



أوامر جاهزة للنسخ لـ ChatGPT و Gemini و Claude

حقيقية الذكاء الاصطناعي

60 أمرًا جاهزًا للربح من الإنترنت

انسخ الأمر، املأ الأقواس بمعلوماتك، واحصل على نتيجة أفضل من أول محاولة – في المحتوى، ويوتيوب، والمتاجر، والعمولة، والعمل الحر.

السوشيال ميديا والإعلانات

يوتيوب والفيديو القصير

المقالات و SEO

المنتجات الرقمية والعمل الحر

التسويق بالعمولة

المتاجر والدروب شيبينج

الإنتاجية والتعلم

مرحبًا بك في الحقيقة

أغلب الناس يستعملون أدوات الذكاء الاصطناعي بجملة قصيرة مثل «اكتب لي مقالًا عن التجارة الإلكترونية»، ثم يحصلون على نص عام يشبه ملايين النصوص الأخرى، فيقولون: «الذكاء الاصطناعي لا ينفع». المشكلة في الغالب ليست في الأداة، بل في طريقة الطلب.

جمعنا لك في هذه الحقيقة **60 أمرًا (Prompt) جاهزًا** لأكثر المهام تكرارًا في مشاريع الربح من الإنترنت: كتابة المقالات، وصناعة الفيديو، والإعلانات، والمتاجر، والتسويق بالعمولة، والعمل الحر. كل أمر مكتوب بطريقة تعطي الأداة دورًا وسياقًا وشكلًا واضحًا للنتيجة، وما عليك إلا أن تملأ الأقواس بمعلومات مشروعك.

ما الذي لا تعدك به هذه الحقيقة؟

لا توجد أوامر سحرية تجلب المال وحدها. الذكاء الاصطناعي يوفر وقتك ويحسن مسوداتك، لكن الربح يأتي من منتج أو خدمة مفيدة، ومن جهد مستمر، ومن تجربة تتعلم منها. اعتبر هذه الأوامر **مساعدًا سريعًا** لا بديلًا عن تفكيرك وخبرتك.

المحتويات

قبل البداية

–	كيف تستخدم الحقيقة + رموز الأقواس	صفحة واحدة
–	قواعد ذهبية لكتابة الأوامر	5 قواعد + مثال
–	قبل أن تنشر: الدقة والأمانة	قائمة تحقق

الأوامر الستون

01	كتابة المحتوى والمقالات وSEO	الأوامر 1-10
02	يوتيوب والفيديو القصير	الأوامر 11-19
03	السوشيال ميديا والإعلانات	الأوامر 20-28
04	المتاجر الإلكترونية والدروب شيبينج	الأوامر 29-37
05	التسويق بالعمولة	الأوامر 38-45
06	المنتجات الرقمية والعمل الحر	الأوامر 46-53
07	الإنتاجية والتعلم	الأوامر 54-60

الختام

–	خطوتك التالية مع تعرف كوم	taarraaf.com
---	---------------------------	--------------

كيف تستخدم الحقيقة؟

أربع خطوات لكل أمر

دقيقتان تقريباً

1. اختر الأمر المناسب لمهمتك من الفهرس، وقرأ نصيحة الاستخدام تحته.
2. انسخ النص من الصندوق المنقّط والصقه في ChatGPT أو Gemini أو Claude.
3. استبدل كل ما بين الأقواس بمعلوماتك الحقيقية، واحذف الأقواس نفسها.
4. حسن النتيجة بالحوار: لا تتوقف عند الإجابة الأولى؛ اطلب التعديل حتى تصل إلى ما تريد.

رموز الأقواس

[الصق النص] الصق محتوى

هنا تلصق نصاً كاملاً: مقالاً، أو وصف المنافس، أو التعليقات، أو أرقام حملتك. لا تلصق بيانات شخصية لعملائك.

[الموضوع] ضع معلوماتك

أي كلمة بين قوسين تُستبدل بمعلومة من مشروعك: اسم المنتج، المجال، البلد، الجمهور... كلما كانت أدق كانت النتيجة أفضل.

[تحقق] أو [مصدر؟] راجع بنفسك

تطلب من الأداة وضع هذه العلامة بجانب الأرقام والأسعار حتى تعرف ما يجب التأكد منه قبل النشر.

[فصحي/لهجة] اختر واحدًا

الخط المائل يعني خيارات؛ احتفظ بالمناسب لك واحذف الباقي، مثل: [تيك توك/إنستغرام].

أوامر متابعة تحسن أي نتيجة

بعد الإجابة الأولى، استعمل جملة قصيرة من هذه في الرسالة التالية:

اكتبه بالدارجة الجزائرية

بأسلوب أبسط لمبتدئ

أعطني 3 بدائل مختلفة

اجعله أقصر بنسبة 30%

أضف أمثلة من واقع المغرب العربي

ما نقاط الضعف في إجابتك؟

حوّله إلى جدول

اسألني ما تحتاجه قبل أن تكتب

احذف العبارات العامة والمكررة

هل تعمل الأوامر في كل الأدوات؟

نعم، كُتبت لتعمل في ChatGPT و Gemini و Claude وغيرها، بما في ذلك النسخ المجانية. قد تختلف جودة النتائج من أداة لأخرى ومن موضوع لآخر، لذا جرّب الأمر نفسه في أداتين وقارن. وإذا لم تستطع الأداة فتح رابط، فالصق النص مباشرة.

قواعد ذهبية لكتابة الأوامر

كل أمر في هذه الحقيبة مبني على خمس قواعد بسيطة. إذا فهمتها، تستطيع تعديل أي أمر أو كتابة أوامرك الخاصة لأي مهمة جديدة.

الدور: من تريد أن تكون الأداة؟

1

ابدأ بـ«تصرّف كخبير SEO» أو «كمسوّق متخصص في المتاجر العربية». الدور يوجّه المفردات ومستوى العمق وزاوية التفكير.

السياق: ماذا تعرف الأداة عن مشروعك؟

2

لا شيء، إلا ما تخبرها به. اذكر المجال، والجمهور، والبلد، والسعر، والهدف، وما جرّبه سابقًا. أغلب النتائج الضعيفة سببها سياق ناقص.

الصيغة: كيف تريد شكل النتيجة؟

3

حدّد الطول، والبنية (جدول، نقاط، عناوين)، والأسلوب، واللهجة. «10 عناوين أقل من 60 حرفًا» أوضح بكثير من «اقتراح عناوين».

الأمثلة: أرها ما تقصده

4

الصق مثالاً لأسلوب تحبه، أو منشورًا ناجحًا لك، وقل: «اكتب بنفس الروح دون نسخ». مثال واحد جيد يختصر فقرة كاملة من الشرح.

التكرار: الإجابة الأولى مسوّدة

5

عامل النتيجة كمسوّدة أولى من مساعد مبتدئ: صحّح، واطلب بدائل، واطلب نقد إجابته. أفضل النتائج تأتي غالبًا بعد رسالتين أو ثلاث.

مثال: الفرق بين أمر ضعيف وأمر قوي

أمر قوي

«تصرّف كمسوّق متجر إلكتروني في الجزائر. اكتب وصفًا لساعة ذكية سعرها 4500 دج لشباب 18-30 سنة يمارسون الرياضة. 5 نقاط فوائد، ثم فقرة عن الدفع عند الاستلام. أسلوب بسيط، أقل من 150 كلمة، ولا تخرع مواصفات.»

أمر ضعيف

«اكتب وصفًا لساعة ذكية.»

النتيجة: نص عام مليء بالمبالغات، لا يعرف من المشتري ولا السعر ولا ما يميز منتجك.

**أمر جيد = دور + سياق + صيغة + مثال،
ثم حوار قصير حتى تصل إلى النتيجة.**

قبل أن تنشر: الدقة والأمانة

أدوات الذكاء الاصطناعي قوية، لكنها **تخطئ بثقة**: قد تخترع أرقامًا، أو أسماء برامج، أو مصادر، أو مواصفات منتج غير موجودة. وما تنشره باسمك يتحمل مسؤوليته أنت، لا الأداة. هذه قواعد نلتزم بها في تعرف كوم، وننصحك بها:

تحقق من كل معلومة قبل النشر

الأرقام، والأسعار، والنسب، وشروط البرامج، والقوانين، والمعلومات الصحية أو المالية: ارجع إلى المصدر الرسمي دائمًا. إذا لم تجد مصدرًا، فلا تنشر المعلومة.

لا تنشر نصًا موهّدًا دون مراجعة

اقرأ كل نص، وعدّله بأسلوبك، وأضف تجربتك وأمثلةك. محرّكات البحث والقراء يقدّرون المحتوى المفيد والأصيل، والنص المنسوخ كما هو نادرًا ما يتميز أو يبني ثقة.

احترم سياسات المنصات والقوانين

لكل منصة قواعدها: جوجل، ويوتيوب، و Meta، وتيك توك، وبرامج العمولة، ومنصات العمل الحر. بعضها يطلب الإفصاح عن المحتوى الموهّد أو عن روابط العمولة، وبعضها يمنع ادعاءات معينة في الإعلانات. اقرأ الشروط قبل أن تعتمد على أي طريقة.

لا وعود بالدخل، ولا آراء مختلفة

لا تكتب «اربح 1000 دولار في أسبوع»، ولا تضع تقييمات أو شهادات عملاء غير حقيقية. الصدق مع جمهورك هو أصل مشروعك الأطول عمرًا.

قائمة تحقق سريعة قبل الضغط على «نشر»

- ☐ راجعت كل رقم وسعر واسم برنامج من مصدره الرسمي.
- ☐ أضفت تجربتي أو رأيي أو مثالاً حقيقياً واحداً على الأقل.
- ☐ حذفت العبارات العامة والمبالغات والتكرار.
- ☐ لا توجد وعود دخل ولا شهادات أو آراء مختلفة.
- ☐ أفصحت عن روابط العمولة أو الرعاية عند وجودها.
- ☐ لم ألصق في الأداة بيانات شخصية لعملائي أو معلومات سرية.
- ☐ النص يحترم سياسات المنصة التي سأُنشر عليها.

كتابة المحتوى والمقالات وSEO

01

من فكرة المقال إلى العنوان والوصف والروابط الداخلية: أوامر تسرّع عمل المدوّن دون أن تُفقد صوته الخاص.

01 20 فكرة مقال مع نية البحث

انسخ

تصرّف كخبير SEO متخصص في المحتوى العربي. أعطني 20 فكرة مقال لمدونة عن **[مجال المدونة]** تستهدف جمهورًا من **[البلد/المنطقة]**. اعرضها في جدول: عنوان المقال، الكلمة المفتاحية الرئيسية، نية البحث (معلوماتية/تجارية/شرائية)، ومستوى الصعوبة المتوقع. ركّز على أسئلة حقيقية يطرحها المبتدئون.

طريقة الاستخدام: الصعوبة هنا تقدير تقريبي؛ تأكد من الطلب الفعلي عبر اقتراحات جوجل أو Search Console.

02 عنقود الكلمات المفتاحية

انسخ

الكلمة المفتاحية الرئيسية هي **[الكلمة]**. اقترح 15 كلمة مفتاحية طويلة (Long-tail) مرتبطة بها كما يكتبها المستخدم العربي في جوجل، بما فيها صيغ بـ **[اللهجة]** إن وُجدت، ثم قسّمها إلى مجموعات حسب الموضوع، واقترح لكل مجموعة مقالًا واحدًا يغطيها.

طريقة الاستخدام: اكتب الكلمة في جوجل وانظر قسم «عمليات بحث ذات صلة» لتأكيد ما اقترحه الذكاء الاصطناعي.

03 مخطط مقال كامل

انسخ

أنشئ مخططًا تفصيليًا لمقال بعنوان **[عنوان المقال]** يستهدف الكلمة المفتاحية **[الكلمة]**. أريد: عنوان H1، مقدمة من 3 نقاط، عناوين H2 وH3 مرتبة منطقيًا، قسم أسئلة شائعة من 5 أسئلة، وخاتمة بدعوة لاتخاذ إجراء. الجمهور: **[وصف الجمهور]**.

طريقة الاستخدام: راجع المخطط وأضف قسمًا واحدًا على الأقل من خبرتك قبل أن تبدأ الكتابة.

04 كتابة المقال قسمًا قسمًا

انسخ

اكتب القسم التالي من المقال: **[عنوان H2]**. الأسلوب: عربي فصيح بسيط وجمل قصيرة، مع مثال عملي من واقع **[البلد]**. الطول: نحو **[عدد]** كلمة. لا تستخدم عبارات حشو مثل «في عالمنا المتسارع». أنه القسم بنصيحة قابلة للتطبيق.

طريقة الاستخدام: الكتابة قسمًا بقسم تعطي جودة أعلى بكثير من طلب المقال كاملاً دفعة واحدة.

05 ثلاث مقدمات جذابة

انسخ

اكتب 3 مقدمات مختلفة لمقال عن **[الموضوع]**: الأولى تبدأ بسؤال، والثانية بحقيقة أو رقم (ضع **[مصدر؟]** بجانب أي رقم لأتحقق منه)، والثالثة بقصة قصيرة. كل مقدمة أقل من 60 كلمة وتوضح للقارئ لماذا سيستفيد.

طريقة الاستخدام: لا تنشر أي رقم قبل أن تجد مصدره الأصلي بنفسك.

06 العنوان والوصف التعريفي

انسخ

اقترح 10 عناوين SEO لمقال عن **[الموضوع]** تتضمن الكلمة **[الكلمة]** قريباً من البداية، بطول أقل من 60 حرفاً. ثم اكتب 3 أوصاف تعريفية (Meta Description) بين 140 و155 حرفاً تحفز على النقر دون مبالغة.

طريقة الاستخدام: اختر العنوان الذي يعد القارئ بما يقدمه المقال فعلاً؛ العناوين المضللة ترفع نسبة الارتداد.

07 تحسين مقال قديم

انسخ

هذا مقال منشور في مدونتي: **[الصق المقال]**. حلّله كخبير SEO: ما الأقسام الناقصة مقارنة بما يبحث عنه القارئ؟ ما الفقرات المكررة أو الضعيفة؟ اقترح عنواناً أفضل و5 أسئلة شائعة جديدة، وأعطني قائمة تعديلات مرتبة حسب الأولوية.

طريقة الاستخدام: ابدأ بالمقالات التي تظهر في الصفحة الثانية من جوجل؛ تحسينها غالباً أسرع من كتابة جديد.

08 أسئلة شائعة + كود Schema

انسخ

اكتب 6 أسئلة شائعة مع إجابات مختصرة (40-60 كلمة لكل إجابة) حول **[الموضوع]**، ثم حوّلها إلى كود FAQPage بصيغة JSON-LD جاهز للإضافة إلى الصفحة.

طريقة الاستخدام: اختبر الكود بأداة Rich Results Test من جوجل قبل نشره.

09 اقتراح الروابط الداخلية

انسخ

هذه قائمة عناوين مقالات مدونتي: **[الصق القائمة]**. وهذا مقالي الجديد: **[العنوان]**. اقترح 5 مقالات من القائمة أربطها به، مع نص الرابط (Anchor Text) المناسب والجملة التي أضع فيها كل رابط.

طريقة الاستخدام: الروابط الداخلية تساعد الزائر ومحركات البحث معاً؛ اجعل نص الرابط طبيعياً ووصفياً.

10 إعادة صياغة بلمسة إنسانية

انسخ

أعد كتابة النص التالي بأسلوب شخصي ودود كأنك **[صفة الكاتب، مثل: مدوّن جزائري جرّب الأمر بنفسه]**. احتفظ بكل المعلومات، واحذف التكرار والعبارات العامة، وضع **[تجربتي هنا]** في مكانين أضيف فيهما تجربتي. النص: **[الصق النص]**.

طريقة الاستخدام: املأ الأماكن المحددة بتجربتك الحقيقية؛ هذا ما يميز محتواك عن ملايين النصوص المولّدة.

يوتيوب والفيديو القصير

02

أفكار القنوات، السكريبتات، الخطافات، العناوين والصور المصغرة، وتحويل فيديو طويل إلى مقاطع قصيرة.

11 زوايا لقناة بلا وجه

انسخ

أريد إطلاق قناة يوتيوب عربية عن **[المجال]** دون إظهار وجهي. اقترح 5 زوايا فرعية (Niches) أقل منافسة، ولكل زاوية: نوع الجمهور، 5 أفكار لأول فيديوهات، وطرق تحقيق الدخل الممكنة (إعلانات، عمولة، منتج رقمي).

طريقة الاستخدام: ابحث عن كل زاوية في يوتيوب وانظر عدد القنوات وتاريخ آخر الفيديوهات قبل أن تقرر.

12 سكرت فيديو طويل

انسخ

اكتب سكرت فيديو يوتيوب مدته **[عدد]** دقائق عن **[الموضوع]**. البنية: خطاف في أول 15 ثانية، وعد واضح بما سيتعلمه المشاهد، 3-5 أقسام مع أمثلة، تذكير خفيف بالاشتراك في المنتصف، وخاتمة تحيل إلى فيديو عن **[موضوع الفيديو التالي]**. اللغة: **[فصحى مبسطة/لهجة]**.

طريقة الاستخدام: اقرأ السكريبت بصوت عالٍ قبل التسجيل، واحذف كل جملة تتعثر في نطقها.

13 10 خطافات للبداية

انسخ

اكتب 10 جمل افتتاحية (Hooks) لفيديو عن **[الموضوع]**، كل واحدة أقل من 15 كلمة. نوع بين: سؤال مفاجئ، خطأ شائع، نتيجة قبل/بعد، ورقم محدد. لا تستخدم وعودًا مبالغًا فيها.

طريقة الاستخدام: جرّب خطافين مختلفين على مقطعين قصيرين وقارن نسبة المشاهدة بعد 3 ثوانٍ.

14 عنوان + فكرة صورة مصغرة

انسخ

اقترح 10 عناوين يوتيوب لفيديو عن **[الموضوع]** (أقل من 60 حرفًا)، ولكل عنوان فكرة صورة مصغرة: النص المكتوب عليها (3 كلمات كحد أقصى)، والعنصر البصري الرئيسي، والتعبير أو الرمز المناسب.

طريقة الاستخدام: العنوان والصورة يعملان معًا: لا تكرر نص العنوان نفسه على الصورة.

15 الوصف والفصول الزمنية

انسخ

اكتب وصفًا لفيديو يوتيوب عنوانه **[العنوان]**: سطران أولان يتضمنان الكلمة **[الكلمة]**، ثم ملخص قصير، ثم فصول زمنية (Chapters) بناءً على هذا السكريبت: **[الصق السكريبت]**، ثم 5 وسوم مناسبة.

طريقة الاستخدام: عدّل التوقيّات بعد المونتاج؛ الذكاء الاصطناعي يقدّرهما من النص فقط.

16 5 مقاطع قصيرة من فيديو طويل

انسخ

هذا نص فيديو طويل: **[الصق النص]**. استخرج منه 5 مقاطع قصيرة (Shorts/Reels/TikTok) مدة كل منها 30-45 ثانية. لكل مقطع: الخطاب، النص المنطوق، النص المكتوب على الشاشة، ودعوة لمشاهدة الفيديو الكامل.

طريقة الاستخدام: فيديو واحد جيد يمكن أن يغذي حساباتك القصيرة أسبوعًا كاملاً.

17 خطة 30 فيديو قصيرًا

انسخ

ضع خطة لـ 30 فيديو قصيرًا على **[تيك توك/إنستغرام/يوتيوب شورتس]** عن **[المجال]**. وزّعها على 4 أنواع: تعليمي، قصة، خرافة شائعة وتصحيحها، وتجربة عملية. اعرضها في جدول: اليوم، الفكرة، الخطاب، النوع.

طريقة الاستخدام: صُور 5-7 مقاطع في جلسة واحدة؛ الدفعات توفر الوقت وتحافظ على الاستمرارية.

18 أفكار من تعليقات الجمهور

انسخ

هذه تعليقات من قناتي: **[الصق التعليقات]**. صنّفها إلى: أسئلة، واعتراضات، وطلبات محتوى. ثم اقترح 5 أفكار فيديوهات جديدة مبنية على أكثر ما يتكرر فيها، واكتب ردًا لطيفًا على التعليقات السلبية.

طريقة الاستخدام: أسئلة جمهورك الحقيقية هي أفضل بحث كلمات مفتاحية مجاني تملكه.

19 نص جاهز للتعليق الصوتي

انسخ

حوّل هذا النص إلى نص مناسب للتعليق الصوتي (Voice-over): **[الصق النص]**. جمل قصيرة سهلة النطق، وعلامة (/) حيث يجب أخذ نفس، وشكل الكلمات التي قد تُقرأ خطأ.

طريقة الاستخدام: إذا استخدمت أداة تحويل نص إلى صوت، فراجع شروطها بشأن الاستخدام التجاري.

الفصل 9 أوامر

03 السوشيال ميديا والإعلانات

خطط المحتوى، المنشورات، نصوص الإعلانات، شخصيات المشترين، وقراءة أرقام الحملة بعين المبتدئ.

20 خطة منشورات لشهر

انسخ

أنا **[صفتك: متجر/مدوّن/مستقل]** في مجال **[المجال]**، وجمهوري **[وصف الجمهور]**. ضع خطة منشورات لشهر على **[المنصة]** بمعدل **[عدد]** منشورات أسبوعيًا، بنسبة تقريبية: 70% قيمة، 20% تفاعل، 10% بيع. جدول: التاريخ، نوع المنشور، الفكرة، الدعوة لاتخاذ إجراء.

طريقة الاستخدام: الاستمرارية أهم من الكثرة: اختر عددًا تستطيع الالتزام به فعليًا.

21 منشور كاروسيل من 7 شرائح

انسخ

اكتب محتوى منشور كاروسيل من 7 شرائح عن **[الموضوع]**: شريحة غلاف بعنوان قوي، و5 شرائح بنصيحة واحدة في كل منها (أقل من 25 كلمة)، وشريحة أخيرة تدعو إلى **[حفظ المنشور/زيارة الرابط/المتابعة]**.

طريقة الاستخدام: صمّم الشرائح في Canva بقالب ثابت لتصبح منشوراتك معروفة من النظرة الأولى.

22 منشور بأسلوب القصة

انسخ

اكتب منشورًا لفيسبوك أو لينكدإن بأسلوب قصة قصيرة عن **[موقف أو تجربة]**. البنية: موقف ← مشكلة ← ما تعلمته ← درس عملي للقارئ ← سؤال يفتح النقاش. الطول أقل من 200 كلمة، وبدون هاشتاغات كثيرة.

طريقة الاستخدام: القصة يجب أن تكون حقيقية؛ اطلب من الأداة تحسين الصياغة لا اختراع الأحداث.

23 مقال واحد ← محتوى أسبوع

انسخ

حوّل هذا المقال إلى: 5 منشورات قصيرة لمنصة X، ومنشور لينكدإن واحد، و3 أفكار ستوري لإنستغرام، ورسالة واتساب قصيرة للمشاركين. المقال: **[الصق المقال]**.

طريقة الاستخدام: إذا كانت الأداة لا تقرأ الروابط، الصق نص المقال نفسه.

24 5 نسخ إعلانية بزوايا مختلفة

انسخ

اكتب 5 نسخ إعلانية لفيسبوك وإنستغرام لمنتج **[اسم المنتج]** موجّه إلى **[الجمهور]**. لكل نسخة: النص الأساسي (السطر الأول أقل من 125 حرفًا)، والعنوان، ونص الزر. استخدم 5 زوايا: الألم، الفائدة، الدليل الاجتماعي، العرض، الفضول. تجنّب أي ادعاء يخالف سياسات إعلانات Meta.

طريقة الاستخدام: اختبر النسخ بميزانية صغيرة متساوية، وأبقِ على الفائزة فقط.

25 شخصيات المشتري والاستهداف

انسخ

منتجتي هو **[المنتج]** وسعره **[السعر]** في **[البلد]**. صف 3 شخصيات مشتري (Buyer Personas) محتملة: العمر، والاهتمامات، والمخاوف، والكلمات التي يستخدمها. ثم اقترح اهتمامات استهداف ممكنة في مدير إعلانات Meta لكل شخصية.

طريقة الاستخدام: اعتبر هذه الشخصيات فرضيات تختبرها، لا حقائق مؤكدة.

26 سكرت إعلان فيديو UGC

انسخ

اكتب سكرت إعلان فيديو بأسلوب UGC (شخص عادي يجرب المنتج) مدته 30 ثانية لـ **[المنتج]**: 3 ثواني خطاب، ثم المشكلة، ثم تجربة المنتج، ثم النتيجة الواقعية، ثم الدعوة. واكتب 3 خطافات بديلة للاختبار.

طريقة الاستخدام: صوّر بالهاتف وبإضاءة طبيعية؛ الإعلانات العفوية كثيرًا ما تنافس الإعلانات المصقولة.

انسخ

هذه نتائج حملتي الإعلان: **[الإنفاق، الظهور، CPC، CTR، عدد الطلبات، تكلفة الطلب]**. فسّر لي الأرقام كمبتدئ، وحدّد أين المشكلة على الأرجح (الإعلان، أو الاستهداف، أو صفحة الهبوط)، واقتح 3 اختبارات للأسبوع القادم.

طريقة الاستخدام: غيّر متغيرًا واحدًا في كل اختبار حتى تعرف ما الذي أحدث الفرق.

انسخ

اكتب 8 ردود جاهزة لصفحة **[اسم النشاط]** على الرسائل الشائعة: السعر، والتوصيل إلى **[الولايات/المدن]**، والدفع عند الاستلام، والإرجاع، والمقاسات، والتأخير، والشكوى، وطلب التخفيض. الأسلوب: ودود ومختصر بـ **[الدارجة/الفصحى]**.

طريقة الاستخدام: احفظ الردود كـ «ردود سريعة» في Messenger أو واتساب للأعمال.

04 المتاجر الإلكترونية والدروب شيبينج

تقييم المنتج قبل الإعلان، أوصاف المنتجات، صفحات الهبوط، الاعتراضات، ورسائل تأكيد الطلبات.

انسخ

قيّم فكرة بيع **[المنتج]** في **[البلد]** عبر **[متجر إلكتروني/صفحة فيسبوك]**. حلّلها حسب: حلّ مشكلة حقيقية، وعامل الإبهار، وهامش الربح إذا كان سعر الشراء **[السعر]** وسعر البيع **[السعر]**، وصعوبة الشحن، والمنافسة، والمخاطر. ثم أعطني حكمًا: «اختبر» أو «تجنّب» ولماذا.

طريقة الاستخدام: احسب الهامش بعد تكلفة الإعلان والتوصيل والطلبات المرفوضة، لا قبلها.

انسخ

اكتب وصف منتج لـ **[اسم المنتج]** بهذه المواصفات: **[المواصفات]**. الجمهور: **[الجمهور]**. البنية: عنوان يركّز على الفائدة، فقرة قصيرة عن المشكلة التي يحلّها، 5 نقاط (فائدة + ميزة)، قسم «ماذا يوجد في العلبة»، وأسئلة شائعة. لا تخرع أي مواصفات غير مذكورة.

طريقة الاستخدام: الصق المواصفات من المورد كما هي، ودع الأداة تحوّلها إلى فوائد.

انسخ

اكتب نصوص صفحة هبوط لمنتج واحد **[المنتج]** بسعر **[السعر]** مع الدفع عند الاستلام. الأقسام: العنوان الرئيسي والفرعي، المشكلة، الحل، 3 فوائد مع أيقونة مقترحة لكل منها، كيف يعمل في 3 خطوات، مكان آراء العملاء **[آراء حقيقية]**، سياسة الإرجاع، الأسئلة الشائعة، ونص زر الطلب.

طريقة الاستخدام: لا تضع آراء عملاء مختلفة أبدًا؛ اترك القسم فارغًا حتى تجمع آراء حقيقية.

32 عناوين منتجات محسّنة للبحث

انسخ

اكتب عناوين منتجات محسّنة للبحث لهذه القائمة: **[الصق أسماء المنتجات]**. كل عنوان: اسم المنتج + الفائدة الرئيسية + ميزة مميزة، أقل من 70 حرفاً، مع الاسم الإنجليزي بين قوسين إن كان شائعاً.

طريقة الاستخدام: استخدم الكلمات التي يكتبها عملاؤك فعلاً، حتى لو كانت عامة.

33 تحليل صفحة منافس

انسخ

هذا نص صفحة منتج منافس: **[الصق النص]**. استخرج: الوعد الرئيسي، والفوائد، والاعتراضات التي يعالجها، ونقاط الضعف. ثم اقترح كيف أميّز عرضي عنه دون نسخ نصه.

طريقة الاستخدام: الهدف أن تفهم السوق، لا أن تنسخ؛ النسخ يضر بعلامتك وقد يعرّضك لمشاكل.

34 الرد على اعتراضات الشراء

انسخ

ما أكثر 10 اعتراضات قد تمنع عميلاً في **[البلد]** من شراء **[المنتج]** عبر الإنترنت (الثقة، الجودة، التوصيل...)? لكل اعتراض اكتب جملة رد قصيرة أضعها في صفحة المنتج أو في الإعلان.

طريقة الاستخدام: اجمع الاعتراضات الحقيقية من رسائل عملائك وأضفها إلى الأمر في المرة القادمة.

35 تأكيد الطلب والتذكير

انسخ

اكتب رسالة واتساب لتأكيد طلب العميل **[اسم العميل]** الذي طلب **[المنتج]**: ودودة، تذكر السعر وموعد التوصيل التقريبي، وتطلب التأكيد برد بسيط. ثم رسالة تذكير لمن لم يرد خلال 24 ساعة.

طريقة الاستخدام: تأكيد الطلب قبل الشحن يساعد على تقليل الطلبات المرفوضة في الدفع عند الاستلام.

36 مسودة سياسة الإرجاع والشحن

انسخ

اكتب مسودة سياسة إرجاع واستبدال وسياسة شحن واضحة لمتجر **[نوع المتجر]** في **[البلد]**: مدة الإرجاع **[عدد]** أيام، ومن يتحمل تكلفة الشحن، والحالات المستثناة. أسلوب بسيط يفهمه أي عميل.

طريقة الاستخدام: هذه مسودة فقط؛ راجعها وفق قوانين بلدك قبل اعتمادها.

37 حملة موسمية جاهزة

انسخ

اقترح حملة تسويقية لمتجري **[نوع المتجر]** بمناسبة **[رمضان/العيد/الدخول المدرسي/الجمعة البيضاء]**: فكرة العرض، واسم الحملة، و3 منشورات، ورسالة للعملاء السابقين، وجدولاً زمنياً يبدأ قبل المناسبة بأسبوعين.

طريقة الاستخدام: جهّز المخزون والإعلانات مبكراً؛ تكلفة الإعلان ترتفع عادة قرب المناسبات.

05 التسويق بالعمولة

اختيار البرامج، المراجعات الصادقة، مقالات المقارنة، الإفصاح، والرسائل البريدية التي تبني الثقة.

38 اختيار برامج العمولة

انسخ

أنا مدوّن في مجال **[المجال]** وجمهوري من **[المنطقة]**. اقترح أنواع المنتجات والخدمات التي يناسب الترويج لها بالعمولة، وأنواع برامج العمولة التي أبحث عنها (شبكات أو برامج مباشرة)، ومعايير المقارنة بينها: نسبة العمولة، ومدة الكوكيز، وطرق الدفع المتاحة في بلدي.

طريقة الاستخدام: لا تعتمد على أسماء البرامج أو نسبها كما يذكرها الاصطناعي؛ تحقق من الموقع الرسمي.

39 هيكل مراجعة صادقة

انسخ

اكتب مراجعة لـ **[المنتج]** بناءً على ملاحظاتي وتجربتي هذه: **[ملاحظاتك]**. الأقسام: لمن يناسب وللمن لا يناسب، والمميزات، والعيوب الحقيقية، والسعر مقابل القيمة، والبدائل، والحكم النهائي. لا تضيف أي ميزة لم أذكرها.

طريقة الاستخدام: المراجعة التي تذكر العيوب بصدق تقنع أكثر من مديح خالص.

40 مقال مقارنة بين منتجين

انسخ

اكتب مخطط مقال مقارنة بين **[المنتج أ]** و **[المنتج ب]** لـ **[نوع المستخدم]**. يتضمن: جدول مقارنة بالمعايير المهمة، وأفضل خيار لكل حالة استخدام، وخاتمة توجيهية. ضع **[تحقق]** بجانب كل رقم أو سعر.

طريقة الاستخدام: الأسعار والمواصفات تتغير؛ حدّد جدول المقارنة كل بضعة أشهر.

41 مقال «أفضل X»

انسخ

اكتب مخطط مقال «أفضل **[عدد]** **[فئة المنتج]** لـ **[الجمهور]**» مع: معايير الاختيار، وبطاقة لكل منتج (لمن يناسب، أهم ميزة، أبرز عيب)، وقسم «كيف تختار». المنتجات: **[قائمة المنتجات التي جرّبتها أو درستها]**.

طريقة الاستخدام: ابدأ بالمنتجات التي تعرفها جيدًا؛ القارئ يشعر بالفرق بين التجربة والنسخ.

42 نص إفصاح عن روابط العمولة

انسخ

اكتب إفصاحًا قصيرًا وواضحًا باللغة العربية عن روابط العمولة في موقعي: نسخة من سطر واحد لأعلى المقالات، ونسخة مطوّلة لصفحة مستقلة، بأسلوب صادق يبني الثقة.

طريقة الاستخدام: الإفصاح مطلوب في كثير من برامج العمولة، ويزيد ثقة القارئ بك.

43 أسئلة رحلة الشراء

انسخ

ما الأسئلة التي يطرحها شخص يفكر في شراء **[المنتج]** قبل أن يقرر؟ أعطني 15 سؤالاً مرتبة من مرحلة الوعي إلى مرحلة الشراء، واقترح لكل مجموعة نوع المحتوى المناسب (مقال، فيديو، مقارنة).

طريقة الاستخدام: المحتوى القريب من مرحلة الشراء (مقارنات، مراجعات) هو الأقرب لتحقيق العمولة.

44 سلسلة رسائل بريدية من 4 رسائل

انسخ

اكتب سلسلة من 4 رسائل بريدية للمشتركين الجدد في قائمتي عن **[المجال]**: ترحيب وقصة قصيرة، ثم نصيحة مجانية مفيدة، ثم توصية بـ **[المنتج]** مع سبب صادق، ثم تذكير أخير يجب عن اعتراض شائع. لكل رسالة: عنوان ونص أقل من 200 كلمة.

طريقة الاستخدام: اجعل نسبة الرسائل المفيدة أعلى بكثير من رسائل البيع حتى لا يلغي القراء اشتراكهم.

45 صفحة «أدوات أنصح بها»

انسخ

اكتب نص صفحة «أدوات أستخدمها وأنصح بها» لموقعي في مجال **[المجال]**. الأدوات: **[القائمة + سبب استخدامك لكل منها]**. لكل أداة: فقرة قصيرة، وللمن تناسب، ونص زر. أضف مقدمة شخصية وتنبيه إفصاح.

طريقة الاستخدام: اذكر فقط أدوات تستخدمها فعلاً؛ هذه الصفحة تباع بالثقة لا بالكثرة.

الفصل 8٠6 أوامر

06 المنتجات الرقمية والعمل الحر

من فكرة المنتج إلى صفحة البيع، ومن الملف التعريفي إلى العروض والرسائل الاحترافية مع العملاء.

46 10 أفكار منتجات رقمية

انسخ

أنا أتقن **[مهارتك أو خبرتك]**. اقترح 10 أفكار منتجات رقمية صغيرة أستطيع إنجازها في أسبوعين (كتيب، قالب، دورة مصغرة، حزمة أوامر...). مع الجمهور المستهدف، والمشكلة التي يحلها كل منتج، وسعر مقترح بالدولار وبعملة **[البلد]**.

طريقة الاستخدام: اختر الفكرة التي يسألك الناس عنها أصلاً؛ الطلب الموجود أسهل من صناعة طلب جديد.

47 فهرس كتاب إلكتروني

انسخ

أنشئ فهرساً لكتاب إلكتروني عنوانه **[العنوان]** موجّه إلى **[الجمهور]**، من 8 فصول. لكل فصل: الهدف، و3 عناوين فرعية، وتمارين أو قائمة تحقق عملية. اجعله قابلاً للإنجاز في 30-40 صفحة.

طريقة الاستخدام: اكتب المحتوى بخبرتك، واستعمل الذكاء الاصطناعي للتنظيم والتحرير والتدقيق.

انسخ

اكتب صفحة بيع لمنتج رقمي **[اسم المنتج]** بسعر **[السعر]**. استخدم إطار PAS (المشكلة، التهيج، الحل)، ثم: ماذا بداخله، ولمن هو ولمن ليس، وأسئلة شائعة، والضمان **[مدة الضمان إن وجد]**. أسلوب صادق بلا وعود دخل.

طريقة الاستخدام: قسم «لمن ليس هذا المنتج» يقلل طلبات الاسترجاع ويزيد ثقة المشتري المناسب.

49 ملف تعريف على منصات العمل الحر

انسخ

اكتب نبذة تعريفية لحسابي على **[خمس/مستقل/Upwork]** بصفتي **[تخصصك]**. خبرتي: **[الخبرة]**. أعمال سابقة: **[أمثلة]**. أريد: عنوانًا مهنيًا، وفقرة أولى تركز على النتيجة التي يحصل عليها العميل، والخدمات، وطريقة العمل، ودعوة للتواصل. نسخة عربية وأخرى إنجليزية.

طريقة الاستخدام: أرفق نماذج أعمال حقيقية؛ النبذة الجيدة تفتح الباب، والنماذج تقنع العميل.

50 عرض مخصص على مشروع

انسخ

هذا وصف مشروع منشور: **[الصق الوصف]**. اكتب عرضًا مخصصًا أقل من 150 كلمة: أبدأ بإظهار فهمي لمشكلة العميل، ثم خطة تنفيذ في 3 خطوات، ثم مثال من عمل مشابه **[رابط أو وصف]**، ثم مدة التسليم، وأختم بسؤال ذكي يفتح الحوار. بدون مجاملات عامة.

طريقة الاستخدام: العرض المخصص القصير يتفوق غالبًا على العروض الطويلة المنسوخة.

51 خدمة مصغرة بثلاث باقات

انسخ

اكتب وصف خدمة مصغرة على **[المنصة]** لخدمة **[الخدمة]**: عنوان جذاب، وما يحصل عليه العميل، و3 باقات (أساسية، متوسطة، متقدمة) بالأسعار **[الأسعار]**، وما أحثاه من العميل للبدء، وأسئلة شائعة.

طريقة الاستخدام: الباقة المتوسطة هي التي يختارها أغلب العملاء؛ اجعلها الأوضح قيمة.

52 رسائل احترافية للعملاء

انسخ

اكتب رسائل قصيرة واحترافية لهذه المواقف مع عميل: **[تأخر الدفعة/طلب تعديل خارج الاتفاق/تسليم العمل/طلب تقييم/تمديد الموعد]**. نبرة مهذبة وحازمة، بالعربية وبالإنجليزية.

طريقة الاستخدام: اتفق على عدد التعديلات كتابيًا قبل البدء؛ هذا يحميك ويحمي العميل.

53 تسعير خدماتك بمنطق

انسخ

أقدم خدمة **[الخدمة]** وأحتاج نحو **[عدد]** ساعات لكل مشروع. ساعدني في وضع تسعير منطقي: احسب سعرًا أدنى انطلاقًا من هدف دخل **[المبلغ]** شهريًا وعدد ساعات العمل المتاحة. واقترح هيكل 3 باقات، وكيف أرفع أسعارتي تدريجيًا مع تحسن تقييمااتي.

طريقة الاستخدام: احسب وقت التواصل والتعديلات أيضًا، لا وقت التنفيذ وحده.

الفصل 7.7 أوامر

07 الإنتاجية والتعلم

خطط التعلم، الشرح المبسط، تنظيم الأسبوع، الإجراءات القياسية، والمراجعة الناقدة لمشروعك.

54 خطة تعلم مهارة جديدة

انسخ

أريد تعلم **[المهارة]** من الصفر خلال **[عدد]** أسابيع بمعدل **[عدد]** ساعات يوميًا. ضع خطة أسبوعية: ما أتعلمه، ومشروع تطبيقي صغير في نهاية كل أسبوع، وأنواع موارد مجانية مقترحة (دون اختراع روابط).

طريقة الاستخدام: اطلب تعديل الخطة كل أسبوع حسب ما أنجزته فعلاً.

55 اشرح لي كأني مبتدئ

انسخ

اشرح لي **[المفهوم، مثل: نسبة التحويل أو مدة الكوكيز]** كأني مبتدئ تمامًا، بمثال من الحياة اليومية في **[البلد]**. ثم اختبرني بـ 3 أسئلة ولا تعطني الإجابات حتى أجيب.

طريقة الاستخدام: طريقة السؤال بعد الشرح تثبت المعلومة أكثر من القراءة وحدها.

56 تنظيم أسبوعك

انسخ

هذه مهام لي لهذا الأسبوع: **[القائمة]**. لدي **[عدد]** ساعات متاحة يوميًا بجانب **[عملي/دراسي]**. رتبها حسب الأولوية (مصفوفة أيزنهاور)، ووزعها على الأيام، وحدد ما يمكن تأجيله أو حذفه.

طريقة الاستخدام: ضع مهمة واحدة «تحرك المشروع» في أول كل يوم قبل أي شيء آخر.

57 تلخيص عملي

انسخ

لخص هذا النص أو المحاضرة في: 5 أفكار رئيسية، و 3 خطوات عملية أطبقها اليوم، والمصطلحات الجديدة مع شرح مختصر. النص: **[الصق النص]**.

طريقة الاستخدام: قارن الملخص بالأصل في النقاط المهمة؛ قد يُسقط التلخيص تفاصيل مؤثرة.

انسخ

اكتب إجراء عمل قياسيًا (SOP) لمهمة أكررها: **[المهمة، مثل: نشر مقال أو معالجة طلب]**. خطوات مرقمة، والأدوات المستخدمة، وقائمة تحقق قبل الإنهاء، والأخطاء الشائعة؛ ليكون جاهزًا لتسليمه لمساعد مستقبليًا.

طريقة الاستخدام: كل مهمة توثقها اليوم هي مهمة تستطيع تفويضها غدًا.

انسخ

هذه أرقام مشروعك هذا الشهر: **[الزيارات، المبيعات، المشتركين، الساعات المبذولة]**. وهذه أرقام الشهر الماضي: **[الأرقام]**. حلّل التغيّر، واسألني 5 أسئلة تساعدني على فهم الأسباب، ثم اقترح 3 أولويات للشهر القادم.

طريقة الاستخدام: خصص ساعة ثابتة آخر كل شهر لهذه المراجعة واحتفظ بها في ملف واحد.

انسخ

تصرّف كمستشار أعمال ناقد وصريح. هذه خطتي: **[الصق الخطة]**. اذكر أضعف 5 نقاط فيها، والافتراضات التي لم أختبرها بعد، وأرخص طريقة لاختبار كل افتراض خلال أسبوع. لا تجاملني.

طريقة الاستخدام: استعمله قبل أن تنفق أي مال على فكرة جديدة؛ النقد المبكر أرخص من الخسارة.

بونص

اصنع أمرك الخاص +

قالب يطبق القواعد الذهبية الخمس على أي مهمة جديدة.

انسخ

تصرّف كـ **[الدور: خبير/مسوّق/محرر...]**. أعمل على **[وصف مشروعك]** لجمهور **[الجمهور والبلد]**، وهدف **[الهدف]**. اكتب **[المطلوب]** بصيغة **[جدول/نقاط/نص]** وبطول **[الطول]** وبأسلوب **[الأسلوب واللهجة]**. هذا مثال لما أحبه: **[الصق مثالًا]**. لا تخترع أرقامًا أو معلومات، وقبل أن تبدأ اسألني عن أي معلومة تنقصك.

طريقة الاستخدام: احفظ القالب في ملاحظات هاتفك؛ ستستعمله أكثر من أي أمر آخر.

تحدي 7 أيام لتجربة الحقيبة

اليوم	المهمة	الأوامر
اليوم 1	اختر مجالك واكتب 20 فكرة محتوى، واحتفظ بأفضل 5.	11,02,01
اليوم 2	جهّز مخطط مقال واحد واكتب أول قسمين بأسلوبك.	05,04,03
اليوم 3	أكمل المقال، واكتب العنوان والوصف وانشره بعد المراجعة.	10,08,06
اليوم 4	حوّل المقال إلى منشورات ومقطع قصير واحد.	13,23,16
اليوم 5	جهّز ملفك التعريفي أو صفحة منتج واحد.	30,49
اليوم 6	اكتب فكرة منتج رقمي صغير وفهرسه.	47,46
اليوم 7	راجع أسبوعك، واطلب نقدًا صريحًا لخطتك القادمة.	60,56

الأوامر توفر وقتك... والمنتج الجيد يبني دخلك.

إذا وصلت إلى هنا، فأنت تملك الآن أداة تختصر عليك ساعات من الكتابة والتخطيط كل أسبوع. الخطوة الأذكى بعدها أن تستثمر هذا الوقت في شيء تملكه: **منتج رقمي** يحمل خبرتك ويُباع أكثر من مرة.

الدليل المدفوع

دليل المنتجات الرقمية

دليل عملي من تعرف كوم للمبتدئين الذين يريدون إنشاء منتجهم الرقمي الأول وبيعه بطريقة منظمة، خطوة بخطوة، وبأسلوب واقعي بعيد عن الوعود السريعة.

- كيف تختار فكرة منتج يحتاجها الناس فعلاً
- كيف تجهز المنتج وتسعره وتعرضه للبيع
- كيف تستخدم أوامر هذه الحقيبة في كل مرحلة

taarraaf.com/digital-products-guide

اطّلع على الدليل

زر مدونة **تعرف كوم** لأدلة عملية ومجانية بالعربية عن الربح من الإنترنت، والتجارة الإلكترونية، والتسويق بالعمولة، وأدوات الذكاء الاصطناعي – مكتوبة للمبتدئ العربي، ومن واقع المغرب العربي.

taarraaf.com

شارك هذه الحقيبة مع صديق يبدأ مشروعه على الإنترنت؛ فهي مجانية، ونتمنى أن تكون أول خطوة في طريق طويل ومفيد.