أحمد سمير

من

~~التسويق~~

للتسويق

ازاي تبني مستقبلك في التسويق مهما كانت كليتك

دليل عملي لخريجي الثانوية العامة

marketingwzahmed.com

من التنسيق للتسويق

ازاي تبني مستقبلك في التسويق مهما كانت كليتك

أحمد سمير

اهداء

الى أبي وأمي

انتو صدقتوا فيا قبل ما أصدق أنا في نفسي.

في كل خطوة خدتها كنتو بتشجعوني، حتى في الخطوات اللي ماكانش حد فاهمها غيري.

ودعواتكم كانت معايا في كل مكان رحته، وكل باب اتفتحلي.

الكتاب ده حتة صغيرة من اللي انتو زرعتوه.

المحتويات

قبل ما تبدأ 4
المقدمة: أنا كمان مااتخرجتش من تسويق 5

الجزء الأول: قبل ما تختار 8
الفصل الأول: الحياة مش مكتب تنسيق 9
الفصل التاني: ليه القرار صعب كده؟ 10
الفصل التالت: هل التسويق مناسب لشخصيتك؟ 12
الفصل الرابع: هل التسويق محتاج دراسة؟ 14
الفصل الخامس: مجموعك جه أقل من اللي كنت مستنيه 15

الجزء التاني: أي كلية تنفع 17
الفصل السادس: الكليات في جدول واحد 18
الفصل السابع: التجارة وادارة الأعمال 19
الفصل التامن: الاعلام والآداب 20
الفصل التاسع: الحاسبات والفنون التطبيقية والسياحة 21
الفصل العاشر: كليات محدش بيبصلها 22

الجزء التالت: اتعلم صح 23
الفصل الحادي عشر: اتعلم من يومك العادي 24
الفصل التاني عشر: ابدأ ببلاش 25
الفصل التالت عشر: تقرا ايه الأول 27
الفصل الرابع عشر: الشهادات بتفيد امتى 29
الفصل الخامس عشر: الفراغ اللي بييجي بعد الكورس 31

الجزء الرابع: ادخل الشغل 32
الفصل السادس عشر: التسويق فيه وظائف كتير 33
الفصل السابع عشر: خطة تلات شهور 35
الفصل التامن عشر: البورتفوليو والتدريب 36
الفصل التاسع عشر: اسمك على LinkedIn 37
الفصل العشرين: خمس مقابلات اترفضت فيها 38

الجزء الخامس: فكر زي مسوق فاهم 40
الفصل الحادي والعشرين: البراند والتسويق والاعلان 41
الفصل التاني والعشرين: سنين التوهان 43
الفصل التالت والعشرين: الحصان الميت 44
الخاتمة 45
المصادر 46

قبل ما تبدأ

الكتاب ده لكل طالب فتح نتيجة الثانوية العامة وحس ان الدنيا اتقفلت في وشه بسبب رقم.

الرقم ده هيحدد أول كلية تدخلها. لكن مش هيحدد انت هتوصل لفين.

قسمت الكتاب لخمس أجزاء ماشيين بنفس ترتيب الرحلة. الجزء الأول عن المجموع والكلية وازاي تفكر فيهم من غير ما يتحكموا فيك. التاني بيمشي معاك على الكليات واحدة واحدة، وكل كلية بتوصلك للتسويق منين. التالت عن التعلم: تتعلم منين وبأي ترتيب، وتعمل ايه لما تزهق. الرابع عن الشغل نفسه، من أول البورتفوليو لحد أول انترفيو. والخامس عن طريقة التفكير اللي هتحتاجها بعد ما تدخل المجال.

في آخر كل فصل هتلاقي حاجة صغيرة اسمها «خطوة النهارده». دي مهمة تقدر تعملها في نفس اليوم. لو قريت الكتاب كله ومعملتش ولا واحدة منهم، هتكون استفدت معلومات. ولو عملتهم، هتكون بدأت فعلا.

المقدمة

أنا كمان مااتخرجتش من تسويق

أكتر سؤال بيجيلي هو «اتعلم تسويق ازاي؟». وأنا مابدأتش بكورس ولا بشهادة. بدأت وأنا طالب في كلية التربية، قسم انجليزي، في جامعة عين شمس.

يعني لو مشيت ورا اسم الكلية، كان المفروض أبقى مدرس انجليزي. كنت بذاكر عادي، بس الحاجة اللي كانت شاداني كانت بره المدرج. كنت بحب السوشيال ميديا، وبحب أطلع مبادرات وأكتب كلام يخلي الناس تتفاعل.

أول فرصة

سنة 2011 صاحبي كان لسه فاتح شركة انتاج اسمها PMC Egypt Production. قالي: «انت شاطر أونلاين، ما تمسك السوشيال ميديا بتاعتنا». وافقت وأنا مش عارف كلمة Marketing معناها ايه أصلا.

الشركة كانت بتنتج برامج واعلانات بتمويل من الوكالة الأمريكية للتنمية USAID، فكان فيه تدريبات كتير. اخدت تدريب في كتابة الاعلانات، والحملات المدفوعة، والسوشيال ميديا، وأساسيات التسويق الرقمي.

الغريب اني لقيت حاجات كتير من اللي باخدها كنت بعملها قبل كده من غير ما أعرف اسمها. التدريب فهمني اللي بعمله بينجح ليه، وده فرق معايا أكتر من انه يعلمني حاجات جديدة.

لما الموهبة بطلت تكفي

لما دخلت الشغل بجد، اكتشفت ان الموهبة بتوصلك لحد معين وبعدين بتقف. بدأت آخد كورسات في التسويق الرقمي والتخطيط وكتابة المحتوى من Google وHubSpot وCoursera. وكل ما اتعلم أكتر كنت بفهم ان التسويق فيه تحليل وفهم للناس أكتر بكتير من اللي كنت فاكره.

بعد كده اشتغلت في أماكن كتير، منها منصة التوظيف Jobzella، لحد ما بقيت مسؤول عن البراند والاتصال في شركة برمجيات. وفي النص عملت موقع Marketing with Ahmed، لأن ناس كتير كانت بتسألني تبدأ منين وماكانش فيه مكان واحد أبعتهمله.

ليه كتبت الكتاب ده

أنا بدأت من غير شهادة تسويق ومن غير خطة. الحاجة الوحيدة اللي ساعدتني اني كنت باخد أي فرصة صغيرة بجد، وبحاول أطلع من كل تجربة بحاجة.

الكتاب ده هو الخطة اللي كان نفسي حد يدهالي وأنا في سنك. مافيهوش وعود بشغل مضمون أو مرتب معين. فيه اللي شفته بينفع فعلا في سوق التسويق، واللي شفته بيضيع وقت الناس.

ولو فيه حد وصل للمجال من كلية تربية، يبقى السؤال المهم فعلا هو هتعمل ايه في الكلية اللي دخلتها.

خطوة النهارده

هات ورقة واكتب 3 حاجات بتعملهم على النت لوحدك من غير ما حد يطلبهم منك، زي انك بتكتب بوستات أو بتصمم أو بتقارن منتجات قبل ما تشتري. غالبا هتلاقي فيهم أول خيط.

الجزء الأول

قبل ما تختار

الفصل الأول

الحياة مش مكتب تنسيق

أول ما النتيجة تظهر بتبدأ نفس الأسئلة كل سنة: جبت كام؟ هتدخل ايه؟ مجموعك يدخلك ايه؟ ومع الأسئلة دي بنبدأ نتعامل مع مستقبل الطالب كأنه رقم بيتحدد في مكتب التنسيق.

مكتب التنسيق شغلته انه يوزع الطلبة على الكليات حسب الدرجات. سوق الشغل بقى بيدي الفرص للي عنده مهارة، وللي يقدر يحل مشكلة، وللي عنده شغل يوريه.

مجموعك بيقيس مجهودك في سنة واحدة. مابيقولش انت مبدع ولا لأ، ولا بتحب تتعلم ولا لأ، ومايعرفش انت عايز تبقى ايه.

فيه ناس بتدخل كليات القمة وتتخرج وماتشتغلش في مجالها. وفيه ناس تانية بتدخل كليات محدش بيبصلها وبتبني منها شغل حلو. الفرق اللي شفته بينهم دايما كان مين اللي مسك الموضوع بايده.

والتسويق بالذات من المجالات اللي مابتسألش كتير انت خريج ايه. كل شركة محتاجاه، سواء بتبيع هدوم أو شقق أو برامج. وتقدر تشتغل فيه في شركة هنا أو بره، أو فريلانس من بيتك.

خطوة النهارده

اكتب مجموعك في ورقة، واكتب تحته 3 حاجات انت شاطر فيهم والمجموع مايعرفش عنهم حاجة.

الفصل التاني

ليه القرار صعب كده؟

لو حاسس انك تايه فانت زي أغلب الناس اللي في سنك. فيه ضغط جاي من أكتر من مكان، ولما تعرف هو جاي منين هتبقى أهدى.

أول حاجة الخوف من انك ت«ضيع مجموعك»، فتحس انك لازم تدخل أعلى كلية يسمح بيها حتى لو مش بتحبها. تاني حاجة اسم الكلية، لأن كلمة «كلية قمة» ليها وزن في البيت والعيلة. تالت حاجة انك أصلا ماتعرفش ان مجال زي التسويق ممكن تدخله من كلية مالهاش علاقة بيه. ورابع حاجة كلام الناس: «ادخل حاجة كبيرة»، «صاحبك دخل كذا». وفي الآخر انت اللي هتقعد أربع سنين في الكلية دي.

أول اتنين بيخفوا لما تعرف معلومات أكتر، والجزء التاني من الكتاب معمول عشان كده. التالت بيخف لما تكلم ناس شغالة فعلا في المجال. والرابع بيخف لما تروح لأهلك بخطة مكتوبة.

كلمة للأهالي

الضغط اللي بيبقى على الولاد وقت التنسيق أكبر بكتير من قيمة المجموع نفسه. لو ابنك أو بنتك رايحين في طريق غير اللي كنتوا مخططينه، ده مش عقاب. كتير من الطرق دي بتوصل لنفس المكان.

خطوة النهارده

شوف أنهي واحدة من الأربع حاجات دول بتأثر على اختيارك أكتر دلوقتي، واكتبها.

الفصل التالت

هل التسويق مناسب لشخصيتك؟

التسويق فيه شغل للي بيحب يكتب، وشغل للي بيحب الأرقام، وشغل للي بيحب يتكلم مع ناس. عشان كده الأحسن تسأل نفسك أنهي جزء منه شبهك.

اقرا الجدول وشوف نفسك في أنهي سطر من غير ما تفكر كتير:

لو انت حد	هتستمتع بـ	أمثلة وظائف
بيحب يكتب ويحكي	المحتوى والاعلانات	Content Writer، Copywriter، Social Media Specialist
بيحب الأرقام والتجارب	الاعلانات المدفوعة والتحليل	Media Buyer، Performance Marketer، Marketing Analyst
عينه بتلقط الشكل	التصميم والفيديو	Designer، Content Producer
بيحب يفهم الناس ويتكلم معاهم	العلاقات العامة وأبحاث السوق	PR Executive، Market Researcher
بيحب يرتب ويخطط	الصورة الكبيرة	Brand Manager أو Marketing Manager بعد سنين خبرة
بيحب التكنولوجيا	الأدوات والبيانات والـ SEO	SEO Specialist، MarTech، Growth

عادي جدا تلاقي نفسك في أكتر من سطر. ولو مالقيتش نفسك في ولا واحد برضه عادي، لأن الاهتمام بييجي مع التجربة. الحاجة اللي محتاج تفكر فيها بصدق هي انك هتغلط قدام ناس كتير، لأن شغل التسويق كله ظاهر. لو الفكرة دي مرعباك جدا، خد وقتك قبل ما تقرر.

خطوة النهارده

اختار سطر واحد، وادخل LinkedIn ودور على 3 ناس شغالين في الوظائف دي. شوف اتخرجوا من ايه. غالبا هتتفاجئ.

الفصل الرابع

هل التسويق محتاج دراسة؟

الاتنين ينفعوا. ناس كتير دخلت بدراسة، وناس كتير اتعلمت لوحدها. اللي ماحدش بيوصل من غيره هو التطبيق.

أنا بدأت أتعلم سنة 2011، وكانت كلمة Digital Marketing لسه جديدة في مصر. في الأول كنت بقرا مدونات بره زي Hootsuite وSocial Media Examiner وHubSpot Academy، وأجرب اللي بقراه هنا. بعد شوية احتجت حاجة مرتبة أكتر، فاخدت كورسات على Lynda (اللي بقت LinkedIn Learning) وCoursera وUdemy. كانت مفيدة، بس أغلبها معمول لسوق غير سوقنا. فبدأت أحضر كورسات أوفلاين، وماكانش هدفي الشهادة. كنت عايز أفهم الشركات هنا وفي الخليج بتفكر ازاي.

لو انت بتحب تتعلم بنظام ومحتاج حد يرتبلك الصورة، الدراسة هتريحك. ولو عندك التزام وبتعرف تقعد تذاكر لوحدك، تقدر تتعلم من غيرها.

اللي مش هينفع في الحالتين انك تجمع كورسات وماتطبقش، أو تقرا كتير وماتنزلش تجرب، أو تستنى حد ينادي عليك. الدراسة مع التطبيق هتوصلك أسرع، والتعلم لوحدك مع التطبيق هيوصلك برضه.

خطوة النهارده

حدد انت بتتعلم أحسن بنظام ولا لوحدك، واكتب جنب الاجابة اسم مشروع صغير هتجرب فيه اللي بتتعلمه.

الفصل الخامس

مجموعك جه أقل من اللي كنت مستنيه

كل سنة فيه آلاف بيقولوا «خلاص، الحلم راح». وانا شايف ان ده مش صحيح، على الأقل في التسويق. أغلب اللي بيشغلوا ناس في المجال بيسألوا انت تعرف تعمل ايه، ونادرا ما بيسألوا دخلت الكلية بكام.

لو المجموع ماسمحش، فيه طرق تانية حقيقية. فيه المعاهد العليا ونظم المعلومات الادارية، وفيه التربية النوعية، وفيه الدبلومات الفنية زي دبلوم التجارة اللي بيفتح بعده باب لكليات ومعاهد كتير. في أي واحد منهم حاول تختار تخصص قريب من التجارة أو الاعلام.

المهم انك ماتقعدش تستنى التخرج. دي خطة بسيطة لأول سنتين:

الفترة	في الدراسة	بره الدراسة
السنة الأولى	ذاكر الأساسيات كويس	3 أو 4 ساعات في الأسبوع لمهارة واحدة، زي التصميم أو كتابة المحتوى أو ادارة الصفحات
السنة التانية	كمل عادي	طبق على حاجة حقيقية، زي صفحة لصاحبك أو محل في المنطقة، وسجل النتايج
آخر السنة التانية		يبقى عندك بورتفوليو صغير فيه شغل عملته بايدك

لو بصيت على مسوقين ناجحين في مصر هتلاقي كتير منهم دارسين حاجات بعيدة خالص عن التسويق. الحاجة المشتركة بينهم انهم بدأوا يتعلموا ويجربوا بدري.

خطوة النهارده

اختار المهارة اللي هتديلها الـ 3 ساعات في الأسبوع، وحط لها ميعاد ثابت في الموبايل.

الجزء التاني

أي كلية تنفع

مافيش كلية اسمها كلية التسويق. فيه كليات كتير بتوصل للمجال، وكل واحدة بتديك حاجات وبتنقصك حاجات. في الجزء ده همشي معاك عليهم واحدة واحدة، وأقولك هتكمل الناقص ازاي.

ماحطيتش أرقام تنسيق هنا لأنها بتتغير كل سنة. خد الأرقام من موقع التنسيق الرسمي، وماتصدقش أرقام بتتنشر قبل الاعلان.

الفصل السادس

الكليات في جدول واحد

الكلية	هتديك	هتنقصك	وظائف قريبة
التجارة	فهم السوق والادارة والأرقام	الابداع والأدوات الرقمية	Digital Marketer، Brand، Marketing Analyst
ادارة الأعمال في جامعة خاصة	تخصص في التسويق من بدري	مصاريف عالية	Marketing، Brand، Product Marketing
الاعلام	الاعلان والعلاقات العامة	الشغل العملي على النت والأرقام	Content، Social Media، PR
الآداب	اللغة والكتابة وفهم الناس	أساسيات التسويق والأدوات	Content Writer، SEO، Research
الحاسبات والمعلومات	البيانات والتكنولوجيا	فهم العميل والسوق	Marketing Analytics، MarTech، Growth
الفنون التطبيقية	التصميم	المنطق التسويقي ورا التصميم	Designer، Creative
السياحة والفنادق	فهم صناعة كاملة من جوه	التسويق بره القطاع ده	تسويق فندقي، محتوى سياحي
نظم المعلومات والتربية النوعية	مهارات عملية وتقنية	نظرة الناس ليها	Performance، محتوى تعليمي، UX

ركز في عمود «هتنقصك». ده اللي هتشتغل عليه بره المحاضرات من أول سنة.

الفصل السابع

التجارة وادارة الأعمال

أكتر سؤال بيجيلي من طلبة التجارة هو أدخل قسم ايه. لو عايز تشتغل تسويق، قسم ادارة الأعمال هو الأقرب، لأن فيه مواد زي مبادئ التسويق وسلوك المستهلك والادارة الاستراتيجية. نظم المعلومات الادارية (MIS) حلو جدا لو بتحب الأرقام وناوي تشتغل في الاعلانات والتحليل. الاقتصاد بينفع في أبحاث السوق. أما المحاسبة والتأمين فبعيدين شوية، بس لو دخلتهم تقدر تعوض بالكورسات والتدريب.

تجارة انجليزي بتقربك من الشركات الكبيرة والتسويق الرقمي، وتجارة عربي مناسبة جدا للسوق المحلي. في الآخر اللي هتعمله بره الكلية هيفرق أكتر من اللغة اللي مكتوبة في الشهادة. بس لو الانجليزي عندك ضعيف اشتغل عليه من دلوقتي، لأن أغلب مصادر التعلم الكويسة بالانجليزي.

وخد بالك ان ادارة الأعمال في الجامعات الخاصة غير كلية التجارة. التجارة الحكومية فيها محاسبة واقتصاد وقانون، والتخصص بييجي متأخر. ادارة الأعمال بتدخلك التسويق من بدري، بس مصاريفها أعلى بكتير. لو بتفكر فيها، اسأل الجامعة قبل ما تدفع: هل فيه مسار واضح في التسويق الرقمي؟ هل فيه تدريب اجباري مع شركات؟ ومشروع التخرج حملة حقيقية ولا بحث على الورق؟

ولو الفرق بين جامعتين آلاف الدولارات والمنهج تقريبا واحد، اختار اللي فيها تدريب وعلاقات بشركات أكتر.

الفصل التامن

الاعلام والآداب

كلية الاعلام غالبا فيها تلات أقسام: صحافة، واذاعة وتليفزيون، وعلاقات عامة واعلان. لو ناوي على التسويق اختار العلاقات العامة والاعلان. واعرف ان أغلب كليات الاعلام بتطلب اختبار قدرات.

المشكلة ان اللي بيتدرس في المدرج غير اللي الشغل عايزه:

في الكلية	في الشغل
بتذاكر نظريات الاعلان	هتطلع اعلان بجد على Meta Ads
بتحلل حالة من كتاب	هتدير حملة وتشوف نتايجها
التركيز على الراديو والجرايد	الشغل على SEO وسوشيال وفيديو

الآداب الناس بتشوفها كلية نظري، بس فيها أقسام بتفتح أبواب حلوة. قسم انجليزي بيوصلك لكتابة المحتوى والترجمة، وممكن تشتغل فريلانس وانت لسه طالب. علم النفس والاجتماع بيفهموك الناس بتشتري ليه، وده أساس أبحاث السوق. واللغات التانية بتفتح باب للشغل مع شركات بره.

الناس بتقول ان آداب مالهاش شغل. اللي بيتخرج من غير ما يطور نفسه هيتعب فعلا، بس ده هيحصل في أي كلية. وأنا شخصيا الانجليزي اللي اتعلمته في الكلية كان من أهم الحاجات اللي ساعدتني.

الفصل التاسع

الحاسبات والفنون التطبيقية والسياحة

كلية الحاسبات والمعلومات والذكاء الاصطناعي محدش بيفتكرها لما يتكلم عن التسويق، مع ان شغل التسويق بقى معتمد على الأرقام جدا. لو خريج حاسبات اتعلم أساسيات التسويق، هيبقى فاهم البيانات وفاهم السوق في نفس الوقت، وده مطلوب في وظائف زي Marketing Analytics وGrowth. ابدأ بـ SQL وExcel من أول سنة، ودور على تدريب في قسم التسويق بدل قسم الـ IT.

الفنون التطبيقية للي عنده عين للتصميم. في السوق مصممين شاطرين مش فاهمين التصميم معمول ليه، ومسوقين مش عارفين يوصلوا فكرتهم للمصمم. اللي يعرف الاتنين مطلوب جدا. الكلية غالبا فيها اختبار قدرات، فابدأ اعمل شغل على Canva أو Figma وانت لسه في ثانوي.

السياحة والفنادق فيها تسويق سياحي وفندقي، وده نوع مختلف. انت بتبيع تجربة، والموسم بيفرق جدا، والصور والفيديوهات هي اللي بتقنع الناس تحجز. أغلب البرامج فيها مقابلة شخصية، ولو بتعرف لغة تالتة جنب الانجليزي ده هيفرق معاك كتير.

الفصل العاشر

كليات محدش بيبصلها

فيه كليات قليل لما حد بيحطها أول رغبة، بس بتديك مهارة مطلوبة بسرعة. منها كليات ومعاهد نظم المعلومات اللي بتجمع الادارة مع التكنولوجيا، ومنها التربية النوعية بأقسام زي تكنولوجيا التعليم والاعلام التربوي، ودي بتوصلك للمحتوى التعليمي والفيديو والـ UX.

مابقولش انها أحسن من كليات القمة. بس المهارات فيها أوضح، وفيها تطبيق أكتر، وممكن تبدأ منها شغل حر بدري. وفي المقابل فيه خريجين كليات قمة بيكتشفوا بعد سنين دراسة انهم محتاجين يتعلموا حاجات تانية خالص عشان يشتغلوا.

خطوة النهارده

ارجع لجدول الفصل السادس، ولاقي كليتك أو أقرب كلية لمجموعك، وانقل اللي مكتوب في عمود «هتنقصك». ده المنهج اللي هتذاكره لوحدك جنب الكلية.

الجزء التالت

اتعلم صح

الفصل الحادي عشر

اتعلم من يومك العادي

أغلب الناس أول ما تفكر تتعلم تسويق تدور على كورس مدفوع. بس انت بتشوف تسويق طول اليوم، في الشارع وفي المحلات وعلى الموبايل. الفكرة انك تبدأ تسأل نفسك ليه الحاجة اتعملت كده.

في السوبر ماركت مثلا، الشوكولاتة دايما جنب الكاشير، ومنتجات الأطفال على رف واطي. ده مش صدفة، ده اسمه Product Placement. والاعلان اللي في الشارع عنده ثانيتين بس عشان يلفت نظرك وانت ماشي، فلو اتلفتت له اسأل نفسك ايه اللي شدك. الكافيه اللي بتدفع فيه ضعف تمن القهوة بيبيعلك المكان والخدمة واسمه أكتر من القهوة نفسها.

ولما صاحبك يبعتلك على واتساب ويقولك جرب المطعم ده، هتصدقه أكتر من أي اعلان. وكل اعلان بيظهرلك على انستجرام حد اختار انه يوصلك انت بالذات. حتى لما بتحاول تقنع أهلك بحاجة، انت بتختار الوقت المناسب وبترتب كلامك، وده نفس اللي بيعمله المسوق.

خطوة النهارده

اعمل نوتة على الموبايل. كل يوم اكتب فيها اعلان شدك، وحاجة اشتريتها وليه اشتريتها. بعد شهر هيبقى عندك 30 ملاحظة من غير ما تدفع حاجة.

الفصل التاني عشر

ابدأ ببلاش

فيه مصادر مجانية كتير تكفيك في الأول. دول اللي برشحهم لأي حد بيبدأ:

المصدر	اللغة	هتتعلم ايه
Google Skillshop (وفيها كورسات Google Digital Garage القديمة)	عربي وانجليزي	أساسيات التسويق الرقمي وGoogle Ads وAnalytics
HubSpot Academy	انجليزي	المحتوى والايميل والسوشيال
Meta Blueprint	انجليزي	اعلانات فيسبوك وانستجرام
Coursera بالمشاهدة المجانية (Audit)	انجليزي	كورسات جامعات من غير شهادة
ادراك	عربي	مقدمة في التسويق الرقمي
eYouth	عربي	تسويق وريادة أعمال للمبتدئين

لو هتاخد كورس واحد بس، خد Fundamentals of Digital Marketing من Google. حوالي 40 ساعة، وموجود بالعربي، وبيعدي على الحاجات الأساسية كلها.

المشكلة في الكورسات المجانية اننا مابنكملهاش. مادام مادفعتش حاجة هتبقى سهل توقف في النص. اللي بينفع انك تحط ساعة ثابتة كل يوم، وتطبق اللي بتاخده على مشروع صغير أول بأول.

خطوة النهارده

سجل في كورس واحد من الجدول، وماتسجلش في تاني غير لما تخلصه.

الفصل التالت عشر

تقرا ايه الأول

أغلب قوايم كتب التسويق فيها نفس العناوين. اللي بيفرق هو الترتيب، لأن كل كتاب بيجهزك للي بعده. ده الترتيب اللي بنصح بيه:

1. This Is Marketing لـ Seth Godin. بيفهمك ان شغلك انك تحل مشكلة لناس معينة، مش انك تبيع أي حاجة لأي حد.
2. Positioning لـ Al Ries وJack Trout. عن ازاي تاخد مكان واضح في دماغ العميل. مكتوب سنة 1981 ولسه بيتقرا لحد دلوقتي.
3. Influence لـ Robert Cialdini. عن الناس بتقتنع ازاي. بعد ما تقراه هتبدأ تلاحظ الحاجات دي في أغلب الاعلانات اللي بتشوفها.
4. Building a StoryBrand لـ Donald Miller. بيعلمك تكتب عن العميل بدل ما تكتب عن الشركة.
5. Made to Stick لـ Chip وDan Heath. ليه فيه أفكار بتفضل في الدماغ وأفكار بتتنسي.
6. Contagious لـ Jonah Berger. ازاي الكلام عن حاجة بينتشر من شخص لشخص.

بعدهم اقرا حسب المجال اللي اخترته. لو سوشيال ميديا فيه Jab, Jab, Jab, Right Hook لـ Gary Vaynerchuk، ولو بتشتغل مع شركات ناشئة فيه Growth Hacker Marketing.

نصيحتي انك ماتفتحش كتاب جديد غير لما تطبق فكرة واحدة على الأقل من اللي قبله. كتاب واحد طبقت منه حاجة أفيد من عشرة قريتهم ونسيتهم.

خطوة النهارده

ابدأ This Is Marketing. بعد أول فصل اكتب لو عندك مشروع بكره، هتخدم مين بالظبط.

الفصل الرابع عشر

الشهادات بتفيد امتى

الشهادة بتقول للشركة انك مهتم، لكنها مابتقولش انك بتعرف تشتغل. اسم Google معروف، بس شهادتهم المجانية بتتشاف على انها أقل حاجة متوقع تكون عاملها.

النوع	بتفيدك لما	مش هتفيدك كتير لو
شهادات مجانية زي Google وHubSpot	تكون لسه بادئ ومعاك مشروع صغير توريه جنبها	بتنافس ناس معاها شغل حقيقي
Google AI Professional Certificate	عايز تستخدم الذكاء الاصطناعي في شغلك بشكل أحسن	مستنيها تخليك متخصص AI
دبلومات مدفوعة زي AUC وEslsca	يكون عندك سنين خبرة وعايز تاخد خطوة لمنصب أعلى	لسه ماشتغلتش ولا يوم

في أول سنين اصرف وقتك على الحاجات المجانية والتطبيق. فلوس الدبلومة هتبقى في مكانها أكتر بعد كام سنة، لما تعرف انت عايز تتخصص في ايه.

وموضوع الذكاء الاصطناعي مابقاش اختياري. مش مطلوب تبقى مهندس AI، بس لازم تعرف تكتب له طلب واضح، وتراجع اللي بيطلعه قبل ما تستخدمه.

خطوة النهارده

قبل ما تدفع في أي شهادة اسأل نفسك: عندي مشروع واحد أقدر أوريه لحد؟ لو لأ، ابدأ بيه.

الفصل الخامس عشر

الفراغ اللي بييجي بعد الكورس

ممكن تخلص كورس كنت مستنيه بقالك شهور، وبدل ما تفرح تحس بفراغ. مش عارف تكمل ايه، وحاسس ان الكورس ماغيرش حاجة. ناس كتير بتمر بده، وفيه اللي بيسميه «اكتئاب ما بعد الكورس».

غالبا بيحصل لأنك كنت متوقع تخلص وتلاقي شغل على طول، أو لأن الكورس كان مالي يومك وفجأة بقى عندك وقت فاضي، أو لأن الناس اللي كنت بتتعلم معاهم اختفوا. وأحيانا لأنك اتعلمت كتير وماطبقتش حاجة، فالكلام اللي اتعلمته بيبان ملوش لازمة.

اللي بيساعد انك ترجع تبص على النوتس بتاعتك، وتنفذ فكرة واحدة صغيرة، وتحكي اللي اتعلمته لحد أو تكتبه على LinkedIn، وتحط لنفسك جدول جديد بهدوء. وبلاش تقارن نفسك بحد.

ولو الاحساس ده طول وبدأ يأثر على نومك أو أكلك أو خلاك تبعد عن الناس، كلم متخصص. ده قرار صح ومافيهوش أي ضعف.

خطوة النهارده

من آخر كورس خلصته اختار فكرة واحدة واعملها في أقل من ساعة، بوست أو تحليل لاعلان أو صفحة في البورتفوليو.

الجزء الرابع

ادخل الشغل

الفصل السادس عشر

التسويق فيه وظائف كتير

أكتر غلطة بشوفها ان حد يقول «هتعلم تسويق» وخلاص. تحت كلمة تسويق فيه مسارات كتير، وكل واحد له طريقة دخول مختلفة. لو بتحب الأرقام والتحليل هتروح للاعلانات المدفوعة والـ Performance. لو بتحب تكتب هتروح للمحتوى والسوشيال ميديا. ولو بتحب تخطط وترتب هتلاقي نفسك في البراند والاستراتيجية وأبحاث السوق.

اختار المسار اللي شبه شخصيتك حتى لو مش هو اللي كل الناس بتتكلم عنه دلوقتي.

خد مثال على اللخبطة دي. ناس كتير فاكرة ان Media Buyer وPerformance Marketer نفس الوظيفة. الـ Media Buyer شغله انه يشتري مساحات الاعلان، يعني يقرر الاعلان يظهر فين وبكام وامتى، وهدفه انه يوصل لأكبر عدد بأقل فلوس. الـ Performance Marketer مسؤول عن نتيجة محددة زي بيع أو تسجيل، وبيتابع العميل من أول ما شاف الاعلان لحد ما دفع.

لو بادئ من الصفر، الـ Media Buying أسهل طريق عشان تدخل بسرعة، وبعد سنة أو اتنين تقدر تنقل للـ Performance. الجدول ده بيوريك الطريق بشكل تقريبي:

المرحلة	سنين الخبرة تقريبا	بتعمل ايه
Media Buyer Junior	أقل من سنة	حملات بسيطة وتتعلم المؤشرات
Media Buyer Senior	من سنة لتلاتة	ميزانيات أكبر
Performance Specialist	من اتنين لأربعة	بتبني رحلة العميل وتحلل البيانات
Performance Manager	من أربعة لسبعة	بتمسك فريق وتحط الخطة
Head of Growth أو CMO	أكتر من سبعة	مسؤول عن نمو الشركة كله

المدد دي بتختلف من شركة لشركة ومن شخص لشخص. بس خليها في دماغك لما تلاقي نفسك بتقارن نفسك وانت في أول سنة بحد بقاله خمس سنين.

خطوة النهارده

اكتب اسم مسار واحد بس هتبدأ بيه.

الفصل السابع عشر

خطة تلات شهور

مافيش كورس هيجيبلك شغل. اللي بيجيب شغل هو انك تشتغل. دي خطة لتلات شهور:

1. في الشهر الأول افهم المسارات واختار واحد، واتعلم أساسياته وأدواته. ماتبدأش في تلات مسارات مرة واحدة، وماتجمعش كورسات.
2. في الشهر التاني طبق حتى لو لوحدك. اعمل صفحة تجريبية، أو حملة على الورق، أو خطة محتوى لشهر. حطهم في ملف واحد على Notion أو Google Docs أو PDF.
3. في الشهر التالت ظبط صفحتك على LinkedIn، وتابع ناس شغالة في المجال، وقدم على تدريب أو وظائف Junior.

أغلب الشركات مش هتسألك اخدت كورس فين. هتقولك ورينا عملت ايه.

وخلي توقعاتك من أول شغلانة واقعية. انت هتتعلم فيها أكتر ما هتكسب. الناس اللي بتدخل المجال وتسيبه بسرعة غالبا كانوا مستعجلين، أو فاكرين ان المرتب هيبقى كبير من أول سنة.

خطوة النهارده

حط في النتيجة تاريخ نهاية كل شهر من التلاتة، واكتب جنب كل تاريخ المفروض تكون خلصت ايه.

الفصل التامن عشر

البورتفوليو والتدريب

لما يبقى ماعندكش خبرة، البورتفوليو هو اللي بيتكلم عنك. مش لازم يبقى كبير، المهم يبقى شغل حقيقي. كل مشروع فيه اكتب الصفحة أو المحل كان محتاج ايه، وانت عملت ايه، والنتيجة كانت كام حتى لو رقم صغير، ولو هتعمله تاني هتغير ايه. تلات مشاريع مكتوبين بالشكل ده أحسن من عشر شهادات.

والتدريب هو أسرع طريقة تحط بيها أول سطر خبرة في السي في. دور في الشركات الناشئة والوكالات الصغيرة، لأنك هناك هتشتغل بجد مش هتصور ورق. وفيه شركات كبيرة وبنوك بتفتح تدريب صيفي كل سنة لطلبة السنين الأولى، فماتستناش لحد التخرج. ولو مالقيتش، التطوع في صفحة جمعية أو نشاط طلابي بيتحسب خبرة برضه.

خطوة النهارده

ابعت لصاحب محل أو مشروع صغير تعرفه وقوله: ممكن أمسك الصفحة شهر ببلاش وأوريك النتيجة؟ ده هيبقى أول مشروع في البورتفوليو.

الفصل التاسع عشر

اسمك على LinkedIn

الناس بتتابع بني آدمين أكتر ما بتتابع شركات. وفي شغل زي التسويق معتمد على الثقة، حسابك على LinkedIn ممكن يجيبلك فرص أسرع من السي في. وتقدر تبدأ وانت في أول سنة كلية.

أول حاجة ماتنسخش السي في بتاعك في خانة About. أول سطرين لازم يقولوا انت بتساعد مين في ايه، ولو لسه طالب اكتب بتتعلم ايه وجربته فين.

بعد كده في النشر أنا بميل لقاعدة بسيطة: من كل 10 بوستات، خمسة فيهم فايدة للي بيقرا، وتلاتة بيوروا شغلك أو رأيك، واتنين شخصيين عن تجربة عديت بيها. اكتب بالطريقة اللي بتتكلم بيها، لأن الكلام المترجم حرفيا من الانجليزي بيبان مصطنع.

في أول شهر علق أكتر ما تنشر. اكتب تعليقات فيها كلام فعلا على بوستات ناس في مجالك، فلما تنشر أول بوست يبقى فيه ناس عارفاك. ومرتين أو تلاتة في الأسبوع بانتظام أحسن من انك تنشر كل يوم أسبوع وتختفي شهر.

خطوة النهارده

اكتب أول بوست ليك عن أول حاجة اتعلمتها في التسويق. مش محتاج تكون خبير عشان تكتب.

الفصل العشرين

خمس مقابلات اترفضت فيها

اترفضت في مقابلات كتير، ومن كل واحدة طلعت بحاجة لسه بستخدمها.

أول مقابلة بعد التخرج كانت جماعية في شركة كول سنتر، وكنا تمانية. كنت بجاوب بسرعة قبل أي حد وفاكر نفسي بلمع، واترفضت. فهمت بعدها ان المقابلة الجماعية بتشوف انت بتسيب غيرك يتكلم ولا لأ.

بعدها رحت مقابلة في جريدة، وفضلت أتكلم عن «المنتج» لحد ما اللي بتعمل المقابلة قالتلي احنا مش شركة منتجات. من ساعتها مابدخلش مقابلة قبل ما أقرا عن المكان والمجال بتاعه.

ومرة رحت مقابلة في مستشفى لابس كاجوال، وكل اللي معايا كانوا لابسين رسمي. أول سؤال اتسألته كان عن لبسي. لو مش عارف المكان متوقع ايه، اسأل أو البس نص رسمي.

وبعد ما خلصت دبلومة موارد بشرية قدمت على وظيفة HR، وكنت برد كأني حافظ من كتاب ومن غير ولا مثال. المذاكرة لوحدها مابتخليكش جاهز للشغل، لازم تربط اللي ذاكرته بحاجة عملتها.

وفي مقابلة تانية قعدت متخشب وايديا في بعض، وبان اني مش مهتم مع اني كنت متوتر بس. اللي قدامك بيقرا جسمك قبل كلامك.

بعد كل ده بقيت أجهز لأي مقابلة بنفس الطريقة. بقرا عن الشركة والمنافسين، وبقرا وصف الوظيفة كويس، وبجهز ردي على «احكيلنا عن نفسك» و«ليه عايز تشتغل معانا». ولما يسألوني في الآخر عندك أسئلة، بسأل عن الفريق وازاي بيتقيم الشغل.

خطوة النهارده

اكتب ردك على «احكيلنا عن نفسك» في دقيقة، وابدأه بحاجة عملتها مش باسم كليتك. وقوله بصوت عالي قدام المراية.

الجزء الخامس

فكر زي مسوق فاهم

الفصل الحادي والعشرين

البراند والتسويق والاعلان

التلات كلمات دول بيتقالوا كأنهم حاجة واحدة، وشركات كتير بتخسر فلوس بسبب اللخبطة دي. لو فهمت الفرق بينهم وانت لسه طالب، هتدخل أول مقابلة وانت بتتكلم زي ناس بقالها سنين.

البراند هو الصورة اللي في دماغ الناس لما يسمعوا اسم الشركة. اللوجو والألوان اسمهم Brand Identity، ودول بيعبروا عن البراند بس. الصورة دي بتتبنى من كل حاجة، من المنتج والخدمة لحد طريقة الرد على شكوى على فيسبوك.

التسويق أوسع من كده. بيبدأ من انك تعرف عميلك مين ومحتاج ايه، وبعدين هتبيع بكام وفين وهتقوله ايه.

والاعلان هو الجزء اللي بتدفع فيه فلوس بس. تقدر تسوق كويس جدا من غير اعلانات، بالمحتوى والـ SEO وترشيحات الناس والشراكات. لكن صعب تعمل اعلان ناجح لو مفيش تسويق متظبط وراه.

تخيل شركتين بيبيعوا نفس المنتج. الأولى الناس عارفة هي مين، ومحتواها واعلاناتها بيقولوا نفس الكلام. التانية بتصرف كتير على اعلانات فيها خصومات طول الوقت. مع الوقت الأولى تقدر ترفع سعرها، والتانية هتفضل مستنية الخصم الجاي عشان الناس تشتري.

الترتيب اللي بينفع ان البراند ييجي الأول، وبعده التسويق، وبعدهم الاعلان.

خطوة النهارده

اختار براند بتحبه واكتب في سطر صورته في دماغك. وبعدين اكتب تلات حاجات عملها ورسخت الصورة دي وماكانتش اعلانات.

الفصل التاني والعشرين

سنين التوهان

لو حاسس انك تايه بعد التخرج فده طبيعي. طول عمرك كان فيه جدول وحد بيقولك تعمل ايه، في المدرسة وبعدين في الجامعة. وفجأة الجدول اختفى ومابقاش فيه حد بيقولك حاجة.

الكاتب ديفيد بروكس في كتاب The Social Animal سمى الفترة دي «مرحلة الأوديسة». فترة بتاخد فيها قرارات كتير قبل ما تفهم نفسك، وغالبا بتبدأ من أول العشرينات وممكن تفضل لحد نص التلاتينات.

وفي التسويق التوهان ده أكتر شوية. نادر تلاقي حد مشي في خط مستقيم. أغلبنا جربنا محتوى وسوشيال واعلانات لحد ما لقينا مكاننا. وأنا نفسي في يوم أخدت دبلومة موارد بشرية وقدمت على شغل HR.

اللخبطة معناها انك بتجرب. المشكلة الحقيقية انك تكمل في حاجة مش شبهك، أو تفضل مستني تبقى متأكد من كل حاجة قبل ما تتحرك. في الفترة دي ركز على مهارة واحدة، واشتغل على مشاريع صغيرة حتى لو من غير فلوس في الأول. وماتصدقش كل اللي بتشوفه على السوشيال، لأن الناس اللي شكلهم مستقرين هناك مش بيحكوا كل حاجة.

خطوة النهارده

اكتب كل حاجة جربتها لحد دلوقتي، وجنب كل واحدة حاجة طلعت بيها منها.

الفصل التالت والعشرين

الحصان الميت

فيه جملة مشهورة بتقول: لو اكتشفت انك راكب حصان ميت، انزل من عليه. الشركات بتقع في ده لما تفضل تصرف على حملة مش جايبة نتيجة. واللي بيتعلم بيقع فيه بنفس الشكل.

ممكن يكون كورس بقالك شهور فيه وماطبقتش منه حاجة، ومكمل عشان دفعت فيه. أو مسار اخترته عشان كل الناس بتتكلم عنه وانت مش بتحبه. أو صفحة بتنشر عليها بنفس الطريقة من شهور ومفيش حاجة بتتغير. وبدل ما تنزل، بتجيب كورس تاني في نفس الحاجة، أو تلوم المدرب.

بنفضل راكبين لأننا صرفنا وقت وفلوس ومش عايزين نحس انهم راحوا، ولأننا خايفين حد يقول اننا غلطنا. وكمان لأننا ماحددناش من الأول هنعرف ازاي اننا بنتقدم.

الحل هو نفس اللي بيعمله أي مسوق مع حملة. قبل ما تبدأ اكتب انت عايز تعرف تعمل ايه في الآخر، وحط ميعاد بعد شهر تشوف فيه وصلت ولا لأ. لو بتتحسن كمل. لو واقف مكانك، انزل من على الحصان. الفلوس اللي صرفتها مش هترجع في الحالتين، فالأهم هتصرف اللي جاي فين.

خطوة النهارده

بص على الحاجات اللي بتتعلمها دلوقتي. لو فيه حاجة ماطبقتش منها حاجة بقالها شهر، قرر النهارده هتطبق منها بكره ولا هتسيبها.

الخاتمة

لو رجعت لأحمد بتاع كلية التربية، مش هقوله يغير كليته. هقوله يبدأ بدري ومايستناش لحد ما يحس انه جاهز. وهقوله يمسك حاجة واحدة ويخلصها قبل ما يجري ورا اللي بعدها. وهفكره ان الكورس والكتاب قيمتهم في اللي هيطبقه منهم. وهقوله يحكي اللي بيعمله وهو لسه في الطريق، لأن الناس بتصدق اللي لسه ماشي أكتر من اللي وصل ونسي هو وصل ازاي.

المجموع حدد أول كلية دخلتها. الباقي في ايدك.

لو عندك سؤال مالقيتش اجابته هنا ابعتهولي على موقع Marketing with Ahmed. ولو الكتاب ساعدك، ابعته لحد في نفس مكانك.

أحمد سمير

المصادر

الكتاب مبني على مقالات منشورة على marketingwzahmed.com/ar:

- المقدمة: رحلتي علشان اتعلم تسويق
- الفصل 1: الحياة ليست مكتب تنسيق
- الفصلان 2 و6: دليلك لاختيار كلية لها مستقبل في التسويق
- الفصل 4: هل التسويق محتاج دراسة؟
- الفصل 5: مجموعك مش عالي؟ بدائل الدبلومات الفنية
- الفصل 7: أفضل أقسام كلية التجارة · كلية إدارة الأعمال
- الفصل 8: كلية الإعلام · كلية الآداب
- الفصل 9: الحاسبات والمعلومات · الفنون التطبيقية · السياحة والفنادق
- الفصل 10: كليات Underrated
- الفصل 11: إزاي أتعلم تسويق من مواقف الحياة اليومية
- الفصل 12: أفضل مصادر مجانية لتعلم التسويق · Google Digital Garage وSkillshop
- الفصل 13: تقرأ إيه الأول؟ · أفضل كتب التسويق للمبتدئين
- الفصل 14: Google AI Professional Certificate
- الفصل 15: اكتئاب ما بعد الكورس
- الفصلان 16 و17: إزاي تدخل مجال التسويق في مصر · Media Buyer وPerformance Marketer
- الفصل 18: فرص تدريب صيفي في مصر
- الفصل 19: Personal Brand على LinkedIn
- الفصل 20: مقابلة عمل فاشلة؟ دي كانت البداية
- الفصل 21: الفرق بين البراند والتسويق والإعلان
- الفصل 22: سنوات الضياع
- الفصل 23: نظرية الحصان الميت في التسويق

المجموع بيحدد أول كلية هتدخلها. مش بيحدد انت هتوصل لفين.

كل سنة آلاف الطلبة بياخدوا قرارات كبيرة على أساس رقم واحد. الكتاب ده خطة عملية لأي حد عايز يدخل مجال التسويق، أيا كانت الكلية اللي دخلها.

جوه الكتاب

- ازاي تفكر في المجموع والكلية من غير ضغط
- كل كلية بتوصلك للتسويق منين
- تتعلم منين وبأي ترتيب، وأغلبه ببلاش
- خطة تلات شهور لأول شغلانة
- ازاي تعدي سنين التوهان من غير ما تضيعها



عن الكاتب

أحمد سمير اتخرج من كلية التربية، وبدأ في التسويق سنة 2011 من صفحة سوشيال ميديا لشركة انتاج. سنة 2016 سافر ألمانيا وأخد شهادة في تدريب الـ Design Thinking. اشتغل في أماكن كتير لحد ما بقى مسؤول عن البراند والاتصال في شركة برمجيات، وعمل موقع Marketing with Ahmed عشان يساعد اللي لسه بيبدأوا.

من التنسيق للتسويق

marketingwzahmed.com