

# دليل رسائل الأعمال من الألف للياء

الجسر بين الوعي وتحقيق النتائج

الخطوات الأساسية لإطلاق الحملات التسويقية وتحسين أدائها باستخدام منصة يونيفونك للتواصل مع العملاء جنبًا إلى جنب مع قنوات مينا.



# مقدمة: ماذا يتضمن الدليل؟

يوضح تقرير **Gartner's CMO Leadership Vision 2025** أبرز التحديات التي واجهها خبراء التسويق خلال الـ 12 شهر الماضية، والمتوقع استمرارها في الفترة القادمة. من أهمها:

- ⌂ إثبات القيمة المالية المباشرة من الحملات التسويقية.
- ⌂ الضغط على فرق التسويق للتركيز على رحلات عملاء مربحة فعلاً.
- ⌂ التواجد المستمر (وبطريقة حقيقية) على القنوات الأساسية.
- ⌂ جمع بيانات العملاء بشكل موثوق، سواء بيانات الطرف الأول أو بيانات الطرف الصفري (البيانات التي يقدمها العميل بنفسه).
- ⌂ الاستفادة من البيانات بشكل يضيف قيمة حقيقية للعملاء وللأعمال.
- ⌂ خلق إحساس عند العميل إنه مُقدّر فعلاً، وليس مجرد مصدر بيانات.
- ⌂ زيادة الأتمتة بدون فقدان الجانب الإنساني.

لكن التعامل مع هذه التحديات ليس بالسهل. كثير من منصات التسويق لا تندمج بشكل كافٍ مع أنظمة الشركات الداخلية، مما يعقد تحليل البيانات وتحسين الحملات وتتبع النتائج وقياس العائد. ويصبح الأمر أهم أكثر مع الضغط المستمر على المسوّقين لإثبات العائد على الاستثمار (ROI) لكل نشاط تسويقي.

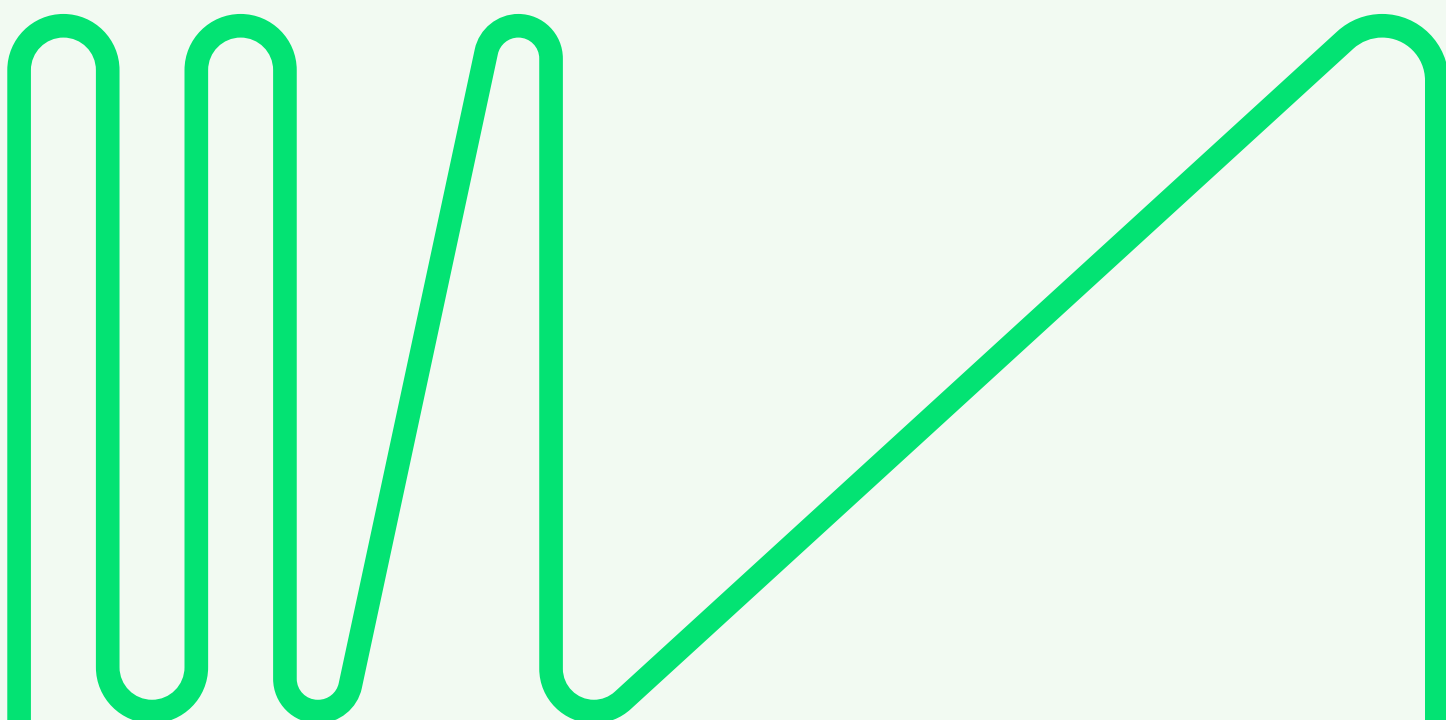
لهذا السبب، يحتاج خبراء التسويق التركيز على مقاييس تعكس الأداء الحقيقي وليس مجرد مستويات الوعي. هذا التحول يساعد في اتخاذ قرارات أفضل ويزيد من وضوح المسؤوليات داخل الفرق. مما يصبح من الضروري تطوير استراتيجيات تستهدف نتائج قابلة للقياس وتتوافق مع أهداف المؤسسة.

يتناول هذا الدليل قنوات التواصل الرئيسية التي تُحسن تجربة العملاء، بالإضافة إلى الاستراتيجيات التي يمكن تطبيقها على مختلف مراحل رحلة العميل لتحسين الأداء. كما يقدم أمثلة حقيقية لعملائنا في شركة يونيفونك الذين نجحوا في تطبيق هذه الأساليب. وتستند التوصيات إلى أدوات التسويق التحادثي التي تقدمها منصة ميتا وشركة يونيفونك، بهدف تحقيق نتائج فعّالة.



# قائمة المحتويات

3	لماذا تستخدم خدمات الرسائل في الأعمال؟
5	تطبيقات الرسائل التجارية من ميتا
6	مقارنة القنوات التقليدية بخدمات الرسائل الفورية الحديثة
7	تحديات التسويق
10	توضيح أهداف التسويق
11	المرحلة الأولى: توليد العملاء المحتملين
13	المرحلة الثانية: التفاعل
18	المرحلة الثالثة: تحسين معدلات المبيعات
23	المرحلة الرابعة: الاحتفاظ بالعملاء
23	رعاية العملاء
27	تجارب ما بعد البيع
29	المرحلة الخامسة: إعادة الاستهداف
31	خاتمة



# لماذا تستخدم خدمات الرسائل في الأعمال؟

قنوات المراسلة تحقق نتائج أفضل على طول رحلة العميل

الإعلانات الرقمية التقليدية غالبًا تعاني من معدلات انسحاب عالية وتفاعل ضعيف وتجربة عميل غير مرضية بسبب الصفحات الثابتة (Landing Pages). يفضل العملاء اليوم تجربة متكاملة من البداية للنهاية: محادثة وحدة تشمل كل شيء — من استكشاف المنتجات والخدمات إلى الشراء إلى الحصول على الدعم. وهنا يجي دور قنوات رسائل الأعمال الفورية، لأنها تمكّن الشركات من التواصل المباشر مع العملاء من خلال محادثات تفاعلية تبني علاقة حقيقية وتضيف قيمة للطرفين.

**بحسب دراسة أجرتها Mukraj Insights لصالح يونيفونك في الإمارات والسعودية،** يتضح أن المستهلكين يفضلون قنوات المراسلة مثل واتساب للتواصل مع الشركات، سواء لاستقبال العروض التسويقية أو للحصول على خدمة العملاء.

وبالتالي تتحرك الشركات بسرعة استجابةً لهذا التغير لتعتمد الرسائل الفورية كقنوات التواصل الرئيسية؛ سجّلت يونيفونك بين عامي 2023 و2024 زيادة بنسبة 340% في اعتماد روبوتات الدردشة وقنوات المحادثات التفاعلية تقريبًا في كل القطاعات. وتبيّن بياناتنا أن قطاع التجزئة كان المحرك الأساسي لهذا النمو.



شركة بنده، أحد عملاء يونيفونك، مثال رائع لعلامة تجارية تتبنى استراتيجية قنوات متعددة مبتكرة تشمل التجارة الإلكترونية مع قنوات رسائل الأعمال.

تعتبر بنده من أكبر شركات التجزئة الغذائية في المملكة العربية السعودية، وتدير أكثر من 180 هايبرماركت وسوبرماركت وتنجز سنوياً أكثر من 100 مليون عملية شراء. تدرك بنده أن أسلوب التواصل تغيّر من "واحد إلى كثير" إلى "واحد لواحد"، وتتخذ خطوات لتخصيص تجربة العميل عبر توفير انتقال سلس بين القنوات الرقمية والواقعية. ولتحقيق هذا، اعتمدت على حل متكامل يجمع بين واتساب وروبوتات الدردشة لتوفير تجربة مريحة للعملاء في أي وقت وأي مكان.

# بنده Panda

## 65%

من المستهلكين يفضلون تطبيقات المراسلة لاستقبال العروض الترويجية.

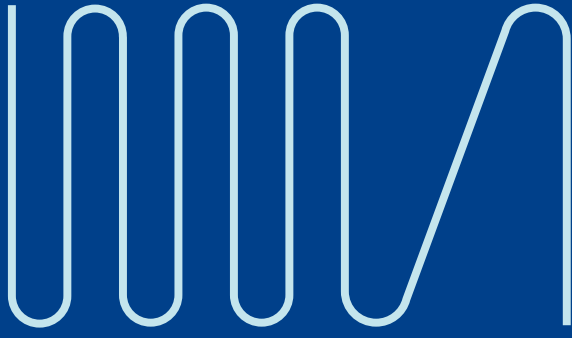
## ثلاثي

المستهلكين يفضلون المراسلة عند التواصل مع العلامات التجارية

## 340%

زيادة في استخدام روبوتات الدردشة وقنوات المحادثة الفورية عبر مختلف القطاعات.

المصدر: استطلاع رأي أجرته شركة يونيفونك شمل أكثر من 1000 من كبار رجال الأعمال في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة.



# تطبيقات الرسائل التجارية من ميتا

تواصل مع عملائك على القنوات التي يفضلونها

التواجد على القنوات التي يستخدمونها العملاء يوميًا خطوة أساسية لبناء استراتيجية تسويق تحادثي متكاملة وفعّالة. وبإمكانك الاستفادة من قوة وانتشار قنوات مثل واتساب ومانسجر بدمجها في عمليات عملك اليومية.



التواصل المباشر عبر فيسبوك يضيء طابعًا شخصيًا وسهولة في التواصل.



الوجهة التي يتواصل فيها الناس مع أحبائهم والعلامات التجارية والأشياء التي يعشقونها.



يتيح للأفراد اكتشاف والتواصل وإجراء المعاملات مع أي جهة تجارية.

## إقبال المستهلك السعودي



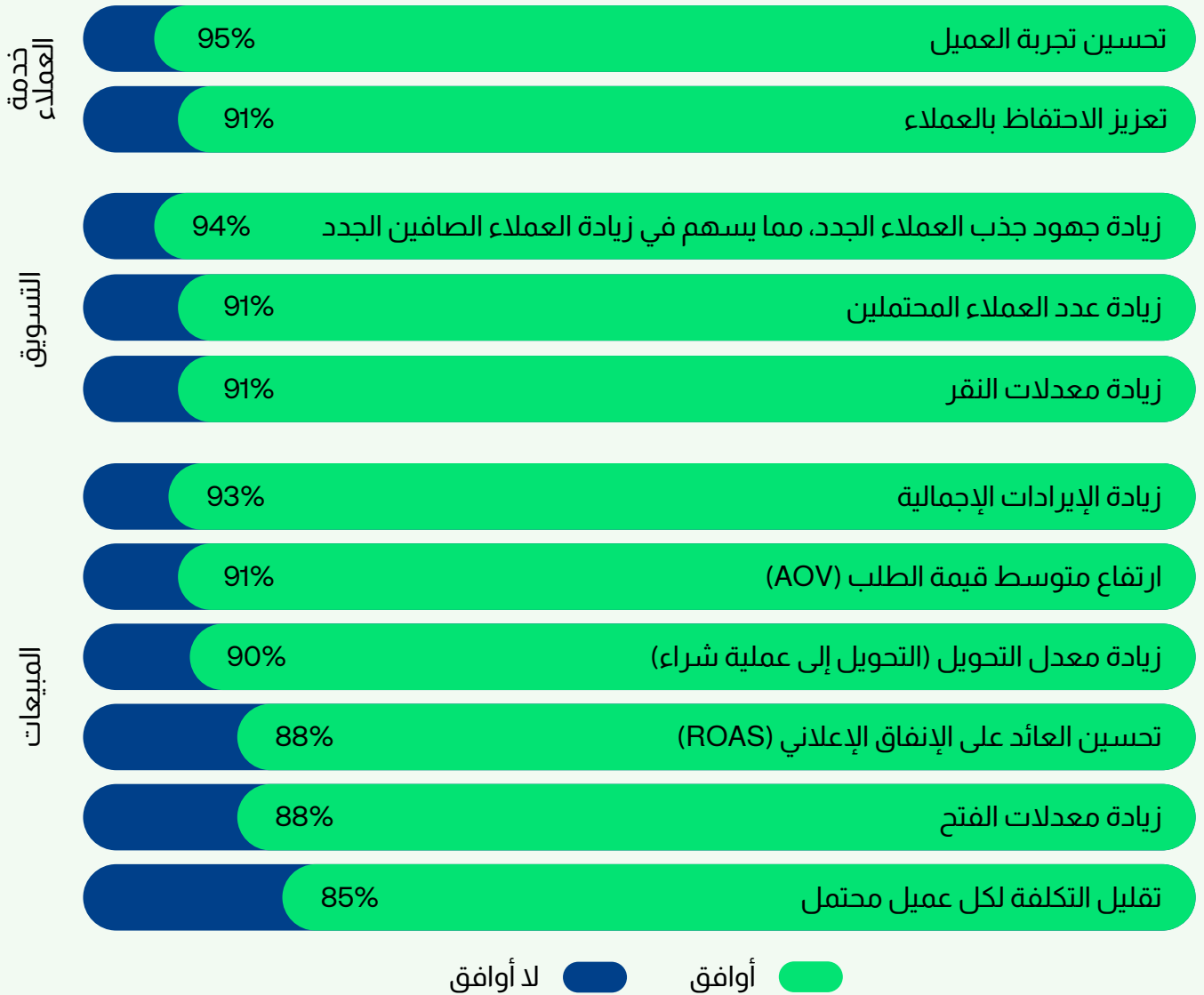
المصدر  
Global Insights Media: KSA Social Media Statistics

# مقارنة القنوات التقليدية بخدمات الرسائل الفورية الحديثة

## تحقيق نتائج أفضل عبر رحلة العميل

توفر تطبيقات المراسلة منصة طبيعية للوصول للعملاء. فمن خلال تسهيل المحادثات، تساعد العلامات التجارية على الوصول بشكل أوسع ورفع معدلات التحويل وتعزيز الاحتفاظ بالعملاء.

سؤال: إلى أي درجة توافق أو تعارض أن مؤسستك حصلت على هذه الفوائد من رسائل الأعمال مقارنة بالقنوات التقليدية؟



المصدر:

Meta Business Messaging for Marketing and Sales - دراسة بتكليف من Meta أجرتها Forrester Consulting - ديسمبر 2022

# تحديات التسويق

## قياس العائد على الاستثمار وإدارة البيانات وتحسين الحملات

تشير أبحاث Forrester إلى أن 60% من مؤسسات التسويق الموجهة للأعمال (B2B) تخطط لزيادة الإنفاق على تواصل العملاء. لكن مع إنفاق المؤسسات الكبرى مبالغ تصل لأكثر من 600 مليار دولار أمريكي على الإعلانات، يبقى السؤال: كيف يمكنهم التأكد من تحقيق أقصى استفادة من ميزانيتهم الإعلانية؟ خاصة وأن إيقاف استخدام ملفات تعريف الارتباط (الكوكيز) من المتوقع أن يؤثر بشكل كبير على أنشطة التسويق.

لمواجهة الانخفاض المتوقع في فعالية ملفات تعريف الارتباط الخاصة بالجهات الخارجية وأدوات تتبع الإعلانات في عمليات إعادة استهداف العملاء، تتحول العلامات التجارية إلى استراتيجية بيانات الطرف الأول، باستخدام أصولهم الرقمية ومنصات بيانات العملاء (CDPs).

وكشفت [أبحاث Forrester](#) التي استطلعت آراء 1,231 متخصص في التسويق والبيانات والتحليلات والمبيعات/التجارة الإلكترونية، عدة عوائق، مثل: اختلاف البيانات بين المنصات ونقص الأتمتة.

المسوقون تحت ضغط دائم لإثبات العائد على الاستثمار، وهذا يتطلب تتبع وتحليل فعال للأنشطة. وبالتالي، فإن استراتيجيات التسويق المخصص ضرورية لرفع معدلات التحويل لكنها صعبة التطبيق. كثير من المنصات التسويقية لا تندمج بسلاسة مع أنظمة الأعمال الداخلية، مما يصعب تحليل البيانات وتحسين الحملات.

من مؤسسات التسويق الموجهة للأعمال (B2B) تخطط لزيادة الإنفاق على تواصل العملاء.

60%

أقل من

من المؤسسات تظهر نجاح فعلي في عمليات التسويق.

30%

من المسوقين يواجهون تحديات في تتبع وقياس المؤشرات لتحسين جهود رسائل الأعمال.

86%

المصدر:

Meta - دراسة بتكليف من Forrester، سبتمبر 2024. Unlock Business Success With Business Messaging Measurement

# حل التسويق التحادتي من يونيفونك

دمج منصات ميّتا والبيانات والمحادّثات  
المدعومة بالذكاء الاصطناعي لدعم  
التسويق القائم على الأداء

تساعد منصات تفاعل العملاء، مثل يونيفونك، في دمج البيانات من خلال التكامل السلس مع أنظمة الأعمال الحالية، وتوفير أدوات لأتمتة التفاعل المخصص عبر قنوات ميّتا المختلفة.

يساعد التكامل الوثيق مع ميّتا في تحسين نتائج الإعلانات المدفوعة. فمثلاً، تساعد إعلانات النقر للوصول لواتساب في زيادة عائد الاستثمار على الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تسريع عملية إتمام المعاملات وتتبع نتائج الإعلانات وجمع بيانات العملاء. أما بالنسبة لتسويق واتساب، فتساعد منصات مثل يونيفونك العلامات التجارية على إطلاق حملات تسويقية تستهدف سلوك العملاء وتحقق أهدافها. كما تجمع منصة بيانات العملاء لدى يونيفونك بيانات التحويل من منصات البيع الإلكتروني ونقاط البيع، مما يوضح بدقة عائد الاستثمار على إنفاق التسويق عبر واتساب.

## التأثير

74%

زيادة في التفاعل.

13:1

عائد على الإنفاق الإعلاني (ROAS).

8x

زيادة في العائد على الاستثمار (ROI).

20%

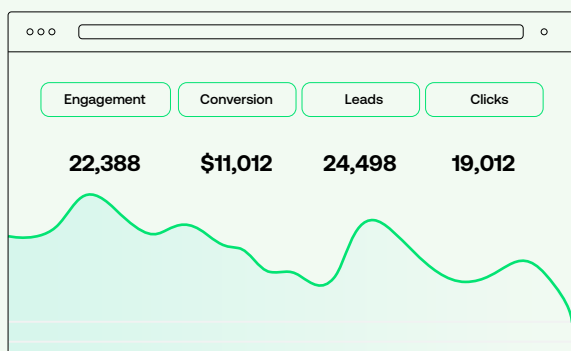
زيادة في الإيرادات.

## الأتمتة

## جمع بيانات الطرف الأول

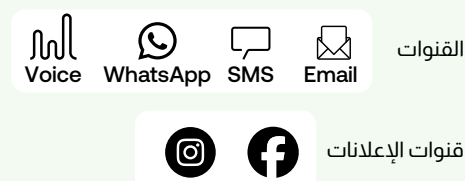


## تحليل البيانات



## لوحة قياس العائد على الاستثمار

## تجزئة البيانات



## توليد العملاء المحتملين

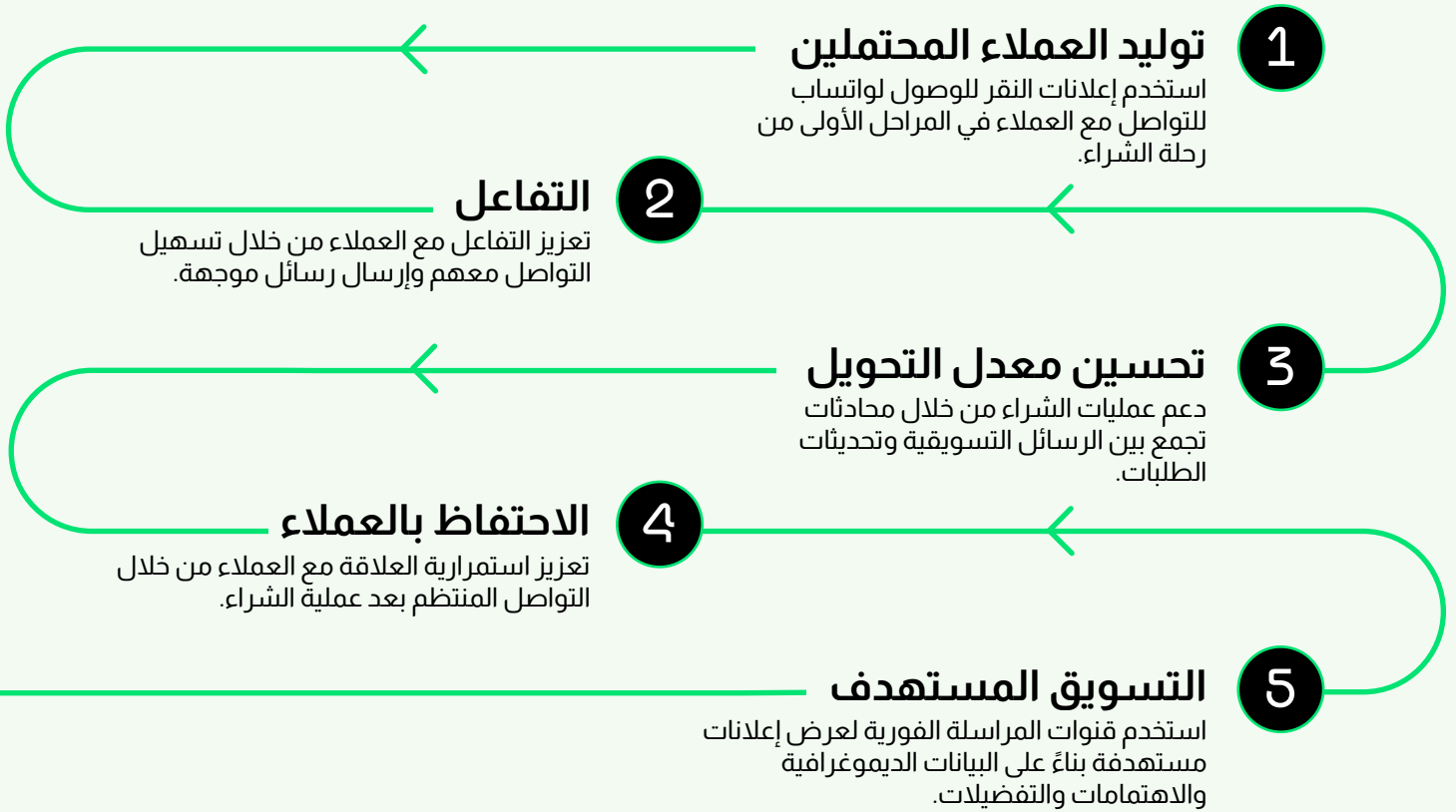
# توضيح أهداف التسويق

## وضع استراتيجية شاملة للتواصل عبر الرسائل تعتمد على الأداء

وفقاً لبحوث Forrester يُعدّ تطوير منهجية قياس شاملة لقنوات المراسلة الفورية، مع تحديد المؤشرات المناسبة، أمراً بالغ الأهمية. فهو يمكّن الشركات من اتخاذ قرارات أكثر استراتيجية.

يحتاج المسوقون إلى التركيز على المؤشرات الصحيحة لقنوات المراسلة الفورية لديهم في مختلف مراحل رحلة العميل، بهدف تحسين نتائج أعمالهم، مثل زيادة الإيرادات ورضا العملاء.

يقدم هذا الدليل في أجزائه التالية ملخصاً للاستراتيجيات المناسبة لكل مرحلة، بالإضافة إلى مؤشرات وأساليب ونصائح لتحسين الأداء. تستند هذه التوصيات إلى منصات ميتا وأدوات التسويق التحدثي من يونيفونيك لتحقيق أهداف العمل.



# توليد العملاء المحتملين

## حوّل الإعلانات إلى محادثات فعالة

### أهم مؤشرات الأداء الرئيسية: عدد النقرات والعملاء المحتملين

يُعدّ تحقيق أقصى استفادة من الميزانية لزيادة عدد العملاء المحتملين من أولويات التسويق في أي قطاع. عند تصميم حملات إعلانات رقمية، يجب أن تكون قادرًا على الوصول إلى شريحة واسعة من العملاء المحتملين وإدارة علاقتك بهم بشكل فعال.

يمكنك الاستفادة القصوى من ميزانيتك من خلال إعلانات النقر للوصول لواتساب. تتضمن هذه الإعلانات زرًا يتيح للمستخدم بدء محادثة فورية، مما يجمع بين نطاق منصة إعلانات ميتا وسهولة استخدام واتساب. باستخدام هذه الحملات، يمكنك التواصل مع العملاء المحتملين المؤهلين عبر فيسبوك وإنستغرام من خلال محادثات مخصصة مباشرة.

تبدأ هذه الحملات كإعلانات على فيسبوك وإنستغرام والقصص وسوق فيسبوك والموقع الإلكتروني وحتى الإعلانات التقليدية باستخدام رموز QR. تتضمن هذه الإعلانات زرًا يفتح نافذة محادثة مباشرة على واتساب، مما يتيح للشركات التي تستخدم تطبيق واتساب للأعمال أو واجهة برمجة التطبيقات التواصل بشكل مباشر وخاص.

بالإضافة إلى ذلك، تتيح هذه الإعلانات فتح نافذة محادثة على واتساب لمدة 72 ساعة، وهي خدمة مجانية للشركات.

من الأمثلة على الشركات التي حسّنت من عملية توليد العملاء المحتملين باستخدام واتساب هي عميل يونيفونك، شركة أجيالنا، وهي مجموعة مدارس سعودية. تمكنت أجيالنا من زيادة عدد التسجيلات في الأيام المفتوحة بنسبة 99%.

من خلال استخدام واتساب للتواصل حول فعاليات الأيام المفتوحة، استطاعت [أجيالنا](#) تجنب إنفاق مبالغ إضافية على الإعلانات الرقمية. عادةً ما يستغرق منشور على وسائل التواصل الاجتماعي خمسة أيام على الأقل للحصول على عدد كافٍ من تأكيدات الحضور، بينما يحقق واتساب نفس النتائج في نصف ساعة فقط، مما يسمح لأجيالنا بتحقيق أهدافها بسرعة.

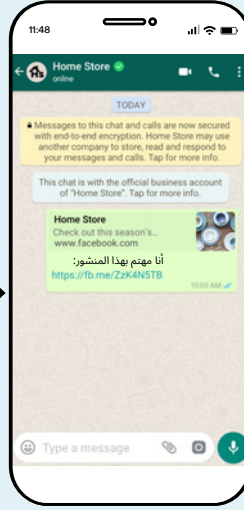
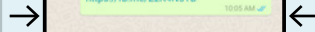
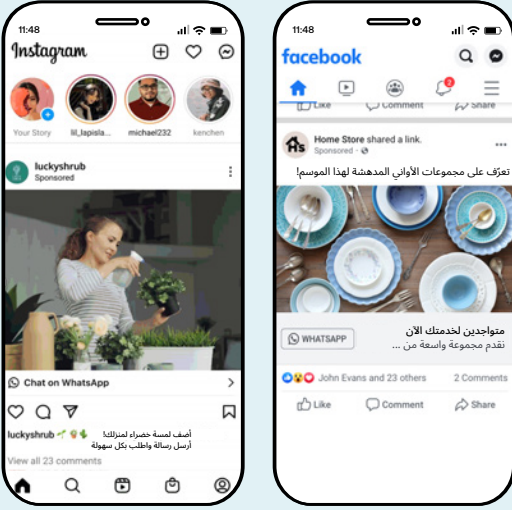
أجيالنا  
Ajialuna

شركة أجيالنا التعليمية  
Ajialuna Educational Co.

تعليم ... يفوق التوقع Education ... Beyond Expectation

## القياسات: النقرات، القراءات، تكلفة النقرة، ومعدل النقر.

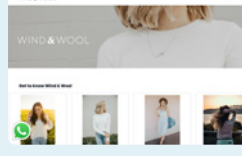
### نقاط الدخول المدفوعة



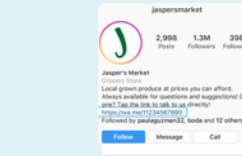
### إضافات الموقع الإلكتروني



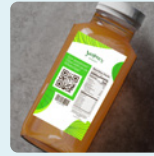
### أيقونة رسمية على الصفحة الموقع الإلكتروني



### رابط الدردشة



### رمز الاستجابة السريع (QR code) على عبوة المنتج



## نصائح لتعزيز فعالية إعلاناتك



استهدف جمهورك بدقة بناءً على مرحلة رحلة الشراء:

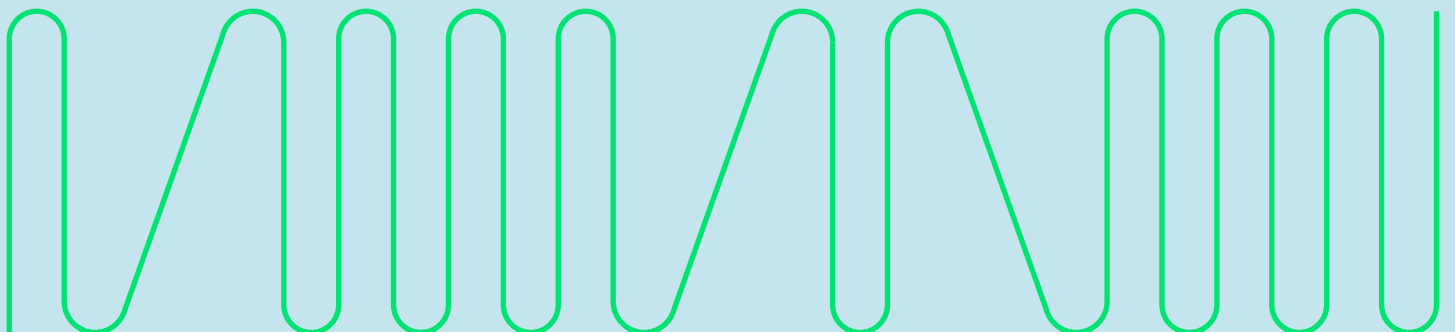
يمكنك تخصيص إعلاناتك لقطاعات محددة من العملاء من خلال استهداف جماهير مشابهة.

[اقرأ المزيد على صفحة](#)

نقذ وعود إعلانيك فوراً بعد النقر عليه لإبراز قيمة التفاعل مع علامتك التجارية:

إذا وعدت بتقديم رمز خصم، أرسله فور بدء المحادثة. وإذا كان العميل يتوقع معلومات عن المنتجات، فقم بتوصيله فوراً

بأحد ممثلي خدمة العملاء أو روبوت الدردشة الذكي.



# التفاعل

## تأهيل العملاء المحتملين وجمع بياناتهم الأولية والصفريّة.

### مؤشر الأداء الرئيسي: عدد العملاء المحتملين المؤهلين

يسهل روبوت الدردشة على واتساب عملية التواصل مع المشتريين المحتملين الذين يستجيبون للإعلانات، ويقلل من عبء العمل على فرق التسويق. تتيح لك أداة إنشاء روبوت الدردشة من يونيفونك أتمتة التواصل عبر واتساب وماسنجر فيسبوك وإنستغرام. ويحافظ على سياق الإعلان خلال المحادثة، مما يسمح للعلامات التجارية بتخصيص تجربة روبوت الدردشة وفقاً لكل إعلان.

يمكن لروبوت الدردشة من يونيفونك إدارة المحادثات، مثل تصنيف العملاء المحتملين وذلك من خلال أدوات تسويقية سهلة الاستخدام تعتمد على الذكاء الاصطناعي، تستخدم لأتمتة الإعلانات وتتيح لأفراد فريق العمل التركيز على مهام أكثر تعقيداً. من خلال الإعلانات التي تُوجه المستخدمين إلى محادثات واتساب، يمكن جمع الموافقات والبيانات الصفريّة، مثل تفضيلات المنتجات أو مقاسات الملابس. ويختلف هذا عن البيانات الأولية التي يتم جمعها من المواقع الإلكترونية أو التطبيقات أو أنظمة إدارة علاقات العملاء أو نقاط البيع. ويساعد استخدام هذه البيانات ممثلي خدمة العملاء وروبوت الدردشة على تقديم إجابات مخصصة لكل عميل، مما يحسّن تجربة الشراء.

للاستفادة القصوى من تطبيق واتساب، يمكن التخطيط لرسائل تفاعلية لطلب معلومات من العملاء. على سبيل المثال، يمكن لروبوت الدردشة طرح مجموعة من الأسئلة على العملاء الجدد لتحديد مدى اهتمامهم أو تقديم استبيان لتوصية المنتجات المناسبة. يمكن استخدام البيانات التي يتم جمعها من خلال هذه التفاعلات لإرسال رسائل واتساب مخصصة لاحقاً لاحتفاظ بالتواصل مع العملاء بعد تفاعلهم مع إعلان النقر للوصول لواتساب.

ومن الأمثلة الرائعة على المؤسسات التي نجحت في تبسيط عملية تأهيل العملاء المحتملين باستخدام روبوت الدردشة على واتساب، موقع Motory.com التابع لمجموعة عبد اللطيف جميل للتكنولوجيا. يربط هذا الموقع الإلكتروني الرائد لتجارة السيارات بشكل مباشر مع أكثر من 70 من موزعي ووكلاء السيارات في المملكة العربية السعودية والأردن ويساعد هذه الوكالات في جذب العملاء المحتملين من خلال منصته.

ويتابع موقع Motory.com العملاء المحتملين بإرسال استبيانات تتعلق بخدمات ووكلاء السيارات للعملاء المهتمين بشراء السيارات. كان هذا الإجراء يتم يدوياً من قبل موظفي مركز خدمة العملاء، وهو ما كان صعباً نظراً لزيادة عدد المستخدمين بشكل كبير. ولحل هذه المشكلة، لجأت الشركة إلى حل أتمتة واتساب الذي تقدمه شركة يونيفونك لتبسيط التواصل مع العملاء وعملية جذبهم.

**MOTORY**  
.COM

يقول ليث حداد، رئيس تطوير المنتجات في مجموعة عبد اللطيف جميل للتكنولوجيا: "سهّلت أتمتة واتساب على المستخدمين الإجابة على استبياناتنا في الوقت المناسب دون إزعاجهم. ونتيجة لذلك، ارتفعت نسبة الإجابة على الاستبيانات بشكل ملحوظ. وقد مكنتنا الإجابات التي جمعها روبوت الدردشة من إنشاء لوحة تحكم متكاملة مع نظام إدارة علاقات العملاء لدينا، مما يوفر لنا معلومات قيمة حول خدماتنا ودرجة رضا العملاء. كما يمكننا من خلال واتساب عرض خدمات ومنتجات أخرى بناءً على إجابات العملاء".

وتستخدم مجموعة عبد اللطيف جميل للتكنولوجيا الآن روبوتات دردشة مؤتمتة على واتساب لتتبع العملاء المحتملين وضمان حصولهم على متابعة مناسبة من شركائهم، مثل موزعين ووكلاء السيارات. ويضيف ليث حداد أن التواصل مع العملاء عبر واتساب يوفر للشركة الوقت والجهد، وهو أكثر فعالية من حيث التكلفة من الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية. "يساعدنا واتساب على بناء الثقة مع عملائنا. كما تمكنا من أتمتة التواصل مع العملاء بالكامل، وبالتالي أعادنا توزيع مهام موظفي مركز خدمة العملاء. ويسمح لنا أيضًا بالتواصل بشكل فعال مع العملاء لعرض عروض ترويجية خاصة".

نقدم أدناه أمثلة مرئية إضافية من قطاعي البيع بالتجزئة والتأمين الصحي، بالإضافة إلى المؤشرات الرئيسية والنتائج المستقاة من دراسات الحالة المعتمدة:

### مثال قطاع الأعمال: تجارة التجزئة

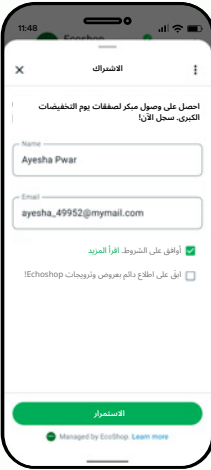
#### إثراء بيانات العملاء من البيانات الصفرية



#### سير محادثة الواتساب



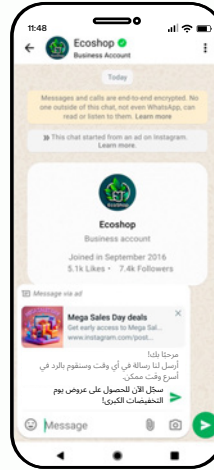
#### أتمتة روبوت الدردشة



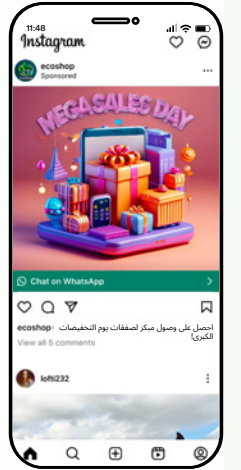
#### النقر للتحدث



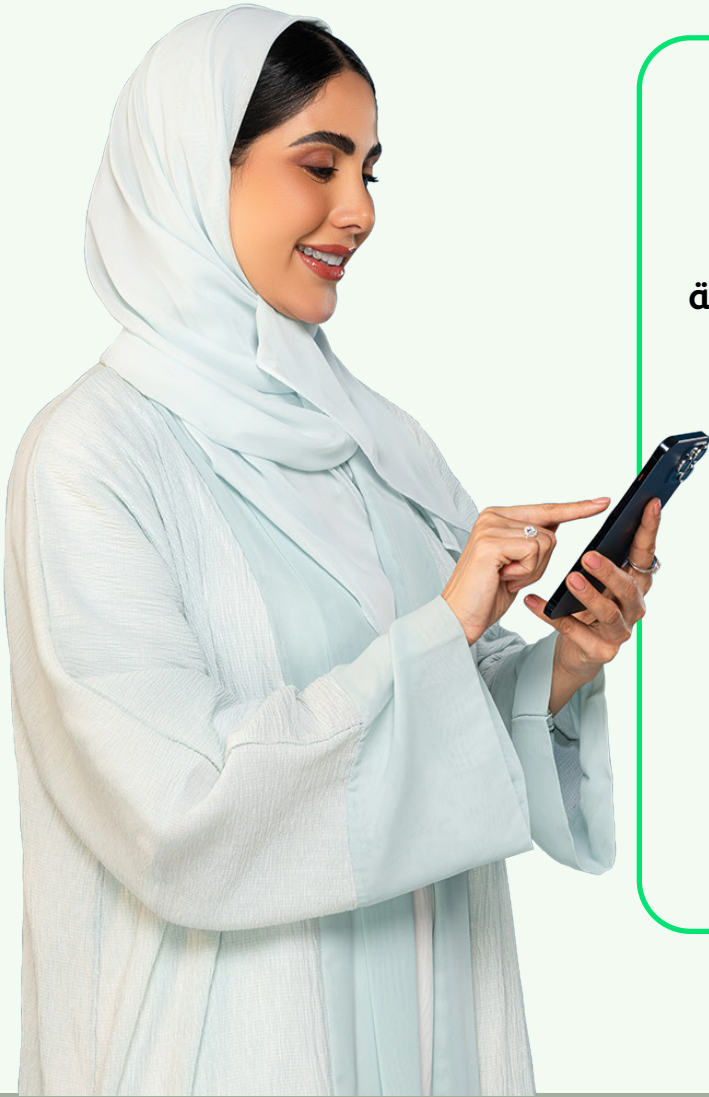
#### النقر للتحدث



#### النقر للتحدث



المقاييس: العملاء المحتملون، الاشتراكات، تنزيلات التطبيق، والموافقة على الانضمام، والتكلفة لكل عميل محتمل



## التأثير

8 أضعاف

زيادة في العائد على الاستثمار مقارنة بخدمة الرسائل النصية (SMS) - بازل

90%

من استفسارات العملاء عبر واتساب تم حلها - بازل

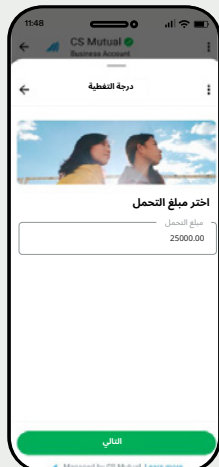
74%

زيادة في تفاعل المستخدمين - ريف

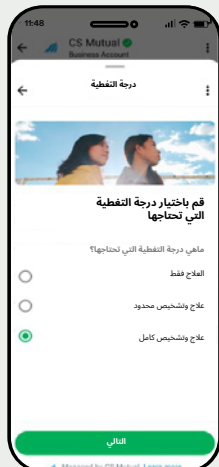
المصدر: دراسات حالة مُعتمدة من عملاء شركة يونيفونك

### مثال قطاع الأعمال: التأمين الصحي

إثراء بيانات العملاء من البيانات الصفرية



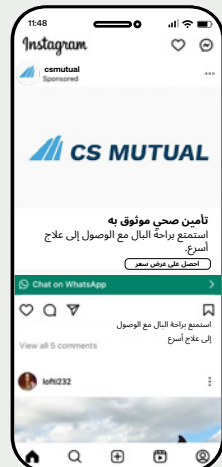
سير محادثة الواتساب



أتمتة روبوت الدردشة



النقر للتحديث



المقاييس: العملاء المحتملين، وعروض الأسعار، والموافقة على الانضمام، والتكلفة لكل عميل محتمل

## أتمتة روبوت الدردشة

**المقاييس: العملاء المحتملين، وعروض الأسعار، والموافقة على الانضمام، والتكلفة لكل عميل محتمل**



5 أضعاف

## 4 أضعاف

40%

## زيادة في معدل التحويل

19%

## زيادة في متوسط قيمة الطلب للمنتجات المالية بنسبة

© 2026 unifonic.com

## نصائح لزيادة تفاعل العملاء



## أنشئ تجربة تفاعلية فعالة مع روبوتات الدردشة:

لا تضع جهدك في إنشاء إعلانات النقر للوصول لواتساب دون الاستفادة القصوى منها. أنشئ روبوت دردشة مدعوم بالذكاء الاصطناعي يعمل على مدار الساعة، ليوفر للمستخدمين إجابات سريعة فور النقر.

## اختصر المحادثات الطويلة:

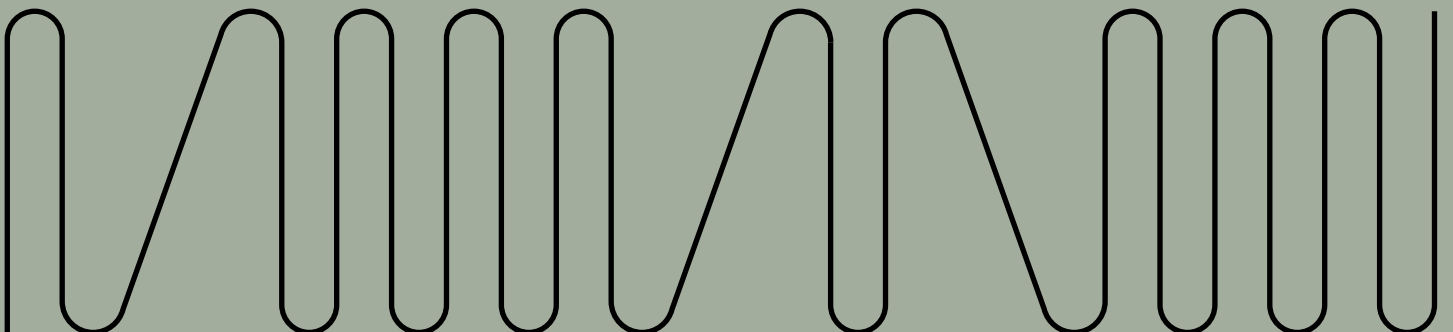
يتيح لك مُنشئ روبوت الدردشة من يونيفونك جمع البيانات بسهولة من خلال نماذج بسيطة ضمن الرسائل، كما هو موضح في الأمثلة

## وجه العملاء الذين لديهم استفسارات معقدة إلى فريق خدمة العملاء:

يستخدم العديد من المستخدمين إعلانات النقر للوصول لواتساب للاستفسار عن المنتجات المعروضة. قدم لهم المعلومات المفيدة، وإذا لم يتمكن روبوت الدردشة من المساعدة، فحوّل الدردشة فورًا إلى أحد ممثلي خدمة العملاء. تسهل خدمة مركز الاتصالات من يونيفونك عملية تحويل الدردشة مع الحفاظ على سياق المحادثة.

## لا تنسَ طلب إذن التواصل:

لا يقتصر دور إعلانات النقر للوصول لواتساب على المحادثة الأولى مع العميل. الحصول على إذن التواصل مع العميل مهمّ لمواصلة التواصل معه ودفع عملية البيع إلى الأمام.



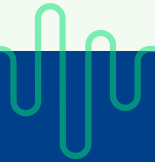
# تحسين معدلات المبيعات

## تحفيز وإدارة عملية البيع بالكامل عبر محادثة واحدة

أهم مؤشرات الأداء الرئيسية: تكلفة اكتساب العملاء ومعدل التحويل والعائد على الإنفاق الإعلاني ومتوسط قيمة المشتريات

تتيح المحادثات إمكانية التواصل الفردي مع العملاء، مع توفير سياق كامل وبناء علاقة قوية من خلال محادثة واحدة. تساعد البيانات المُجمّعة على فهم سلوك العملاء وتفضيلاتهم، مما يُمكن من إنشاء ملفات تعريف تفصيلية تُستخدم لتعزيز فرص البيع.

بعد الحصول على موافقة العميل المحتمل، يمكنكم مواصلة التواصل عبر إرسال إشعارات حول المنتجات المضافة إلى السلة دون إتمام عملية الشراء أو عروض ترويجية وتوصيات مخصصة، مما يشجعهم على إتمام عملية الشراء.



تُعدّ **شركة بازل**، إحدى الشركات الرائدة في مجال تجارة العطور في المملكة العربية السعودية، مثالاً بارزاً. فقد حققت الشركة زيادة في إيرادات المبيعات بنسبة 20% من خلال إرسال إشعارات تذكير عبر واتساب. وقد ساهم دمج نظامها مع منصة سلة للتجارة الإلكترونية في الوصول إلى العملاء أثناء تصفحهم للمنصة أو بعد إتمام عملية الشراء. يمكن للشركة إرسال رسائل تذكير بعمليات الشراء المحتملة وتقديم الدعم اللازم لإتمام عملية الشراء باستخدام روبوتات الدردشة، مع إمكانية التواصل مع فريق خدمة العملاء عند الحاجة. تتم إدارة عملية الشراء بالكامل عبر واتساب. ويتم الآن التعامل مع 90% من استفسارات العملاء عبر واتساب وقد حققت الشركة زيادة قدرها 8 أضعاف في العائد على الاستثمار.

قال محمد حيدر، مدير التسويق في شركة بازل: "في عام 2023، أثبت واتساب فعاليته كأداة تسويقية ممتازة، حيث حقق نتائج رائعة. بعد ساعات قليلة من إطلاق حملة جديدة، أظهرت لوحة البيانات زيادة ملحوظة في المؤشرات".

يمكن للمسوّقين أيضاً الاستفادة من القدرات التي يوفّرها واتساب لبناء رحلة عميل متكاملة عبر الدردشة. تساعد رسائل الوسائط الكثيفة وكتالوجات المنتجات العملاء على الاختيار دون الحاجة للانتقال إلى منصة أخرى. إذ يمكن للشركات عرض أكثر من 30 منتجاً وخدمة من خلال الكتالوج مباشرة داخل واتساب.

إطلاق **حملات رسائل نصية قصيرة وواتساب** بمساعدة **الذكاء الاصطناعي** في إنشاء المحتوى، بما في ذلك اختيار النغمة واستخدام الرموز التعبيرية والترجمة بين العربية والإنجليزية.

# BAZIL

يمكن أيضًا مشاركة الفواتير في نفس المحادثة، سواء تمت عملية الشراء عبر منصة رقمية أو في متجر فعلي. مما يمكن العلامات التجارية من سد الفجوة وجذب العملاء من القنوات غير المتصلة بالإنترنت إلى المنظومات الرقمية.

يتيح التكامل مع أنظمة نقاط البيع (POS) والأنظمة التجارية تتبع المبيعات الفعلية وربطها بالإنفاق الإعلاني - وكل ذلك يظهر في لوحة مؤشرات العائد على الاستثمار (ROI) الخاصة بيونيفونك. كما تساعد التحديثات الفورية للتكلفة والتقارير التفصيلية على الالتزام بالميزانية وتحسين النتائج.

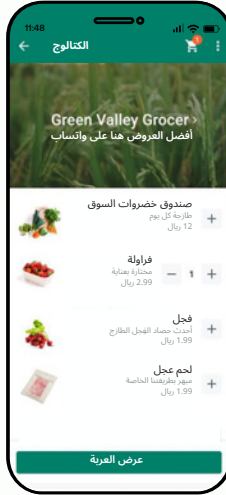
وُعرض أمثلة مرئية من قطاعات التجزئة والضيافة والتمويل أدناه، إلى جانب مؤشرات أساسية ونتائج مستخلصة من دراسات حالة موثوقة:

### مثال قطاع الأعمال: تجارة التجزئة

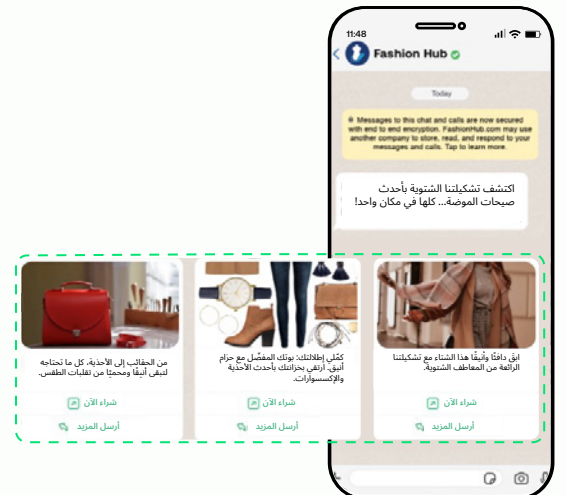
مشاركة الفواتير



رسائل الكتالوج



رسائل واتساب الشريطية (Carousel)



### المقاييس: المحادثات، المبيعات

## التأثير

13:1

عائد على  
الإنفاق الإعلاني  
(ROAS)

20%

زيادة الإيرادات  
بفضل تذكير العربات  
المتروكة

95%

تحقيق في سدّ  
الفجوة بين القنوات  
الرقمية وغير الرقمية

## مثال قطاع الأعمال: الضيافة



المقاييس: الحجوزات، العائد على الاستثمار (ROI)، العائد على الإنفاق الإعلاني (ROAS)

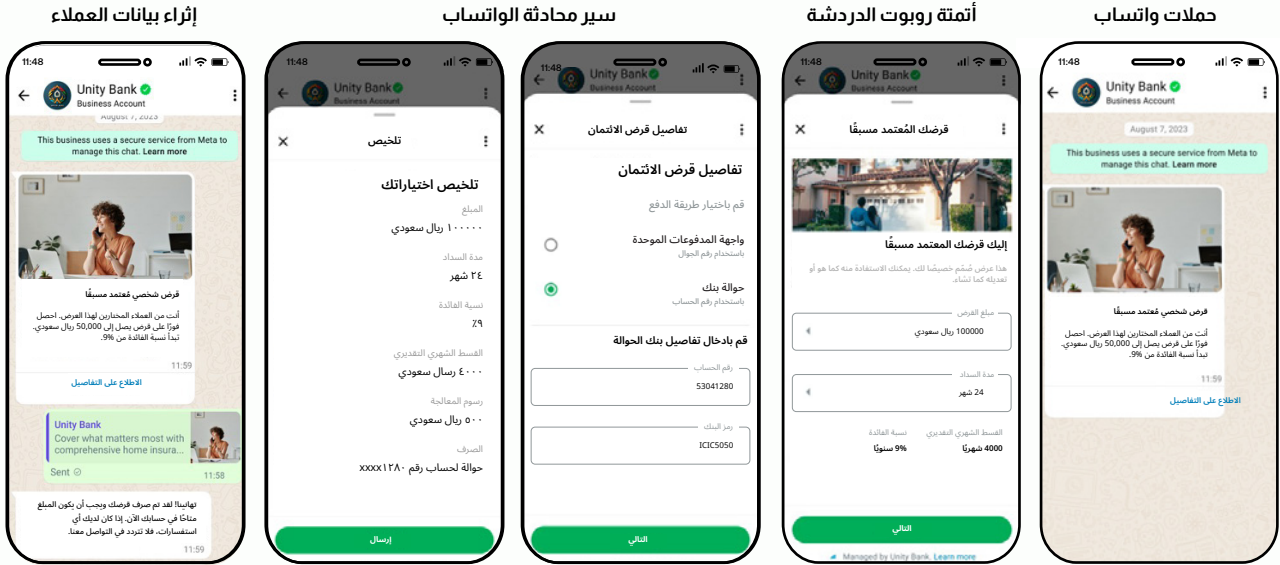
## التأثير

99%  
توفير في التكاليف  
عبر واتساب

41%  
زيادة في العائد  
على الاستثمار  
(ROI)

المصدر: دراسات حالة معتمدة من عملاء Meta

## مثال قطاع الأعمال: المالية



المقاييس: التحويلات، المبيعات، العائد على الاستثمار (ROI)، العائد على الإنفاق الإعلاني (ROAS)



## التأثير

2.9 ضعف

في عدد التحويلات من حجوزات المواعيد عبر الزوار العضويين

49%

زيادة في التحويلات من حجوزات المواعيد الناتجة عن زيارات الموقع المدفوعة

21%

زيادة في رضا العملاء من خلال حجوزات المواعيد

المصدر: دراسات حالة معتمدة من عملاء مينا

## نصائح لزيادة تفاعل العملاء



## اجعل المحادثة ذات صلة:

جرب تدفق الرسائل المؤتمتة أو تفاعل روبوت الدردشة للتأكد من أنه يقدم توصيات مناسبة بالاعتماد على البيانات المستلمة من منصات التجارة الإلكترونية أو الشراء. جرب موظفيك على معرفة المخزون أو الخدمات واستخدم ميزة مساعد الوكيل المدعومة بالذكاء الاصطناعي عبر Co-pilot من يونيفونك ليقدموا اقتراحات مفيدة.

## لا تُلح على العملاء غير المهتمين:

وجه روبوتات الدردشة أو وكلاء الدعم للتوقف عن تقديم التوصيات إذا أبدى العميل عدم اهتمامه بالشراء. يمكنك أتمتة إدارة طلبات إلغاء الاشتراك باستخدام Audience من يونيفونك لضمان عدم استهداف العملاء الذين انسحبوا.

## حدّث الكتالوج باستمرار:

وجه العملاء للشراء من خلال مشاركة روابط المنتجات من كتالوجك. ومكّن المتسوقين من مشاركة عدة منتجات يهتمون بشرائها في رسالة واحدة عبر عربة التسوق.



# الاحتفاظ بالعملاء

## تحفيز عمليات الشراء المتكررة وتقليل معدل فقدان العملاء

مؤشرات الأداء الرئيسية التي يجب البحث عنها: عدد المشتركين في التطبيق ومعدل استخدام القسائم الشرائية وإعادة الشراء والقيمة العمرية للعميل.

### رعاية العملاء

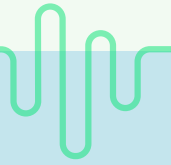
أظهرت [الدراسة التي أجرتها مكراي إنسايتس لصالح يونيفونك في كل من الإمارات والسعودية](#) على عينة من 1000 مستهلك، أن ثلثي المستهلكين يوافقون على أن تحتفظ العلامات التجارية بمعلوماتهم الشخصية، متوقعين أن تُستخدم بياناتهم لتحسين خدمات العملاء وتقديم عروض أكثر ملاءمة وارتباط باهتماماتهم وتفضيلاتهم.

كلما زادت معرفتك بعملائك، زادت قدرتك على بناء تجارب حقيقية قائمة على معلومات موثوقة ومخصصة وذات صلة، كما يمكنك بناء استراتيجية مراسلة مؤتمتة ومصممة بشكل جيد تعتمد على الإشارات الرئيسية خلال رحلة العميل باستخدام قدرات يونيفونك في التقسيم والاستهداف. يمكن تقسيم العملاء بناءً على سجل الشراء والسلوك وتفضيلات المنتجات واللغة ومرحلة الشراء وغيرها، مما يتيح لك فرصة استهدافهم في الوقت المناسب وبالرسائل التي تتوافق معهم.

كما أن إرسال رسائل ترحيبية شخصية ورسائل أعياد ميلاد مع عروض محددة مصممة خصيصًا لتناسب اهتماماتهم يعزز الشعور بالولاء ويجعل العملاء يشعرون بالاهتمام والفهم.

تخلق مشاركة القسائم وعروض الولاء الخاصة والعروض محدودة الوقت شعورًا بالحصريّة وتدفع العميل لتكرار عمليات الشراء.

يمكن للشركات تعزيز عملية انضمام العملاء من خلال توفير تواصل استباقي، مثل تحديثات التطبيقات والأدلة الإرشادية، مما يضمن انتقالاً سلساً إلى المنصات والتطبيقات الرقمية.



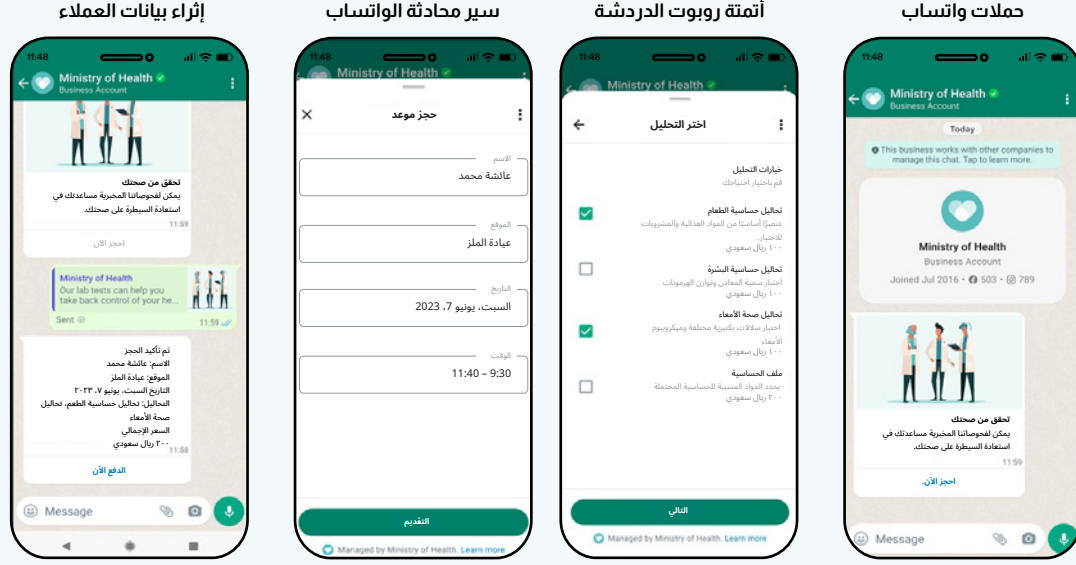
يُعد [مستشفى الدكتور سمير عباس](#) بالمملكة العربية السعودية نموذجاً مميزاً لمؤسسة في قطاع الرعاية الصحية تستفيد من سهولة استخدام الواتساب لتقديم تجارب شخصية واستثنائية للمرضى، حيث تُستخدم حملات واتساب للترويج لخدمات مثل التغذية وخصوصيات التحاليل المخبرية وحملات التوعية الصحية للمرضى الحاليين. وقد أحدث إطلاق روبوت الدردشة تحول كبير في طريقة تفاعل المستشفى مع المرضى حيث أن هذه الأداة المدعومة بالذكاء الاصطناعي والمدمجة ضمن قناة واتساب الخاصة بالمستشفى، تقوم بأتمتة حجز المواعيد وإرسال التذكيرات وتوفير إجابات سريعة للأسئلة الشائعة. كما يتولى عمليات التحقق من هوية المرضى عبر كلمات المرور لمرة واحدة (OTPs) ويسهل مشاركة نتائج الفحوصات. ساهم هذا الحل في تعزيز التواصل مع المرضى وتقليل الحاجة للتدخل البشري.



مستشفى الدكتور سمير عباس  
Dr. Samir Abbas Hospital

نقدم أدناه أمثلة عملية من قطاع الرعاية الصحية، بالإضافة إلى المؤشرات الرئيسية والنتائج المستقاة من دراسات حالة معتمدة:

### مثال قطاع الأعمال: الرعاية الصحية



المقاييس: النقرات، القراءات، حجوزات المواعيد، العائد على الاستثمار (ROI)



## التأثير

2.6 ضعف  
زيادة في الاستشارات  
الطبية

49%  
زيادة في الحجوزات

72%  
زيادة في متوسط الإيراد لكل طلب

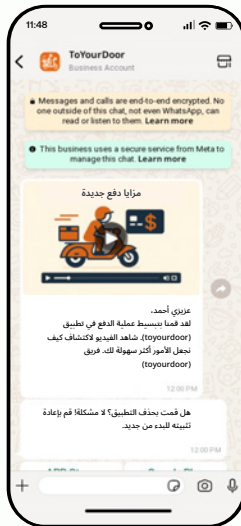
المصدر: دراسات حالة معتمدة من عملاء يونيفونيك

## مثال قطاع الأعمال: ذو أصل رقمي - توصيل الطعام

هجر عربة التسوق



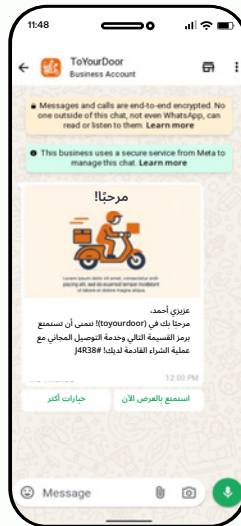
تحديثات التطبيق



تحفيز



رسائل ترحيبية وقسائم شرائية



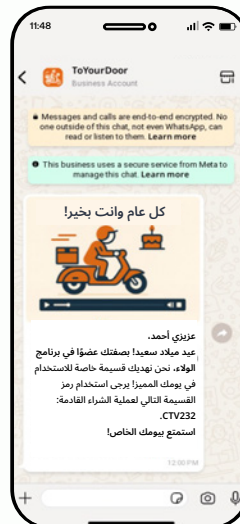
عروض ترويجية خاصة



المنتجات الحديثة والتحفيز



التحديثات وأعياد الميلاد



عروض برنامج الولاء



المقاييس: مشتركو التطبيق، استرداد القسائم، إعادة الشراء، المبيعات الإضافية

## نصائح لتحسين الحملات



## الاستفادة من البيانات عند الاستهداف:

استخدم كل من التحليلات المباشرة وغير المباشرة لتطوير استراتيجية إعادة الاستهداف وتحسين الأداء العام، كما يتيح لك لوحة العائد على الاستثمار من يونيفونك تحديد أهداف الحملات ومتابعة وتحليل مدى فعالية إعادة الاستهداف بسهولة.



## إنشاء رسائل تفاعلية باستخدام الذكاء الاصطناعي والقوالب:

عند صياغة رسائلك، تأكد من إيصالها بالأسلوب المناسب واستخدام عناصر تفاعلية مثل الرموز التعبيرية عند الحاجة. تقدم يونيفونك اقتراحات محتوى مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتسهيل عملية كتابة الرسائل. [شاهد كيف في هذا الفيديو](#) يمكنك تعديل القوالب وإضافة التفاصيل لتخصيص الرسائل وجعلها أقرب لاهتمامات عملائك. تساعد قوالب الرسائل من نوع الكاروسيل (Carousel) والكتالوج في عرض المنتجات بشكل فعال.



## تحسين توقيت الرسائل والإرسال:

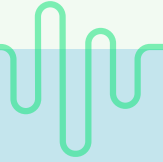
لتعزيز وصول حملات الواتساب، تعتمد يونيفونك على واجهة التسويق من ميتا - واتساب MM Lite، التي تستخدم خوارزميات ذكية تساعد الحملات على الأداء بشكل أفضل مع مرور الوقت. الخدمة متاحة مجاناً لجميع عملاء يونيفونك. [تعرف على المزيد من هنا](#)



## تجارب ما بعد البيع

كشفت الدراسة التي أجرتها شركة مكراي إنسايتس أن 70% من المستهلكين مستعدون لتغيير العلامة التجارية إذا قُدمت لهم تجربة عملاء متميزة، حيث يفضلون تجربة شراء سلسلة ودعم قوي بعد الشراء أكثر من السعر، باستخدام الذكاء الاصطناعي وروبوتات الدردشة على المنصات والقنوات الرقمية، تستطيع العلامات التجارية تقديم مساعد مبيعات افتراضي يدير دعم خدمات ما بعد البيع على مدار الساعة.

يفهم المساعد الذكي المدعوم بالذكاء الاصطناعي استفسارات العملاء ويقدم معلومات حول توفر المنتجات والأحجام وخيارات الألوان ومواعيد التسليم وضمانات ما بعد البيع وخطط الصيانة وسياسات الإرجاع وأكثر من ذلك. كما يمكن تحويل الطلبات بسهولة إلى موظفي خدمة العملاء البشريين مع توفير كل المعلومات الضرورية، مما يعزز الثقة ويضمن حصول العملاء على المساعدة في أي وقت.



أحد أفضل الأمثلة على هذا التطبيق هو **شركة ريفي**، إحدى شركات التجزئة الإلكترونية الرائدة في المملكة العربية السعودية، والتي واجهت تحديًا كبيرًا نتيجة نموها السريع، خاصة في مجالي التسويق وخدمة العملاء.

يقول الدكتور تميم الغنام، الرئيس التنفيذي لشركة ريفي: "نسعى دائمًا لتعزيز التفاعل والتواصل مع عملائنا، لكن الكم الكبير من الطلبات عبر الهاتف والدردشات الإلكترونية شكّل تحديًا حقيقيًا. لم يتمكن فريق خدمة العملاء من التعامل مع جميع هذه الطلبات بسرعة وكفاءة."

لمواجهة هذا التحدي، تعاونت ريفي مع يونيفونيك، التي وضعت واتساب وروبوتات الدردشة في صميم استراتيجية ريفي للتواصل مع العملاء، مما ساعد الشركة على تحسين تجربة العملاء بشكل كبير. واليوم تتولى روبوتات الدردشة ذاتية الخدمة حوالي 85% من مهام دعم العملاء، حيث يحصل العملاء على دعم فوري عبر واتساب، ويمكنهم طرح الأسئلة أو طلب المساعدة أو الحصول على معلومات عن المنتجات، مع ضمان الردود السريعة.



يقول الدكتور تميم: "نظرًا لشعبية تطبيق واتساب في المملكة العربية السعودية، فإننا نستخدمه أيضًا كأداة تسويقية لجذب العملاء. ومن الأمور التي لا يوليها العديد من متاجر الإنترنت في السعودية اهتمامًا كافيًا، هو كيفية الحفاظ على العملاء. فالشركات تتفق مبالغ طائلة لجذب عملاء جدد، لكنها لا تبذل جهدًا كبيرًا في الحفاظ على هؤلاء العملاء، مع أن استهداف العملاء الحاليين عبر قنوات مختلفة أسهل بكثير. وقد لاحظنا عائد استثمار جيدًا في هذا المجال من خلال استخدام واتساب."

## مثال قطاع الأعمال: الخدمات اللوجستية



المقاييس: رضا العملاء (CSAT)، قيمة عمر العميل (LTV)

## نصائح لتحسين تجربة العملاء بعد البيع

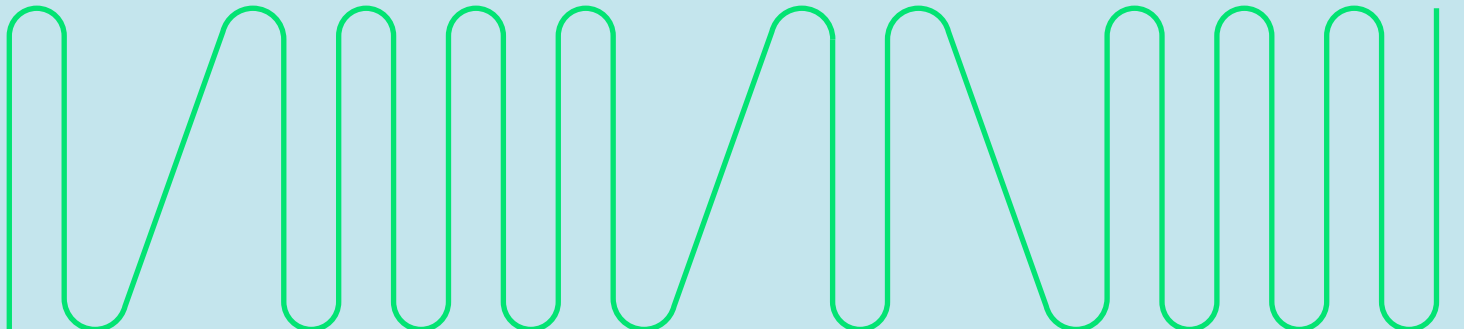


## تقديم تجربة متسقة عبر القنوات المختلفة:

من المهم جدًا الحفاظ على تجربة موحدة للعملاء عبر جميع قنوات التواصل. تساعد يونيفونك المؤسسات على دمج روبوتات الدردشة عبر منصات متعددة مثل محادثات الويب على الموقع الإلكتروني والدردشة داخل التطبيقات وواتساب وفيسبوك ماسنجر وإنستغرام، مما يسرّع طرح تجربة خدمة ذاتية متعددة القنوات ومتسقة في السوق.

## التحسين المستمر لقنوات الخدمة الذاتية:

حدّد بوضوح أوقات توافر ممثلي خدمة العملاء المباشرين وساعات عدم تواجدهم. دوّن الأسئلة المتكررة أو نوايا العملاء وراجع مقاييس أداء كل من روبوت الدردشة وممثلي خدمة العملاء باستمرار لتحسين التفاعلات وجعل تجربة العميل أكثر سلاسة وفعالية.



## إعادة الاستهداف

كما ذكر سابقًا في الدليل، تنفق الشركات الكبرى مجتمعة أكثر من 600 مليار دولار أمريكي على الإعلانات. ولكن كيف يمكنهم الوصول إلى الجمهور المناسب، وكيف يعرفون أنهم يستفيدون إلى أقصى حد من هذه الإعلانات؟

يمكنك الآن استهداف جماهير مشابهة (Lookalike Audiences) عند الإعلان على فيسبوك وإنستغرام. من خلال استيراد شرائح العملاء من يونيفونك إلى META Ad Manager، يمكنك إنشاء إعلانات عالية الجودة تستهدف الشرائح الصحيحة، مما يزيد التحويل ويساعدك على تحقيق أقصى استفادة من ميزانية الإعلان.

يمكنك أيضًا زيادة الوعي بالمنتجات الجديدة والحالية والاستفادة من قوة الرسائل عبر النقر للدردشة (Click-to-Chat)، للتواصل مع العملاء المحتملين وتقييمهم بعد النقر.

يمكنك استهداف مستخدمي فيسبوك وإنستغرام بناءً على العمر والجنس والموقع ومدى تطابقهم مع جمهورك المثالي.

يمكنك أيضًا تعديل الاستهداف وفقًا لمرحلة القمع الإعلاني (Funnel Stage) لحملتك. على سبيل المثال، يمكن أن يُعرض إعلان مرحلة الاعتبار لشخص سبق أن زار صفحتك على فيسبوك، بينما يوجه إعلان مرحلة الوعي المبكر إلى أشخاص تتطابق ديموغرافياتهم مع شخصية العميل المثالي.

يتم ذلك بفضل واجهة ميّا Conversions API، المدمجة بالكامل مع منصة يونيفونك لإدارة تفاعل العملاء. يتيح لك هذا قياس القيمة الحقيقية للإعلانات النقر للوصول لواتساب، مما يساعدك على فهم سلوك العملاء بشكل أفضل وإنشاء محتوى أكثر صلة واتخاذ قرارات مستنيرة تؤدي إلى زيادة العائد وحصة السوق.

توفر واجهة Conversions API قناة آمنة وموثوقة تتيح للمعلنين إرسال بيانات العملاء المباشرة من منصة يونيفونك إلى ميّا والعودة مرة أخرى. كما توفر يونيفونك لوحة متابعة العائد على الاستثمار (ROI Dashboard) لتسهيل فهم نتائج حملات الرسائل بناءً على النتائج المهمة مثل عدد المشتريات وتكلفة كل عملية شراء وليس فقط عدد المحادثات المبدئية.



## التأثير

50%

انخفاض في تكلفة كل عميل محتمل

87%

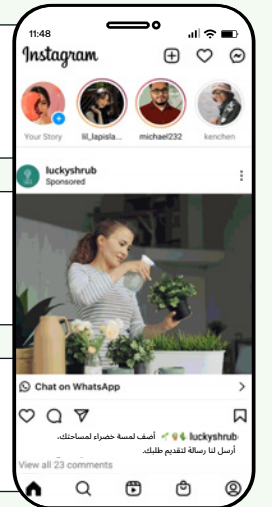
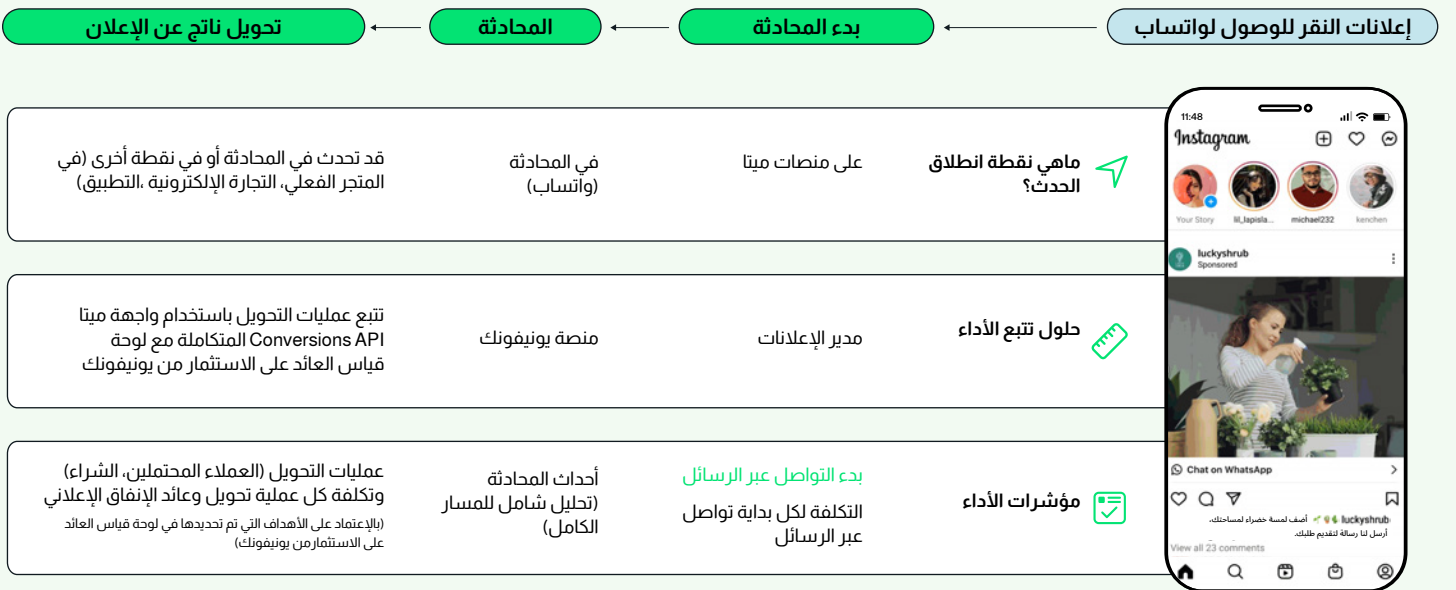
ارتفاع في عائد الإنفاق الإعلاني في  
"إضافة إلى سلة التسوق"

2.5 ضعف

زيادة في عدد العملاء المحتملين  
المؤهلين بمقدار 2.5 مرة

المصدر: دراسات حالة معتمدة من عملاء Meta

## كيفية قياس رحلة العميل بدءًا من الإعلان



# وفي الختام

ولا تحتاج للقيام بكل شيء بمفردك، فريق يونيفونك المتخصص من الاستشاريين موجود لمساعدتك في تحديد احتياجاتك  
تفاعل العملاء وتنفيذ الحلول التي ستساعدك على تحقيق أهداف مؤسستك.

للبدء اليوم



