

خطة إنتاج · نسخة 1.0 · 30 يوليو 2026

خطة مكتبة الذكاء الاصطناعي للأعمال

خطة إنتاج كاملة لاثني عشر منتجًا رقميًا بالعربية — موجّهة للمحترفين وأصحاب الأعمال. لكل منتج: اسمه، ومَن يشتريه، والمشكلة التي يحلّها، وشكله، وعدد صفحاته، وموضعه في ترتيب الإنتاج.

خمسة منتجات

تشكّل الحزمة المدفوعة الأساسية

منتجان مجانيان

للجذب وبناء القائمة البريدية

ترتيب إنتاج

من 8 أسابيع مع تسلسل الإطلاق

خمس توسعات

تُبنى بعد التحقق من الطلب

الميزة التي تجعل هذه المكتبة تشتري

سوق «شرح أدوات الذكاء الاصطناعي بالعربية» مزدحم بالمحتوى المجاني، وأكثره مولّد آليًا، عام، وقديم بعد شهر. لن تنجح المكتبة لأنها «تشرح ChatGPT» — بل لأنها تفعل ثلاثة أشياء لا يفعلها المحتوى المجاني.

1 • لقطات حقيقية مؤرّخة

كل شاشة مأخوذة من جلسة عمل فعلية، بتاريخ مكتوب على الملف. هذا وحده يفصلك عن 90% من المنافسين الذين يكتبون عن أدوات لم يفتحوها.

2 • سير عمل لا قائمة ميزات

المحتوى المجاني يقول «توجد ميزة كذا». منتجك يقول: «هذه المهمة تستغرق 3 ساعات، وهذه خطواتها السبع لتصبح 20 دقيقة».

3 • حدود ومخاطر مذكورة

أحد أهم ما يبحث عنه صاحب العمل: أين تفشل الأداة، وما لا يجب رفعه إليها. ذكر الحدود يبني ثقة لا يبنيتها أي وعد.

القاعدة التي تحمي المكتبة من التقدّم: اجعل كل ملف يحمل تاريخ إصدار ورقم نسخة على الغلاف وفي التذييل. الأدوات تتغير كل شهرين — والملف المؤرّخ يُقرأ كأمانة علمية، أما غير المؤرّخ فيُقرأ كإهمال. وهذا أيضًا سبب مشروع لإصدار تحديثات، وسبب لبقاء العميل معك.

مبدأ التسمية: لا تُسمّ منتجًا باسم أداة («دليل ChatGPT»)، بل باسم النتيجة («تقاريرك الشهرية في 20 دقيقة»). الأداة تتغير أو تُعاد تسميتها — كما حدث مع NotebookLM الذي صار Gemini Notebook في يوليو 2026 — أما المشكلة التي يعانيتها العميل فلا تتغير.

ملاحظة صريحة: ما في هذه الخطة تصميم للمنتج وترتيب للإنتاج، لا وعد بأرقام بيع. أي هيكل أسعار مذكور لاحقًا هو هيكل مقترح للاختبار — لا توقّع إيراد. اختبر بأصغر إصدار ممكن قبل بناء الحزمة كاملة.

ثلاث طبقات: مجاني، أساسي، توسّعات

المنتجان المجانيان ليسا عيّنة مبتورة من المدفوع — بل ملفان مكتملان يحلّان مشكلة صغيرة كاملة. هذا ما يجعل الشخص يثق بك بما يكفي ليدفع.

الطبقة	العدد	الوظيفة	معيّار النجاح
مجانِي	2	يُبنى به الوصول والقائمة البريدية، ويُثبت لك أن الموضوع يهم الناس أصلًا.	نسبة من يترك بريده مقابل الملف.
الحزمة الأساسية	5	المنتج الذي يُدفعُ مقابلَه. دورة أم + كتيّب عمل + مكتبة أوامر + دورة تطبيقية + قالب سياسة.	نسبة من يشتري بعد قراءة الملف المجاني.
التوسّعات	5	تُبنى فقط بعد بيع الحزمة الأساسية. كل توسّعة تُباع للعميل نفسه مرة ثانية.	نسبة من يشتري مرة ثانية.

الأشكال الأربعة وكيف تتكامل

دورة PDF بلقطات حقيقية

30–40 صفحة. هي «الوزن الثقيل» الذي يبرّر السعر. كل خطوة بلقطة شاشة مرقّمة. صعبة التقليد لأنها تتطلب أن تكون قد استخدمت الأداة فعليًا.

كتيّب عمل قابل للتعبئة

8–16 صفحة يكتب فيها العميل. أعلى قيمة عملية، وأقوى ارتباطًا بالمنتج: من يعيّ كتيّبًا لا ينساك.

بطاقة مرجعية (Cheat Sheet)

1–4 صفحات تُطبع وتُعلّق. الأسهل انتشارًا، والأفضل كملف مجاني — لأنها تُشارك في مجموعات العمل بلا مقاومة.

مكتبة أوامر متخصصة

100+ أمر جاهز مصنّف بالمهمة، مع سبب استخدام كل أمر. أعلى قيمة مُدرّكة مقابل جهد إنتاج معقول — ومرجع يُفتح أسبوعيًا.

لماذا الأشكال الأربعة معًا وليس شكلًا واحدًا؟

لأنها تخدم لحظات مختلفة: البطاقة تُفتح أثناء العمل، والدورة تُقرأ مرة، والكتيّب يُعبأ مرة، والمكتبة تُفتح كل أسبوع. المكتبة المتنوعة تُستخدم فعليًا — والاستخدام هو ما يولّد التوصية.

المنتجان المجانيان

هذان الملفان هما بؤابة كل شيء بعدهما. ابن الأول أولاً، وانشره، وراقب: إن لم يُشارك، فلا تبني الحزمة بعد.

مجاني

1 خمس ساعات في أسبوعك: 30 مهمة مكتبية يمكن تسليمها للذكاء الاصطناعي اليوم

بطاقة مرجعية سريعة · الملف المجاني الرئيسي

المشكلة التي يحلّها

صاحب العمل يعرف أن الذكاء الاصطناعي «مفيد» لكنه لا يعرف من أين يبدأ يوم الاثنين صباحًا. هذا الملف يحوّل الفكرة المجرّدة إلى ثلاثين مهمة يعرفها بالاسم.

لماذا يُشارك

لأنه قابل للطبع والتعليق أمام المكتب، ولأن العنوان يَعد بمقياس ملموس لا بمفهوم. الملفات القابلة للطبع تنتشر في مجموعات العمل أكثر من أي شكل آخر.

يُطبع بالأسود والأبيض

مصنّقة: بريد · تقارير · عروض · بيانات · تسويق · اجتماعات

ثلاثة أعمدة: المهمة · الأداة · الوقت الموفّر

4 صفحات · A4

مجاني

2 خريطة أدوات الذكاء الاصطناعي للأعمال — إصدار 2026

بطاقة مرجعية · صفحة واحدة كبيرة

المشكلة التي يحلّها

«أي أداة أستخدم لأي مهمة؟» أكثر سؤال يُطرح، وأكثر سؤال تُجاب عنه إجابات متضاربة. خريطة واحدة: المهمة على اليمين، الأداة المناسبة، السعر، والحد الذي ستصطدم به.

لماذا يُشارك

لأنه يوفّر على القارئ أسبوعًا من التجريب. ولأن ذكر **الأسعار والحدود** صراحةً نادر في المحتوى العربي — وهو ما يجعله مرجعًا يُحتفظ به لا منشورًا يُقرأ ويُنسى.

تاريخ إصدار بارز على الملف

عمود «الحد المجاني» وعمود «متى تدفع»

7 عائلات مهام

صفحة واحدة · A3 أو A4

شرط واحد لا تتجاوزه: الملف المجاني يجب أن يكون **مكتملاً**، لا مقطوعًا في منتصفه بعبارة «التفاصيل في النسخة المدفوعة». الملف المبتور يُحرق ثقةً أكثر مما يبيع.

المنتجات المدفوعة (1 من 3)

خمسة منتجات تُباع معًا كحزمة واحدة. المنتج الثالث هو القلب، والبقية تجعل الحزمة تبدو — وتكون — مكتملة.

3

نظام العمل بالذكاء الاصطناعي: من أداة متفرقة إلى سير عمل مؤسسي

الدورة الأم · العمود الفقري للحزمة

مدفوع

ما يميّزه

المشكلة التي يحلّها

المحترف يستخدم ثلاث أدوات بشكل عشوائي ويشعر أنه لا يستفيد. المطلوب ليس أداة رابعة، بل **نظامًا**: أين تبدأ المهمة، وأي أداة تتسلّمها، وأين تنتهي، ومن يتحقّق منها.

لقطات شاشة حقيقية لمهمة واحدة كاملة تُتابع من أولها إلى آخرها — لا أمثلة متفرقة. القارئ يرى النتيجة النهائية ثم يرى كيف بُنيت خطوة بخطوة.

40–36 صفحة

6 وحدات

+20 لقطة حقيقية

حالة عمل واحدة متكاملة

وحدة كاملة عن الحدود والمخاطر

4

كتيّب تشخيص المهام: أي أعمالك قابل للأتمتة وأيها ليس كذلك

كتيّب عمل قابل للتعبئة

مدفوع

ما يميّزه

المشكلة التي يحلّها

معظم الناس يؤتمتون المهمة الخاطئة: يصرفون أسبوعًا على مهمة تتكرر مرتين في السنة، ويتركون مهمة تتكرر يوميًا. الكتيّب يجبر العميل على حساب التكرار × الوقت × المخاطرة قبل أن يبدأ.

يخرج العميل بورقة واحدة اسمها «أول ثلاث مهام سأؤتمتها ولماذا» — قرار مكتوب بيده. الكتيّبات التي تُنتج قرارًا هي الأصعب في التخلي عنها.

16–14 صفحة

جداول فراغات للتعبئة

مصفوفة أولويات

حسبة وقت/تكلفة

قائمة «لا تؤتمت هذا» بمعايير واضحة

لماذا هذان أولًا؟ لأن الأول يبيع الحزمة، والثاني يجعل العميل يستخدمها. العميل الذي عبّأ كتيّبًا في الأسبوع الأول هو من سيشترى توسّعة في الشهر الثالث.

المنتجات المدفوعة (2 من 3)

مدفوع

150 أمرًا للأعمال: مكتبة مصنّفة بالمهمة لا بالأداة

مكتبة أوامر متخصصة

5

المشكلة التي يحلّها

القارئ يعرف أن «الأمر الجيد يفرق»، لكنه لا يعرف كيف يكتبه وهو مشغول. المكتبة تعطيه أمرًا جاهزًا للنسخ لكل مهمة يواجهها فعليًا في أسبوعه.

ما يميّزه

التصنيف بالمهمة لا بالأداة — فالأدوات تتغير والمهام لا. ولكل أمر سطر واحد: **مقي تستخدمه، ولماذا يعمل**. هذا ما يحوّل المكتبة من قائمة إلى تدريب.

كل أمر: النص + مقي + لماذا

تسويق · بيع · تقارير · بريد · توظيف · مالية · خدمة عملاء · اجتماعات

8 فئات

30–26 صفحة

مدفوع

تقريرك الشهري في عشرين دقيقة: من بيانات خام إلى مستند وعرض

دورة تطبيقية بلقطات حقيقية

6

المشكلة التي يحلّها

التقرير الشهري أكثر مهمة مكروهة ومتكرّرة في أي شركة صغيرة. هذه الدورة تتناول مهمة واحدة موجهة ومعروفة، وتُنجزها كاملة أمام القارئ.

ما يميّزه

هذا المنتج **الأسهل بيعًا** في المكتبة كلها، لأن وعده محدد وقابل للقياس: مهمة يعرف العميل بالضبط كم تستغرق منه اليوم.

قائمة تحقق قبل الإرسال

قالب تقرير جاهز مرفق

من الجدول إلى المستند إلى العرض

سلسلة أدوات متصلة

28–24 صفحة

ملاحظة على المنتج 6: إن أردت اختبار السوق بأسرع ما يمكن وبأقل جهد، فهذا هو المنتج الذي يُطلَق أولاً بمفرده — لا الدورة الأم. وعده الضيق المحدد يبيع أسرع من أي منتج شامل.

المنتجات المدفوعة (3 من 3)

7

سياسة الذكاء الاصطناعي لفريقك: قالب جاهز للتعبئة والتوقيع

مدفوع

قالب قابل للتعبئة · المنتج الأكثر تميّزًا في الحزمة

المشكلة التي يحلّها

ما يميّزه

فريق صاحب العمل يستخدم الذكاء الاصطناعي بالفعل — على بيانات عملاء، وعلى مستندات سرّية، بلا أي قاعدة مكتوبة. صاحب العمل يعرف أن هذه مشكلة ولا يعرف كيف يبدأ في معالجتها.

لا يوجد ما يشبهه بالعربية تقريبًا. وهو المنتج الذي يجعل الحزمة قابلة للبيع للشركات لا للأفراد فقط — وهذا يغيّر حجم الصفقة بالكامل.

أقسام قابلة للتعبئة

ما يُسمح · ما يُمنع · تصنيف البيانات

بند الإفصاح عن الاستخدام

صفحة توقيع الموظف

14-12 صفحة

تحذير ضروري على هذا المنتج تحديدًا: يجب أن يحمل الملف تنبيهًا واضحًا بأنه **قالب تنظيمي داخلي وليس مشورة قانونية**، وأن على الشركة مراجعته مع مستشارها القانوني قبل تطبيقه — خصوصًا في بنود البيانات والخصوصية التي تختلف قوانينها بين البلدان. أنا لست محاميًا، وإدراج هذا التنبيه يحميك ويحمي العميل، ولا يُضعف قيمة القالب بل يزيد مصداقيته.

صورة الحزمة المكتملة

#	المنتج	الشكل	الصفحات	وظيفته في الحزمة
3	نظام العمل بالذكاء الاصطناعي	دورة	40-36	يبيّن السعر
4	كتيّب تشخيص المهام	كتيّب	16-14	يضمن الاستخدام
5	150 أمرًا للأعمال	مكتبة	30-26	يُفتح أسبوعيًا
6	تقريرك الشهري في 20 دقيقة	دورة	28-24	الأسهل بيعًا منفردًا
7	سياسة الذكاء الاصطناعي لفريقك	قالب	14-12	يفتح باب الشركات

المجموع: نحو 115-130 صفحة مصمّمة. هذا حجم يبيّر سعر حزمة، ويمكن إنتاجه في ستة أسابيع بالترتيب المقترح في الصفحة 9.

خمس توسّعات — لا تبنيها قبل البيع

هذه المنتجات تُباع للعميل نفسه مرة ثانية. بناؤها الآن خطأ شائع ومكلف: لا تعرف بعد أي موضوع يطلبه عملاؤك فعلاً. اكتب أفكارها الآن، وابنيها بعد أول عشرين عملية بيع.

لاحقًا

9

من المساعد إلى المنقذ

دورة متقدمة · الوكلاء (Agents)

الفرق بين أداة تجيبك وأداة تُنجز نيابة عنك: كيف تُكلّف وكيلًا بمهمة متعددة الخطوات، وأين يجب أن تبقى أنت في الحلقة.

30 صفحة

مستوى متقدم

لاحقًا

8

محتوى شهر في يوم واحد

دورة + قوالب · التسويق بالمحتوى

من فكرة واحدة إلى تقويم محتوى شهري كامل: مقالات، منشورات، بريد. يشتره أصحاب الأعمال الذين يسوّقون بأنفسهم بلا فريق.

28 صفحة

+ 6 قوالب

لاحقًا

11

اقرأ أرقامك بلا كود

دورة + كتيّب · تحليل البيانات

من ملف مبيعات فوضوي إلى ثلاث نتائج قابلة للتنفيذ — بلا برمجة. يشمل كيف تكتشف أن التحليل خاطئ قبل أن تبني عليه قرارًا.

26 صفحة

+ ملف تدريب

لاحقًا

10

خدمة عملاء لا تنام

دورة + مكتبة ردود

تصنيف الرسائل، وصياغة ردود متّسقة بنبرة الشركة، ومتى يجب أن يتدخل إنسان فورًا. مع مكتبة ردود جاهزة للحالات الصعبة.

24 صفحة

+ 40 ردًا

لاحقًا

12

مساعد داخلي على مصادر شركتك — بلا برمجة

دورة متقدمة · أعلى قيمة مُدرّكة في المكتبة

كيف تبني للفريق مساعدًا يجيب من **مستندات الشركة وحدها**: العقود، الإجراءات، دليل المنتج — بحيث يتوقف الفريق عن سؤال الإنترنت ويسأل مصادرك المعتمدة. هذا هو المنتج الذي يبرّر أعلى سعر في المكتبة، وهو الامتداد الطبيعي للمنتج 7 (السياسة): الأول يضع القاعدة، وهذا يبني البديل الآمن.

32 صفحة

بلا كود

موجّه للشركات

يُباع منفردًا بسعر أعلى

ترتيب الإنتاج: ثمانية أسابيع

الترتيب هنا ليس عشوائيًا: كل مرحلة تُنتج شيئًا قابلاً للنشر، ونُعطيك معلومة تُغيّر ما بعدها. لا تبني خمسة منتجات ثم تنشر — انشر بعد كل مرحلة.

1

الأسبوع 1 — البطاقة المجانية (المنتج 1)

أصغر ملف وأسرع إنتاجًا. انشره.

القرار:

إن لم يُشارك أو لم يجذب اشتراكات، فالمشكلة في الموضوع أو الجمهور — لا تبني الحزمة، بل عدّل الزاوية وأعد المحاولة.

2

الأسبوع 2 — خريطة الأدوات (المنتج 2)

ملف مجاني ثانٍ يُثبت موقعك كمرجع لا كناشر عابر. وفي هذا الأسبوع اجمع أسئلة الناس تحت الملفين — هذه الأسئلة هي محتوى المنتج المدفوع، بكلماتهم هم.

3

الأسبوع 3-4 — تقريرك الشهري (المنتج 6)

أول منتج مدفوع، ويُطلق **منفردًا**

بسعر منخفض. الهدف ليس الربح بل الإجابة على سؤال واحد: هل يدفع أحدٌ فعلًا؟ عشرون عملية بيع هنا تساوي أكثر من أي تخطيط.

4

الأسبوع 5-6 — الدورة الأم + كتيّب التشخيص (3 و 4)

الآن فقط تبني الوزن الثقيل — وأنت تعرف من مشتري المنتج 6 ما يهمهم بالضبط. المحتوى سيكون أدق لأنه مكتوب لعميل معروف لا متخيّل.

5

الأسبوع 7 — مكتبة الأوامر + قالب السياسة (5 و 7)

الأسرع إنتاجًا في الحزمة لأنهما لا يحتاجان لقطات شاشة كثيرة. أضفهما فتكتمل الحزمة الخمسة.

6

الأسبوع 8 — إطلاق الحزمة كاملة

ارفع سعر الحزمة، واعرض على مشتري المنتج 6 ترقية بفرق السعر فقط. من دفع مرة هو أقرب من دفع مرة ثانية.

المبدأ الحاكم: لا تبني منتجًا لم يطلبه أحد. كل مرحلة في هذا الترتيب تنتهي بمعلومة من السوق تُغيّر المرحلة التالية. الخطة التي لا تتغير بعد الأسبوع الثالث علامةٌ على أنك لا تستمع.

معايير موحّدة لكل ملف في المكتبة

ما يجعل المكتبة تبدو «منتجًا» لا «مجموعة ملفات» هو التزام هذه المعايير في كل ملف بلا استثناء.

الهوية البصرية

البنية

- **نظام تصميم واحد:** نفس الخطوط، ونفس الألوان، ونفس شكل الغلاف والتذييل في كل ملف.
- **خط عربي احترافي:** عنوان بخط عريض واضح، ومتن بخط عالي القراءة — لا خطوط النظام الافتراضية.
- **اتجاه صحيح:** تنسيق من اليمين إلى اليسار في كل عنصر، بما في ذلك الجداول والقوائم.
- **المصطلح الإنجليزي بين قوسين** عند أول ذكر — كما اخترت. لا تعرّبه ولا تتركه وحده.
- **الصفحة الثانية دائمًا «ما ستقدر عليه»** — لا فهرس جاف. القارئ يحتاج أن يعرف المقابل فورًا.
- **وحدات مرقّمة** بفواصل بصرية، فيستطيع القارئ أن يتوقف ويعود.
- **قائمة تحقق** في نهاية كل ملف تختصره في صفحة واحدة قابلة للطبع.
- **خطوة تالية محددة** في آخر صفحة: مهمة واحدة يفعلها اليوم، لا خمس توصيات.

الأمانة

المصادقية

- **رقم نسخة وتاريخ إصدار** على الغلاف والتذييل في كل صفحة.
- **صفحة مصادر** في نهاية كل ملف، مع تمييز الرسمي عن الثانوي.
- **حدود الصلاحية:** جملة صريحة بأن الأسعار والحصص هي الأسرع تغيّرًا وتحتاج تحققًا.
- **لقطات غير معدّلة** إلا لإخفاء بيانات شخصية — ويُذكر ذلك في التعليق.
- **لا وعود بأرقام** لا تستطيع إثباتها («وَقَرَّ 80% من وقتك» بلا أساس يُحرق الثقة).
- **ذكر ما لا تفعله الأداة** في كل دورة — وحدة كاملة لا سطرًا في الهامش.
- **تنبيه الخصوصية:** ما لا يُرفع من بيانات العملاء والعقود.
- **تنبيه «ليست مشورة قانونية»** على قالب السياسة تحديدًا.

ملف واحد يجب أن تحتفظ به لنفسك: «دفتر الإصدارات» — جدول يسجّل أي ملف، وأي نسخة، وما تغيّر، ومتى. بعد ستة أشهر ستكون هذه أهم ورقة عندك: بها تعرف أي ملف تقادم ويحتاج تحديثًا، وبها تبرّر إصدار نسخة جديدة لعملائك.

كيف ترتب العرض على صفحتك

هذا هيكل عرض لا توصية أسعار: ثلاث درجات تسمح لكل زائر أن يجد مدخله، والقيم الرقمية تحددها أنت بالاختبار.

الدرجة	ما يحتويه	لمن	الوظيفة
المدخل مجاني	البطاقة المرجعية + خريطة الأدوات (المنتجان 1 و 2)	كل زائر جديد	يبني الثقة والقائمة البريدية، ويثبت أن محتواك يختلف عن المولد آليًا.
منتج واحد سعر منخفض	«تقريرك الشهري في 20 دقيقة» (المنتج 6)	من يريد حل مشكلة واحدة الآن	أول تحويل إلى مشتري. أهم رقم في المكتبة كلها هو نسبة هذه الخطوة.
الحزمة السعر الأساسي	المنتجات 3 إلى 7 كاملة (115-130 صفحة)	المحترف الجادّ وصاحب العمل الصغير	المنتج الرئيسي. يُعرض على مشتري الدرجة السابقة بفرق السعر.
للشركات سعر أعلى	الحزمة + قالب السياسة مُعدّلًا للفريق + المنتج 12 لاحقًا	فريق من 5 أفراد وأكثر	يضاعف حجم الصفقة. قالب السياسة هو ما يجعل هذه الدرجة ممكنة أصلًا.

ثلاثة أخطاء تقتل المكتبة

- بناء الاثني عشر منتجًا قبل أول عملية بيع. شهرور عمل على منتج لم يطلبه أحد.
- ملف مجاني مبتور ينتهي بـ«التفاصيل في المدفوع» — يُخسر الثقة ولا يبيع.
- ملفات بلا تاريخ. بعد ستة أشهر تصبح المكتبة كلها مشكوكًا فيها ولا تعرف أيها يحتاج تحديثًا.

ثلاثة أشياء تزيد التحويل بلا تخفيض سعر

- صفحات معاينة حقيقية: أظهر 3-4 صفحات كاملة من داخل الملف، لا غلافًا فقط.
- وعد محدد في العنوان: مهمة ووقت، لا «تعلم الذكاء الاصطناعي».
- تاريخ التحديث بارز: «مُحدّث في يوليو 2026» تطمئن المشتري أكثر من أي شهادة.

تنبيه: لست مستشارًا ماليًا، وما في هذه الصفحة هو ترتيب لعرض المنتجات لا نصيحة تسعير أو استثمار. القيم الرقمية تعتمد على سوقك وبلدك وتكاليفك، وتُحدّد بالاختبار الفعلي وحده. ابدأ بأقل ما يمكن، وارفع بناءً على ما تراه لا على ما تتوقعه.

ما نبنيه الآن

هذه الخطة قابلة للتنفيذ فورًا. عندك أصلًا ملفان مكتملان بالعربية بنفس نظام التصميم — دورة Gemini Notebook ودليل ChatGPT — وهذا يعني أن الهوية البصرية موجودة، ولا تبدأ من صفر.

12

منتجًا مخططًا

بالاسم والشكل وعدد الصفحات وترتيب الإنتاج

1

نظام تصميم

خطوط وألوان وقوالب صفحات جاهزة للتكرار

2

ملفان جاهزان

دورة Gemini Notebook (39 صفحة) ودليل ChatGPT (13 صفحة)

القرار الذي يحدد الجلسة القادمة

أ

نبني البطاقة المجانية (المنتج 1) الآن

«30 مهمة مكتبية يمكن تسليمها للذكاء الاصطناعي اليوم» — 4 صفحات، قابلة للطبع. أسرع طريق إلى شيء تنشره هذا الأسبوع وتقيس به الاهتمام.

ب

نبني خريطة الأدوات (المنتج 2)

صفحة واحدة كبيرة: المهمة · الأداة · السعر · الحد المجاني. تحتاج بحثًا أطول لأن الأسعار والحدود يجب أن تكون محققة، لكنها المرجع الذي يُحتفظ به.

ج

نبني «تقريرك الشهري في 20 دقيقة» (المنتج 6)

أول منتج مدفوع، بلقطات حقيقية لمهمة كاملة. أثقل إنتاجًا لكنه الأسهل بيعًا، وهو ما يجيب على السؤال الحقيقي: هل يدفع أحد؟

توصيتي: ابدأ بأ. ملف صغير منشور يعلمك عن سوقك في أسبوع أكثر مما تعلمك خطة مثالية في شهر. وإن أردت أن نصنع اثنين في هذه الجلسة، فأثم ب — فهما يكملان بعضهما ويشتركان في نفس البحث.