

# وثيقة العميل المستهدف (The Persona / ICP Sheet)

(تُطبع وتوضع أمام فريق المحتوى لضمان توجيه الرسالة لشخص واحد بعينه)

اسم الشريحة المستهدفة: .....

الاسم الرمزي للشخصية (Persona Name): .....

## 1. الملامح الأساسية (Demographics):

(التعليمات: من هو؟ كم عمره؟ حالته الاجتماعية؟ مستوى دخله؟ وظيفته؟)

التفاصيل: .....

## 2. الألم الأكبر (The Core Pain):

(التعليمات: ما هو الكابوس الذي يزعجه ويجعله يبحث عن منتجك؟ ما هو الإحباط اليومي الذي يعاني منه ويريد التخلص منه فوراً؟) اكتب اسماً واحداً فقط.

الألم هو: .....

## 3. الدافع الخفي للقرار (The Hidden Motivator):

(التعليمات: الناس لا تشتري المواصفات، بل تشتري المشاعر. ما الذي يبحث عنه حقاً تحت السطح؟ مثل: الأمان لعائلته؟ توفير وقته؟ الواجهة الاجتماعية والبرستيج؟ التخلص من التوتر؟)

الدافع الخفي: .....

## 4. موانع واعتراضات الشراء (Buying Objections):

(التعليمات: عندما يقرأ إعلانك، ما هي الحجج التي سيقولها لنفسه لكي لا يدفع لك؟ السعر؟ الخوف من تعقيد الاستخدام؟ عدم الثقة في التوصيل؟ يجب أن نعرفها لنرد عليها داخل الإعلان نفسه).

الاعتراضات الرئيسية: .....

## 5. أين نجدّه؟ (Watering Holes / Info Sources):

(التعليمات: أين يقضي وقته على الإنترنت؟ من هم المؤثرون الذين يتابعهم؟ هل يبحث في جوجل أم يسأل في جروبات الفيسبوك أم يتصفح تيك توك؟)

أماكن تواجده: .....