

HOW TO TRANSFORM YOURSELF



TO AN INBOUND MARKETER

AUTHOR

أنا أحمد سيف

CEO & Founder IdeaCloud Agency
CMO & Co-Founder School Of
Marketing
Inbound Marketing Consultant
LinkOnline

عندي mission عايش عشانها
وهي إن أغير وأطور الMarketing
Industry في مصر و الكتاب ده من
ضمن الخطوات اللي محتاجها عشان

أوصل للMission دي .

طبعاً لو عرفتوا ان الVision بتاعتي هي
إني أكون مؤثر في الMarketing Science
علي مستوي العالم هتقوله عليا مجنون،
مفيش مشكلة هو ده المطلوب .



FOLLOW ME ON TWITTER

@AhmedSaif_

FOLLOW ME ON FACEBOOK

<http://bit.ly/AhmedSaif>

Connect With me

<http://linkd.in/1bOIf00>

TABLE OF CONTENTS

2 AUTHOR

4 INTRODUCTION

5 EMARKETING :إبعد عن ال CH. 1

10 :إنسي الإعلانات شوية CH. 2

16 :إنسى انك بتبيع CH. 3

19 :إتعلم SOCIAL MEDIA صح CH. 4

24 :إتعلم CONTENT MARKETING صح CH. 5

36 :إوعي تعمل BLOG في الاول CH. 6

41 :إتعلم INBOUND ANALYTICS صح CH. 7

51 :إعمل 10 PIECE OF CONTENT في اقل من 7 ايام CH. 8

60 CONCLUSION

INTRODUCTION

الـ eBook ده مكتوب بطريقة غريبة (عربي داخل في English و جو غريب كدة) بس الحقيقة إنك لو ركزت في طريقة كلامك هتلاقي إنك في الأغلب بتتكلم بنفس الطريقة دي بالظبط

ممکن تكون الطريقة صعبة علينا وعليكوا بس مأنش إنكم هتتعلموا حاجة زي الـ Inbound Marketing باللغة العربية (طب جرب تترجم الكلمة اللي فاتت دي وقولي اية رأيك)

و برضه لو عملنا بالـ English مش هيبقي ليه لازمة، مش هيبقي فرق عن أي Content أجنبي وفيه ناس كتير مش هتوصلها المعلومة كاملة

سامحني لو الطريقة دي مش مريحاك حاول تستحملها الفايده تستاهل و هي ،١ دقائق و الموضوع هيبقي طبيعي جداً

الـ e-book ده هتتعلم فيه إزاي تحول نفسك لـ Inbound Marketer في أقصر وقت ممكن، مكون من مجموعة من الخطوات مطلوب منك تمشي عليها و تفهمها وتنفذها وأوعدك إنك لو مشيت عليها صح الـ e-Book اللي جيتي هيكون بتاعك إنت .

01

CHAPTER



إبءء عن E-MARKETING

• الـ eMarketing حلو مفيش كلام وبيجيب
 فلوس والسوق طالبه بقوة والناس اللي
 بتدرسه كويسة و ربنا يكرمهم ، بس للأسف
 لو مشيت معاهم مش هتوصل إنك تكون
 Inbound Marketer وأي حاجة في الـ Marketing
 غير إنك تكون Inbound Marketer مش غلط بس
 تضيع وقت (وجهه نظر) .

غريبة إن محدش أخذ باله من الـ fans بتوعنا إننا
 شلنا الـ e من الـ logo ؛) بس مش مهم إحنا علاقتنا
 بيكم أكبر من مجرد logo .

بس السؤال هنا : ليه ؟

أواخر التسعينات و أول ٧ سنين من الألفينات هم
 العصر الذهبي للـ eMarketing واللي فيهم إنتشر
 إنتشار رهيب
 بس بعد ٢٠٠٩ ابتدا الانحدار .

هو أصلاً يعني إيه e-Marketing

عامّةً يعني استخدام الإنترنت في ال Marketing (مش محتاجه فكاكة :) بس مش هو ده اللي نقصده.

اللي نقصده بال eMarketing | (as a concept) اللي هو مجموعه من ال Internet Marketing tools يعني Social Media او Search Engine او E-mail او Digital advertising وأي tool تقدر تعمل بيها marketing علي الإنترنت ، يعني مجرد tools وده ياخدنا لموضوع جميل هو ينفع أقول علي نفسي مثلاً eMarketing Specialist هو ينفع مفيش مشكلة و كل الناس بتعمل كده بس المشكله إنك هتبقني زي اللي بيقول أنا professional في استخدام الشاكوش :) هو ينفع برضه بس هو شيء مش منطقي (وجهة نظر)



علي العكس تماماً لما تقول إنك نجار محترف، النجارة فن وحرفه وممكن تجاوزاً نقول عليه علم لكن الشاكوش مجرد أداة أنا بتكلم في الموضوع ده لأنه من أسباب إنتشار الثقافة المخلوطة اللي بتقول إن : «ال social media مش كيمياء هم شويه posts بتنزلهم وخلاص و إن ال SEO حبة keywords بتحطهم في ال site عندك وكام Backlink و شكراً» .

التصحيح: Digital, Internet, Online, e, Marketer يعني marketer فاهم ال marketing science وبيستخدم في تطبيقه ال Internet tools .

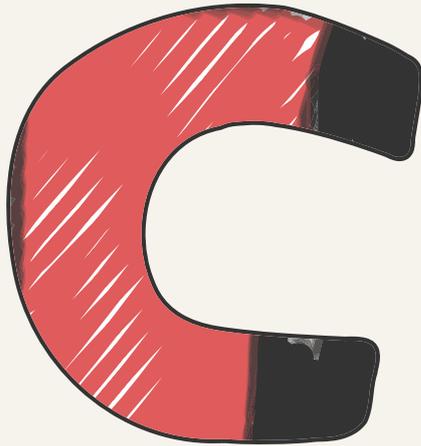
ايوه انت عايز ايه يعني؟

عايزك متبصش للموضوع علي إنك Specialist في tool عايزك تبقي فاهم انك Marketer حتي لو ال Job Title بتاعك Social Media Specialist أو Search Engine Specialist.

يعني من الإخر متقولش علي نفسك مثلاً Inbound Marketing Specialist قول Inbound Marketer.

هو إنت فاضي أوي كده عشان تحلل كل كلمة وتتفلسف؟.

في الحقيقه لأبس كمان الفلسفة مش شيء وحش (لوهنستفيد منها) الخلاصة إنك لازم تبتدي تركز مع وجودية الأشياء وده هيوصلك لإنك تسأل أسئلة غريبة زي هو «ليه Social Media» أو «إيه سبب وجود ال Inbound Marketing» و ده هيوصلك بدوره لأنك هتفهم الحاجة اللي إنت بتتعلمها صح و هتتعرف تتعلم إيه و متتعلمش إيه» .



و ساعتها هتتعرف إنك المفروض دلوقتي تغير ال direction اللي إنت ماشي فيه وتبتدي تتحول ل Inbound Marketer.

02

CHAPTER



إنسى الإعلانات شوية.

• الإعلانات مش المفروض تاخد من تفكيرك ومذاكرتك و مجهودك اكثر من ٥-١٠% بالكثير لأن الموضوع كله يعتبر بالظبط زي نسبة أهمية contact بتاع العربية للعربية نفسها، العربية نفسها مش هتدور إلا بالContact بس عمرها ما هتتحرك خطوة واحدة لو مفيش غيره

فكر الإعلانات (hey ,buy our products) إنك بتطلع تقول علي نفسك إنك كويس و أجمد حد في المجال بتاعك (أهلاً و سهلاً) والمفروض إني اصدقك، دلوقتي مش زمن إنك تتكلم عن نفسك و تقول إنك جامد، دلوقتي زمن إنك تخلي الناس تقول لبعض إنك جامد .

ADVERTISING PARANOIA

الـ Ads بتجيب «هطل» و هوسة يعني من الأخر
لو مفهمتش الـ Advertisement
هتتجنن لأن الـ Ads دايرة مغلقة
هتفضل تلف فيها لحد ما تنتحر.



و الحلقة المغلقة دي كالتالي

The more you spend on advertising , The less it works. The less it works, The more you spend .

أنهي منطق يخلينا نقبل إننا نعمل
 Ads بال concept القديم و إحنا كل
 ما نعمل Ads أكثر نتيجتها تقل
 وكل ما نتيجتها تقل نصرف
 عليها أكثر وكل ما نصرف
 نتيجتها تقل وكل ما تقل نصرف
 أكثر ونفضل بقي بنلف ورا نفسنا لحد
 ما نتجنن.

مع العلم إنك لو صرفت الفلوس دي فأنتك تعمل
 حاجة حقيقي تعلم بيها الناس هتأخذ فوايد أد اللي
 بتأخذها من ال Ads مية مرة
 بس علي ال Long term لأنك بتبني Business مش
 بتعمل سبوبة.

ال INBOUND ADS

إيه ده هو في حاجة إسمها Inbound Ads؟
 اصلاً ال Inbound أسلوب حياة مش Marketing بس ،
 اقرا أكثر عن الموضوع ده من هنا

<http://on.fb.me/lj.A1rF>

بالنسبة لل Inbound Ads:

إنت عمرك ما هتحتاج تعمل Ads تقول للناس تعالوا
 اشتروا ال Product بتاعي لأنك لو Inbound Marketer
 هتبقى عارف ان ال customer اللي هيجيلك عشان عنده
 Instant Need بيبقى قيمة اقل بكتير اوي من ال
 customer اللي بينك و بينه Relationship .

الInbound Ads يعني إنك تعمل Ads تقول فيها

للناس تعالوا إتعلموا مش تعالوا إشتروا

و لما يجوا (Attraction) ، و يتعلمه

(Culture Influencing) ساعتها لو

عندك Valuable Content هتقدر

تعمله Convert من إنه مجرد Visitor

ل انه Lead (يعني شخص مهتم جداً

باللي انت بتعمله، إتعلم منك حاجات

كثير وادالك ال Data بتاعته) وبعدها لما يبقي جاهز

يشترى تبقي تفكر تبيعله .

طبعا الكلام ده مش منطقي لأي حد بيعتمد
علي الAds بشكل اساسي, بس للأسف الزمن
إتغير و لازم نتغير معاه , أمر واقع :).

03

CHAPTER



انسى انك
بتبيع.

- لو فاكِر إنك كـ Inbound Marketer هتبيع
تبقى غلطان، انت هتبنى Business يدوم ١-
٢، سنة هتبنى business الـ customers بتوعه
نفسهم يشتروا منه أي حاجة يعملها .

عشان بقي تعرف تبني الـ Sustainable Business
ده لازم متبصش تحت رجلك لازم تبقى شايف الـ Big
Picture.

لازم تبص علي الـ Long Term Profit و ده معناه إنك
عادي جداً تفضل أول سنة متكسبش وممكن أكثر
من كده والمفاجأة بقي إنك لو شغال وعايز تعمل
Transformation إحصالية إنك تخسر في الأول عاليه



جداً (في الأول بس).

وده لأن الموضوع كله
في الـ Inbound هي الـ
Relationship و أكيد دي
عمرها ما هاتيحي بين يوم و
ليلة .

إوعي تببيع، سهّل عليهم بس إنهم يشتروا

كده كده اللي عايز يشتري هيشترى في الوقت اللي هو عايزه (طب ما في اوقات الناس بتشتري في الوقت اللي البياع عايزه) دي خدعة كبيرة اوي خدعها ال salesmen لنفسهم، الموضوع ده بيحصل صدفة بس لما الناس يشتروا بمزاجهم في نفس الوقت الي ال Salesman عايز يبيع فيه و هو ده معني ان ال Customers بتوعك عندهم Instant Need في الوقت اللي عايز تببيع فيه .

٤ حاجات لازم تاخذ بالك منها لو هتبيع:

- أوعي تببيع لحد من غير ما تعلمه حاجة .
- أوعي تببيع لحد مش هيستفيد استفادة كاملة من ال Product /Service بتاعك .
- لو مش هتبيع لشخص معين عشان هو مش qualified حاول تقنعه ميشتريش (يعني مترفضوش خليها تيجي منه) .
- أي حد مش هتبعه لازم تبقي عامله program يمشي عليه عشان يكون qualified أنه يشتري منك في وقت قريب .

04

CHAPTER



إتعلم

SOCIAL MEDIA

صح

- باختصار شديد ال Social Media ممكن تتعلمها بس بالطريقة الغلط The Outbound Way .
- وده هو اللي إتكلمنا عليه فوق ، إنما اللي نقصده بكلمه «صح» هو Social Media The Inbound Way .
- يعني من الآخر إتعلم عند حد فاهم و بيطبق ال Inbound عشان يعلمك SM صح .

ه حاجات يعرفوك المكان اللي هيعلمك Social Media هيعلمك صح ولا لا :



- لازم تكون إنت نفسك بتحبه لأن لو هو مش عارف يحبك فيه مش هيعرف يعلمك إزاي تحب الناس فيك :).
- لازم يكون هيعلمك Social Media Science لأن ال Social Media بتتقسم في الأساس لجزئين Social Media Science و Social Network Science .
- في الأغلب معظم الأماكن اللي بتدرس هتلاقيها بتعلمك الجزء الثاني بس مع إن الجزء الثاني ملهوش لازمة من غير الجزء الأول .

- لازم يكون هيعلمك Content Marketing لإن ال Social Media عامله زي العربية أما ال CM هو البنزين يعني من غير ال Social Media ملهاش لزمة .
- لازم يكون بيعلمك Social Analytics، وده بقي أهم من اللي فوق كله لأن من غير Analytics إعتبر نفسك أعمي و كل اللي إنت هتعمله مش هتتعرف تقيس نتيجته فبالتالي مش هتتعرف تعدله أو تطوره أو تصلحه .
- و أخيراً ال Social Strategic Planning و ده مش هتتعرف تتأكد منه بس علي الأقل يكون من ضمن ال Courses Component .

متنسوش تتأكدوا ان ال Course اللي هتخده هيكون في صورته Training مش شوية Lectures.

الكلام ده مش بنقول هولاك عشان موجود عندنا في ال training بتاعنا، إحنا فعلاً مقتنعين إن هي دي أصح component، وأصح طريقة يتدرس بيها ال Inbound Marketing لو لقينا طريقة أحسن اكيد هنفذها حتى لو جيه من Competitor.



ممکن تتعلم Inbound Marketing و من ضمنه ال
Social Media من غير ما تحتاج لحد ولا حتى ال
Training بتاعنا كل المطلوب منك تركز أوي في الكلام اللي في
الlinks دي و تتابع ال Inbound Marketing Campaign
بتاعتنا اللي هتوصلك بعد ٣ شهور إنك تكون من أحسن
الناس اللي فاهمة Inbound Marketing في مصر .

يعني إيه Modern Marketing.

<http://bit.ly/MMarketing>

يعني إيه Social Media في ١٦ Articles.

<http://bit.ly/SocialMedia16>

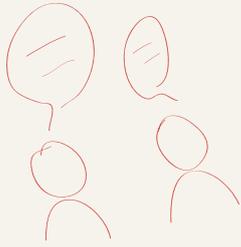
يعني إيه Social Media (The Inbound Way).

<http://bit.ly/SMInbound>

إزاي تحسب ال Engagement Rate صح مش زي ما
الناس بتعمل.

<http://bit.ly/EngRate>

اللي عايزك تاخذ بالك منه في ال Social Media هو ال
Social Media مش ال



وهي دي الكارثة اللي بيقع فيها
Marketers تقال أوي .

لو بصيت لل Social Media علي إنها
Media يبقي هتعاملها علي إنها تلفزيون و ساعتها
هتخسر كثير أوي لأنها نوع من ال Media مختلف تماماً
وكلياً وقوانينه لا تمت بصله لل Traditional Media.

أحلى حاجة في ال Social Media إنها إسقاط من الحياه
الطبيعية بتاعتنا علي العالم الافتراضي (الإنترنت) .
فمن السهل أوي إنك تعرف اللي بيعلمك ده بيعلمك
صح ولا لأ .

بكل بساطه لو اللي هو بيقول هولاك يتعارض مع قوانين
الحياة يبقي غلط يعني مثلاً لو لاقيته بيقولك أعمل posts
علي أد ما تقدر عشان تقدر تقنع الناس إنها تشتري، (مع
العلم انك داخل ال Social Media اصلا عشان تصاحب ال
Fans بتوعك مش تباعلهم) .

شوف بقي في الحياة لو فضلت تزن علي حد عشان
يعملك حاجة هيكون إيه رد فعله و حته لو عملهاك
إسأل نفسك هو عملها عشان بيحبني ولا مصلحة و
ساعتها هتعرف الكلام ده صح ولا لأ .

05

CHAPTER



إتعلم

CONTENT MARKETING

صح

الـ Content Marketing يعتبر أصعب علم في الـ Inbound Marketing و محتاج تقرا كثير أوي وتنفذ أكثر وتـ Analyze أكثر و أكثر .

الفكره إنك لما تيجي تقرا هتوه في بحر الـ Content و هتوصل بعد كثير أوي و عشان كد من ضمن الـ missions بتاعتنا إننا نقصر عليك الوقت ده، هتلاقي في الـ Page بتاعتنا Album اسمه Content Marketing

بإختصار شديد الـ Modern Marketing عموماً هو فن التأثير في الثقافة .

و التأثير في الثقافة ليه طريقتين :

١- إنك تخترعلم حاجة تغير ثقافتهم (Steve Jobs Style).

٢- إنك تعلمهم حاجة إنت مش المفروض تعلمهم (مش مطلوب أو واجب عليك تعلمهم).

تعالو نسيب الاولى ونمسك في الثانية:

لو فكرت تعلم الناس face to face هيكون الموضوع مكلف جداً و Target Audience هيكون قليل جداً و إنتشار الموضوع «Virally» شبه معدوم .

فا بالتالي إنك تعلم الناس عن طريق Online Content في أي صورة من صورة هو الأختيار الأمثل لتطبيق ال Modern Marketing، طريقة تقديم ال Online Content

ده في حد ذاته علم ثقيل جداً مع إن أي حد ممكن يعمل content بس بردو أي حد ممكن يحرك عربيه حتي لو عنده ٥ سنين بس مش أي حد يقدر يدخل سباقات .



اا حاجة اساسية تاخذ بالك منها و انت بتعمل Content Marketing

قبل ما ندخل في النقط الاساسيه في ال Content Marketing في حاجة أهم من كل اللي جاي.

ال Content Marketing Mission Statement.

يعني: هو إنت هتعمل Content ليه اصلاً.

تحت في امثلة علي الContent Mission:

Kraft Food Content Mission:

Create Delicious meal solutions that inspire amazing food stories which spread to create value for kraft Food .

P&G Content Mission:

Whether its delicious recipe, an inspiring decor idea or refreshing approach to organizing, we strive to help you create a home that's truly your own .

و دي كانت Mission لـ WebSite كامل عاملاه P&G
مخصوص للـ Content إسمه www.pgeveryday.com.

SCHOOL OF MARKETING CONTENT MISSION

IS TO CHANGE AND IMPROVE THE MARKETING INDUSTRY IN EGYPT AND TRANSFORM OUR LOVELY FANS INTO INBOUND MARKETERS .

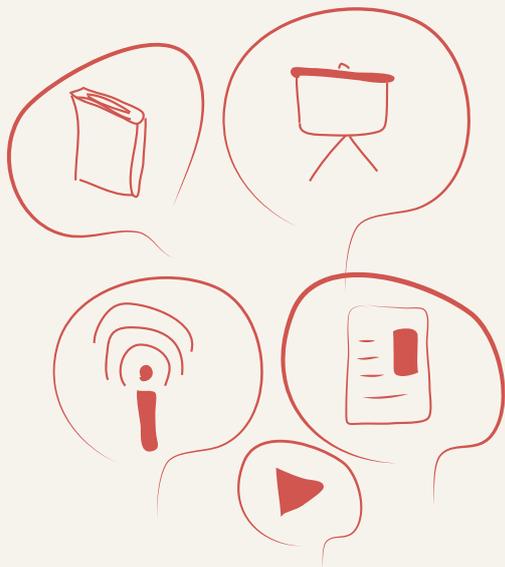
١- لازم تبقي فاهم ومطبق الكلام اللي هتعلّمه للناس كويس اوي:

هي دي الطريقة الوحيدة اللي هتخليك تعرف تستفيد من Content Marketing بتاعك متفتكرش إنك هتنجح لو روت ترجمت article ولا eBook، الموضوع مش سهل، إنت فعلاً محتاج تكون جامد جداً في المجال بتاعك عشان تقدر تعلموا للناس.

٢- متعملش content لكل الناس اللي بيتبعوك :
 خليك محدد في ال topics بتاعتك ومحدد في إنك
 تعرف إنت بتكتب لمين بالضبط، يعني لازم تكون بتكتب
 لشخصية إعتبارية واحدة، الشخصية دي بيندرج تحتها
 Segment من ضمن ال Audience بتاعك.
 وده معناه إنك لازم تكون فاهمهم كويس أوي
 ومقسمهم صح.

٣- اختار نوع ال Content الصح :

ال Content حلو مفيش كلام بس هيجنك لإنك
 لو مفهمتوش صح هتعمله ومش هتلاقي منه نتيجة
 فهيجيلك إحباط و هتبطل، الفكرة إنك تدرس كويس أوي
 ال Resources اللي عندك وتعرف احتياجات ال Audience
 بتاعك وتختار أنسب نوع أو أنواع من ال Content وتركز
 مجهودك عليه.



المقصود بأنواع ال Content
 يعني Videos ولا Articles ولا
 Presentations ولا eBooks ولا
 Podcasts أو انواع تانية .

٤-متعلمش Content عن حاجة لمجرد انك فاهم فيها :

المفروض Content يتعمل عشان يحل المشاكل اللي بتواجه ال Target Audience بتاعك .
أو يكون بيعلمهم حاجة هيموتوا ويتعلموها أو فعلاً هتخير حايتهم للأحسن، هو ده ال Content اللي هيلمسهم و في المقابل هتلاقي الحاجة اللي أي Marketer بيدور عليها «Engagement» .

٥-قسم العلم و ال Experience اللي عندك:

لازم تعرف كويس أوي أنهي جزء من علمك هيخرج لمين بالضبط و في أنهي وقت و ب أنهي طريقة عرض .



و مدام إنت بتقرا ال eBook ده يبقى إنت في الأغلب عرفت أو عارف يعني إيه Inbound Marketing وفهمت إن الموضوع عبارة عن Stages، قسم ال Content بتاعك صح علي ال Stage الصح .

٦- نوع واحد من ال Content مش كفاية:

ال Content Marketing أنواع كتير و مش غلط إنك تشتغل علي نوع واحد اللي هو في الأغلب هيكون ال Articles (بالعكس دي اسهل طريقه بس مش هو ده ال Best Practice, حاول بقدر الإمكان يكون عندك أكثر من نوع من ال Content وليكن مثلاً , Videos, Visuals , podcasts و ده طبعاً بالإضافة للArticles (لأنها اسهل نوع).

٧- اختيار ال Channel الصح :

ال Blog بتاعك ليه طبيعه تختلف تماما عن ال Facebook Page و الإيتين ملهمش علاقة بTwitter أما Pinterest فهو حاجة تانية خالص، اللي عايز أوصلهولك إن الChannels بتعتك مش زي بعضها، كل وحده ليه



طبيعة مختلفه عن التانية و ده يوصلنا إننا لازم نفهم نخط أنهي Content (من ناحية ال Type، والTopic) علي إنهي Channel.

Bonus Tip : أكثر حاجة بتخلي الContent بتاعك يفشل هي إنه مش محطوط في المكان الصح، ممكن يكون عظيم من ناحية القيمة و إتصرف عليه مجهود و فلوس كتير بس مثلاً روجت نزلت Infographic من الطوال دول علي ال Facebook، لازم مينجحش حتي لو هو أحسن Info graphic في التاريخ لأنه مش واضح.

Learn Ceaselessly-٨:

اتعلم بدون توقف، شيء مستحيل إنك تعمل كل الكلام اللي فوق ده وإنت واقف مكانك وأقصد بالكلمة دي إنك مبتتعلمش حاجة جديدة، أصلاً بقا يعني ايه يعدي عليك يوم متتعلمش في هو أنت عايش ليه اصلاً .
اليوم اللي مش هتتعلم فيه حاجة جديدة إعتبر أنه إتحرق و من غير ال Concept ده مش هتعرف تعمل Content Marketing ولا بعد ١٠ سنة.

أسف علي الأنفعال بس النقطة دي مستفزة جداً بالنسبالي ولازم برضه تكون مستفزة بالنسبالك.

٩- لازم تتعلم Inbound Marketing Analytics:

من غير ال analytics هتبقى أعمى، الأعمى بيمشي بس مش عارف هو رايح فين، إنت هتبقى كده لو مش عارف تعمل Analysis لل Content Marketing بتاعك .

الحتة دي بقي هي الأصعب علي الإطلاق في ال Inbound Marketing و في ال Content و في ال Social Media و في أي حاجة في ال Marketing.

أنا هحاول أفهمكوا ال Outlines بتاعها بأبسط صورة بس في Chapter ٧ .

١٠- لازم Test، و بعد كدة Test و اول ما تخلص Test Test تاني:

أنا مش بقلش أنا فعلاً بتكلم جد

Testing Is The Whole Idea

و الفكرة هنا إن ال Marketing Science أصلاً وصلنالوا بالTesting.

الخلاصه:

أوعي تبطل لأن دي أكثر حاجه هتضرك في ال
Inbound Marketing يعني ممكن تعتبرها الغلطه
الوحيدہ التي لا تغتفر.

06

CHAPTER



إوعيي تعمل BLOG (في الاول)

أيوه أنا مجنون، و بقولك عكس كل الناس المصريين والأجانب اللي بيقولولك أول خطوه تاخذها في الـ«eMarketing» هي إنك تعمل Blog بس للأسف إنت كده هتبقني حافظ مش فاهم .

الBlog ما هو الا Communication Channel زي التليفون كده.

قولي بقي إنت ايه رأيك في أول واحد يشتري التليفون في التاريخ، أيوه بالضبط «مجنون» لأنه جري علي الحاجة الجديدة وإشترها من غير مايعرف لازمتها إيه وفضل مش عارف يستخدمه لإن مفيش حد عند تليفون عشان يكلمه عليه فبالتالي فضل مجنون لحد ما واحد ثاني مجنون قرر يشتري التليفون (و يا عالم لو كانوا يعرفو بعض ولا لأ) و فضلوا هم الإثنين مجانيين لحد ما المجانيين كترتروا و بقوا عرفين بعض و سعتها إتحولوا لناس طبيعيه و إبتدوا يفهموا التليفون معمول ليه .

I'm talking about the weirdness

إنك تكون غريب ده شيء واجب عليك في الزمن ده
 بس إنك تكون ذكي ده شيء اهم بكتير
 و الذكاء في الحالة دي هي إنك متكنش غريب لوحدك
 لازم تجمع ناس غريبه جنبك عشان بينكم وبين بعض
 تبقوا طبيعيين(لإنك مش هتكون مرتاح لو إنت في نظر
 كل اللي حواليك غريب أو مجنون لازم يكون في حد
 شايفك طبيعي لانه مجنون زيك)بس قدام الناس أنتو
 مجانيين

الخلاصة:

متعملش Blog وتقعده فيه زي المجانيين تكلم
 نفسك جمع المجانيين اللي هيسمعوك الأول و بعد
 كده إعملهم Way to Communicate اللي هو ال Blog.

٣ حاجات هتحصلك لو إبتديت بالBlog:

١-هتزهق بسرعه من ال Blog بتاعك لإن مفيش حد بيعبرك .

٢-هتقتنع ان الBlog اصلاً حرام .

٣-هتقفل من الInbound Marketing كله .

٤ خطوات تحل بيهم المشكله دي :

١-إبتدي إكتب Articles علي ال Facebook او ال Social Media عموماً:

الطبيعي إن الناس بتعمل Interactions علي ال Social Network أكثر بكثير من أي Blog لإنك داخله عشان تقرا مش تSocialize + إن الFB هو ال «Most viral Platform on this planet» يعني فرص إنتشار ال Content بتاعك أعلي بكثير .



٢-خد بالك من طبيعه ال FB :

لو كتبت كلام معقد و طويل حتي لو مفيد مش هتلاقي نتيجته، يعني خليك خفيف وكلم الناس زي ما بيتكلموا في الحياة الطبيعية بتاعتهم .

٣- اعمل promotion للـ Content بتاعك :

لأن الـ FB ابن اللذينة مش بيوصلنا إلا لـ Average عشره %
من الـ Fans بتوعنا عشان يجبرنا نعمل Promotion.

٤- متعملش الـ Blog إلا لما توصل لـ ١,٠٠٠ True Fan علي الأقل :

مقصدش Fan أقصد True Fan ودي بتختلف من
شخص للتاني ومن Brand للتاني .
يعني في شخص بيبقي
عنده ٢,٠٠٠ Fan منهم ١,٠٠٠ True
Fan وحد تاني بيبقي عنده ٢,٠٠٠
و مكملش ١,٠٠٠ .



المقصود بالـ True Fans ناس فعلاً متبعاك مستنيه
اللي إنت هتنزله و لو منزلتوش هيفتقدوك و ممكن
يزعلوا منك هم دول الناس اللي إنت المفروض تجمعهم .

07

CHAPTER



إتعلم

INBOUND ANALYTICS

صح

Analytics نص الموضوع لو مش بتعرف تعمله

صح متتعيش نفسك في الـ Inbound Marketing .

الموضوع هنا إن الـ Inbound Analytics منقسم لأقسام كتير يعني لازم تبقي علي دراية تامة بالطريقه اللي المفروض تعمل بيها Analysis علي كل جزء من الـ Inbound Marketing Methodology يعني علي سبيل المثال .

- Social Analytics
- Search Engine Analytics
- E-mail Marketing analytics
- Landing Page Analytics

و حاجات ثانيه بس الأهم من ده انك تفهم الهدف الاساسي من الموضوع و اللي هو كالتالي .

الـ Inbound Methodology بسيطة قوي وموضحة في الصورة اللي تحت :



و المطلوب منك في الـ Inbound Analytics كله يتلخص في إنك تعمل Analysis علي كل Stage من دول عشان تعرف إذا كان شغال صح ولا لا.

هقولك دلوقتي الـ Outline اللي إنت محتاج توصله و إنت بتتعلم .

: I Stage :Attracting

الStage ده هو المسئول عن إنك تعمل Attraction ل Target Audience ميعرفوش عنك حاجة و غالبا ال Analysis اللي مطلوبه منك انك تعرف الAttraction Tools بتعتك ماشيه صح ولا لأ. إيه هي ال Attraction Tools:

- Social Media
 - SEO
 - Advertising بس بالInbound Concept
 - Content و اللي هو البنزين اللي بيشغل كل
- د.٥

مطلوب منك تتأكد ال Tools دي بتجيبك النتائج المطلوبة والTarget audience المطلوب.

و ال KPI الاساسي هنا اسمه
Stranger to Visitor Conversion Rate.

Conversion Rate يعني نسبة التحول من الناس التي شافت حاجة معينة للناس الي اتأثروا بيها. ايأ كان نوع التأثير ده يعني مثلاً الناس اللي شافت إعلان من الناس اللي إشترت أو إفاعلت مع الإعلان ده .

: ٢ Stage :Converting

ال Stage ده مهمته انه يحول ال Visitors اللي حصلهم ال Attraction ل انهم Leads .

Lead يعني شخص مهتم بالBrand بتاعك و متابعه و مديك Permission و في الأغلب أو الأصح إن ال Permission ده يكون في صورة Data كاملة عنه .

ال Analysis في ال Stage ده بتتعمل علي الحاجات

دي:

- . Landing Page Analysis .
- .CTA Analysis .
- .Form Analysis .
- .Content Analysis .

ال KPI الاساسي هنا اسمه Visitor to Leads Conv. Rate

: ٣ Stage

:Closing

الStage ده مهمته إنه يحول الLeads لCustomers يعني يشتروا ال Product او الService بتاعتك

و الStage ده هو ال Inbound Sales، و الAnalysis في الStage ده بتتعمل علي المواضيع دي :

- CRM Analysis
- Lead Scoring Analysis
- Closed Loop Analysis
- Lead Nurturing Analysis
- Content Analysis

الKPI الاساسي هنا اسمه

Lead To Customer Conv. Rate .

: ٤ Stage

:Delighting

و ده أحلى Stage فيهم كلهم و اللي بتشتغل فيه علي إنك تدلع ال Customers بتوعك عشان تحولهم ل Promoters.

ال Stage ده ال Analysis اللي فيه صغيره لكن صعبه و تختلف من حالة ل حالة.

النقطة دي هتتقدملكوا في صوره أجوبه علي اسأله إنتوا هتسألوها بناءً علي ال Case بتاعتكوا.

ال KPI الاساسي هنا اسمه

Customer To Promoter Conv. Rate.

أنا مش هعرف اعلمك Inbound Analytics في ال ebook ده بس هساعدك تبتدي في أول خطوة و اللي هي إزاي تعمل Analysis علي أهم Attraction Tool عندي اللي هي ال Social Media و عشان نكون محددين هتتعلم في الحته اللي جيّه إزاي تحسب ال FB Engagement Rate

$$\text{Eng. Rate} = \frac{\text{PTAT}}{\text{\# of Likes}}$$


الحاجة الاساسية اللي محتاج تاخذ بالك منها هي ان ال Eng. Rate بالطريقة اللي إنت عارفها. هتضرك و هتوهك و لو عايز تعرف ليه ممكن تدخل علي ال Link ده:

<http://bit.ly/EngRate>

ال Video ده عبارة عن Flashback زي بتاع الأفلام كده بيوزيك حته من آخر الفلم أي نعم مش بتفهم حاجة بس بتقدر ترسم الفيلم رايح في انهي اتجاة

أما دلوقتي هقولك ABC في ال Engagement Rate

عشان تحسب ER علي ال Page Level محتاج تستخدم المعادلة دي :

$$\text{PER} = \frac{\text{PTAT} + \text{Post Clicks} - \text{New Likes}}{\text{Total Reach}}$$

و بكل بساطة إنت بتجمع الـ PTAT مع الـ Post Click
 اللي موجود في الـ Insights Overall Page
 هتطرح منهم الـ New Likes لأن الـ Likes ماتعتبرش
 Engagement علي أد ما هي الـ Permission
 بداية كلام يعني (في مدارس بتحسبها Eng. بس
 احنا بنحب نكون دقيقين جدا في الحسابات دي)

هتقسم كل ده علي الـ Total Reach مش الـ Likes لأن
 الـ Likes تقريباً ٨٠٪ منهم مش Active أو مش Reached
 أصلاً.

الـ Total Reach هتلاقية في نفس الـ Page في الـ Box
 اللي في النص.
 و الكلام ده كله علي الـ Date Range اسبوع فات

أما بقي الطريقة اللي تقيس بيها الـ CER اللي هو الـ
 Content Engagement rate فهي كالتالي:

$$\text{CER} = \frac{\text{Post (Likes + Shares + Comments)} + \text{Post Clicks}}{\text{Post Reach}}$$

Content Quality الـ Equation دي هتـحسبـك الـ
بتاعتك و هيعرفك اد ايه الـ Content بتاعتك
Engage-able و Attractive و بناءً علي استخدامك
للمعادلة دي هتـعرف تحدد الـ Types و الـ Topics الاحسن
اللي تستخدمهم عشان تعمل convert من الـ stranger
للـ visitor .

08

CHAPTER



إعمل، ا

PIECE OF CONTENT

في أقل من ٧ أيام

بعد ما تعمل كل الكلام اللي موجود فوق ده هتبقى مؤهل إنك تبتدي تعمل Content وأول خطوة مطلوبة منك إعمل ١، Piece of Content، في الChapter ده هقك طريقة تمشي عليها عشان توصل إنك عملت أول ١، PoC في ٧ أيام.

ال١، PoC هيكونوا في موضوع واحد و هيكونوا عبارة عن ٧ Articles و ٢ Infographics و video.

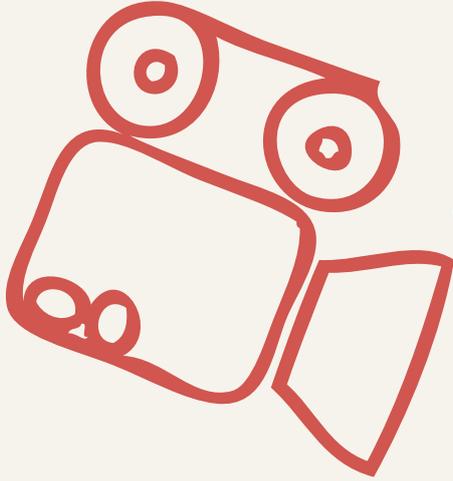
و الفكرة كالتالي :

هتفضل تكتب الأفكار البسيطة و سهلة الشرح في صورة Articles في Topic معين و بعد كده هتقسم الكتابة بتعتك ل ٧ Article، (مش لازم يكونوا كبار) و بعد كده طلع كل المعلومات اللي موجودة في ال ٧ Articles و حطهم في ٢ Infographic و لو الموضوع ده صعب عليك و مش عارف تخلي designer يعملها هتلاقي HubSpot عمليين Infographics Templates تقدر تعدلهم من ال Powerpoint بسهولة، شفهم من الLink ده :

<http://bit.ly/lhDA٨.zc>

بعد بقي موضوع الـ Infographics إبتدي جهاز للـ
Video

الموضوع بسيط جدا:



١- Iphone أو أي حاجة نفس الـ
Level.

٢- ثبت الـ Iphone صح.

٣- إضاءة قوية،

٤- مكان مقفول في عفش (لو فاضي هيعمل
صدا صوت).

٥- علي صوتك علي أد ما تقدر.

٦- إعمل Edit كويس علي الـ Video.

الـ Link ده في ٩ Software ببلاش ممكن تعمل Edit

من عليهم

<http://bit.ly/ldkxJaq>

ملحوظة : اليوم عندي ١٥ ساعة علي الأقل :

اليوم الأول:

إختار الTopic الصح:

مفيش مشكلة إنك تاخذ يوم كامل بتختار الTopic لانه أهم حاجة، بس الفكرة إنه لازم يتوفر فيه الشروط دي دي:

١- يكون بيحل مشكلة أو بيسهل علي الAudience



بتاعك حاجة أو بيعلمهم حاجة محتاجنها .

٢- تكون فاهم فيه و متمكن منه جداً

٣- يكون Topic دقيق و محدد بس

تفاصيله كثير .

٤- محدش إتكلم فيه قبل كده .

اليوم الثاني (النص الأول) :

Research, Research, Research

محتاج تعمل Research قوي جداً علي الTopic بتاعك

و تشوف الكلام اللي إتقال فيه قبل كده و تجمع



كذا وجهة نظر لكذا Thought Leader

و فكر فيهم و جربهم و صيغهم

بطريقتك و بطريقه تناسب ثقافة ال

Audience اللي إنت بتكلمه .

اليوم الثاني : (النص الثاني) رتب أفكارك:



ما المفروض إختيارك للTopic و Research اللي إنت عملته يوصلوك لعدد كبير من الأفكار المفروض اليوم الثاني ترتب الأفكار دي و تقسمهم و «تسكنهم» أيو إنت قرتها صح يعني حط كل فكره في المكان اللي المفروض تتحط فيه إنت عندك Articles ٧ و Infographic ٢ و Video ١ كل حاجة من دول ليها طبيعة يعني مثلاً .

الفكرة اللي هتكون في الVideo هي أصعب فكرة أما ال Infographic هيكون فيه المعلومات الإحصائية . أما الarticles نفسها عبارة عن أجزاء إختار هتتحط أنهي فكرة في إنهي جزء في إنهي Article.

اليوم الثالث و الرابع و الخامس : إكتب و صور:

إدي لنفسك مساحة و وقت كتير عشان الكتابة صعبة و متعبة بس ممتعة كلم الناس بالطريقة اللي هم بيتكلموا بيها .



حاول تكون بسيط و متفكرش تاخذ جايزة احسن كاتب ده هيخليك formal و غلس في كتبتك و ده هيزهق منك اللي بيقرأ .

ادي لنفسك Permission إنك تكتب وحش اجمد ناس بتكتب في الدنيا دي بيكتبوا و حش و ده بيوصلهم للحلو لكن لو فكرت إنك مش هتكتب حاجة إكتب اللي هيجي في دماغك و بعد كده في يوم كامل للتعديل متقلقش .

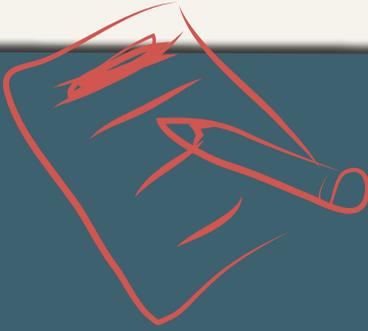
بالنسبة للـ Video إفتكر دائماً إن إنت مش CNN يعني مش هتعمل Video يشوفه ربع مليار واحد وبالإضافة لكده إنت بتعمل Educational Content و Smart Phones أغلبها بتصور HD حاول تركز علي الـ Value الأول و بعد كده زود الـ Quality بتاعته .



اليوم السادس: ريّح :

أيوة إبعد عن أي حاجة ليها علاقة بال Content لمدة يوم وده علي أساس إنك بقالك ه أيام بتشتغل ١٥ ساعة في اليوم علي الموضوع ده .

الخطوة دي تبان سهلة بس هي مهمة جداً جداً
لأنك هترجع من الخطوة دي تعمل Edit و عشان تعرف
تعمل Edit صح لازم تبعد عن الContent بتاعك حتي لو
هتفصل نفسك بشغل ثاني خالص



اليوم السابع : Edit للصبح :

بص بقى من اللي شوفناه قبل كده في الContent
بتاعنا الEdits مبتخلصش حدلها وقت كبير و تكون
رايق فيه .
و علي أد ما تعرف تغلس علي نفسك في الموضوع
ده غلس.

١-راجع كذا مرة علي الContent بتاعك لو Text.
٢-حضّر الVideo كويس أوي و قدمه أكثر من مرة (من
غير Camera) عشان متضيعش وقت و إنت بتصور .
٣-أما بقي لو Infographic فا لازم تغلس علي ال
Designer أوي عشان يطلعك الحاجة اللي إنت عايزها
بظبط.

متزهقش، أول نتيجة حقيقية هتبان

بعد ٣ شهور علي الاقل .

المفروض إن الحاجات اللي اتفقنا إنك هتتعلمها تاخذ منك من ٣ ل ٦ شهور وبعد كده تبتدي تعمل الـ 10 Piece of content اللي إتكلمنا عليهم فوق.

بس للأسف إنت هتستعجل و هتدخل في الـ Content علي طول!!!

أنا مبقولكش إتعلم نظري و بعد كده طبق (مع العلم إن التعلم النظري هو الاساس) بس اللي أقصده هو انك في وسط الفتره دي أعمل Content كتجربه، جرب كل أنواعه لكن الـ Content اللي بيتكلم عليه Ch ٨ (اللي إحنا جواه دلوقتي) ده Content متخططله و هتتعب فيه أوي و هتصرف فيه فلوس، أرجوك متستعجلش.

بعد ما تعدي الفترة بتاعت التعليم و التجربة في ال
Content و Social Media إبتدي طبق ال Strategy بتاعت
.V Chapter

بس المشكلة إن ال Inbound Marketing مش سحر
يعني مش هتلاقي نتيجة وقتيه، لازم تكون عارف إن
أول نتيجة حقيقية هتكون بعد ٣ شهور علي الأقل و
لو لاقيت نتيجة كبيرة في الأول اعرف إنها لا تتعدي ١٠
٪ من اللي هتوصله بعد ال ٣ شهور.

CONCLUSION

لو كنت بتقرأ في Inbound Marketing أكيد صادفت جملة بتقول إن Inbound Marketing عبارة عن commitment يعني التزام بإنك هتديله الوقت و التركيز المطلوب لأنه فعلاً علم صعب جداً . أنا فضلت كتير أوي مش فاهم الكلمه دي و أكتشفت من فتره إن الموضوع أصعب من إنك بس تكون فاهم يعني إيه Inbound يعني اللي عايز أقولهولك إنك محتاج تخاف منه عشان تعرف حجم الموضوع و درجه الصعوبه بتاعته .

أرجوك لو قررت إنك تكون Inbound Marketer إنك تتعب و تشتغل علي نفسك علي أد ما تقدر و لازم تكون عارف إنك هتاخد وقت كتير عشان تتعلم و لما تيجي تستفيد من اللي إنت إتعلمته هتلاقي النتائج علي المدى الطويل بس في المقابل اللي هيقدر يعمل الكلام اللي موجود في الكتاب ده هتكون مستنيه جايزه من نوع خاص جداً جداً في Business أو علي الجانب الشخصي .

FOLLOW ME



<http://bit.ly/AhmedSaif>



@AhmedSaif_



<http://linkd.in/1bOIf00>

لو شايف إنك فعلاً استفدت من الـ eBook ده
إعمله Share عشان شخص تاني يستفيد

find us on



share



Designed by :
Basma Maysara