فهم مسار المبيعات الإعلاني

من "صانع محتوى" إلى "مستثمر إعلاني" — خريطة الرحلة التي تصممها للعميل: TOFU ← MOFU ← BOFU

سجّل في الكورس

المفهوم في سطر

هذا الدرس **نقطة تحوّل** في طريقة تفكيرك: من "صانع محتوى" إلى "مستثمر إعلاني". أداة الاستراتيجية الأساسية هي **قمع المبيعات (Sales Funnel)** — خريطة الرحلة التي تصممها للعميل من أول مرة يعرفك فيها حتى يصبح عميلاً وفيّاً. ثلاث مراحل: **TOFU** (أعلى القمع) ← **MOFU** (منتصفه) ← **BOFU** (أسفله).

1 تشبيه المول التجاري 🛍️

- **أول ما تدخل:** تتفرّج على الواجهات ← TOFU (ما قررت الشراء بعد)
- **تدخل محلًا** وتتفحّص البضاعة وتسأل البائع ← MOFU (بدأت الاهتمام)
- **غرفة القياس والكاشير:** تقرّر الشراء ← BOFU (القرار النهائي)

2 TOFU — أعلى القمع (جمهور بارد) 👋

الهدف: لفت الانتباه — "مرحباً، أنا موجود". **الجمهور:** بارد — لم يسمع بك. **الرسالة:** غير بيعية تماماً — مفيدة/ممتعة/ملهمة. **أمثلة:** فيديو "5 طرق لتحضير القهوة بالبيت"، مقالة عن أهمية التسويق، إنفوجرافيك مفيد. ⚠️ **الخطأ القاتل:** 90% من المعلنين يحاولون البيع المباشر للجمهور البارد — هذا كطلب الزواج من شخص قابلته لدقيقة!

3 MOFU — منتصف القمع (جمهور دافئ) 🤝

الهدف: بناء الثقة وتعميق العلاقة. **الجمهور:** دافئ — تفاعلوا معك سابقاً. **الرسالة:** أكثر مباشرة — حلول أعمق. **أمثلة:** دعوة لحضور ويبينار مجاني، تحميل كتاب إلكتروني، دراسة حالة.

4 BOFU — أسفل القمع (جمهور ساخن) 💰

الهدف: إتمام عملية البيع. **الجمهور:** ساخن — على وشك الشراء. **الرسالة:** مباشرة ومقنعة — تزيل التردد. **أمثلة:** عرض خاص لفترة محدودة، إعادة استهداف من ترك منتجاً في السلة، شهادات عملاء.

5 هرم الجماهير — البارد ← الدافئ ← الساخن

🔵 **جمهور بارد (TOFU):** لا يعرفك ← قدّم قيمة بدون بيع. 🟡 **جمهور دافئ (MOFU):** تفاعل معك ← ابنِ الثقة. 🔴 **جمهور ساخن (BOFU):** جاهز للشراء ← اعرض عليه مباشرة.

م مصطلحات أساسية

المصطلح بالعربية	بالإنجليزية	المعنى
قمع المبيعات	Sales Funnel	رحلة العميل من التعرف للشراء
أعلى القمع	TOFU (Top of Funnel)	مرحلة لفت الانتباه — جمهور بارد
منتصف القمع	MOFU (Middle of Funnel)	مرحلة بناء الثقة — جمهور دافئ
أسفل القمع	BOFU (Bottom of Funnel)	مرحلة البيع — جمهور ساخن
الجمهور البارد	Cold Audience	لم يسمع بك من قبل
إعادة الاستهداف	Retargeting	استهداف من تفاعل ولم يُتمّ الشراء

⚠ **أخطاء شائعة يجب تجنّبها**

1. **البيع المباشر للجمهور البارد:** أكبر خطأ يقع فيه المبتدئون. لا تطلب الزواج من أول لقاء — ابدأ بالتعارف وبناء القيمة.
2. **استخدام نفس الرسالة لكل المراحل:** كل مرحلة لها رسالة مختلفة. لا تخلط بينها.
3. **القفز من TOFU مباشرة لـ BOFU:** تحتاج بناء الثقة في MOFU لتحويل البارد إلى ساخن.

☆ النقطة الذهبية

قمع المبيعات هو **الخريطة** التي تُحوّل الإعلانات من "مقامرة" إلى "استثمار مدروس". دون خريطة، أنت ترمي سهاماً في غرفة مظلمة. مع الخريطة، تعرف بالضبط: ما نوع الإعلان، لمَن توجّهه، وما الرسالة المناسبة لكل مرحلة. في الدروس القادمة سنفصّل كل عنصر وربطها بأهداف فيسبوك.