

لا تقع في فخ الافتراضات

هل معلوماتي صحيحة فعلاً؟ هل فرضياتي حول جمهوري المستهدف واقعية أم لا؟ بعد بناء الأفاتار وجمع البيانات، يأتي دور التحقق...

[سجل في الكورس](#)

⚠️ المفهوم في سطر

هل معلوماتي صحيحة فعلاً؟ هل فرضياتي حول جمهوري المستهدف واقعية أم لا؟ بعد بناء الأفاتار وجمع البيانات، يأتي دور التحقق — لا تثق بافتراضاتك قبل أن تختبرها على أرض الواقع. < **تشبيه:** تخيل أنك صممت فستان عرس بناءً على تخيلاتك للعروس المثالية. قبل ما تصنع منه كمية كبيرة وتصرف مصاري — لازم تعرضه على عروس حقيقية تاخذ رأيها. ممكن تكتشف أن اللون مش المفضل، أو القصة مش مريحة، أو القياسات غلط. هذا هو التحقق من صحة الفرضيات.

"فخ الافتراضات هو السبب الرئيسي وراء فشل كثير من المشاريع"

ممكن يكون عندك	لكن على أرض الواقع
أفاتار تحفة	يمكن غير حقيقي
شرائح محددة بدقة	يمكن ما تطابق الواقع
استراتيجية رائعة	يمكن مبنية على فرضيات غلط

1 الفكرة الحاسمة:

الأبحاث الرقمية بتعطيك معلومات كبيرة — بس ما في شيء بيغني عن التحقق المباشر من الواقع.

تخيل:

تصرف آلاف الدولارات على حملة تسويقية

موجهة لجمهور أنت افترضت أنه المناسب

ثم تكتشف أنك كنت غلطان!

→ خسارة مالية كبيرة

→ وقت وجهد ضاع

لما تختبر فرضياتك:

- تصير قادر توصل لجمهورك الصحيح بدقة كبيرة
- تعدل الأفاتار بناءً على الواقع — لا على التخيل
- رسائلك التسويقية تصير أكثر فعالية

"تعرف أن كل قرش بتصرفه — بيكون بمكانه الصحيح"

المصطلح: Micro-Targeted Ad Campaigns

الوصف

موجهة لشريحة معينة من جمهورك المفترض

تجمع بيانات أولية (Primary Data)

كيف تعمل؟

الخطوة 1: اختر شريحة واحدة من الأفاتار

الخطوة 2: صمم إعلاناً صغيراً موجهاً لهذه الشريحة

الخطوة 3: شغل الإعلان بميزانية بسيطة (مثلاً \$50)

الخطوة 4: قياس النتائج:

- كم تفاعل؟

- كم نسبة النقر (CTR)؟

- كم تحويل؟

الخطوة 5: قارن النتائج مع افتراضاتك

النتيجة المحتملة:

✓ الإعلان نجح ← الأفاتار صحيح → استمر ووسّع

X الإعلان فشل ← الأفاتار يحتاج تعديل → راجع افتراضاتك

الطريقة	الوصف	التكلفة
حملات إعلانية صغيرة 📱	اختبر شريحة بميزانية محدودة	منخفضة (\$50-\$100)
استبيانات سريعة 📄	أرسل استبياناً لعينة صغيرة من الجمهور المفترض	مجانية (Google Forms)
مقابلات فردية 🗣️	تحدث مع 5-10 أشخاص من كل شريحة	وقت فقط

نتائج الاختبار:

— | ☒ الفرضية صحيحة

| → استمر ← وسّع الاستهداف ← زد الميزانية

— | ☒ الفرضية خاطئة تماماً

| → عدّل للأفتار ← راجع افتراضاتك من الصفر

— | ☒ الفرضية تحتاج تعديل

| → عدّل الأفتار ← اختبر مرة أخرى

☆ النقطة الذهبية

فخ الافتراضات هو القاتل الصامت للمشاريع. قد يكون أفتارك تحفة فنية — لكنه قد لا يمثل الواقع. 3 أسباب تجبرك على اختبار فرضياتك قبل الانطلاق: تجنب الهدر المالي، زيادة دقة الاستهداف، تحقيق أفضل ROI. أفضل طريقة للاختبار: حملات إعلانية صغيرة موجهة (Micro-Targeted Ads) بميزانية بسيطة — إذا نجحت استمر ووسّع، إذا فشلت راجع افتراضاتك من الصفر. تذكر: الأبحاث الرقمية تعطيك كميات هائلة من المعلومات، لكن التحقق المباشر من الواقع هو ما يفصل بين النجاح والفشل.