

مقترح استراتيجية لحملة إفهم الإعلانية

الساعة الـ25

اتعلمها في إفهم.. وبتلقاها في يومك

محمود علي.. رؤية مقترحة، مش حملة رسمية من إفهم · أكتوبر 2026

الحملة في صفحة

هنحوّل كل واحد بيستخدم AI في شغله ومبيطلعش منه نتيجة لمشترك في إفهم بحملة خفيفة عن ساعة زيادة بيكسبها لما يتعلم صح

الفكرة

الساعة الـ25

الساعة اللي بترجعلك لما تتعلم تكلّم الـAI صح

اتعلمها في إفهم.. وبتلقاها في يومك

الرقم اللي بيحكم

تكلفة المشترك المدفوع

مش المشاهدات ولا التسجيل، الحكم على اللي دفع وجدّد

01 الجمهور

25 لـ44 سنة

محترفين، والتقنيين والطلبة جمهور مكمّل

02 الأسواق

مصر 80%

والخليج 20% ويكبر لو أثبت نفسه

03 القنوات

ميتا أساسية

تيك توك وسناب للوصول، وجوجل ويوتيوب مكمّلين

04 الإعلانات

3 إعلانات

كل إعلان ببدايتين، بالمصري والخليجي

ليه الوقت؟

الناس بتستخدم AI، بس شايفة تعلّمه شغل زيادة

مصر

مفيش وقت

44.9 ساعة

متوسط شغل العاملين بأجر في الأسبوع

48.2 ساعة

في القطاع الخاص، يعني 6 أيام شغل كاملة

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، 2025

السعودية

جرّبوه ومكمّلوش

69%

من الموظفين استخدموا AI في الشغل

36%

بس بيستخدموه كل أسبوع أو كل يوم

PwC، الشرق الأوسط 2025

الإمارات

بيستخدموه ومش مستفيدين

73%

حاسين إن مواكبة الـAI «شغلانة تانية»

61%

شايفين إنهم مش مستفيدين منه بكامل إمكانياته

LinkedIn، أغسطس 2025

الأرقام دي بتثبت إن الناس بتستخدم AI ومش طالعة منه بنتيجة، مش إنهم مستعدين يدفعوا. الطلب الحقيقي بنقيسه في الاختبار: مين سجّل ومين دفع

رسالتنا: التعلّم في إفهم بيدّيك وقت.. مش بياخد منك

الجمهور

محترفين في نص مسيرتهم، مش مبرمجين

السن

25 لـ44 سنة

الأغلبية الكبيرة من أعضاء إفهم

المستوى

مديرين وأصحاب شغل

وقادة فرق وخبرا، والطلبة أقلية

الخلفية

مش تقنيين

اللي في وظايف تقنية أقلية صغيرة جدًا

أكبر الوظايف، ومنها أبطالنا

مبيعات وتطوير أعمال، وإدارة مشاريع، وهندسة، ومحاسبة

حسام مهندس موقع، وسلطان مدير مبيعات، وليلى محاسبة

جمهور مكمّل

التقنيين والطلبة

بيوصلوا من نفس الإعلانات بالاستهداف الواسع

المخاوف

الخوف مش من التقنية.. الخوف إنه يدفع وميكمّلش

الخوف	الإعلان	الرد في الحملة
«محتوى نظري»	حسام	تقارير حقيقية خلصت بدري، فلحق الماتش من أوله
«بشترك ومبكمّلش»	سلطان	النتيجة بتبان من أول اجتماع، فبيشوف قيمة قبل ما يزهق
«بدفع ومستفيدش»	ليلى	المهارة بقت شغل جانبي، من غير أي رقم أو وعد

«عرفت إفهم منين؟»: أغلب الأعضاء من صفحة محمد نجاتي، ومحدش من الإعلانات. الإعلان قناة لسه متجربتش

المنافسة في السوق العربي

المحتوى موجود، والمجاني كتير.. الناقص حد يمشي معاك

منافسين غير مباشرين بيعلّموا AI بس بطريقة تانية

مدرسة الذكاء الاصطناعي
عربي

- حوالي 146 ألف مشترك على يوتيوب، وأكتر من 6 مليون مشاهدة
- محتوى مجاني ومسارات تعلم، والفلوس من تدريب الشركات

بيشرح، بس مفيش مجتمع يتابع معاك

البداية
مصر

- كورس هندسة AI كامل، بيتدفع مرة واحدة
- رياضيات وتعلم آلة وبايثون، ومعاه جروب تليجرام

للي عايز يشتغل في الـAI، مش يستخدمه

المنتور
عربي

- منصة تعليم عامة: قيادة وتسويق وتكنولوجيا
- شراكة مع &e مصر، ومستهدفين 10 مليون متعلم

الـAI موضوع من مواضيع كتير

كورسيرا وجوجل
عالمي بالعربي

- «AI for Everyone» بالعربي على كورسيرا
- شهادة احتراف الـAI من جوجل، بأنشطة عملية على Gemini

محتوى قوي، بس من غير مجتمع بلهجتك

بدائل مجانية بتخلّي الناس تسأل: «ليه أدفع؟»

سماي
السعودية · سدايا

- أكتر من مليون مواطن اتدربوا واخدوا شهادات
- مجاني عن بُعد بالعربي، والمرحلة التانية مع 11 وزارة

الأساسيات، مش التطبيق اليومي في شغلك

مليون ملقّن
دبي

- 4 وحدات، كل وحدة ساعة، وشهادة
- مجاني، والهدف مليون شخص في 3 سنين

4 ساعات وبس، ومفيش متابعة بعدها

مهارة تك
مصر · ITI

- أكتر من 600 ألف مستخدم، و450 ساعة تدريب
- مسارات AI for Everyone وAI for Professionals، وجايزة اليونسكو 2025

تقني ومنظم، بس مفيش مجتمع بيرد

إدراك
عربي · الأردن

- 10 مليون متعلم من أول ما بدأت
- مجاني، وتخصص «الـAI في بيئة العمل» جاي في 2026

محاضرات عامة، مش لمشكلة شغلك

منصة إفهم: الخطوة اللي بعدهم. لو خدت أساسيات منهم، في إفهم بتطبّقها على شغلك بلهجتك، ومعاك مجتمع بيرد ومختبر أدوات.

نماذج عالمية نتعلم منها

مش منافسين في سوقنا.. بس عملوا اللي إفهم بتعمله

المجتمع	الحجم	سر نجاحه
SHIFT AI، اليابان	40 ألف بيدفع	لقاءات في كل المقاطعات، و70+ ويبينار في الشهر
AIsmiley، اليابان	اتطلق أغسطس 2026	موجّه للموظفين، وبيطلّع فاتورة يقدمها العضو لشغله
GPTers، كوريا	35 ألف+ عضو	الأعضاء بيعلّموا بعض في دفعات 4 أسابيع
WaytoAGI، الصين	حوالي 9 مليون	مجاني، ولقاءات شهرية في 37 مدينة بمتطوعين
Be10x، الهند	1.8 مليون مسجّل	ورش لايف بسعر رمزي لغير التقنيين
AI Automation Society، أمريكا	حوالي 475 ألف	يوتيوب عملي وقوالب جاهزة ومجتمع مجاني
Rundown University، أمريكا	5,000+ بيدفع	30 دقيقة في الأسبوع، و70% بيدفعوا من شغلهم
AI for Non-Techies، أمريكا	حوالي 800	لغير التقنيين، والمؤسس بيرد في أقل من يوم
Adapta، البرازيل	80 ألف+ مشترك	كورسات قصيرة وأدوات AI في اشتراك واحد
Viver de IA، البرازيل	1,200+ شركة	تعليم مع تنفيذ، ونمو من غير إعلانات

إفهم: مجتمع بالعربي فيه أكتر من 48 ألف عضو، و9 كورسات و160 درس، ومختبر أدوات بتدفع فيه على كل توليدة لوحدها

الأرقام من الشركات نفسها أو تقارير عنها (2025–2026)، وتعتبر تقريبية

إعلانات منافسين

في العينة اللي راجعناها: نفس الكلام

- السرعة: «في 7 أيام»، «في 3 أيام»
- الخصم: عدّاد تنازلي وسعر متشطّب عليه
- التخويف: «لو لسه متعلمتش فأنت متأخر»
- الفلوس: «تدخل بالدولار»
- الشكل: راجل ببدلة بيشرح قدام شاشة

المساحة الفاضية في العينة

ملقيناش إعلان بيضحّك الناس، ولا بيوري موقف من البيت أو العيلة

أقرب حد لزاوية الوقت بيقول «الشغل اللي بياخد يوم تخلصه في ساعة» كرقم. إحنا بنوريها موقف ونضحك عليه

العينة: إعلانات نشطة لمنصات تعليم AI بالعربي في مكتبة إعلانات ميتا. العدد والفترة بيتوثقوا بسكرينات قبل الإطلاق

إلهام إعلاني

اتعلمنا إيه من إعلانات أدوات الـAI الكبيرة؟

ChatGPT وGemini مش منافسين، دول أدوات جوه مختبر إفهم. إحنا بناخد من إعلاناتهم طريقة الحكي بس

ChatGPT

OpenAI · أول حملة براند · سبتمبر 2025

الإعلان

ناس عادية بتعمل حاجات يومية: وصفة عشا، ورحلة مع الإخوات

الدرس

وري الموقف، ماتشرحش الأداة

عندنا في إفهم

مفيش شرح للأداة: بنشوف حسام وسلطان وليلى في مواقف من حياتهم

Gemini

جوجل · السوبر بول · فبراير 2026

الإعلان

أم بتساعد ابنها يتخيل أوضته الجديدة بالـAI

الدرس

النهاية الدافية بتفضل في الدماغ أكتر من الميزة

عندنا في إفهم

كل إعلان بيخلص بلحظة: جون، أو عيلة، أو صفقة

Apple Intelligence

أبل · إعلانات Writing Tools · خريف 2024

الإعلان

موظف بيضيّع وقته طول اليوم، والـAI يكتبله إيميل يبهر بيه المدير. اتنتقد لأنه بيبيع الـAI للكسلانين

الدرس

الضحكة تنجح لما البطل يتعلم، مش لما الأداة تغطي على كسله

عندنا في إفهم

أبطالنا اتعلموا في إفهم وبيراجعوا شغلهم بنفسهم، والضحكة على الموقف مش عليهم

الخلاصة: إعلاناتنا بتوري موقف، وبتخلص بلحظة تفرق، وبفكرة «الساعة الـ25» بشكل ملقيناش حد عمله بالعربي في اللي راجعناه

الفكرة

اتعلمها في إفهم.. وبتلقاها في يومك

الـAI لوحده مش بيوفّر وقت. لما تتعلمه صح بتكسب ساعة زيادة، هي «الساعة الـ25»، وكل إعلان بيمشي على نفس التلات خطوات

1 بداية بتشد

«لأ.. مش كده» أو موقف مضحك في أول 3 ثواني، ونختبر الاتنين

مثال: «حسام هييجي الشوط التاني زي كل مرة»

2 الساعة تلف لورا

البطل بيخلّص شغله بالـAI اللي اتعلمه في إفهم

مثال: تقارير حسام بتخلص بدري في الكرفانة

3 الساعة الـ25

الساعة تروح للي يفرق معاه: ماتش، أو عيلة، أو صفقة

مثال: جون في أول دقيقة: «أول جون أشوفه لايف من زمان»



ساعة حيطة من الزجاج البنفسجي

مكتوب فيها 25 مكان الـ12، والعقارب واقفة عليها

ساعة زجاج بنفسجي | صوت «تِن» | كابشن «اتعلمها في إفهم» | إند كارد الشعار

الإعلانات التلاتة

كل إعلان ببدايتين، والفايزة اللي بتجيب اشتراك مدفوع أرخص

الوقت · مصري

حسام، مهندس موقع

البداية أ · «لأ.. مش كده»

في الكرفانة بيكتب للمرة العاشرة، والموبايل: «الماتش بدأ!»

البداية ب · الموقف

على القهوة: «حسام هييجي الشوط التاني زي كل مرة»

النص · في إفهم

يتعلم أتمتة في إفهم، والساعة تلف لورا: التقرير بيخلص قبل الماتش

النهاية

يدخل قبل الصفارة، والقهوجي: «إنت مش بتيجي دلوقتي!». وجون في أول دقيقة

الإنتاجية · خليجي

سلطان، مدير مبيعات

البداية أ · «لا.. موكذا»

بيعيد عرض السعر للمرة العاشرة، والجوال: «العميل يتصل»

البداية ب · الموقف

عميل عمره ما وقّع من أول اجتماع: «لا.. موكذا»

النص · في إفهم

يتعلم «فن التواصل مع AI»، والساعة تلف لورا: عرض السعر في 3 نسخ

النهاية

تلات نسخ قدامه: «...طيب. الثاني»، والمساعد: «أول مرة توقّع من أول اجتماع!»

الفلوس · مصري

ليلى، محاسبة وفريلانسر

البداية أ · «لأ.. مش كده»

راسها على الكيبورد، وأمها من الباب: «مالك؟ مين زعّلك؟»

البداية ب · الموقف

«بشتغل مع الواد اللي في اللابتوب يا ماما». الأم: «الواد ده.. ابن مين؟»

النص · في إفهم

بتتعلم «بيزنس AI» في إفهم، والساعة تلف لورا: التسعير والتقرير في دقايق

النهاية

الشغل خلص بدري، والأم: «طب علّميني أكلّمه أنا كمان»

نفس القصة ونفس النهاية في النسختين. اللي بيتغير أول 3 ثواني بس، والبداية اللي بتجيب اشتراك مدفوع أرخص هي اللي بتكمّل

الرسالة

جملة واحدة.. وست قواعد ثابتة

الشعار، واحد لمصر والخليج

الساعة الـ25..

اتعلمها في إفهم وبتلقاها في يومك

الدعوة

ابدأ مع إفهم

شروط التحدي

ممنوع أسعار أو عروض

حتى كلمة «مجانًا» أو «ببلاش» بتتحسب عرض

الاسم «إفهم» بالظبط

بالهمزة تحت الألف، في كل نص وكل كابشن

مفيش وشوش أو مزيكا بحقوق

الشخصيات والموسيقى متولدة من المختبر

سياسات المنصات

مفيش أرقام كوعد

نقول «أسرع بكتير»، مش «وفّر 3 ساعات»

مفيش «إنت مضغوط»

ميتا بتمنع إن الإعلان يفترض حالة الشخص

علامة AI على كل إعلان

ميتا وتيك توك ويوتيوب، ومن غيرها الوصول بيقل

القنوات

ميتا بتجيب الناس، والباقي بيكمّل

القناة	الدور	مصر (مليون)	السعودية (مليون)	الإعلانات
فيسبوك وإنستجرام	الأساسية: حملة لكل سوق	فيسبوك 51.6 إنستجرام 21.7	فيسبوك 17.7 إنستجرام 18.2	التلات إعلانات 9:16، وقص 4:5 للفيد
تيك توك (18+)	وصول واسع	48.8	*38.6	نفس الإعلانات، والبداية في أول ثانية
سناب شات	وصول في الخليج	20.6	25.3	النسخ الخليجي، وأولها إعلان سلطان
يوتيوب	تذكير	49.3	27.5	نسخ 6 ثواني من الإعلانات
جوجل بحث	يلقط اللي بيدوّر	حوالي 2,400	حوالي 1,900	البراند وكلمات «كورس ذكاء اصطناعي»
صفحة الهبوط والريتارجت	الثقة قبل الاشتراك	—	—	الفيديو الشارح بوشي وصوتي

مش في الخطة الأولى
لينكدإن وإكس: نجرّبهم بعد ما نعرف تكلفة المشترك على ميتا، لأن جمهورنا الأساسي موجود هناك بتكلفة أقل

ليه البحث صغير؟
الناس مش بتدوّر على «كورس AI للمهندسين»، فالمهن بتشتغل كرسائل على ميتا، مش ككلمات بحث

الوصول الإعلاني بالمليون من DataReportal (تقارير 2026، بيانات أواخر 2025). الوصول سقف اللي ممكن يشوف الإعلان، مش حجم السوق. البحث: عدد مرات البحث في الشهر. *رقم تيك توك في السعودية أكبر من عدد مستخدمي الإنترنت، وDataReportal نفسه نبّه عليه.

الاستهداف

نسيب الخوارزمية تشتغل، ونغذّيها بالناس الصح

Advantage+ Audience | اللغة: العربي | 25 لـ44 كاقتراح مش كحد | كل أماكن العرض | حملة منفصلة لكل سوق

بارد	دافي	استبعاد
ناس أول مرة تشوفنا · 60%	ناس عرفتنا · 20%	مانصرفش عليهم
استهداف واسع مصر والخليج من غير اهتمامات، والإعلان نفسه هو اللي بيختار جمهوره	**متفاعلين صفحة محمد نجاتي** لأن أغلب الأعضاء عرفوا إفهم منها	**المشتركين الحاليين** من كل الحملات، والتجديد بيتابعه إيميل المنصة مش الإعلانات
شبيه المشتركين Lookalike من قايمة اللي دفعوا، مش اللي سجّلوا بس	**اتفرّج أو دخل الصفحة** بيشوفوا إعلان قصة تاني، أو الفيديو الشارح	
المصريين في الخليج النسخ المصري في السعودية والإمارات، وأولها إعلان الماتش	**سجّل وماشتركش** بعد أول 14 يوم: نسخ أقصر بتجاوب على أسئلة المختبر والشحن	**اللي سجّلوا من أقل من 14 يوم** عشان رحلة أول 14 يوم هي اللي تكمّل معاهم، مش الإعلان
	بدأ الدفع ومكمّلش خلال 24 ساعة: رسالة بتجاوب على سؤال الدفع، من غير خصم	

الطلبة والتقنيين بيوصلوا من الاستهداف الواسع بنفس الإعلانات. وفي السعودية لازم بانر موافقة قبل ما نبني جماهير من زوار الموقع

توزيع الميزانية

نقطة بداية.. والتوزيع بيتحرك بتكلفة المشترك

السوق

مصر 80% في البداية

أرخص وصول وأكبر جمهور، بس مش شرط أرخص مشترك. وبتنزل لـ65 لـ70% لو الخليج أثبت نفسه

السوق

الخليج 20% من أول يوم

الاشتراك هناك أغلى من مصر، فالسقف أعلى. وبيكبر لـ30 لـ35% أول ما الاشتراكات تطابق سجل الدفع

جوه كل سوق

بارد 60%

ميتا 45%، وتيك توك في مصر أو سناب في الخليج 15%. والأرخص في الاشتراك المدفوع ياخد الميزانية

جوه كل سوق

دافي 20%

ريتارجت للي اتفرّج، وللي سجّل أو بدأ الدفع ومكمّلش

جوه كل سوق

بحث 10%

جوجل على كلمات «كورس ذكاء اصطناعي»، لأن البحث صغير

جوه كل سوق

يوتيوب 5% واحتياطي 5%

نسخ 6 ثواني للتذكير، واحتياطي لأي إعلان بيكسب فجأة

الخليج بيبدأ صغير لحد ما نتأكد من التتبع والدفع هناك، مش لأنه أقل أهمية. والحكم بتكلفة المشترك المدفوع، مش بالCPM (مصر حوالي 2.9 دولار والإمارات 6.5)

المراحل

كل قرار مربوط برقم، مش بميعاد

المرحلة ٠

التجهيز

بيكسل ميتا وCAPI: الاشتراك بيتسجل مرة واحدة من غير تكرار، وعملية شراء تجريبية قبل الإطلاق، وUTM لكل إعلان

المرحلة ١

الإطلاق والاختبار

ميتا بتتعلم على التسجيل الأول، بس الفايز بيتحسم بتكلفة الاشتراك المدفوع. ومتغير واحد كل مرة

المرحلة ٢

التوسيع

مانكبّرش غير لما اشتراكات ميتا تطابق سجل الدفع، وبعدها زيادة 20% بحد أقصى كل 3 أيام

مستمر من أول يوم

إعادة الاستهداف

20% من الميزانية من أول يوم، وبتكبر مع الجمهور: للي اتفرّج أو سجّل أو بدأ الدفع ومكمّلش، بالفيديو الشارح ورسائل الثقة

خطة الاختبار

الفايز بيتحسم بالاشتراك المدفوع، مش بالتسجيل

1 · البداية	«لأ.. مش كده» ضد الموقف المضحك، في كل إعلان لوحده	الأسبوع الأول، نص ونص من ميزانية كل إعلان	بعد 3,000 ظهور: نوقف الضعيفة بوضوح بس. والفايزة الأرخص في الاشتراك المدفوع
2 · الإعلان	حسام ضد ليلى في مصر، وسلطان ضد النسخ المصري في الخليج	الأسبوع التاني، بالتساوي جوه كل سوق	بعد 30 تسجيل: نوقف الأضعف بس. والفايز الأرخص في الاشتراك المدفوع
3 · السوق	مصر ضد الخليج، كل سوق قصاد سقفه لأن السعر مختلف	أسبوعين، والبداية 80/20	بعد 20 مشترك مدفوع في كل سوق: الأعلى في الربح (القيمة – التكلفة)
4 · الرسالة	سطر قبل الشعار: «الوقت» ضد «من غير تشتت» ضد «مش لوحدك»	الأسبوع التالت، على الإعلان الفايز	بعد 20 تسجيل إشارة أولى. والفايزة الأرخص في الاشتراك المدفوع

أول 3 ثواني والتسجيل إشارات مبكرة نوقف بيها الضعيف بس. الفايز هو الأرخص في الاشتراك المدفوع، وبين الأسواق الأعلى في الربح

التوقيت

نوفمبر 2026: قبل ذروة البحث في الخليج

20–28 نوفمبر	إجازة الخريف في مدارس السعودية (9 أيام): وقت فاضي أكتر، فنزوّد وزن الخليج لو التتبع والدفع هناك اتأكدوا
26–27 نوفمبر	مرتبات الحكومة السعودية الخميس 26 (لأن 27 جمعة)، والجمعة البيضاء 27: الإعلانات بتغلى، فنركز على إعادة الاستهداف من غير خصومات
ديسمبر لمارس	ذروة البحث عن «دورة ذكاء اصطناعي» في السعودية حسب بيانات Keyword Planner، فالإطلاق في نوفمبر بيسبقها
كل أسبوع	أي نسخة جديدة من الإعلانات بتنزل آخر يوم شغل: الخميس في مصر والسعودية، والجمعة في الإمارات

المصادر: التقويم الدراسي 1448 لوزارة التعليم · قاعدة صرف الرواتب الحكومية يوم 27 ميلادي مع ترحيل الإجازة

الجدول الزمني

5 أسابيع من التجهيز للقياس

7–1 نوفمبر
التجهيز

- بيكسل وCAPI وبانر الموافقة
- صفحة الهبوط وموافقة المؤسسين
- توليد الإعلانات من المختبر

14–8 نوفمبر
الإطلاق

- مصر 80% والخليج 20%
- اختبار البدايتين على أول 3 ثواني
- التحسين على التسجيل

21–15 نوفمبر
التوسيع

- أول مراجعة سبت بقواعد القرار
- الأرخص في الاشتراك المدفوع ياخد الميزانية
- زيادة 20% كل 3 أيام

30–22 نوفمبر
الخليج

- إجازة الخريف: وزن أكبر للخليج لو أثبت نفسه
- 26 مرتبات و27 الجمعة البيضاء
- تركيز على إعادة الاستهداف

ديسمبر
القياس والاستمرار

- قياس آخر الحملة
- قياس بعد 30 و90 يوم
- ذروة البحث من ديسمبر لمارس

المواعيد بتمشي مع الأرقام: لو الاختبار ماطلعش فايز واضح، الإطلاق بيتمد أسبوع قبل التوسيع

مسارات النمو

تلات مسارات، وكل مسار بيتقاس لوحده

1

اكتساب من بره

مين

ناس ماتعرفش إفهم في مصر والخليج

إزاي

الإعلانات التلاتة بالبدايتين

بنقيس

تكلفة المشترك المدفوع الجديد في كل سوق

2

ترقية الأعضاء الحاليين

مين

أعضاء المجتمع اللي مش على باقة مدفوعة أو اشتراكهم وقف، ومشتركين «هاوي» اللي عايزين يفتحوا كل الدروس مرة واحدة بـ«المحترف»

إزاي

رسائل جوه المنصة وإيميل، من غير صرف إعلاني

بنقيس

نسبة الترقية قصاد مجموعة ضابطة ماوصلهاش رسايل

3

تفعيل واحتفاظ

مين

المشتركين الجداد

إزاي

رحلة أول 14 يوم: أول درس، وأول نتيجة، وأول رد في المجتمع

بنقيس

بدأ أول درس، والتجديد بعد 30 و90 يوم

تكلفة المشترك في الإعلانات بتتحسب على مسار الاكتساب بس. الترقية والتجديد ليهم أرقامهم، عشان مانجمّلش نتيجة الحملة

أول 14 يوم بعد التسجيل

الإعلان بيوعد بساعة، وأول أسبوعين لازم يثبتوها

يوم 0

أول ساعة 25

رسالة ترحيب من محمد نجاتي، وأول درس في «الأساس — افهم الذكاء الاصطناعي»، وشارة «أول درس»

يوم 1 لـ3

أول نتيجة

الدرس اللي اتفتح بعد الأول يطبّقه على مهمة من شغله، وينشر النتيجة في «اعرض شغلك»

يوم 4 لـ7

أول رد

عضو قديم بيرد على منشوره، أو يسأل في «اسأل وتعلم». الرد هو اللي بيخلّيه يرجع

يوم 8 لـ10

المختبر

يجرّب أداة في مختبر الذكاء على مهمة من شغله

يوم 11 لـ13

الساعة اتحسبت

رسالة: «خلّصت كام مهمة أسرع الأسبوع ده؟» وهو اللي بيكتب الرقم

يوم 14

القرار

تذكير بالاشتراك من غير خصم ولا عرض: باللي عمله، وإن كل درس يخلّصه بيفتح اللي بعده

القياس

الرقم اللي بيحكم: تكلفة المشترك المدفوع

رحلة المشترك من أول ثانية لحد التجديد. كل خطوة ليها رقم، وأي خطوة بيقع فيها الناس هي اللي بنصلّحها الأول

1 **كمّل 3 ثواني** — البداية شدّته

2 **دخل الصفحة** — ضغط على الإعلان

3 **سجّل** — عمل حساب

4 **بدأ أول درس** — خلال 48 ساعة

5 **بدأ الدفع** — وصل لصفحة الدفع

6 **اشترك** — خلال 14 يوم

7 **جدّد** — وده اللي بيحدد الربح

نقيس 3 مرات

آخر الحملة، وبعد 30 يوم، وبعد 90 يوم لأول دفعة مشتركين قبل أي توسيع كبير

مرجع النقر

متوسط CTR لإعلانات التعليم 1.45% (WordStream، أمريكا) كاتجاه بس

مصدر واحد للأرقام

مانجمعش تحويلات ميتا وجوجل فوق بعض، ونراجعهم على سجل الدفع الداخلي

مرجع البداية

بنقارن نسبة إكمال أول 3 ثواني بمتوسط حساب إفهم نفسه، مش برقم عام

قواعد القرار

مراجعة كل سبت بنفس القواعد

الحالة	القرار
صرف ضعف تكلفة التسجيل المستهدفة ومجابش ولا تسجيل	نوقفه
أول 3 ثواني أو نسبة الضغط أقل من نص متوسط المجموعة بعد 3 أيام	نوقفه
تكلفة الاشتراك أعلى من السقف بأكتر من 20%، 3 أيام ورا بعض	الميزانية تروح للأرخص في الاشتراك
تكلفة الاشتراك أقل من السقف بـ20% أو أكتر، 3 أيام ورا بعض	نزوّد 20% كل 3 أيام
التكرار فوق 3 في الأسبوع للجمهور الجديد، مع نزول نسبة الضغط	نغيّر الستايل قبل الفكرة
أي مجموعة إعلانية لسه في مرحلة التعلم	مانلمسهاش 7 أيام

السقف = تكلفة المشترك المستهدفة
لكل سوق لوحده: هامش أول 3 شهور بعد التجديد = الهامش × (1 + التجديد + التجديد²). مثال افتراضي: هامش 10 دولار وتجديد 70% = حوالي 22 دولار، والسوق اللي سعره أعلى سقفه أعلى

تكلفة التسجيل المستهدفة
السقف × نسبة اللي بيشتركوا من المسجلين. أول أسبوعين بنحسبها من بيانات إفهم، وبعدها من الحملة نفسها

النموذج الحسابي

قبل الاختبار كله افتراض.. فبنحسبه بمعادلة مش بتوقّع

عدد المشتركين المتوقع

الميزانية ÷ تكلفة الألف ظهور × 1000 × نسبة النقر × نسبة التسجيل × نسبة الاشتراك

تكلفة المشترك (CAC)

الصرف ÷ عدد المشتركين المدفوعين، وكل سوق ليه سقف لوحده لأن سعره مختلف

الحملة بتكسب لما

تكلفة المشترك أقل من قيمته (LTV) = الهامش الشهري × شهور البقاء، وشهور البقاء = 1 ÷ (1 − نسبة التجديد)

المدخلات ومصدرها

الميزانية الكلية
إفهم بتحددها

تكلفة الألف ظهور
من الحملة. البداية: حوالي 2.9 دولار في مصر و6.5 في الإمارات

نسبة النقر
من الحملة. المرجع: 1.45% لإعلانات التعليم

نسبة التسجيل والاشتراك
من بيانات إفهم، وبعد أسبوعين من الحملة

سعر الاشتراك
باقتين: هاوي والمحترف، والسعر بيختلف حسب البلد

نسبة التجديد والهامش
من بيانات إفهم. الهامش = سعر الباقة − رسوم الدفع والضرايب وتكلفة الخدمة

مثال بأرقام افتراضية: هامش 10 دولار وتجديد 70%: المشترك بيفضل حوالي 3.3 شهر وقيمته حوالي 33 دولار

سيناريوهات الميزانية

3 مستويات للبداية، ونكبّر على حسب النتيجة

محدود

$500

التوزيع

مصر 400 · الخليج 100

بيختبر

البدايتين بس

لو المشترك كلّف 10 دولار

حوالي 50 مشترك

متوازن

$1,000

التوزيع

مصر 800 · الخليج 200

بيختبر

البدايات والإعلانات

لو المشترك كلّف 10 دولار

حوالي 100 مشترك

أوسع

$2,000

التوزيع

مصر 1,600 · الخليج 400

بيختبر

الاختبارات الأربعة كلها

لو المشترك كلّف 10 دولار

حوالي 200 مشترك

عدد المشتركين = الميزانية ÷ تكلفة المشترك. والربح بيتحدد بالتجديد: المشترك اللي بيفضل شهور أكتر بيرجّع تكلفته أضعاف

الـ10 دولار رقم افتراضي للتوضيح. الميزانية النهائية بتتحدد لما إفهم تحدد السقف

قبل الإطلاق

8 حاجات محتاجينها من إفهم قبل أول جنيه

قياس

Pixel وConversions API

من غير الاتنين ميتا مش هتعرف مين اشترك، والخوارزمية هتدوّر على الناس الغلط

صفحة

صفحة هبوط للحملة

نفس جملة «الساعة الـ25» ونفس الشخصيات، وزرار تسجيل واحد

بيانات

اختيار «إعلان»

نضيفه لسؤال «عرفت إفهم منين؟» عشان نعرف أثر الحملة الحقيقي

عملاء

بيانات المشتركين الحاليين

السن والبلد والوظيفة وسبب الاشتراك، عشان نبني الشبيه ونأكد تقسيم الجمهور

دفع

مدى وApple Pay

للسوق السعودي، لأن الكارت مش دايمًا الطريقة الأسهل هناك

خصوصية

بانر موافقة

مطلوب في السعودية قبل الاستهداف السلوكي

إذن

موافقة المؤسسين

على ظهور اسم محمد نجاتي في إعلانات صفحته وفي رسالة الترحيب

إثبات

قصة عضو حقيقي

مهمة كانت بتاخد وقت قبل التعلّم وبقت أقل بعده، بموافقته، للصفحة والفيديو الشارح

التشغيل والمخاطر

مين مسؤول عن إيه، ولو حاجة وقعت هنعمل إيه

المسؤوليات

الإعلانات والتقرير الأسبوعي
مدير الحملة

البيكسل وCAPI وتتبع الأحداث
فريق إفهم التقني

صفحة الهبوط وطرق الدفع
فريق إفهم

موافقة المحتوى قبل النشر
المؤسسين، خلال 48 ساعة

الخصوصية وبانر الموافقة
فريق إفهم، قبل الإطلاق

لو حصل.. هنعمل

إعلان اترفض
نعدّله حسب سبب الرفض ونستأنف، والبداية التانية جاهزة مكانه

النتايج ضعيفة بعد أسبوعين
نغيّر البداية، ثم الإعلان، ثم الجمهور، قبل ما نلمس الفكرة

التتبع وقف
نرجع للتحسين على التسجيل، ونراجع على سجل الدفع

تعليقات سلبية
رد خلال 24 ساعة بنصوص متفق عليها مع الفريق

زيارات كتير ومفيش دفع
نراجع صفحة الاشتراك وطرق الدفع وسرعتها على الموبايل قبل ما نلمس الإعلان

المراجعة: تقرير أرقام كل سبت، وأي قرار بيتاخد بقواعد القرار، مش بالإحساس

التصميمات والمقاسات

كل إعلان بمقاس كل منصة

المكان	المقاس	فيه إيه
ستوريز وريلز ميتا، وتيك توك، وسناب	1080×1920 (9:16)	التلات إعلانات فيديو ببدايتين، وصور ثابتة من كل إعلان
فيد فيسبوك وإنستجرام	1080×1350 (4:5)	نفس الإعلانات بقص للفيد
فيد ميتا وماسنجر	1080×1080 (1:1)	الشعار وصورة البطل من غير كلام كتير
جوجل (إعلانات متجاوبة)	1200×628 و1200×1200	صورة البطل والساعة، من غير أي كلام على الصورة
جوجل	1200×1200 و1200×300	لوجو «إفهم»
يوتيوب	1920×1080 و1920×1080	أول 6 ثواني من كل إعلان

المنطقة الآمنة للكلام في 9:16
من 250 لـ1250 بكسل من فوق، و90 بكسل من كل جنب، عشان الكلام مايتغطاش بأزرار المنصة

لكل إعلان
3 صور ثابتة مختلفة على الأقل، وكل نصوص الشاشة بتتركب في المونتاج كصور، مش متولدة جوه الصورة

الإنتاج

كل توليد ١٠٠٪ من مختبر إفهم

$50

تقدير التوليد قبل الإعادات للتلات إعلانات ببدايتينهم: 9 كروت شخصيات، و16 صورة ثابتة، و16 لقطة فيديو، والأصوات والموسيقى. وبالإعادات حوالي الضعف

سجل توليد فيه رقم كل عملية في المختبر وتكلفتها، دليل شرط الـ١٠٠٪

المونتاج بس هو اللي بره المختبر

الشخصيات خيالية، والموسيقى متولدة، ومفيش وشوش أو مزيكا عليها حقوق

كل توليدة متسجلة برقمها وتكلفتها.. عشان أي حد يشوف الطريقة مش بس النتيجة

الفيديو الشارح

دقيقتين بوشي وصوتي

0:15–0:00	**البداية**	وشي للكاميرا: «كام مرة كتبت للـAI لأ.. مش كده النهارده؟»
0:35–0:15	**المشكلة**	أرقام سلايد «ليه الوقت؟»: الناس بتستخدم AI ومش طالعة بنتيجة
0:55–0:35	**الفكرة**	«الساعة الـ25.. اتعلمها في إفهم وبتلقاها في يومك»، ورمز الساعة
1:25–0:55	**الإعلانات**	لقطات من التلات إعلانات: حسام وسلطان وليلى
1:45–1:25	**التنفيذ**	القنوات والميزانية والقياس: الرقم اللي بيحكم تكلفة المشترك
2:00–1:45	**الختام**	كل توليد من مختبر إفهم، و«ابدأ مع إفهم»

معايير تحدي حملة إفهم

كل معيار ليه رد واضح في الحملة

المعيار	الوزن	إزاي بنغطيه
البحث والجمهور	25	بيانات الأعضاء من غير نشر النسب، واستطلاعات المجتمع، والمنافسين بالدليل
الفكرة والرسالة	25	فكرة تخص إفهم بس: الساعة اللي بتكسبها من التعلّم، بلحظة إنسانية في أول 3 ثواني
الاستراتيجية والخطة	20	بيكسل وCAPI، وقواعد قرار كل سبت، وقياس 3 مرات، ونسخة خليجي بلهجة خليجية صح
التصميمات والفيديوهات	20	3 صور مختلفة على الأقل لكل إعلان، ومقاسات ميتا الصح، وصور جوجل نضيفة
الفيديو الشارح	10	بوشي وصوتي، من دقيقة لـ3، وبيشرح الحملة كلها

المصادر والتحقق

كل رقم ومصدره، وحالة التحقق منه

الرقم	المصدر	الحالة
44.9 و48.2 ساعة شغل في مصر	الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بيانات 2025	متراجع
73% و61% في الإمارات	استطلاع LinkedIn للإمارات، أغسطس 2025	متراجع
69% و36% في السعودية	PwC Hopes and Fears، الشرق الأوسط 2025	متراجع
وصول المنصات الإعلاني	DataReportal، تقارير 2026 لمصر والسعودية	متراجع
CPM في مصر والإمارات	AdAmigo، توقعات 2026	تقدير
توفير الوقت بالAI	الفيدرالي في سانت لويس، فبراير ونوفمبر 2025	متراجع
مواعيد نوفمبر 2026	وزارة التعليم السعودية وقاعدة صرف الرواتب	متراجع
أرقام البدائل المجانية	سدايا، ودبي للذكاء الاصطناعي، وITI، وإدراك	متراجع
معايير التحدي وأوزانها	ملف نتائج التحدي، أكتوبر 2026	متراجع
الكورسات وحجم المجتمع	لقطات من داخل منصة إفهم، 27 أكتوبر 2026	داخلي
بيانات الأعضاء ومخاوفهم	ملف التحدي واستطلاعات المجتمع	داخلي
حجم البحث وإعلانات المنافسين	Keyword Planner ومكتبة إعلانات ميتا	متراجع
تكلفة الإنتاج حوالي 50$	أسعار توليد سابقة	تقدير

الساعة الـ25

اتعلمها في إفهم وبتلقاها في يومك

ابدأ مع إفهم

مقترح شخصي، مش حملة رسمية من إفهم