهز في أقل من دقيقة.

☕ تحضّر أول فنجان قبل أن تجهز نفسك للدوام.

🥛 تخفق الحليب لقوام ناعم دون خبث.

🍌 ثفك أجزاءها وتغسل في دقيقتين.

في العلبة: الصانعة، وحامل فلتر مزدوج، وملعقة قياس، ودليل عربي.

قائمة فحص صفحة المنتج

- ☐ الصورة الأولى تُظهر المنتج في الاستخدام، لا على خلفية بيضاء فقط.
- ☐ موعد التوصيل مكتوب بيوم، لا بعدد أيام عمل.
- ☐ وسائل الدفع ظاهرة قبل الضغط على الزر.
- ☐ الأسئلة الخمسة الأكثر تكراراً مجابة في الصفحة.
- ☐ على الجوال، زر الشراء ظاهر دائماً أو متكرّر.
- ☐ الصفحة تُحمّل بسرعة على شبكة الجوال.

للفحص الكامل

كتابنا المجاني «21 ثقباً في صفحتك» فيه قائمة فحص من 21 بنداً لأي صفحة بيع. مرّ عليها بعد أن تبني صفحتك.

انتهت العيّنة

قرأت أول فصلين من 12 فصلاً.

الكتاب الكامل «المتجر الذي لا ينام» فيه بقية الفصول والقوالب الجاهزة. اطلب نسختك الآن (\$39) وتصلك مباشرة على واتساب أو البريد.

اطلب النسخة الكاملة على واتساب

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