

خطة التسويق في صفحة واحدة

تسعة مربعات — الجمهور والمشكلة والعرض والرسالة والقنوات والميزانية والمستهدفات والتقويم والمسؤول — مع مثال مكتمل لعيادة. املأه في جلسة واحدة وسترى أي مربع كنت تتخطاه.

— قالب المربعات التسعة

— مثال مكتمل: عيادة بفرعين

— خمسة أسئلة قبل اختيار قناة

— هيكل تقويم لـ ٩٠ يوماً

اطبع هذه الصفحة، أو افتحها على شاشة ثانية. اعمل على المربعات التسعة بالترتيب — كل مربع يعتمد على إجابة الذي قبله. عشرون إلى ثلاثون دقيقة كافية لمسودة أولى؛ يمكنك تحسينها لاحقًا. إذا صعب ملء مربع، فهو غالبًا المربع الذي كانت خطتك تفتقده.

قالب المربعات التسعة

٣ العرض ما الذي تقدّمه فعلًا، ولماذا يختاره أحدهم اليوم بدل الانتظار؟ ----- -----	٢ المشكلة ما مشكلة هذا الجمهور، بكلماته هو، قبل أن يسمع منك؟ ----- -----	١ الجمهور مَن بالضبط تريد الوصول إليه؟ ليس "الجميع" — بل الفئة الواحدة التي تحل مشكلتها أفضل من غيرك. ----- -----
٦ الميزانية كم يمكنك الالتزام به شهريًا، ولكم شهريًا، قبل الحكم على النتيجة؟ ----- -----	٥ القنوات أين يقضي هذا الجمهور وقته فعلًا — البحث، السوشيال ميديا، الإعلانات، الزيارة المباشرة؟ ----- -----	٤ الرسالة الجملة الواحدة التي تقول ماذا تفعل ولمن. هذه تصبح عنوانك الرئيسي. ----- -----
٩ المسؤول مَن يراجع هذه الخطة كل أسبوع؟ الخطة بلا مسؤول لا تنفذ. ----- -----	٨ التقويم ماذا يحدث في الأسبوع الأول، والرابع، والثاني عشر؟ ----- -----	٧ المستهدفات رقم واحد لكل قناة يخبرك أنها تعمل — لا شعور عام. ----- -----

مثال: عيادة أسنان بفرعين

عيادة افتراضية بفرعين — القاهرة والرياض — لتوضيح كيف تبدو المربعات التسعة مملوءة.

٣ العرض استشارة أولى خلال نفس الأسبوع مع خطة علاج مكتوبة، دون التزام.	٢ المشكلة لا يعرفون أي فرع أقرب، ولا إن كانت العيادة تعالج الأطفال، ولا كم يستغرق وقتاً الزيارة الأولى.	١ الجمهور أولياء أمور أطفال بين ٥ و١٤ سنة على بُعد ١٥ دقيقة من أي فرع، يقلقون بشأن فحص تسوّس أول أو استشارة تقويم.
٦ الميزانية مبلغ شهري ثابت لثلاثة أشهر، ٦٠٪ للبحث و٤٠٪ للسوشيال ميديا، تراجع شهرياً لا أسبوعياً.	٥ القنوات ملف جوجل لكل فرع، زر واتساب على الموقع، وبطاقة إحالة تُسلم بعد كل زيارة.	٤ الرسالة «فحص تسوّس أول، هذا الأسبوع، في أقرب فرع لك.»
٩ المسؤول مدير العيادة، مراجعة ١٥ دقيقة كل يوم اثنين.	٨ التقويم الأسبوع الأول: إصلاح الملفات وطباعة البطاقة. الأسبوع الرابع: الحملة الأولى تعمل. الأسبوع الثاني عشر: أول مراجعة للحجوزات مقابل المستهدف.	٧ المستهدفات ٢٠ حجز زيارة أولى شهرياً، تتابع من زر واتساب.

خمسة أسئلة قبل اختيار أي قناة

☐ هل جمهوري موجود فعلاً هناك، أم أنني أفترض ذلك فقط؟

☐ هل أستطيع قياس نتيجة من هذه القناة خلال شهر؟

☐ هل تتطابق مع الرسالة التي كتبتها في المربع الرابع؟

☐ هل أستطيع الاستمرار فيها ثلاثة أشهر على الأقل قبل الحكم عليها؟

☐ إذا نجحت، هل أستطيع التوسع فيها الشهر القادم دون البدء من جديد؟

رقم مستهدف واحد لكل قناة

اختر رقمًا واحدًا لكل قناة — مكالمات، أو حجوزات، أو رسائل — لا خمسة. القناة التي لها خمسة مستهدفات ليس لها مستهدف. اكتب الرقم في المربع السابع، والتاريخ الذي سترأجه فيه.

هيكل تقويم لـ ٩٠ يومًا

المدة	المحور	ما يُنجز	ما تراجع
الأسابيع ١-٤	التأسيس	إصلاح الملفات، تثبيت الرسالة، تشغيل القناة الأولى	هل الرسالة ظاهرة في كل مكان؟
الأسابيع ٥-٨	الحملة الأولى	محتوى أو إعلانات تعمل على القناة الرئيسية	الحجوزات مقابل الرقم المستهدف
الأسابيع ٩-١٢	المراجعة والتكرار	إيقاف ما لا يعمل، ومضاعفة ما يعمل	تكلفة الحجز الواحد، وقناة واحدة متقدمة

جاهزون لبناء الخطة الحقيقية؟

هذه الصفحة الواحدة نقطة البداية. عرضنا المخصّص يحولها إلى استراتيجية عملية لعيادتك أو مشروعك — قنوات وميزانية وتقويم مبنية على أرقامك، لا على قالب جاهز.

احصل على عرضك المخصّص — majadv.com