

خريطة رحلة الشراء (The Customer Journey Map)

(تُطبع هذه الورقة لتكون المرجع النهائي لمشتري الوسائط Media Buyer ومصمم الموقع UI/UX)

اسم المشروع/الحملة:

1. نقطة الدخول والخطاف (The Entry Point & Hook):

(التعليمات: من أين سيأتي العميل؟ وما هو أول شيء سيراه ليلفت انتباهه ويجعله يضغط؟ إعلان فيديو على تيك توك؟ بوست على فيسبوك؟ بحث على جوجل؟)

المصدر والخطاف:

2. محطة الهبوط (The Landing Experience):

(التعليمات: أين سيذهب بعد الضغط على الإعلان؟ إياك وتوجيهه للصفحة الرئيسية للموقع! يجب أن يهبط على "صفحة هبوط مخصصة" (Landing Page) أو واجهة محادثة مباشرة (WhatsApp). ماذا سيرى هناك في أول ٣ ثوانٍ؟)

محطة الهبوط:

3. نقطة التحويل (The Conversion Point - إزالة الاحتكاك):

(التعليمات: ما هو الإجراء المطلوب منه بالضبط؟ (شراء مباشر، تعبئة نموذج، حجز موعد). كم "نقرة" يحتاج لإتمام هذا الإجراء؟ وكيف سنجعلها أسهل خطوة في يومه؟)

الآلية السلسلة:

4. ما بعد الضغط الأخيرة (Post-Conversion & Fulfillment):

(التعليمات: ماذا يحدث فوراً بعد أن يدفع أو يسجل بياناته؟ هل يُترك في فراغ يثير الشك؟ أم تصله رسالة طمأنة فورية؟ وكيف سيستلم الخدمة/المنتج الفعلي؟)

العمليات التشغيلية: