

مرافق مجاني للكتاب

كُرّاس عمل خطة تسويق مدرب

نماذج تطبيقية لبناء خطة تسويق لمدة 90 يوماً

محمد بن شعاعه

mohammedbenchaa.com

هذا الكُرّاس مرفق بكتاب «خطة تسويق مدرب». صُمّم للطباعة على ورق A4 أو للتعبئة إلكترونيًا.

اكتب النسخة الأولى ممّا تعرفه اليوم، ثم عدّلها كلما ظهرت لك معلومات من السوق. لا تبحث عن إجابة جميلة: ابحث عن إجابة تساعدك على اتخاذ قرار.

بطاقة الخطة

من أنت وما تسوّقه

	اسم المدرّب أو المركز
	اسم الدورة الأساسية
	تاريخ بداية الخطة
	تاريخ نهاية الخطة

الهدف الرئيسي للتسعين يوماً

الرقم الأسبوعي الأهمّ الذي سأراجع

ورقة 1 ماذا أسوّق؟

— الأصول التي أملكها

الأصل	ماذا أملك اليوم؟	ما دوره في الخطة؟
اسم المدرب وخبرته		
الدورة الأساسية		
مركز التدريب إن وُجد		
المتدربون السابقون		
العلاقات والشركاء		
الموقع والقوائم		

— الدورات المتاحة

الدورة	الجمهور	دليل الطلب	الربح أو الأهمية	القرار
				أبدأ / أوّجّل
				أبدأ / أوّجّل
				أبدأ / أوّجّل
				أبدأ / أوّجّل

— الدورة التي سأركّز عليها

— لماذا اخترتها؟

— ما الذي سأؤجّله حتى لا أشتّت الخطة؟

ورقة 2 الوضع الحالي والهدف

أرقام البداية

اكتب أرقام آخر دورة أو آخر شهر مناسب. ضع «غير مسجل» بدل ترك الخانة غامضة.

المؤشر	الرقم الحالي	مصدر الرقم
الوصول أو الظهور		
الزيارات أو النقرات		
الرسائل والطلبات		
المهتمون المؤهلون		
التسجيلات المؤكدة		
المدفوعات		
الحضور الفعلي		
الإيرادات		
الإنفاق الإعلاني		
بقية التكاليف		

ما الذي يعمل؟

ما الذي يضيّع الفرص؟

صياغة الهدف

خلال يوماً سأصل إلى من خلال تسويق دورة

ورقة 3 المتدرّب المحتمل المثالي

— الفئات المحتملة

الفئة	تعترف بالمشكلة	تستطيع الدفع	يسهل الوصول إليها	تناسب خبرتي	دليل شراء سابق
	/5	/5	/5	/5	/5
	/5	/5	/5	/5	/5
	/5	/5	/5	/5	/5
	/5	/5	/5	/5	/5

— الفئة المختارة

— مقابلات الجمهور

كرّر الأسئلة مع خمسة أشخاص وسجّل الكلمات المهمة، لا القصة كاملة.

السؤال	الكلمات والعبارات المتكررة
ما أصعب موقف تواجهه؟	
متى بدأت تبحث عن حل؟	
ماذا جرّبت من قبل؟	
ما الذي لم يعجبك في الحلول السابقة؟	
ما الذي يجعلك تثق في دورة؟	
ما الذي قد يمنعك من التسجيل؟	
ما النتيجة التي تريدها؟	

— بطاقة المتدرّب

المشكلة الحالية	
النتيجة التي يريدها	
أكبر اعتراض	
الدليل الذي يحتاجه	
قناة الاكتشاف	
قناة التواصل المفضّلة	
المستفيد · صاحب القرار	

ورقة 4 المنافسون والتموضع

تحليل المنافسين

المنافس	الجمهور	النتيجة الموعودة	الصيغة والسعر	الأدلة	نقاط القوة

الفراغ الذي أراه

الفرق الذي أستطيع تنفيذه

الميزة

كيف تتحوّل إلى إجراء ملموس؟	
ما الدليل عليها؟	

جملة التموضع

أساعد على من خلال من غير

نسختي الطبيعية من الجملة

ورقة 5 بناء العرض

اسم الدورة	
لمن؟	

— المشكلة التي تعالجها

— النتيجة الواقعية بعد الدورة

— المحاور الأساسية

طريقة التقديم	حضورى / مباشر عبر الإنترنت / مسجل / مزيج
المدة والمواعيد	
المتابعة بعد الدورة	
الدليل	
السعر	

ورقة 6 خريطة القنوات

الوظيفة	القناة المختارة	لماذا؟	ما الذي سأقيسه؟
الوصول			
بناء الثقة			
التواصل			
التسجيل والدفع			
حفظ البيانات			

— الشراكات

الشخص أو الجهة	لماذا يناسب؟	القيمة التي سأقدّمها	موعد التواصل	النتيجة

— السؤال الذي سأطرحه على كل مهتمّ لمعرفة المصدر

ورقة 7 بنك الستّ والثلاثين قطعة محتوى

استعمل هذه الصفوف لتكليف القطع الستّ والثلاثين الواردة في الكتاب مع تخصّصك وجمهورك.

#	الفكرة أو السؤال الحقيقي	النوع: وعي / تعليم / ثقة / عرض	الصيغة	الدعوة التالية
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

ورقة 7 تتمة بنك المحتوى

#	الفكرة أو السؤال الحقيقي	النوع: وعي / تعليم / ثقة / عرض	الصيغة	الدعوة التالية
31				
32				
33				
34				
35				
36				

— مسودة منشور

الموقف أو السؤال	
لماذا يحدث؟	
الخطوة المفيدة	
المثال أو الدليل	
الدعوة التالية	

ورقة 8 تقويم التسعين يوماً

اكتب ثلاث مهام رئيسية فقط لكل أسبوع.

الأسبوع	الهدف	المهام الثلاث	المسؤول	الرقم الذي سأراجع	ما تعلّمته
1	تثبيت الأساس				
2	الاستماع				
3	اختبار الرسائل				
4	العرض الأول				
5	محتوى مركز				
6	شراكة أو لقاء				
7	اختبار مدفوع				
8	مراجعة منتصف الخطة				
9	فتح التسجيل				
10	معالجة التردد				
11	التأكيد والحضور				
12	القياس وما بعد الدورة				

ورقة 9 الاختبار الإعلاني

اسم الدورة والعرض	
الفئة المستهدفة	
الإجراء المطلوب	مشاهدة / زيارة / رسالة / استثمار / شراء
الميزانية والمدة	
أقصى تكلفة مبدئية لاكتساب متدّرب	
أقصى تكلفة مبدئية للمهتم المؤهل	

ما الذي سأختبره؟

العنصر	النسخة أ	النسخة ب
زاوية الرسالة		
العنوان		
الصورة أو الفيديو		
الدعوة التالية		

شروط القرار قبل الإطلاق

أستمرّ عندما	
أعدّل عندما	
أوقف عندما	

النتيجة

المؤشّر	القيمة
الإنفاق	
الظهور	
النقرات أو الزيارات	
الرسائل أو الاستثمارات	
المهتمون المؤهلون	
المشترون	
الإيراد المنسوب	

ورقة 10 سجل المهتمين والمتابعة

استعمل هذه الصفحة كنموذج، وانقل السجل إلى ملف إلكتروني إذا كبر العدد.

الاسم	الهاتف	المصدر	الحاجة	الحالة	آخر تواصل	المتابعة القادمة	النتيجة أو سبب عدم الشراء

رد المتابعة المرجعي

السؤال الأول لفهم الحاجة	
ملخص العرض	
الإجراء المطلوب	

الاعتراضات

الاعتراض	السؤال الذي سيساعدني على فهمه	الإجابة الصادقة	هل يحتاج تعديلاً في العرض؟
السعر			
الوقت			
الثقة			
الحاجة إلى استشارة شخص			
اعتراض آخر			

ورقة 11 لوحة القياس

الشهر الأول

المؤشّر	قناة 1	قناة 2	شراكات	الإجمالي
المهتمّون				
المؤهلون				
المشترون				
الحضور				
الإيرادات				
الإنفاق				

الشهر الثاني

المؤشّر	قناة 1	قناة 2	شراكات	الإجمالي
المهتمّون				
المؤهلون				
المشترون				
الحضور				
الإيرادات				
الإنفاق				

الشهر الثالث

المؤشّر	قناة 1	قناة 2	شراكات	الإجمالي
المهتمّون				
المؤهلون				
المشترون				
الحضور				
الإيرادات				
الإنفاق				

ورقة 11 الحسابات

املأ الأرقام من لوحة القياس، واحسب في الخانة نفسها.

المقياس	الطريقة	النتيجة
تكلفة الألف ظهور CPM	الإنفاق ÷ مَرَّات الظهور × 1,000	
تكلفة المهتم	الإنفاق ÷ المهتمين	
تكلفة المهتم المؤهل	الإنفاق ÷ المؤهلين	
نسبة التحويل	المشترون ÷ المؤهلين × 100	
تكلفة اكتساب متدرب	الإنفاق ÷ المشترين	
نسبة الحضور	الحضور ÷ المؤكّدين × 100	
العائد على الإنفاق الإعلاني	الإيراد المنسوب ÷ الإنفاق	
الربح الصافي	الإيرادات - جميع التكاليف	
العائد على الاستثمار	الربح الصافي ÷ جميع التكاليف × 100	
هامش المساهمة للمقعد	السعر - التكلفة المتغيرة	
نقطة التعادل بالمقاعد	التكاليف الثابتة ÷ هامش المساهمة	

ورقة 12 مراجعة نهاية الخطة

— استمرّ – ما الذي أثبت نتيجة ويستحق أن يتحوّل إلى نظام؟

— أوقف – ما الذي اختبرته بشكل عادل ولم يعط إشارة مفيدة؟

— اختبر – ما الفرضية التالية التي تريد اختبارها؟

	العنصر الذي سيتغيّر
	العناصر التي ستبقى ثابتة
	الرقم الذي سيحسم القرار

— أهمّ خمسة دروس

— هدف دورة التسعين يوماً القادمة

ملخص حلول التمارين الحسابية في الكتاب

— التمرين الأول: مسار حملة تعليمية

المعطيات: إنفاق 72 دولاراً، و60,000 ظهور، و180 استفساراً، و120 مهتمة مؤهلة، و24 تسجيلاً بسعر 100 دولار للمقعد. التكاليف الثابتة غير الإعلان 900 دولار، والتكلفة المتغيرة 20 دولاراً لكل متدربة.

- $CPM = 72 \div 60,000 \times 1,000 = 1.20$ دولار.
- تكلفة الاستفسار = 0.40 دولار؛ وتكلفة المهتمة المؤهلة = 0.60 دولار.
- $CAC = 72 \div 24 = 3$ دولارات.
- نسبة التحويل = $24 \div 120 \times 100 = 20\%$.
- الإيراد = $100 \times 24 = 2,400$ دولار.
- مجموع التكاليف = $480 + 900 + 72 = 1,452$ دولاراً.
- صافي الربح = $1,452 - 2,400 = 948$ دولاراً.
- $ROI = 948 \div 1,452 \times 100 = 65.3\%$ نحو.

— التمرين الثاني: نقطة التعادل

- هامش المساهمة = $100 - 20 = 80$ دولاراً.
- نقطة التعادل = $80 \div 1,000 = 12.5$ مقعداً.
- العدد العملي اللازم لتجاوز التعادل = 13 مقعداً.

— التمرين الثالث: مقارنة المصادر

- تحويل الشراكات = $9 \div 30 \times 100 = 30\%$.
- تحويل المحتوى العضوي = $7 \div 40 \times 100 = 17.5\%$.
- تحويل الإعلان = $8 \div 50 \times 100 = 16\%$.
- الإجمالي = $24 \div 120 \times 100 = 20\%$.

— التمرين الرابع: الطلب والنتيجة المكتملة

- المكتمل = $132 \div 186 \times 100 = 71\%$ ؛ وغير المكتمل = 54 طلباً، أو نحو 29%.

وبعد أن تملأ الأوراق

هذه الأوراق تحفظ قراراتك، لكنّها لا تشرح كيف تُتخذ. الشرح كلّهُ في الكتاب: التسعون يوماً كاملاً، من اختيار الدورة التي تستحقّ التسويق إلى قياس الربح الصافي، بعشر دراسات حالة بأرقامها.

وكل ورقة هنا تقابل فصلاً هناك – فإن وقفت عند خاتمة لا تعرف بماذا تملؤها، فجوابها في فصلها.

الكتاب

خطة تسويق مدرب

متاح على أمازون بالنسختين الرقمية والورقية. وفي صفحته على الموقع عيّنة مجانية من ستّ عشرة صفحة تقرؤها قبل أن تقرّر.

افتح صفحة الكتاب

mohammedbenchaa.com/ebook



حقوق الاستخدام: هذا الكُرّاس مخصّص للاستعمال الشخصي لمشتري الكتاب. لا يُعاد بيعه أو نشره منفصلاً.