

دليل استشاري للتاجر —



إزاي تبيع أكثر أونلاين في مصر

دي مش نصايح شحن، دي خلاصة اللي بنشوفه كل يوم مع مئات التجار: إزاي تبني براند العملاء تثق فيه، تتعامل مع اعتراض "لازم أقيس الأول"، وتحل مشكلة إن الشحن أغلى من المنتج.



الشحن الغالي



مشكلة المقاس



بناء الثقة



التوسع الجغرافي



الدفع المسبق



ربحك الحقيقي



أدوات AI



بلاش حرب أسعار



المواسم



القاعدة الأساسية: العميل المصري مش بيرفض المنتج، هو بيرفض **المخاطرة**. كل نصيحة في الدليل ده هدفها واحد: تقلل إحساس العميل إنه ممكن يخسر فلوسه أو وقته.

الثقة = معدل تحويل أعلى

🏆 أولاً: إزاي تبني براند العملاء تثق فيه

الثقة مش لوجو حلو. الثقة مجموعة إشارات العميل بيقرأها في أول ٣٠ ثانية على صفحتك:

📄 سياسات واضحة ومكتوبة

الاستبدال، الاسترجاع، مدة التوصيل، ومصاريف الشحن. مكتوبة في صفحة ثابتة، مش في رد على كومنت.

📸 صور حقيقية مش صور مسروقة

صور من تصويرك انت، بخلفية ثابتة وإضاءة واحدة. لو العميل لقي نفس الصورة عند ٥ صفحات تانية، ثقته بتقع فوراً.

⭐ آراء عملاء حقيقية

صور من شاشة محادثات العملاء، وصور المنتج عليهم. محتوى العملاء (UGC) أقوى من أي إعلان مدفوع.

⚡ سرعة الرد

الرد خلال ١٥ دقيقة يرفع فرصة الشراء بشكل كبير. حط ردود جاهزة على الواتساب للأسئلة المتكررة.

📦 تجربة ما بعد الشراء

رسالة تأكيد، رابط تتبع، وكارت شكر جوه الأوردر. العميل اللي عرف شحنته فين مش بيتصل يشتكي.

📱 هوية ثابتة

نفس اللوجو، نفس الألوان، نفس أسلوب الكلام على مواقع التواصل والموقع والتغليف. التكرار هو اللي يمتنع الذاكرة.

💡 نصيحة مدير الحساب: أسهل مكسب سريع للثقة هو التغليف. كرتونة نظيفة وملصق بالبراند بتاعك بيخلي العميل يصوّر الأوردر وينشره. وده إعلان مجاني بيجيبك عملاء جداد.

أكثر سبب للمرتجعات

ثانياً: "لازم أقيس الأول" وشركات الشحن ما بتسمحش

الحقيقة الي لازم تفهموها: المندوب مش مسموح له يفتح الشحنة أو يستي العميل يقيس. ده مش تعنت، ده لأن المندوب معاه ٤٠ شحنة تانية في اليوم، ولأن فتح الشحنة معناه مفيش إثبات لحالة المنتج بعد كده. فالحل مش إنك تقنع شركة الشحن، الحل إنك تلغي الحاجة للقياس من الأساس.

اعمل زي كده

نموذج جدول المقاسات على صفحة المنتج

المقاس	العرض	الطول
S	46	71
M	51	74
L	56	76
XL	61	79
2XL	66	81

كل المقاسات بالسنتيمتر



مهم: استخدم السنتيمتر مش البوصة، وقيس القطعة نفسها مسطحة على الترابيزة عشان الأرقام تبقى مطابقة لبضاعتك انت مش لجدول منقول من الإنترنت.

الاستراتيجية: انقل القياس من لحظة التسليم إلى ما قبل الأورد

بيانات الموديل

"الموديل طوله ١٧٥ ووزنه ٧٠ ولايس مقاس L". السطر ده لوحده بيحل نص أسئلة المقاس.

"قيس قطعة عندك"

عَلَم العميل يقيس تيشيرت لابسه ومرتاح فيه ويقارن بالأرقام. أسهل بكثير من إنه يقيس جسمه بالمتز.

جدول مقاسات بالسنتيمتر

مش S و M و L. اكتب الصدر والوسط والطول والكم بالسنتيمتر لكل مقاس. ده بيقلل الرفض بشكل ملحوظ.

استبدال بدل القياس

"استبدل المقاس خلال ١٤ يوم". ده بيثيل الخوف تماماً، وتكلفته أقل بكثير من مرجع كامل.

مستشار مقاس قبل التأكد

في مكالمة التأكد اسأل: طولك ووزنك ولايس عادة مقاس كام. ورشح انت. المسؤولية بقت عليك، والعميل ارتاح.

فيديو ١٥ ثانية للمنتج

القطعة وهي متلبسة وبتتحرك، ولقطعة قريبة للخامة. الفيديو بيعوّض إحساس اللمس والقياس.

نموذج الرد على "لزام أقيس قدام المندوب"

رد بيقفل الأوردر

"عشان مانضيعش وقتك، قوللي طولك ووزنك وأنا أحدد المقاس المضبوط. ولو جه مش مضبوط، تستبدله خلال ١٤ يوم من غير أي رسوم"

رد بيخسرك الأوردر

"للأسف مفيش قياس، ده نظام شركة الشحن"

ليه ده بيشتغل؟ انت مانفيتش القياس، انت استبدلته بضمن. العميل خايف يدفع ويطلع غلط، مش خايف من عدم القياس نفسه.

إيه اللي تعمله على الموقع نفسه

١ زرار "دليل المقاسات" جنب الاختيار

يفتح نافذة بجدول الستيمتر، مش صفحة منفصلة العميل يسيب المنتج عشانها

٢ سؤالين يحددوا المقاس

الطول والوزن، والموقع يقترح المقاس تلقائياً. أبسط أداة وأعلى تأثير

٣ ملاحظة اتساع القطعة تحت كل منتج

"بيجي واسع شوية، لو بين مقاسين اختار الأصغر". اجمعها من ملاحظات العملاء

٤ تأكيد المقاس في الشيك أوت

خانة صغيرة "أنا متأكد من المقاس" بتقلل التردد وبتحميك في أي نزاع

٥ سياسة الاستبدال ظاهرة عند زرار الشراء

سطر واحد: "استبدال مجاني خلال ١٤ يوم". مكانه مهم زي محتواه

٦ أسأل بعد التسليم

رسالة واحدة: "المقاس جه مضبوط؟" وحوّل الإجابات لتحسين الجدول

مشكلة متوسط قيمة الأوردر

ثالثاً: "الشحن غالي بالنسبة لسعر المنتج"

لو بتبيع منتج بـ ١٥٠ جنيه وشحنه ٧٠ جنيه، المشكلة مش في سعر الشحن. المشكلة إن **متوسط الأوردر بتاعك صغير**. تكلفة توصيل الأوردر تقريباً ثابتة سواء كان فيه قطعة أو أربعة، فمهمتك إنك تكبّر الأوردر مش إنك تصغر الشحن.

باندلز بدل القطعة الواحدة

"٣ قطع بـ ٣٩٩ والشحن علينا"، الباندل بيرفع الأوردر ويقلل نسبة الشحن من قيمته في نفس الوقت.

حد أدنى للشحن المجاني

حطه أعلى من متوسط الأوردر الحالي بـ ٣٠٪ تقريباً. لو متوسطك ٢٠٠، خلي الشحن مجاني فوق ٢٧٠. العميل هيضيف قطعة عشان يوفر الشحن.

شحن مجاني للدفع المسبق

اللي بيدفع أونلاين نادراً بيرفض الاستلام. اخصم الشحن ليه، هتكسب مرتجعات أقل وكاش أسرع.

ادمج الشحن في السعر

١٥٠ + ٧٠ شحن بيتقرا غالي. ٢٠٥ شامل الشحن بيتقرا أرخص. نفس الفلوس، إحساس مختلف تماماً.

اعرض الشحن من البداية

أسوأ حاجة إن العميل يكتشف الشحن في آخر خطوة. اكتبه في صفحة المنتج، الصدمة في الشيك أوت بتضيع السلة.

+ اقتراح قبل الشيك أوت

"باقي ٤٥ جنيه والشحن يبقى مجاني" مع منتجين صغيرين مقترحين. أعلى أداة لرفع متوسط الأوردر.

نفس العميل، ثلاث طرق عرض

الأفضل

٣ قطع بـ ٣٩٩ ج
والشحن مجاني
ربحك أعلى والشحن مرة واحدة

أحسن

٢٠٥ ج
شامل الشحن
مفيش مفاجآت

الأسوأ

١٥٠ ج
+ ٧٠ ج شحن
الشحن ٤٧٪ من المنتج



🧠 نصائح سريعة من مدير حسابك

📧 العميل القديم أرخص من الجديد

كوبون للعميل الي اشترى قبل كده أرخص بكثير من إعلان يجيبلك عميل جديد. اعمل قائمة أرقام عملائك واستخدمها.

📦 أكد كل أوردر قبل الشحن

مكالمة أو رسالة واتساب واحدة قبل إنشاء الشحنة بتقلل المرتجعات بشكل كبير. الأوردر غير المؤكد هو أعلى أوردر عندك.

📊 راجع مناطق المرتجعات

لو منطقة معينة مرتجعاتها عالية، اطلب دفع مسبق منها أو أكد أوردراتها مرتين. البيانات دي متاحة في البورتال.

🇸🇦 اعرف أرقامك الأربعة

متوسط الأوردر، نسبة المرتجع، تكلفة اكتساب العميل، وهامش الربح. أي قرار من غير الأربعة دول هو تخمين.

🕒 الكاش سايكل جزء من استراتيجيتك

كل ما فلوسك ترجعلك أسرع، كل ما قدرت تشتري بضاعة أكثر وتصرف على إعلانات أكثر. حدد الكاش سايكل بنفسك من البورتال.

👉 اكتب وصف يبيع مش يوصف

الخامة، الاستخدام، وإيه اللي يميزه عن الأرخص منه. "قطن ١٠٠%" أضعف من "قطن مايكشّرش بعد الغسيل".

أهم قسم في الدليل

رابعاً: ربحك الحقيقي على الأورد

أغلب التجار يحسبوا الربح على الأورد الناجح وبنسوا إن **المرتجع مبرجعش بفلوسه**. الأورد اللي رجع دفعت فيه شحن ذهاب وعودة وتكلفة إعلان، وخرجت منه بصفر إيراد، لما تحسب صح هتلاقي إن تقليل المرتجع أرخص طريقة لزيادة أرباحك.

مثال عملي: ١٠ أوردرات، اتنين رجعوا

الحساب الصح (على الـ ١٠ أوردرات)

ربح ٨ أوردرات: ٧٢٠ ج
خسارة شحن المرتجعين: ١٢٠ ج
إعلانات الـ ١٠ أوردرات: ٤٠٠ ج
الربح الفعلي: ٢٠٠ ج، أي ٢٠ ج للأورد

الحساب الغلط (على الأورد الناجح بس)

سعر البيع: ٣٠٠ ج
تكلفة المنتج: ١٥٠ ج
الشحن: ٦٠ ج
الربح الظاهر: ٩٠ ج للأورد

الخلاصة: لو قللت المرتجع من أوردين للأورد واحد، ربحك يقفز من ٢٠٠ لـ ٤٠٠ جنيه. ضاعفت أرباحك من غير ما تزود مبيعات ولا تصرف جنيه إعلانات زيادة.

هامش الربح

الربح الفعلي ÷ المبيعات

تكلفة العميل

مصرفوف الإعلان ÷ عدد الأوردرات

نسبة المرتجع

المرتجعات ÷ الشحنات، وتحت ١٥٪ يبقى كويس

متوسط الأورد

إجمالي المبيعات ÷ عدد الأوردرات

نصيحة: راجع الأربعة أرقام دول آخر كل شهر. لو نسبة المرتجع عندك فوق ٢٠٪، وقف أي زيادة في مصرفوف الإعلانات لحد ما تحلها، لأنك بتدفع أكثر عشان تخسر أكثر.

خامساً: خلي العميل يدفع مقدم

أقل مرتجع وأسرع كاش

العميل الي دفع أونلاين اتخذ القرار خلاص، فنسبة رفضه للاستلام أقل بكثير من الكاش. مش هتحوّل كل عملائك في يوم، بس كل ١٠٪ تحوّلهم بتقلل مرتجعاتك وبتسرّع فلوسك.

وَقَر كل الطرق

فيزا، محفظة موبايل، وانستاباي. كل طريقة ناقصة معناها عملاء يروحوا للكاش أو بيسيوا السلّة.

طَمّنه على فلوسه

اكتب سياسة الاسترجاع جنب زرار الدفع، ووضّح إن الفلوس ترجع كاملة لو المنتج مش مطابق.

اعمل السبب واضح

"الشحن مجاني لو دفعت أونلاين" أو خصم ٥٪، العميل محتاج مقابل ملموس مش مجرد اختيار.

ابدأ بالمناطق الصعبة

المناطق الي مرتجعاتها عالية اطلب منها دفع مسبق أو عربون بسيط، ده أرخص من مرتجع كامل.

عربون على الأوردر الكبير

الأوردر فوق ١٠٠٠ جنيه، اطلب ١٠٠ جنيه مقدم. بيصقّي العملاء غير الجديين تماماً.

الأثر المزدوج

الدفع المسبق بيقلل المرتجع ويخلي فلوسك في إيدك قبل الشحن. يعني رأس مالك بيدور أسرع ومخاطرتك أقل.

سادساً: اطلع بره القاهرة والإسكندرية

طلب أعلى ومنافسة أقل

تكلفة الإعلان في القاهرة أعلى لأن كل التجار ييزاحموا على نفس الجمهور. الصعيد والدلتا فيهم عملاء بيشتروا أونلاين وخيارات أقل، فمعدل التحويل بيطلع أعلى. الشرط إنك تدخل بخطة مش بالعشوائي.

١ اختار محافظة واحدة تبدأ بيها

المنصورة أو أسيوط أو طنطا. محافظة واحدة لمدة شهر أحسن من خمسة في نفس الوقت

٢ اعرف تكلفة الشحن ومدته للمنطقة

اسأل مدير حسابك قبل ما تبدأ الإعلان، وسعّر على أساسها

٣ اكتب مدة التوصيل الحقيقية

٣ أو ٤ أيام مكتوبة أحسن من "٤٨ ساعة" مش حقيقية. الوعد الغلط بيعمل مرتجع

٤ أكّد أوردرات المنطقة الجديدة بمكالمة

في أول شهر أكّد كل أوردر صوتياً، وثبّت العنوان بعلامة مميزة

٥ كلّم بلهجة المنطقة

إعلان يقول "بنوصل أسيوط" بيأدي أحسن من إعلان عام لكل مصر

٦ قيس بعد ٣٠ يوم وقرر

نسبة التسليم وتكلفة العميل. لو أحسن من القاهرة، زوّد. لو أسوأ، اتعلم منها وجرب محافظة ثانية

17 سابعاً: استعد للموسم قبله بشهر

في المواسم كل حاجة بتتحرك أسرع: المخزون بيخلص، البيك أب ييزحم، والعميل بيستعجل. اللي بيكسب في الموسم هو اللي جهّز قبله مش اللي بيجري فيه.

🍎 المدارس والشتوية

موسم متوقع ومحدد التاريخ. جهّز المخزون في أغسطس، والشتوية في أكتوبر قبل أول موجة برد.

🛍️ البلاك فرايدي

مش لازم تخفيض كبير. اعمل باندلات وهدايا مع الأورد، وابعت للعملاء القدام قبل الحملة العامة بيومين.

🌙 رمضان والعيد

الطلب بيتحرك للهدايا والملابس الجديدة. جهّز المخزون قبل شعبان، وحدد آخر موعد للأورد، ويوصل قبل العيد واكتبه على الموقع.

✅ قائمة مراجعة قبل أي موسم

- ضاعف مخزون أكثر ٣ منتجات مبيعاً
- اطلب فلايرز ومواد تغليف زيادة
- حدّث مدة التوصيل على الموقع
- بلّغ سايد أب بحجم الشحنات المتوقع
- جهّز شخص إضافي للرد على الرسائل
- اعمل بيك أب يومي مش كل يومين

مهم: بلّغ مدير حسابك بالحجم المتوقع قبل الموسم بأسبوعين عشان نظبط مواعيد الاستلام والسعات من غير تأخير.

🎯 ثامناً: اخرج من حرب الأسعار

لو سلاحك الوحيد هو السعر، أي حد معاه فلوس أكثر منك هيكسبك. العميل مستعد يدفع أكثر لو حس إنه بياخد قيمة أكبر، والقيمة دي مش دايماً في المنتج.

🏆 نافس بالتجربة

توصيل أسرع، استبدال مجاني، وتتبع واضح. دي أسباب بيع حقيقية، وتكلفتها أقل من خصم دائم على كل أورد.

📦 باندل بدل تخفيض

"قطعتين والتالتة بنص التمن" بتحافظ على قيمة منتجك وترفع الأورد، عكس التخفيض اللي بياكل هامشك ويعوّد العميل يستنى الأوكازيون.

🗨️ اتكلم عن الفرق مش السعر

وضّح الخامة والخيطة وليه منتجك أغلى من الأرخص منه. العميل مايعرفش الفرق لو انت مقلتوش.

📦 التغليف كقيمة مضافة

كرتونة نظيفة وكارت شكر تكلفتهم جنيهاً، وبيخلوا العميل يفتكر ويصوّر الأورد. مفيش خصم بيعمل كده.

🔒 امتلك عملاءك

قائمة أرقام العملاء وحملات إعادة الشراء بتخليك مش معتمد بالكامل على الإعلانات. ودي أهم ميزة على المنافس اللي بيشترى كل أورد بفلوس.

📄 خط منتجات أعلى

نزل نسخة أعلى وأحسن جنب منتجك الأساسي. وجودها بيخلي المنتج الأساسي بيان أوفر، وفيه عملاء هيشترخوا الأعلى فعلاً.

توفير وقت وفلوس

تاسعاً: أدوات AI تشتغل بيها كفريق كامل

مش محتاج مصور ولا مصمم ولا موظف رد على الرسائل من أول يوم. الأدوات دي بتخليك تعمل شغل فريق بتكلفة بسيطة، بشرط تعرف تستخدمها في المكان الصح:

الفيديو والريلز

CapCut · HeyGen · ElevenLabs

قص وترجمة تلقائية، شخصية افتراضية بتتكلم عربي، وتعليق صوتي. فيديو منتج في نص ساعة.

صور المنتجات

Photoroom · Pebblely · Flair AI

صور بالموبايل والأداة تشيل الخلفية وتحطه في مشهد احترافي. بديل استوديو التصوير بالكامل.

واتساب وخدمة العملاء

WATI · ManyChat · Zoko

رد فوري على "السعر؟" في التعليقات والرسائل، وحملات إعادة شراء. أهم أداة في السوق المصري.

المحتوى والوصف

Claude · ChatGPT · Canva AI

أوصاف منتجات، نموذج مكالمة التأكيد، وردود جاهزة للأسئلة المتكررة. ادبها بيانات منتجك الحقيقية.

الإعلانات

Meta Advantage+ · TikTok Smart+

سيب الـ AI بتاع المنصة يتعلم بدل الاستهداف اليدوي، وركز مجهودك في المحتوى والعرض.

المقاسات والمرتجات

Kiwi Sizing · Size Genie

يسأل العميل طوله ووزنه ويرشح المقاس تلقائياً على صفحة المنتج. أقوى أداة لتقليل مرتجع المقاس.

تحليل أرقامك

Excel أو ChatGPT مع ملف

ارفع بيانات مبيعاتك واسأل: أنهي منطقة مرتجعاتها أعلى؟ أنهي منتج هامشه الحقيقي أقل؟ أرخص وأقوى استخدام لـ AI.

أتمتة العمليات

Zapier · Make · Google Sheets

اربط متجرك بملف البيانات وبالواتساب تلقائي، ووفر ساعات إدخال بيانات كل يوم.

لو هتبدأ بتلاتة أدوات بس، ابدأ بدول

٣. تحليل أرقامك

القرار الصح بيوفر أكثر من أي أداة تانية

٢. أداة صور منتجات

الصورة هي أول سبب للشراء أو الرفض

١. أتمتة واتساب

أسرع مردود مباشر على المبيعات

⚠️ **تحفظين مهمين:** أولاً، متغيرش شكل المنتج نفسه بالـ AI. لو الصورة أحلى من اللي وصل للعميل، ده مرتجع وثقة ضايعة. ثانياً، الـ AI بيسرع شغل شغال، بس ما يصلحش منتج ضعيف ولا عمليات فوضى. لو مرتجعك ٣٠٪، المشكلة مش في الأدوات.

احجز مراجعة

support@sideup.co

مدير حسابك في سايدأب مش بس للشحن

لو عايز نراجع معاك أسعارك، نسبة مرتجعاتك، أو صفحة المنتج بتاعتك، كلمنا. بنشوف بيانات مئات التجار كل يوم، والخبرة دي متاحة ليك من غير أي تكلفة.