

Growth Marketing Course – Part 2





المحاضرة الثالثة

مهارات ال Growth Marketing

Growth Marketing Skills

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer
- تحليل وقراءة البيانات
- المهارات التقنية
- سيكولوجيا الطباع
- التجربة المقارنة
- Automation
- تجربة المستخدم وواجهة المستخدم
- تسويق المنتج
- الكتابة
- برامج الولاء

سيتم تناول النقاط التالية في هذه المحاضرة:

- برامج العمولة والتزكية
- نمو معدل التحويل
- تهيئة المواقع لمحركات البحث
- التسويق عبر الایمیل
- إدارة علاقة العملاء
- التسويق الإلكتروني
- الإعلانات الممولة
- استراتيجيات النمو
- الاستحواذ
- شكل فريق ال Growth Marketing
- Case Study

المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية

قراءة الأرقام والتحليل	Growth عقلية ال Marketing	القدرة على التعلم	المهارات التقنية	سيكولوجية الطباع
التجربة المقارنة A/B testing	Automation	UX/UI	تسويق المنتج	الكتابة
برامج التزكية والعمولة	CRO	SEO	الايمل ماركتنج	CRM
برامج الولاء			التسويق الالكتروني	الإعلانات المدفوعة
			استراتيجيات النمو	الاستحواذ

مهارتك
الأصلية

مهارتك
الأصلية

معرفة
عميقة

المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

أهم مهارة يجب أن تحترفها هي مهارة قراءة الأرقام وتحليل البيانات .. كما تكلمنا سابقاً ..
الـ Growth Marketing مبني على الأرقام والبيانات في كل مرحلة ..
عليك أن تكون قادر على:

- فهم ما هي المعايير المهمة ومعناها؟
- استخراج الأرقام والبيانات.
- فهم أساس المشكلة ومتى يكون ذلك الرقم جيد أم لا؟
- تحديد الرقم أو المعيار المثالي.
- العمل على ابتكار حملات لتساعد على نمو أو تحسين الأرقام الحالية.

المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

- أداة Google Analytics

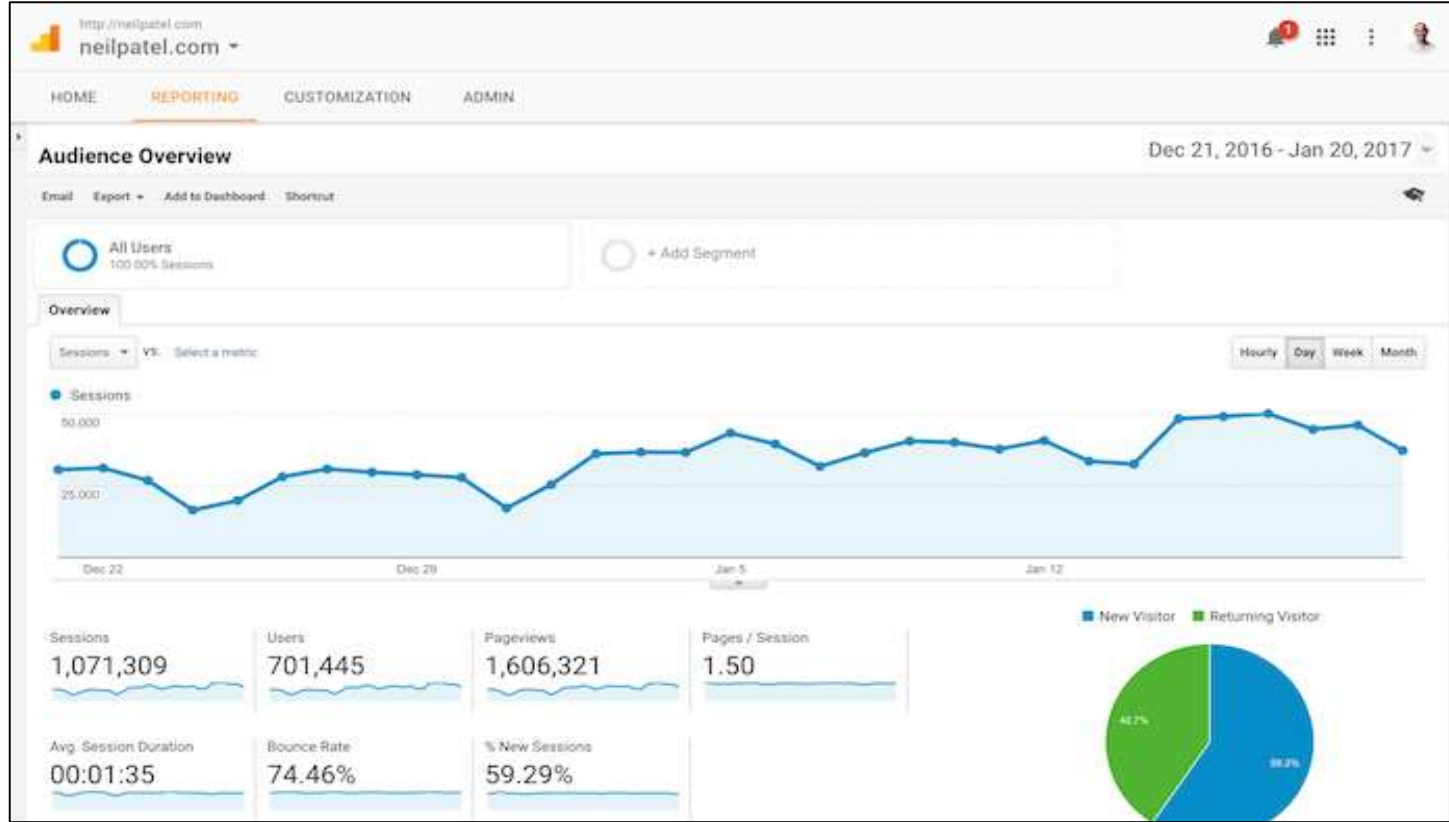
يجب عليك احتراف استخدام أداة جوجل انالتيكس وفهم جميع مزاياه وطرق استخراج المعلومات والبيانات وتحليلها من عليه.



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

أداة Google Analytics



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

- أدوات ال CRM - Customer Relation Management

تستخدم تلك الأدوات لمتابعة أداء عملائك وتقسيمهم لأقسام

وتهيئة كل رسالة تسويقية لهم من خلال الايميل أو ال SMS

أو ال Push notifications

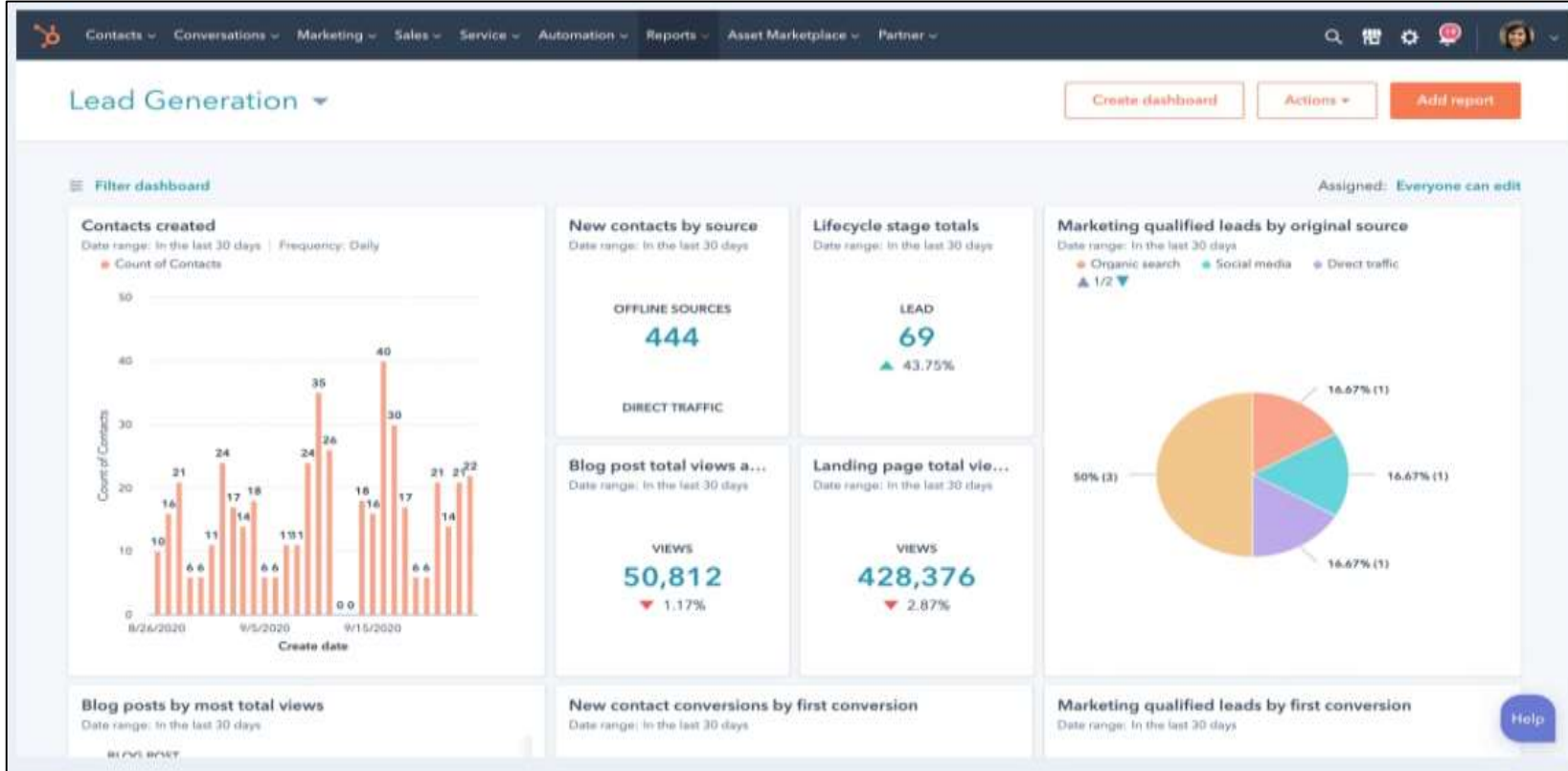
بجانب استخراج بيانات العملاء بناء على أرقام ومعايير مختلفة.



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

- أدوات ال CRM - Customer Relation Management



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

• Microsoft Excel أو Google Sheet

لا يجب عليك احترافه لكن على الأقل أن تتعلم كيفية استخدام المعادلات الآتية:

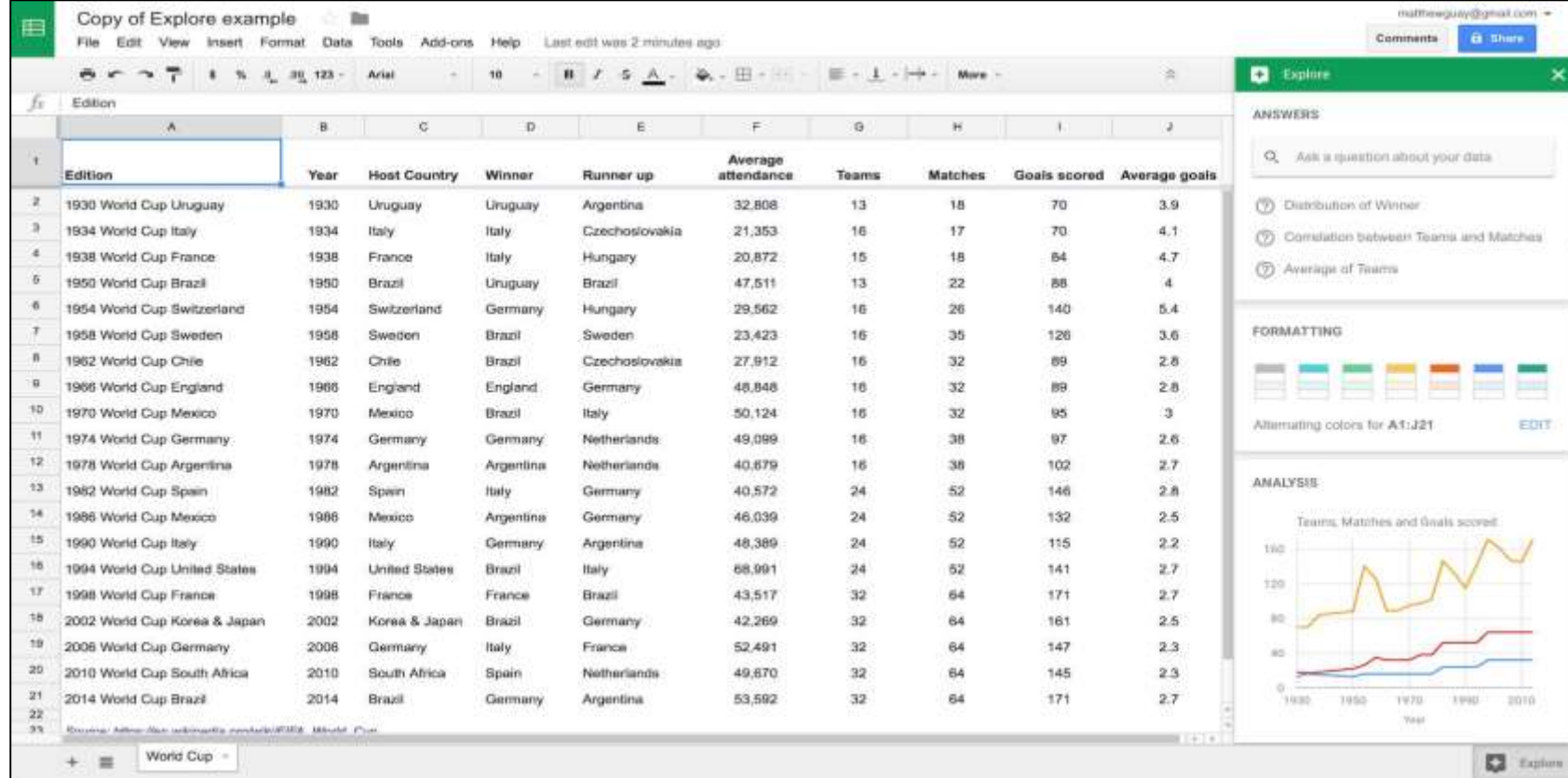
IF -

Flookup -

المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

• Microsoft Excel أو Google Sheet



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

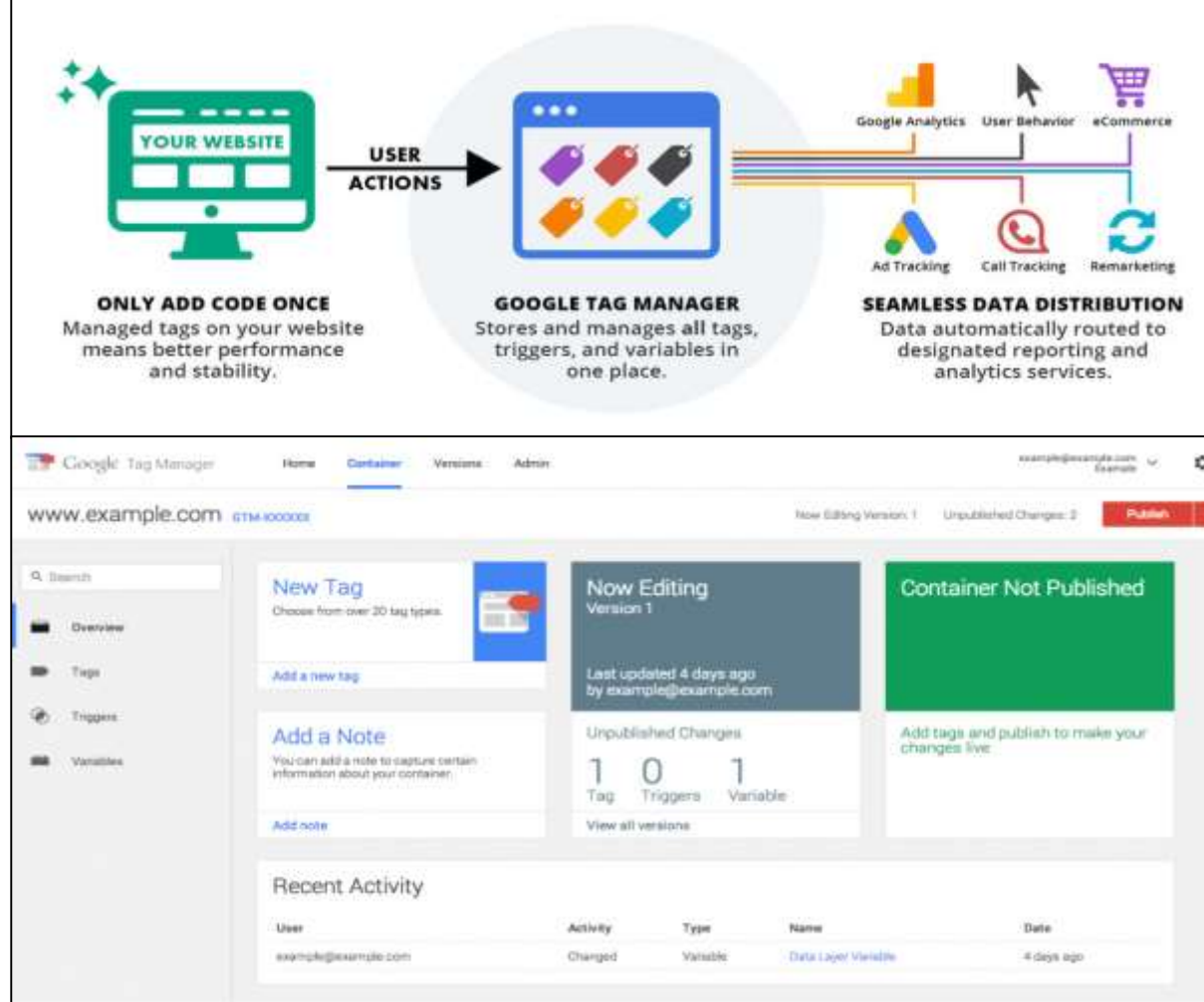
- أداة Google TAG Manager

عليك استخدام هذه الأداة لإضافة أكواد التراكينج ومراقبة تجربة المستخدم واستخراج البيانات على موقعك ..
تعتبر من أسهل الأدوات التي من الممكن استخدامها ومفيدة جداً في تتبع عملائك وأنشطتهم على الموقع
أو التطبيق.

المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

• أداة Google TAG Manager



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

- أداة Google Looker Studio

يمكن استخدام تلك الأداة المجانية لترجمة المعلومات والبيانات لأشكال مفهومة ورسومات بيانية تسهل عليك قراءة وفهم كل رقم.

المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

• أداة Google Looker Studio



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

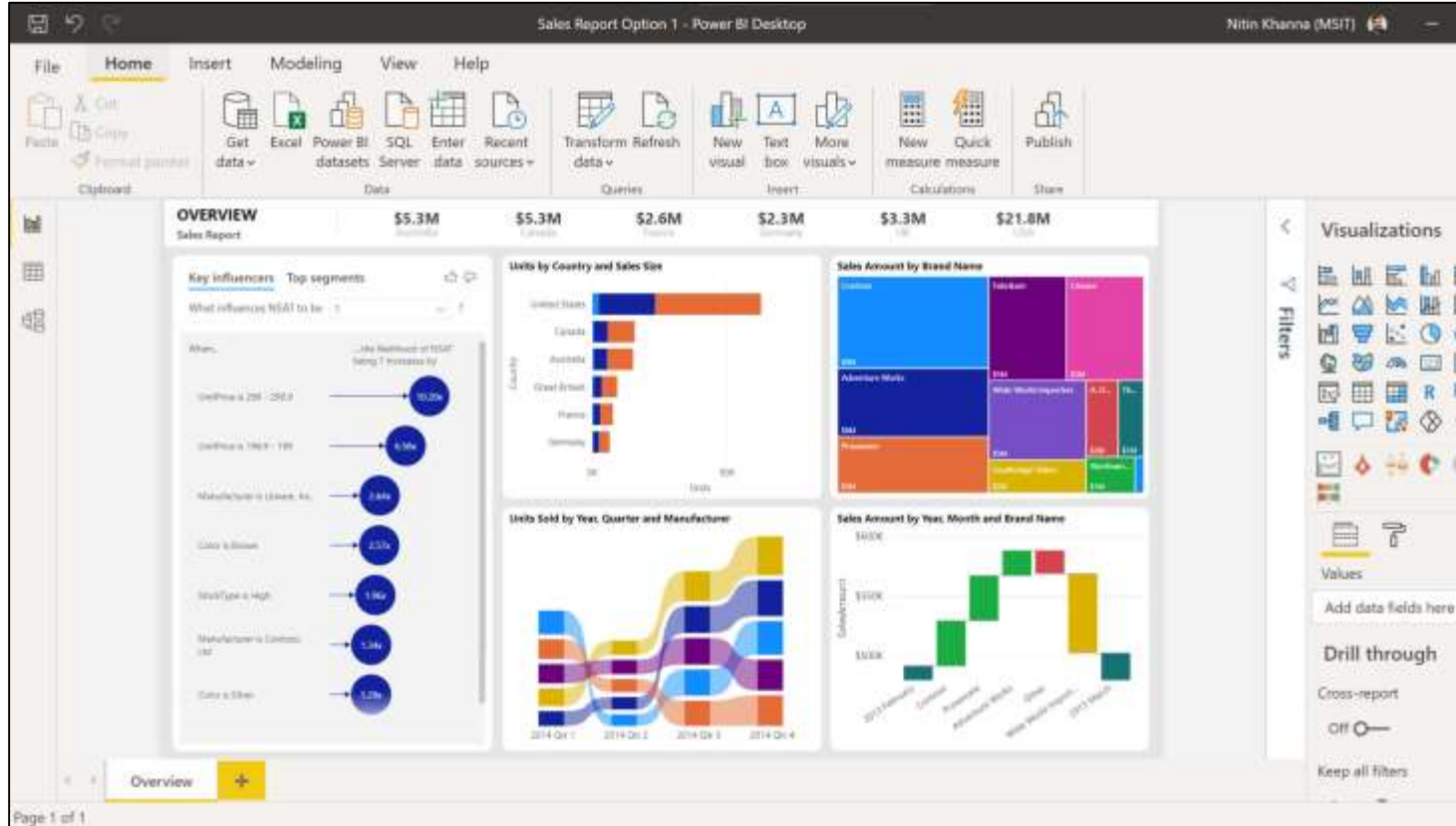
- أداة Power BI

هي عبارة عن أداة يستخدمها العاملين في ال Growth Marketing أو العاملين في مجال تحليل البيانات عموماً .. يتم تصميمها من خلال ال Business Analyst أو ال Data Analyst وهي تساعدك على تحول قاعدة البيانات والأرقام لرسومات بيانية يمكن التعديل عليها لاستخراج أرقام أو معلومات محددة.

المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

• أداة Power BI



المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

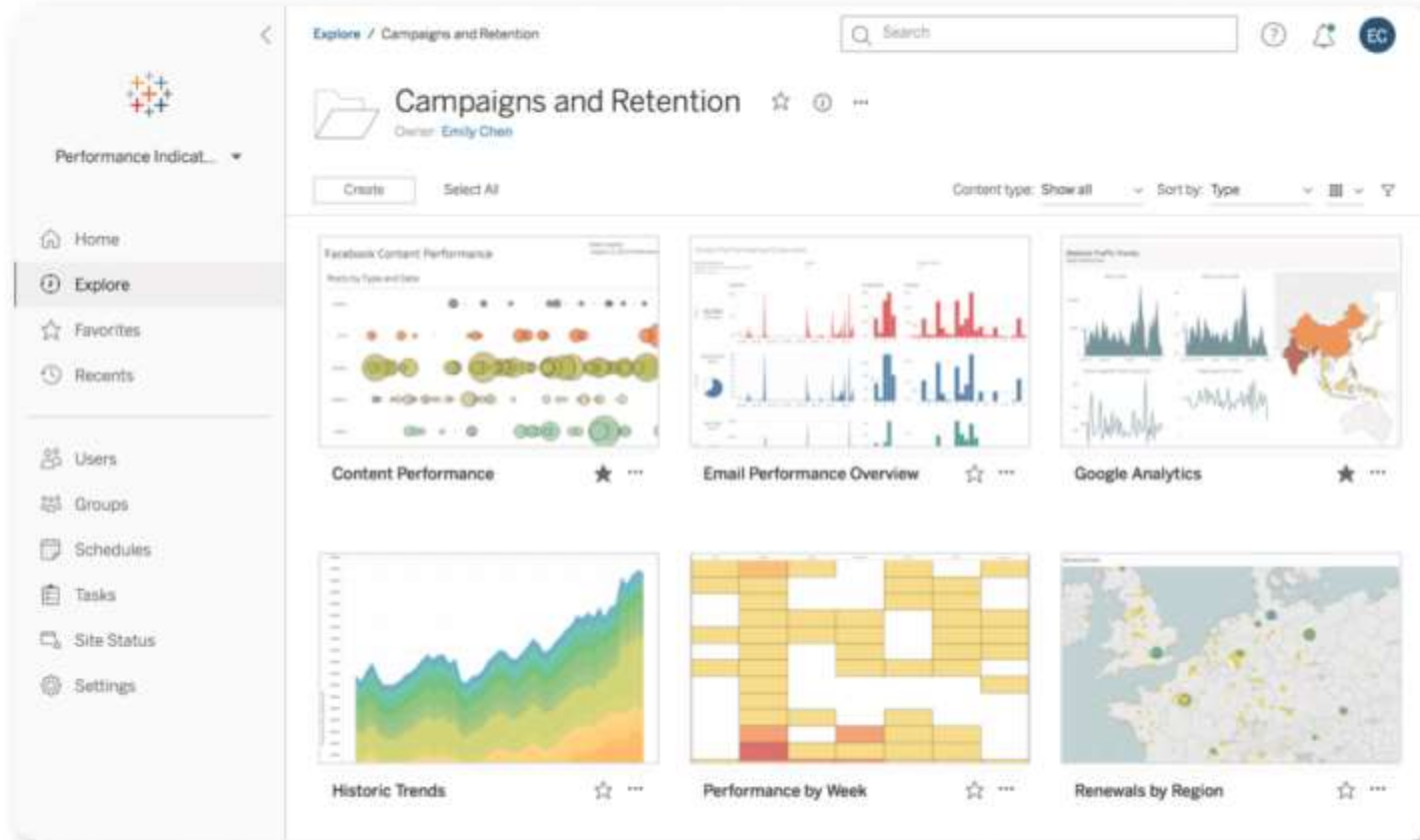
- أداة Tableau

هي عبارة عن أداة يستخدمها العاملين في الـ Growth Marketing أو العاملين في مجال تحليل البيانات عموماً .. يتم تصميمها من خلال الـ Business Analyst أو الـ Data Analyst وهي تساعدك على تحول قاعدة البيانات والأرقام لرسومات بيانية يمكن التعديل عليها لاستخراج أرقام أو معلومات محددة.

المهارة الأولى (تحليل وقراءة البيانات)

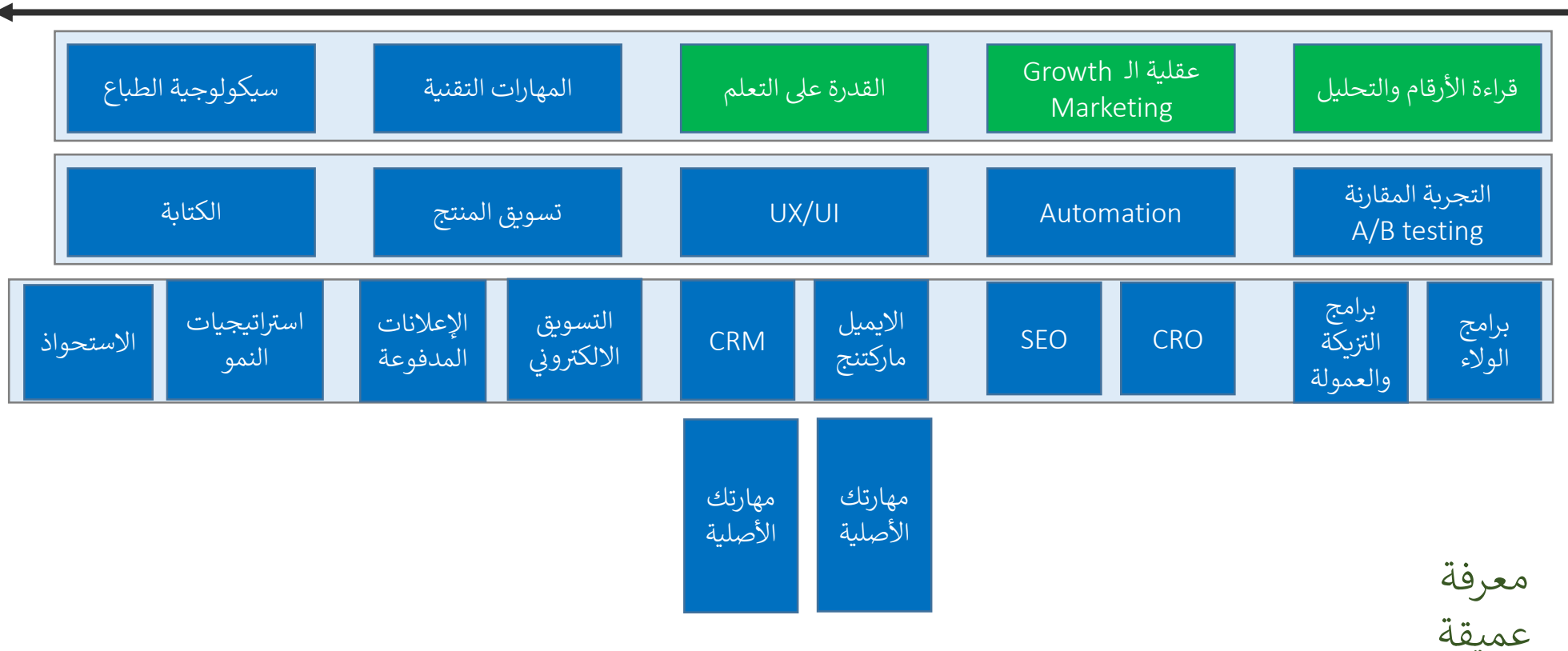
الأدوات التي تساعدك في تلك المهارة:

• أداة Tableau



المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية



المهارة الثانية (المهارات التقنية)

الـ Growth Marketing لا يعتمد فقط على البيانات والتسويق .. عملك في مجال الـ Growth Marketing يحتم عليك أن تكون ملم ببعض الأمور التقنية في البرمجة واستخراج البيانات .. ليس عليك احترافها ولكن على الأقل فهم طريقة كتابة الكود ومعرفة طريقة التعديل للأمور البسيطة.

المهارة الثانية (المهارات التقنية)

أهم اللغات التقنية التي يجب عليك تعلمها:

HTML -

CSS -

SQL -

Python -

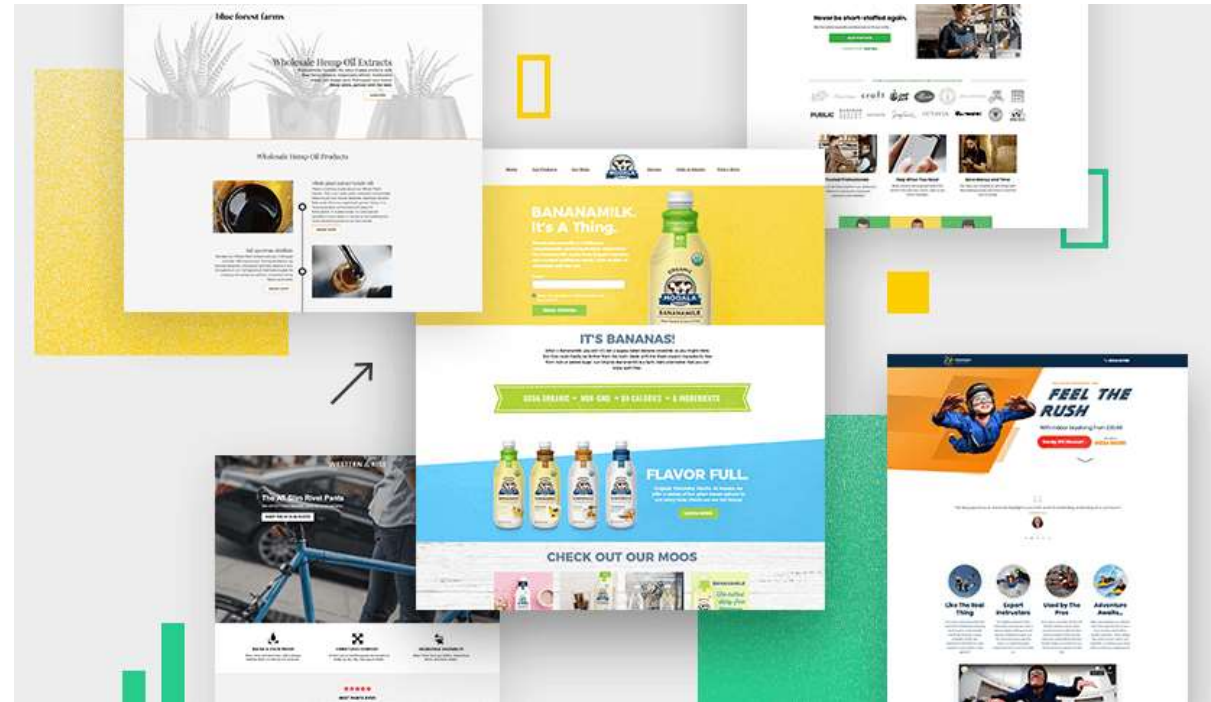
R -

```
30
31 -- Insert rows into table 'Employees'
32 INSERT INTO Employees
33     ([EmployeesId], [Name], [Location])
34 VALUES
35     ( 1, N'Jared', N'Australia'),
36     ( 2, N'Nikita', N'India'),
37     ( 3, N'Tom', N'Germany'),
38     ( 4, N'Jake', N'United States')
39 GO
40
41 -- Query all employee information
42 SELECT e.*
43 FROM dbo.Employees e
44 GO
```

المهارة الثانية (المهارات التقنية)

لماذا يجب عليك تعلم البرمجة بشكل بسيط؟

تصميم صفحات الهبوط وال Landing Pages



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بزنس

المهارة الثانية (المهارات التقنية)

لماذا يجب عليك تعلم البرمجة بشكل بسيط؟

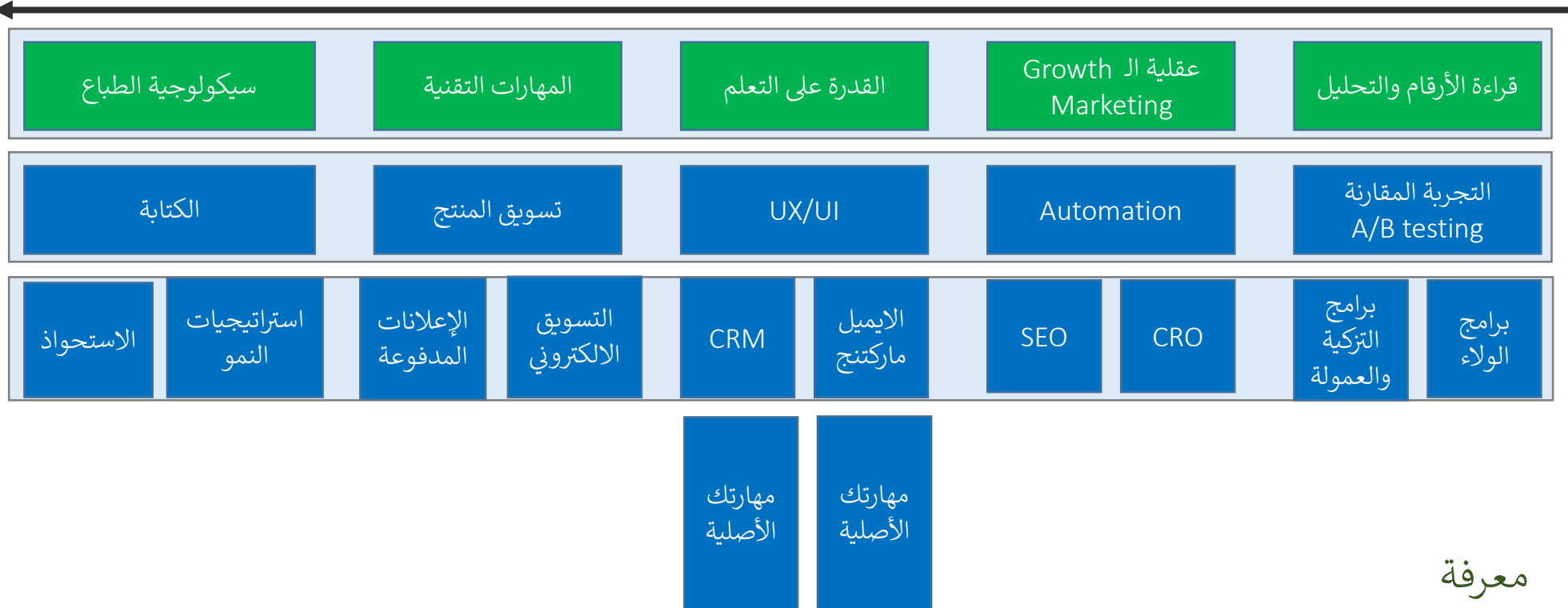
2. استخراج البيانات من المواقع وتصميم Bots سريعة للتبع

واستخراج البيانات من المواقع والتطبيقات المختلفة



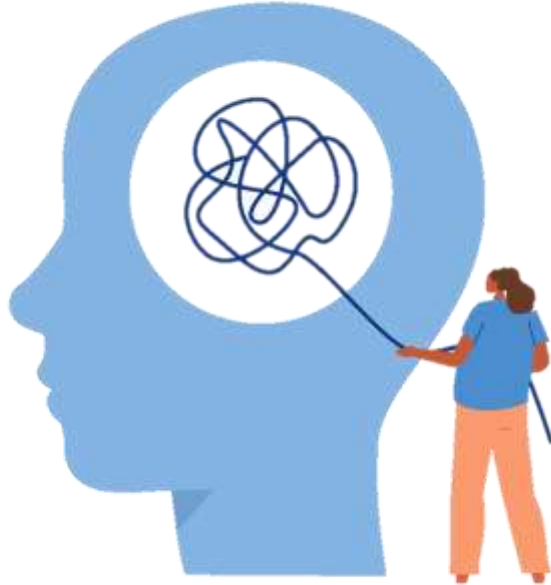
المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية



معرفة
عميقة

المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology



ال Growth Marketing في الأساس هو موجه لبشر "عملاء" لذا يجب عليك أن تدرس وتفهم طريقة تفكير البشر وما يحفزهم للشراء وما يمنعهم من عمل شيء معين في موقعك وكيف أن تكتب رسالة تسويقية معينة تساعد على الإقناع وزيادة النمو والمبيعات.

علم التسويق قائم في الأساس على دراسة طباع العملاء وسيكولوجيا تفكيرهم ..

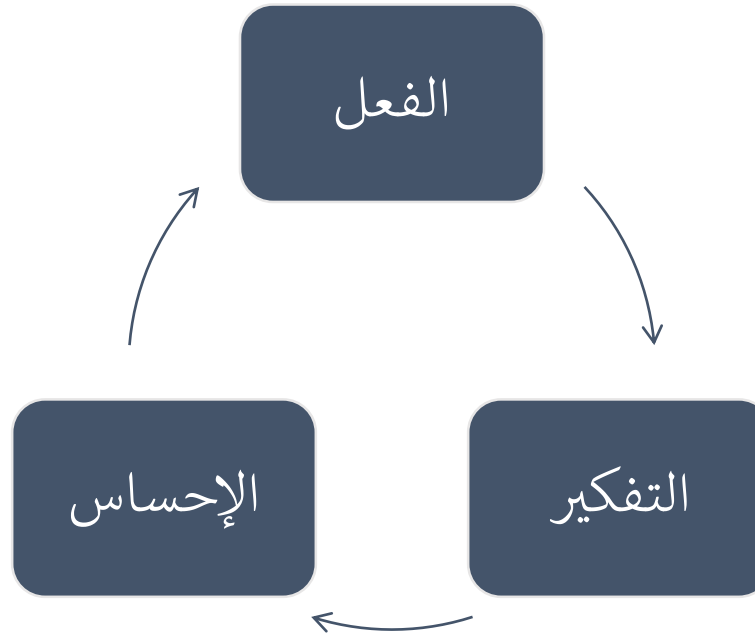
المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

ولمساعدتك على فعل ذلك عليك:

- القيام بمقابلات مختلفة مع الفئة المستهدفة لمعرفة ما يحفزهم وما يريدونه.
- القيام بدراسة مواقع وتطبيقات مختلفة وملاحظة طريقة (الكتابة – التصميم – الصور – العروض – الأقسام – الصفحات) لفهم كيف يتفاعل العملاء مع تلك المواقع.

المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

بالنسبة للبشر.. الفعل يعتبر نتيجة إحساس بشيء معين نتج عن التفكير في فكرة معينة.. في التسويق ..
"إذا استطعت أن تنشئ فكرة أو احتياج معين لدى العميل من الممكن أن تجعله يقوم بفعل معين"



المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

استخدام ال Behavioral Psychology في كتابة المحتوى:

1. ابدأ بمشكلة يعاني منها عميلك.
2. اذكر اسم منتجك كحل للمشكلة المذكورة.
3. قم بشرح كيف يحل منتجك تلك المشكلة.
4. اذكر مزايا منتجك الرئيسية والتي تميزه عن منتجات المنافسين.
5. اضع CTA سواء بترك تعليق أو إرسال رسالة أو زيارة صفحة المنتج على موقعك لتشجيع عميلك على عمل طلب شراء.

المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

استخدام ال Behavioral Psychology في كتابة المحتوى:

Odiggo
Sponsored

Last chance, Hurry up and buy 3 Tires and Get the Fourth For Free
Use Promocode: H54
Order comfortably and the Tires will come to you.
Odigo also made it easy for you and saved you:
Shipping to all provinces
3 months warranty against industry defects.
Different and secure payment methods.
Customer service all weekdays 24 hours.
You can order now here: <https://www.odiggo.com/eg/tire>

خصومات الصيف
التون فريدا

خصم 30%
على جميع الإطارات
بروموكود: AT30

odiggo

? جيت تنزل ولاقيت التيشيرت اللي محتاجة لسه على الحبل
👉 خلاص مش متأخر على خروجك، ثاني

👉 إن شعاعة تجفيف الملابس والأحذية تنتشف اللبس والأحذية المغسولة في ثواني
👉 متعلق عليها كل أنواع اللبس
👉 فيها خاصية التعقيم ومنتقل البكتيريا والجراثيم
👉 أمتة تماماً على كل أنواع الأقمشة والجلود
👉 يشتغل بالكهرباء
👉 بتوفرلك 3 درجات حرارة عشان تختار المناسب
👉 قابلة للطي وتتاخد في سفركك بسهولة

👉 يلا الحق اشترىها بخصم كبير من خلال اللينك
<https://lp.dealzanja.com/clothes-and-shoes-drying-rack>

بيتك محتاج شوية بهجة وألوان أكثر تخلي فيه فرجة وتبسط أطفالك؟
جيتال الحل إلى يخلي بيتك كأنه جنة، مع كشف سبوت ليد 16 لون بالريموت
بيشتغل تحت الماء فتقدر تحطه في الفارة أو حمام السباحة أو البانيو وتخلي لونهم مختلف ومبهج
الكشاف كمان بيشتغل بالريموت فتتحكم فيه عن بعد بدون ما تتعب نفسك، وكمان وزنه خفيف وحجمه صغير
فهتأخذه معاك في أي مكان لو مسافر أو طالع مصيف
كمان هتقدر تثبته على أي حيطه لأنه مزود بمغناطيس لسهولة تثبيته في أي مكان، من غير ما يقع
يلا دوس واشتره حالا من خلال اللينك
<https://lp.dealzanja.com/portable-led-rainbow-shower-pod>

المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

مثال لفديو

<https://drive.google.com/file/d/1jdmMwh7GG6jiEPbdSHNUtYBm5KejWFEw/view>

كتابة على
الفيديو لشرح
تفاصيل
المنتج



مشاهد
منفصلة تشرح
استخدام
المنتج

السعر أو نسبة
الخصم

تفاصيل عن
المنتج



اسم
المنتج

صورة
للمنتج

المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

أفكار ال Behavioral Psychology في كتابة العروض التسويقية:

- استراتيجية التبادل:

وهي تقديم شيء بالمجان لمساعدة العميل في التفكير بأن تلك الصفقة جيدة له
مثال: (شحن مجاني – خصم 5% - كاش باك – تجربة مجانية – استرجاع مجاني).



المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

أفكار ال Behavioral Psychology في كتابة العروض التسويقية:

- استراتيجية الأرقام:

وهي استخدام احصائية أو إثبات بعدد مستخدمين المنتج أو الموقع وذلك لإقناع العملاء بأنهم يحصلون على عرض مميز.



المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

أفكار ال Behavioral Psychology في كتابة العروض التسويقية:

- استراتيجية الإيجابية:

وهي الاعتماد على توصيل رسالة تسويقية إيجابية لما يمكن أن تحصل عليه بعد تحميل التطبيق أو الموقع وإبراز الاحساس الإيجابي بعد الحصول على تلك الميزة من منتجك أو موقعك.



المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

أفكار ال Behavioral Psychology في كتابة العروض التسويقية:

- استراتيجية ال FOMO:

وهي Fear of Missing Out أو الخوف من الخسارة وتعتمد بشكل كبير على تقديم عرض لفترة معينة بكمية محدودة .. ذلك يخلق إحساس بالخوف لدى العملاء من فوات تلك الفرصة مما يشجعهم على الحصول على هذا العرض في أسرع وقت
(عداد للقطع الباقية - Counter)

⚡ Limited-time offer! Sale ends in

00 Days 23 Hours 45 Minutes 47 Seconds

Shop now

المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

أفكار ال Behavioral Psychology في كتابة العروض التسويقية:

- استراتيجية المقارنة:

وهي الاعتماد على مقارنة العملاء بالعملاء الآخرين وتشجيعهم على استخدام الموقع أو المنتج قبل الآخرين لأفضلية معينة ولمساعدتهم على الفخر.



المهارة الثالثة (سيكولوجيا الطباع) Behavioral Psychology

أفكار ال Behavioral Psychology في كتابة العروض التسويقية:

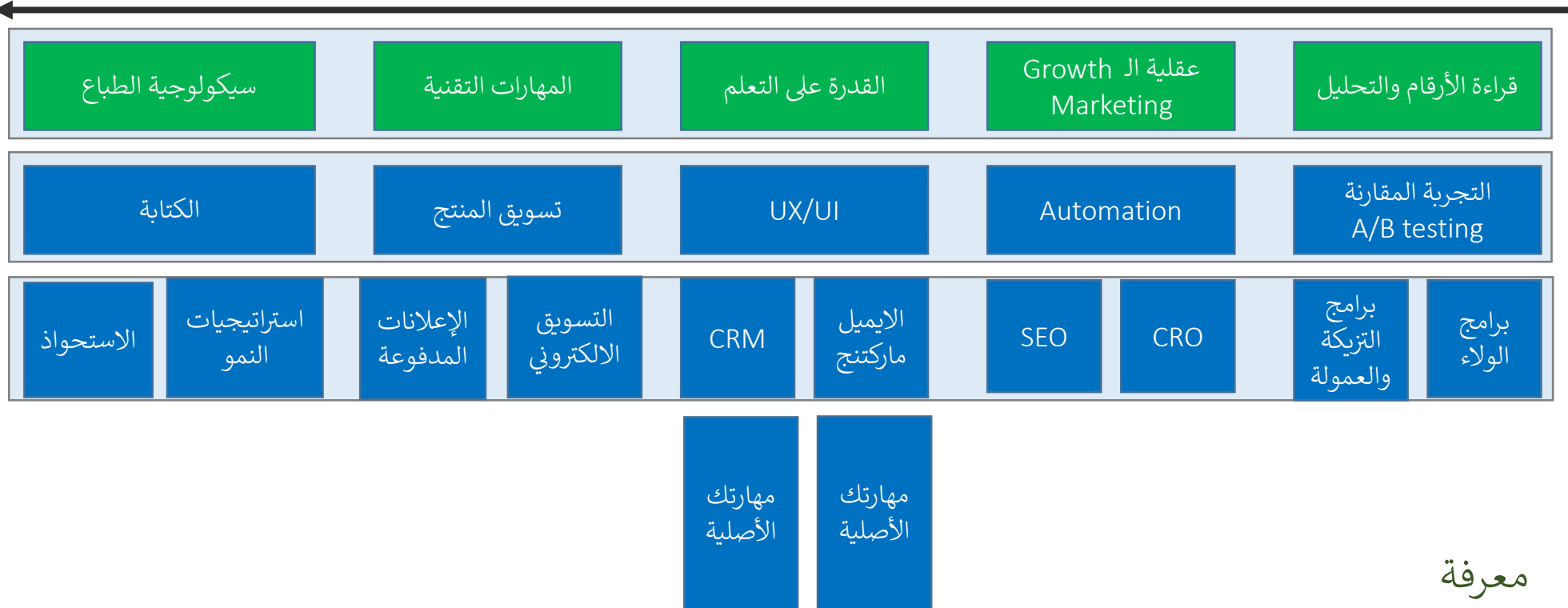
- استراتيجية السؤال؟:

استخدام علامة الاستفهام بشكل مستمر في المحتوى التسويقي .. حيث أثبتت الدراسات أن استخدام "؟" في المحتوى يساعد على زيادة اهتمام القارئ بنسبة 80%.



المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية



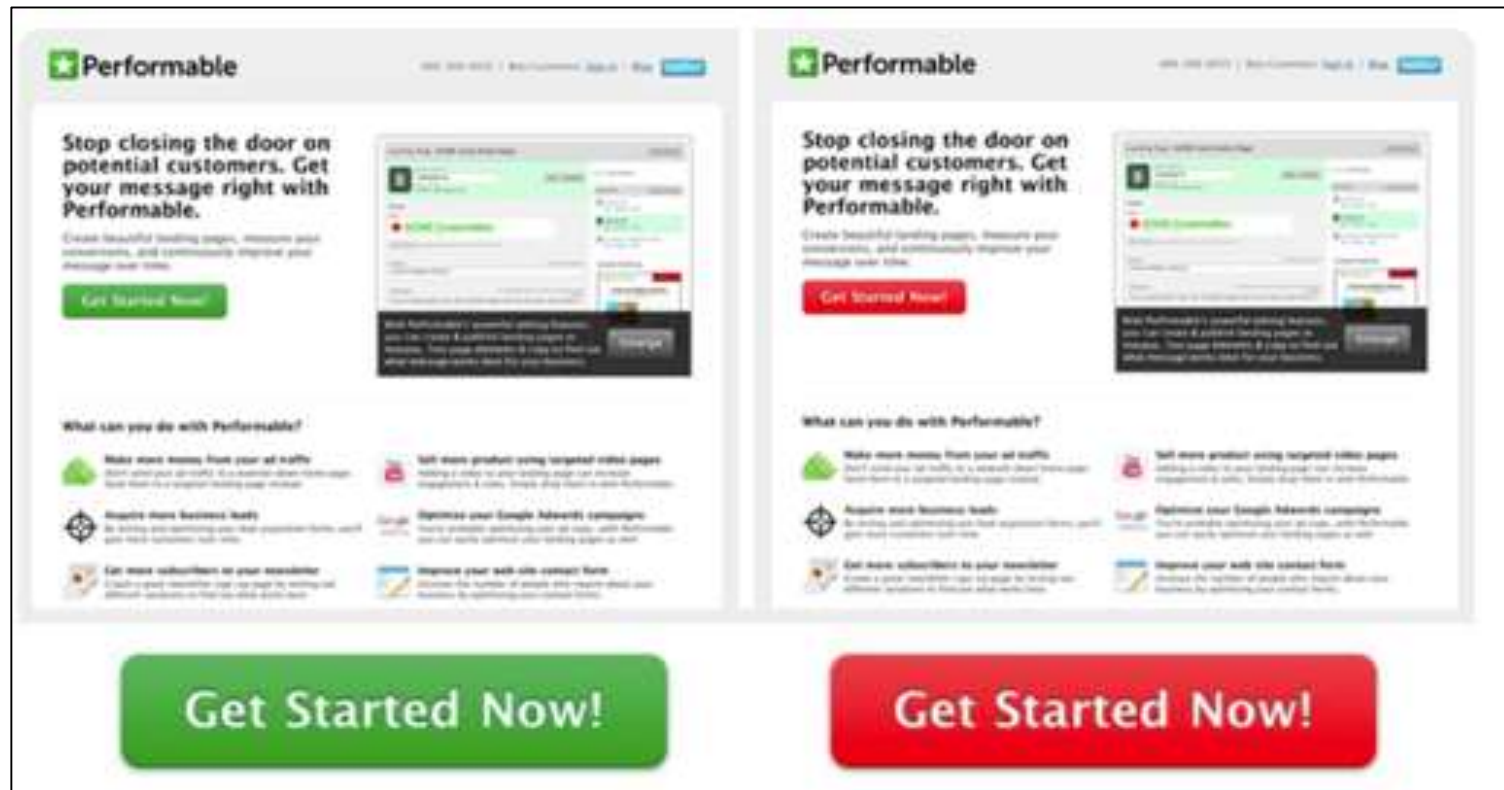
معرفة
عميقة

المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

تجربة المقارنة هي اختبار وتجربة نسختين أو أكثر من العوامل المؤثرة في الحملة التسويقية مثل (تصميم الموقع، الألوان، العناوين، الخ) وذلك بتثبيت عامل وتغيير العامل الآخر مثل: تجربة تأثير تغيير عنوان الصفحة مع تثبيت حجم العنوان ولونه).

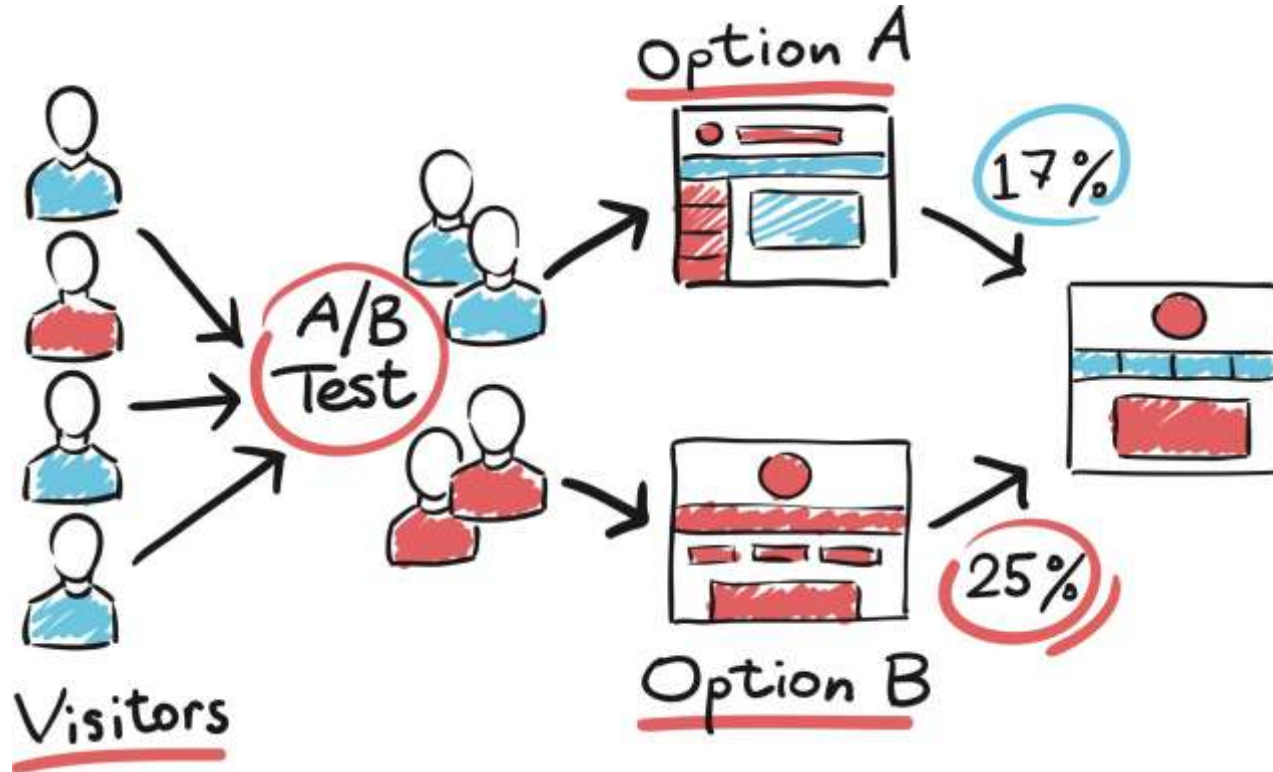
المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

في اختبار سابق .. تم إثبات أن بعد تغير لون الزر للون الأحمر زادت نسبة النقر عليه 35%



المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

تجربة المقارنة الناجحة يجب أن تعتمد على العديد من الاختبارات لمختلف العناصر للوصول لأحسن النتائج.

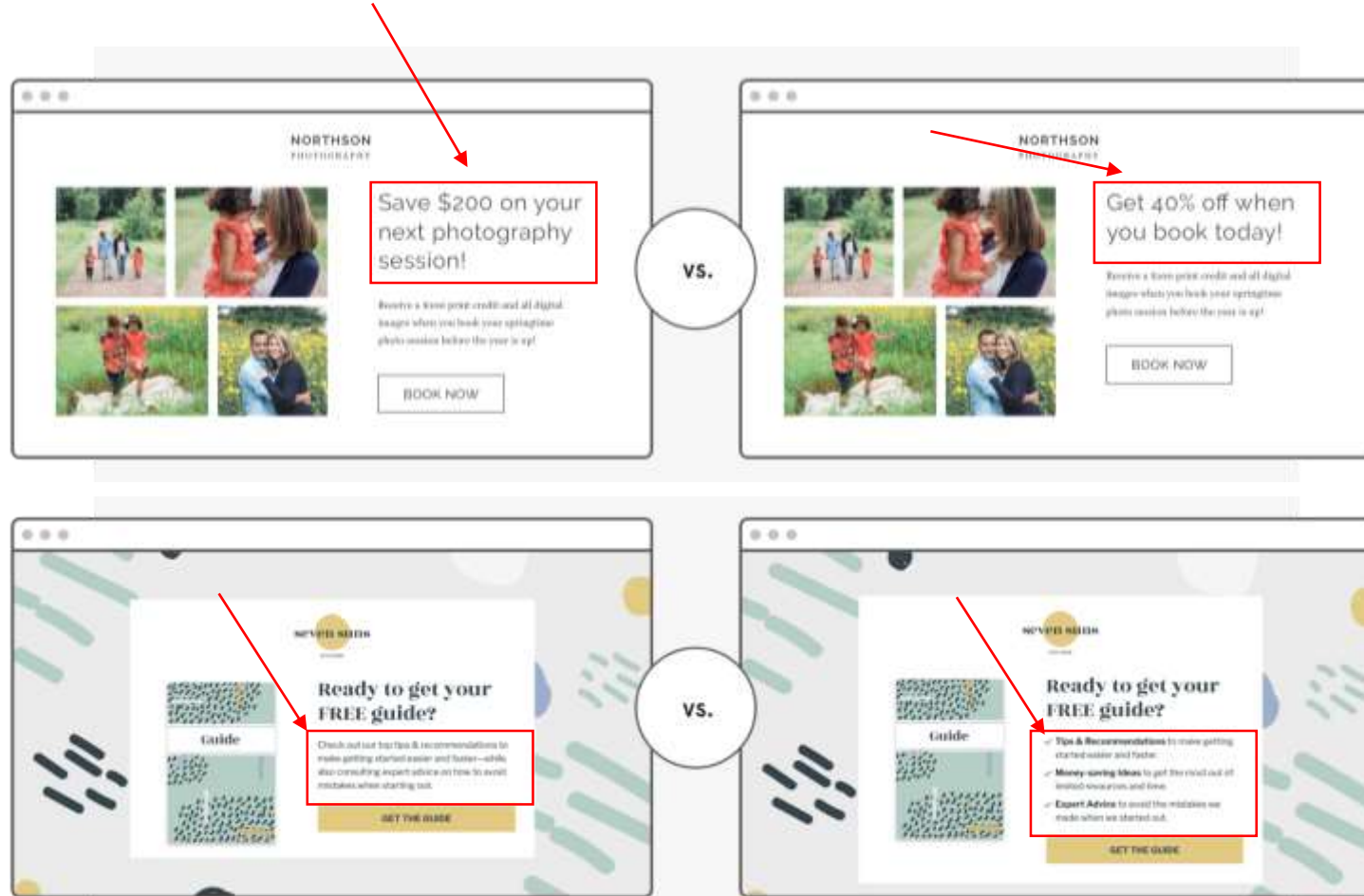


المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟
• العناوين والمحتوى:

أول شيء يراه العميل في الصفحة أو الموقع هو العنوان .. تغير العنوان وطريقة كتابته من الممكن أن تساهم في زيادة وقت العميل على الصفحة ومساعدته على تقبل ما تقدمه بالتالي القيام بعملية شراء .. بجانب أن المحتوى الداخلي مهم جداً من ناحية استخدام كلمات ومصطلحات معينة من الممكن أن تساعد العميل على اتخاذ قرار الشراء بشكل أسرع.

المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing



المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟

- زر Call To Action - CTA:

أهم زر في الصفحة مثل زر "اشترِ الآن – اضع إلى سلة التسويق" وهو أهم ما ينقر عليه العميل في موقعك .. كل محتويات الموقع أو الصفحة يجب أن يكون هدفها إقناع العميل بالنقر على هذا الزر ..



المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟
من الممكن أن تختبر تغير الآتي:

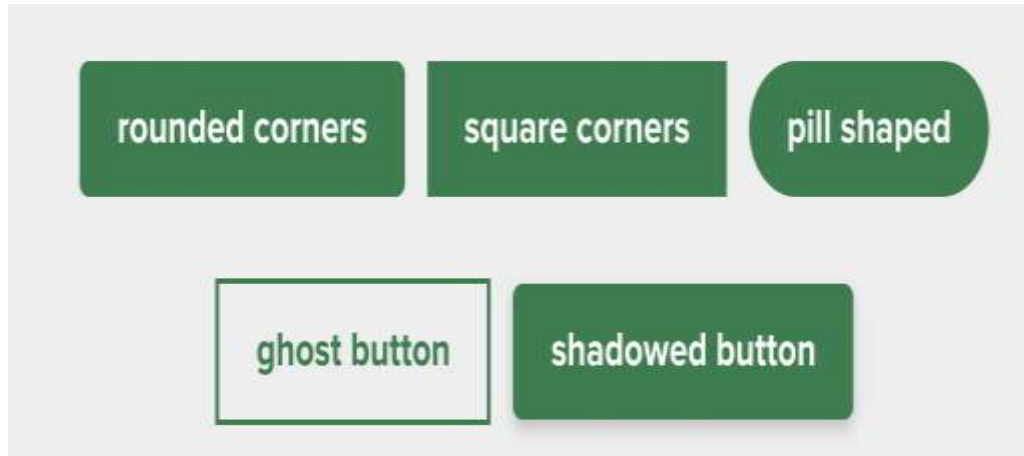
1. المقاس

2. المكان

3. اللون

4. الشكل

5. لون الخط

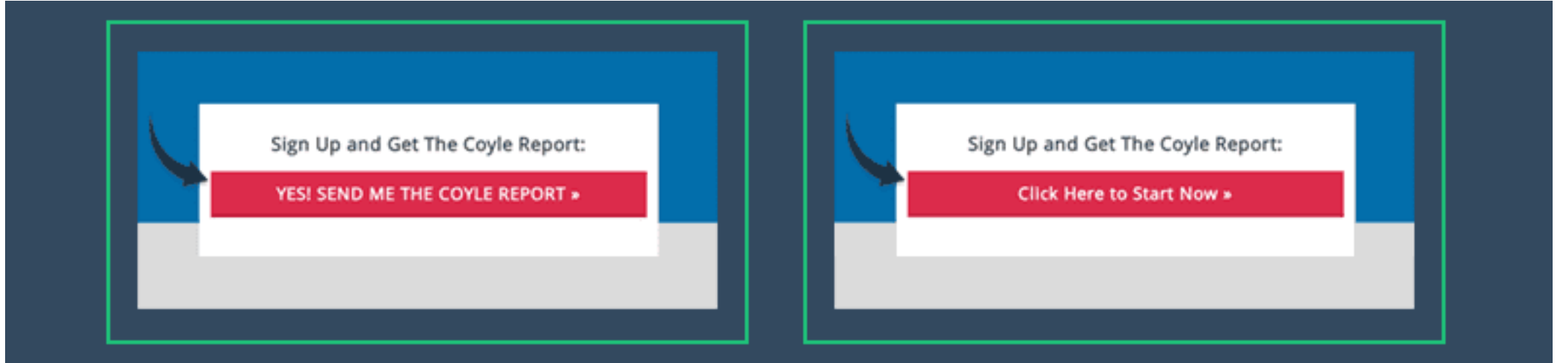


المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟

- زر Call To Action - CTA:

أي من الاثنين ساعد في زيادة نسبة النقر عليه بأكثر من 200% ؟



المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟

- تصميم وحجم الصفحة:

تصميم الصفحة أو الموقع وحجم الأقسام من المعايير الأساسية في تحديد تفاعل العميل مع موقعك بشكل سلس وبدون زيادة أو نقصان في المحتوى.



المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟

- تصميم وحجم الصفحة:



المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟

تصميم وحجم الصفحة:

ما الأفضل؟



المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟

- الصور والفيديو:

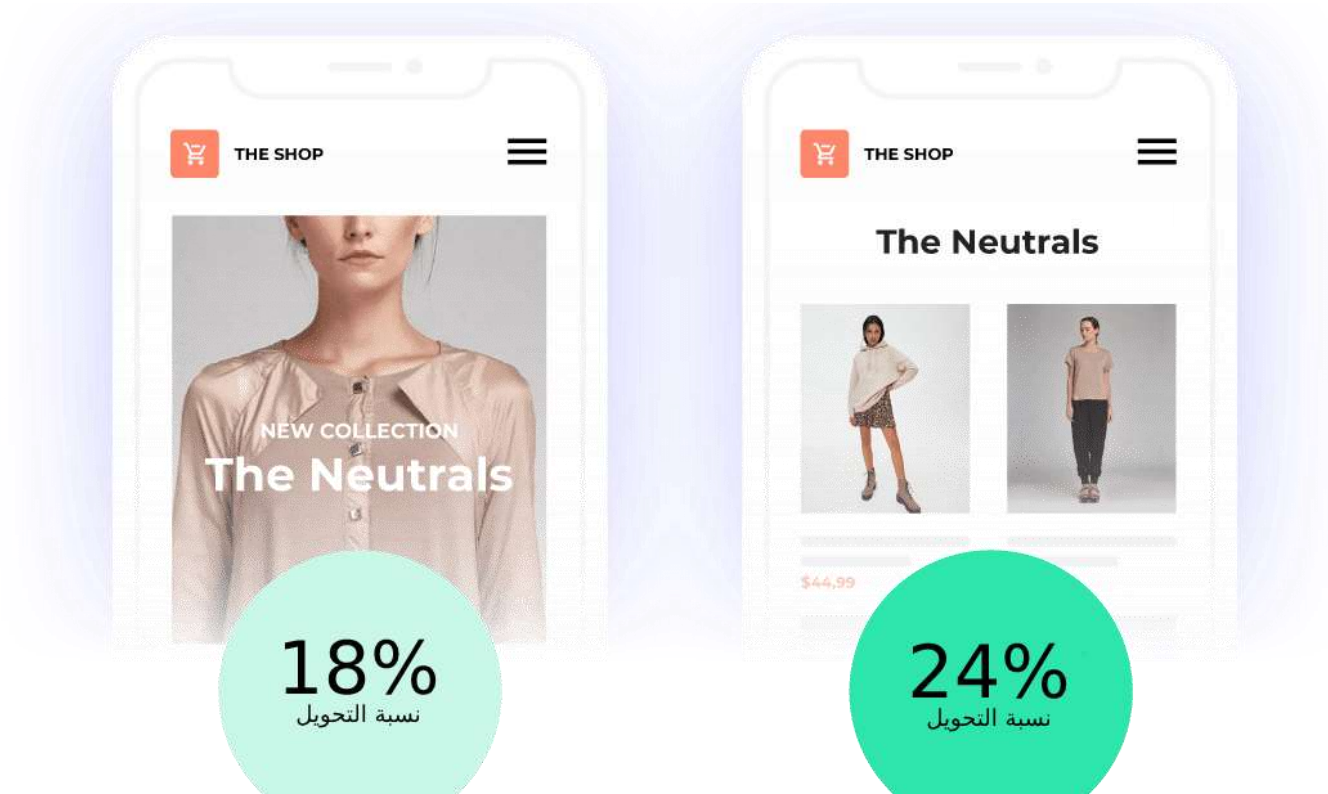
الصور والفيديو المستخدمة في التطبيق أو الموقع من أهم العناصر التي من الممكن أن تؤثر على قرار العميل باتخاذ فعل معين .. مكان الصور وترتيبها .. ألوان وطريقة العرض من الممكن أن تساعد على زيادة نسبة التفاعل من عميلك.

- تقييم العملاء

- وصف المنتج

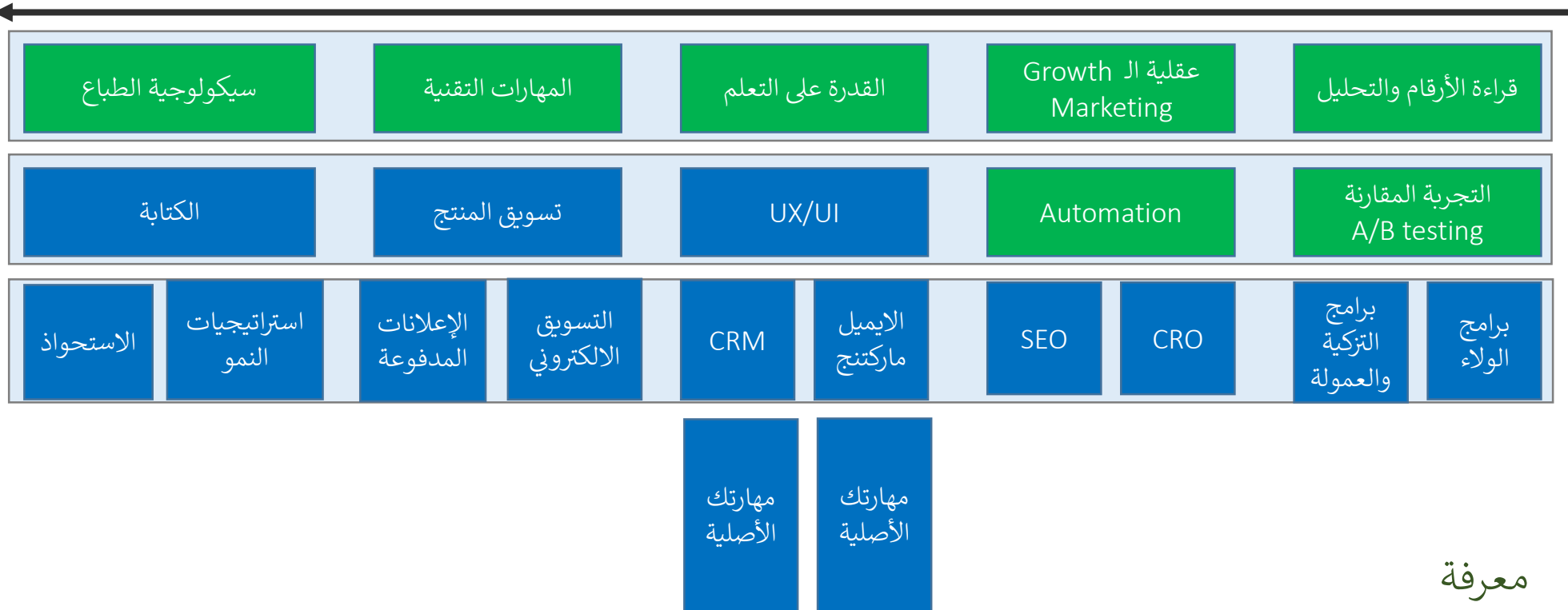
المهارة الرابعة (التجربة المقارنة) A/B Testing

ما هي العناصر التي من الممكن أن تختبرها؟
الصور والفيديو:



المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية

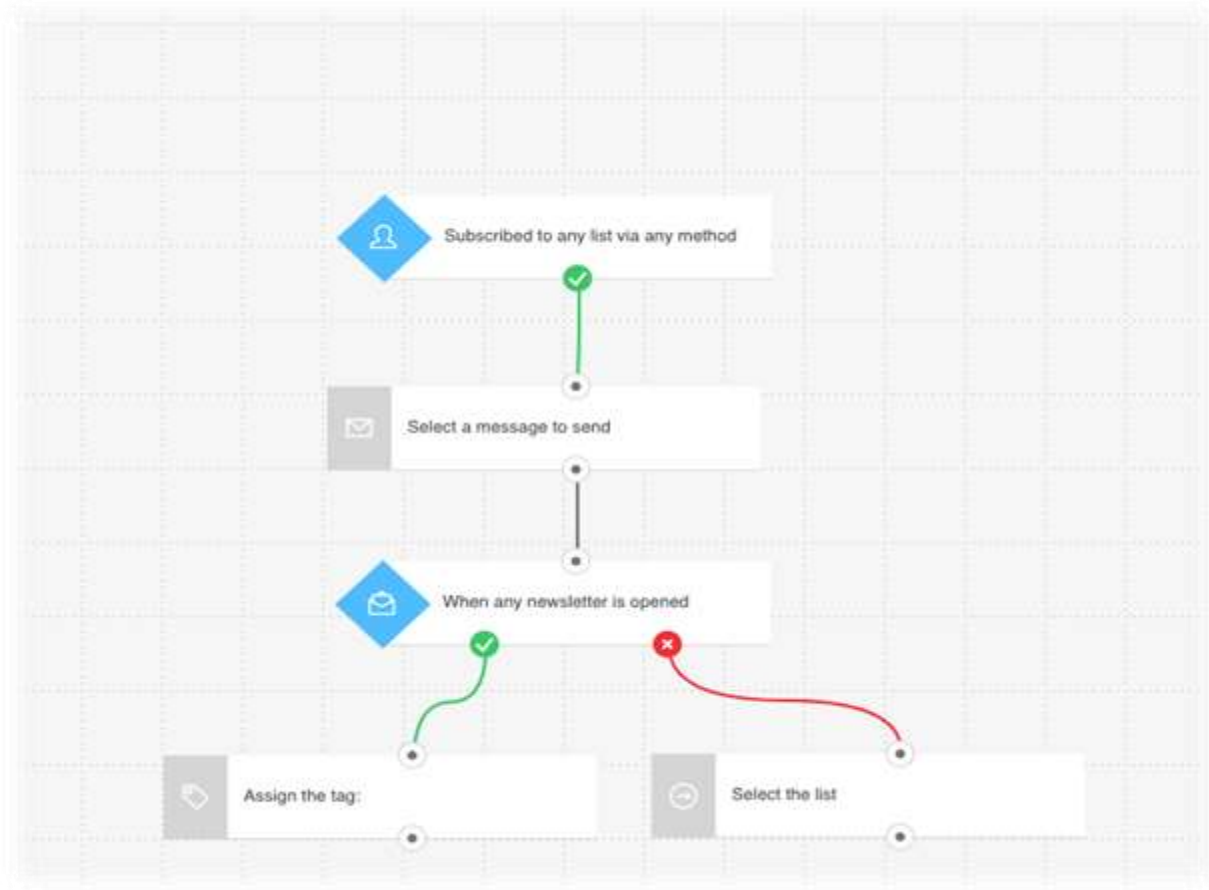


معرفة
عميقة

المهارة الخامسة Automation

Growth Marketing تعنى أن تختبر الكثير من الأمور في أقل وقت .. وطريقة العمل العادية "اليدوية" ليست كافية .. ولذلك من أهم المهارات التي يجب أن تحترفها هي استخدام أدوات ال Automation لتسهيل وتسريع تجاربك وحملاتك التسويقية وتوفير الوقت والمجهود للتركيز على أهداف أخرى.

المهارة الخامسة Automation



أشهر أدوات ال Automation:

- GetResponse
- Zapier
- Phantom Buster
- Later
- Hootsuite

المهارة الخامسة Automation

استخدام أداة Zapier في التسويق

تعتبر أداة Zapier من أقوى أدوات الـ Automation التي يمكن استخدامها لربط المنصات والمواقع المختلفة .. حيث أنها تساعدك على توفير المجهود والوقت باستخدامها كأداة للتحكم في شكل خريطة التواصل مع عملائك على مختلف المنصات بدون أي تدخل من طرفك.

المهارة الخامسة Automation

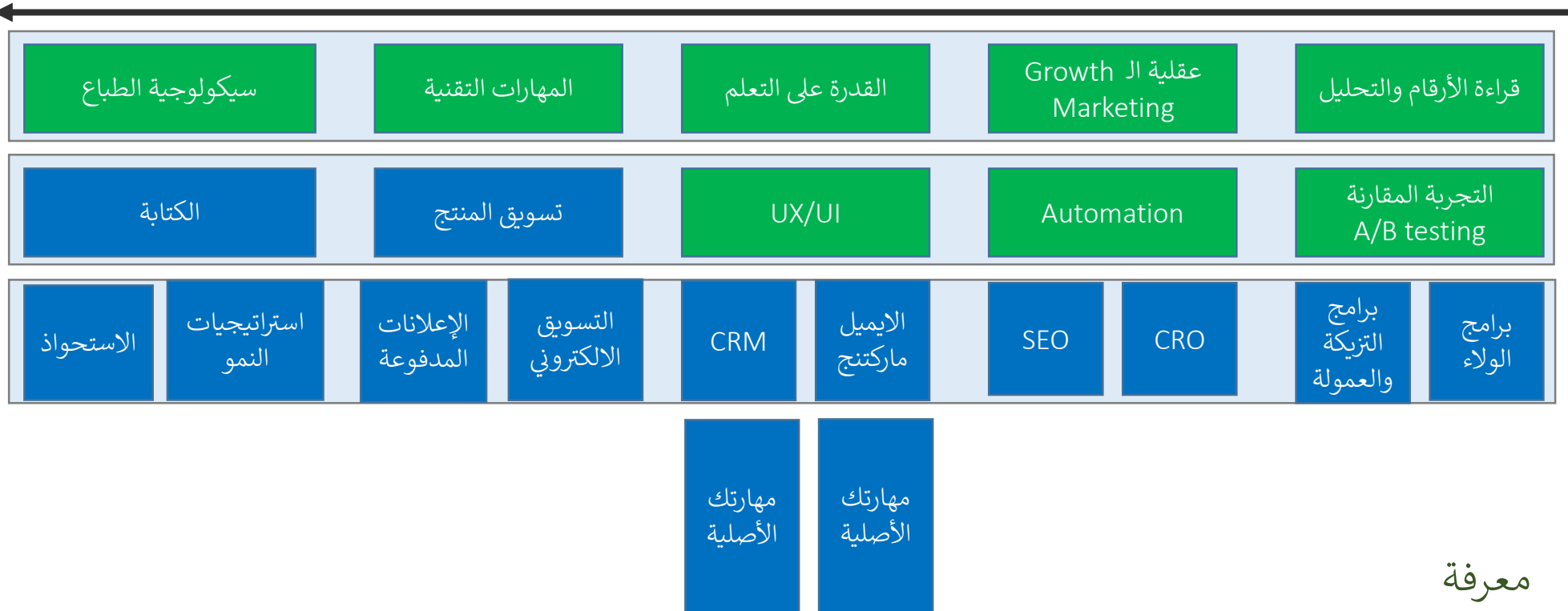
استخدام أداة Zapier في التسويق
مثال:



الحصول على عميل محتمل من "فيسبوك" ← إرسال
العميل إلى أداة "Mailchimp" ← إرسال ايميل ترحيب
للعميل ← إرسال رسالة على "واتساب" للعميل
توزيع أرقام العميل والايميل في ملف أكسل ← إرسال
بيانات العميل منفصلة إلى "Hubspot"

المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية



معرفة
عميقة

المهارة السادسة (تجربة المستخدم وواجهة المستخدم) UI/UX

كما نعرف أن الـ Growth Marketing يركز في الأساس على سيكولوجيا العميل والفئة المستهدفة ..
لذلك فهم وتوفير تجربة مستخدم لسلسلة للعميل هي من العوامل الأساسية في نمو الأرقام والمعايير في
خطتك التسويقية..

المهارة السادسة (تجربة المستخدم وواجهة المستخدم) UI/UX

تجربة المستخدم (User Experience) واختصارها UX:

هي كيفية تعامل عميلك مع موقعك وكيف يستخدم صفحاته ويتفاعل معها وهل تجربته لموقعك سهلة لأي شخص أم يجب تعليمه بعض الأمور حتى يستخدم موقعك ويصل إلى هدفه بأقل جهد ممكن؟

واجهة المستخدم (User Interface) واختصارها UI:

هي شكل الموقع، تصميمه، ألوانه، أحجام أقسامه وأزراره.



استخدام تجربة المستخدم User Experience في ال Growth Marketing

تشمل تجربة المستخدم تهيئة الموقع أو التطبيق وبنائه بشكل شبيه بالتطبيقات الأخرى التي يستخدمها عميلك .. بحيث يكون سهل عليه الوصول لمنتجات أو صفحات معينة.

استخدام تجربة المستخدم User Experience في ال Growth Marketing

مثال:



دراسة تجربة المستخدم تخبرنا أن المستخدم عندما يريد أن يبحث عن شئ بداخل الموقع فهو يذهب لشريط البحث بأعلى الصفحة .. في حالة أن شريط البحث في أسفل الصفحة فذلك عكس مبادئ تجربة المستخدم وسوف يسبب مشاكل لعميلك ويقدم تجربة سيئة له.

استخدام تجربة المستخدم Growth Marketing في ال User Experience



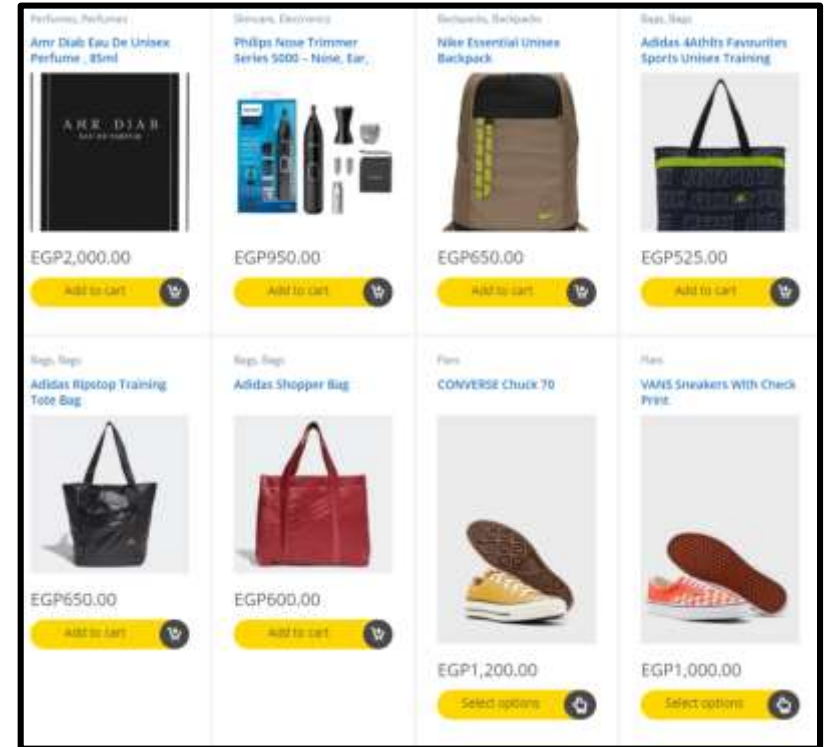
التصفح بخاصية
الصفحات



التصفح بخاصية
Infinity Scroll



التصفح بخاصية
التحميل



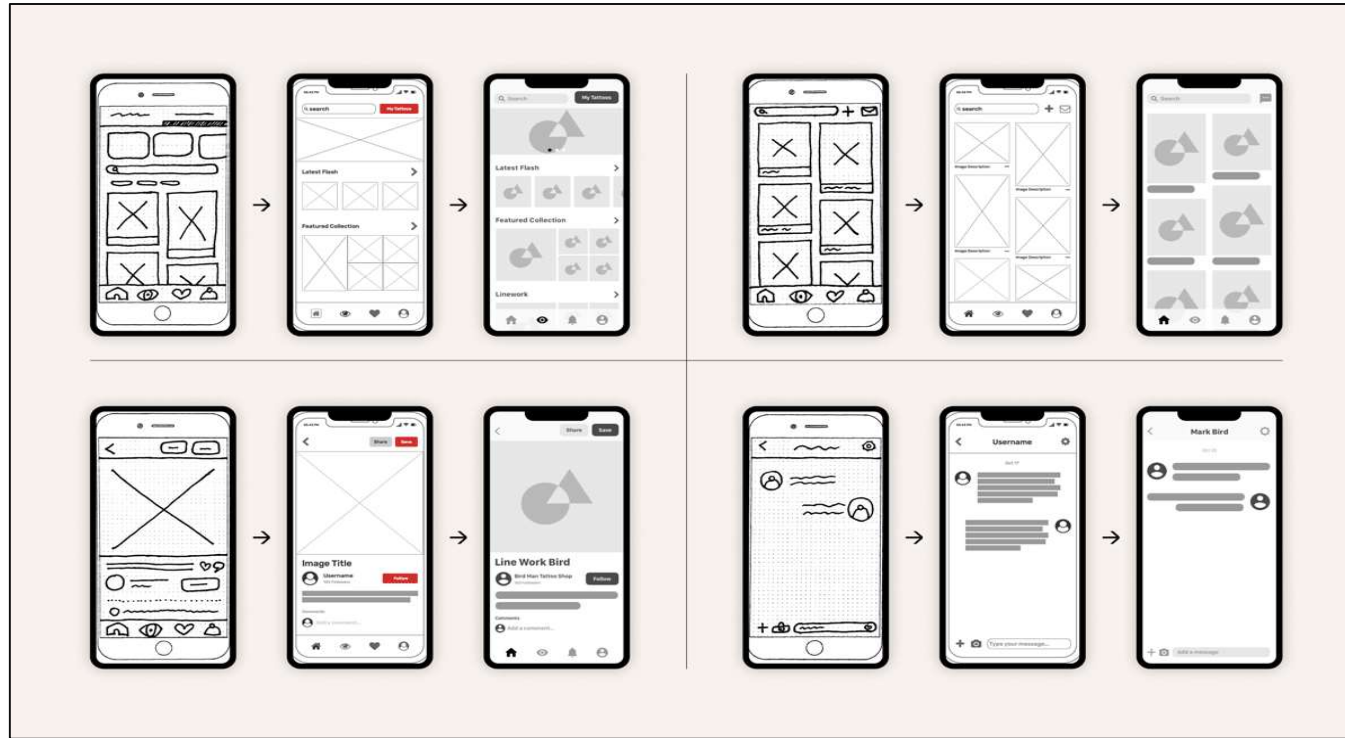
استخدام تجربة المستخدم User Experience في ال Growth Marketing

ما هو ال Wireframing في التجربة المستخدم؟

هو أساس تصميم الصفحة أو التطبيق .. بناء على ال Wireframe يتم بناء واجهة المستخدم .. هي خلاصة ترجمة فهمك لتجربة المستخدم للعميل في شكل "مربعات مفرغة" ترسم وتشكل شكل الصفحة النهائي .. بجانب أنها ترسم رحلة العميل داخل التطبيق أو الموقع من خلال ربط الصفحات ببعضها وتحديد ترتيب الصفحات وكيف سيتم توجيه العميل عند الضغط على صورة أو رابط معين داخل التطبيق أو الموقع؟

استخدام تجربة المستخدم Growth Marketing في ال User Experience

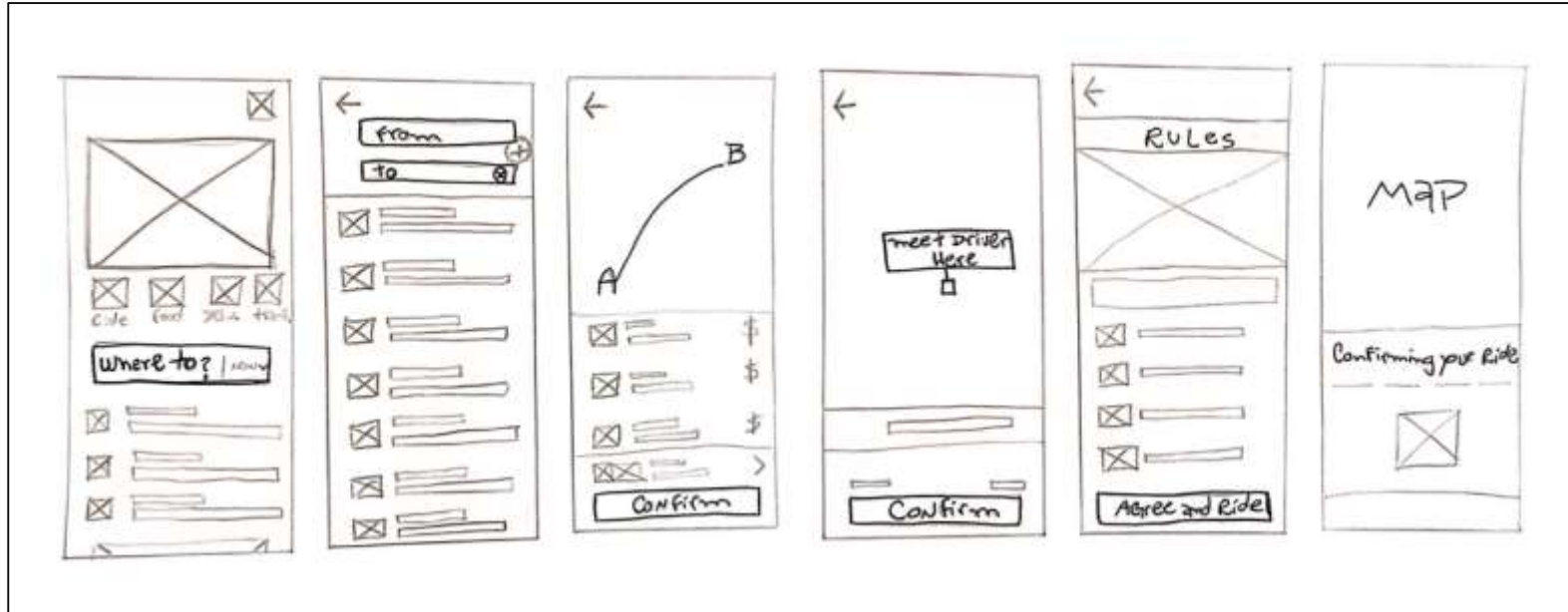
ما هو ال Wireframing في التجربة المستخدم؟



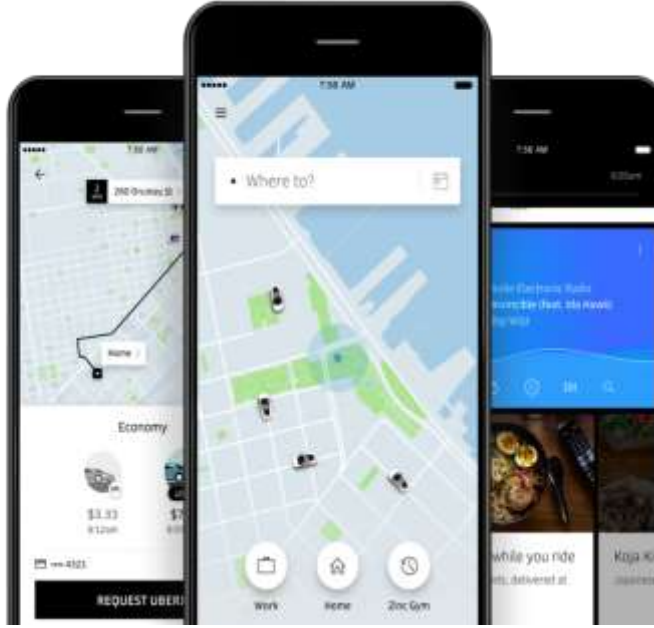
استخدام تجربة المستخدم Growth Marketing في ال User Experience

ما هو ال Wireframing في التجربة المستخدم؟

مثال: Wireframe تطبيق Uber



استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing



تصميم واجهة المستخدم هو حلقة الوصل بينك وبين العميل .. علاقة الألوان والأشكال بإحساس العميل تجاه تطبيقك واستخدام تلك العناصر في إقناع العميل بالقيام بعمليات شراء في تطبيقك أو موقعك .. كلما كان التصميم والألوان متناسقة للعين البشرية كلما كان أفضل وأسهل للعميل لتصفح تطبيقك أو موقعك .. لذلك عليك البدء بدراسة الألوان والتصميم وفهم كيفية تأثير عناصر ال UI على العميل.

استخدام واجهة المستخدم User Interface في ال Growth Marketing

أدوات تصميم واجهة المستخدم:



Adobe XD -



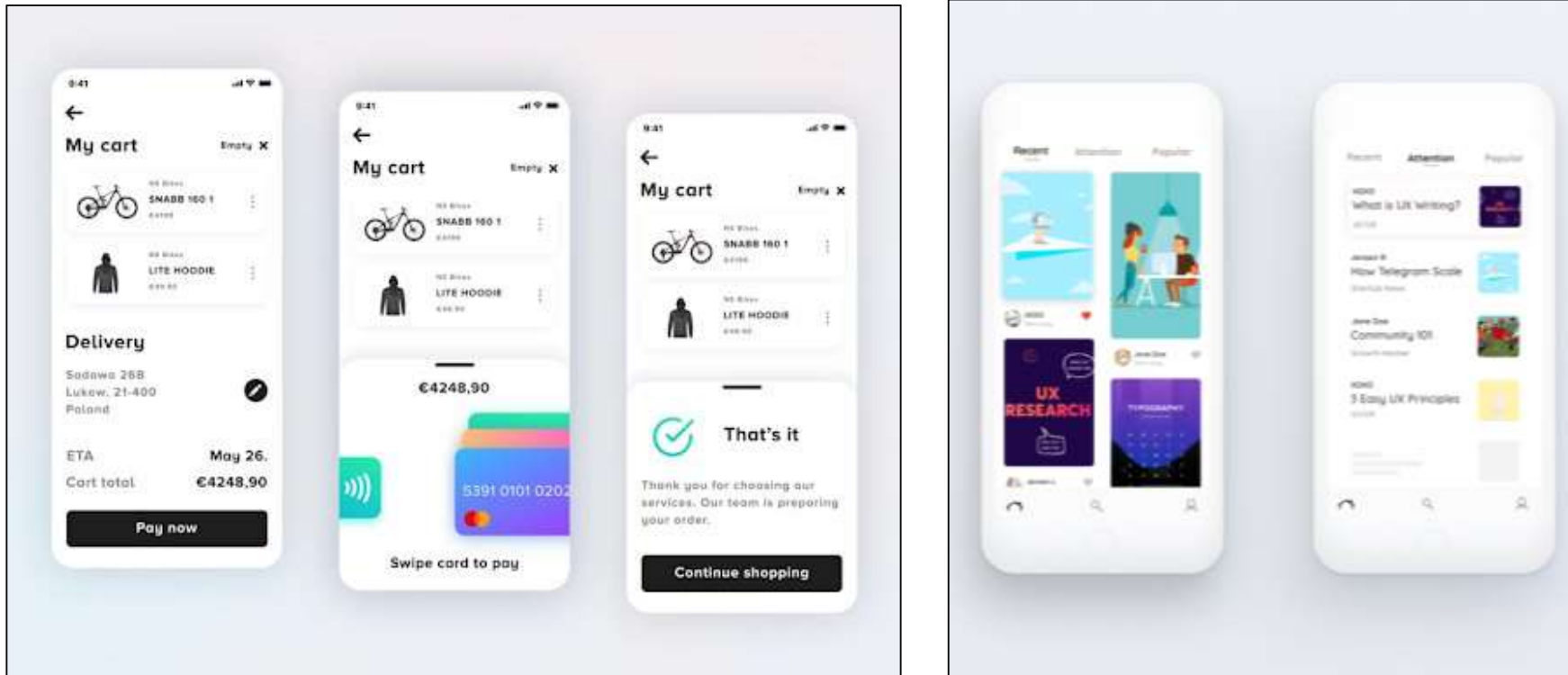
Figma -



Sketch -

استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing

واجهة مستخدم مختلفة
تجربة مستخدم مماثلة



استخدام واجهة المستخدم User Interface في ال Growth Marketing

قواعد واجهة المستخدم:

- تجربة العميل .. وهي أن تراقب العملاء وهم يستخدموا تطبيقك أو موقعك لأول مرة وتتبع رحلتهم داخل صفحات الموقع لمعرفة مدى صعوبة التنقل والتصفح بين الأقسام والمنتجات المختلفة.

استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing

قواعد واجهة المستخدم:

- لا تبحث عن الجمال دائماً .. في كثير من الأحيان يتم تصميم واجهة مستخدم بشكل جميل ومنسق .. لكنها واجهة صعبة وغير سلسة للعمال .. ابحث دائماً عن البساطة في التصميم وعدم تعقيد الأمور على عميلك.



استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing

قواعد واجهة المستخدم:

- توحيد العناصر.. في كل صفحات موقعك أو تطبيقك يجب عليك توحيد الشكل والتصميم والعناصر المستخدمة ..
الخطوط، الأحجام، الألوان لإضافة طابع من الاحترافية في التصميم.



استخدام واجهة المستخدم User Interface في ال Growth Marketing

قواعد واجهة المستخدم:

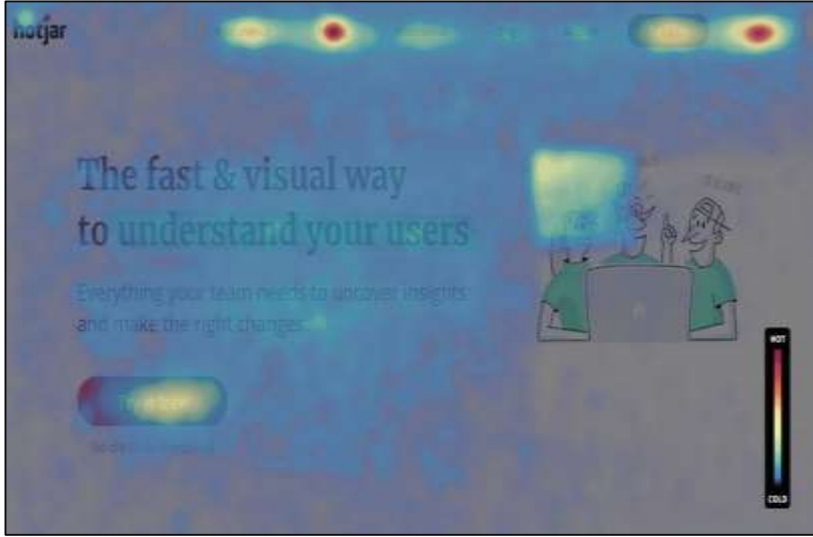
- اهتم بالمحتوى .. اكتمال التصميم في محتوى مكتوب أو مرئي يساعد في إكمال الصورة والشكل الجمالي ..
جرب أنواع مختلفة من المحتوى وطريقة الكتابة.

استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing

أدوات مهمة: أداة Hotjar

تلك الأداة تساعدك على متابعة كل عميل يدخل الموقع وتسجيل فيديو لحركته داخل الصفحة وتسجيل كل نقرة يضغطها .. بجانب تسجيل الأماكن التي اوقف فيها المؤشر على الصفحة عن طريق ال Heat Map.

تلك الأداة تساعدك على تحديد أكثر الأماكن في الصفحة يتم التفاعل معها من جانب العملاء ويمكن استخدام تلك الأماكن لزر ال CTA أو لإضافة العروض القوية.



استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing

أدوات مهمة: أداة GoodUI

هو موقع مخصص للعاملين في مجال الـ UI يحتوي على أفكار وتجارب حقيقية لمختلف أشكال الـ UI للمواقع والتطبيقات ومختلف النماذج المجربة والناجحة في مختلف الصفحات. يساعدك على تصميم واجهة مستخدم مجربة على مواقع مختلفة ومضمونة النتيجة.

استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing

أدوات مهمة: أداة GoodUI



جميع الحقوق محفوظة – إعمل بيزنس

استخدام واجهة المستخدم User Interface في ال Growth Marketing

أدوات مهمة: أداة uxchecklist

تلك الأداة والمتوفرة عن طريق <http://uxchecklist.github.io>

توفر لك Checklist كاملة لكل مراحل واجهة المستخدم .. يفضل قبل البدء في تصميم الواجهة أن تعمل بناء على الخطوات المذكورة في ال Checklist لضمان أفضل نتيجة.

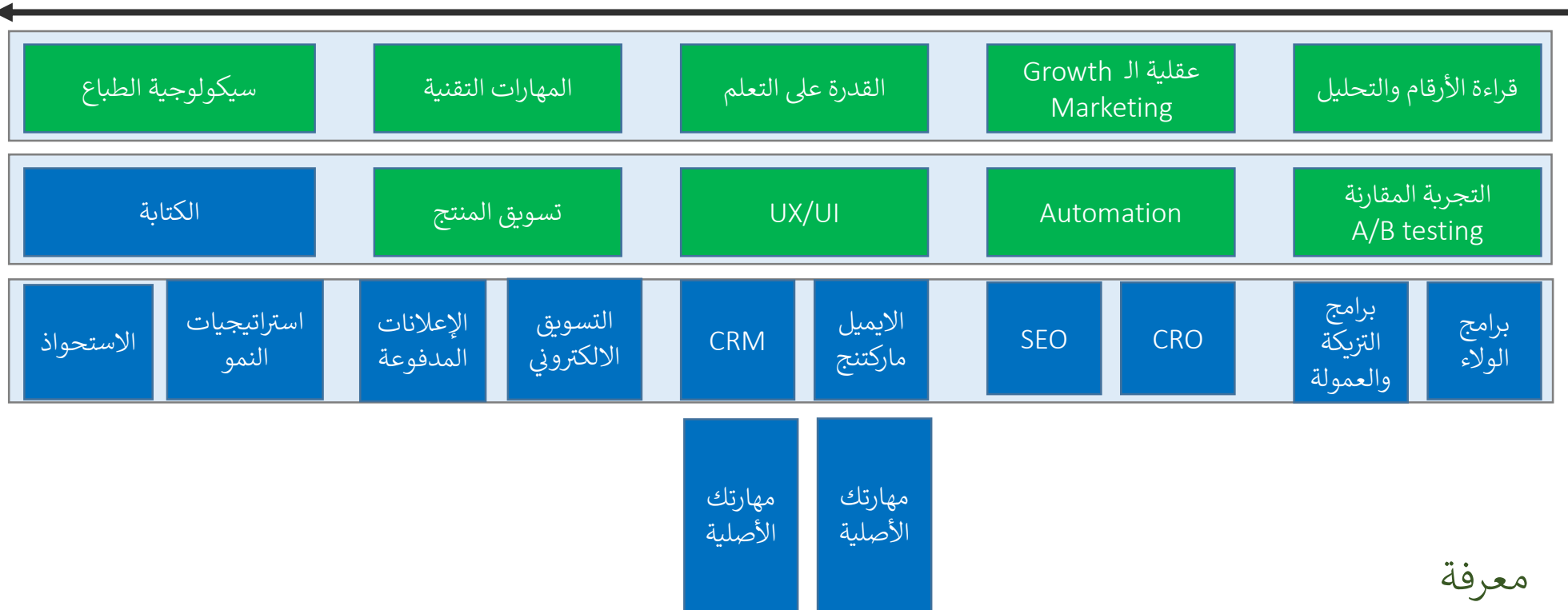
استخدام واجهة المستخدم User Interface في Growth Marketing

أدوات مهمة: أداة uxchecklist

UX Project Checklist			Like 4.2K	Share	Tweet	Donate
Inspire	 Competitive Analysis See how others solve similar problems and try to not reinvent the wheel. Read more	☒	 Data analysis Do you have all the useful data you need? Try to have a look at funnels, clicks, page views, performances... Read more	☐	 User feedback Always speak with Customer Care team! Don't have one? Check your old surveys or videos, what your customer says? What do they actually do? Read more	☐
	 User stories Have you done personas yet? If not GO. If NOW. Ok, now use them to write down user stories and scenarios. Read more	☒	 User flows Create your user's flow based on the scenarios you created, you can use it later to review the journey and create wireframes on top of each step. Read more	☐	 Red routes Define red routes for your product and you'll be able to identify, prioritise and eliminate any usability obstacles on key user journeys. Read more	☐
Design	 Brainstorm & sketch Find a war room, fill it with markers and drinks, get together and sketch, discuss, vote, disrupt, have fun! Read more	☐	 Wireframe Add some details and structure to your ideas, reuse patterns and create pages on top of your user flows so you'll not leave anything behind. Read more	☒	 Prototype You can start creating paper prototypes and continuously iterate to more functional ones. Use sketches, HTML pages or static images, then just get some people and test. Read more	☐
	 IA Understand your users, your data structure and your channels. How can you organise your navigation and content in a clear and consistent way? Read more	☐	 Language Follow your brand personality, keep in mind users' culture and language, the context of your product and make sure they understand you. Read more	☐	 Accessibility You don't need to add extra functionality or to duplicate any content. The key is simply to assess the requirements of those with different skills and limited devices. Read more	☐
Communicate	 Sustainable Help the planet by reducing the resources you use, reinforce greener behaviours and promote sustainability best practices. Yes, your product can do that! Read more	☐	 Ethical Move fast and break things? What about slow down and make sure your product is secure, private, honest? Be considerate when you design and follow good ethics. Read more	☐	 Inclusive Remember that everything you design is skewed by your own view and background. Be sure to open your design process to remove your biases and design for everyone. Read more	☐

المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية



معرفة
عميقة

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

في الوقت الحالي ..

قمة تطور التسويق يعتبر هو "تسويق المنتج" وهي إكمال النقاط بين المنتج (التطبيق – الموقع) والسوق واحتياجاته .. دور ال Product Marketeer هو فهم احتياج العميل لبناء منتج قوي بجانب تسويق ذلك المنتج وحلوله إلى العميل.

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing



ال Product Marketing هو اجتماع 4 أقسام:

1. التسويق Marketing
2. تجربة العملاء Customer Experience
3. المبيعات Sales
4. المنتج Product

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing



كل المنتجات يمكن تسويقها .. لكن هل يجب تسويق كل المنتجات؟
فهمك لـ Product Marketing سيجيب على هذا السؤال .
QUIBI هو تطبيق لمشاهدة المسلسلات .. فكرته أن مدة الحلقة
لا تزيد عن 5 دقائق.

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

مما يعنى أنه يمكنك مشاهدة مسلسلات كاملة في أقل وقت بعكس السائد "30 دقيقة"
تطبيق Quibi كان يتميز بالحملات التسويقية الإبداعية وهذا ما ساعد في انتشاره في الشهور الأولى ...
لكن في خلال 6 شهور وبعد صرف ميزانية وصلت إلى 2 مليار دولار تم غلق التطبيق .. وذلك بسبب عدم وجود
Product Marketing يربط بين التطبيق والعملاء ..
باختصار ما قدمه Quibi لم يكن له احتياج في السوق .. العميل يحب الحلقة الطويلة وذلك لارتباطه
بشخصيات المسلسل وللقصة .. بينما Quibi كان يحاول أن يحل مشكلة لدى العميل لم تكون موجودة من
الأصل.

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer ؟

1. إنشاء قصة المنتج.
2. دراسة المنتج والعميل.
3. تحديد خطة المبيعات.
4. ال Positioning.
5. خطة إطلاق المنتج في السوق.
6. التسويق بالمحتوى.
7. خطة تهيئة العملاء الجدد.
8. تحديد خارطة الطريق.



المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer ؟

1. إنشاء قصة المنتج

دور مسئول ال Product Marketing هو تقديم المنتج للسوق والعملاء في شكل قصة .. ما المشكلة التي يحلها؟ من أكثر الناس تأثراً بتلك المشكلة؟ كيف يحل المشكلة؟ ما الذي يقدمه ذلك المنتج ولا يقدمه المنافسين؟

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer ؟

2. دراسة المنتج والعمل

لا يجب العمل على منتج جديد بدون القيام بدراسة مسبقة لاحتياج السوق لذلك المنتج، يجب اختبار المنتج داخلياً وخارجياً لعدة مرات قبل إطلاقه في السوق.

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer ؟

3. تحديد خطة المبيعات

للمواقع والتطبيقات الجديدة .. على ال Product Marketeer تحديد الفيديوهات التعريفية،
ال Presentations المستخدمة من قبل فريق المبيعات وال Business Development ..
المحتوى الموجود على الموقع .. وصف المزايا والخدمات المقدمة من المنتج.

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer ؟

4. ال Positioning

الهدف من ال Positioning هو توصيل فكرة المنتج لعقل العميل والحفاظ على تصور معين في عقل العميل بالنسبة للمنتج ومزاياه بالمقارنة بباقي المنافسين أو المنتجات المشابهة.



المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer؟

5. خطة إطلاق المنتج في السوق

كل منتج جديد يحتاج إلى خطة إطلاق .. خطة مفصلة لمواعيد وشكل وتصميم الحملات التسويقية
للمنتج الجديد وبالطبع دور الأقسام المختلفة في الشركة في الخطة.

المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer ؟

6. التسويق بالمحتوى

العمل على المقالات، وصف المزايا، ومحتوى مواقع السوشيال ميديا بجانب تحديد طريقة الكتابة واللغة المستخدمة على مختلف المنصات وأنواع وأشكال المحتوى (صور - فيديو - مقالة - كتب - دليل المنتج - صفحات الهبوط).



المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer ؟

7. خطة تهيئة العملاء الجدد

بعد معرفة الموقع أو التطبيق وإنشاء حساب عليه من قبل العميل ..

ما الخطوة القادمة ؟ كيف نساعد العميل على فهم مزايا التطبيق

بشكل كامل وتوجيهه لعمل أول طلب على التطبيق ؟

جميع الأنشطة التسويقية في تلك المرحلة هي مسؤولية ال Product

Marketeer لأنه الأكثر دراية بالمنتج وتفصيله.



المهارة السابعة (تسويق المنتج) Product Marketing

ما هو دور ال Product Marketeer؟

8. تحديد خارطة الطريق

على ال Product Marketeer تحديد شكل التطبيق واستراتيجيته في الفترة المستقبلية وأهمية المزايا أو الخصائص الجديدة وترتيبها لقسم المبيعات والبرمجة وتحديد موعد إطلاقها في السوق.

المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

الكتابة هي أساس التسويق .. مهارة كتابة المحتوى واستخدام الجمل والكلمات الصحيحة تساعد بنسبة كبيرة في توصيل الرسالة التسويقية الصحيحة للعميل وتوجيه لاتخاذ قرار شراء .. دور ال Growth Marketing أن يحترف كتابة المحتوى بشكل مشوق لشد انتباه الفئة المستهدفة.

المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

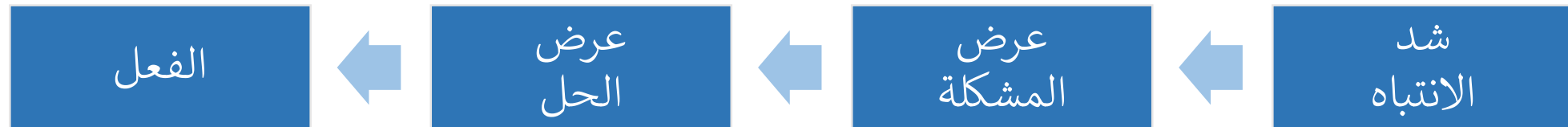
كتابة المحتوى تعتبر من أسهل المهارات التي يمكن أن تتعلمها .. هي عبارة عن "معادلات Formulas" وعليك ملء المعادلات بجمل وبكلمات مناسبة توضح وتشرح منتج.

ماذا يمكن أن تكتب (محتوى موقع – إعلان – ايميل – مقالة – سيناريو فيديو – زر ال CTA – العنوان – وصف منتج – ألخ) ؟



المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

طرق كتابة المحتوى: الطريقة الأولى



المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

طرق كتابة المحتوى: الطريقة الأولى

مثال:

خايف على موبايلك؟

كل الموبايلات حاليًا معرضة للكسر من أقل ورقة ..

جراب "اكسترا" هيحمي موبايلك من كل الوقعات بحماية 360 درجة .. لأنه مصنوع من بلاستيك قوي

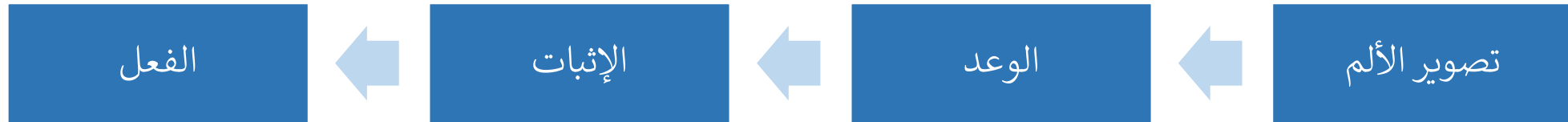
Polymetric يصمد أمام كل الصدمات.

متوفر الآن بكمية محدودة بخصم 50% .. اشترِ الآن قبل نفاذ الكمية من هذا الرابط:

www.Coverextra.com

المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

طرق كتابة المحتوى: الطريقة الثانية



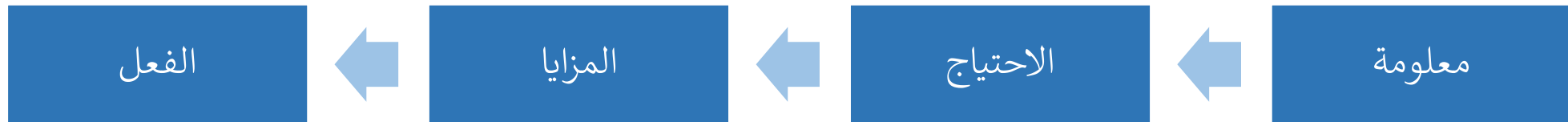
المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

طرق كتابة المحتوى: الطريقة الثانية
مثال:

لا يوجد أسوأ من الملابس المتسخة .. تخيل ذهابك للعمل بقميص متسخ!
مسحوق التنظيف "باهي" سيمنع حدوث ذلك.
بأكثر من 50 سنة خبرة وتجربة آلاف السيدات .. مسحوق باهي هو الحل لكل قميص متسخ
اطلبه الآن وسيصل حتى باب البيت.

المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

طرق كتابة المحتوى: الطريقة الثالثة



المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

طرق كتابة المحتوى: الطريقة الثالثة

مثال:

سعر العقار زاد في آخر 10 سنين 1000% .. يعني لو كنت اشترت عقار ب10 آلاف دولار في عام 2010 ستكون قيمته 100000 الآن ..

العقار يمكن أن يكون طريقة لاستثمار أموالك بدلاً عن الذهب والبنك.

العقار أسهل في بيعه وهو الاستثمار الآمن لعشرات السنين.

استثمر الآن في مدينة الرياض بفيلات مودرن مبنية على أعلى طراز

اتصل بنا على 932049343

المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

نصائح كتابة المحتوى لخطة ال Growth Marketing

- ساعد العميل في تخيل المنتج
- لا تستخدم (10 جرام) – استخدم (10 قطع)
- ابعد عن الكلمات الرنانة والعامة
- لا تستخدم (جبار – قوى – جودة عالية) – استخدم (صالح لأوزان تصل إلى 100 كج – مصنوع من فولاذ مقوى)
- اوصف الاستخدامات الأخرى للمنتج
- لا تستخدم (جراب الهاتف) – استخدم (جراب الايفون 13 – جراب سامسونج نوت)

المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

نصائح كتابة المحتوى لخطة ال Growth Marketing

- رتب الجملة بناء على ترتيب الأبجدية
- لا تستخدم (دائماً الأفضل في السوق) – استخدم (الأفضل دائماً في السوق)
- نوع في حجم الجمل
- استخدم مجموعة من الجمل القصيرة والطويلة لشد انتباه العميل

المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

نصائح كتابة المحتوى لخطة الـ Growth Marketing

- ركز على فائدة المنتج للآخرين.
 - لا تستخدم (ضمان لمستقبلك) – استخدم (ضمان لمستقبل عائلتك)
 - ترك حرية القرار للعميل.
 - لا تستخدم (اطلب الآن) – استخدم (إذا كنت لا تريد تفويت الفرصة اشترِ الآن)
 - تكرار نفس الكلمة بعد أقل من 15 كلمة.
- يفضل عدم تكرار الكلمة إلا بعد سطرين لتفادي ملل القارئ

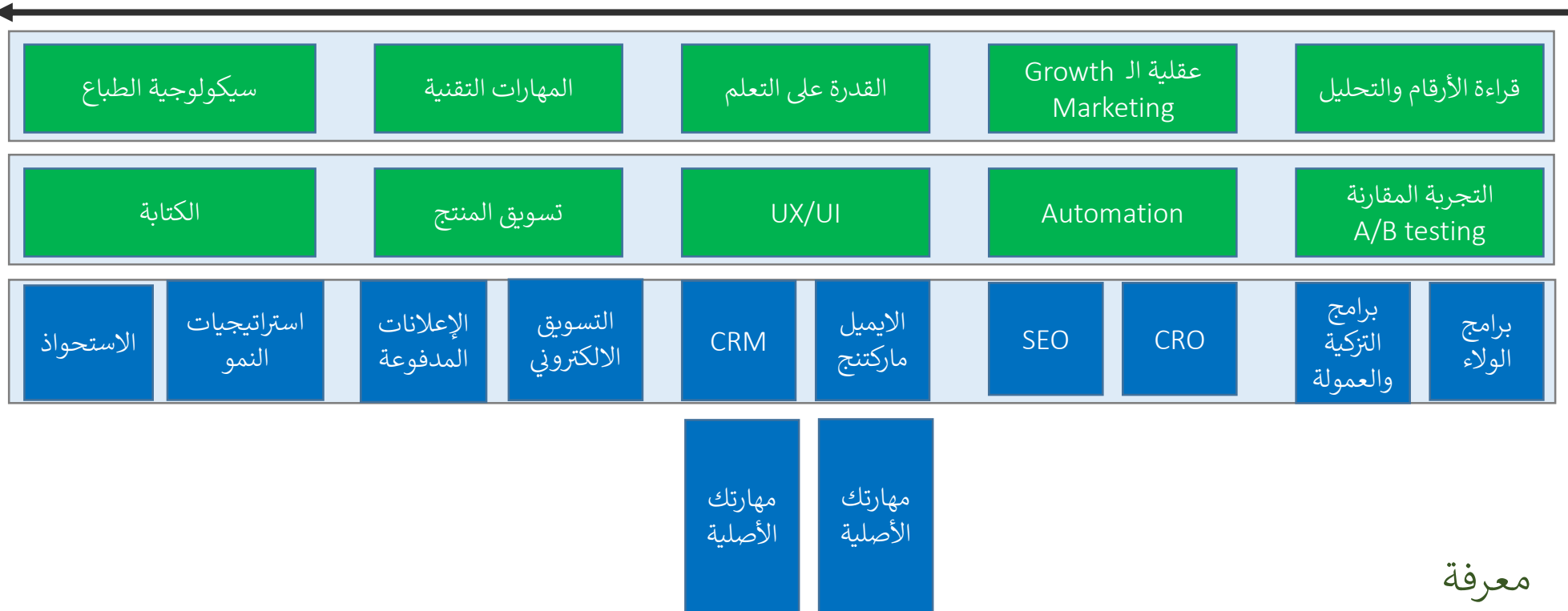
المهارة الثامنة (الكتابة) Copywriting

نصائح كتابة المحتوى لخطة ال Growth Marketing

- استخدم كلمات توصف المنتج!
لا تستخدم (ما رأيك في ذلك المنتج – اكمل عملية شراء الطلب) – استخدم (ما رأيك في ذلك القميص الأزرق – اكمل عملية شراء القميص)
- نوع في استخدام الأحاسيس في الكتابة
جمع ما بين الخوف والصدمة والإيجابية والسلبية والأمان .. الخ في محتواك لضمان أكثر تفاعل.

المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية



معرفة
عميقة

المهارة التاسعة (برامج الولاء) Loyalty Programs

التسويق عن طريق الولاء هو التركيز على العملاء الحاليين والقدامى بتقديم حوافز معينة لزيادة ارتباطهم بالموقع أو التطبيق مما يؤدي لزيادة حجم الطلبات من طرفهم.

الحصول على عميل جديد أغلى من الحصول على عميل قديم بجانب أنه من الأسهل تسويق المنتجات والمزايا للعملاء القدامى بالمقارنة بالعملاء الجدد.

المهارة التاسعة (برامج الولاء) Loyalty Programs

كيفية استخدام برامج الولاء في ال Growth Marketing



1. تجميع آراء العملاء وتنفيذ تعليقاتهم.
2. ابتكار قنوات سهلة للتواصل مع العملاء (واتساب - رقم تليفون).
3. اسأل عن التقييم دائماً واطهر اهتمامك بتقييم العملاء.
4. قدر العملاء ببرامج نقاط أو كاش باك على طلباتهم.
5. فاجئ العملاء بعروض حصرية تقديراً على وجودهم لاستخدامهم لمنتجاتك.
6. فضل العملاء القدامى على العملاء الجدد في أولوية التواصل والتوصيل.

المهارة العاشرة (برامج التزكية والعمولة) Referral Programs

كيفية استخدام برامج التزكية والعمولة في ال Growth Marketing



1. اجعل تجربة المنتج قابلة للمشاركة.
2. ركز على التسويق عن طريق المشاهير والمؤثرين.
3. وفر خدمة عملاء على أعلى مستوى.
4. اطلب من عملائك ترشيح منتجك أو خدمتك لأصدقائهم.
5. أنشيء برنامج عمولة لعملائك.
6. اجعل موظفيك شركاء نجاحك.

المهارة العاشرة (برامج التزكية والعمولة) Referral Programs

برامج التزكية أو ال Referral تساعد على مشاركة العملاء لنجاحك ..
حيث تركز على مكافأة العميل على كل توصية أو ترشيح لأصدقائه.

المهارة الحادية عشر (نمو معدل التحويل) Conversion Rate Optimization

Revenue = Customer Lifetime Value X Conversion Rate X No. of Users

عدد العملاء X نسبة التحويل X قيمة عمر العميل = العائد

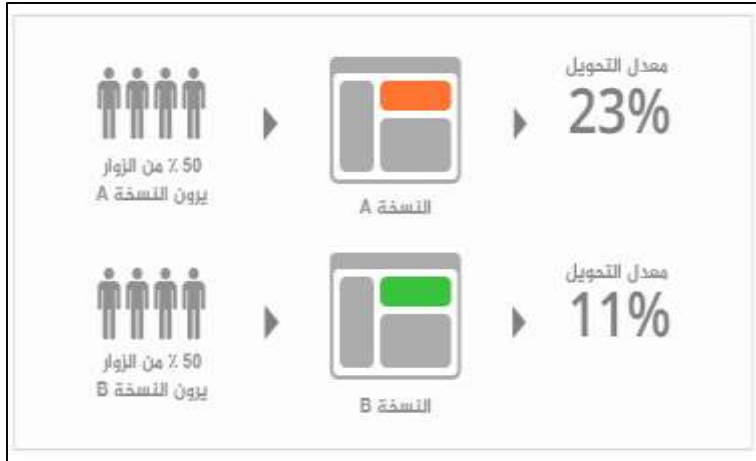
سيتضاعف هذا الرقم

إذا ضاعفت هذا الرقم

المهارة الحادية عشر (نمو معدل التحويل) Conversion Rate Optimization

طرق زيادة ال Conversion Rate

1. استراتيجيات ال A/B المستخدمة وتأثير كل تجربة.
2. دراسة البيانات والأرقام بشكل منفصل.
3. تقسيم العملاء لمعرفة الأعلى في نسبة التحويل والعمل على زيادة نسبة التحويل من كل قسم على حدى.
4. البحث عن قنوات تسويقية بنسبة تحويل أعلى.
5. تغير أنواع المحتوى.
6. تقديم مزايا جديدة للموقع أو التطبيق.



المهارة الثانية عشر (تهيئة المواقع لمحركات البحث)

Search Engine Optimization

السيو Search Engine Optimization .. SEO هو تعديل وتهيئة متجر أو موقعك ليتصدر النتائج الأولى في صفحات البحث على جوجل .. 44% من العملاء يبدئون رحلتهم لشراء منتج معين عبر البحث على جوجل وتصل نسبة طلبات الشراء عن طريق العملاء الذين وجدوا المنتجات التي يبحثون عنها في نتائج البحث إلى 25% من إجمالي عمليات الشراء على المتاجر الإلكترونية.

المهارة الثالثة عشر (التسويق عبر الایمیل) Email Marketing

مجال ال Growth Marketing يتطلب العمل على مختلف القنوات للوصول لأعلى نسبة نمو ..
ومن تلك القنوات هو التسويق عن طريق الایمیل حيث وصلت نسبة فتح الایمیلات الترويجية إلى 22%
في مصر والخليج وبناء على آخر احصائية "10% من مستخدمي الانترنت في الشرق الوسط قد قاموا بعميلة
شراء بناء على ایمیل تسويقي

المهارة الثالثة عشر (التسويق عبر الايميل) Email Marketing

نصائح في التسويق بالايمل

- لا تستخدم كلمات مثل (عرض) – (خصم) لتفادي وصول ايميلك لملف ال Spam في بريد عملائك.
- تفادي إرسال الكثير من الحملات في فترة زمنية قليلة .. يفضل أن تكون أسبوعية
- قائمة ايميلات عملائك هي قائمة للعملاء الفعليين الذين قاموا بالشراء من خلالك .. احرص على إعلامهم بآخر عروضك وخصوماتك الأسبوعية لبناء الثقة وزيادة نسبة إعادة الشراء.



المهارة الثالثة عشر (التسويق عبر الایمیل) Email Marketing



نصائح في التسويق بالایمیل

- لا تضيف أكثر من 3 روابط في الایمیل لتفادي وصوله لملف ال Spam
- قسم عملائك لشرائح واستهدف كل شريحة بنوعية ایميلات مختلفة في طريقة المحتوى لاختبار أفضل الایميلات ذات نسبة فتح عالية Open Rate

المهارة الرابعة عشر (إدارة علاقة العملاء) Customer Relationship Management

هو احتراف التواصل مع العملاء وتقسيمهم إلى فئات لكل مرحلة في التسويق وتجميع بياناتهم وتصميم الحملات والعروض وإرسالها بناءً على احتياج ومرحلة كل عميل من خلال القنوات المختلفة ويتم كل ذلك عن طريق استخدام برنامج CRM

المهارة الرابعة عشر (إدارة علاقة العملاء) Customer Relationship Management

أهمية استخدام ال CRM

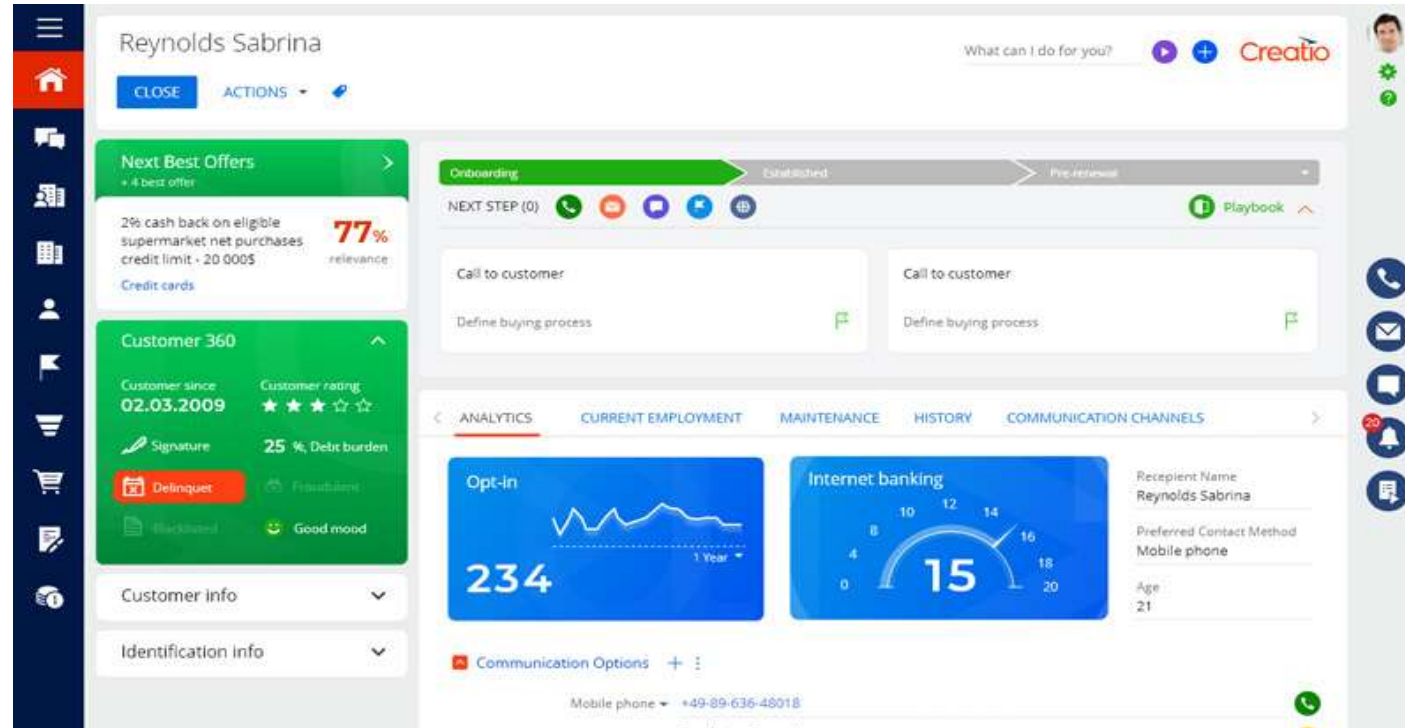
أشهر البرامج

- Airship
- Firebase
- Moengage
- Hubspot
- Salesforce
- Pipedrive
- zoho

- واجهة واحدة تظهر جميع الأرقام والفئات يمكن من خلالها متابعة نسب النمو والمعايير المختلفة.
- استخدام ال Automation في العديد من المهام.
- تصميم وإرسال إشعارات للفئات المختلفة.
- تصميم وإرسال إيميلات للفئات المختلفة.
- تصميم وإدماج In app messages .
- تصميم خطة للرسائل ال SMS بناء على مرحلة العميل.
- متابعة العملاء وتجميع ال Feedback وتقسيمهم.

المهارة الرابعة عشر (إدارة علاقة العملاء) Customer Relationship Management

أهمية استخدام ال CRM



المهارة الخامسة عشر (التسويق الالكتروني) Digital Marketing



المهارة السادسة عشر (الإعلانات المدفوعة) Media Buying

في الوقت الحالي .. الحملات التسويقية أصبحت تعتمد بشكل كامل على الإعلانات المدفوعة .. وبما أن الإعلانات تعتمد على الأداء والأرقام بالأساس .. فيجب على العاملين في مجال Growth Marketing احترام الإعلانات الممولة على مختلف المنصات ودراسة وتعديل الإعلانات لتحقيق أعلى عائد على الإنفاق على الإعلانات ROAS – Return on Ad Spend

أهم المنصات: فيسبوك – تيك توك – سناب شات – تويتر – انستجرام – لينكدان – إعلانات جوجل – إعلانات Bing

المهارة السادسة عشر (الإعلانات المدفوعة) Media Buying

قبل أن تبدأ الحملة المدفوعة عليك تحديد الآتي:

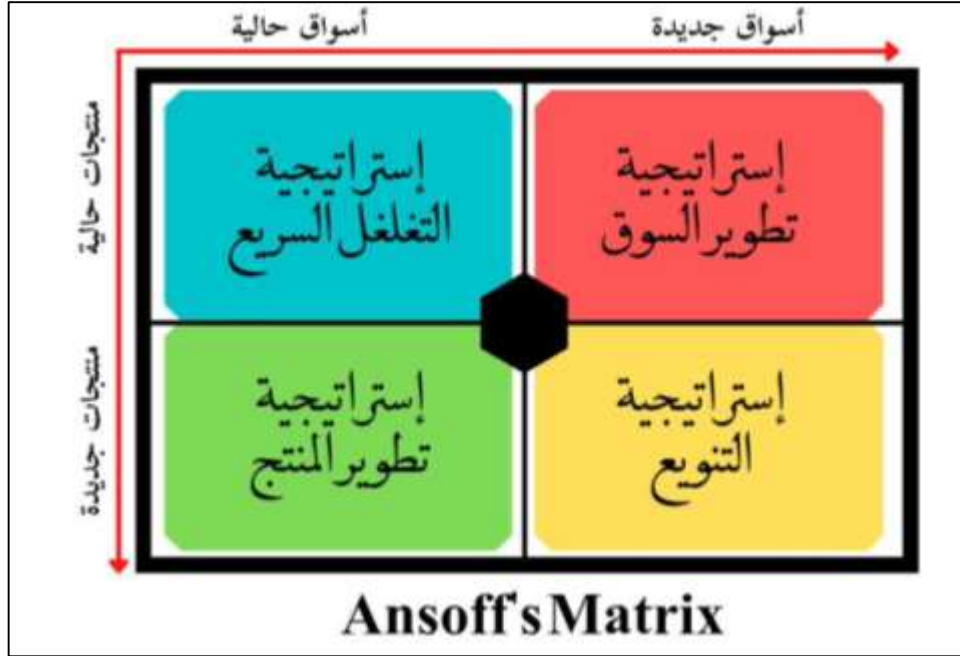
- الأهداف الرئيسية (مبيعات – تسجيلات – زيارات للموقع).
- الميزانية المتوقعة.
- أفضل منصة لتحقيق هذا الهدف.
- وصف الفئة المستهدفة.
- عدة أشكال للمحتوى بأنواع مختلفة (فيديو – صور).



المهارة السابعة عشر (استراتيجيات النمو) Growth Strategies

الـ Growth Marketing تركيزه يكون منصب على الـ بيزنس ككل وليس فقط الماركتنج .. لذا يجب عليك فهم ما هي طرق واستراتيجيات النمو في الـ بيزنس لمحاولة تطبيقها في خططك التسويقية؟

المهارة السابعة عشر (استراتيجيات النمو) Growth Strategies

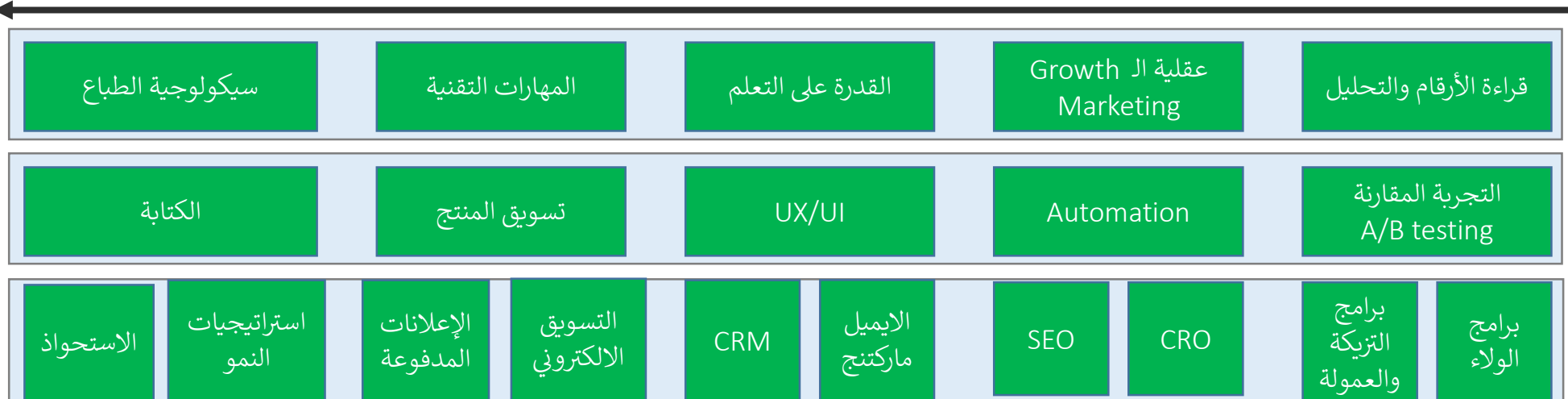


أهم الاستراتيجيات:

- استراتيجية الاستحواذ على السوق.
- استراتيجية التوسع في السوق.
- استراتيجية تطوير المنتج.
- استراتيجية التسعير.
- استراتيجية التنوع.

المهارات المطلوبة لـ Growth Marketeer

معرفة
سطحية



مهارتك
الأصلية

مهارتك
الأصلية

معرفة
عميقة

المهارة الثامنة عشر (الاستحواذ) Acquisition

مهارة الاستحواذ تكمن في معرفتك أي القنوات التي سوف تستخدمها للحصول على عملاء جدد وإقناعهم بتجربة منتجك .. هناك المئات من القنوات المتاحة للحصول على عملاء .. يجب عليك تحديد القناة المناسبة بالنسبة لنوع المنتج ونوع المجال ونسبة استخدام الفئة المستهدفة لتلك القناة.

المهارة الثامنة عشر (الاستحواذ) Acquisition





Growth Case Study



مهارات ال Growth Marketing

Growth Marketing Process

شكل فريق ال Growth Marketing

Product
Marketing
Specialist

Growth
Specialist

Product
Designer

Copywriter

Data Analyst

ما المتوقع أن تحصل عليه بنهاية الكورس؟

- فهم المعنى الحقيقي لـ Growth Marketing.
- التفرقة بين الـ Growth Marketing والتسويق التقليدي.
- المراحل الأساسية لرحلة العميل في الـ Growth Marketing.
- كيف تختار وظيفة للعمل في مجال الـ Growth Marketing ؟
- أدوارك الرئيسية في Growth Marketing.
- تغير طريقة التفكير لتناسب مجال الـ Growth Marketing.
- طريقة البحث عن أسباب وحلول المشاكل المختلفة.
- Growth Marketing Skills.
- تطوير طريقة تفكير موجهة للنمو وليس للتسويق.
- القدرة على استخدام قرار مبني على أرقام وليس على الخبرة.

ما المتوقع أن تحصل عليه بنهاية الكورس؟

- معنى ال Growth Marketing Canvas.
- كيفية استخدام ال Growth Marketing Canvas.
- تحديد القيمة المقدمة لعملائك.
- تحديد وتقسيم الفئة المستهدفة من الاستراتيجية.
- التخطيط لمرحلة ال Awareness وكيفية متابعة نتائجها.
- التخطيط لمرحلة ال Acquisition وكيفية متابعة نتائجها.
- التخطيط لمرحلة ال Activation وكيفية متابعة نتائجها.
- التخطيط لمرحلة ال Revenue وكيفية متابعة نتائجها.
- التخطيط لمرحلة ال Retention وكيفية متابعة نتائجها.
- التخطيط لمرحلة ال Referral وكيفية متابعة نتائجها.

ما المتوقع أن تحصل عليه بنهاية الكورس؟

- تحديد ال OMTM لمنتجك.
- معرفة كيفية اختيار ال North Star Metric.
- استخدام استراتيجية G.R.O.W.S .
- تطبيق تجارب ال Growth Marketing بشكل منظم.
- المهارات الأساسية لأي Growth Marketer.
- المهارات الثانوية لأي Growth Marketer.
- المهارات العامة لأي Growth Marketer.
- كيفية إتقان كل مهارة من ال 20 مهارة الأساسية لل Growth Marketing.
- تشكيل فريق ال Growth Marketing.
- استخدامات حقيقة لل Growth Marketing في أكبر الشركات العالمية.



شكراً لكم