

حوّل التفاعل إلى عميل

الدليل العملي لأتمتة إنستغرام
كيف تستخدم التعليقات والرسائل والقصص لبناء رحلة عميل تعمل تلقائياً؟



إعداد: إيفو لحلول التسويق
إصدار يوليو 2026

العميل الذي تفاعل مع محتواك لا تتركه يذهب
كل تعليق، أو رد على قصة، أو رسالة تصل إلى حسابك هي لحظة اهتمام.
لكن الاهتمام وحده لا يصنع مبيعات.
المشكلة أن كثيراً من الحسابات:

تتأخر في الرد.

ترسل إجابة عامة.

لا تجمع بيانات العميل.

لا تعرف من الجاد ومن المستفسر.

تفقد العميل بعد أول رسالة.

هنا يأتي دور الأتمتة.

فبدلاً من انتظار شخص ليرد يدوياً على كل تفاعل، تبدأ رحلة منظمة تساعد العميل في الوصول إلى المعلومة، وتساعد المنشأة في معرفة احتياجاته واتخاذ الإجراء المناسب.

لماذا أعددتنا هذا الدليل؟

أصبح إنستقرام بالنسبة إلى كثير من المنشآت أكثر من منصة لنشر الصور والفيديوهات.
إنه:

- ✓ نقطة اكتشاف للمشروع.
- ✓ قناة لبناء الثقة.
- ✓ مكان لطرح الأسئلة.
- ✓ وسيلة للحصول على العملاء.
- ✓ بداية لرحلة البيع.

لكن كلما ارتفع التفاعل، أصبح التعامل اليدوي مع كل تعليق ورسالة أكثر صعوبة.

لذلك أعددتنا هذا الدليل لمساعدتك على فهم:

- ما المقصود بأتمتة إنستقرام؟
- ما أنواع الأتمتة التي يمكنك استخدامها؟
- كيف تحوّل التعليق إلى محادثة؟
- كيف تجمع بيانات العميل؟
- كيف تبني رحلة مناسبة قبل تحويله إلى فريق المبيعات؟
- كيف تطبق ذلك باستخدام ManyChat أو أدوات مشابهة؟

هذا الدليل لا يشرح طريقة إرسال رد آلي فقط، بل يشرح كيف تبني رحلة عميل مصغرة داخل رسائل إنستقرام.

ماذا ستجد داخل الكتيب؟

- ✓ ما المقصود بأتمتة إنستقرام؟
- ✓ ماذا تستطيع الأتمتة أن تفعل؟
- ✓ مكونات أي أتمتة ناجحة.
- ✓ أنواع الأتمتة على إنستقرام.
- ✓ المتطلبات قبل البدء.
- ✓ تطبيق الأتمتة.
- ✓ بناء أتمتة التعليقات خطوة بخطوة.
- ✓ بناء أتمتة الكلمات المفتاحية.
- ✓ بناء أتمتة القصص.
- ✓ أتمتة الحملات الإعلانية.
- ✓ جمع بيانات العملاء وتصنيفهم.
- ✓ تحويل المحادثة إلى موظف حقيقي.
- ✓ نماذج جاهزة للرسائل.
- ✓ البدائل المشابهة لـ ManyChat.

ما هو الأوتوميشن؟

الأتمتة أو Automation هي إعداد مجموعة من الإجراءات التي تحدث تلقائياً بعد قيام المستخدم بتصرف محدد.

مثال:

يكتب المستخدم كلمة "الدليل" في التعليقات.

فيحدث تلقائياً:

- ✓ يصل إليه رد تحت التعليق.
- ✓ تصله رسالة خاصة.
- ✓ يضغط على زر للحصول على الدليل.
- ✓ يستلم الرابط.
- ✓ يُسأل عن احتياجه.
- ✓ يتم تصنيفه بحسب إجابته.
- ✓ يُحوّل إلى الموظف المناسب عند الحاجة.

هذا هو الفرق بين:

رد آلي بسيط

وبين:

رحلة عميل مؤتمتة.

هل الأتمتة بديل عن الموظف؟

لا.

الأتمتة الجيدة لا تحاول أن تجعل العميل يعتقد أنه يتحدث دائماً مع شخص حقيقي. دورها هو:

- ✓ الرد الفوري على الأسئلة المتكررة.
- ✓ إرسال الروابط والملفات.
- ✓ معرفة احتياج العميل.
- ✓ جمع المعلومات الأولية.
- ✓ تصنيف المحادثات.
- ✓ تحويل الحالات الجادة إلى الفريق.

أما الموظف، فيتدخل عندما يحتاج العميل إلى:

- ✓ استشارة.
- ✓ تسعير مخصص.
- ✓ حل مشكلة.
- ✓ تفاوض.
- ✓ قرار غير متكرر.
- ✓ تجربة إنسانية مباشرة.
- ✓ المعادلة الأفضل.
- ✓ الأتمتة تتولى التكرار.
- ✓ والفريق يتولى القرارات والعلاقات.

كل أتمتة تتكون من خمس مراحل

1. المحفز

هو التصرف الذي يبدأ الأتمتة.

مثل:

- تعليق على فيديو.
- إرسال كلمة في الرسائل.
- الرد على قصة.
- التفاعل مع إعلان.
- الضغط على رابط.
- ذكر الحساب في قصة.

2. الرسالة الأولى

أول رسالة يستلمها المستخدم.

يجب أن تكون:

- ✓ قصيرة.

- ✓ واضحة.
 - ✓ مرتبطة بما طلبه.
- تحتوي على إجراء واحد سهل.

3. التفاعل

مثل:

- ✓ الضغط على زر.
- ✓ اختيار إجابة.
- ✓ إرسال رقم الجوال.
- ✓ تحديد الخدمة المطلوبة.

4. الإجراء

مثل:

- ✓ إرسال ملف.
- ✓ فتح صفحة.
- ✓ تسجيل البيانات.
- ✓ إضافة تصنيف.
- ✓ إشعار الموظف.

5. الخطوة التالية

- هل يستمر العميل في رحلة تلقائية؟
- أم يتم تحويله إلى موظف؟
- أم ينتهي التدفق بعد حصوله على المعلومة؟

لماذا تستخدم الأتمتة؟

1. الرد في لحظة الاهتمام

عندما يعلّق المستخدم أو يرد على القصة، يكون اهتمامه في أعلى مستوياته.

الرد الفوري يساعد على استثمار هذه اللحظة قبل أن ينتقل إلى محتوى أو حساب آخر.

2. عدم فقدان التفاعلات

قد يصل الفيديو إلى عدد كبير من المستخدمين خلال ساعات قليلة، ويصبح الرد اليدوي على كل شخص صعباً.

3. تحويل المحتوى إلى أداة لجمع العملاء

بدلاً من أن ينتهي دور المحتوى عند المشاهدة والإعجاب، يصبح بداية لمحادثة.

4. تقليل الأسئلة المتكررة

مثل:

- كم السعر؟
- أين الموقع؟
- كيف أحجز؟

- كيف أحصل على العرض؟
- ما الخدمات المتوفرة؟

5. معرفة احتياج العميل قبل التواصل معه

عندما تصل المحادثة إلى الموظف، يمكن أن يعرف مسبقاً:

- الخدمة المطلوبة.
- المدينة.
- نوع المشروع.
- الموعد المتوقع.
- وسيلة التواصل المناسبة.

6. بناء بيانات يمكن الرجوع إليها

يمكن تسجيل بيانات العملاء وتصنيفهم بدلاً من بقائهم مجرد محادثات متفرقة داخل إنستغرام.

ما الذي تحتاج إليه قبل البدء؟

المتطلبات الأساسية

حساب إنستغرام احترافي

يجب أن يكون الحساب:

حساب أعمال Business.

أو حساب منشئ محتوى Creator.

الحسابات الشخصية لا يمكن ربطها بـ ManyChat.

صلاحيات صحيحة

يفضل أن يكون الحساب مرتبطاً بمحفظة أعمال في Meta، وأن يملك الشخص الذي ينفذ الربط الصلاحيات الكاملة.

الربط من خلال Meta هو الخيار الموصى به في ManyChat للحصول على الميزات الأحدث، بينما قد تكون بعض المزايا محدودة عند الربط المباشر عبر إنستغرام.

هدف واضح

قبل بناء الأتمتة، حدد ما الذي تريد من العميل أن يفعله:

- ✓ تحميل دليل.
- ✓ طلب عرض سعر.
- ✓ حجز موعد.
- ✓ زيارة المتجر.
- ✓ معرفة خدمة مناسبة.
- ✓ إرسال بياناته.
- ✓ التحدث مع موظف.

الأتمتة لا تعوّض ضعف المحتوى.

يجب أن يمنح المنشور المستخدم سبباً واضحاً للتعليق أو إرسال الرسالة.

أنواع الأتمتة على إنستقرام

أهم أنواع الأتمتة

1. التعليق إلى رسالة خاصة

يكتب المستخدم كلمة معينة في تعليق على منشور أو ريلز، فتصله رسالة خاصة تلقائياً.

2. الكلمات المفتاحية داخل الرسائل

يرسل المستخدم كلمة مثل:

- ✓ الأسعار.
- ✓ الحجز.
- ✓ الدليل.
- ✓ استشارة.

فتبدأ الرحلة المناسبة.

3. الرد على القصة

عندما يريد المستخدم على القصة بكلمة أو رمز، تبدأ أتمتة مخصصة.

4. ذكر الحساب في قصة

عندما يذكر المستخدم حسابك في قصته، تصله رسالة شكر أو إجراء مخصص.

5. الإعلان إلى المحادثة

يضغط المستخدم على إعلان إنستقرام، فتبدأ معه محادثة مؤتمتة.

6. الرد الافتراضي

عندما تصل رسالة لا تتطابق مع كلمة أو تدفق محدد، يستلم المستخدم قائمة تساعد على اختيار طلبه.

7. بدايات المحادثة

خيارات تظهر للمستخدم قبل أن يبدأ المحادثة، مثل:

- ✓ أريد معرفة الخدمات.
- ✓ أحتاج عرض سعر.
- ✓ لدي استفسار.
- ✓ أريد التحدث مع الفريق.

8. القائمة الرئيسية

قائمة ثابتة داخل الرسائل تتيح للمستخدم الوصول إلى الأقسام المهمة.

9. تعليقات البث المباشر

يمكن ربط كلمات معينة في تعليقات البث برسائل خاصة تلقائية.

10. رابط يبدأ الأتمتة

يمكن إنشاء رابط ينقل المستخدم إلى رسائل إنستقرام ويبدأ تدفقاً محدداً.

النوع الأول: التعليق إلى رسالة خاصة DM Comment

هذا النوع من أكثر الأنواع استخداماً في التسويق بالمحتوى.

كيف يعمل؟

تنشر فيديو يحتوي على دعوة مثل:

اكتب كلمة "الدليل" في التعليقات وسرسله لك في الخاص.

عندما يكتب المستخدم الكلمة:

- ✓ يظهر له رد تحت التعليق.
- ✓ تصله رسالة خاصة.
- ✓ يضغط على زر لتأكيد رغبته.
- ✓ يستلم الدليل أو الرابط.
- ✓ يمكن أن تبدأ بعد ذلك أسئلة التأهيل.

تتيح أتمتة تعليقات اختيار:

- ✓ منشور أو ريلز محدد.
- ✓ جميع المنشورات والريلز.
- ✓ المنشور أو الريلز التالي.
- ✓ كلمات معينة.
- ✓ أو أي تعليق.

كما يمكن إضافة ردود عامة متعددة يتم التبديل بينها لتبدو التفاعلات أكثر طبيعية.

متى تستخدمها؟

- ✓ توزيع كتيب أو ملف.
- ✓ إرسال قائمة أسعار.
- ✓ مشاركة كوبون.
- ✓ تقديم اختبار أو نموذج.
- ✓ إرسال رابط حجز.
- ✓ الحصول على طلبات عرض سعر.
- ✓ تسجيل المهتمين بخدمة.

لماذا تحتاج الرسالة الافتتاحية؟

لا ترسل الرابط مباشرة دائماً

عندما يكون المستخدم جديداً ويعلق على منشور، يمكن إرسال رسالة خاصة أولى له.

لكن إرسال الرسالة وحده لا يفتح تلقائياً نافذة المحادثة الكاملة.

تُفتح نافذة المحادثة عندما:

يرد المستخدم.

يضغط على زر عادي.

أو يضغط على إجابة سريعة.

بعد هذا التفاعل يصبح بالإمكان إرسال الرسائل التالية ضمن فترة التواصل المسموح بها.

النموذج الصحيح

الرسالة الأولى

مرحباً 🙌

جاهز نرسل لك دليل أئمتة إنستقرام؟

الزر: أرسل الدليل

بعد الضغط

تفضل، هذا رابط الدليل:

[الرابط]

وقبل ما تروج، وش أكثر شيء تفكر تطبقه؟

- ✓ إرسال ملفات من التعليقات.
- ✓ الرد على الاستفسارات.
- ✓ جمع بيانات العملاء.
- ✓ لست متأكدأ بعد.

بهذا لا يحصل المستخدم على الملف فقط، بل يدخل في رحلة تساعدك على معرفة اهتمامه.

النوع الثاني: الكلمات المفتاحية Keyword Automation

تبدأ الأئمتة عندما يرسل المستخدم كلمة أو عبارة معينة داخل الرسائل.

أمثلة:

- ✓ سعر.
- ✓ أسعار.
- ✓ الباقات.
- ✓ حجز.
- ✓ استشارة.
- ✓ موقع.
- ✓ مندوب.
- ✓ شكوى.

إعداد الكلمات المفتاحية من قسم Automation أو إضافتها مباشرة داخل التدفق، ثم ربطها بالرسالة أو الأئمتة المطلوبة.

مثال

يرسل المستخدم كلمة:

“استشارة”

فيستلم:

أهلاً بك، حتى نوجّهك للاستشارة المناسبة، اختر المجال:

- ✓ التسويق.
- ✓ المتجر الإلكتروني.
- ✓ الإعلانات.
- ✓ صناعة المحتوى.

بعد اختياره يمكن:

- ✓ إرسال رابط الحجز.
- ✓ جمع رقم التواصل.
- ✓ أو تحويله إلى الموظف المختص.

نصيحة

لا تعتمد على صيغة واحدة للكلمة.

أضف الصيغ المتوقعة مثل:

- ✓ سعر.
- ✓ السعر.
- ✓ أسعار.
- ✓ الاسعار.
- ✓ كم السعر.
- ✓ الباقية.
- ✓ الباقيات.

النوع الثالث: الرد على القصص Story Reply Automation

يمكن للأتمتة أن تبدأ عندما يرد المستخدم على قصة:

- ✓ بكلمة.
- ✓ برسالة.
- ✓ أو بتفاعل تعبيرية.

يمكن إعداد التدفق ليعمل على:

- ✓ جميع القصص.
- ✓ قصة محددة.
- ✓ أي رد أو تفاعل.
- ✓ كلمات أو تفاعلات محددة.

الرد المباشر أو التفاعل التعبيري على القصة يمكن أن يبدأ التدفق، بينما لا تعمل الأتمتة على الإعجاب بالقصة وحده. كما يمكن إضافة تأخير بسيط للرد لبدو أكثر طبيعية.

مثال تطبيقي

تنشر قصة تقول:

- ✓ هل تعرف أي أتمتة تناسب حسابك؟
- ✓ أرسل كلمة "اختبار".
- ✓ عندما يرسل المستخدم الكلمة:
- ✓ خلنا نعرف الخيار المناسب لك.
- ✓ ما الهدف الأهم من حسابك؟
- ✓ زيادة الطلبات.

- ✓ تنظيم الرسائل.
- ✓ جمع عملاء محتملين.
- ✓ تقديم خدمة أسرع.
- ✓ ثم يحصل على توصية بناءً على اختياره.

أتمتة ذكر الحساب والبث المباشر

ذكر الحساب في القصة
عندما يذكر أحد المستخدمين حسابك في قصته، يمكن إرسال رسالة مثل:

شكراً لمشاركتك تجربتك معنا ♥

يسعدنا جداً أن نكون جزءاً منها.

ويمكن بعدها:

طلب الإذن بإعادة نشر المحتوى.

إرسال كوبون.

إضافته إلى قائمة العملاء الداعمين.

توجيهه إلى برنامج إحالة.

تعمل أتمتة ذكر الحساب عندما تكون القصة منشورة من حساب عام.

تعليقات البث المباشر

يمكن دعوة المشاهدين أثناء البث إلى كتابة كلمة معينة.

مثال:

اكتب "القائمة" في التعليقات وسنرسل لك قائمة الخدمات.

بعدها تصل الرسالة الخاصة تلقائياً.

تشغيل أتمتة الرسائل من تعليقات بث إنستقرام المباشر.

أتمتة المتابعين الجدد Follow to DM

تتيح هذه الميزة إرسال رسالة ترحيبية للمتابع الجديد.

مثال:

أهلاً بك في حساب إيفو 🙌

هنا نشارك أدوات وأفكار تساعد المنشآت على تطوير حضورها الرقمي.

ما أكثر موضوع يهمك؟

المحتوى.

الإعلانات.

إدارة الحساب.

المتاجر الإلكترونية.

انتبه

الرسالة الترحيبية لا يجب أن تبدأ بعرض مباشر أو ضغط بيعي.

ابدأ بـ:

تقديم فائدة.

معرفة الاهتمام.

توجيه المتابع إلى أفضل محتوى.

منحه خيار التحكم في المحادثة.

أتمتة الإعلانات

من الإعلان إلى محادثة مؤهلة

بدلاً من أن يضغط المستخدم على الإعلان ويصل إلى رسالة فارغة. يمكن أن تبدأ معه رحلة مجهزة مسبقاً.

مثال

يشاهد المستخدم إعلاناً لخدمة إدارة إنستغرام.

بعد الضغط تظهر له رسالة:

أهلاً بك 🙌

حتى نعرض لك الحل الأقرب لاحتياجك، ما نوع حسابك؟

- ✓ متجر إلكتروني.
- ✓ شركة خدمات.
- ✓ مطعم أو مقهى.
- ✓ حساب شخصي أو مهني.

ثم يُسأل:

✓ ما أكبر تحدٍ تواجهه حالياً؟

وبعد الإجابة:

- ✓ يظهر له الحل المناسب.
- ✓ يتم تسجيل بياناته.
- ✓ ينتقل إلى موظف المبيعات.

الرد الافتراضي وبدايات المحادثة

هو الرسالة التي تظهر عندما يرسل المستخدم طلباً لا يتطابق مع أتمتة محددة.

نموذج جاهز

أهلاً بك في إيفو 🙌

حتى نساعدك بشكل أسرع، اختر طلبك:

التعرف على الخدمات.

الحصول على عرض سعر.

حجز استشارة.

التحدث مع الفريق.

بدايات المحادثة

هي خيارات تظهر للمستخدم قبل أن يكتب أول رسالة.

يمكن استخدامها لتقليل التردد ومساعدته على بدء الحوار.

خيارات مقترحة

ما الخدمة المناسبة لمشروعي؟

أريد معرفة الباقات.

أحتاج تطوير حساب إنستقرام.

لدي سؤال آخر.

القائمة الرئيسية

يمكن إضافة قائمة داخل رسائل إنستقرام تحتوي على أهم المسارات، وربط كل عنصر بأتمتة مختلفة.

رحلة العميل المقترحة

لا تبين رسالة منفردة، بل ابن رحلة

المرحلة الأولى: جذب التفاعل

المحتوى:

اكتب كلمة "أتمتة" وسرسل لك دليلاً عملياً.

المرحلة الثانية: فتح المحادثة

- الرسالة:
- جاهز نرسل لك الدليل؟
- الزر:
- نعم، أرسله

المرحلة الثالثة: تقديم القيمة

تفضل، هذا رابط الدليل.

المرحلة الرابعة: معرفة الاحتياج

- ما أكثر شيء ترغب في تطبيقه؟
- الرد على التعليقات.
- تنظيم الاستفسارات.
- جمع بيانات العملاء.
- أتمتة الإعلانات.

المرحلة الخامسة: التأهيل

- هل تريد تطبيق الأتمتة بنفسك أم تحتاج إلى تجهيزها لحسابك؟
- سأطبقها بنفسي.
- أحتاج إلى تنفيذها.
- أحتاج إلى استشارة أولاً.

المرحلة السادسة: الإجراء

- بناءً على الاختيار:
- إرسال شرح إضافي.
- طلب بيانات التواصل.
- فتح رابط الحجز.
- تحويل المحادثة إلى الفريق.

ربط الأتمتة بالأنظمة الأخرى

يمكن أن تكون إنستغرام بداية لنظام أكبر

بعد جمع البيانات يمكن إرسالها إلى:

نظام إدارة العملاء CRM.

البريد الإلكتروني.

Slack.

Google Sheets.

منصة حجوزات.

متجر إلكتروني.

نظام داخلي.

فريق المبيعات.

مثال باستخدام Make

يمكن عملياً استخدام External Request لإرسال البيانات إلى Webhook داخل Make، ثم يقوم Make بـ:

استقبال البيانات.

إضافتها إلى Google Sheets.

إنشاء مهمة للموظف.

إرسال تنبيه.

تحديث نظام CRM.

حفظ نسخة داخل قاعدة البيانات.

هذه مرحلة متقدمة، ويجب حمايتها جيداً وعدم مشاركة مفاتيح API أو روابط Webhook مع أشخاص غير مخولين.

متى تتحول المحادثة إلى موظف؟

ضع شروطاً واضحة للتحويل البشري

حوّل المحادثة عندما:

- يطلب المستخدم التحدث مع شخص.
- يرسل شكوي.
- يطلب سعراً مخصصاً.
- يجيب عن أسئلة التأهيل.
- يذكر أن موعد البدء قريب.
- يرسل رقم التواصل.
- لا يفهم الخيارات.
- يطرح سؤالاً غير موجود في التدفق.
- يستخدم كلمات تدل على الغضب أو عدم الرضا.

رسالة التحويل

وصلت فكرتك.

سأحوّل المحادثة إلى أحد أعضاء الفريق لمساعدتك بشكل أدق.

ماذا يرى الموظف؟

قبل بدء الحديث، يجب أن يجد:

- مصدر المحادثة.
- إجابات المستخدم.
- الخدمة المطلوبة.
- بيانات التواصل.
- المرحلة الحالية.

أخطاء تجعل الأتمتة ضعيفة

1. إرسال رسالة طويلة من البداية

المستخدم لا يريد قراءة صفحة كاملة داخل الرسائل.

اجعل كل رسالة تؤدي مهمة واحدة.

2. طرح أسئلة كثيرة دفعة واحدة

بدلاً من:

أرسل اسمك ورقمك ومدينتك وخدمتك وميزانيتك وموعدك.

- اطرح سؤالاً واحداً في كل خطوة.
3. عدم تقديم القيمة التي وُعد بها المستخدم إذا وعدته بدليل، أرسل الدليل أولاً.
- لا تحوّل الرحلة إلى تحقيق طويل قبل تسليم المطلوب.
4. عدم وجود خيار للتحدث مع شخص ضع دائماً خياراً مثل: التحدث مع الفريق
5. إرسال روابط بلا سياق وضح للمستخدم:

- ماذا سيفتح الرابط؟
- لماذا يحتاج إليه؟
- ما الخطوة التالية؟

6. تشغيل الأتمتة دون اختبار:
اختبر:

- الكلمات.
- الأزرار.
- الروابط.
- الحقول.
- التصنيفات.
- التحويل إلى الموظف.

7. استخدام أتمتة واحدة لكل الحساب كل هدف يحتاج إلى رحلة مختلفة.

رحلة تحميل ملف ليست مثل رحلة عرض السعر أو الشكوى.

كيف تكتب رسائل أتمتة جيدة؟

اجعل الرسائل قصيرة بدلاً من:
نشرك على تواصلك معنا ويسعدنا أن نقدم لك مجموعة متنوعة من الخدمات والحلول المتكاملة التي تساعدك على...
اكتب:

أهلاً بك 🙌
ما الخدمة التي تبحث عنها؟
استخدم لغة طبيعية
لا تجعل الرسائل آلية أكثر من اللازم.
استخدم عبارات مثل:
خلنا نبدأ.
ممتاز.
وصلت فكرتك.
اختر الأقرب لك.
تفضل.
بقي سؤال واحد.

سأحوّلك للفريق.
اجعل كل رسالة تحتوي على قرار واحد
ليس من الضروري عرض كل الخدمات في كل خطوة.
اشرح للمستخدم لماذا تطلب المعلومة
بدلاً من:
أدخل مدينتك.
اكتب:
حتى نعرف إمكانية تقديم الخدمة في منطقتك، في أي مدينة يقع المشروع؟

مكتبة رسائل جاهزة

رسالة افتتاحية

أهلاً بك 🙌

يسعدنا نساعدك. اختر طلبك حتى نوجّهك بشكل أسرع.

رسالة إرسال ملف

تفضل، هذا هو الملف الذي طلبته:

[الرابط]

سؤال معرفة الاحتياج

ما الهدف الأهم بالنسبة لك حالياً؟

طلب رقم التواصل

حتى يكمل الفريق معك التفاصيل، اكتب رقم التواصل المناسب.

التحويل إلى موظف

تم تسجيل طلبك.

سأحوّل المحادثة الآن إلى الفريق المختص.

خارج أوقات العمل

وصلت رسالتك بنجاح.

فريقنا غير متاح حالياً، وسنراجع طلبك خلال أوقات العمل.

تستطيع في الوقت الحالي اختيار الخدمة المطلوبة وإرسال التفاصيل.

عدم فهم الرسالة

لم أتمكن من تحديد طلبك بدقة.

اختر أحد الخيارات التالية، أو اضغط "التحدث مع الفريق".

إنهاء الرحلة

نتمنى أن تكون المعلومة مفيدة لك ❤️

تستطيع العودة إلى هذه المحادثة في أي وقت.

بدائل ManyChat

1. Meta Business Suite

مناسب للردود الأساسية مثل:

الرد الفوري.

رسالة خارج أوقات العمل.

الأسئلة المتكررة.

تنظيم رسائل إنستغرام وفيسبوك.

توفر Meta Business Suite إعداد ردود مؤتمتة لإدارة الرسائل الواردة عبر إنستغرام وفيسبوك وواتساب.

يناسبك عندما:

تحتاج إلى ردود بسيطة دون بناء رحلة تسويقية متقدمة.

2. Chatfuel

يوفر ربط حساب إنستقرام الاحترافي وأتمتة الرسائل، ويطبق قيود إنستقرام نفسها فيما يتعلق بإرسال رسالة أولى بعد التعليق وانتظار رد المستخدم قبل إرسال رسائل إضافية.

يناسبك عندما:

تبحث عن الأتمتة مع استخدام أكبر للردود المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

3. Respond.io

يوفر:

صندوق محادثات للفريق.

أتمتة سير العمل.

إدارة عدة قنوات.

رسائل خاصة تلقائية من تعليقات المنشورات والريلز والإعلانات والبث المباشر.

يناسبك عندما:

تدير حجماً كبيراً من المحادثات وتحتاج إلى توزيعها على فريق ومتابعتها عبر أكثر من قناة.

4. SleekFlow

يدعم:

ربط حسابات إنستقرام للأعمال.

إدارة الرسائل.

الردود التلقائية من التعليقات.

بناء تدفقات عمل.

إدارة قنوات متعددة.

يناسبك عندما:

تحتاج إلى نظام محادثات متعدد القنوات مع عمليات مبيعات وخدمة عملاء.

كيف تختار المنصة المناسبة؟

اختر Meta Business Suite عندما:

- ✓ تحتاج إلى ردود أساسية.
- ✓ حجم الرسائل قليل.
- ✓ لا تحتاج إلى فروع وأسئلة وتأهيل.
- ✓ تريد البدء بأقل تعقيد ممكن.
- ✓ اختر ManyChat عندما:
- ✓ يعتمد التسويق لديك على إنستقرام.
- ✓ تريد تحويل التعليقات إلى رسائل.
- ✓ تريد توزيع ملفات وروابط.
- ✓ تحتاج إلى تدفقات تسويقية مرئية.
- ✓ تريد جمع بيانات وتصنيف العملاء.
- ✓ تحتاج إلى ربط الحملات بالمحادثات.

اختر Respond.io أو SleekFlow عندما:

- ✓ لديك فريق مبيعات أو خدمة عملاء.
- ✓ تدير أكثر من قناة.
- ✓ تحتاج إلى توزيع المحادثات.
- ✓ تحتاج إلى تقارير ومتابعة متقدمة.
- ✓ ترغب في ربط التواصل بمراحل العميل.
- ✓ اختر Chatfuel عندما:

- ✓ ترغب في دمج المحادثات مع مساعد ذكي.
- ✓ تحتاج إلى إعداد قاعدة معرفة وأسئلة متكررة.
- ✓ تفضل أسلوب الأتمتة المعتمد على المهام والذكاء الاصطناعي.

تذكر

المنصة ليست أهم جزء.

الأهم هو:

- ✓ المحفّز الصحيح.
- ✓ الرسالة المناسبة.
- ✓ الرحلة القصيرة.
- ✓ جمع المعلومات المهمة.
- ✓ التحويل في الوقت المناسب.

أسئلة شائعة

- هل استخدام الأتمتة آمن؟
استخدم أدوات تعمل من خلال واجهات Meta الرسمية، والتزم بقواعد الرسائل وعدم الإزعاج، وراجع الصلاحيات بشكل دوري.
- هل أحتاج إلى معرفة برمجية؟
الأتمتة الأساسية لا تحتاج إلى برمجة.
أما الربط المتقدم مع أنظمة مخصصة فقد يحتاج إلى Webhooks أو API.
- هل أستطيع إرسال رسالة لأي متابع؟
لا تتعامل مع الأتمتة كأداة لإرسال رسائل جماعية عشوائية.
يجب أن تبدأ المحادثة من تفاعل أو إذن واضح من المستخدم، مع الالتزام بفترة الرسائل المسموحة.
- هل يمكن للأتمتة الرد على جميع أسئلة العملاء؟
يمكنها التعامل مع الأسئلة المتكررة والمسارات المعروفة.
لكن الحالات المعقدة أو الحساسة يجب تحويلها إلى شخص حقيقي.
- هل الأفضل استخدام الأزرار أم الكتابة؟
الأزرار أفضل عندما تكون الخيارات محددة.
أما الكتابة فتناسب الأسئلة المفتوحة، مثل وصف المشروع أو توضيح المشكلة.
- هل أرسل الملف قبل جمع البيانات؟
نعم، عندما يكون المستخدم قد تفاعل للحصول على الملف، أوف بوعدك أولاً، ثم اطرح سؤالاً بسيطاً لمعرفة احتياجه.
كم سؤالاً أضع في الرحلة؟
استخدم أقل عدد من الأسئلة التي تكفي لاتخاذ الإجراء التالي.
كل سؤال إضافي قد يقلل نسبة إكمال الرحلة.

الخاتمة

الأتمتة ليست مجرد رد آلي
الأتمتة الحقيقية تبدأ عندما تعرف:

- ✓ لماذا تواصل المستخدم؟
- ✓ ما المعلومة التي يحتاجها؟
- ✓ ما البيانات التي تحتاج إليها؟
- ✓ ما الخطوة التالية المناسبة؟
- ✓ متى يجب أن يتدخل فريقك؟

عندها يتحول إنستقرام من حساب ينشر المحتوى وينتظر الرسائل، إلى نظام يساعدك على:

- ✓ جذب الاهتمام.
- ✓ بدء المحادثات.
- ✓ تقديم القيمة.
- ✓ معرفة احتياج العملاء.
- ✓ تنظيم الفرص.
- ✓ ودعم المبيعات.
- لا تجعل التفاعل ينتهي عند التعليق
- أبدأ برحلة واحدة بسيطة.
- ✓ اختبرها.
- ✓ راقب نتائجها.
- ✓ ثم طورها بناءً على سلوك عملائك الحقيقي.

هل تريد تطبيق الأتمتة على حسابك؟

في إيغو لا نبدأ باختيار الأداة فقط.
نبدأ بفهم:

- ✓ محتوى الحساب.
- ✓ رحلة العميل.
- ✓ الأسئلة المتكررة.
- ✓ آلية استقبال الطلبات.
- ✓ دور فريق المبيعات.
- ✓ البيانات التي يحتاجها المشروع.
- ثم نبنى أتمتة مرتبطة بهدف واضح، بداية من التفاعل وحتى الإجراء التالي.
- خدمات أتمتة إنستقرام من إيغو
- ✓ دراسة رحلة العميل.
- ✓ اختيار الأتمتة المناسبة.
- ✓ كتابة الرسائل والتدفقات.
- ✓ ربط حساب إنستقرام.
- ✓ تجهيز الكلمات والمحفزات.
- ✓ ربط البيانات بالأنظمة المناسبة.
- ✓ اختبار الرحلة.
- ✓ تدريب الفريق على الاستخدام.
- ✓ المتابعة والتحسين.
- أبدأ بتحويل تفاعل حسابك إلى رحلة عميل منظمة.
- إيغو لحلول التسويق
- التسويق لا يبدأ من النشر... بل مما يحدث بعد التفاعل.