



دليلك لفهم رحلة عميلك من غريب لا يعرفك, إلى عميل لغيره يرشحك



 محمد شاكر - Mohamed Shaker

 Mohamed Shaker - محمد شاكر

 mohamed_m_shaker

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

أقوى المدربين والكوتشز

ما يشتغلوش تسويق وخلص... يشتغلوا بنظام

ومن أهم خطوات النظام

فهمهم لرحلة العميل

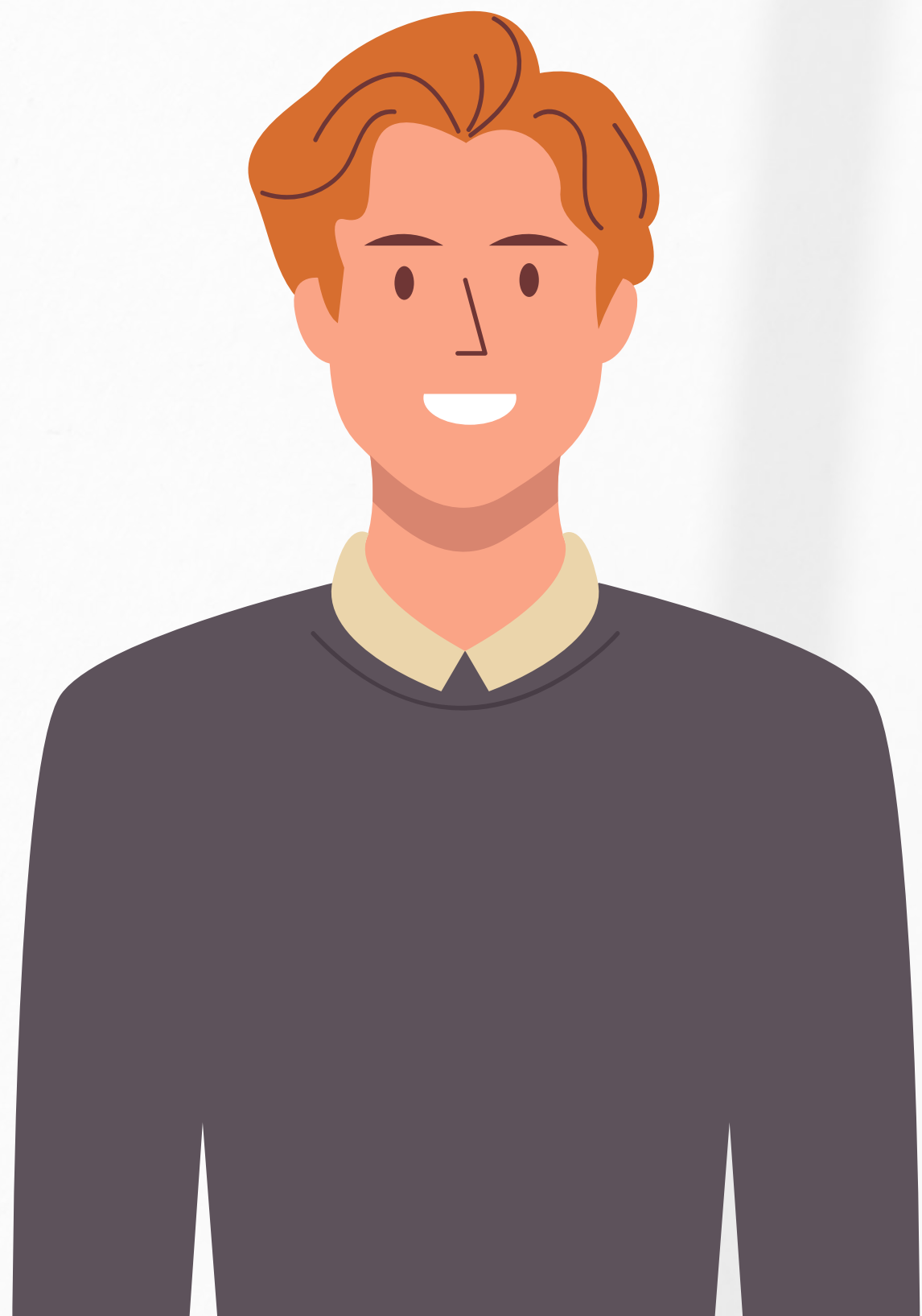
وده بيساعدهم

يفهموا العميل ويقدموا له الرسالة الصح في الوقت الصح.

الدليل ده هيساعدك

تفهم المراحل اللي بيمر بها أي عميل قبل ما يقرر يشتري منك،

عشان تقدر تقدم له المحتوى المناسب وتزود فرص التحويل والمبيعات.



دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

ليه لازم تفهم رحلة العميل؟

في أغلب الحالات، الكوتش أو المدرب بيكون عنده خدمة ممتازة، محتوى جيد، وبيع عمل إعلان أو بوسطات باستمرار... ومع ذلك المبيعات قليلة

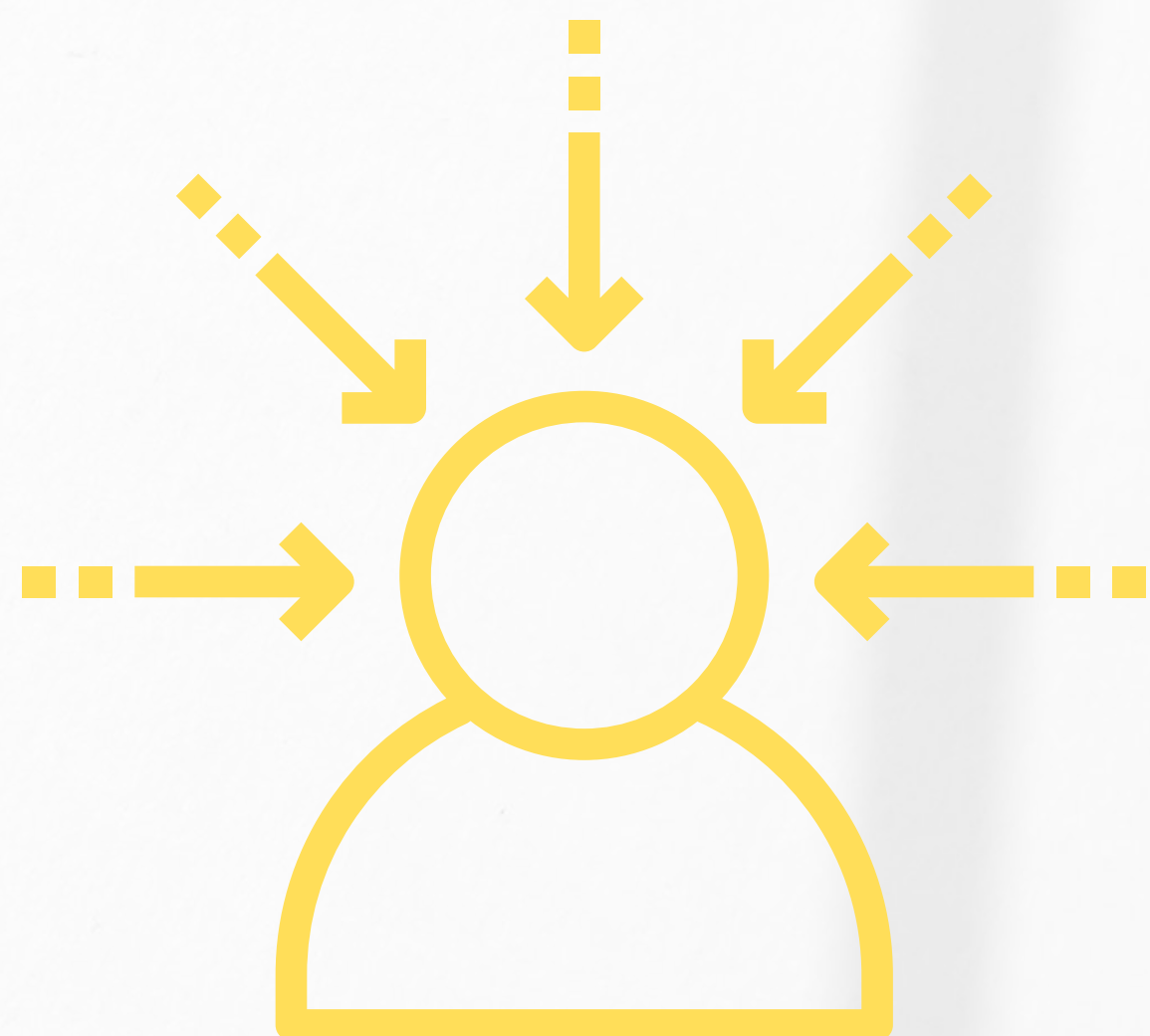
ليه؟

لأن الرسائل والمحتوى غالبًا ما بتكون بتخاطب "عميل مش جاهز" أو بتقدم "عرض قوي لكن في التوقيت الخطأ".

فهم رحلة العميل هو أول خطوة للتسويق الذكي.

العميل مش بيشتري فجأة... هو بيمر بخمس مراحل رحلة كاملة

وكل مرحلة محتاجة نوع محتوى مختلف ورسالة مختلفة عشان تساعدك
يتقدم للخطوة التالية.



دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

المرحلة الأولى: الغريب

! في المرحلة دي، الشخص لا يعرفك، ولا يعرف خدماتك، وممكن حتى ما يكونش واعي إن عنده مشكلة فعلاً.

بيكون مشغول في حياته، وعينه بتمر على مئات قطع المحتوى يوميًا منك ومن غيرك، ومحتاج حاجة تشده وتقوله "ركز معايا شوية".



هدفك هنا: وعي + جذب انتباهه

لو حاولت تبيع له من دلوقتي، ولا هيسأل فيك لكن لو قدمت له معلومة بسيطة ومفيدة، وبتدوس على نقطة ألم عنده، أو هدف عايزه هتبدأ تكسب فضوله.

أمثلة:

- فيديو قصير بيكشف خطأ شائع أو معلومة مفيدة
- بوست بيسلط الضوء على مشكلة بتحصل عنده من غير ما ينتبه
- إعلان بيسأله سؤال يلمسه من جوه

• في المرحلة دي، إوعى تبيع... فقط شد الانتباه.

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

المرحلة الثانية: المهتم.

العميل هنا بدأ يلاحظك.
شاف محتواك أو إعلانك، وبدأ يحس إن فيه
مشكلة فعلاً،
وبدأ يتساءل: هل فيه حل؟ ومين الشخص ده
اللي بيشرح بطريقة مختلفة؟
لكن لسه مش شايف إنك الحل الأمثل.



هدفك هنا: تحفيز الفضول وزيادة الاهتمام + بناء الثقة الأولية

ابدأ افتح له الباب... اديه شيء مجاني لكن فعّال، خليه يجرب طريقته
ويشوف شغلك أو يستفيد بشكل أولي.

أمثلة:

- PDF مجاني بسيط يحل له جزء من مشكلته
- كورس مصغر يديه خطوات عملية
- ويبينار فيه تعليم وتوعية

في المرحلة دي

العميل بيبدأ يشوفك كخبير... مش مجرد صاحب إعلان أو محتوى على
السوشيال ميديا.

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

المرحلة الثالثة: المختار (العميل المحتمل)

هنا العميل بقى متابعتك، لكن لسه مش مقتنع 100%.

ممکن يكون بيقارن بينك وبين غيرك،

أو حتى بيسأل نفسه: "هل أنا محتاج ده أصلاً؟ وهل أستثمر فيه الوقت والفلوس دلوقتي؟ هل هيجيب معايا نتيجة؟"



هدفك هنا: تثبيت الثقة + تقديم أدلة واقعية على خبرتك ونتائجك

اللي هيظمنه هنا هو قصص نجاح حقيقية، مقارنات واضحة، إجابة عن الاعتراضات.

أمثلة:

- فيديو أو مقال فيه دراسة حالة حقيقية
- بوست فيه مقارنة بين خدماتك وخدمات أخرى
- جلسة استشارة أولية تشخص وضعه بدقة

العميل هنا يقيس القيمة والنتيجة اللي هيحصل عليها مقابل الوقت والمال... خليك واضح ومحدد

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

المرحلة الثالثة: المختار (العميل المحتمل)

هنا العميل بقى متابعتك، لكن لسه مش مقتنع 100%.

ممکن يكون بيقارن بينك وبين غيرك،

أو حتى بيسأل نفسه: "هل أنا محتاج ده أصلاً؟ وهل أستثمر فيه الوقت والفلوس دلوقتي؟ هل هيجيب معايا نتيجة؟"



هدفك هنا: تثبيت الثقة + تقديم أدلة واقعية على خبرتك ونتائجك

اللي هيظمنه هنا هو قصص نجاح حقيقية، مقارنات واضحة، إجابة عن الاعتراضات.

أمثلة:

- فيديو أو مقال فيه دراسة حالة حقيقية
- بوست فيه مقارنة بين خدماتك وخدمات أخرى
- جلسة استشارة أولية تشخص وضعه بدقة

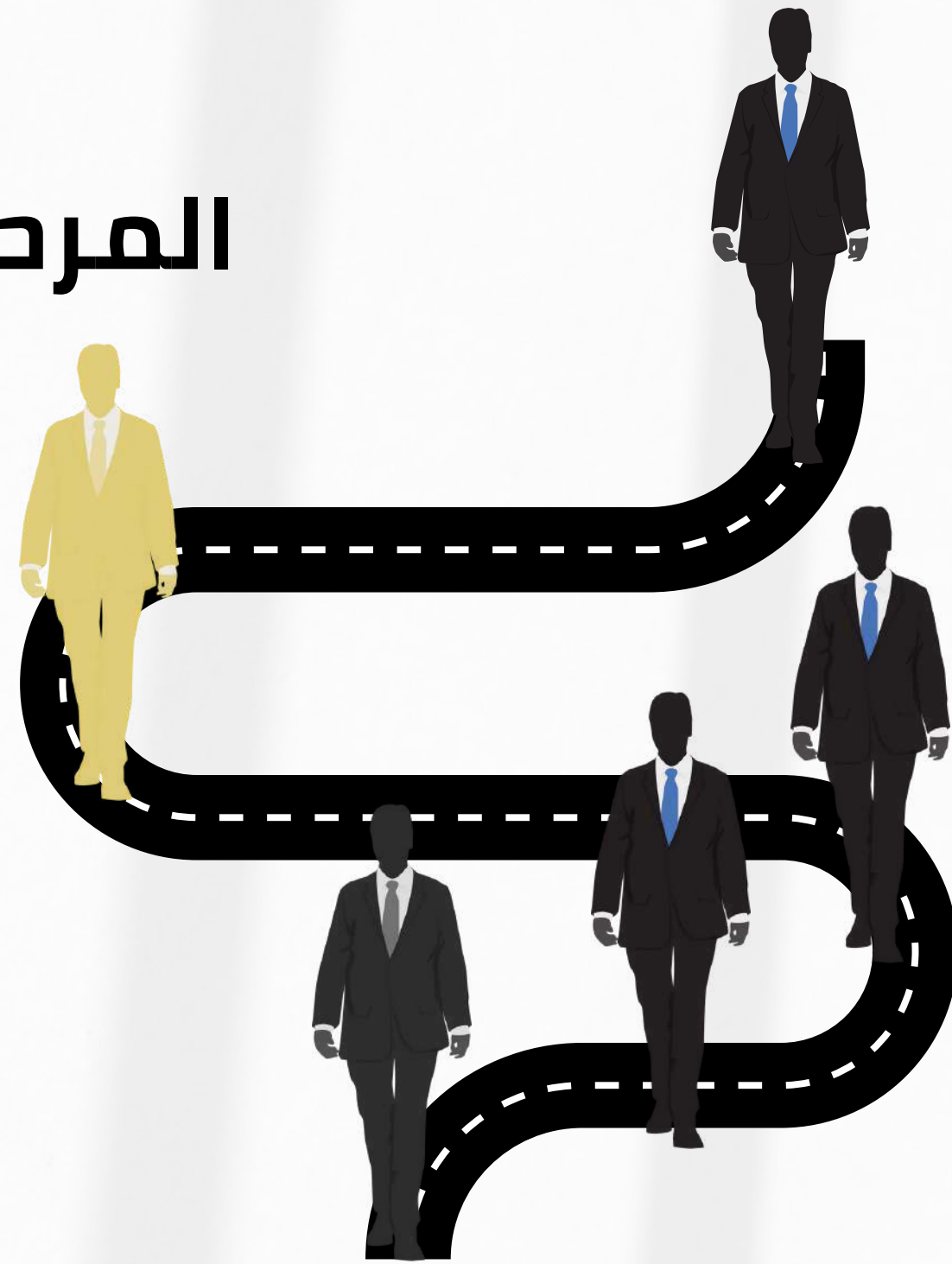
العميل هنا يقيس القيمة والنتيجة اللي هيحصل عليها مقابل الوقت والمال... خليك واضح ومحدد

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

المرحلة الرابعة: العميل

خلاص... العميل بقى جاهز.
هو مقتنع بيك، شايف إن عندك قيمة، لكنه
بيحتاج دفعة أخيرة: تحفيز واضح، عرض جذاب،
إحساس بالأمان.



هدفك هنا: تحفيز اتخاذ القرار 🎯

أمثلة:

- أوفر قوي فيه هدية أو خصم
- شهادات من عملاء سابقين
- تسهيلات دفع أو ضمان استرداد

اعمل CTA (يعني تطلب فعل من العميل)

واضح جدًا في المرحلة دي، وخلي عملية الشراء سهلة وسلسة.

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

المرحلة الخامسة: العميل الوفي

العميل اشترى... لكن هنا يبدأ دورك الحقيقي.
العملاء الأوفياء هم اللي يرجعوا يشترو تاني،
وبيوصوا غيرهم عليك.



هدفك هنا: بناء علاقة طويلة الأمد

أمثلة:

- رسائل متابعة وشكر
- عروض حصرية للعملاء الحاليين
- طلب توصيات وإحالات من العميل

اهتم بالاحتفاظ بالعميل زي ما تهتم بجذبه

لأن العميل المخلص هو كنز حقيقي.

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

صفحة الخلاصة النهائية

🔑 أهم شيء تتعلمه من الدليل ده:

- عميلك بيمر برحلة، مش ضغطة زر.
- لما تقدّم له الرسالة الصح في المرحلة الصح، عملية التحويل بتحصل بسلاسة.
- التسويق الذكي = فهم العميل أولاً، مش الضغط عليه.

🎯 ركّز دائماً: اسأل نفسك... "

العميل ده واقف في أي مرحلة؟" وابدأ من هناك.



دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك، إلى عميل لغيره يرشحك

في نظام U.G.S

بقدمك نظام متكامل، بيشتغل بشكل أوتوماتيك، ويمشي معاك

طول رحلة العميل من غريب، لحد ما يكون عميل وفي

لو حابب تعرف تفاصيل أكثر

وتستثمر في شغلك يا كوتش

تقدر تطلب معاد لمكالمة استشارة مجانية، أشرطك الموضوع ازاي

هيفيدك

ونقرر المناسب لوضعك الحالي وإمكانياتك المتاحة

ابعتلي على واتس آب كلمة

(جلسة مجانية)

وهبعتك التفاصيل

دليلك لفهم رحلة عميلك

من غريب لا يعرفك, إلى عميل لغيره يرشحك

