

بناء "الأفاتار" — إنشاء شخصيات المشتري

السوق واسع والمنافسة شرسة. الحل: التخصص. بعد تقسيم الشرائح، ننتقل لخطوة أعمق — بناء الأفاتار (Avatar) أو شخصية المشتري...

[سجل في الكورس](#)

! المفهوم في سطر

السوق واسع والمنافسة شرسة. الحل: التخصص. بعد تقسيم الشرائح، ننتقل لخطوة أعمق — بناء الأفاتار (Avatar) أو شخصية المشتري (Buyer Persona). شخصية وهمية لكن مفصلة جداً تمثل عميلك المثالي. < **تشبيه:** تخيل أنك تبني علاقة مع شخص جديد. إذا ما بتعرف عنه شيء — شو بحب، شو بيكره، شو يزعجه — رح يكون حديثك عشوائياً. أما إذا عرفته — رح تعرف المواضيع المشتركة بينكم. هذا بالضبط مع زبونك.

المفهوم	الوصف
شخصية وهمية**	لكنها مفصلة جداً وخارقة التفاصيل
تمثل عميلك المثالي	كأنك تطلق صديقاً وهمياً بكل خصائص الزبون اللي تحلم فيه
ماذا يتضمن؟	العمر، الاهتمامات، المشاكل، الشغف، طريقة اتخاذ القرارات

لماذا وجود أفاتار مهم جداً؟

- حتى لو ما عندك بيانات حقيقية لسا:
- يخليك تفهم شو عم يدور ببال جمهورك
- تعرف شو مشاكله واحتياجاته
- تعرف كيف تحكي معهم
- تبني علاقة قوية — أول خطوة للمبيعات

الشريحة (Segment)	الأفاتار (Avatar)
مجموعة كبيرة ومنتشرة	شخص واحد محدد جداً
"شباب 20-35 من السعودية"	"أحمد، 28 سنة، مهندس برمجيات بالرياض، يحب السفر والتكنولوجيا"
عام	خاص جداً
للتحليل الكمي	لفهم النوعي والتواصل

1 استخدم الأدوات

سنستخدم نفس الأدوات التي حضرناها سابقاً:

- **ChatGPT** (أو Gemini) — لتوليد الأفكار
- **الدليل العملي** — الملف المرفق مع الدورة
- **صفحة الشخصية المستهدفة (Target Audience)** — قالب منظم

⚠ **تنبيه مهم:** إبقى في نفس المحادثة مع ChatGPT! لأن Gemini و ChatGPT يتذكرون المحادثة السابقة. إذا فتحت محادثة جديدة — ما رح يتذكر المعلومات اللي حكيت عنها قبل.

3 المعلومات المطلوبة للأفاتار

المجموعة	التفاصيل
ديموغرافيا**	العمر، الجنس، المكان، المهنة، الدخل، التعليم
نفسياً**	الأهداف، الأحلام، المخاوف، الإحباطات
سلوكياً**	عادات الشراء، القنوات المفضلة، المؤثرون

ما هي المشاكل التي يواجهها؟

؟ **التحديات**

شو الحل اللي يبحث عنه؟

الحلول 💡

الأفكار الخارق

الاسم: [اسم وهمي]

العمر: [XX سنة]

المهنة: [.....]

المكان: [.....]

الحالة الاجتماعية: [.....]

🎯 الأهداف:

•

•

😡 التحديات والمشاكل:

•

•

📺 القنوات المفضلة:

• إنستغرام / تيك توك / يوتيوب / تويتر

🗨 كيف يتخذ قرار الشراء:

• يقرأ التقييمات

• يشاهد فيديوهات المراجعة

• يتأثر بتوصيات الأصدقاء

● الاعتراضات الشائعة:

• "غالي!"

• "ما عندي وقت"

• "ما واثق من الجودة"

المنتج: تطبيق تعليمي للغة الإنجليزية للمبتدئين

الأفكار:

سارة، 24 سنة

محللة بيانات في شركة بالرياض

متخرجة حديثاً، عزباء

تحب السفر والمطاعم والتصوير

🎯 أهدافها:

• تحسين لغتها للترقية الوظيفية

• السفر للخارج بثقة

• فهم الأفلام والمسلسلات بدون ترجمة

😡 مشاكلها:

- جربت تطبيقات درّس كثير بس ملّت بسرعة
- ما عندها وقت كافي بسبب الشغل
- خايفة تتكلم وتغلط قدام الناس

🗂️ نشاطها:

- تيك توك (ساعة يومياً)
- إنستغرام (تتابع مؤثرين)
- إكس (للشؤون المهنية)

💰 استعدادها للدفع:

- 50-100 ريال شهرياً للتطبيق الجيد

🔴 اعتراضاتها:

- "كل التطبيقات نفس الشيء"
- "ما عندي التزام"

~~~~~

-----

~~~~~

بدون أفاتار:

"بدي أستهدف الشباب السعودي"

→ رسالة تسويقية عامة ← نتائج ضعيفة

مع أفاتار:

"بدي أستهدف سارة (24 سنة، محللة بيانات، بالرياض، تحب التطوير الوظيفي)"

→ رسالة مخصصة: "تقي لغتك الإنجليزية وترقى في شغلك!"

→ نتائج مضاعفة لأن الرسالة تلامس احتياجها الحقيقي

~~~~~

الأفاتار = شخصية وهمية مفصلة جداً تمثل عميلك المثالي. الفرق: الشريحة = مجموعة عامة ("شباب 20-35"). الأفاتار = شخص محدد ("أحمد، 28 سنة، مهندس بالرياض، يحب السفر"). الأفاتار يخليك تفهم مشاكل جمهورك واحتياجاتهم كأنك تعرفهم شخصياً — حتى لو ما عندك بيانات حقيقية لسا. استخدم ChatGPT في نفس المحادثة لتوليد الأفكار. ونَمِّي الأفاتار من ① المعلومات الديموغرافية → ② النفسية → ③ السلوكية → ④ التحديات → ⑤ الحلول. بناء العلاقة مع الزبون تبدأ بفهمه — والأفاتار هو مفتاح هذا الفهم.