

# Club # 1



Club Founder  
**Dr. Mahmoud Bahgat**



**أتمتة المتاجر الالكترونية كنقاط بيع**

**E-Commerce Stores POS Automation**

**Monday 27<sup>th</sup> January 2025**

**Online zoom**

**10pm KSA Egy - 11pm UAE**



**Instructor**  
**Mr. Omar Mohamed**  
**E-commerce Expert**



**Co-Founder & Host:**  
**Mr. Ahmed Fares**



## من هو المحاضر ؟



خبير في التسويق والنمو مع خبرة تزيد عن 12 عامًا في مجالات مختلفة مثل العقارات، التجارة الإلكترونية، SaaS. بدأت مع المتاجر الإلكترونية وتمكنت من تحقيق مبيعات مبهرة للعلامات التجارية الكبرى والشركات الناشئة، ووصلت لإنجازات مثل تحقيق مبيعات يومية بقيمة 500 ألف دولار وقيادة فرق لتحقيق نمو مذهل. كمستشار، قمت بتوجيه أكثر من 280 فردًا، والعمل مع 35 شركة، وأسست وكالتين ناجحتين في مجال التسويق. اليوم، أشارك معكم خبراتي حول كيفية الاستفادة من استراتيجيات التسويق والتكنولوجيا لدفع نمو شركتكم الناشئة. دعونا نطلق العنان لإمكاناتكم معًا!



ما الذي ستتعلمه؟

- الفرق بين متجر عادي وماكينة مبيعات
- اختيار المنصة الأنسب لمشروعك
- أساسيات الإعلانات التي تحول الزوار إلى عملاء



# أهم المصطلحات المستخدمة

- User-Generated Content (UGC)
  - المحتوى الذي ينشئه المستخدم: محتوى مثل التقييمات والصور والفيديوهات التي ينشئها العملاء
- Cost-Per-Click (CPC)
  - التكلفة لكل نقرة: التكلفة التي يدفعها المُعلن عن كل نقرة على الإعلان
- Key Performance Indicators (KPIs)
  - مؤشرات الأداء الرئيسية: معايير تُستخدم لقياس نجاح الحملات أو الأداء العام
- Landing Page
  - صفحة الهبوط: الصفحة التي يصل إليها الزائر عند النقر على إعلان معين
- Sales Funnel
  - مسار المبيعات: المراحل التي يمر بها العميل من التعرف على المنتج إلى إتمام الشراء
- Call-to-Action (CTA)
  - "دعوة لاتخاذ إجراء: زر أو رسالة تحفز العميل على تنفيذ إجراء مثل "اشتر الآن"
- Customer Retention
  - الاحتفاظ بالعملاء: الاستراتيجيات المستخدمة للحفاظ على العملاء الحاليين وجعلهم يعودون للشراء
- Social Proof
  - الدليل الاجتماعي: التقييمات أو الشهادات التي تعزز ثقة العملاء في المنتج أو الخدمة
- Dynamic Pricing
  - التسعير الديناميكي: تعديل الأسعار بناءً على الطلب أو العوامل الأخرى
- Fulfillment
  - التنفيذ: عملية تجهيز الطلبات وشحنها للعملاء
- A/B Testing
  - تجربة نسختين من الإعلان أو الصفحة لمعرفة أيهما يحقق أداءً أفضل: اختبار A/B
- Customer Journey
  - رحلة العميل: جميع التفاعلات التي يمر بها العميل مع المتجر قبل وبعد الشراء
- Return on Investment (ROI)
  - العائد على الاستثمار: قياس نسبة الأرباح مقارنة بالتكاليف
- Geo-Targeting
  - الاستهداف الجغرافي: استهداف الإعلانات بناءً على موقع العميل
- Product Feed
  - خلاصة المنتجات: ملف يحتوي على معلومات المنتجات المستخدمة في الحملات الإعلانية
- Conversion Rate
  - معدل التحويل: نسبة الزوار الذين يقومون بإجراء معين مثل الشراء أو التسجيل
- Average Order Value (AOV)
  - متوسط قيمة الطلب: متوسط قيمة الشراء لكل طلب في المتجر
- Customer Acquisition Cost (CAC)
  - تكلفة اكتساب العميل: المبلغ الذي يتم إنفاقه لاكتساب عميل جديد
- Lifetime Value (LTV)
  - قيمة العميل مدى الحياة: إجمالي الإيرادات التي يمكن أن يحققها العميل خلال فترة تعامله مع المتجر
- Cart Abandonment Rate
  - معدل التخلي عن السلة: نسبة الزوار الذين يضيفون منتجات للسلة ولكن لا يكملون عملية الشراء
- Bounce Rate
  - معدل الارتداد: نسبة الزوار الذين يغادرون الموقع بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط
- Upselling
  - البيع الإضافي: إقناع العميل بشراء منتج أعلى سعرًا أو أكثر جودة من الذي ينوي شراءه
- Cross-Selling
  - البيع المتقاطع: اقتراح منتجات إضافية مكملة لما يشتره العميل
- Click-Through Rate (CTR)
  - معدل النقر: نسبة النقرات على الإعلان أو الرابط مقارنة بعدد مرات الظهور
- Return on Ad Spend (ROAS)
  - العائد على الإنفاق الإعلاني: قياس العائد المالي مقارنة بمقدار الإنفاق على الإعلانات
- Search Engine Optimization (SEO)
  - تحسين محركات البحث: تحسين موقعك للحصول على ترتيب أعلى في نتائج البحث المجانية
- Pay-Per-Click (PPC)
  - الدفع لكل نقرة: نموذج إعلاني يدفع فيه المُعلن عن كل نقرة على إعلانه
- Remarketing/Retargeting
  - إعادة التسويق: استهداف الزوار السابقين لموقعك بإعلانات مخصصة
- Affiliate Marketing
  - التسويق بالعمولة: التعاون مع شركاء لترويج منتجاتك مقابل نسبة من المبيعات
- Email Marketing
  - التسويق عبر البريد الإلكتروني: استخدام البريد الإلكتروني للتواصل مع العملاء وتحفيز المبيعات

## عقلية التاجر الناجح

**القدرة التقنية على التكيف**  
حب الأرقام والتعلم المستمر

**المرونة**  
التكيف مع ميزانيات وأساليب مختلفة

**الاستدامة العاطفية**  
التغلب على الإخفاقات والتحديات

**تحليل البيانات**  
تحليل البيانات بشكل مستمر لتحسين الأداء

**استراتيجيات البحث**  
استخدام البحث الفعال لتحديد المصادر المناسبة

**التواضع**  
طلب الملاحظات للتعلم والنمو

## الفرق بين متجر عادي وماكينة مبيعات ؟

ما هو المتجر العادي؟

موقع يعرض المنتجات فقط.

يعتمد بشكل كامل على الزائر لاتخاذ قرار الشراء دون أي مساعدة.

محدود في عدد المبيعات لأنه يفتقر إلى الأدوات الداعمة.

أبرز مشاكل المتجر العادي:

نقص في جذب العملاء الجدد.

صعوبة في تتبع وتحليل أداء المبيعات.

ضعف في التفاعل مع العملاء وخلق الولاء.



## الفرق بين متجر عادي وماكينة مبيعات ؟

ما هي ماكينة المبيعات؟

نظام إلكتروني متكامل لتحويل الزوار إلى عملاء أوفياء.  
يشمل أدوات لجذب العملاء، تحليل البيانات، وتحسين التجربة.

يعمل بشكل أوتوماتيكي لتكرار المبيعات وتنمية الأرباح.

مزايا ماكينة المبيعات:

نظام يعمل 24/7 بدون تدخل يدوي.

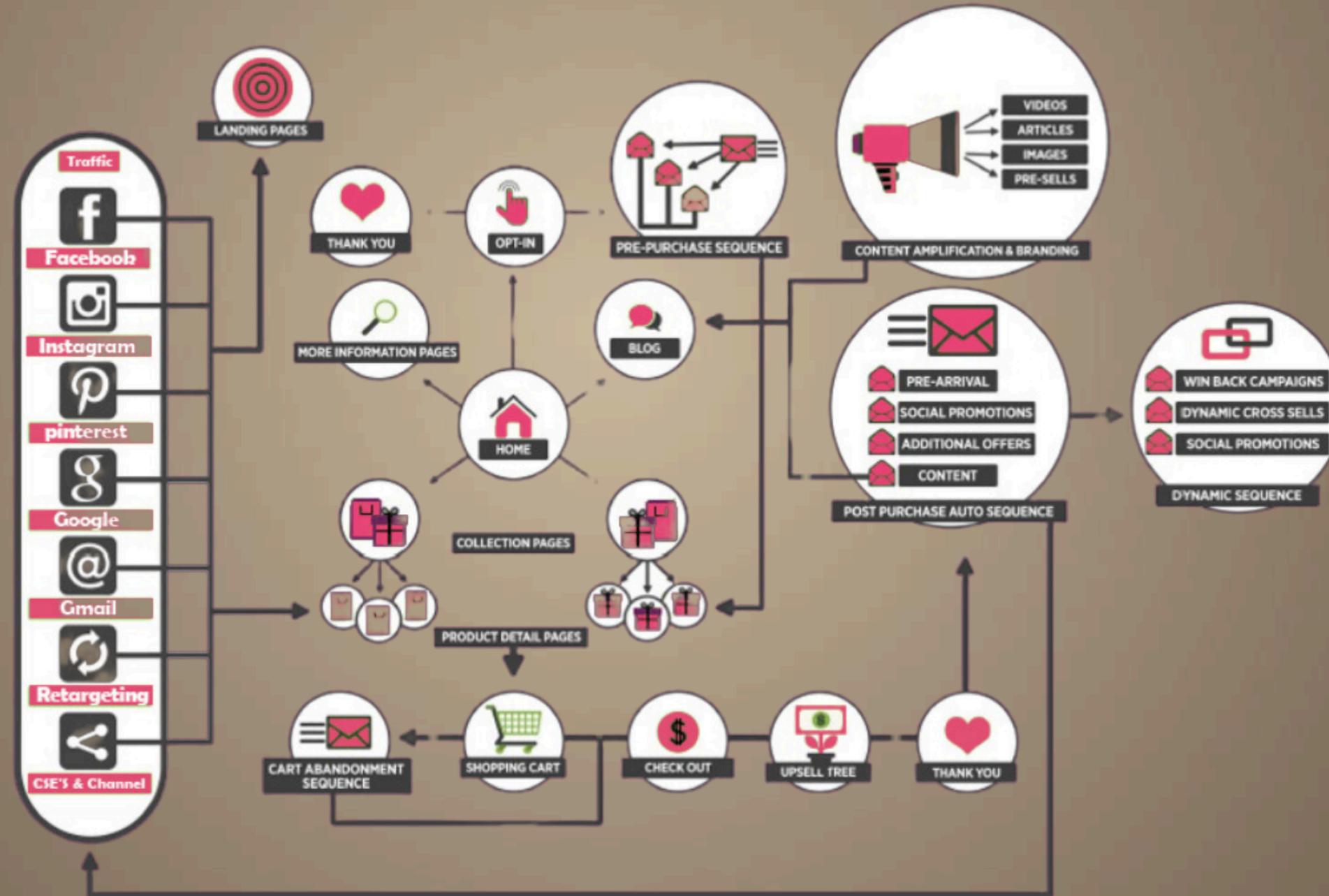
قدرة على تتبع وتحليل كل خطوة يقوم بها العميل.

تخصيص الحملات والإعلانات لتحسين العائد على الاستثمار.

مكونات ماكينة المبيعات



## ECOMMERCE ECOSYSTEM



# المنصة الأفضل للاستخدام ؟

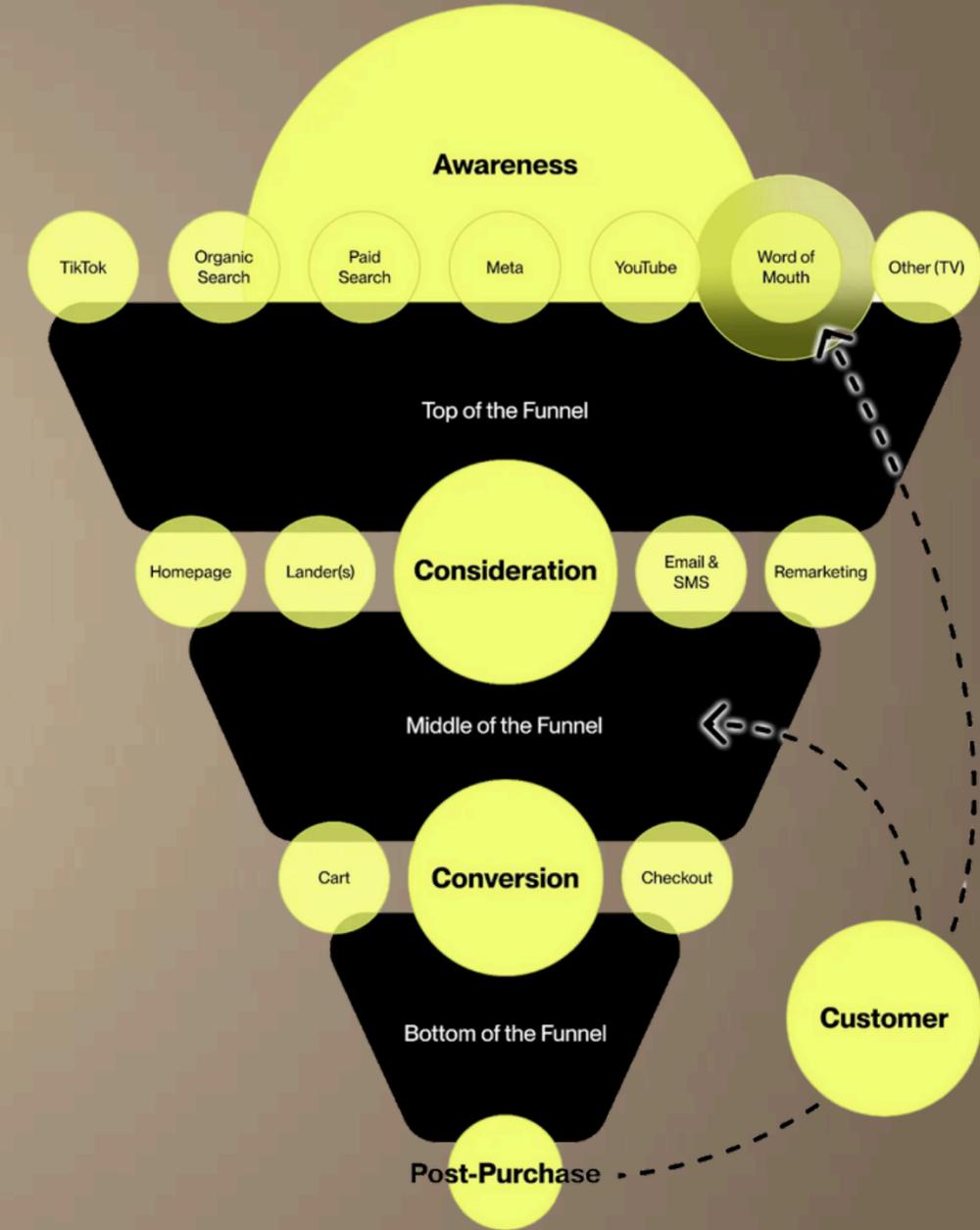
المتجر الخاص	شوبيفاي	سلة	زد	العامل
يحتاج خبرة تقنية	ممتاز	ممتاز	ممتاز	السهولة
غير محدود	متوسط " مع تطبيقات مدفوعة "	محدود	محدود	التخصيص
تكلفة تطوير عالية	اشترك ثابت	اشترك ثابت	اشترك ثابت	التكلفة
يعتمد علي المطور	دعم عالي " بالانجليزي "	دعم محلي سريع	دعم محلي سريع	الدعم الفني
يحتاج إعداد يدوي	محدود علي بعض الشركات	تكامل محلي مميز	تكامل محلي مميز	التكامل مع أنظمة الدفع
يعتمد علي المطور	واجهه سهله واحترافية	واجهه بسيطة وسهله	واجهه بسيطة وسهله	إدارة المتجر
مخصصة حسب الحاجة	واسعة " تطبيقات مدفوعة "	أساسية " بعض التطبيقات "	" أساسية " بعض التطبيقات	الميزات الاضافية
أي سوق مستهدف	السوق العالي	السوق المحلي	السوق المحلي	الجمهور المستهدف
حسب التخصيص	يدعم العربية " جزئيا "	يدعم العربية بالكامل	يدعم العربية بالكامل	اللغة



# الأدوات الواجب استخدامها في ماكينة المبيعات

SECTIONS	SHOPIFY	WOOCOMMERCE
Email Service Provider	1.Klaviyo / 2.Active Campaign	1.Klaviyo / 2.Active Campaign
Help Desk	1.zendesk / 2.help Scout	WooCommerce Help Scout / WooCommerce Helpdesk & Live Chat – Richpanel / WSDesk – ELEX WordPress Helpdesk Plugin
LIVE CHAT	1.olark / 2.intercom	LiveChat – Premium live chat software for WooCommerce WP-Chatbot for Live Chat by Mobile Monkey / jivochat
VIDEO HOSTING	1.wistia / 2.vimeo / 3.youtube	1.wistia / 2.vimeo / 3.youtube
ECOMMERCE TRACKING	Google Analytics	Google Analytics
REVIEWS WIDGET	YOT PO.	YITH WooCommerce Advanced Reviews Premium WooCommerce Product Reviews Pro / TargetBay Product and Site Reviews by Woo
EXIT - ENTENT	OPTI MONK	Popup by Woo / Popup Pro for WooCommerce
SOCIAL SELLING OR REFERRAL PROGRAM	FRIEND BUY	Automate woo ( but i think it's complicated Plugin ) / Smart Coupons / Free Gift Coupons by Woo
	REFERRAL CANDY	Coupon Referral Program by woo / AutomateWoo – Birthdays add-on
COUPON POP-UP	BETTER COUPON BOX	Smart Coupons / Free Gift Coupons by Woo/Popup by Woo / Popup Pro for WooCommerce / WooCommerce Splash Popup
CART ABANDONMENT	ZIPIFY PAGES	WooCommerce Cart Abandonment Recovery / WooCommerce Abandoned Cart Recovery - Email - SMS - Facebook Messenger
		Abandoned Cart Pro for WooCommerce
UP-SELLS	ON CLICK UPSELL	WooCommerce One Click Upsell Funnel Pro / WooCommerce Boost Sales / Order Bump
Bundels	Unlimited Bundles & Discounts	Product Bundles by Woo
	Bundle Products & Discounts	Yith woocommerce Product Bundles Premium
Discounting	Discounts & Quantity Breaks	WooCommerce Dynamic Pricing & Discounts / Dynamic Pricing by Woo
	Quantity Breaks & Discounts	Easy WooCommerce Discounts – WooCommerce Dynamic Pricing, Discounts, Shipping
Order Fulfillment Process ( Dropshipping )	Oberlo	AliDropShip / WooCommerce Dropshipping
Page Builder	ZIPIFY PAGES	Elementor pro / Thrive architect / Click funnels / Divi Builder
Heat map & Session Tracking	Hotjar / Yandex Metrica	Hotjar / Yandex Metrica

# The AARRR Funnel



## قنوات اكتساب العملاء للتجارة الإلكترونية



## تعزيز التفاعل الشبابي عبر استراتيجيات الإعلانات الاجتماعية

### إعلانات سناب شات

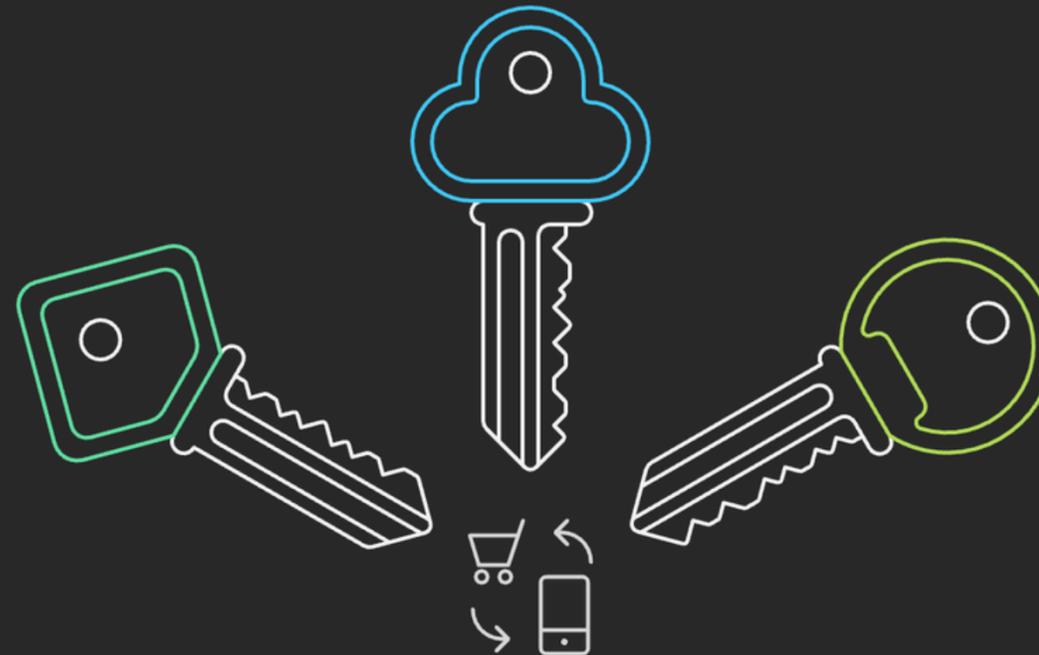
تستغل شعبية الفيديوهات القصيرة بين الشباب لزيادة التفاعل.

### إعلانات فيسبوك وإنستجرام

تستهدف جماهير واسعة من خلال حملات تحويلية للمنتجات ذات الطابع البصري.

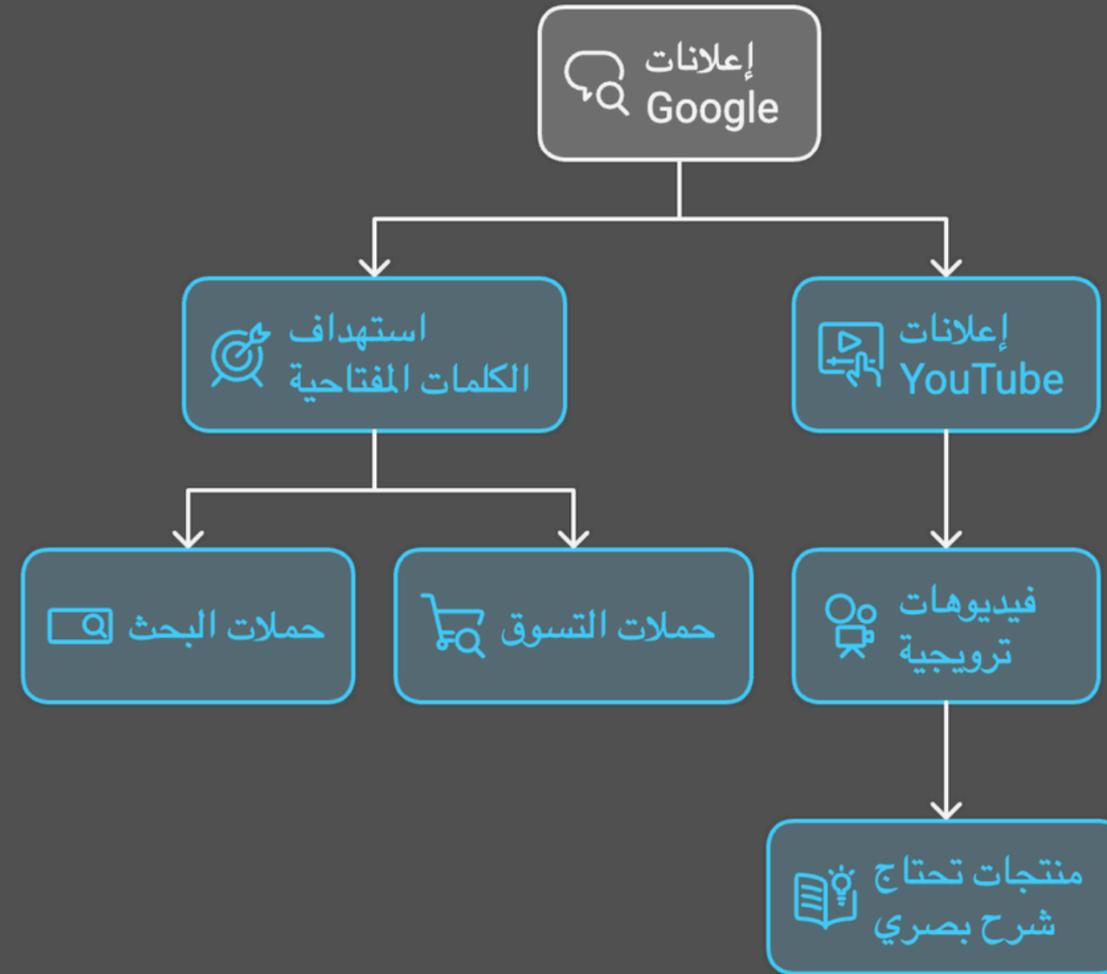
### إعلانات تيك توك

تركز على المحتوى الإبداعي والفيديوهات القصيرة الجذابة في السوق المتنامي.

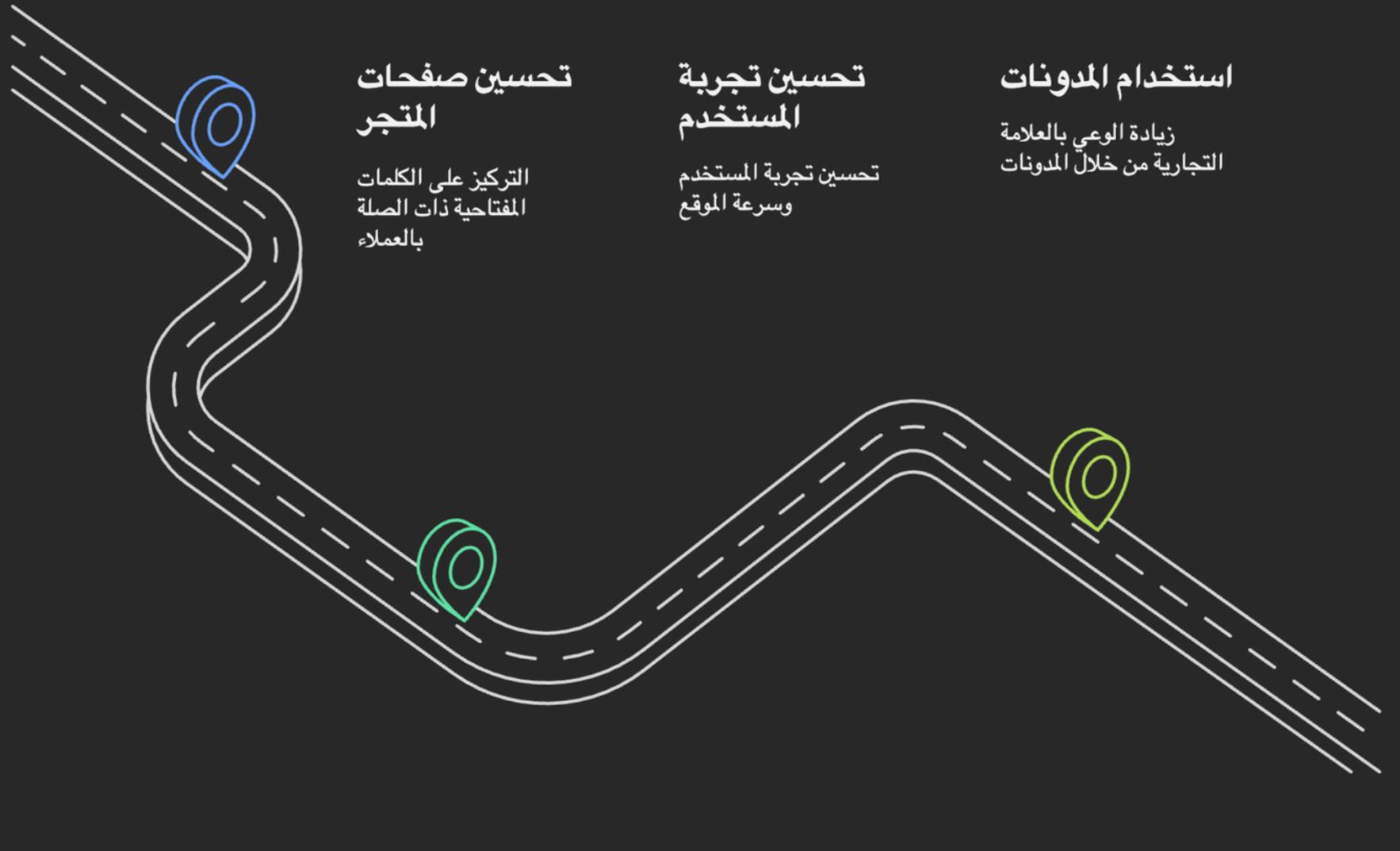


### استراتيجيات اكتساب العملاء

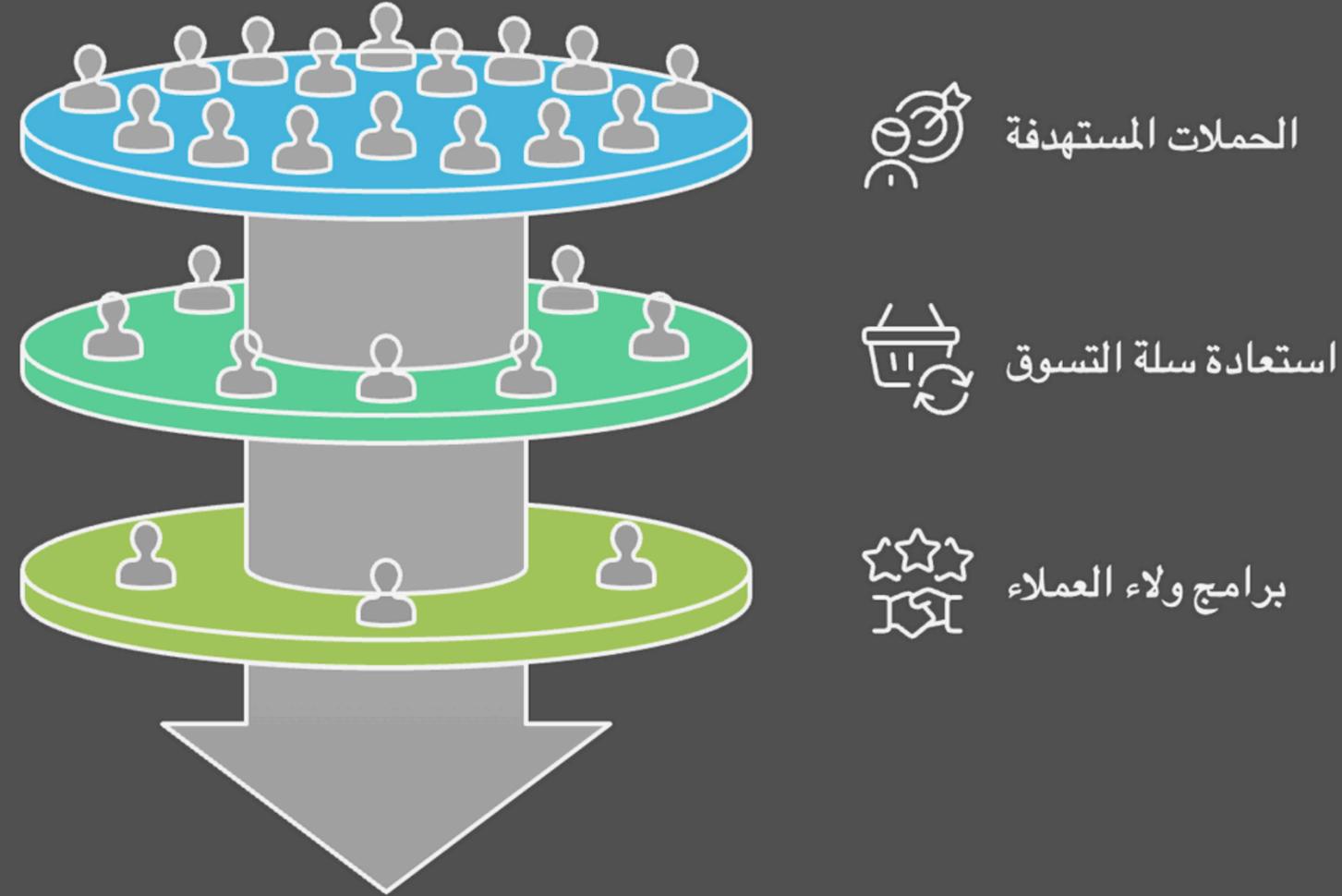
## Google و YouTube استراتيجيات إعلانات

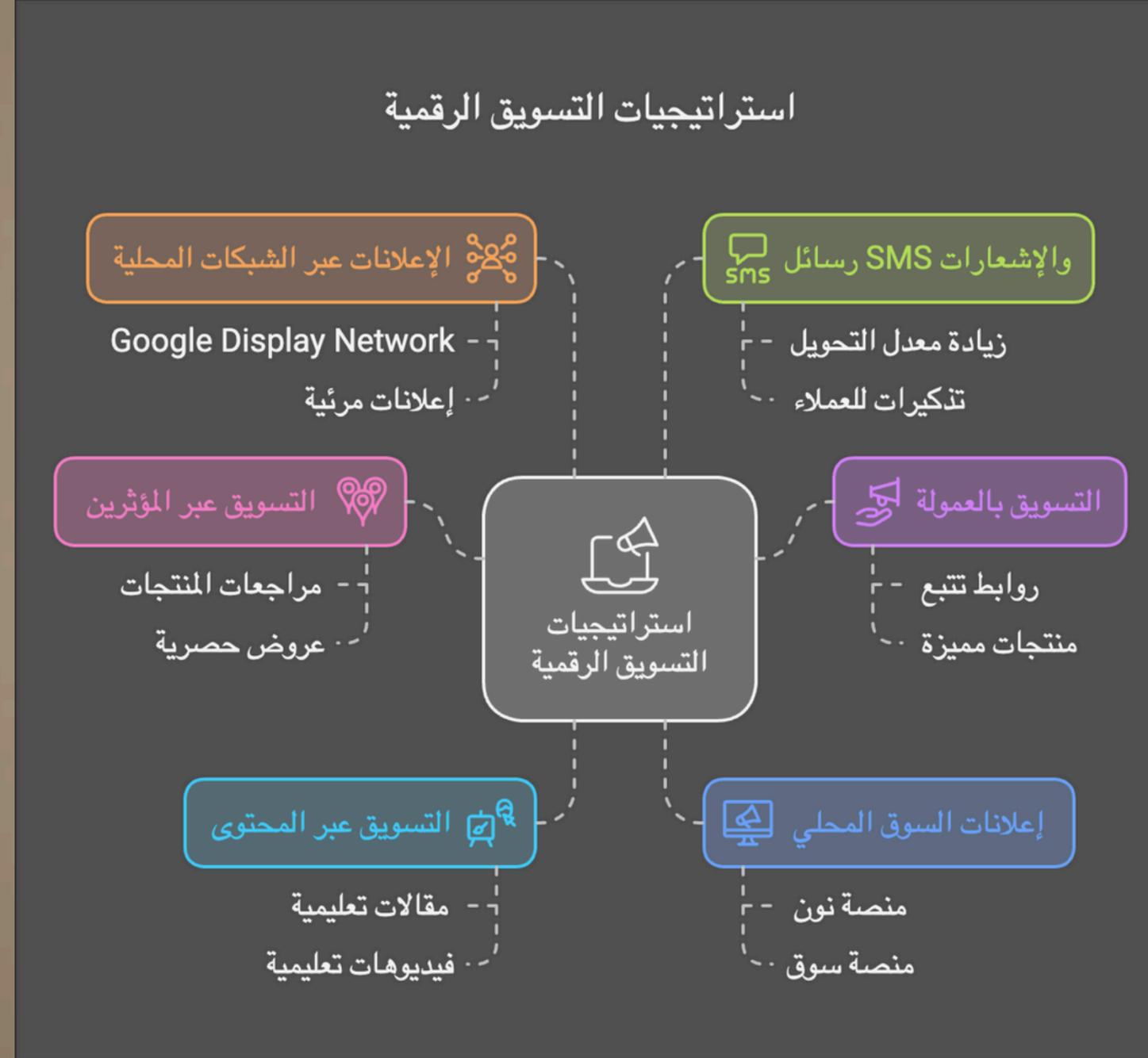


## تحسين اكتساب العملاء للتجارة الإلكترونية



قمع اكتساب العملاء من خلال التسويق عبر البريد الإلكتروني

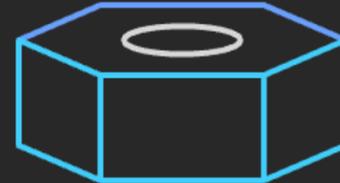
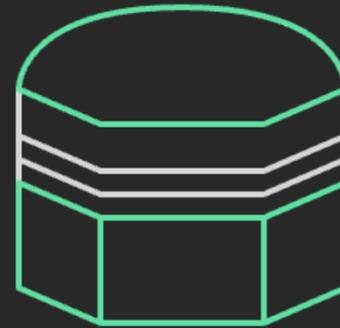




## استراتيجيات اكتساب العملاء الفعالة

### فهم الجمهور المستهدف

تحديد تفضيلات العملاء واهتماماتهم

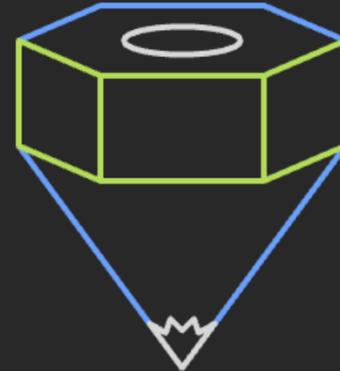


### التجربة والاختبار

تقييم فعالية القنوات المختلفة

### التخصيص المحلي

تخصيص الحملات للغة والثقافة المحلية





## ROAS و CPA كيف نحسن كل من

### تحسين الإعلانات

#### استهداف دقيق

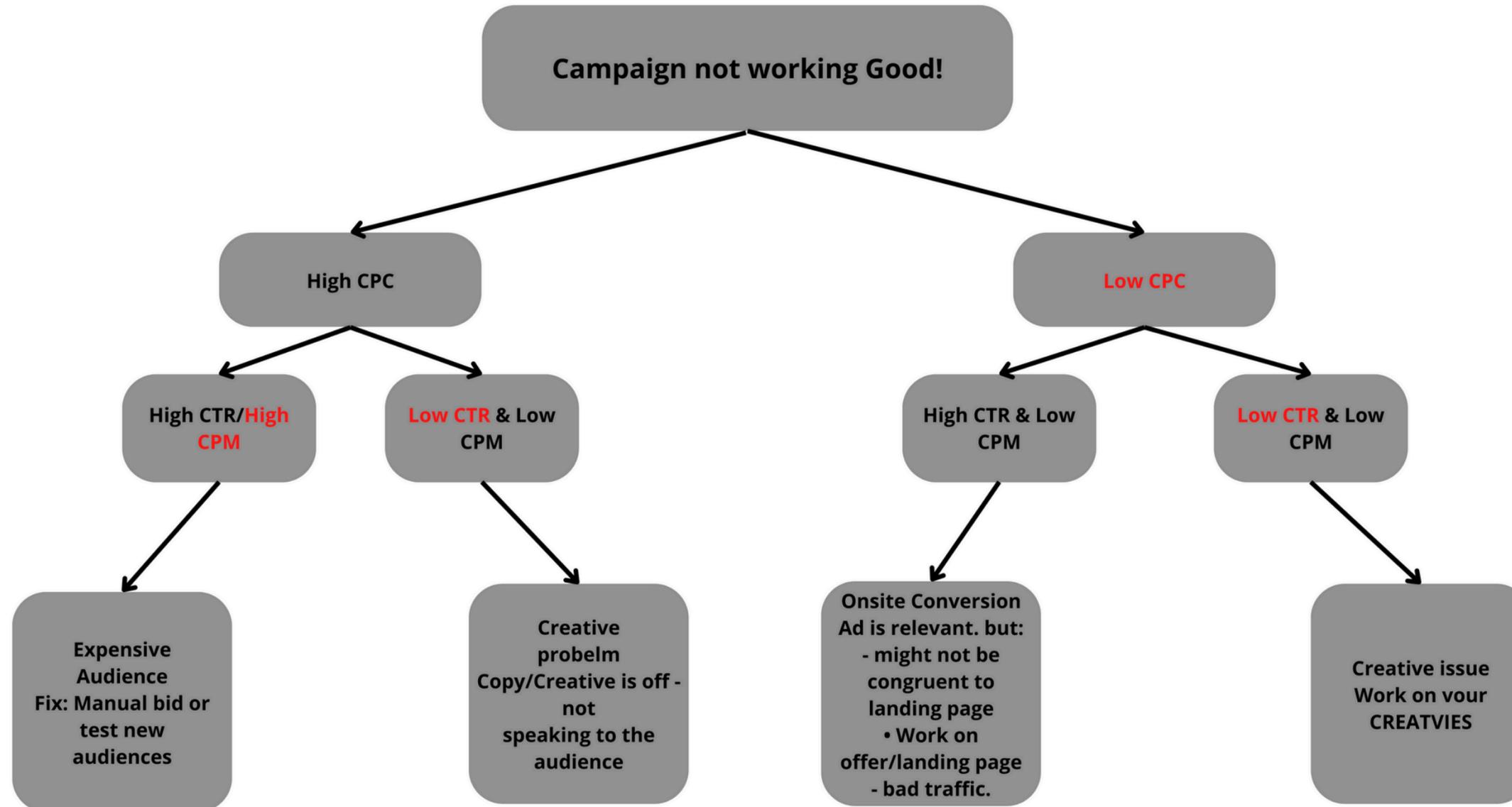
يزيد من فعالية الإعلانات ويقلل من تكلفة اكتساب العملاء

يعزز أداء الحملات الإعلانية ويزيد العائد على الإنفاق الإعلاني.

#### AOV زيادة

يزيد من القيمة الإجمالية للطلب مما يعزز العائدات

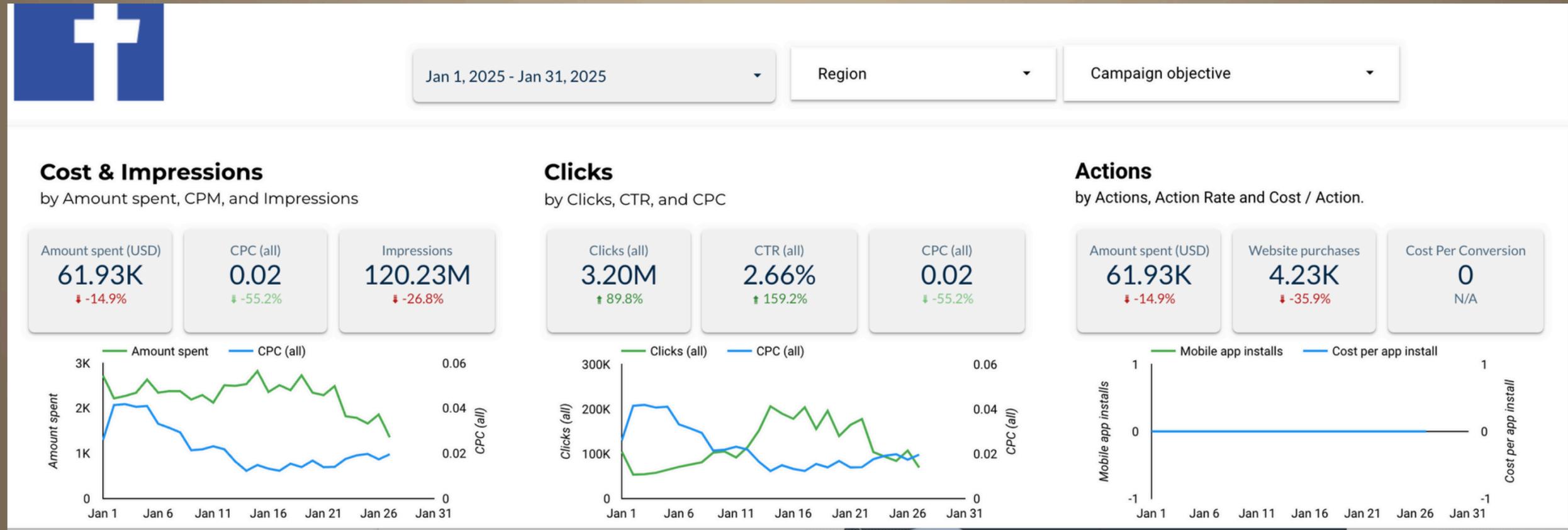






## لوحات التحكم التسويقية

"وجود Dashboard مثل Google Looker Studio يتيح لك مراقبة أداء الإعلانات من جميع القنوات في مكان واحد. يساعدك على توفير الوقت، تحليل المؤشرات الرئيسية مثل CPA وROAS، واتخاذ قرارات سريعة لتحسين الأداء. بربط حسابات الإعلانات مثل Google Ads وFacebook Ads، يمكنك الحصول على رؤية شاملة للمبيعات، الإنفاق، والعائد على الاستثمار لتحسين استراتيجيات التسويق."





# Thank You!



<https://www.linkedin.com/in/oweled/>



omar@mqyas.agency



[+966509069786](tel:+966509069786)