



# كيسوله كتابه المحتوى

ايه مؤمن



Notes

# الإهداء

كان النبي ﷺ إذا أراد أن يخطب يستند إلى جذع  
...شجرة ويخطب

وذات يوم صنع أحد الصحابة الكرام للنبي منبراً  
ليخطب عليه بدل ذلك الجذع، يقول الراوي: فلما  
وضع المنبر أول ما وضع، وجاء النبي ﷺ ليخطب  
فجاوز الجذع إلى المنبر، فعند ذلك حنَّ الجذع،  
..وجعل يثن كما يثن الصبي

إلى «الجذع» الذي حنَّ ذات يوم للحبيب - عليه  
الصلاة والسلام- أهدي هذا الكتاب





# تعريف الكاتب

العبد الفقير إلى الله آيه مؤمن  
المراغي

كاتبة محتوى في موقع  
مسيرتك للمنح، والمحور  
اليوم، وفري كورسيز، والمقاله،  
كاتبة وسائل التواصل  
الاجتماعي في بيدج هتقدر  
تتعلم، مدربة في مجال كتابة  
المحتوى.





**يعني أي محتوى الأول؟**

**المحتوى هو أي حاجة بنطقها ،  
كلامك مع أهلك وأصحابك  
وحناقاتك وكلامك في الشات ، كل  
دا يمثل محتوى، يعني ببساطة أي  
جملة تطلع منك تؤدي معنى.**



# المحتوى ممكن يكون

- مقال.
- .case study
- E book
- white paper.
- مسموع.
- مرئي.



# كل نوع من دول بنحتاجه حسب الفكرة اللي هنعبر عنها.

- يعني لو فكرة بسيطة... مقال
- فكرة معقدة... فيديو
- طويلة ومليانه تفاصيل... E book
- نسب معقدة... إنفوجرافيك
- Interview... Slide
- نصيحة سريعة... صورة



# يعني أي كتابة المحتوى؟

أنك تكتب أفكارك وتعبر عنها، تنقل كل اللي في دماغك من أفكار في الورق وتعبر عنه بطريقة مفهومة ومقنعة.

## أنواع كتابة المحتوى؟

- كتابة المقالات.
- الكتابة لمحركات البحث.
- الكتابة لوسائل التواصل الاجتماعي.
- التسويق بالبريد الإلكتروني.
- السرد القصصي.
- كتابة الإعلانات.
- كتابة السكريبت.



مهم جدا أنك تقسم المحتوى بتاعك  
وتخليه متنوع عشان ما يكونش على  
نفس الرتم ،  
والمتابعين يملوا ويزهقوا.

- إعلاني: لتعلن فيه عن خدمات جديدة  
مثلا أطلقت خدمة جديدة، أو منتج  
جديد.
- تثقيفي: تعطي فيه معلومات تفيد  
المتابعين سواء بنفس مجالك أو  
معلومات عامه.
- ترويجي: زي مثلا أطلب من المطعم  
ونقول اسم المطعم وتوصلك لحد  
البيت.
- التفاعلي: بيتم في التفاعل من  
المتابعين سواء سؤال أو استفتاء أو رأي  
أو منشور كوميدي.



# الفرق بين ال copywriting و content writing

• Copy writing يهدف إلى المحتوى الإعلاني.

• Content writing يوصل معلومة للناس، اللي أنا بعلمهولك دلوقتي .



اهم خطوة قبل كتابة أي محتوى ايا  
كان نوعه هي research

- تبحث عن الموضوع
- الشركات المنافسة
- ال brand نفسها
- تريندات
- الكلمات المفتاحية



# خطوات لكتابة الكونتنت رايتنج

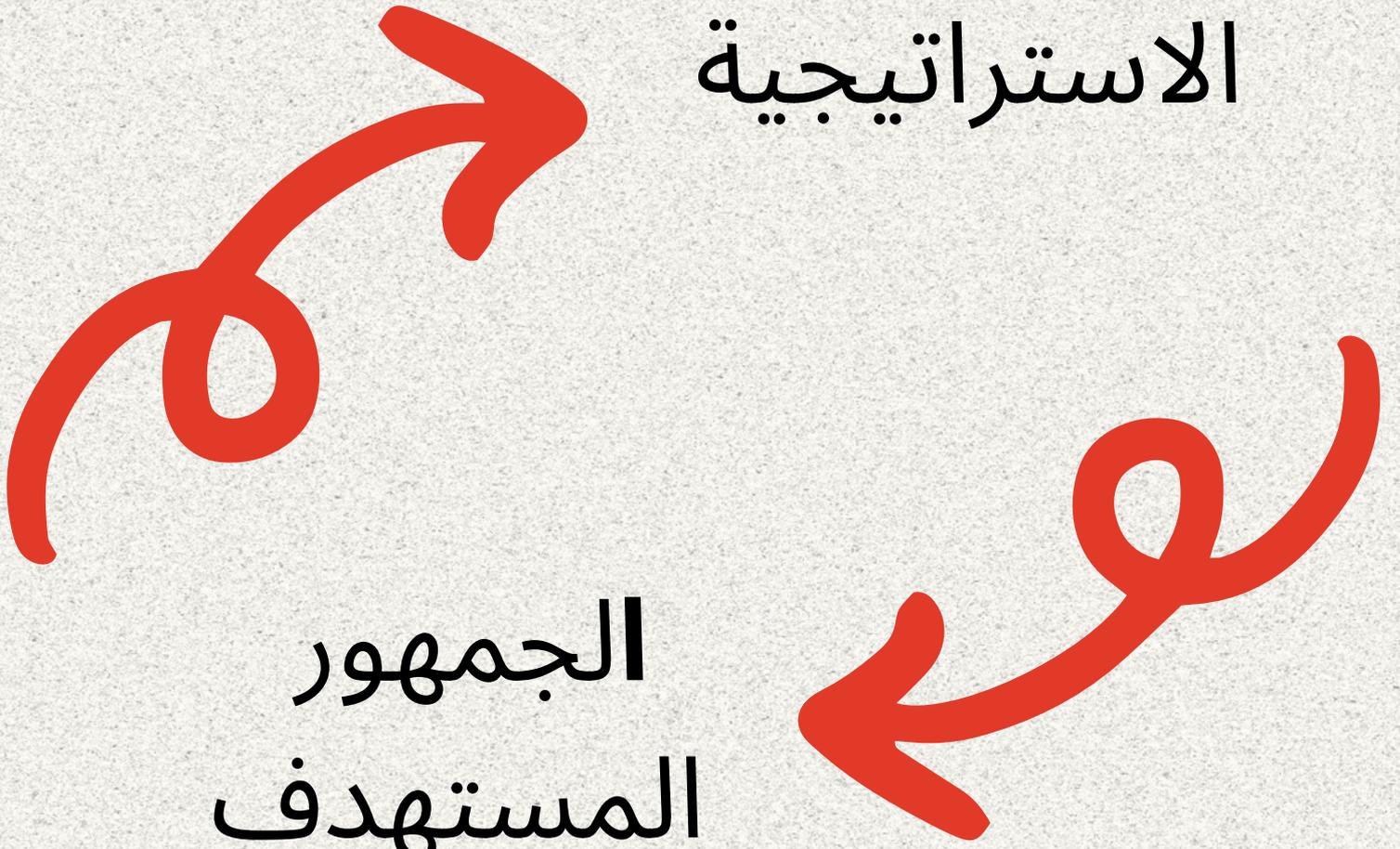
- الكتابة والبحث عن الكلمات المفتاحية.
- التخطيط والاستراتيجية.
- كتابة المحتوى.
- كواليتي تشيك Check.
- بلوجاريزم تشيك وتصحيح ومراجعة.



طيب قبل ما تكتب أي مقال  
لازم تعرف حاجة مهمة

الاستراتيجية

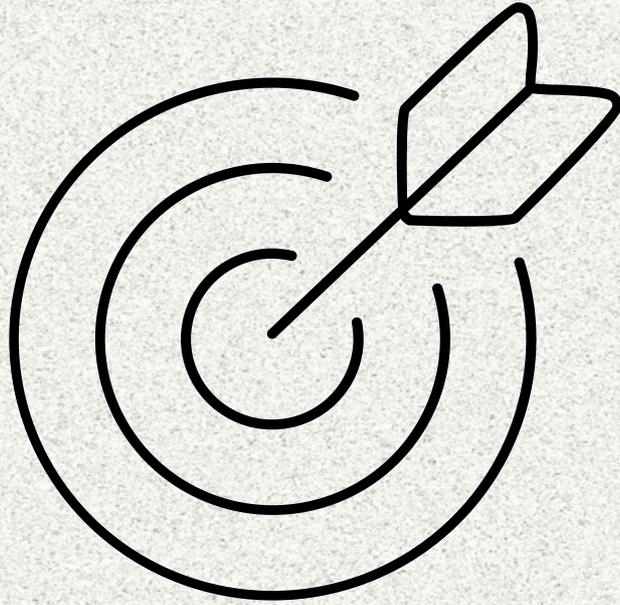
الجمهور  
المستهدف



قبل ما تفكر تكتب أي محتوى لازم  
تكون عارف أنت عايز إيه من  
المحتوى بتاعك ، يعني عايز توصل  
إيه للناس، إيه الرسالة بناعتك من  
المحتوى؛ لأن المحتوى لو ملوش  
هدف ورسالة واضحة، فهو ملوش  
لازمة وأي كلام في الهواء.



# الاستراتيجية



كالعادة أي عمل دون ما تخطط له صح  
فهو هيفشل بالطبع، فلزم تخط  
استراتيجية وخطة لمحتواك .

## أيه مميزات الاستراتيجية بقا؟

تقلل المجهود والوقت المطلوب للإنجاز  
في مقولة بتقول أنك لو هتزرع في 5  
ساعات هتاخذ 4 ساعات تجهز الفأس،  
يعني التخطيط مهمة أهم وبتنجز أكثر؛  
لأنك بتنساها طبعاً وبتمشي بلا هدف أو  
خطة واضحة فدا بيضيع كل وقتك  
بسبب العشوائية في الأداء.



# طيب ازاي تعمل استراتيجية؟

- تحدد الأهداف
- الجمهور المستهدف
- القنوات: يعني توزعه فين وإيه الغرض.
- تنفيذ المحتوى: يعني تحطه في شكله النهائي.
- الترويج: تسوقه فين واي الرقم اللي متوقعه من التسويق دا.



# لازم تسال نفسك 3 اسأله قبل ما تحط الاستراتيجيه

- ما هو الهدف التسويقي العام وكيف يستطيع المحتوى مساعدتي في تحقيقه؟
- كيف يمكن أن يحقق المحتوى هذه الأهداف؟
- كيف يمكن قياس هل يناسب المحتوى المقدم هذه الأهداف أم لا؟

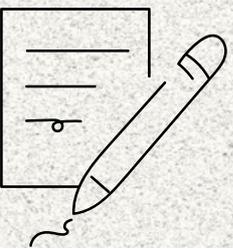


# كمان تسأل نفسك كام سؤال ع المنافس..

- من المنافس؟
- بما يتميز المحتوى الخاص به؟
- وتعمل جدول تقييم في المنافس والإيجابيات والسلبيات بتاعته..

## ولازم تعمل جرد المحتوى. ازاي ؟

- تعمل قائمة بالكلمات المفتاحية المصنفة في محرك البحث.
- تجمع المشاركات اللي خدت نسبة مشاهدته عالية.
- صفحات الويب الاكثو زيارة.
- وبعدين حلل المحتوى دا حسب الأداء



# وخلي بالك وانت بتحط خططك وأهدافك إنها تكون SMART

## • Specific

فمثلاً حملة إعلانية مينفعش يكون هدفها تحقيق الربح وزيادة متابعين في نفس الوقت، التركيز في هدفين هخليك متتحققش ولا هدف فيهم .

## • Measurable

يعني لازم تحدد هدف خطتك هي زيادة متابعين لمعدل قد ايه، او مبيعات بمعدل كام، وهكذا.

## • Achievable

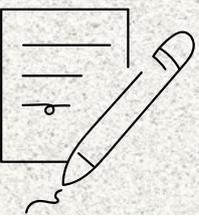
يعني لو كانت نسبة مبيعاتك حالياً 1000 فمينفعش أن تكون خططتك أنها توصل لمليون! دا تعجيزي طبعاً، وغير قابل للتحقيق أبداً.

## • Realistic

يعني لو كانت أرباح شركتك حالياً 5 آلاف، فمينفعش أنك تحط خطة انها تكون مليار، فدا طبعاً مش واقعي.

## • Timely

يعني محدد بمدة زمنية معروفة، فمتقولش انا عاوز أوصل عدد متابعيني ألف، من غير تحديد وقت للوصول للهدف دا اللي هوا الف .



# طيب حددت خطتك هتعمل ايه تاني

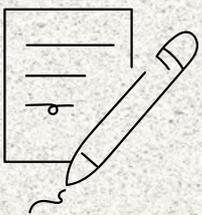
هتحدد الجمهور بتاعك، طبعا مينفعش انك تكتب محتوى لعامة الشعب، الجمهور لازم يكون محدد عشان تعرف تخاطبه ازاي، لكل جمهور لغة خاصة بيه طبعا.

حتى الشركات الكبيرة زي اتصالات، عشان تحدد شريحة خاصة بيها وجمهور مستهدف بعينه عملت خط لرجال الأعمال بس.

كدا هي استهدفت جمهور مخصص بيها، ودا اللي انت كمان هتعمله.

أكيد لما تكتب مقال لأهل القرى غير لما تكتب لرجال الأعمال، هتكون بتتكلم عامي شويه مع القرى وبأسلوب بسيط جدا، لكن مع رجال الأعمال هتتكلم فصحي.

حدد شريحة معينة من الناس تستهدفها! لأن مينفعش تكتب محتوى لكل الفئات وإلا مفيش حد منهم هيشوفها اصلا.



# رحلة العميل

هي المرحلة التي يعلم فيها العميل المُحتمل أن لديه «حاجة Demand»، وأن شركتك - وما تقدمه من خدمات أو سلع - بإمكانها أن تحقق هذه الحاجة

الوعي

Awareness

هي المرحلة التي يقوم فيها العميل بتقييمك أنت - وغيرك - بناءً على ما بيده من مُعطيات وما يعرفه عنك من معلومات

التقييم

Evaluation

هي المرحلة التي يميل فيها العميل المُحتمل إلى شركة مُعينة وغالباً ما تؤدي هذه المرحلة إلى الشراء أو التعامل بوجه عام مع شركتك

التفضيل

Preference

هي ببساطة المرحلة التي يتحول فيها العميل المُحتمل إلى عميل فعلي عن طريق شراء منتج من منتجاتك

الشراء

Purchasing

مرحلة الحفاظ على العملاء والتسويق للعملاء الحاليين هي مرحلة مُهمة يغفل عنها البعض ويتناسون أن هناك شركات أخرى تتنافس على هذا العميل. هدف هذه المرحلة هو الحفاظ على العملاء (مثل تجديد العقود) أو تجديد شراءهم لمنتجات أخرى

الحفاظ على العملاء

Retention



## ازاي الجمهور يحب المحتوى بتاعك؟

- متقولوش لازم تبحت وتدور؛ لأن كدا هو هيتعب ومش هيكمل مقالك، لكن قوله الخطوات الثابتة اللي المفروض يعملها عشان يوصل لهدفه.
- خلي شكل المقال حلو وفي فواصل بين الفقرات وفي ألوان جذابة ويكون شكله مريح للعين.



# تجيب أفكار جديدة منين للكتابة؟

## • القراءة

القراءة هي أهم مصدر بتغفل عنه، هتلاقي مئات الأفكار من قراءة كتاب واحد بس، القراءة هي أهم سبل الكتابة فلازم لازم لازم تقرأ.

## • عصف ذهني

يعني كأنك قاعد كدا في جلسة تعصر دماغك لحد ما تجيب أفكار، تكون في جو هادي وبعيد عن الناس وتفكر كدا لحد ما تطلع بفكرة جامدة تنين.

## • جمهورك

اسأل جمهورك نفسه عايز تتكلم عن ايه، دا غير كمان انه هيحس بمدى اهتمامك بيه وبرأيه ودا مهم جداً.

## • تريندات

## • اقتراحات جوجل



# ازاي تكتب محتوى كويس؟

- تخطيط ووضع هدف للمحتوى
- تعرف ع جمهورك
- اختيار عنوان جذاب
- مصداقية
- وجود هاشتاج
- الاستمرارية
- استخدام الصور والفيديوهات
- الكلمات المفتاحية
- استخدام call to action
- هادف
- البعد عن الملل



# نصائح من ذهب

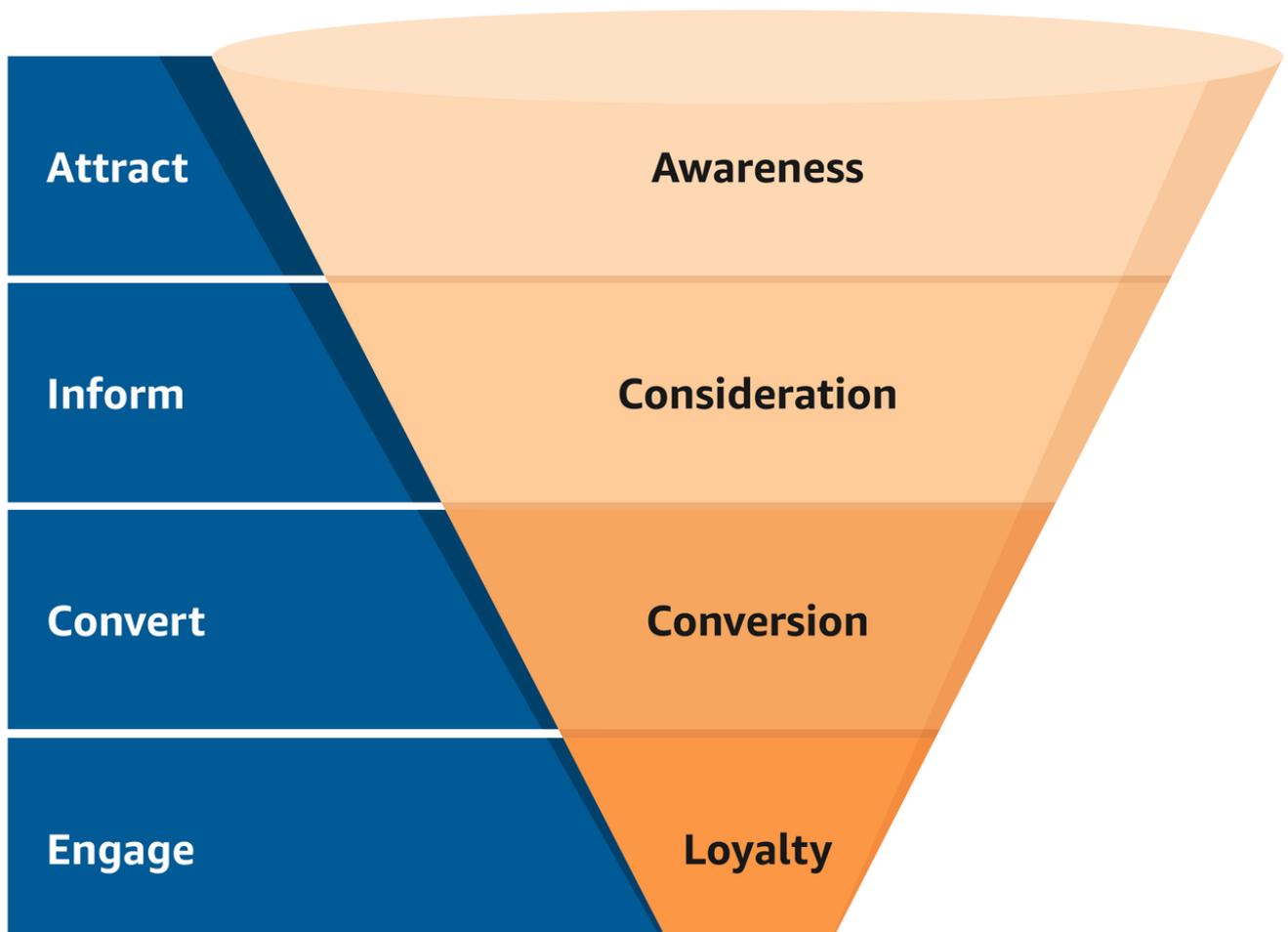
- أهتم جداً بالعنوان إنه يكون كلمة مفتاحية.
- أهتم بعلامات الترقيم.
- اهتم بالعناوين الفرعية.
- اهتم بالأخطاء الإملائية.
- اهتم بالفواصل بين الفقرات.
- اهتم باستخدام الألوان والايמושنز (بحدود).
- اهتم بالصور والفيديوهات والانفوجرافيك.
- اهتم بالمحتوى والهدف من المقال.
- المقال طوله يكون 3000 كلمة أو اقل شويه
- ويكون مستوفي كل حاجة في الموضوع .
- استخدم القصص في سرد محتواك.
- الفقرة تكون 3 او 4 جمل.
- الألوان في المقال يفضل العناوين تكون أحمر وأخضر جذابين أكثر.



# كيف تكتب محتوى إعلاني جذاب؟

- أول خطوه لما تكتب محتوى إعلاني هو العميل بتاعك بيحب إيه، وبيكره إيه، الفئة العمرية، حالته المادية، بيتكلم بأني لغة عشان تعرف تستهدفه بالمنتج بتاعك .
- ثاني خطوه انك تعرف نقاط القوة عندك يعني المنتج بتاعك اي نقاط القوة بتاعته ايه مميزاته ايه الحاجه اللي تخلي الشخص يشتريه، ايه اللي يميز المنتج بتاعك عن المنافسين
- لازم تعرف العميل بتاعك في اي مرحلة من ال funnel Marketing.. عشان تعرف تحدد هتستهدفه ازاي ولازم كل محتوى إعلاني هتنزله يكون بيستهدف فئة معينة منه.

# The Marketing Funnel



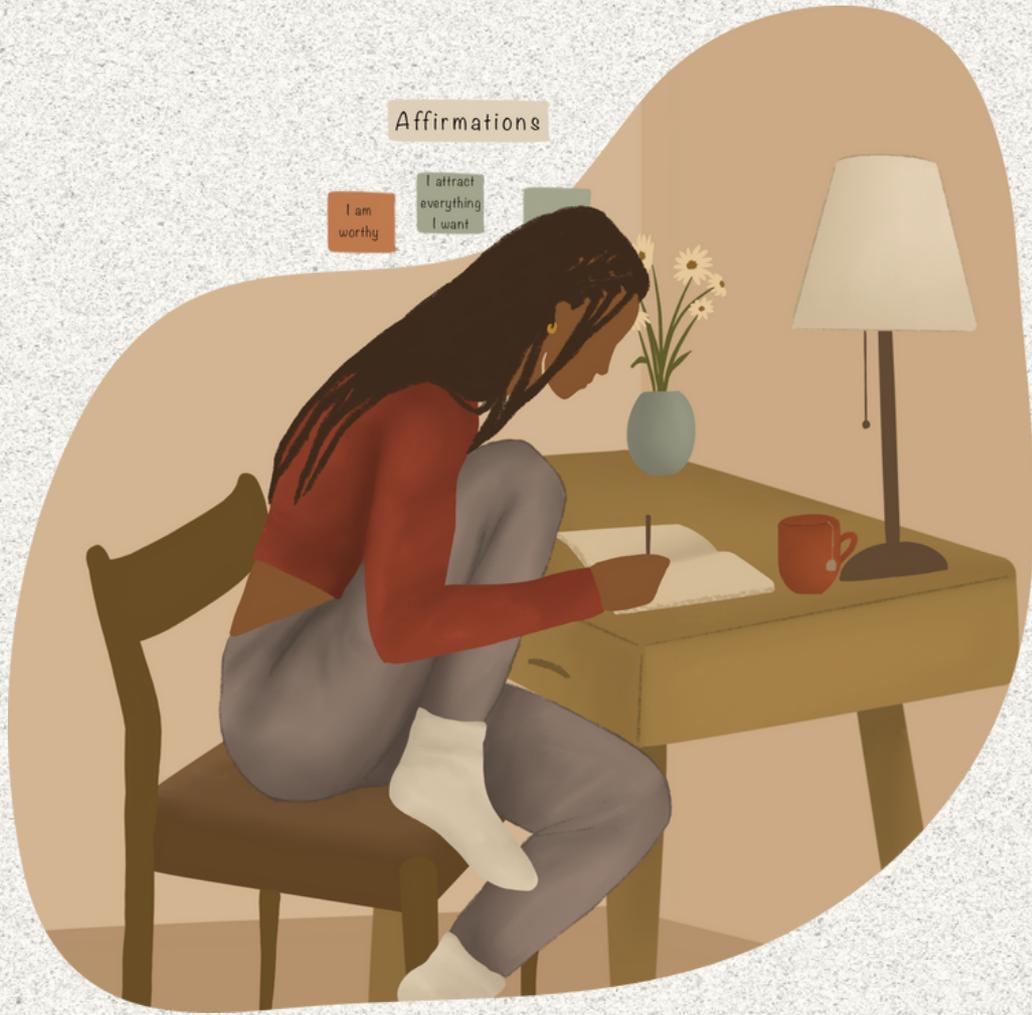
## رابع خطوة هي كتابة البوست..البوست الإعلاني يتكون من ثلاث أجزاء

1. أول جزء هو الهوك hook وده العنوان اللي يوصف البوست أو المحتوى الإعلاني وكل ما كانت قوية كل ما وقفت الجمهور وهو يعمل اسكرول . ويفضل يكون بيقدم ال benefit يعني مثلا (للتخلص من حب الشباب والتمتع ببشرة صحية) تقوله الفائدة من المحتوى بحيث يتوقف ويحس أنه عايز يكمل...

2. ال value... يعني كنت المنتج اللي أنت بتقدمه واحذر أنك تخلي البوست عن مميزات المنتج بس لازم تقول المنافع بناعته بحيث أنك ما توجهش بشكل صريح للماركتينج.

3. CTA يعني أنك توجه الجمهور بتاعك لأكشن معين ياخده زي مثلا أنه يسبب كومنت يدفع أو يشترك، واحذر إنك تخليه أكثر من حاجة، اطلب طلب واحد بس بحيث ما تشتت العميل.





وخامس خطوه إن أنت تختبر التفاعل  
لجمهور بالصيغة المعينة اللي أنت كتبت  
بيه بحيث لو كانت تفاعل عليها قليل  
تحاول إن أنت تغير الصيغة وهكذا لحد ما  
توصل لأكثر تفاعل وتستمر بهذه الصيغة  
عند هذا الجمهور المستهدف.

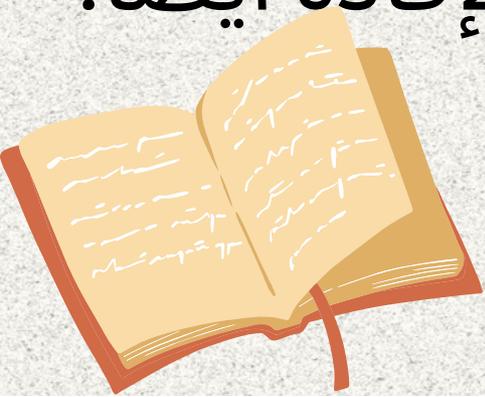
# ازاي تحصل على اكبر قدر من التفاعل في علامتك التجارية؟

- يجب عليك الانتباه الى جودة منشوراتك، ويجب أن تكون منتظمة، وذات صلة.
- تتضمن روح، صور وفيديوهات.
- أبدأ بسؤال يحب الجميع أن يسألوا عن آرائهم، ومن خلال طرح الأسئلة ذات الصلة تجذب اهتمام المتابعين كما أنها تشجع على التفاعل من خلال طرح أسئلة تتعلق بالعلامة التجارية، او الخدمة، او المنتج الذي تقدمه.
- اجعل الاعلان ممتع حيث يكون قصير، ومثير، واستخدام الرموز التعبيرية؛ لجذب الانتباه.



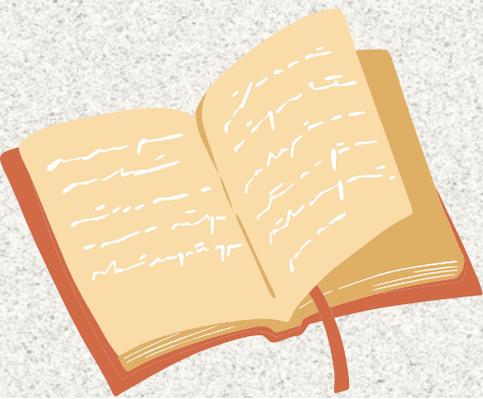
• العب على العاطفة إذا كنت ترغب في البيع فأنت بحاجة إلى إجراء اتصال مع مشاعر العميل. أخبرهم قصه يمكنهم الارتباط بها أو مشاركة تجربة مثيرة لإثارة اهتمامهم اجعل الإعلان متناسق يجب أن يكون الإعلان متناسق مع النسخة الموجودة على موقع الويب الخاص بك وفي مدونتك.

• لا يجب أن تكون جميع منشوراتك بهدف البيع والربح فقط، والا سياتركونك. يجب أن تبني الثقة مع جمهورك من خلال نشر الإفادة أيضا.



• انشر عندما يكون متابعينك أون لاين، هذا هو المفتاح لتحقيق أقصى مدى للوصول حتى لو كانت مشاركاتك ممتازة ولم يراها أحد، فسوف تنهار. اكتشف الوقت المناسب التي يكون فيه معظم متابعينك متصلين بالإنترنت وقم بالنشر حتى يتمكنوا من اللحاق بك. وهذا يأتي من خلال تجربة العديد من الأوقات لمعرفة الوقت المناسب.

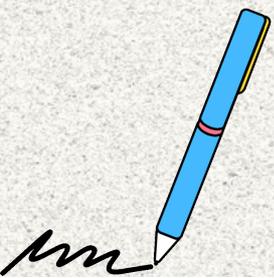
• المشاركة في المجتمعات المشابهة لعلامتك التجارية، أعثر على صفحات مشابهة من المحتوى الذي تقدمه وانتشر فيها.





- لا تنسى ال CTA.
- قم بتعديل المنشورات عالية الجودة وإعادة نشرها فإذا كنت أنشأت منشور جاب كثير من التفاعل والريتش قم بإعادة تدويره ونشر مرة أخرى.
- استخدم الهاشتاجات الشائعة.
- التدقيق اللغوي والمراجعة، تجنب الأخطاء الإملائية والنحو، وتحقق قبل النشر.

- القاعدة الذهبية عند البيع عبر السوشيال ميديا هي جذب الانتباه ثم اكتساب الثقة ثم إقناع المتابعين؛ لذا يجب عليك إقناع المتابع واستخدم الكلمات القوية لإبراز إعلانك وجذب انتباهه. وقم بعرض الإحصائيات وحدد بوضوح سبب احتياج الشخص للمنتج من خلال عرض الفوائد.
- استخدم اختصارات ورموز تعبيرية وعلامات تعجب واستفهام؛ حتى لا يكون النص ممل.
- لا تتحدث عن نفسك فقط، لدى جمهورك اهتمامات أخرى خارج علامتك التجارية ومن المهم عرضها والتركيز عليها.



# كتابة محركات البحث

**SEO**



# يغني أي محرك بحث الأول؟

محرك البحث هو الموقع الذي يساعدك على إيجاد المحتويات التي تهتمك عبر الإنترنت ومن دونها تصبح عملية البحث صعبة، والمثال عليها جوجل وbing.





## طيب إيه الفرق بين عملية السيو والإعلان؟

السيو تجلب الزوار المهتمين بالمحتوى بتاعك لأنهم دخلوا بحثوا عنه، لكن الإعلان مش يستهدف شخص بعينه أو الأشخاص المهتمين لا ده بيظهر لفئات كثير. كما أن عملية السيو هي عملية مجانية وذات نتائج دائمة لأنها عبارة عن تحسين مستمر للموقع.

# طيب ازاي بيختار محرك البحث المواقع التي ستظهر في الصفحة الاولى؟

اعتمادا على

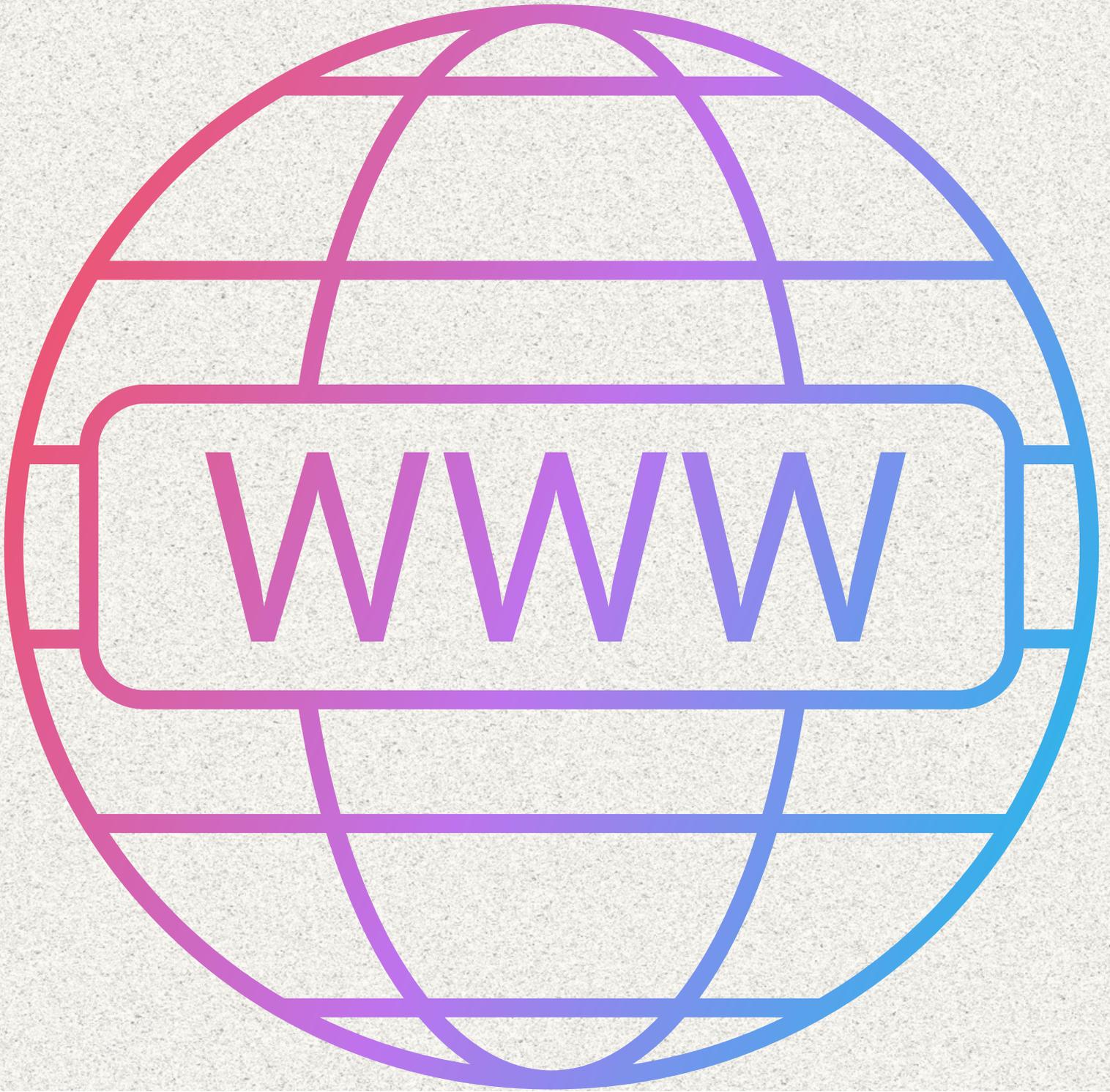
• الصلة.

• عند القيام بعملية بحث على محرك البحث يقوم بتحليل كافة صفحات الإنترنت التي تم زيارتها وبعد ذلك يختار الصفحات الأكثر صلة بعبارة البحث.

• الثقة.

وهي مدى اعتمادية وثقه محرك البحث في موقعك ومحتواه ويعتمد هذا على عدد الروابط المؤدية إلى موقعك ( لينكات خارجية) ويعتمد أيضا على جودة الموقع واستمراريته.

# سيو SEO



أي مقال ينزل في أي موقع أو مدونة  
يكونوا محفوظين في سيرفر كبير في  
كل حاجة، مش بيظهر منهم على  
جوجل غير فئة معينة وقليلة جدا،  
الفئة دي هي المهمة والمفيدة  
حسب ترتيب جوجل؛ لأنهم بيظهروا  
في الصفحة الأولى، ودا هدف أي حد  
بيكتب أي مقال، إنه يظهر على  
الصفحة الرئيسية في جوجل، ودا  
بيعمله السيو... يعني تعرف ازاي  
تكتب مقال ويكون موافق لشروط  
السيو يعني بالبلدي كدا يترتب  
صفحة أولى في جوجل.

أول وأهم تصنيفه حسب جوجل باعتباره أكبر موقع للزيارات عالميا 90% من عمليات البحث يمثلها جوجل، ف أهم شيء لتصنيفه هو ان يكون الموضوع غير مسروق، كما يجب ان يكون فريد من نوعه، كلما كان حصري ومكتوب بطريقة مشوقه كلما قمت بجعل قراء الموضوع يقضون وقتا طويلا. يجب ان يكون العنوان ذات طول مناسب وان يحتوي الموضوع على ترويسات ويجب ان يكون داخل كل ترويسه الكلمه المفتاحيه. قم بوضع الكلمه المفتاحية في بداية الفقرة والعنوان وداخل الفقرات ولكن انتبه لا تجعلها متعددة حيث أنها قد تنقلب عكسا

# السيو نوعين



- إعداد سيو داخلي.
- إعداد سيو خارجي.

# إعداد السيو داخلي

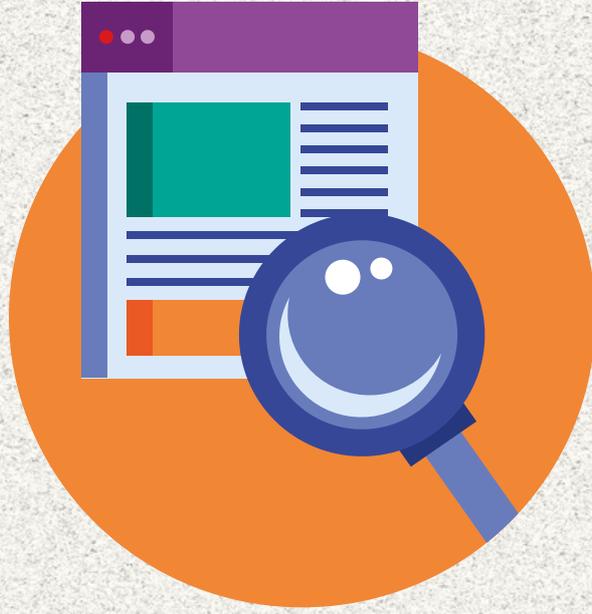
إعداد موقعك داخليا دي ممارسات بتكون بها كصاحب الموقع عشان تتصدر نتائج البحث الاولى.

- العنوان يفضل يكون 51 رمز، وحسب بعض المواقع مينفعش تزيد عن 65 حرف. كمان لازم يحتوي على الكلمة المفتاحية.

- العناوين الفرعية، حيث أن جوجل تقوم بفارسه موضوعك حسب التركيز على العناوين الفرعية H1 و H2 بشكل كبير.

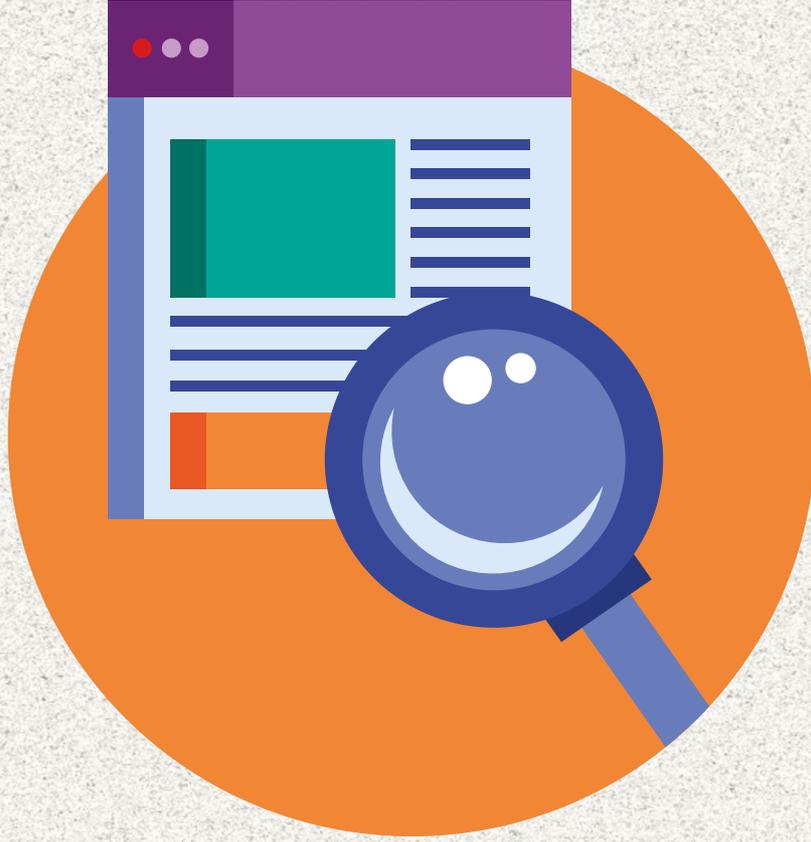
- الوصف، عندما نبحث في جوجل نجد أن العنوان الرئيسي والوصف هما الوحيدان اللذان يظهران في نتائج محرك البحث لذلك لا تنسى كتابة الوصف بشكل جميل وهو محدد بكلمات لا يتجاوز 150 حرف ويجب في أن تضع تلخيص للموضوع مع الكلمات المفتاحية ويجب أن يكون مثير للقارئ.
- URL أو الرابط أي تدوينه أو مقال لا بد إن يكون لديه لينك هذا اللينك يجب أن يكون متعلق بالموضوع ويفضل أن يحتوي على الكلمة المفتاحية.





- لابد ان يحتوي على صور وفيديوهات ايضا كما يجب تحديد وصف للصور.

- الروابط الداخليه والخارجيه، يمكنك ان تكتب موضوعك وتضع روابط لمواضيع سبق كتابتها في نفس الموقع، هذه تعد روابط داخلية. كما يمكنك وضع روابط لمواضيع ع مواقع اخرى وهذه روابط خارجية. ويجب ان يحتوي مقاله على الاثنين.



- تجديد المحتوى، حيث يمكنك بعد كتابة موضوع ان تجدد فيه وتغير بعض المعلومات القديمة وتنشروا مرة اخرى، هذا سيقوم برفع موضوعك في ترتيب جوجل لانها ترى أنك تقوم بمراقبة وتطوير محتوى موقعك باستمرار.

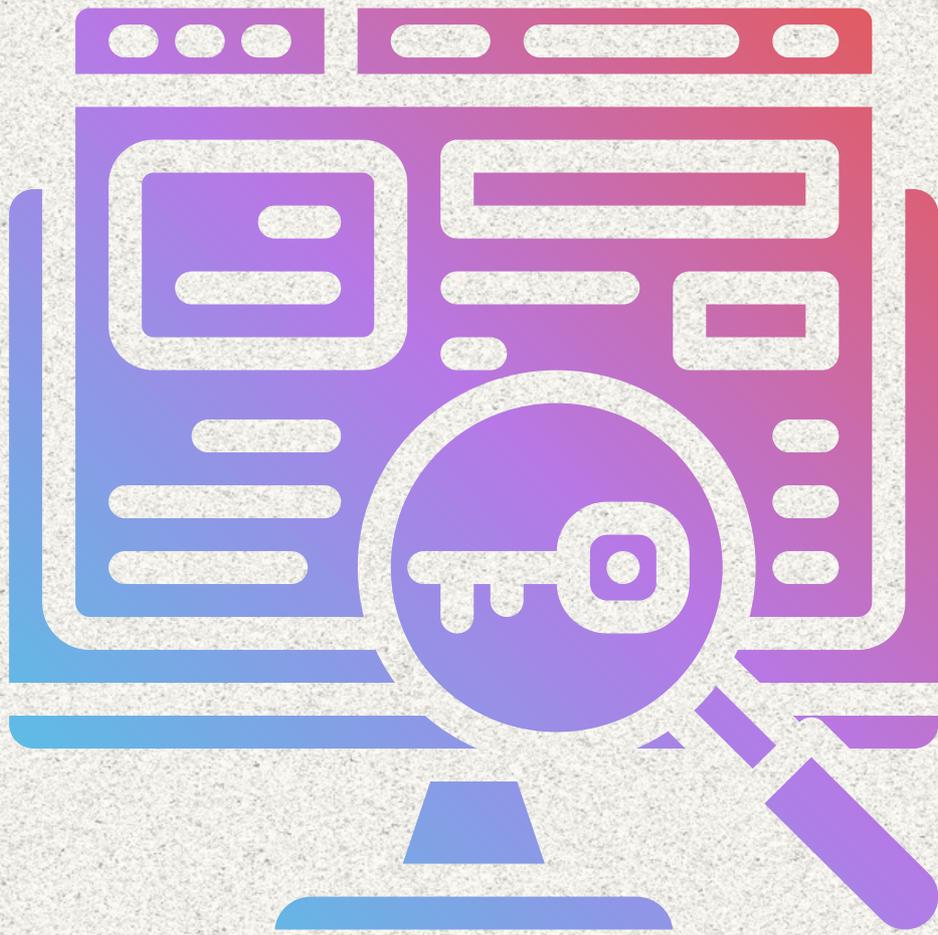
# السيو الخارجي

وهو مجموعة من الممارسات الخارجية عن موقعك أهمها

- الباك لينك وهو جميع الروابط التي توجد في مواقع اخرى وتشير الى موقعك يعتبر أحد أهم معايير التصنيف فكلما زاد عدد الروابط الخارجية التي تشير الى موقعك كلما أصبحت في النتائج الاولى.

- مواقع التواصل الاجتماعي فكلما كان لديك صفحات سوشيال ميديا بها تفاعل وفيها روابط لموقعك كلما زاد ترتيبه.

# الكلمات المفتاحية





هي الكلمات اللي بتساعدك في تصدر نتائج  
لبحث مثلا لو أنت بتبحث عن تطوير الذات...  
ف أول كلمه هي كلمه رئيسية اللي هي تطوير  
الذات و برده في أدوات تانية معاها زي مثلا  
كتب لتطوير الذات، خطوات لتطوير الذات،  
تطبيقات تساعد في تطوير الذات... يعني  
حاجات بتخدم عليها، ودي برضو كلمات  
مفتاحيه.

# ودي بتعرفها ازاي؟ تعالي اقولك

• شريط جوجل

يعني مثلاً لو هتبحث عن تطوير الذات هتجيبك اقتراحات من جوجل، الاقتراحات دي هي بقا الكلمات المفتاحية.

• جوجل تريند trend

• جوجل سكولر scholar

• Keywords tool

• Ubersuggestion

كدا هتقدر تعرف الكلمات المفتاحية اللي هتختارها.

# اي مميزات الكلمات المفتاحية؟



- تكرار: تتكرر ع طول المقال  
بس دون مبالغة وتكرار  
استخدامها من الباحثين
- منافسة: تكون المنافسة  
عليها أقل
- الملاءمة

# ازاي تکتب محتوی سیو جذاب



# مكونات المحتوى

يتكون المحتوى من 5 عناصر أساسية



- العنوان
- المقدمة
- الجسم
- الخلاصة
- CTA

# العنوان

-لازم يكون محدد، يعني مينفعش  
اقول تطوير الذات كدا بس، ما في  
كذا حاجة في تطوير الذات، يعني  
كتب، مهارات،... الخ.

فلازم يكون محدد جداً، مثلاً : كتب  
لتطوير الذات.

-يشير الفصول.

-يحتوي على أرقام وخاصة الفردية  
منها، دائماً تلاقي المقالات بتبدأ ب  
5 خطوات لو عايز تطور من نفسك،

و.....

-يحمل شئ من المفاجأة.

-بسيط وواضح.

-يحتوي على كلمة "ازاي".

فمثلاً عنوان "ازاي تكتب مقال بطريقة احترافية".

-ويفضل يكون بيقدم ال benefit يعني  
مثلا (للتخلص من حب الشباب والتمتع  
ببشرة صحية) تقوله الفائدة من  
المحتوى بحيث يتوقف ويحس انه عايز  
يكمل.

كل ما توفر شروط اكثر من دول كل ما  
كان أحسن طبعاً.

كدا معاك عنوان جذاب .

# المقدمة

العنوان بيخليك تقرأ المقدمة، والمقدمة تخليك تقرأ المقال.

- حط سؤال عشان تحمس القارئ.
  - اسأل أسئلة تخطر في بال القارئ دلوقتي.
  - أوصفه قصة الفشل اللي مر بيه قبل ما يقرأ المقال بتاعك ، مثلا: أنا عارف إنك تنصب عليك قبل كدا.
  - حاول تبدأ بإحصائية أو صور أو إنفوجرافيك.
  - وضحه مدى الاستفادة اللي هيكسبها في نهاية مقالك.
- مبارك عليك مقدمة إبداعية بقا.

# جسم المحتوى

- رتب أفكارك بطريقة سليمة.
- قسم الموضوع إلى فقرات، كل فقرة منهم 3 أو 4 سطور، وسبب شويه مسافة بين كل فقرة والثانية .-
- استغنى عن الكلمات اللي ملهاش لازمه، مترغيش وخلص! لأن كدا القارئ بيزهق منك ويسيبك .-
- اهتم بوضع علامات الترقيم والأخطاء الإملائية.
- اهتم بالعناوين الفرعية.
- استخدم الصور.
- استخدم أمثله عشان تشرح لهم بصورة أوضح

# الخلاصة

- هتكتب الفكرة العامة للموضوع.
- اربط بين المقال دا ومقال ثاني هتكتبه بعدين؛ عشان تحمس القارئ.
- أعرض المشكلة بعدين حلها بعدين مميزات ومكاسب حصل عليها من قراءة مقالك.
- يسلام بقا كمان لو تخليه يعترف بالمشكلة لوحده، يعني مثلا لو مقالك عن الإبداع خليه في الآخر يكتشف أنه مكنش مبدع ولا حاجة.

# Call to action

يعني تطلب من القارئ طلب في آخر مقالك، مثلاً: شاركنا برأيك، حصل معاك دا قبل كدا، مش عايز تجرب المنتج بتاعنا ، شير للبوست.

طلب بعد ما تخلص مقالك.

- استخدم كلمات قابلة للتنفيذ.

- اقترح عليهم يوضحوا تجربتهم.

- خلي كلامك إيجابي باعث للأمل

والتفاؤل.

- اسألهم سؤال.

- اطلب طلبك بوضوح من غير لف

ودوران.

# Edit

بعد ما تخلص مقالك رحلتك لسه منتهتش طبعا؛ لأنك لازم تراجع مقالك كويس، و إلا هيظهر بشكل وحش؛ لأن مش كل كلمة بنكتبها، بتكون حلوة بعد ما نقرأها، احيانا بنكتب كلام على الورق بيكون حلو بس لما نيجي نقراه بيكون ثقيل على سمعك، فلازم تختبر جودة الكلمات والألفاظ.

كمان لازم تقرأه أكثر من مرة، على الأقل يكون 3 مرات، طبعا ممكن يكون في أخطاء إملائية، علامات ترقيم، ألفاظ مش مناسبة، الأفكار مش مترتبة صح.

# بناء موقع خاص بك



-Wordpress.Com

موقع وردبريس خاص ببناء المواقع عشان تبني site ليك هتستخدم الوردبريس, وله مميزات ومن اهم مميزات حجب المحتوى السيء والغير مناسب في حالة مثلا سرقة الموقع بتاعك كمان سهل وسريع التعامل وبسيط ومجاني .