دليل تطبيقي كامل · بدون أي ميزانية

أقوى التقنيات المجانية للحصول على أعلى ترافيك من بنترست بـ 0 دولار

كيف يفكّر محرّك البحث البصري من الداخل، وكيف تجعله يرسل الزوار إلى موقعك كل يوم، بشرح عميق ولغة بسيطة.

عبد الكريم بن محمادي

مبرمج منذ 2006 · مطوّر حلول برمجية للمشاريع الرقمية

أقوى التقنيات المجانية للحصول على أعلى ترافيك من بنترست بـ 0 دولار

خطة 90 يوماً من أول حساب نحو زيارات ثابتة

عبد الكريم بن محمادي

الطبعة الأولى · 2026

حقوق النشر. © 2026 عبد الكريم بن محمادي. يحق لك قراءة هذا الكتاب والاستفادة منه ومشاركة رابط تحميله. لا يجوز بيعه أو نشر محتواه أو أجزاء كبيرة منه باسم شخص آخر دون إذن مكتوب.

تنبيه. بنترست منصّة تتطوّر باستمرار، وقد تتغيّر بعض القوائم والأزرار وأسماء الخيارات بعد صدور هذا الكتاب. المبادئ المشروحة هنا ثابتة لأنها مبنية على طريقة عمل محركات البحث، أما التفاصيل الصغيرة فتحقّق منها داخل حسابك. لا يقدّم هذا الكتاب وعداً بعدد معيّن من الزيارات أو الأرباح؛ النتائج تختلف حسب المجال وجودة المحتوى والاستمرار.

Pinterest علامة تجارية مملوكة لشركة Pinterest, Inc. وهذا الكتاب مستقل وغير تابع لها.

المحتويات

مقدمة: لماذا بنترست، ولماذا يكفيك صفر دولار؟ 6

الجزء الأول · افهم الآلة

الفصل الأول: بنترست ليس شبكة اجتماعية: إنه محرك بحث بصري 12

الفصل الثاني: كيف يقرّر بنترست من يظهر أولاً 24

الفصل الثالث: تجهيز الحساب الذي يثق به بنترست 35

الجزء الثاني · الكلمات قبل الصور

الفصل الرابع: البحث عن الكلمات المفتاحية مجاناً 47

الفصل الخامس: SEO بنترست: أين تضع كل كلمة 59

الجزء الثالث · الدبوس الذي يُنقر

الفصل السادس: هندسة اللوحات (Boards) 72

الفصل السابع: تصميم الدبوس الذي يوقف الإصبع 83

الفصل الثامن: الدبابيس الجديدة (Fresh Pins) والنشر المتكرّر الذكي 95

الفصل التاسع: دبابيس الفيديو مجاناً 106

الجزء الرابع · من الظهور إلى الزيارة

الفصل العاشر: جهّز موقعك لاستقبال بنترست 119

الفصل الحادي عشر: التوقيت والمواسم: انشر قبل أن يبحث الناس 131

الفصل الثاني عشر: الاستمرارية بلا إرهاق: الجدولة المجانية ونظام الدُّفعات 143

الجزء الخامس · القياس والتوسّع والحماية

الفصل الثالث عشر: اقرأ أرقامك: التحليلات المجانية 155

الفصل الرابع عشر: تقنيات متقدمة تضاعف النتائج 166

الفصل الخامس عشر: أخطاء تدفن حسابك (وكيف تنجو منها) 177

الجزء السادس · التطبيق

الفصل السادس عشر: خطة 90 يوماً من الصفر إلى أول ترافيك ثابت 189
ملحق أ: قائمة تحقّق لكل دبوس قبل النشر 201
ملحق ب: قائمة تحقّق إعداد الحساب 203
ملحق ج: قوالب عناوين وأوصاف عربية جاهزة 205
ملحق د: قاموس المصطلحات 208
ملحق هـ: قالب تقويم المحتوى الأسبوعي 212
خاتمة: ما الذي تملكه الآن، وما الخطوة التالية؟ 214

مقدمة

لماذا بنترست، ولماذا يكفيك صفر دولار؟

قبل أن نبدأ بالتقنيات، اعرف ما الذي ستبنيه بالضبط، ولماذا يختلف عن كل ما جرّبته على المنصات الأخرى.

إذا كان عندك موقع أو مدونة أو متجر أو قناة يوتيوب، فأنت تعرف هذا الشعور: تكتب مقالاً تعبت عليه، أو تضيف منتجاً جيداً، ثم تنتظر. يمرّ اليوم الأول بزيارات قليلة، والثاني بأقل منها، وبعد أسبوع يصبح الأمر كأنك لم تنشر شيئاً.

المشكلة في الغالب ليست في المحتوى. المشكلة أن الناس لا يعرفون أنه موجود. والطرق المعتادة لإيصاله إليهم إما مكلفة (الإعلانات)، أو بطيئة جداً (محرك جوجل لموقع جديد)، أو قصيرة العمر (منشور فيسبوك يختفي خلال يوم أو يومين).

بنترست يقع في منطقة مختلفة. هو مجاني، وغالباً ما يعطي الموقع الجديد فرصة للظهور أسرع من جوجل، والدبوس الذي تنشره اليوم قد يبقى يجلب الزوار شهوراً وأحياناً سنوات. لكن بشرط واحد: أن تفهم كيف يفكّر، وأن تعامله كما هو فعلاً.

ما هو بنترست في سطر واحد؟

بنترست محرّك بحث بصري. الناس يدخلون إليه ليبحثوا عن أفكار: وصفة لعشاء الليلة، ديكور لغرفة صغيرة، طريقة لتعلّم لغة، هدية لعيد ميلاد، ملابس لعرس. يكتبون ما يريدون، فيعرض عليهم صوراً عمودية تسمّى «دبابيس» (Pins). كل دبوس يمكن أن يحمل رابطاً إلى موقع. حين يضغط الشخص على الدبوس ثم على الرابط، يصل إلى موقعك. هذا هو الترافيك الذي يتحدث عنه هذا الكتاب.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

تخيّل معرضاً تجارياً ضخماً مفتوحاً طوال السنة، يزوره كل شهر مئات الملايين من الناس، وكل واحد منهم جاء يبحث عن شيء محدد. أصحاب الأجنحة لا يدفعون إيجاراً. لكن إدارة المعرض هي التي تقرّر أين تضع كل جناح: في المدخل الرئيسي حيث يمرّ الجميع، أو في زاوية بعيدة لا يصلها أحد. هذا الكتاب يشرح لك القواعد التي تستعملها الإدارة في هذا القرار، وكيف تجعل جناحك في الممرّ الذي يمرّ منه عملاؤك المحتملون.

لماذا «صفر دولار» ليس مبالغة؟

كل ما تحتاجه في هذا الكتاب مجاني فعلاً: حساب أعمال على بنترست، وأداة الاتجاهات (Pinterest Trends) التي يقدّمها بنترست نفسه، والجدولة المدمجة فيه، والتحليلات المدمجة فيه، وبرنامج تصميم مجاني مثل Canva، وبرنامج تحرير فيديو مجاني مثل CapCut. توجد أدوات مدفوعة كثيرة في

السوق، وبعضها جيد، لكن لا شيء منها ضروري لتبدأ ولا لتنجح. ما يصنع الفرق هو الفهم والانتظام، وهذان لا يُشتريان.

العملة الحقيقية التي ستدفعها هي الوقت والصبر. بنترست لا يكافئ من ينشر بحماس أسبوعاً ثم يختفي. يكافئ من يعطيه محتوى جيداً بانتظام لعدة أشهر. لذلك ستجد في هذا الكتاب نظاماً يجعل العمل ساعتين أو ثلاثاً في الأسبوع، لا ساعات كل يوم.

كيف بُني هذا الكتاب؟

كل تقنية في هذا الكتاب مشروحة على ثلاث طبقات:

1. **ما هي؟** تعريف قصير وواضح.
2. **لماذا تعمل؟** كيف يرى بنترست الأمر من الداخل. هذه الطبقة هي التي تجعلك تفهم بدل أن تحفظ، فتعرف ماذا تفعل حتى حين تتغيّر الأزرار والقوائم.
3. **كيف أطبّقها؟** خطوات مرقّمة تنفّذها في نفس اليوم.

وستجد داخل الفصول صناديق ملوّنة لكل منها دور: **التشبيه** يقرّب الفكرة بمثال من الحياة اليومية، و**من داخل المحرّك** يأخذك أعمق في التفاصيل التقنية، و**المثال التطبيقي** يريك الفكرة على حالة حقيقية، و**النصيحة العملية** تختصر عليك تجربة، و**انتبه** يحميك من خطأ مكلف. وينتهي كل فصل بتمرين قصير وخلاصة.

ثلاثة أشخاص سترافقهم في الكتاب

حتى لا تبقى الأفكار نظرية، سنطبّقها على ثلاث حالات تمثّل أغلب من يقرأ هذا الكتاب:

- **سارة**: تكتب مدونة وصفات طبخ مغربية، وتريد زواراً يقرؤون وصفاتها ويشتركون في نشرتها.
- **يوسف**: يملك متجراً إلكترونياً صغيراً للساعات والإكسسوارات الرجالية، ويريد عملاء يصلون إلى صفحات منتجاته.
- **أمين**: يدير قناة يوتيوب لتعليم البرمجة للمبتدئين، ومعها مدونة على Blogger يشرح فيها دروسه كتابةً، ويريد مشاهدين وقرّاء جدداً من خارج يوتيوب.

ستجد نفسك غالباً قريباً من واحد منهم. وإن لم تجد، فالمبدأ نفسه ينطبق على أي مجال فيه أناس يبحثون عن أفكار أو حلول أو منتجات.

كيف تقرأ هذا الكتاب لتستفيد منه فعلاً؟

اقرأ الجزأين الأول والثاني بالترتيب، لأنهما الأساس الذي يقوم عليه كل ما بعدهما. بعد ذلك يمكنك التنقّل حسب حاجتك. لكن لا تنتقل من فصل إلى آخر قبل أن تنفّذ تمرينه. عشر دقائق من التطبيق تساوي ساعة من القراءة. الاستثناء الوحيد هو تمرينا الفصلين 13 و14: يحتاجان إلى أرقام لن تملكها إلا بعد أسابيع من النشر، فاقرأهما الآن وعُد إلى تمرينيهما في الأسبوع السابع من الخطة.

وإن أردت طريقاً جاهزاً من البداية إلى النهاية، فالفصل السادس عشر يضع كل شيء في خطة من 90 يوماً، أسبوعاً بأسبوع. والملاحق في آخر الكتاب

فيها قوائم تحقّق وقوالب جاهزة تختصر عليك العمل اليومي.

✓ نصيحة قبل البداية

افتح الآن ملفاً فارغاً أو دفتراً وسمّه «دفتر بنترست». ستكتب فيه نتائج التمارين: كلماتك المفتاحية، أسماء لوحاتك، أفكار دبابيسك، وأرقامك الشهرية. بعد ثلاثة أشهر سيكون هذا الدفتر أثمن من الكتاب نفسه، لأنه سيكون خريطة مجالك أنت.

الجزء الأول

افهم الآلة

كيف يفكّر بنترست، ولماذا يختلف عن كل منصة جرّبتها.

الفصل الأول

بنترست ليس شبكة اجتماعية: إنه محرك بحث بصري

في هذا الفصل ستغيّر الصورة التي في ذهنك عن بنترست، لأن كل تقنية في هذا الكتاب مبنية عليها. ستفهم لماذا يعيش الدبوس شهوراً بينما يموت المنشور في يوم، ومن أين يأتي الناس إلى دبوسك، وكيف يصل الدبوس من لحظة نشره إلى نقرة على موقعك.

الخطأ الأول الذي يقع فيه أغلب الناس

أغلب من يفتح حساباً على بنترست يتعامل معه كما يتعامل مع فيسبوك أو إنستغرام. ينشر صورة، ينتظر الإعجابات، ثم يحكم على النتيجة بعد يومين. وحين لا يحدث شيء، يقول: «بنترست لا يعمل مع العرب» ويغادر.

المشكلة ليست في بنترست. المشكلة أنه استعمل أداة بطريقة أداة أخرى. كمن يضع إعلاناً في دليل الهاتف ثم ينتظر أن يتصل به الناس في نفس الساعة. الدليل لا يعمل هكذا. الناس يفتحونه حين يحتاجون، وقد يحتاجون بعد شهر أو سنة.

بنترست أقرب إلى جوجل منه إلى فيسبوك. الناس يكتبون فيه ما يبحثون عنه، فيعرض لهم صوراً تجيب عن سؤالهم. لهذا نسمّيه **محرك بحث بصري**: محرك بحث، لأن الناس يبحثون فيه. وبصري، لأن الجواب يأتي على شكل صورة أو فيديو بدل سطر نصي أزرق.

التيار والمكتبة: الفرق الذي يغيّر كل شيء

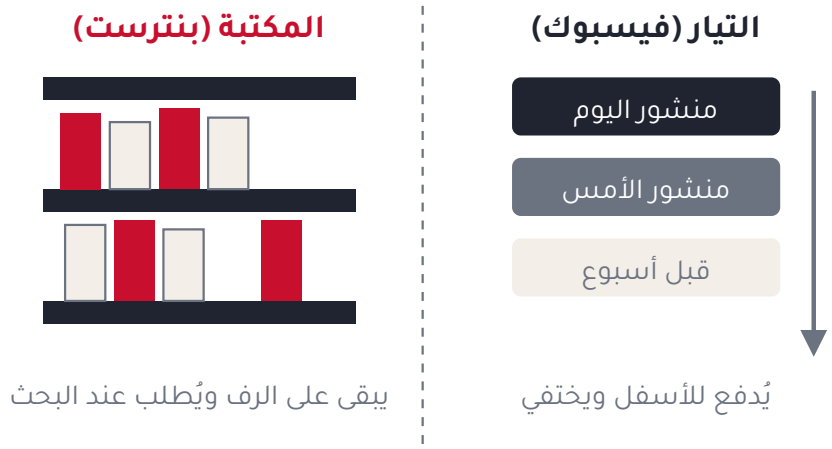
لكي تفهم الفرق، قارن بين طريقتين في عرض المحتوى.

الطريقة الأولى: التيار. في فيسبوك وإنستغرام وX، ما تراه مرتّب في الغالب حسب الحداثة والتفاعل. المنشور الجديد يدفع القديم إلى الأسفل. بعد يوم أو يومين، يكاد منشورك يختفي من أمام الناس، حتى لو كان ممتازاً.

الطريقة الثانية: المكتبة. في بنترست، كل دبوس تنشره يُفهرَس (أي يُسجَّل في قاعدة بيانات البحث مع الكلمات التي تصفه). يبقى على الرف. وكلما بحث أحد عن موضوعه، يمكن أن يُعرض له، اليوم أو بعد ستة أشهر.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

المنشور على فيسبوك يشبه خبراً في جريدة اليوم. يقرؤه الناس صباحاً، وفي المساء تُلفّ به الأغراض في السوق. أما الدبوس على بنترست فيشبه كتاباً وُضع على رفّ مكتبة عامة. لا أحد يقرؤه يوم وصوله بالضرورة، لكن كلما جاء قارئ يسأل أمين المكتبة عن موضوعه، دلّه عليه. والكتاب الجيد يُطلب سنوات.



شكل 1-1: في التيار يُدفع المحتوى القديم للأسفل، وفي المكتبة يبقى كل دبوس على رفّه

عمر الدبوس مقابل عمر المنشور

نتيجة هذا الفرق بسيطة ومهمة: **الدبوس يعيش طويلاً**. من الشائع أن يبدأ دبوس في جلب الزيارات بعد أسابيع من نشره، وأن يستمر في ذلك شهوراً، وأحياناً سنوات، خصوصاً إذا كان موضوعه دائماً مثل وصفة أو طريقة أو دليل.

هذا يعني أن عملك على بنترست **يتراكم**. كل دبوس جيد تنشره اليوم يضاف إلى ما نشرته أمس. بعد بضعة أشهر، لا تعتمد زياراتك على آخر ما نشرت، بل على مجموع ما بنيته. وهذا عكس منصات التيار، حيث تبدأ كل يوم تقريباً من الصفر.

! انتبه

العمر الطويل له وجه آخر: البداية بطيئة. لا تحكم على بنترست بعد أسبوع أو أسبوعين. الحساب الجديد يحتاج وقتاً حتى يفهم بنترست موضوعه ويثق به. سنشرح السبب بالتفصيل في الفصل الثاني.

نيّة الباحث: لماذا يأتي الناس إلى بنترست؟

هنا نقطة يغفل عنها كثيرون. الشخص الذي يفتح فيسبوك يريد غالباً أن يتسلّى أو يرى أخبار أصدقائه. أما الشخص الذي يفتح بنترست، فيأتي في الغالب وفي رأسه **مشروع**: يخطط لشيء سيفعله.

- **يخطط:** لعرس، لديكور غرفة، لرحلة، لحفلة عيد ميلاد.
- **يشتري:** يبحث عن أفكار هدايا، عن ساعة تناسب بدلة، عن عباءة لمناسبة.
- **يطبخ:** يريد وصفة لعشاء الليلة أو لسفرة رمضان.
- **يتعلّم:** طريقة، خطوات، درس، تمرين.

هذه الحالة الذهنية تسمّى **النيّة** (Intent)، أي ما يريد الشخص فعله فعلاً. ومن يبحث بنيّة واضحة يكون مستعداً للنقر والقراءة، وأحياناً للشراء. لهذا تجد أن الزيارة القادمة من بنترست غالباً زيارة من شخص يبحث عن حلّ، لا من شخص يمرّ عابراً.

- **مثال تطبيقي: سارة**

سارة تكتب مدونة وصفات مغربية. على فيسبوك، منشورها عن «طاجين الدجاج بالزيتون» يأخذ بعض الإعجابات في يومه ثم يختفي. على بنترست، المرأة التي تكتب «طاجين دجاج بالزيتون» في شهر رمضان القادم، أو بعد سنة، قد ترى دبوس سارة وتنقر عليه، لأنها في تلك اللحظة تريد أن تطبخ هذا الطبق بالذات. سارة لم تطارد هذه المرأة. المرأة هي التي جاءت تبحث.

من أين يرى الناس دبوسك؟ أربعة أبواب

الدبوس لا يظهر في مكان واحد. هناك أربعة أبواب رئيسية يدخل منها الناس إلى المحتوى في بنترست. فهمها يساعدك لاحقاً على معرفة سبب نجاح دبوس وفشل آخر.

1. نتائج البحث (Search)

الشخص يكتب كلمات في شريط البحث، فيعرض بنترست الدبابيس الأكثر صلة وجودة. هذا الباب يعتمد على الكلمات التي وضعتها في دبوسك ولوحتك وصفحتك. وسنخصص له الفصلين الرابع والخامس.

2. الصفحة الرئيسية (Home feed)

حين يفتح الشخص التطبيق، يرى صفحة مليئة بدبابيس مختارة له حسب ما بحث عنه وحفظه سابقاً. إن كان قد حفظ وصفات مغربية كثيرة، فمن

المحتمل أن تظهر له دبابيس سارة دون أن يبحث. هذا الباب لا يعتمد على المتابعين بقدر ما يعتمد على اهتمامات الشخص.

3. الدبابيس المشابهة (Related pins)

حين ينقر الشخص على دبوس ليفتحه، يعرض بنترست تحته دبابيس أخرى تشبهه في الموضوع أو الصورة. هذا باب كبير يُهمله كثيرون. دبوسك قد يظهر تحت دبوس منافس مشهور إذا كان موضوعكما متقارباً.

4. تصفّح المواضيع والأفكار

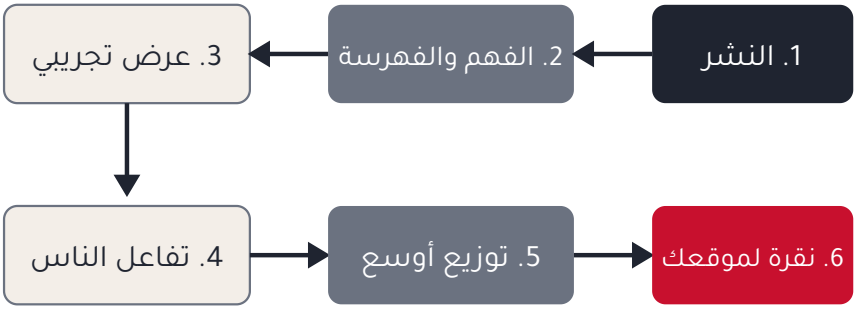
يقترح بنترست مواضيع وأفكاراً يمكن للشخص أن يتصفحها، مثل صفحات الأفكار المرتبطة بموضوع معيّن. تتغيّر واجهة هذا الباب من وقت لآخر، لكن الفكرة ثابتة: بنترست يجمع الدبابيس المتشابهة في الموضوع ويعرضها لمن يهتم به.

⚙ من داخل المحرّك

لاحظ أن الأبواب الأربعة تعتمد كلها على شيء واحد: **فهم بنترست لموضوع دبوسك**. في البحث يطابق موضوعك مع كلمات الباحث. في الصفحة الرئيسية يطابقه مع اهتمامات الشخص. في الدبابيس المشابهة يطابقه مع دبوس آخر. لذلك فإن أهم عمل تقوم به ليس أن تجمع متابعين، بل أن تجعل موضوع كل دبوس **واضحاً جداً** للآلة. المتابعون في بنترست أقل أهمية بكثير مما هم عليه في فيسبوك.

رحلة الدبوس: من النشر إلى النقرة

لنتتبّع ما يحدث لدبوس واحد منذ لحظة نشره حتى يصل زائر إلى موقعك. هذه الصورة الكاملة ستجعل كل فصل لاحق مفهوماً، لأن كل فصل يحسّن مرحلة من هذه المراحل.



كل فصل في الكتاب يحسّن مرحلة من هذه المراحل

شكل 1-2: المراحل الست التي يمرّ بها الدبوس قبل أن يجلب زيارة

1. **النشر:** ترفع صورة أو فيديو، تكتب عنواناً ووصفاً، تختار لوحة، وتضع رابط صفحتك.
2. **الفهم والفهرسة:** يقرأ بنترست النص، ويحلّل الصورة نفسها، وينظر إلى اللوحة التي وضعتها فيها، وقد يزور صفحة الوجهة (Landing page، أي الصفحة التي يفتحها الرابط). من كل هذا يستنتج: عمّ يتحدث هذا الدبوس؟

3 **العرض التجريبي:** يعرض الدبوس على عدد محدود من الناس المهتمين بموضوعه، ليختبر ردّ فعلهم.

4 **تفاعل الناس:** هل حفظوه؟ هل نقروا عليه؟ هل فتحوه؟ أم مرّوا عليه أو أخفوه؟

5 **التوزيع الأوسع:** إذا كانت الإشارات جيدة، يعرضه لعدد أكبر في البحث والصفحة الرئيسية والدبابيس المشابهة. وإذا كانت ضعيفة، يقلّ ظهوره.

6 **النقرة:** شخص يرى الدبوس، يجد فيه وعداً يهمّه، فينقر ويصل إلى موقعك. وهنا يبدأ دور صفحتك في إقناعه بالبقاء.

هذه الرحلة ليست سريعة. المرحلتان الثانية والثالثة قد تأخذان أياماً، والخامسة قد تمتد أسابيع. وتفاصيل كل مرحلة تتغيّر قليلاً كلما طوّر بنترست نظامه، لكن المنطق العام ثابت: **افهم، اختبر، ثم وزّع ما ينجح**.

✓ نصيحة عملية

عندما يفشل دبوس، اسأل نفسك: في أي مرحلة توقّف؟ إذا لم يحصل على انطباعات (Impressions، أي عدد مرات ظهوره على الشاشات) فالمشكلة غالباً في الفهم والكلمات. إذا ظهر كثيراً ولم يُنقر، فالمشكلة في التصميم أو الوعد. وإذا نُقر ولم يبقَ الزائر في موقعك، فالمشكلة في صفحتك. هذا السؤال وحده يوفّر عليك شهوراً من التخمين.

ثلاث أفكار خاطئة يجب أن تتركها الآن

حين يأتي الناس من فيسبوك وإنستغرام، يحملون معهم عادات تضرّهم في بنترست. هذه أكثرها انتشاراً.

«أحتاج آلاف المتابعين أولاً»

في منصات التيار، المتابعون هم الجمهور الأساسي. في بنترست، أغلب من يرى دبابيسك قد لا يتابعك أصلاً. يصلون إليك من البحث والصفحة الرئيسية والدبابيس المشابهة. المتابعون يساعدون قليلاً في العرض الأول للدبوس، لكنهم ليسوا شرطاً للزيارات. حساب عدد متابعيه قليل يمكن أن يجلب زيارات جيدة إذا كانت دبابيسه واضحة الموضوع ومفيدة.

«يجب أن أنشر ما هو جديد ومثير كل يوم»

في التيار، الحداثة هي كل شيء. في بنترست، المحتوى الدائم (Evergreen، أي المفيد في كل وقت) هو الذي يعيش. «طريقة تنظيف الساعة الجلدية» سؤال يطرحه الناس كل سنة. لا تحتاج أن تلاحق الأخبار. تحتاج أن تجيب عن أسئلة تتكرر.

«بنترست للنساء والديكور فقط»

صحيح أن مجالات مثل الطبخ والديكور والموضة قوية جداً فيه. لكن الناس يبحثون فيه أيضاً عن التعليم، والأعمال، والتقنية، والصحة، والسفر، والهدايا للرجال. السؤال الصحيح ليس «هل مجالي موجود في بنترست؟» بل «هل يبحث الناس في بنترست عن الأسئلة التي أجيب عنها؟». وسنتعلم كيف نجيب عن هذا السؤال بدقة في الفصل الرابع.

ماذا يعني هذا لك عملياً؟

إذا قبلت أن بنترست محرك بحث بصري، تتغيّر طريقة عملك في خمس نقاط:

- تبدأ بالسؤال: **ماذا يبحث الناس؟** قبل أن تسأل: ماذا أريد أن أنشر؟
- تكتب الكلمات بعناية في كل مكان، لأن الآلة تقرأها.
- لا تقلق كثيراً من قلّة المتابعين في البداية.
- تقيس النتائج بالشهور، لا بالأيام.
- تنشر محتوى يبقى مفيداً زمناً طويلاً، لأنه سيبقى على الرف.

مثال تطبيقي: يوسف وأمين

يوسف يبيع ساعات رجالية في متجره الإلكتروني. بدل أن ينشر صورة ساعة مع جملة «وصلت تشكيلة جديدة»، يسأل: ماذا يكتب من يبحث عن ساعة؟ ربما «ساعة رسمية مع بدلة سوداء» أو «هدية لزوجي في عيد الزواج». أما أمين، صاحب قناة تعليم البرمجة، فيلاحظ أن الناس يبحثون عن «كيف أبدأ تعلم البرمجة» و«أول مشروع بايثون للمبتدئين». كلاهما بدأ من سؤال الباحث، لا من رغبته هو في النشر.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح بنترست واكتب في البحث موضوعاً قريباً من مجالك، مثل «وصفات رمضان» أو «ساعات رجالية» أو «تعلم البرمجة».
2. انقر على أول ثلاثة دبابيس. لاحظ تاريخها إن ظهر، أو أي علامة على أنها قديمة. ستجد غالباً أن بعضها ليس جديداً.
3. تحت كل دبوس فتحته، انظر إلى الدبابيس المشابهة. اكتب ملاحظة: ما الذي يجمعها؟
4. اكتب على ورقة ثلاث عبارات يمكن أن يكتبها عميل يبحث عمّا تقدّمه أنت.
5. اكتب بجانب كل عبارة: هل نيّة صاحبها التخطيط، أم الشراء، أم الطبخ، أم التعلّم؟

★ خلاصة الفصل

- بنترست محرك بحث بصري: الناس يبحثون فيه، والجواب صورة أو فيديو.
- فيسبوك تيار يدفع القديم للأسفل، وبنترست مكتبة يبقى فيها كل دبوس على رفّه.
- الدبوس يعيش شهوراً وقد يعيش سنوات، فعملك يتراكم، لكن البداية بطيئة.
- زائر بنترست يأتي غالباً بنيّة: يخطط أو يشتري أو يطبخ أو يتعلّم.
- دبوسك يظهر من أربعة أبواب: البحث، الصفحة الرئيسية، الدبابيس المشابهة، وتصفّح المواضيع.
- رحلة الدبوس: نشر، فهم، عرض تجريبي، تفاعل، توزيع أوسع، ثم نقرة.

الفصل الثاني

كيف يقرّر بنترست من يظهر أولاً

في هذا الفصل ستدخل إلى غرفة القرار في بنترست: ما العوامل التي يزن بها كل دبوس، وكيف يقرأ صورتك ونصّك وصفحتك. حين تفهم هذا، تتوقف عن التخمين، وتعرف لماذا يحتاج الأمر أسابيع وشهوراً قبل أن تظهر النتائج.

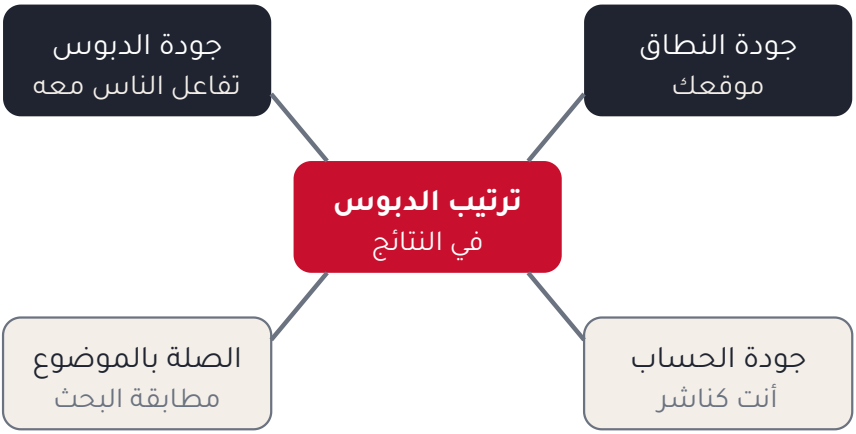
السؤال الذي يجيب عنه بنترست ملايين المرات يومياً

كل مرة يكتب فيها شخص «ديكور غرفة نوم صغيرة»، يجد بنترست أمامه عدداً هائلاً من الدبابيس المرشّحة. الشاشة لا تتّسع إلا لبضعة منها. فعليه أن يرتّبها: أيّها يأتي أولاً؟ وأيّها يأتي في الصفحة العاشرة؟ وأيّها لا يظهر أبداً؟

بنترست لا ينشر وصفة كاملة لطريقة الترتيب، ولا تنشرها أي منصة كبرى. لكنه شرح الخطوط العريضة في مواد رسمية للمبدعين، وما يراه أصحاب الحسابات في تجاربهم يؤكد هذه الخطوط. سنعتمد هنا على ما هو معروف ومستقر، ونترك التفاصيل المتغيّرة.

العوامل الأربعة

يمكن تلخيص ما يزن به بنترست كل دبوس في أربعة عوامل. لا تعمل منفصلة، بل معاً، مثل أرجل طاولة: إذا قصرت واحدة اهتزّت الطاولة كلها.



شكل 2-1: العوامل الأربعة التي تحدّد موقع الدبوس في النتائج

1. جودة النطاق (Domain quality)

ما هي؟ النطاق هو اسم موقعك، مثل example.com. وجودته هي مقدار ثقة بنترست في الدبابيس التي تشير إليه.

لماذا تهم؟ بنترست يريد أن يرسل مستخدميه إلى صفحات جيدة. إذا كانت الدبابيس التي تشير إلى موقعك يحفظها الناس وينقرون عليها، ولا يعودون بسرعة خائبين، يتعلّم بنترست مع الوقت أن موقعك مصدر جيد. وإذا كانت روابطه مضلّلة أو مزعجة، يتعلّم العكس.

هذا العامل يُبنى ببطء، ولا يُشترى. لهذا سنرى في الفصل الثالث لماذا يجب أن تؤكد ملكية موقعك، فهذا يربط دبابيسك بنطاقك ربطاً واضحاً.

2. جودة الدبوس (Pin quality)

ما هي؟ تقدير بنترست لمدى إعجاب الناس بهذا الدبوس بالذات.

لماذا تهم؟ لأنها أصدق دليل. الكلمات قد تقول إن الدبوس عن «طاجين»، لكن الناس هم من يقرّرون إن كان دبوس طاجين جيداً. حين يحفظونه وينقرون عليه، يرتفع تقديره. ويُلاحَظ أن الدبوس نفسه إذا انتشر وحُفظ كثيراً في لوحات الآخرين يكتسب قوة إضافية.

3. جودة الحساب (Pinner quality)

ما هي؟ تقدير بنترست لك أنت كناشر: هل تنشر بانتظام؟ هل محتواك يتفاعل معه الناس عادة؟ هل حسابك نظيف بلا سلوك مريب؟

لماذا تهم؟ لأن بنترست يحتاج نقطة بداية حين ينشر حسابك دبوساً جديداً لم يتفاعل معه أحد بعد. إذا كان تاريخك جيداً، يمنح دبوسك الجديد فرصة أولى أفضل.

4. الصلة بالموضوع (Topic relevance)

ما هي؟ مدى تطابق الدبوس مع ما يبحث عنه الشخص أو يهتم به.

لماذا تهم؟ دبوس ممتاز عن «ساعات رجالية» لا قيمة له لمن يبحث عن «عبايات سوداء». الصلة هي البوابة: إذا لم يفهم بنترست أن دبوسك يخص الموضوع، فلن يدخل السباق أصلاً، مهما كانت جودة العوامل الأخرى.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

تخيّل صيدلياً يُسأل عن دواء للسعال. أولاً يبحث في الرف الصحيح، رف أدوية السعال (هذه هي **الصلة**). ثم يفضّل من بينها الدواء الذي رأى أن الناس يعودون لطلبه لأنه نافع (**جودة الدبوس**)، ومن شركة يعرفها ويثق بها (**جودة النطاق**)، ويوزّعه مندوب لم يجلب له يوماً بضاعة فاسدة (**جودة الحساب**). لا يكفي واحد من الأربعة وحده.

كيف «يقرأ» بنترست دبوسك؟

قبل أن يزن بنترست الدبوس، عليه أن يفهم موضوعه. وهو لا يعتمد على مصدر واحد، بل يجمع الأدلة من أربعة أماكن.

النص

العنوان، والوصف، والنص البديل (Alt text، وصف مكتوب للصورة)، واسم اللوحة ووصفها، واسم حسابك. كل كلمة هنا دليل. سنتعلم في الفصل الخامس أين نضع كل كلمة بالتفصيل.

الصورة نفسها

يستعمل بنترست الرؤية الحاسوبية (Computer vision)، أي برامج تتعرّف على ما في الصورة: طبق، فستان، غرفة نوم، ساعة يد. ويمكنه قراءة جزء من النص المكتوب على الصورة. لهذا يجب أن تطابق الصورة الكلمات. إذا كتبت «ساعة رسمية» ووضعت صورة منظر طبيعي، يتلقّى بنترست إشارتين متناقضتين.

اللوحة

اللوحة التي تحفظ فيها الدبوس تخبر بنترست بالسياق. دبوس عن «سلطة» في لوحة «وصفات صحية للرجيم» يُفهم بشكل مختلف عن الدبوس نفسه في لوحة «سفرة العيد».

صفحة الوجهة

الصفحة التي يفتحها الرابط. عنوانها ومحتواها يؤكّدان أو ينفيان ما يقوله الدبوس. وإذا كان موقعك يدعم الدبابيس الغنية (Rich Pins)، يسحب بنترست بعض المعلومات منها مباشرة. سنعالج هذا في الفصل العاشر.

⚙ من داخل المحرّك

الفكرة الأساسية هي **الاتفاق بين الإشارات**. حين يقول النص «كسكس بالخضار»، وترى الآلة في الصورة طبق كسكس، والدبوس في لوحة «أطباق مغربية تقليدية»، والصفحة عنوانها «طريقة تحضير الكسكس بالخضار»، تصبح ثقة بنترست في موضوع الدبوس عالية. كل إشارة متناقضة تُضعف هذه الثقة، فيتردد في عرض الدبوس على من يبحث عن الكسكس.

● إشارات التفاعل: ماذا يراقب بنترست بعد النشر؟

بعد أن يعرض الدبوس على الناس، يراقب ما يفعلونه. ليست كل الأفعال متساوية في الوزن، لكن أهمها معروف:

الفعل	ماذا يعني لبنترست
الحفظ (Save)	الشخص يريد العودة إلى الدبوس لاحقاً. إشارة قوية على أن المحتوى مفيد.
النقرة الخارجية (Outbound click)	الشخص ذهب إلى موقعك. دليل على أن الوعد جذبه.
فتح الدبوس أو تكبيره	الشخص توقف ليرى التفاصيل. إشارة اهتمام.
الإخفاء أو الإبلاغ	الشخص لا يريد رؤية هذا. إشارة سلبية تقلّل الظهور.
المرور دون توقف	الدبوس لم يلفت النظر. إشارة ضعيفة، وتتراكم مع الوقت.

لاحظ أن الإعجاب والتعليق ليسا في مركز الصورة كما في فيسبوك. في بنترست، الحفظ والنقرة هما اللغة الأهم.

! انتبه

لا تحاول تضخيم هذه الإشارات بطرق مصطنعة: حسابات وهمية تحفظ دبابيسك، أو مجموعات تبادل حفظ، أو أدوات نقر آلي. بنترست يرصد هذا السلوك، والضرر يصيب جودة حسابك ونطاقك معاً، وقد يصل إلى تعليق الحساب. سنتحدث عن هذه الأخطاء في الفصل الخامس عشر.

المرحلة التجريبية ثم التوزيع

حين تنشر دبوساً جديداً، لا يعرضه بنترست فوراً على كل المهتمين بالموضوع. هو يتصرّف بحذر، مثل تاجر جملة يتلقّى منتجاً جديداً من مورّد:

1. **العرض الأول المحدود:** يُعرض الدبوس على عدد صغير من الناس الذين يُرجّح أن يهتموا به، مثل متابعيك وبعض المهتمين بالموضوع.
2. **القياس:** يراقب نسبة من حفظ ونقر مقارنة بمن رأى.
3. **القرار:** إذا كانت النتيجة جيدة مقارنة بدبابيس مشابهة، يوسّع الدائرة تدريجياً. وإذا كانت ضعيفة، يخفّف العرض دون أن يحذف الدبوس.
4. **الإعادة:** تتكرر هذه الدورة مع كل دائرة أوسع، وقد يعود الدبوس للظهور لاحقاً حين يزداد البحث عن موضوعه، كما في المواسم.

- **مثال تطبيقي: أمين**

أمين نشر دبوساً بعنوان «5 أخطاء يقع فيها كل مبتدئ في بايثون». في الأيام الأولى ظهر لعدد قليل. حفظه بعض من رأوه لأن الوعد واضح ومفيد. بعد مدة، بدأ يظهر في نتائج بحث «تعلم بايثون» وتحت دبابيس مشابهة عن البرمجة. لم يتغيّر شيء في الدبوس نفسه. ما تغيّر هو أن بنترست جمع ما يكفي من الأدلة ليثق به.

ما الذي فقد وزنه مع الوقت؟

كثير من النصائح المنتشرة عن بنترست كُتبت قبل سنوات، حين كان النظام مختلفاً. هذه أشياء لم تعد تستحق جهدك كما كانت:

- **الهاشتاغات:** لم تعد عاملاً مهماً في الترتيب. الكلمات الطبيعية في العنوان والوصف أهم بكثير.

- **اللوحات الجماعية:** كانت طريقة سريعة للانتشار، وفقدت كثيراً من قوتها. لا بأس بها إن كانت نظيفة وفي موضوعك، لكنها ليست الطريق الأساسي.
- **إعادة حفظ نفس الصورة مراراً:** بنترست يفضّل الدبابيس الجديدة (Fresh Pins)، أي صوراً لم يرها من قبل. إعادة نشر نفس الصورة عشرات المرات لا تعطيك قوة إضافية، وقد تبدو تكراراً مزعجاً. الفصل الثامن مخصص لهذا.
- **عدد المتابعين:** يساعد قليلاً في العرض الأول، لكنه ليس ما يرفع الدبوس في البحث.

جدول التشخيص: أين توقف دبوسك؟

اجمع ما تعلمته في هذا الفصل في أداة تشخيص بسيطة. حين لا ينجح دبوس، انظر إلى أرقامه في التحليلات واسأل:

ما تراه	العامل الأضعف غالباً	ما تراجعه
انطباعات (Impressions) قليلة جداً	الصلة بالموضوع	الكلمات، واتفاقها مع الصورة واللوحة والصفحة
انطباعات كثيرة، لكن الحفظ والنقر قليلان	جودة الدبوس	التصميم، ووضوح الوعد على الصورة
نقرات جيدة ثم خروج سريع من الموقع	جودة النطاق	هل تفي الصفحة بوعد الدبوس؟ هل هي سريعة على الهاتف؟
كل الدبابيس ضعيفة في البداية	جودة الحساب	الصبر والانتظام، فالحساب ما زال جديداً

هذا الجدول ليس قانوناً دقيقاً، فالعوامل متداخلة. لكنه يوجّهك إلى أول مكان تبحث فيه، بدل أن تغيّر كل شيء دفعة واحدة.

لماذا يأخذ الأمر أسابيع وشهوراً؟

الآن صار الجواب منطقياً. كل عامل من العوامل الأربعة يحتاج وقتاً:

- **جودة الحساب:** الحساب الجديد بلا تاريخ. بنترست لا يعرف بعد إن كنت ناشراً جاداً.
- **جودة النطاق:** موقعك لم يُختبر بعد مع جمهور بنترست.
- **جودة الدبوس:** تحتاج إلى عدد كافٍ من الناس يرون الدبوس ويتفاعلون معه، وهذا يحتاج وقتاً.
- **الصلة:** بنترست يتعلّم موضوع حسابك من مجموع دبابيسك ولوحاتك. عشرة دبابيس لا تكفي ليتأكد.

لهذا يلاحظ كثير من أصحاب الحسابات أن الزيارات تبدأ بالظهور بشكل ملموس بعد عدة أشهر من العمل المنتظم، لا بعد أيام. هذا ليس قانوناً بأرقام محددة، فكل مجال وكل حساب مختلف. لكنه نمط متكرر يجب أن تتوقعه حتى لا تتوقف في منتصف الطريق.

✓ نصيحة عملية

بما أن كل العوامل تحتاج وقتاً، فالانتظام أهم من الحماس. دبابيس قليلة كل أسبوع لعدة أشهر أفضل من مئة دبوس في أسبوع واحد ثم صمت. الانتظام نفسه إشارة على جودة الحساب، ويعطي بنترست ما يكفي من الأدلة ليفهم موضوعك.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. اختر صفحة واحدة من موقعك تريد أن تجلب لها زيارات.
2. اكتب كلمة البحث التي تتوقع أن يكتبها العميل للوصول إليها.
3. افحص «الاتفاق بين الإشارات»: هل عنوان الصفحة يحتوي هذه الكلمة؟ هل عندك صورة تُظهر الموضوع بوضوح؟ هل عندك أو ستنشئ لوحة باسم قريب منها؟
4. ابحث عن الكلمة نفسها في بنترست، وافتح أول دبوسين. لاحظ كيف تتفق صورتهما ونصّهما ولوحتهما وصفحتهما.
5. اكتب نقطة ضعف واحدة في صفحتك أمام هذين الدبوسين، لتعالجها في الفصول القادمة.

★ خلاصة الفصل

- بنترست يرتّب الدبابيس بأربعة عوامل: جودة النطاق، جودة الدبوس، جودة الحساب، والصلة بالموضوع.
- الصلة هي البوابة: بدونها لا يدخل الدبوس السباق.
- بنترست يفهم الدبوس من النص والصورة واللوحة وصفحة الوجهة، ويثق أكثر حين تتفق كلها.
- الحفظ والنقرة الخارجية أهم من الإعجاب والتعليق، والإخفاء إشارة سلبية.
- كل دبوس جديد يمرّ بعرض تجريبي محدود، ثم يتوسّع إذا نجح.
- النتائج تحتاج أسابيع وشهوراً، والانتظام هو ما يختصر الطريق.

الفصل الثالث

تجهيز الحساب الذي يثق به بنترست

في هذا الفصل ستجهّز حسابك بالشكل الذي يفهمه بنترست ويثق به منذ اليوم الأول: حساب أعمال مجاني، اسم ووصف يحملان موضوعك، وموقع مؤكَّد الملكية. وستعرف كيف تتعامل مع الأسابيع الأولى لحساب جديد دون أن تفسده بالاستعجال.

لماذا يستحق الإعداد ساعة كاملة من وقتك؟

رأينا في الفصل الثاني أن جودة الحساب وجودة النطاق من العوامل الأربعة التي يرتّب بها بنترست الدبابيس. الإعداد الصحيح لا يرفعهما وحده، لكنه يزيل العوائق من الطريق. حساب بلا وصف، بموقع غير مؤكّد، بلغة خاطئة، يرسل إشارات مشوّشة من البداية.

أغلب الناس يمرّون على هذه الخطوات بسرعة لأنهم يريدون النشر فوراً. لكن ساعة واحدة هنا توفّر عليك أشهراً من الإشارات الضعيفة.

◆ تشبيه يقرّب الفكرة

حين تفتح محلاً في سوق جديد، لا تبدأ بعرض البضاعة على الرصيف. أولاً تعلّق لافتة واضحة باسم المحل ونشاطه، وتسجّل المحل باسمك في السجل التجاري، وتضع رقم هاتف حقيقياً. الجيران والمارّة يثقون بالمحل المسجّل الواضح أكثر من بسطة بلا اسم. إعداد حساب بنترست هو هذه اللافتة وهذا السجل.

الخطوة الأولى: حساب أعمال مجاني

ما هو؟ حساب الأعمال (Business account) نوع من حسابات بنترست مخصص لأصحاب المواقع والمتاجر والمبدعين. وهو مجاني تماماً.

لماذا تحتاجه؟ لأنه يفتح لك أدوات لا تتوفر بالشكل نفسه في الحساب الشخصي، أهمها: التحليلات (Analytics) لترى أرقام دبابيسك، وأدوات تأكيد الموقع، وإمكانية الإعلانات إن أردتها يوماً (ولن نحتاجها في هذا الكتاب). كما أنه يوضح لبنترست أنك ناشر محتوى لا مجرّد متصفح.

إن كان عندك حساب شخصي

لا تحتاج إلى حساب جديد. يمكنك تحويل حسابك الشخصي إلى حساب أعمال من الإعدادات، وتحتفظ بلوحاتك ومتابعيك. وإن كان حسابك الشخصي مليئاً بلوحات لا علاقة لها بمجالك (وصفات وأنت تبيع ساعات مثلاً)، ففكّر في حساب أعمال جديد مستقل، أو اجعل تلك اللوحات سرّية (Secret) حتى لا تشوّش موضوع حسابك.

1. **إنشاء حساب جديد:** ادخل إلى صفحة إنشاء حساب الأعمال على موقع بنترست، واستعمل بريداً إلكترونياً خاصاً بمشروعك.
2. **أو التحويل:** من حسابك الحالي، افتح الإعدادات ثم إدارة الحساب، وابحث عن خيار تحويل الحساب إلى حساب أعمال. قد يختلف اسم القائمة قليلاً حسب تحديثات الواجهة.
3. **أسئلة التعريف:** سيسألك بنترست عن نوع نشاطك وأهدافك. أجب بصدق، فهذه الأجوبة تساعده على فهم حسابك.

الخطوة الثانية: الاسم الذي يحمل موضوعك

في بنترست شيئان مختلفان: **اسم المستخدم** (Username) الذي يظهر في رابط حسابك، و**الاسم المعروض** (Display name) الذي يظهر فوق صفحتك وبجانب دبابيسك.

الاسم المعروض مكان ثمين، لأن بنترست يقرؤه ويربطه بموضوع حسابك. الطريقة المجرّبة: **اسم علامتك + كلمة تصف مجالك**.

الشخص	اسم ضعيف	اسم أقوى
سارة	Sara M	سارة | وصفات مغربية سهلة
يوسف	YoussefShop	متجر يوسف | ساعات رجالية
أمين	Amine Dev	أمين | تعلم البرمجة للمبتدئين

لاحظ أن الكلمة المضافة هي ما يكتبه الناس فعلاً في البحث، لا شعاراً تسويقياً. «وصفات مغربية» يبحث عنها الناس. «مطبخ الحب والدفء» لا يبحث عنه أحد. سنتعلم في الفصل الرابع كيف تختار هذه الكلمة بدقة.

✓ نصيحة عملية

إذا كان جمهورك يبحث بأكثر من لغة، اختر لغة الاسم حسب الجمهور الأهم لك. ويمكنك أن تضيف الكلمة باللغة الأخرى في الوصف. لا تحشر ثلاث لغات في الاسم، فيصبح طويلاً ومربكاً للقارئ.

الخطوة الثالثة: الوصف (About)

الوصف جملتان أو ثلاث تحت اسمك. وظيفته مزدوجة: يقنع الإنسان الذي يزور حسابك، ويؤكد لبنترست موضوعك.

صيغة بسيطة تنجح: **من أنت + ماذا تقدّم + لمن**، مع كلمتين أو ثلاث من كلمات مجالك بشكل طبيعي.

- **مثال تطبيقي: سارة**

وصف ضعيف: «أحب الطبخ وأشارككم حياتي». وصف أقوى: «وصفات مغربية تقليدية وسهلة بخطوات واضحة: طاجين، كسكس، حلويات مغربية، وأطباق رمضان. لكل من تريد أن تطبخ أكل البيت المغربي بلا تعقيد». الثاني يخبر القارئة بما ستجده، ويعطي بنترست كلمات واضحة عن موضوع الحساب.

الخطوة الرابعة: صورة الحساب

اختر صورة واحدة من اثنتين:

- **صورة وجهك** إذا كنت أنت العلامة، مثل مدرّب أو صاحب قناة أو كاتب. الوجه الواضح يبني ثقة إنسانية.
- **شعار علامتك** إذا كان المشروع متجراً أو علامة تجارية.

الصورة تظهر صغيرة جداً، فاجعلها بسيطة وواضحة بخلفية غير مزدحمة. واستعمل الصورة نفسها التي في يوتيوب أو إنستغرام إن أمكن، ليتعرّف عليك الناس عبر المنصات.

الخطوة الخامسة: تأكيد ملكية الموقع (Claim)

هذه أهم خطوة في الفصل كله.

ما هي؟ تأكيد الملكية يعني أن تثبت لبنترست أن الموقع الذي تنشر روابطه ملكك أنت.

لماذا تهم؟ لأنها تربط دبابيسك بنطاقك ربطاً رسمياً. بعد التأكيد، تُنسب إليك الدبابيس التي تشير إلى موقعك، بما فيها ما يحفظه الآخرون من صفحاتك. ويظهر اسم موقعك وصورة حسابك على هذه الدبابيس. وتفتح لك التحليلات بيانات عن نشاط موقعك على بنترست.

> ⚙ **من داخل المحرّك**
>
> تذكّر عامل جودة النطاق من الفصل الثاني. بدون التأكيد، يرى بنترست حساباً ينشر روابط إلى موقع ما، ولا يعرف إن كانت بينهما علاقة. بعد التأكيد، يصبح الحساب والموقع وحدة واحدة في نظره. فكل إشارة جيدة يكسبها موقعك تعود على حسابك، وكل إشارة جيدة يكسبها حسابك تعود على موقعك. هذا الربط هو ما يجعل الثقة تتراكم في مكان واحد بدل أن تتشتت.

كيف تؤكد موقعك خطوة بخطوة

1. **افتح الإعدادات:** من حساب الأعمال، ادخل إلى الإعدادات ثم قسم الحسابات المؤكَّدة (Claimed accounts).
2. **اختر «المواقع» ثم «تأكيد»:** اكتب رابط موقعك الأساسي.

3. **اختر طريقة التحقق:** يقدّم بنترست عادة عدة طرق: إضافة وسم HTML (سطر قصير من الكود) داخل قسم head في موقعك، أو رفع ملف HTML إلى موقعك، أو إضافة سجل TXT في إعدادات النطاق (DNS). الطريقة الأولى هي الأسهل لأغلب الناس.

4. **أضف الوسم إلى موقعك:** في Blogger افتح «المظهر» ثم «تعديل HTML»، والصق السطر بعد وسم <head> مباشرة. في WordPress تسمح بذلك كثير من إضافات SEO المجانية، أو قالبك نفسه. في Shopify تضيفه من تعديل كود القالب.

5. **ارجع واضغط «تحقّق»:** قد يتم التأكيد سريعاً وقد يأخذ بعض الوقت. إذا فشل، تأكد أن الموقع منشور وأن السطر في المكان الصحيح ثم أعد المحاولة.

! انتبه

لا يمكن تأكيد كل أنواع المواقع. الصفحات التي لا تملك فيها نطاقاً خاصاً أو لا تستطيع تعديل كودها، مثل بعض صفحات المنصات الجاهزة، قد لا تقبل التأكيد. الحل الأفضل على المدى الطويل أن يكون لك موقع أو مدونة تتحكم فيها. Blogger مجاني ويسمح بإضافة الوسم، والتأكيد يعمل غالباً حتى على نطاقه الفرعي blogspot.

تأكيد يوتيوب وإنستغرام وغيرها

في قسم الحسابات المؤكَّدة نفسه، يمكنك ربط حسابات أخرى مثل يوتيوب وإنستغرام وEtsy، حسب ما يتيحه بنترست وقت قراءتك. الربط يُنسب إليك

ما يحفظه الناس من هذه الحسابات، ويوضح أنك الشخص نفسه عبر المنصات.

- **مثال تطبيقي: أمين**

أمين يؤكد مدونته على Blogger، ثم يربط قناته على يوتيوب. الآن، حين يحفظ أحد فيديو من قناته على بنترست، يرتبط الدبوس بحساب أمين. ويرى بنترست أن هذا الحساب وهذه المدونة وهذه القناة تتحدث كلها عن موضوع واحد: تعلم البرمجة للمبتدئين.

الخطوة السادسة: اللغة والبلد

في إعدادات الحساب، ستجد خيارات اللغة والبلد أو المنطقة. اضبطها على اللغة التي تنشر بها أغلب محتواك، والبلد الذي يعيش فيه أغلب عملائك.

هذه الإعدادات تساعد بنترست على فهم الجمهور المناسب لك، وقد تؤثر في بعض الأدوات والتقارير المتاحة لك. فإن كنت تكتب بالعربية لجمهور في المغرب أو الخليج، فلا تترك الحساب على الإنجليزية والولايات المتحدة بلا سبب.

حساب قديم أم حساب جديد؟

سؤال يطرحه كثيرون: عندي حساب قديم أهملته سنوات، فهل أستعمله أم أبدأ من الصفر؟

الحساب القديم له ميزة: عمر وتاريخ. إذا كان نظيفاً، أي لم يُعلَّق ولم يُستعمل في الإزعاج، وكانت لوحاته قريبة من مجالك أو يمكن ترتيبها،

فاستعمله وحوّله إلى حساب أعمال. نظّف اللوحات التي لا علاقة لها بموضوعك بجعلها سرّية، وغيّر الاسم والوصف كما شرحنا.

أما إذا كان الحساب القديم في موضوع مختلف تماماً، أو كان عليه تاريخ من التقييد أو المخالفات، فالأفضل غالباً أن تبدأ بحساب أعمال جديد. لا يوجد جواب واحد صحيح للجميع. القاعدة: **الحساب الذي يتحدث عن موضوع واحد واضح أفضل من حساب قديم مشتت**.

- **مثال تطبيقي: يوسف**

يوسف عنده حساب شخصي فيه لوحات عن السفر وكرة القدم وبعض الوصفات. متجره عن الساعات الرجالية. يقرّر أن يفتح حساب أعمال جديداً باسم متجره، ويترك حسابه الشخصي لاهتماماته الخاصة. بهذا يرى بنترست في حساب المتجر موضوعاً واحداً: ساعات وإكسسوارات رجالية.

قائمة فحص الملف الشخصي

قبل أن تنشر دبوسك الأول، افتح ملفك كما يراه الزائر، ومرّ على هذه الأسئلة:

- هل يفهم شخص لا يعرفك موضوع حسابك في ثلاث ثوانٍ؟
- هل الاسم المعروض يحمل كلمة يبحث عنها الناس؟
- هل الوصف يقول ماذا تقدّم ولمن؟
- هل رابط موقعك ظاهر ومؤكَّد؟

- هل اللوحات الظاهرة كلها في موضوعك؟

إذا كان جواب أي سؤال «لا»، أصلحه الآن. هذه أسهل نقاط القوة التي يمكنك كسبها في يوم واحد.

الحساب الجديد وفترة التسخين الهادئة

الحساب الجديد بلا تاريخ. وأخطر ما يمكن فعله هو أن تنشر عشرات الدبابيس في اليوم الأول بروابط إلى موقع واحد. هذا السلوك يشبه سلوك حسابات الإزعاج (Spam)، وقد يجعل أنظمة الحماية في بنترست تراقب حسابك أو تقيّده.

بدلاً من ذلك، امنح حسابك فترة تسخين هادئة في أسابيعه الأولى:

- أنشئ بضع لوحات أساسية واضحة الأسماء في مجالك (سنفصّل ذلك في الفصل السادس).
- احفظ دبابيس مفيدة من حسابات أخرى في مجالك داخل لوحاتك. هذا يعلّم بنترست موضوعك، ويجعل حسابك يبدو طبيعياً.
- ابدأ بنشر دبابيسك الخاصة بعدد قليل يومياً، ثم زِد تدريجياً مع الأسابيع.
- استعمل الحساب كما يستعمله إنسان: ابحث، تصفّح، احفظ.

لا يوجد رقم رسمي لعدد الدبابيس «الآمن» في البداية، وتختلف تجارب الناس. القاعدة الحذرة: ابدأ قليلاً وبانتظام، وزِد ببطء. سنعود لنطاقات النشر اليومي في الفصل الثاني عشر.

✓ نصيحة عملية

استعمل بريداً إلكترونياً حقيقياً تفتحه، وفعّل التحقق بخطوتين في إعدادات الأمان. حسابك على بنترست سيصبح مع الوقت أصلاً يجلب لك عملاء، فاحمِه كما تحمي حسابك البنكي.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. أنشئ حساب أعمال جديداً أو حوّل حسابك الحالي.
2. اكتب اسماً معروضاً بصيغة: اسم علامتك + كلمة تصف مجالك.
3. اكتب وصفاً من جملتين: ماذا تقدّم، ولمن.
4. ضع صورة وجهك أو شعارك.
5. ابدأ تأكيد موقعك بطريقة وسم HTML، وإن لم تنتهِ اليوم، دوّن ما تحتاجه لإكمالها.
6. اضبط اللغة والبلد حسب جمهورك.

★ خلاصة الفصل

- حساب الأعمال مجاني، ويفتح التحليلات وتأكيد الموقع.
- الاسم المعروض = اسم علامتك + كلمة يبحث عنها الناس فعلاً.
- الوصف يقول من أنت، وماذا تقدّم، ولمن، بكلمات مجالك.
- تأكيد ملكية الموقع يربط دبابيسك بنطاقك فتتراكم الثقة في مكان واحد.
- اربط حساباتك على يوتيوب وإنستغرام إن وُجدت، واضبط اللغة والبلد.
- الحساب الجديد يحتاج تسخيناً هادئاً: نشر قليل منتظم يزيد تدريجياً.

الجزء الثاني

الكلمات قبل الصور

بنترست يقرأ قبل أن يرى. هنا تتعلّم لغته.

الفصل الرابع

البحث عن الكلمات المفتاحية مجاناً

في هذا الفصل ستتعلم كيف تعرف ما يكتبه الناس فعلاً في بنترست، باستعمال أدوات مجانية موجودة داخل المنصة نفسها. وستخرج بجدول كلمات منظّم يكون أساس كل دبوس ولوحة تنشرها بعد ذلك.

لماذا تبدأ بالكلمات قبل الصور؟

رأينا في الفصلين الأول والثاني أن بنترست محرك بحث، وأن «الصلة بالموضوع» هي البوابة التي لا يدخل الدبوس السباق بدونها. والصلة تُبنى بالكلمات: الكلمات التي يكتبها الباحث، والكلمات التي تضعها أنت.

إذا صمّمت دبوساً جميلاً بكلمات لا يبحث عنها أحد، فأنت تضع كتاباً رائعاً على رف لا يمرّ به أحد. لهذا يأتي هذا الفصل قبل فصول التصميم.

ما هي الكلمة المفتاحية؟ هي العبارة التي يكتبها الشخص في شريط البحث، مثل «عشاء سريع» أو «ساعة رجالية كلاسيكية». قد تكون كلمة واحدة أو جملة قصيرة.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

صاحب مطعم ذكي لا يكتب قائمة الطعام بأسماء يخترعها هو. يستمع إلى ما يطلبه الناس عند الباب: «عندكم شيء خفيف؟»، «عندكم أكل للأطفال؟». ثم يكتب القائمة بتلك الكلمات، فيجد كل عميل ما جاء يطلبه بسرعة. البحث عن الكلمات المفتاحية هو الاستماع إلى ما يقوله الناس عند الباب.

● الأداة الأولى: شريط البحث والإكمال التلقائي

ما هي؟ حين تبدأ الكتابة في شريط بحث بنترست، تظهر تحته اقتراحات لإكمال العبارة. هذا هو الإكمال التلقائي (Autocomplete).

لماذا تعمل؟ هذه الاقتراحات ليست عشوائية. بنترست يقترح عبارات بحث فعلية شائعة تبدأ بما كتبته. فأنت ترى، مجاناً، جزءاً مما يكتبه الناس.

1. **اكتب كلمة واسعة:** مثل «طاجين» دون أن تضغط زر البحث.
2. **اقرأ الاقتراحات:** ستجد عبارات مثل «طاجين دجاج» و«طاجين لحم» وغيرها.
3. **أضف حرفاً أو كلمة:** اكتب «طاجين د» أو «طاجين ب» لترى اقتراحات أخرى.
4. **دوّن كل اقتراح يناسب محتواك:** في ورقة أو جدول بيانات.

✓ نصيحة عملية

افعل هذا وأنت خارج حسابك، أو من متصفح في وضع التصفح الخاص، وجرّبه أيضاً من الهاتف. الاقتراحات قد تتأثر بما بحثت عنه سابقاً، والهدف أن ترى ما يبحث عنه الناس عموماً، لا ما بحثت عنه أنت.

● الأداة الثانية: الفقاعات الملوّنة تحت البحث

بعد أن تبحث عن كلمة، تظهر غالباً تحت شريط البحث مجموعة من المربعات أو الفقاعات الملوّنة، كل واحدة فيها كلمة. هذا ما يُعرف بالبحث الموجَّه (Guided search).

لماذا تعمل؟ هذه الفقاعات هي طرق يستعملها الناس لتضييق بحثهم. إذا بحثت عن «ديكور غرفة نوم» قد تظهر فقاعات مثل «صغيرة» أو «بسيطة» أو «للبنات». كل فقاعة كلمة يعتبرها بنترست مرتبطة بالبحث الأصلي.

انقر على فقاعة، فتظهر فقاعات جديدة أكثر تحديداً. بهذه الطريقة تنزل من الكلمة الواسعة إلى الكلمات الدقيقة خطوة بخطوة. شكل هذه الفقاعات وعددها يتغيّر مع تحديثات بنترست، وقد لا تظهر لكل كلمة أو لكل لغة، لكنها حين تظهر تكون من أغنى المصادر المجانية.

- **مثال تطبيقي: يوسف**

يوسف يبحث عن «men watch». تظهر فقاعات مثل «luxury» و«minimalist» و«classic» و«casual». ينقر على «minimalist» فتظهر فقاعات جديدة. يدوّن يوسف العبارات التي تطابق ساعاته فعلاً: «minimalist men watch» و«classic men watch leather». الآن يعرف بأي كلمات يصف دبابيسه، وأي لوحات ينشئ.

الأداة الثالثة: Pinterest Trends

ما هي؟ أداة مجانية رسمية من بنترست على الرابط trends.pinterest.com، تُظهر كيف يتغيّر حجم البحث عن كلمة ما عبر الزمن، وتقترح كلمات مرتبطة بها.

لماذا تهم؟ لأنها تجيب عن سؤالين لا تجيب عنهما الأدوات السابقة: هل يبحث الناس عن هذه الكلمة كثيراً أم قليلاً مقارنة بغيرها؟ ومتى يبدأ البحث عنها في السنة؟

1. **ادخل بحساب الأعمال:** افتح الأداة وأنت مسجّل الدخول.
2. **اختر البلد:** الأداة متاحة لعدد محدود من الدول، وقد لا تجد بلدك العربي في القائمة وقت قراءتك. في هذه الحالة اختر البلد الأقرب لجمهورك اللغوي، مثل فرنسا لمحتوى بالفرنسية، أو الولايات المتحدة والمملكة المتحدة لمحتوى بالإنجليزية.
3. **اكتب كلمتك:** وانظر إلى المنحنى: متى يرتفع ومتى ينخفض.

4 **اقرأ الكلمات المرتبطة:** الأداة تعرض عادة عبارات قريبة. دوّن المناسب منها.

5 **قارن:** أضف كلمتين أو ثلاثاً لترى أيها أقوى على المنحنى نفسه.

انتبه !

إذا لم يتوفر بلدك أو لغتك في Pinterest Trends، فلا تستنتج أن الناس لا يبحثون بالعربية. الأداة لا تغطي كل الأسواق. اعتمد في هذه الحالة أكثر على الإكمال التلقائي والفقاعات والدبابيس المتصدّرة، فهي تعمل بالعربية أيضاً، وإن كانت الفقاعات لا تظهر دائماً.

المنحنى الموسمي في هذه الأداة له استعمال كبير في التوقيت، وسنعود إليه بالتفصيل في الفصل الحادي عشر.

الأداة الرابعة: تقرير Pinterest Predicts

ينشر بنترست مرة في السنة، عادة قرب نهايتها، تقريراً مجانياً اسمه Pinterest Predicts. يعرض فيه ما يتوقع أن يرتفع البحث عنه في السنة التالية، في مجالات مثل الطبخ والديكور والموضة والسفر والجمال.

هذا التقرير لا يعطيك كلمات دقيقة بقدر ما يعطيك **اتجاهات** (Trends) عامة. استعمله لتختار زوايا جديدة لمحتواك قبل أن يزدحم بها المنافسون. ابحث عنه باسمه في جوجل، فبنترست ينشره على موقعه الخاص بالأعمال.

الكلمات الواسعة والكلمات الطويلة

ليست كل الكلمات متساوية. هناك نوعان يجب أن تفرّق بينهما:

النوع	مثال	الميزة	العيب
واسعة (Broad)	وصفات	يبحث عنها عدد كبير جداً	منافسة شديدة، ونيّة الباحث غير واضحة
متوسطة	وصفات مغربية	توازن بين الحجم والوضوح	منافسة متوسطة
طويلة (Long-tail)	طاجين دجاج بالزيتون والليمون	نيّة واضحة جداً ومنافسة أقل	عدد الباحثين أقل

⚙ من داخل المحرّك

الحساب الجديد يصعب عليه أن يتصدّر كلمة واسعة مثل «وصفات»، لأن آلاف الحسابات القديمة القوية تتنافس عليها. لكن في الكلمة الطويلة، عدد الدبابيس المنافسة أقل، والصلة بين دبوسك والبحث أوضح. فيجد بنترست سبباً أقوى لعرض دبوسك. ومن يكتب عبارة طويلة يعرف ما يريد، فينقر بسهولة أكبر. لهذا ابدأ بالطويلة والمتوسطة، واترك الواسعة تأتي مع الوقت حين يقوى حسابك.

الأداة الخامسة: الدبابيس المتصدّرة

ابحث عن كلمتك، ثم افتح أول خمسة أو ستة دبابيس في النتائج. هذه الدبابيس نجحت في السباق، فاقرأها كما يقرأ طالب أوراق امتحانات ناجحة:

- ما الكلمات في عناوينها؟
- ما الكلمات في أوصافها؟
- ما النص المكتوب على صورها؟
- في أي لوحات حُفظت، وما أسماء هذه اللوحات؟

ستلاحظ كلمات تتكرر. هذه إشارة قوية على أن بنترست يربطها بالموضوع. دوّنها. الهدف هنا أن تفهم اللغة التي يتكلمها الموضوع، لا أن تنسخ عناوين الآخرين. سنتحدث عن دراسة المنافسين بأخلاق في الفصل الرابع عشر.

كيف تختار من بين عشرات الكلمات؟

بعد جلسة بحث واحدة ستجد عندك كلمات أكثر مما تستطيع أن تصنع لها دبابيس. لا تحاول تغطيتها كلها دفعة واحدة. قيّم كل كلمة بأربعة أسئلة سريعة:

1. **هل عندي محتوى يجيب عنها؟** إن لم تكن لديك صفحة أو مقال أو منتج يطابقها، فأجّلها. الدبوس الذي يقود إلى صفحة لا تفي بوعده يضرّك.
2. **هل نيّتها قريبة من هدفي؟** يوسف يريد بيع الساعات، فكلمة «أفضل ساعة رجالية هدية» أقرب لهدفه من «تاريخ صناعة الساعات».
3. **هل تظهر في أكثر من مصدر؟** كلمة ظهرت في الإكمال التلقائي والفقاعات وعناوين الدبابيس المتصدّرة معاً أقوى من كلمة ظهرت مرة واحدة.

4 **هل أستطيع المنافسة عليها الآن؟** إذا كانت النتائج الأولى كلها من مواقع ضخمة معروفة، فابحث عن عبارة أطول وأدق في الموضوع نفسه.

الكلمة التي تجيب «نعم» عن الأسئلة الأربعة تذهب إلى أعلى قائمتك. والباقي ينتظر حتى يقوى حسابك أو تكتب المحتوى المناسب له.

! انتبه

لا تختر كلمة لأنها رائجة فقط وهي بعيدة عن مجالك. دبوس عن موضوع رائج لا علاقة له بحسابك قد يجلب انطباعات (Impressions) لا تتحول إلى عملاء، ويشوّش على بنترست فهم موضوعك. الاتساق أهم من ملاحقة كل موجة.

بناء جدول الكلمات

الآن عندك كلمات كثيرة من خمسة مصادر. إن تركتها مبعثرة في أوراق، ستضيع. نظّمها في جدول بسيط في Google Sheets المجاني، بهذه الأعمدة:

الكلمة الرئيسية	كلمات فرعية	الموسم	اللوحة
وصفات مغربية	طاجين دجاج بالزيتون، كسكس بالخضار	طوال السنة	أطباق مغربية تقليدية
سفرة رمضان	شوربة حريرة، بريوات	قبل رمضان	وصفات رمضان

الكلمة الرئيسية	كلمات فرعية	الموسم	اللوحة
حلويات مغربية	كعب الغزال، غريبة	قبل العيد	حلويات مغربية (قسم «حلويات العيد»)

1. **الكلمة الرئيسية:** موضوع كبير متوسط الاتساع. كل واحدة منها قد تصبح لوحة.
2. **الكلمات الفرعية:** العبارات الطويلة تحت هذا الموضوع. كل واحدة قد تصبح دبوساً أو مقالاً.
3. **الموسم:** هل يبحث الناس عنها طوال السنة، أم في وقت معيّن؟
4. **اللوحة:** في أي لوحة من لوحاتك ستضع دبابيس هذه الكلمة.

هذا الجدول سيكون مرجعك في الفصل الخامس (أين تضع الكلمات) والسادس (اللوحات) والحادي عشر (المواسم). ابدأ بعشرين أو ثلاثين كلمة، وزِده كل شهر.

البحث بالعربية والفرنسية والإنجليزية

كثير من الجمهور العربي يبحث بأكثر من لغة. المغاربيون كثيراً ما يبحثون بالفرنسية، ونسبة كبيرة من الباحثين في العالم يبحثون بالإنجليزية. والمحتوى العربي في بنترست أقل من الإنجليزي، وهذا يعني منافسة أقل، لكنه قد يعني أيضاً عدداً أقل من الباحثين في بعض المواضيع.

- **كرّر البحث بكل لغة:** «طاجين» و«tajine» و«tagine» قد تعطي اقتراحات مختلفة تماماً.

- **لا تترجم حرفياً:** ابحث عن العبارة التي يستعملها أهل كل لغة فعلاً، لا ترجمة جملتك.
- **افصل اللغات في الجدول:** أضف عموداً للغة، حتى لا تخلط الكلمات.
- **اختر لغة أساسية:** ابدأ بلغة واحدة يتحدثها أغلب عملائك، ثم توسّع. المحتوى متعدد اللغات سنفصّله في الفصل الرابع عشر.

- **مثال تطبيقي: أمين**

أمين يبحث بالعربية عن «تعلم البرمجة» فيجد اقتراحات قليلة. يجرّب «apprendre la programmation» ثم «learn coding for beginners» فيجد اقتراحات أكثر بكثير. يقرّر أن تبقى العربية لغته الأساسية لأن قناته عربية، لكنه يدوّن الكلمات الإنجليزية في عمود منفصل، ليصنع لها لاحقاً لوحة خاصة حين يكون لديه محتوى يناسبها.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح Google Sheets وأنشئ جدولاً بالأعمدة: الكلمة الرئيسية، كلمات فرعية، الموسم، اللوحة، اللغة.
2. اكتب كلمة واسعة من مجالك في شريط بحث بنترست، ودوّن 5 اقتراحات من الإكمال التلقائي.
3. ابحث عنها، ودوّن 5 فقاعات من البحث الموجَّه إن ظهرت.
4. افتح أول 3 دبابيس، ودوّن الكلمات المتكررة في عناوينها.
5. جرّب الموضوع نفسه بلغة ثانية، ودوّن ما تجده في عمود اللغة.
6. رتّب ما جمعته: اختر كلمتين رئيسيتين، وتحت كل واحدة 3 كلمات فرعية.

★ خلاصة الفصل

- الكلمات تأتي قبل الصور، لأن الصلة بالموضوع تُبنى بالكلمات.
- الإكمال التلقائي والفقاعات الملوّنة يكشفان ما يكتبه الناس فعلاً، مجاناً.
- Pinterest Trends يُظهر حجم البحث وتوقيته، لكنه لا يغطي كل الدول.
- تقرير Pinterest Predicts يعطيك اتجاهات السنة القادمة.
- ابدأ بالكلمات الطويلة والمتوسطة، فمنافستها أقل ونيّة باحثيها أوضح.
- نظّم كل شيء في جدول: كلمة رئيسية، فرعية، موسم، لوحة، لغة.

الفصل الخامس

SEO بنترست: أين تضع كل كلمة

في الفصل السابق جمعتَ كلماتك المفتاحية. في هذا الفصل تتعلّم أين تضع كل كلمة منها بالضبط، في سبع طبقات يقرؤها بنترست، مع قوالب عناوين وأوصاف عربية جاهزة تنسخها وتعدّلها اليوم.

لماذا لا تكفي كلمة واحدة في مكان واحد؟

كثيرون يظنّون أن «SEO بنترست» يعني كتابة كلمة مفتاحية في عنوان الدبوس ثم الانتظار. هذا ربع العمل فقط. بنترست لا يحكم على الدبوس من سطر واحد، بل يجمع أدلة من أماكن كثيرة ثم يقرّر: عن ماذا يتحدّث هذا الدبوس؟ ولمن يصلح؟

كلمة «SEO» اختصار لعبارة تعني «تهيئة المحتوى لمحركات البحث» (Search Engine Optimization). المقصود ببساطة: أن تجعل المحرك يفهم محتواك بسرعة وبلا لبس، حتى يضعه أمام الشخص المناسب.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

تخيّل طرداً بريدياً. ساعي البريد لا يعتمد على اسم المستلم وحده. ينظر إلى المدينة، والحي، والشارع، ورقم البيت، والرمز البريدي. كلما اتفقت هذه المعلومات كلها، وصل الطرد أسرع إلى الباب الصحيح. وإذا كتبتَ مدينة في سطر ومدينة أخرى في سطر آخر، تأخّر الطرد أو ضاع. دبوسك هو الطرد، والطبقات السبع هي سطور العنوان.

⚙ من داخل المحرّك

حين تنشر دبوساً، يجمع بنترست إشارات نصية من الدبوس نفسه (العنوان والوصف والنص البديل)، ومن المكان الذي حفظته فيه (اسم اللوحة ووصفها)، ومن حسابك (اسمه وموضوعاته)، ومن صفحة الوجهة (Landing page)، أي عنوانها ووسومها. ويقرأ أيضاً الصورة نفسها بالرؤية الحاسوبية، أي برامج تتعرّف على ما في الصورة وعلى النص المكتوب فوقها. حين تتّفق كل هذه الإشارات على موضوع واحد، تزداد ثقة المحرك في تصنيف الدبوس، فيعرضه في نتائج بحث أدقّ.

الطبقات السبع بالترتيب

سنمرّ على كل طبقة بثلاثة أسئلة: ما هي؟ لماذا تهم؟ كيف تكتبها؟ وسنستعمل مثال سارة، صاحبة مدونة الوصفات المغربية، وكلمتها الرئيسية «طاجين الدجاج بالزيتون».

الطبقة 1: اسم الحساب

اسم الحساب هو الاسم الظاهر في ملفك، وليس اسم المستخدم في الرابط. أضف إليه كلمة تصف مجالك بجانب اسمك أو اسم علامتك. هذا يخبر بنترست، منذ أول دبوس، بالمكتبة التي تنتمي إليها.

مثال: «سارة | وصفات مغربية سهلة» بدل «سارة» وحدها. تحدّثنا عن إعداد الحساب بالتفصيل في الفصل الثالث، فلن نكرّره هنا. يكفي أن تتأكد أن الكلمة موجودة.

الطبقة 2: اسم اللوحة ووصفها

اللوحة هي الرفّ الذي تضع عليه الدبوس. اسمها يجب أن يكون كلمة يبحث عنها الناس فعلاً، لا اسماً شاعرياً. «أطباق مغربية تقليدية» أفضل بكثير من «من مطبخ جدتي بحب». الثاني جميل، لكن لا أحد يكتبه في شريط البحث.

وصف اللوحة: جملتان أو ثلاث تشرح ما في الرفّ، وفيها كلمتان أو ثلاث من جدول كلماتك. سنعود إلى هندسة اللوحات كاملة في الفصل السادس.

الطبقة 3: عنوان الدبوس (حتى 100 حرف)

العنوان أقوى إشارة نصية في الدبوس. يتّسع لـ 100 حرف، لكن قد لا يظهر منه في الشاشة إلا الجزء الأول، خصوصاً على الهاتف. لذلك ضع الكلمة المفتاحية في البداية، ثم الفائدة.

- ضعيف: «أجمل وصفة جرّبتها هذا الشتاء».
- قوي: «طاجين الدجاج بالزيتون والليمون المرقّد: وصفة مغربية سهلة خطوة بخطوة».

العنوان القوي يجيب عن سؤالين في ثانية: ما هذا؟ وماذا سأستفيد؟

الطبقة 4: الوصف (حتى 500 حرف)

الوصف مساحة أوسع تشرح فيها المحتوى بلغة طبيعية. اكتبه كأنك تشرح لصديق ماذا سيجد إذا نقر. ضع الكلمة الرئيسية في الجملة الأولى، ثم كلمتين أو ثلاثاً من الكلمات الفرعية موزّعة بشكل طبيعي، ثم دعوة بسيطة للنقر.

لا تحتاج إلى ملء الـ 500 حرف كلها. وصف من 200 إلى 400 حرف، واضح ومفيد، أفضل من وصف طويل مكرّر.

الطبقة 5: النص البديل (Alt text)

النص البديل وصف مكتوب للصورة نفسها. وُضع أصلاً لمساعدة المكفوفين وضعاف البصر، إذ تقرؤه برامج القراءة الصوتية لهم. لذلك اكتبه بصدق: صف ما يظهر في الصورة فعلاً، وأدخل الكلمة المفتاحية إن كانت تصف الصورة حقاً.

مثال: «طاجين دجاج مغربي بالزيتون الأخضر والليمون المرقّد في إناء فخّاري، مع خبز تقليدي بجانبه». ستجده في خيارات الدبوس عند الإنشاء، وقد يتغيّر مكانه في الواجهة من تحديث لآخر.

الطبقة 6: النص المكتوب على الصورة

العنوان الكبير الذي تكتبه فوق الصورة له وظيفتان. الأولى: يوقف عين الإنسان وهو يمرّر الشاشة. الثانية: بنترست يستطيع قراءة النص داخل الصور، فهو إشارة إضافية للموضوع. اجعله قصيراً ويحمل الكلمة الأساسية: «طاجين الدجاج بالزيتون | خطوة بخطوة».

التفاصيل البصرية لهذا النص (الحجم والخط والتباين) في الفصل السابع.

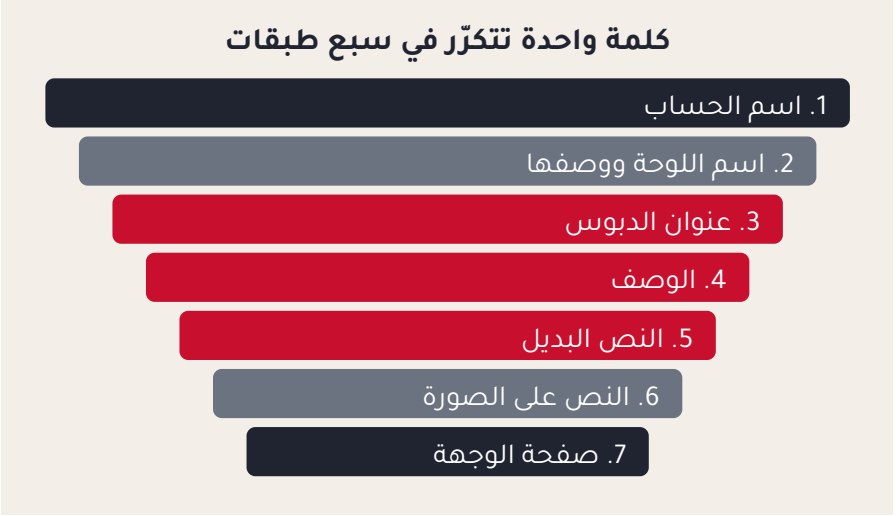
الطبقة 7: صفحة الوجهة نفسها

الصفحة التي يقود إليها الدبوس جزء من تقييمه. إذا كان الدبوس يقول «طاجين الدجاج بالزيتون» والصفحة عنوانها «تدوينة رقم 47»، فالإشارات متناقضة. راجع ثلاثة أشياء في الصفحة:

- **عنوان المقال** يحمل نفس الكلمة الرئيسية.

- **وسم og:title**: سطر مخفي في كود الصفحة تقرؤه المنصات حين يُشارك الرابط. أغلب منصات التدوين تملؤه تلقائياً من عنوان المقال.
- **المحتوى** يفي بوعد الدبوس فعلاً، والوصفة موجودة في الصفحة لا في صفحة أخرى.

تجهيز الموقع كاملاً، ومنه الدبابيس الغنية (Rich Pins)، موضوع الفصل العاشر.



شكل 5-1: الطبقات السبع، من الحساب العام إلى الصفحة التي يصلها الزائر. الأحمر هو ما تكتبه في حقول كل دبوس.

طبقة صغيرة إضافية: اسم ملف الصورة

قبل رفع الصورة، غيّر اسمها من «IMG_4521.jpg» إلى اسم يصف المحتوى، مثل «tajine-poulet-olives.jpg» أو «طاجين-الدجاج-بالزيتون.jpg». لا أحد يستطيع أن يجزم بحجم أثر هذا الاسم داخل بنترست اليوم، لكنه لا يكلّفك

سوى ثوانٍ، ويفيدك أيضاً حين تضع الصورة نفسها في مقالك على مدونتك، لأن جوجل يقرأ أسماء الملفات.

كيف تكتب عنواناً طبيعياً لا محشوّاً

الحشو (Keyword stuffing) هو تكرار الكلمات المفتاحية بشكل يفهم منه القارئ أنك تكتب للآلة لا له. مثل: «طاجين دجاج، طاجين مغربي، وصفة طاجين، طاجين سهل، أفضل طاجين». هذا يبدو كقائمة رفوف في مستودع، لا كعنوان.

انتبه !

بنترست يحاول أن يعرض ما يرضي الإنسان، لا ما يرضي الخوارزمية. عنوان محشو يقلّل النقرات، والنقرات القليلة إشارة سلبية. وقد يُعامَل الحشو المبالغ فيه كسلوك مزعج (Spam). اكتب للإنسان أولاً، وضع الكلمة في مكانها الطبيعي.

اختبار بسيط: اقرأ العنوان بصوت مرتفع. إن بدا كجملة يقولها شخص طبيعي لصديقه، فهو جيد. إن بدا كإعلان مبوّب في جريدة قديمة، فأعد كتابته.

قوالب عناوين جاهزة بالعربية

استبدل ما بين الأقواس المعقوفة بكلماتك. لاحظ أن الكلمة المفتاحية تأتي غالباً في البداية.

القالب	مثال
[الكلمة]: [الفائدة] في [مدة/خطوات]	طاجين الدجاج بالزيتون: وصفة مغربية أصيلة في 5 خطوات
[عدد] [أفكار/طرق] لـ[الكلمة] [لمن]	7 أفكار لتنسيق الساعة الرجالية مع البدلة الرسمية
كيف [تفعل الشيء] بدون [العائق]	كيف تتعلّم بايثون من الصفر بدون خلفية في البرمجة
[الكلمة] للمبتدئين: دليل بسيط [خطوة بخطوة]	تعلّم HTML للمبتدئين: دليل بسيط خطوة بخطوة
[الكلمة] [لمناسبة/موسم]: [فائدة]	حلويات مغربية لرمضان: وصفات سهلة تُحضَّر مسبقاً
أخطاء [الكلمة] الشائعة وكيف تتجنّبها	أخطاء شراء الساعات أونلاين وكيف تتجنّبها
[الكلمة] مقابل [البديل]: أيّهما يناسبك؟	الساعة الأوتوماتيكية مقابل ساعة الكوارتز: أيّهما يناسبك؟
قائمة [الكلمة] الكاملة + [هدية/ملف]	قائمة مشتريات المطبخ المغربي الكاملة + جدول قابل للطباعة

قوالب أوصاف جاهزة بالعربية

كل وصف يتبع نفس البناء: جملة تقول ما هذا، جملة تقول ماذا سيستفيد القارئ، جملة فيها كلمات فرعية، ثم دعوة هادئة للنقر.

قالب الوصف للمقال أو الوصفة

«[الكلمة الرئيسية] بطريقة [صفة: سهلة/سريعة/تقليدية]. في هذا [المقال/الدليل] ستتعلّم [الفائدة الأولى] و[الفائدة الثانية]. مناسب لـ[الجمهور]، ويشمل [كلمة فرعية 1] و[كلمة فرعية 2]. افتح [الوصفة/الدليل] واحفظ الدبوس لتعود إليه لاحقاً.»

- **مثال تطبيقي: سارة**

«طاجين الدجاج بالزيتون والليمون المرقّد بطريقة مغربية تقليدية. في هذه الوصفة ستتعلّم تتبيل الدجاج بالشرمولة وضبط الصلصة حتى تصبح كثيفة. مناسبة لعشاء العائلة ولضيوف نهاية الأسبوع، وتشمل نصائح لطهيه في الطنجرة العادية إن لم يكن لديك طاجين فخّاري. افتح الوصفة واحفظ الدبوس لتعود إليه.»

قالب الوصف للمنتج

«[اسم المنتج]: [ما هو في كلمات]. مناسب لـ[الاستعمال أو المناسبة]. [ميزة 1]، [ميزة 2]. اكتشف [التفاصيل/المقاسات/الألوان] في صفحة المنتج.»

مثال يوسف: «ساعة رجالية كلاسيكية بسوار جلدي بنّي: تصميم بسيط يناسب العمل والمناسبات الرسمية. هيكل من الفولاذ المقاوم للصدأ وزجاج مقاوم للخدش. اكتشف الألوان المتوفرة وطريقة اختيار المقاس في صفحة المنتج.»

قالب الوصف للفيديو التعليمي

«شرح [الموضوع] [للمبتدئين] في [مدة تقريبية]. ستفهم [الفكرة الأولى] وتطبّق [المهارة] بنفسك. يشمل [كلمة فرعية 1] و[كلمة فرعية 2]. شاهد الشرح كاملاً واحفظ الدبوس للمراجعة.»

مثال أمين: «شرح الحلقات التكرارية في بايثون للمبتدئين في درس قصير. ستفهم الفرق بين for وwhile وتكتب أول برنامج يكرّر مهمة بنفسك. يشمل أمثلة على القوائم وتمارين للتطبيق. شاهد الشرح كاملاً واحفظ الدبوس للمراجعة.»

✓ نصيحة عملية

احفظ هذه القوالب في ملف نصي أو جدول بيانات مجاني. حين تصنع دبوساً جديداً، تنسخ القالب وتملأ الفراغات من جدول كلماتك الذي بنيته في الفصل الرابع. هكذا تكتب عنواناً ووصفاً جيّدين في دقيقتين بدل عشر.

● الهاشتاغات اليوم: هل ما زالت تفيد؟

قبل سنوات كان بنترست يشجّع الهاشتاغات (#) في الأوصاف. اليوم لم تعد عاملاً مهماً في الظهور، ولا تحتاج إليها. الكلمات المكتوبة بلغة طبيعية في العنوان والوصف تؤدّي العمل نفسه بشكل أفضل.

إن أحببت إضافتها، فاكتفِ بعدد قليل جداً في آخر الوصف، ولا تجعلها بديلاً عن الجمل. الأفضل أن تصرف تلك المساحة على جملة مفيدة إضافية.

لغة واحدة في الدبوس الواحد

إن كنت تستهدف العربية والفرنسية معاً، فلا تخلط اللغتين في عنوان واحد. اصنع دبوساً عربياً بعنوان ووصف عربيين، ودبوساً فرنسياً مستقلاً بنصوصه. الخلط يربك المحرّك في تحديد الجمهور، ويربك القارئ أيضاً. سنتوسّع في المحتوى متعدّد اللغات في الفصل الرابع عشر.

إن كان وقتك ضيّقاً: بأيّ طبقة تبدأ؟

لن تكتب كل الطبقات بإتقان من أول يوم، وهذا طبيعي. الطبقات العامة (اسم الحساب واللوحات) تكتبها مرة واحدة ثم تنساها شهوراً. أما الطبقات الخاصة بكل دبوس فتتكرّر مع كل نشر، فهي التي تستحق أن تجعلها عادة.

ترتيب عملي للأولوية: العنوان أولاً، ثم الوصف، ثم النص على الصورة، ثم النص البديل، ثم اسم الملف. وراجع صفحة الوجهة مرة واحدة لكل رابط، لا لكل دبوس. إن طبّقت هذا الترتيب في كل مرة، فقد غطّيت أغلب ما يحتاجه المحرّك ليفهمك.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. اختر أهم صفحة في موقعك أو قناتك، وحدّد كلمتها الرئيسية من جدول كلماتك.
2. اكتب لها عنوانين باستخدام قالبين مختلفين من الجدول أعلاه، والكلمة في بداية كل عنوان.
3. اكتب وصفاً واحداً بالقالب المناسب (مقال، منتج، أو فيديو) بين 200 و400 حرف.
4. اكتب نصاً بديلاً يصف الصورة بصدق في جملة واحدة.
5. افتح صفحة الوجهة وتأكد أن عنوانها يحمل نفس الكلمة الرئيسية.
6. اقرأ العنوانين بصوت مرتفع، واحذف أي تكرار يبدو محشوّاً.

★ خلاصة الفصل

- بنترست يجمع الأدلة من سبع طبقات: الحساب، اللوحة، العنوان، الوصف، النص البديل، النص على الصورة، وصفحة الوجهة.
- اتّفاق الطبقات على موضوع واحد هو ما يمنح المحرّك الثقة في تصنيف دبوسك.
- الكلمة المفتاحية في بداية العنوان، لأن آخره قد لا يظهر على الهاتف.
- الوصف لغة طبيعية مفيدة، لا قائمة كلمات. والنص البديل وصف صادق للصورة.
- سمِّ ملف الصورة باسم وصفي، فهو لا يكلّف شيئاً.
- الهاشتاغات لم تعد مهمة. الجمل الواضحة تكفي.
- القوالب الجاهزة توفّر عليك الوقت وتحفظ الجودة في كل دبوس.

الجزء الثالث

الدبوس الذي يُنقر

اللوحات والتصميم والفيديو: كيف تصنع ما يوقف الباحث.

الفصل السادس

هندسة اللوحات (Boards)

اللوحات ليست مجرد مجلّدات لترتيب الصور، بل هي الطريقة التي تخبر بها بنترست بما تتخصّص فيه. في هذا الفصل تبني خريطة لوحاتك من الصفر: كم لوحة، بأي أسماء، بأي ترتيب، ومتى تستعمل الأقسام.

اللوحة رفّ موضوعي، لا صندوق فوضى

اللوحة (Board) مجموعة دبابيس تحت اسم واحد. هذا التعريف صحيح، لكنه ناقص. الأهم أن اللوحة إشارة: كل دبوس تضعه فيها يأخذ شيئاً من معناها، وكل لوحة في ملفك ترسم جزءاً من صورة حسابك أمام المحرّك.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

ادخل أي سوبرماركت منظّم. رفّ للبهارات، رفّ للأرز والمعكرونة، رفّ لمواد التنظيف. فوق كل رفّ لافتة واضحة. لو وضع المدير الصابون بجانب الكمّون، لاحتار العميل، ولاحتار الموظف الجديد الذي يرتّب البضاعة. بنترست يشبه هذا الموظف: يقرأ لافتة الرفّ ليفهم ما فوقه. واللافتة عندك هي اسم اللوحة ووصفها.

⚙ من داخل المحرّك

حين تحفظ دبوساً في لوحة، يستعمل بنترست سياق اللوحة كإشارة إضافية لفهم الدبوس. والدبابيس المحفوظة في لوحة واحدة يربطها المحرّك ببعضها، فيقترح بعضها بجانب بعض في «الدبابيس المشابهة» (Related pins). ومن مجموع لوحاتك يكوّن بنترست فكرة عن مجالات حسابك. حساب لوحاته كلها عن الطبخ المغربي يُفهم بسرعة. حساب فيه لوحة طبخ ولوحة سيارات ولوحة نكت يُفهم ببطء، لأن الإشارات متفرّقة.

لوحات واسعة أم ضيقة؟ والأقسام (Sections)

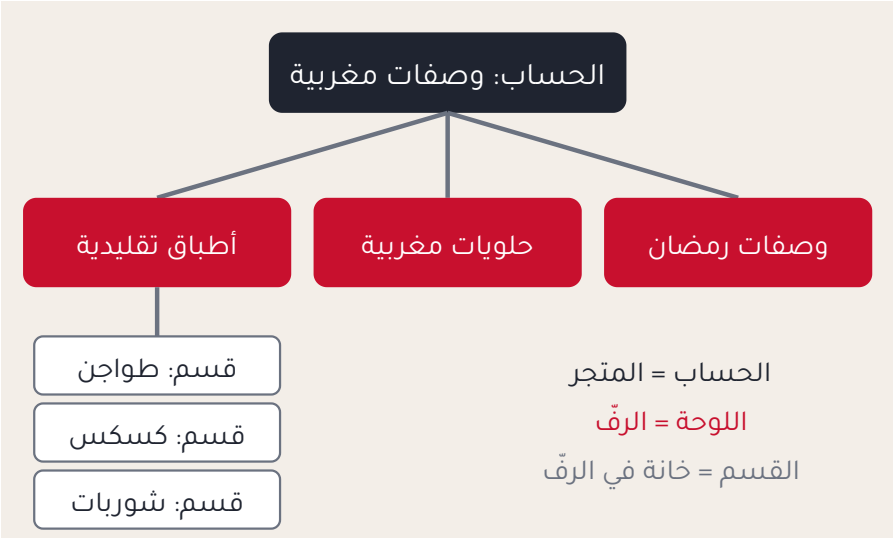
هنا يقع كثيرون في أحد خطأين. الأول: لوحة واحدة ضخمة اسمها «وصفاتي» فيها كل شيء. الثاني: خمسون لوحة صغيرة في كل واحدة ثلاثة دبابيس. الحل في المنتصف.

اجعل اللوحة بحجم كلمة مفتاحية متوسطة يبحث عنها الناس: «أطباق مغربية تقليدية»، «حلويات مغربية»، «وصفات رمضان». كل منها موضوع واضح، وواسع بما يكفي لتضع فيه عشرات الدبابيس مع الوقت.

ما هي الأقسام؟

القسم (Section) رفّ صغير داخل اللوحة. مثلاً لوحة «أطباق مغربية تقليدية» يمكن أن تحتوي أقساماً: «طواجن»، «كسكس»، «شوربات». الأقسام تساعد الزائر على التصفّح، وتسمح لك بالتفصيل دون أن تفتّت حسابك إلى لوحات كثيرة ضعيفة.

متى تضيف أقساماً؟ حين تمتلئ اللوحة ويصبح فيها نوعان أو ثلاثة أنواع واضحة من المحتوى. لا تبدأ بالأقسام في يومك الأول. ابدأ باللوحات، وأضف الأقسام حين يطلبها المحتوى.



شكل 6-1: من الحساب إلى اللوحات إلى الأقسام. كل مستوى يضيّق الموضوع خطوة.

كم لوحة تحتاج في البداية؟

لا يوجد رقم سحري يفرضه بنترست. لكن تجربة الناشطين على المنصة تقترح نطاقاً معقولاً: بين 5 و10 لوحات في البداية، كل واحدة عن موضوع واضح من مجالك. هذا يكفي ليفهمك المحرّك، ويسمح لك أن تملأ كل لوحة بدبابيس كافية دون أن تتركها شبه فارغة.

اللوحة الفارغة أو التي فيها دبوسان فقط تبدو مهجورة للزائر. فلا تنشئ لوحة إلا وأنت تعرف أنك ستضع فيها محتوى في الأسابيع القادمة. ومع نموّ

موقعك أو متجرك، أضف لوحات جديدة بهدوء.

كيف تختار لوحاتك الأولى؟

1. **افتح جدول كلماتك:** الذي بنيته في الفصل الرابع، وانظر إلى عمود «الكلمة الرئيسية».
2. **اجمع الكلمات المتقاربة:** كل مجموعة كلمات تتحدّث عن نفس الموضوع تصبح لوحة واحدة.
3. **اختر اسم اللوحة:** أوضح كلمة في المجموعة وأكثرها بحثاً، لا أجملها لغوياً.
4. **اكتب وصف اللوحة:** جملتان أو ثلاث فيها الكلمة الرئيسية وكلمتان فرعيتان، بلغة طبيعية.
5. **تأكد من وجود محتوى:** لكل لوحة عدة صفحات أو منتجات أو فيديوهات تخدمها على الأقل، أو محتوى مفيد من الآخرين تضيفه إليها.

أسماء ضعيفة وأسماء قوية

اسم ضعيف	لماذا هو ضعيف	اسم أقوى
من مطبخي بحب	جميل لكن لا أحد يبحث به	أطباق مغربية تقليدية
متفرقات	لا يخبر المحرّك بأي موضوع	نصائح تنظيم المطبخ
منتجاتي	يصف صاحبه لا حاجة الباحث	ساعات رجالية كلاسيكية
دروس	واسع جداً ومبهم	تعلّم بايثون للمبتدئين
رمضان 2024 !!!	مرتبط بسنة واحدة ومليء بالرموز	وصفات رمضان سهلة

لاحظ المثال الأخير. اللوحة الموسمية لا تحمل رقم السنة، حتى تبقى صالحة كل عام، وتتراكم دبابيسها موسماً بعد موسم بدل أن تبدأ من الصفر.

مثال وصف لوحة

وصف لوحة سارة «أطباق مغربية تقليدية»: «وصفات أطباق مغربية تقليدية بخطوات واضحة: طواجن بالدجاج واللحم، كسكس بالخضر، وشوربات مثل الحريرة. وصفات منزلية مجرّبة تناسب العائلة والضيوف.» جملتان فقط، فيهما الكلمة الرئيسية وثلاث كلمات فرعية، وكلها بلغة يقرؤها الإنسان براحة.

- **مثال تطبيقي: يوسف**

  يوسف يبيع ساعات وإكسسوارات رجالية. بدل لوحة واحدة اسمها «منتجاتي»، أنشأ: «ساعات رجالية كلاسيكية»، «ساعات رياضية رجالية»، «أحزمة جلدية رجالية»، «هدايا للرجال»، «تنسيق الإكسسوارات مع البدلة». لاحظ أن آخر لوحتين ليستا صنفين من منتجاته، بل موضوعان يبحث عنهما الناس، ويستطيع يوسف أن يضع فيهما منتجاته في سياق مفيد.

ترتيب اللوحات في ملفك

يسمح لك بنترست بترتيب اللوحات في صفحة ملفك. ضع أهم لوحاتك في الأعلى: الأقرب إلى موقعك ومنتجاتك، والأكثر امتلاءً. الزائر الذي يفتح ملفك يرى الصف الأول أولاً، فاجعله واجهة المحل.

أما اللوحات الموسمية (رمضان، الدخول المدرسي، الأعياد) فيمكنك رفعها إلى الأعلى قبل موسمها، ثم إنزالها بعده. الترتيب في الواجهة قد يتغيّر بين الهاتف والحاسوب ومن تحديث لآخر، فراجعه من وقت لآخر.

• أغلفة اللوحات

غلاف اللوحة هو الصورة التي تظهر عليها في ملفك. اختر لكل لوحة غلافاً من دبابيسها يمثّلها بوضوح. بعض أصحاب الحسابات يصمّمون أغلفة موحّدة بنفس الألوان والخط واسم اللوحة مكتوباً عليها. هذا يمنح الملف مظهراً مرتّباً كواجهة محل محترم.

هل الأغلفة تؤثّر في الترتيب داخل البحث؟ على الأرجح لا بشكل مباشر. فائدتها للإنسان الذي يزور ملفك ويقرّر هل يتابعك أو يتصفّح أكثر. فلا تقضِ فيها ساعات. نصف ساعة لكل اللوحات تكفي.

• أول حفظ يذهب إلى اللوحة الأكثر صلة

حين تنشر دبوساً جديداً، احفظه أولاً في اللوحة الأكثر صلة بموضوعه. هذا الحفظ الأول مهم، لأنه السياق الأول الذي يرى فيه المحرّك الدبوس.

إذا كان دبوس سارة عن «طاجين الدجاج بالزيتون»، فمكانه الأول لوحة «أطباق مغربية تقليدية» (وإن وُجد قسم «طواجن» فهو أدقّ)، لا لوحة «وصفات رمضان». يمكنها لاحقاً، وبعد أيام، أن تحفظه في لوحة رمضان إن كان مناسباً لها فعلاً.

! انتبه

لا تحفظ نفس الدبوس في عشر لوحات في نفس اليوم. هذا السلوك قد يبدو للمحرّك كأنه تكرار مزعج، ولا يضيف لك شيئاً. باعد بين الحفظ في اللوحات، واحفظ فقط في اللوحات التي يناسبها الدبوس حقاً. سنتحدّث عن حدود التكرار الآمن بالتفصيل في الفصل الثامن.

اللوحات الجماعية اليوم

اللوحة الجماعية (Group board) لوحة يشارك فيها عدة أشخاص، كلٌّ يضيف دبابيسه. قبل سنوات كانت طريقة شائعة جداً للوصول إلى جمهور الآخرين. اليوم فقدت كثيراً من قوتها، لأن بنترست صار يعرض الدبابيس حسب اهتمامات الباحث، لا حسب من يتابع من.

كثير من اللوحات الجماعية القديمة صارت أيضاً مكبّاً لدبابيس عشوائية لا صلة بينها، وهذا يضعف سياقها. إن وجدت لوحة جماعية صغيرة، نشطة، ومتخصّصة تماماً في مجالك، فلا بأس أن تشارك فيها. لكن لا تجعلها أساس خطتك. لوحاتك أنت أهم.

وقبل أن تطلب الانضمام إلى لوحة جماعية، افتحها وتصفّح آخر الدبابيس فيها. هل هي في نفس موضوعك فعلاً؟ هل صورها جيدة وروابطها تعمل؟ هل يضيف إليها أعضاؤها بانتظام؟ إن كان الجواب «لا» عن أي سؤال، فوقتك أثمن من أن تصرفه فيها. ولا تنشئ لوحة جماعية بنفسك على أمل أن تجلب لك ترافيك، فإدارتها عمل إضافي لا يناسب البداية.

مزج محتواك بمحتوى الآخرين في البداية

في الأسابيع الأولى قد لا تملك إلا مقالات أو منتجات قليلة. لوحة فيها ثلاثة دبابيس تبدو فقيرة. الحل: احفظ في لوحاتك دبابيس مفيدة من حسابات أخرى في نفس الموضوع.

هذا يفيدك من جهتين. الأولى: تمتلئ اللوحة وتصبح مفيدة للزائر. الثانية: تعطي المحرّك إشارات إضافية عن موضوع اللوحة، لأن الدبابيس المحفوظة كلها في نفس المجال.

✓ نصيحة عملية

اختر دبابيس الآخرين بعناية كأنك أمين مكتبة يختار كتباً لرفّه. الدبوس المناسب: جودته عالية، وصورته واضحة، ورابطه يعمل، ويفيد قارئك. ومع ازدياد محتواك الخاص، تقلّ نسبة محتوى الآخرين تدريجياً. لا يوجد قانون رسمي لهذه النسبة. المهم أن يكون أغلب ما تنشره من الدبابيس الجديدة مع الوقت هو محتواك.

مثال أمين: من صفر إلى ملف منظّم

أمين يعلّم البرمجة للمبتدئين على يوتيوب. بدأ بست لوحات: «تعلّم بايثون للمبتدئين»، «أساسيات HTML وCSS»، «مشاريع برمجة صغيرة»، «نصائح لمن يبدأ في البرمجة»، «أدوات مجانية للمبرمجين»، «مسار تعلّم البرمجة». في الأسبوع الأول وضع في كل لوحة بضعة دبابيس من فيديوهاته، وأكملها بدبابيس مفيدة من حسابات تعليمية أخرى. وبعد أن كثرت فيديوهات بايثون، أضاف داخل لوحتها أقساماً: «المتغيّرات»، «الحلقات التكرارية»، «الدوال».

لوحات سرّية وأرشيفية

يتيح بنترست لوحات سرّية (Secret boards) لا يراها غيرك. تفيدك لتجميع أفكار أو مسوّدات. لكنها لا تساعد في الظهور، لأن دبابيسها لا تظهر للناس. لا تخلط بين ما تجمعه لنفسك وما تنشره للعالم.

وإن كانت عندك لوحات قديمة لا علاقة لها بمجالك الحالي، كلوحة أفكار حفلة زفاف من سنوات، فيمكنك جعلها سرّية أو أرشفتها، حتى يبقى ملفك العام مركّزاً على موضوعك. قبل الحذف النهائي فكّر جيداً، لأن حذف لوحة يحذف ما فيها.

صيانة اللوحات مع الوقت

هندسة اللوحات ليست عملاً تنجزه مرة واحدة. مرة كل شهر أو شهرين، افتح ملفك وانظر إليه بعين زائر جديد. هل يفهم من النظرة الأولى ما تقدّمه؟ هل توجد لوحة كبرت حتى صار فيها موضوعان مختلفان؟ قسّمها إلى أقسام، أو انقل أحد الموضوعين إلى لوحة جديدة. هل توجد لوحتان متشابهتان جداً، مثل «حلويات العيد» و«حلويات مغربية للعيد»؟ فكّر في دمجهما، لأن لوحتين متنافستين على نفس الكلمة تشتّتان الإشارة.

وحين تغيّر اسم لوحة، اختر الاسم الجديد من جدول كلماتك كما فعلت أول مرة. لا تغيّر الأسماء كل أسبوع. الثبات يساعد المحرّك على فهمك، والتعديل يكون حين يوجد سبب واضح.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح جدول كلماتك، واجمع الكلمات المتقاربة في 5 إلى 10 مجموعات.
2. اختر لكل مجموعة اسم لوحة بكلمة يبحث عنها الناس فعلاً.
3. اكتب لكل لوحة وصفاً من جملتين فيه الكلمة الرئيسية وكلمتان فرعيتان.
4. أنشئ اللوحات في حسابك، ورتّب أهمّها في الأعلى.
5. احفظ في كل لوحة 3 إلى 5 دبابيس مفيدة، من محتواك أو من محتوى الآخرين.
6. راجع لوحاتك القديمة البعيدة عن مجالك واجعلها سرّية إن لزم.

★ خلاصة الفصل

- اللوحة رفّ موضوعي يمنح كل دبوس فيها جزءاً من معناه، ومجموع لوحاتك يرسم تخصّص حسابك.
- اسم اللوحة كلمة يبحث عنها الناس، ووصفها جملتان أو ثلاث بلغة طبيعية.
- ابدأ بعدد معقول من اللوحات الواضحة، وأضف الأقسام حين يكبر المحتوى.
- رتّب أهم لوحاتك في أعلى الملف، وارفع الموسمية قبل موسمها.
- الحفظ الأول لكل دبوس جديد في اللوحة الأكثر صلة، ولا تكرّر الحفظ في لوحات كثيرة في يوم واحد.
- اللوحات الجماعية لم تعد أساساً للخطة، ولوحاتك الخاصة أهم.
- محتوى الآخرين المفيد يملأ لوحاتك في البداية، ثم يقلّ مع نموّ محتواك.

الفصل السابع

تصميم الدبوس الذي يوقف الإصبع

الكلمات تجعل بنترست يعرض دبوسك، والتصميم يجعل الإنسان يتوقّف عنده وينقر. في هذا الفصل تتعلّم تشريح الدبوس الناجح، وستة قوالب مجرّبة، وطريقة صنع خمسة تصاميم لنفس الرابط في عشرين دقيقة بأداة Canva المجانية.

ثانية واحدة على الشاشة

الشخص الذي يتصفّح بنترست على هاتفه يمرّر إصبعه بسرعة فوق عشرات الدبابيس. أمامك لحظة قصيرة جداً ليقرّر: أتوقّف هنا أم أكمل؟ في تلك اللحظة لا يقرأ وصفك ولا عنوانك المكتوب تحت الصورة. يرى الصورة فقط، والنص الكبير فوقها.

لذلك فالتصميم ليس زينة. هو الجزء الذي يحوّل الظهور (أن يعرض بنترست دبوسك) إلى نقرة (أن يختاره الإنسان). وكلا الأمرين يغذّي الآخر: النقرات والحفظ إشارات تخبر المحرّك أن الدبوس مفيد، فيعرضه أكثر.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

امشِ في شارع تجاري مزدحم. عشرات الواجهات على الجانبين. لا تقرأ كل لافتة، بل تلتقط عينك واحدة أو اثنتين: لافتة واضحة، بخط كبير، تقول بالضبط ما في الداخل، وصورة تجعلك تريد الدخول. واجهة المحل الفوضوية، أو المكتوبة بخط صغير مزخرف، تمرّ بجانبها دون أن تنتبه. دبوسك واجهة محل في شارع لا ينتهي.

● المقاس: 1500×1000 بكسل (نسبة 2:3)

النسبة التي يوصي بها بنترست للدبابيس هي 2:3، أي أن الارتفاع مرة ونصف العرض. المقاس الأشهر لهذه النسبة 1000 بكسل عرضاً و1500 بكسل ارتفاعاً. البكسل نقطة صغيرة من النقاط التي تتكوّن منها الصورة على الشاشة.

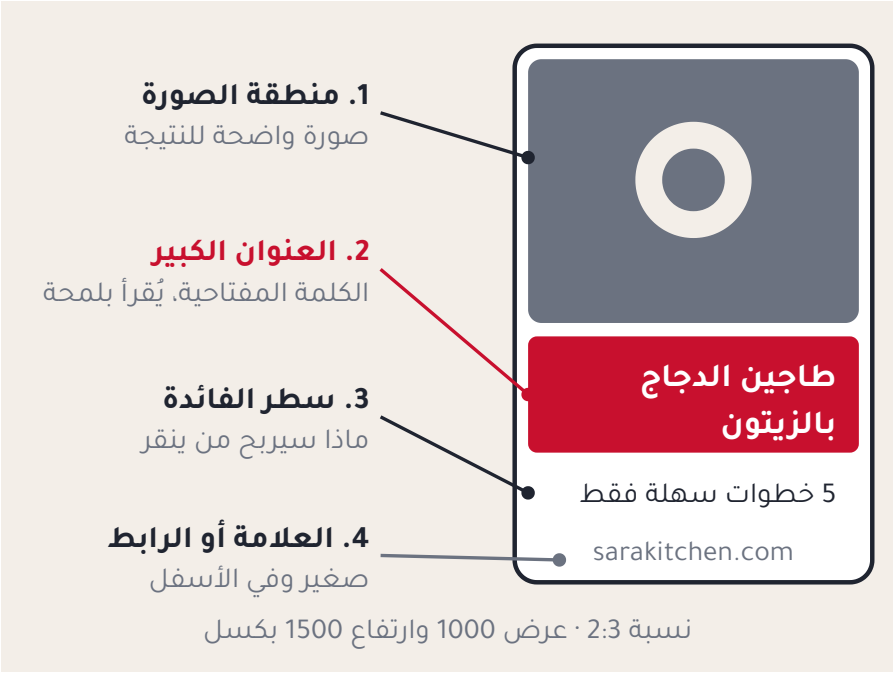
لماذا عمودي؟ لأن أغلب الناس يتصفّحون بنترست على الهاتف، والهاتف شاشة عمودية. الدبوس العمودي يأخذ مساحة أكبر في عمود العرض، فيلفت العين أكثر من صورة أفقية صغيرة.

! انتبه

الدبابيس الطويلة جداً (أطول من نسبة 2:3 بكثير) قد يقصّها بنترست في العرض، فيختفي أسفلها. التزم بـ 2:3 ولن تحتاج إلى القلق من ذلك. وإن تغيّرت التوصيات الرسمية يوماً، فراجع صفحة إرشادات المقاسات في مركز مساعدة بنترست.

تشريح الدبوس الناجح

الدبوس الذي يُنقر يتكوّن غالباً من أربعة أجزاء. لا يلزم أن تكون كلها في كل تصميم، لكن فهمها يجعلك تعرف ماذا تضع ولماذا.



شكل 7-1: تشريح دبوس بنسبة 2:3: صورة، عنوان كبير، سطر فائدة، وعلامة صغيرة.

1. منطقة الصورة

صورة تُظهر النتيجة التي يريدها الباحث: الطبق جاهزاً، الساعة على معصم رجل في بدلة، شاشة فيها كود يعمل. الصورة الواضحة المضيئة أفضل من الصورة المعتمة المزدحمة بالتفاصيل. وإن لم تكن عندك صورة خاصة،

فمكتبة Canva المجانية تحتوي صوراً كثيرة مسموحاً باستعمالها، لكن راجع شروط كل صورة قبل أن تضعها في دبوسك.

صورك الخاصة لها ميزة لا تملكها صور المكتبات: لن يراها الناس في مئة دبوس آخر. ولا تحتاج إلى كاميرا احترافية. هاتف عادي قرب نافذة في ضوء النهار، وخلفية بسيطة غير مزدحمة، يكفيان لصورة طبق أو منتج نظيفة. سارة مثلاً تصوّر طواجينها على طاولة خشبية قرب نافذة المطبخ قبل الغداء، من الأعلى مرة ومن الجانب مرة، فتحصل من طبق واحد على عدة صور تخدم عدة تصاميم.

2. العنوان الكبير على الصورة

ثلاث إلى ست كلمات، بخط عريض، تحمل الكلمة المفتاحية. هذا ما يقرؤه المتصفّح في اللحظة الأولى. لا تجعله جملة طويلة، بل الفكرة الأساسية فقط.

3. سطر الفائدة

سطر أصغر يجيب عن سؤال: لماذا أنقر؟ «في 5 خطوات»، «بدون خبرة سابقة»، «مع قائمة قابلة للطباعة». الفائدة الملموسة تصنع الفضول وتعطي سبباً للنقر.

4. العلامة أو الرابط الصغير

اسم موقعك أو شعارك، صغيراً في الأسفل. وظيفته أن يتعرّف عليك الناس مع الوقت حين يرون دبابيسك مرة بعد مرة، وأن يصعّب على غيرك نسبة التصميم إلى نفسه. لا تجعله كبيراً حتى لا يسرق الانتباه من العنوان.

⚙ من داخل المحرّك

بنترست يقرأ الصورة بالرؤية الحاسوبية: يتعرّف على الأشياء فيها (طبق، ساعة، حاسوب) وعلى النص المكتوب عليها. لذلك العنوان الواضح على الصورة يخدمك مرتين: يوقف عين الإنسان، ويؤكّد للمحرّك موضوع الدبوس. ولهذا السبب أيضاً يفضَّل أن تكون الصورة نفسها عن الموضوع فعلاً، لا صورة عامة لا علاقة لها به.

التباين وقراءة النص على الهاتف

التباين هو الفرق بين لون النص ولون ما خلفه. نص أبيض على خلفية داكنة، أو نص داكن على خلفية فاتحة: تباين عالٍ يُقرأ بسهولة. نص رمادي على صورة ملوّنة مزدحمة: تباين ضعيف يضيع.

1. **ضع النص على شريط لون صلب:** مستطيل بلون واحد خلف العنوان يحلّ مشكلة الصور المزدحمة فوراً.
2. **أو أضف طبقة داكنة شفافة:** فوق الصورة كلها أو جزء منها، ثم اكتب بالأبيض.
3. **اختبر بالتصغير:** صغّر التصميم على شاشتك إلى حجم إبهامك تقريباً. إن استطعت قراءة العنوان، فهو جيد. هكذا سيراه أغلب الناس في عمود العرض.
4. **لونان أو ثلاثة فقط:** كثرة الألوان تشتّت العين. لون للخلفية، لون للنص، ولون مميّز للتأكيد.

الخطوط العربية الواضحة

الخط العربي جميل، لكن بعض الخطوط المزخرفة (كالديواني والثلث) تصعب قراءتها بسرعة وبحجم صغير. للعنوان على الدبوس اختر خطاً عريضاً بسيطاً من عائلة الخطوط الحديثة، مثل Tajawal أو Cairo أو Almarai أو Noto Kufi Arabic، إن وجدتها في قائمة خطوط Canva. أسماء الخطوط المتاحة في Canva قد تتغيّر، فجرّب ما تجده واختر الأوضح.

- خط واحد للعنوان، وخط واحد للنص الصغير. لا أكثر.
- العنوان بوزن عريض (Bold)، وسطر الفائدة بوزن عادي.
- اترك مسافة كافية بين السطور، لأن الحروف العربية لها نقاط وأطراف تتداخل إذا ضاقت المسافة.
- انتبه لاتجاه النص: تأكد أن الكلمات لم تنقلب أو تتقطّع حروفها في المحرّر.

ستة قوالب ناجحة

هذه أنواع تصميم تتكرّر في الدبابيس التي تجذب النقرات في مجالات كثيرة. ليست قوانين، بل زوايا مختلفة لنفس المحتوى، وستفيدك جداً في الفصل القادم حين تصنع عدة دبابيس لرابط واحد.

القالب	فكرته	مثال
القائمة	عدد + موضوع، يعد بمحتوى منظّم	«7 طواجن مغربية لعشاء العائلة»
قبل/بعد	صورتان تُظهران التحوّل	غرفة قبل التنسيق وبعده لمصمّم ديكور

القالب	فكرته	مثال
الخطوات	صور صغيرة مرقّمة للمراحل	«4 خطوات لتحضير الشباكية»
السؤال	سؤال يطرحه الباحث على نفسه	«أيّ ساعة تناسب البدلة الرسمية؟»
الاقتباس	جملة قوية مفيدة على خلفية بسيطة	نصيحة قصيرة لمن يبدأ في البرمجة
المنتج في سياق	المنتج مستعملاً في الحياة، لا على خلفية بيضاء فقط	ساعة يوسف على معصم في اجتماع عمل

- **مثال تطبيقي: أمين**

أمين لديه فيديو «تعلّم الحلقات التكرارية في بايثون». قالب السؤال: «لماذا يكرّر برنامجك نفس الخطأ؟». قالب الخطوات: ثلاث لقطات من الكود مرقّمة. قالب الاقتباس: «اكتب الحلقة على الورق قبل أن تكتبها في المحرّر». ثلاث واجهات مختلفة، والوجهة واحدة: الفيديو نفسه.

كيف تختار القالب المناسب؟

اسأل نفسك: ماذا يريد الباحث أن يرى قبل أن ينقر؟ من يبحث عن وصفة يريد أن يرى الطبق جاهزاً، فالصورة الكبيرة مع عنوان قصير تناسبه. من يبحث عن حلّ لمشكلة يريد أن يرى أن الحلّ منظّم وسهل، فقالب الخطوات أو القائمة يناسبه. ومن يبحث عن منتج يريد أن يتخيّله في حياته، فقالب المنتج في سياق أقوى من صورة المنتج وحده على خلفية بيضاء.

أخطاء تصميم شائعة

- **نص كثير:** فقرة كاملة على الصورة لا يقرؤها أحد في لحظة التمرير. ضع التفاصيل في الوصف وصفحة الوجهة.
- **عنوان لا علاقة له بالصفحة:** وعد على الدبوس لا تجده في الصفحة يخيّب الزائر، فيعود سريعاً، وقد يُعامَل الدبوس كمضلّل.
- **صورة مسروقة:** صورة من حساب آخر دون إذن تعرّضك للبلاغات، فضلاً عن أنها ليست لك. استعمل صورك أو صوراً مسموحاً بها.
- **شعار ضخم:** علامتك مهمة، لكنها ليست سبب نقر أحد. صغّرها.
- **تصميم واحد لكل شيء:** نفس الصورة ونفس العنوان لكل الروابط يجعل دبابيسك تختلط ببعضها، فلا يميّز المتصفّح الجديد من القديم.

Canva المجاني خطوة بخطوة

Canva أداة تصميم على المتصفّح والهاتف، ونسختها المجانية تكفي تماماً لكل ما في هذا الفصل. واجهتها تتغيّر أحياناً، لكن الخطوات الأساسية ثابتة تقريباً.

1. **أنشئ تصميماً بالمقاس الصحيح:** اختر «حجم مخصّص» واكتب 1000 عرضاً و1500 ارتفاعاً، أو ابحث عن قالب «دبوس بنترست» (Pinterest Pin) الجاهز.
2. **اختر قالباً قريباً:** ابحث في القوالب المجانية بكلمة مثل «Pinterest pin recipe» أو «pin list». القالب نقطة انطلاق، لا تصميم نهائي.

3. **ضع صورتك:** اسحب صورتك إلى منطقة الصورة، أو اختر صورة من المكتبة المجانية.

4. **اكتب العنوان والفائدة:** غيّر الخط إلى خط عربي واضح، وكبّر العنوان، وأضف شريط لون خلفه إن لزم.

5. **أضف علامتك:** اسم موقعك صغيراً في الأسفل.

6. **احفظ القالب لنفسك:** هذا التصميم صار قالبك. في المرات القادمة تنسخه وتغيّر الصورة والنص فقط.

7. **نزّل الصورة:** بصيغة PNG أو JPG، وسمِّ الملف اسماً وصفياً كما تعلّمت في الفصل الخامس.

> **✓ نصيحة عملية**
>
> ثبّت «هوية» صغيرة لدبابيسك: نفس الخطّين، ونفس اللونين أو الثلاثة، ونفس مكان العلامة. مع الوقت يتعرّف المتابعون على دبابيسك من النظرة الأولى، كما تتعرّف على جريدتك المفضّلة في كشك مزدحم من خط عنوانها.

• خمسة تصاميم لنفس الرابط في 20 دقيقة

هذه الطريقة تمهّد للفصل القادم، حيث ستعرف لماذا يحبّ بنترست الدبابيس الجديدة. الفكرة: رابط واحد، خمس واجهات مختلفة، تُصنع دفعة واحدة.

1. **الدقائق 1–3:** اكتب خمسة عناوين مختلفة للرابط، كل واحد بزاوية: قائمة، سؤال، فائدة، خطوات، مشكلة وحلّها.

2. **الدقائق 4–6:** اختر خمس صور مختلفة: من مقالك، من مكتبة Canva، أو لقطات مختلفة لنفس المنتج.

3. **الدقائق 7–15:** افتح قالبك المحفوظ، وانسخه خمس مرات (في Canva يمكنك تكرار الصفحة داخل نفس التصميم). في كل نسخة غيّر الصورة والعنوان، وجرّب ترتيباً مختلفاً: العنوان في الأعلى مرة وفي الوسط مرة، ولون شريط مختلف.

4. **الدقائق 16–18:** صغّر كل تصميم واختبر قراءة العنوان. صحّح ما لا يُقرأ.

5. **الدقائق 19–20:** نزّل الصفحات الخمس، وسمِّ كل ملف اسماً وصفياً مختلفاً.

لا تنشر الخمسة في نفس اليوم. احتفظ بها جاهزة، وسيشرح لك الفصل الثامن كيف توزّعها على الأيام واللوحات.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح Canva المجاني وأنشئ تصميماً بمقاس 1000×1500.
2. صمّم دبوساً واحداً لأهم رابط عندك بالأجزاء الأربعة: صورة، عنوان كبير، سطر فائدة، علامة صغيرة.
3. اختر خطاً عربياً واضحاً، ولونين أو ثلاثة فقط.
4. صغّر التصميم واختبر قراءة العنوان من بعيد.
5. احفظه قالباً شخصياً لتعيد استعماله، ثم اصنع منه نسخة ثانية بزاوية مختلفة من القوالب الستة.

★ خلاصة الفصل

- التصميم يحوّل الظهور إلى نقرة، والنقرات والحفظ تعود فتزيد الظهور.
- المقاس الموصى به 1000×1500 بكسل بنسبة 2:3، لأن أغلب التصفّح على الهاتف.
- الدبوس الناجح: صورة واضحة، عنوان كبير بالكلمة المفتاحية، سطر فائدة، وعلامة صغيرة.
- التباين العالي والخط العربي البسيط العريض يجعلان النص مقروءاً بلمحة.
- ستة قوالب تمنحك زوايا مختلفة: قائمة، قبل/بعد، خطوات، سؤال، اقتباس، منتج في سياق.
- قالب محفوظ في Canva يسمح لك بصنع خمسة تصاميم لنفس الرابط في 20 دقيقة.

الفصل الثامن

الدبابيس الجديدة (Fresh Pins) والنشر المتكرّر الذكي

رابط واحد جيد يستحق أكثر من دبوس واحد. في هذا الفصل تفهم ماذا يعني «جديد» عند بنترست، ولماذا يكافئه، وكيف توزّع عدة تصاميم لنفس الرابط على الأيام واللوحات دون أن تبدو مكرّراً أو مزعجاً.

ما معنى «دبوس جديد» عند بنترست؟

الدبوس الجديد (Fresh Pin) هو صورة لم يرها بنترست من قبل. ليس رابطاً جديداً بالضرورة، وليس مقالاً جديداً. يكفي أن تكون الصورة نفسها جديدة: تصميم مختلف، أو صورة مختلفة، أو عنوان مختلف مكتوب على الصورة.

هذه النقطة تغيّر طريقة تفكيرك كلها. مقالة واحدة كتبتها قبل سنة يمكن أن تنتج دبابيس جديدة كل شهر، دون أن تكتب حرفاً إضافياً في المقال. أنت لا تحتاج إلى محتوى جديد دائماً، بل إلى واجهات جديدة لمحتوى جيد موجود.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

فكّر في دار نشر تعيد طباعة كتاب ناجح. لا تغيّر النص، لكنها تصمّم غلافاً جديداً لطبعة جديدة. الغلاف الجديد يجعل الكتاب يعود إلى واجهة المكتبة، ويلفت قرّاء لم ينتبهوا للغلاف القديم. والمكتبات تعرض الطبعات الجديدة في الواجهة أكثر من نسخ الطبعة القديمة المكدّسة على الرفّ. بنترست يتصرّف بطريقة قريبة: الغلاف الجديد يعني فرصة جديدة للعرض.

ثلاثة أشياء ليست «جديدة»

- **إعادة حفظ دبوس موجود** في لوحة أخرى: نفس الصورة، نفس الدبوس، مكان إضافي فقط.
- **رفع نفس الصورة مرة ثانية** بعنوان ووصف مختلفين: النص تغيّر، لكن الصورة هي نفسها.
- **تعديل بسيط لا يُلاحظ:** قصّ بضعة بكسلات أو تغيير درجة لون طفيف. هذا لا يصنع تصميماً جديداً حقيقياً، ولا يفيد الإنسان الذي يرى الدبوس.

لماذا يكافئ بنترست الجديد؟

تذكّر ما تعلّمته في الفصل الأول: بنترست محرك بحث بصري، هدفه أن يعرض للباحث أفكاراً تلهمه وتفيده. لو عرض نفس الصور مرة بعد مرة، لملّ الناس وتوقّفوا عن التصفّح. لذلك يحرص على تجديد ما يعرضه.

وهناك سبب ثانٍ يخصّك أنت: الدبوس الواحد قد ينجح وقد يفشل لأسباب لا تتحكّم فيها، كتوقيت النشر أو صورة لم تلفت الانتباه. حين تملك عدة دبابيس لنفس الرابط، لا تراهن على محاولة واحدة. كل تصميم جديد تجربة إضافية، والتجارب الكثيرة تكشف لك ما يناسب جمهورك.

⚙ من داخل المحرّك

صرّح بنترست في أكثر من مناسبة خلال السنوات الماضية بأنه يعطي أولوية للدبابيس الجديدة، أي الصور التي لم تُنشر من قبل. السبب منطقي: الصفحة الرئيسية (Home feed) لكل مستخدم تحتاج إلى أفكار لم يرها بعد، والصورة الجديدة مرشّحة طبيعية لذلك. ثم إن كل دبوس جديد يمرّ بمرحلة اختبار يعرضه فيها المحرّك على عدد من الناس ليقيس تفاعلهم، كما شرحنا في الفصل الثاني. كل دبوس جديد إذن تذكرة جديدة لدخول هذا الاختبار. أما إعادة حفظ دبوس قديم فلا تعطيك هذه التذكرة بنفس القوة.

● الفرق بين إعادة الحفظ والتصميم الجديد

العملية	ما يحدث فعلاً	متى تستعملها
إعادة الحفظ (Repin/Save)	نفس الدبوس يظهر في لوحة إضافية	حين يناسب الدبوس لوحة ثانية فعلاً، وبعد أيام من الحفظ الأول
نفس الصورة بنص جديد	دبوس جديد تقنياً، لكن بصورة مكرّرة	نادراً، والأفضل تجنّبه

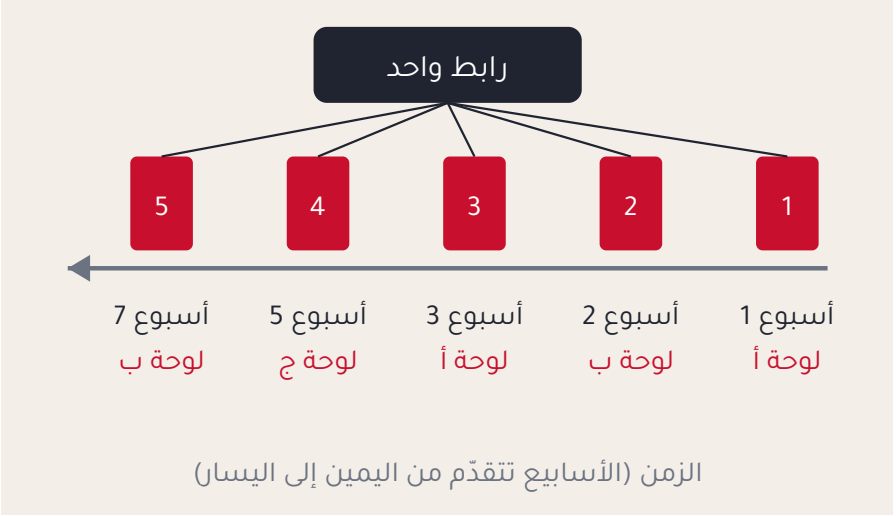
العملية	ما يحدث فعلاً	متى تستعملها
تصميم جديد لنفس الرابط	صورة جديدة كلياً تقود إلى نفس الصفحة	هذه هي الطريقة الأساسية للنمو

إعادة الحفظ ليست ممنوعة ولا ضارّة في ذاتها. هي مفيدة لتنظيم لوحاتك، ولحفظ دبابيس الآخرين المفيدة. لكنها ليست محرّك النمو. محرّك النمو هو التصميم الجديد.

استراتيجية عدة دبابيس لنفس الرابط

في الفصل السابع صنعت خمسة تصاميم لنفس الرابط في عشرين دقيقة. الآن تعرف لماذا. كل تصميم دبوس جديد، وكل دبوس جديد فرصة جديدة للظهور، وبزاوية قد تجذب شخصاً لم تجذبه الزاوية الأولى.

القاعدة الذهبية هنا: **وزّع في الزمن، ووزّع على اللوحات.** لا تنشر التصاميم الخمسة في ساعة واحدة. هذا يبدو كإغراق، ويجعل دبابيسك تتنافس فيما بينها في نفس اللحظة.



شكل 8-1: خمسة تصاميم جديدة لرابط واحد، موزّعة على أسابيع ولوحات مختلفة. مثال توضيحي لا جدول إلزامي.

كيف توزّع خطوة بخطوة

1. **الدبوس الأول إلى أدقّ لوحة:** انشر التصميم الأقوى في اللوحة الأكثر صلة بالموضوع، كما تعلّمت في الفصل السادس.

2. **انتظر أياماً قبل التالي:** أعطِ المسافة بين دبوسين لنفس الرابط بضعة أيام على الأقل. كثير من الممارسين يفضّلون أسبوعاً أو أكثر. لا يوجد رقم رسمي ثابت، فالمهم ألا تتكدّس الدبابيس.

3. **غيّر اللوحة إن وُجدت لوحة مناسبة:** الدبوس الثاني يمكن أن يذهب إلى لوحة أخرى مناسبة فعلاً، فيصل إلى سياق جديد.

4. **غيّر الزاوية في كل مرة:** قائمة ثم سؤال ثم خطوات. كل زاوية تخاطب نوعاً مختلفاً من الباحثين.

5 **غيّر العنوان والوصف أيضاً:** استعمل كلمة رئيسية مختلفة قليلاً أو كلمة فرعية من جدولك، حتى يصل كل دبوس إلى عمليات بحث مختلفة.

6 **استعمل الجدولة المدمجة:** بنترست يسمح بجدولة الدبوس لتاريخ لاحق عند إنشائه. تفاصيلها في الفصل الثاني عشر.

- **مثال تطبيقي: سارة**

لسارة مقالة «طاجين الدجاج بالزيتون». الدبوس الأول: صورة الطبق من الأعلى، بعنوان «طاجين الدجاج بالزيتون: وصفة مغربية سهلة»، في لوحة «أطباق مغربية تقليدية». بعد أسبوع: تصميم خطوات بأربع صور صغيرة، بعنوان «كيف تحضّر طاجين الدجاج في 4 خطوات»، في نفس اللوحة. بعد أسبوعين آخرين: صورة الطبق على مائدة عائلية، بعنوان «عشاء مغربي للضيوف: طاجين الدجاج والزيتون»، في لوحة «أطباق مغربية تقليدية». وقبل رمضان: تصميم رابع في لوحة «وصفات رمضان». رابط واحد، أربعة أبواب مختلفة إليه.

حدود آمنة للتكرار

بنترست لا ينشر جدولاً دقيقاً يقول «هذا مسموح وهذا ممنوع» بالأرقام، وقد تتغيّر إرشاداته مع الوقت. لكن الهدف من القواعد واضح: منع السلوك الذي يشبه الإزعاج (Spam). لذلك فكّر بمنطق «هل يبدو هذا مفيداً لمستخدم حقيقي؟» بدل البحث عن أقصى رقم مسموح به.

إليك توصيات حذرة يتّبعها كثير من الممارسين:

- لا تنشر لنفس الرابط أكثر من دبوس جديد واحد في اليوم، والأفضل أن تفصل بين دبابيسه بأيام كما رأيت أعلاه.
- لا تحفظ نفس الدبوس في عدد كبير من اللوحات. احفظه فقط حيث يناسب فعلاً، وباعد بين مرات الحفظ.
- لا تجعل حسابك كله دبابيس لرابط واحد أو رابطين. نوّع بين روابطك.
- في الحساب الجديد كن أهدأ من ذلك كله، لأن المحرّك لم يبنِ ثقته بك بعد.

! انتبه

النشر الآلي العدواني، أي برامج تنشر عشرات الدبابيس المتشابهة لنفس الرابط كل يوم، من أشهر أسباب تقييد الحسابات أو تعليقها. ما توفّره من وقت اليوم قد تخسر بسببه الحساب كله غداً. سنفصّل أخطاء التعليق وطريقة طلب المراجعة في الفصل الخامس عشر.

إعادة تدوير الدبابيس الرابحة بتصميم جديد

بعد أسابيع من النشر ستلاحظ أن بعض الدبابيس تتفوّق على غيرها بوضوح: تُحفظ أكثر، وتُنقر أكثر. هذه هي الدبابيس الرابحة. وهي أثمن معلومة تملكها، لأنها تخبرك بما يريده جمهورك فعلاً.

الخطأ الشائع: إعادة نشر نفس الصورة الرابحة مرة بعد مرة. الطريقة الأذكى: افهم لماذا ربحت، ثم اصنع تصميماً جديداً يحمل نفس سبب النجاح.

1. **حدّد الرابح:** من تحليلات بنترست المجانية، انظر إلى الدبابيس الأعلى في الحفظ والنقرات الخارجية (Outbound clicks). شرح التحليلات بالتفصيل في الفصل الثالث عشر.

2. **اسأل: ما الذي نجح؟** هل هو العنوان؟ الزاوية (قائمة، سؤال)؟ نوع الصورة؟ اللون؟

3. **احتفظ بالعنصر الناجح وغيّر الباقي:** إن كان العنوان هو السبب، فاكتب عنواناً قريباً منه على صورة جديدة. وإن كانت الصورة، فاستعمل صورة من نفس النوع بعنوان آخر.

4. **انشره كدبوس جديد:** صورة جديدة كلياً، لنفس الرابط، بعد مدة من الدبوس الأصلي.

5. **كرّر الدورة:** بعد أسابيع، قارن الجديد بالأصلي، وتعلّم منه للدورة التالية.

✓ نصيحة عملية

احتفظ بسجلّ بسيط في جدول بيانات مجاني: الرابط، تاريخ كل دبوس نشرته له، اللوحة، الزاوية المستعملة. نظرة واحدة إليه تخبرك متى نشرت آخر دبوس لهذا الرابط، وأي زاوية لم تجرّبها بعد. هكذا لا تكرّر نفسك دون أن تنتبه.

كم دبوساً جديداً يحتاج كل رابط؟

لا يوجد عدد مثالي ثابت. الرابط الأهم عندك (مقال يجلب عملاء، صفحة منتج رئيسية، فيديو يشرح خدمتك) يستحق دبابيس أكثر على مدى أشهر. والرابط

الأقل أهمية يكفيه دبوسان أو ثلاثة. فكّر في روابطك كما يفكّر صاحب محل في بضاعته: المنتج الذي يُطلب كثيراً يأخذ مكاناً أوسع في الواجهة، ويتجدّد عرضه أكثر.

مثال يوسف وأمين

يوسف يملك صفحة «دليل اختيار مقاس الساعة الرجالية». لاحظ أن دبوس السؤال «هل ساعتك كبيرة على معصمك؟» حُفظ أكثر من غيره. فصنع تصميماً جديداً بنفس فكرة السؤال: «كيف تعرف المقاس المناسب لمعصمك؟» بصورة جديدة لمعصمين بساعتين مختلفتين.

وأمين لاحظ أن دبوس الخطوات المرقّمة لفيديو بايثون يتفوّق على دبوس الاقتباس. فصار يبدأ كل فيديو جديد بتصميم خطوات، ويؤجّل الاقتباس إلى دبوس لاحق. لم يخترع شيئاً جديداً. استمع فقط إلى ما قالته أرقامه.

● وماذا عن الدبابيس القديمة؟

سؤال يتكرّر: إن كانت الدبابيس الجديدة أهم، هل أحذف القديمة التي لم تنجح؟ الجواب في أغلب الحالات: لا. الدبوس القديم لا يضرّك بوجوده، وقد يستيقظ بعد أشهر حين يزداد البحث عن موضوعه، كما يحدث مع دبابيس المواسم. والحذف لا يُسترجع.

الاستثناء الوحيد: دبوس رابطه معطّل، أو يقود إلى صفحة لم تعد موجودة، أو لا يطابق محتواه الصفحة. فهذا عدّل رابطه إن أمكن، أو احذفه، لأن الرابط المكسور يخيّب الزائر ويرسل إشارة سيئة عن جودة حسابك.

أبواب أخرى لصنع دبابيس جديدة

التصميم الثابت ليس الطريقة الوحيدة. الفيديو القصير لنفس الرابط دبوس جديد أيضاً، وبصيغة مختلفة تماماً، وسنخصّص له الفصل التاسع كاملاً. والمواسم باب ثالث: الوصفة نفسها يمكن أن تحصل على تصميم «لرمضان» وآخر «لعشاء الشتاء»، والساعة نفسها على تصميم «هدية العيد» وآخر «إطلالة العمل». كل مناسبة زاوية جديدة وصورة جديدة لنفس الصفحة. توقيت هذه الدبابيس الموسمية موضوع الفصل الحادي عشر.

تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. اختر الرابط الذي صنعت له خمسة تصاميم في الفصل السابع.
2. اكتب لكل تصميم عنواناً ووصفاً مختلفين، بكلمة رئيسية أو فرعية مختلفة من جدولك.
3. حدّد لكل تصميم اللوحة المناسبة له.
4. ضع لها تواريخ نشر متباعدة على مدى عدة أسابيع، وسجّلها في جدول بسيط.
5. انشر الأول اليوم، وجدوِل الباقي بالجدولة المدمجة في بنترست بقدر ما تسمح حدودها (الفصل 12)، واترك ما يتجاوزها في جدولك لتجدوله لاحقاً.

★ خلاصة الفصل

- الدبوس الجديد صورة لم يرها بنترست من قبل، حتى لو قادت إلى رابط قديم.
- بنترست يعطي أولوية للدبابيس الجديدة لأنها تبقي ما يعرضه متجدّداً، وكل دبوس جديد فرصة جديدة للاختبار.
- إعادة الحفظ مفيدة للتنظيم، لكن التصميم الجديد هو محرّك النمو.
- وزّع دبابيس الرابط الواحد في الزمن وعلى اللوحات المناسبة، بزوايا وعناوين مختلفة.
- لا توجد أرقام رسمية ثابتة للتكرار. اتّبع توصيات حذرة، وكن أهدأ في الحساب الجديد.
- أعد تدوير الدبابيس الرابحة بتصاميم جديدة تحمل سبب نجاحها، لا بنسخ نفس الصورة.

الفصل التاسع

دبابيس الفيديو مجاناً

في هذا الفصل تتعلّم كيف تصنع دبوس فيديو قصيراً يستوقف من يتصفّح ويقوده إلى موقعك، بأدوات مجانية فقط. وستعرف كيف تحوّل فيديوهات صنعتها سابقاً ليوتيوب أو إنستغرام إلى دبابيس جديدة دون أن تبدأ من الصفر.

لماذا يهتم بنترست بالفيديو؟

دبوس الفيديو هو دبوس عادي، لكن بدل الصورة الثابتة يتحرّك فيه مقطع قصير. يظهر في نفس الأماكن التي تظهر فيها الصور: نتائج البحث، والصفحة الرئيسية، والدبابيس المشابهة.

منذ 2023 دمج بنترست «دبابيس الأفكار» (Idea Pins) في الدبابيس العادية. النتيجة أن الفيديو اليوم لم يعد نوعاً منفصلاً بقواعد خاصة. أنت ترفع فيديو، تكتب عنواناً ووصفاً، تختار لوحة، وتضع رابطاً. نفس ما تعلّمته في الفصول السابقة ينطبق هنا.

لكن لماذا يمنح بنترست الفيديو مساحة؟ السبب بسيط: بنترست يتنافس على انتباه الناس مع منصات الفيديو القصير. حين يجد المستخدم فيديوهات مفيدة داخله، يبقى فيه أطول. والمنصة التي يبقى فيها الناس أطول تعرض إعلانات أكثر. لهذا من مصلحة بنترست أن يجد فيديوهات جيدة وأن يعرضها.

⚙ من داخل المحرّك

الفيديو يعطي بنترست إشارات إضافية لا تعطيها الصورة الثابتة: هل شاهد الناس المقطع حتى نهايته؟ هل توقّفوا عنده أصلاً أم مرّروه بسرعة؟ هذه الإشارات تساعده على الحكم على جودة الدبوس. فإذا كان فيديوك يحتفظ بالمشاهد، فأنت ترسل لبنترست دليلاً واضحاً على أن المحتوى يستحق التوزيع. وإذا كان المقطع مملاً في بدايته، فالإشارة نفسها تعمل ضدك.

انتبه إلى نقطة مهمة: الفيديو ليس بديلاً عن دبابيس الصور. الفيديو مكسب إضافي. كثير من الناس يحفظون الصور ليعودوا إليها لاحقاً، بينما الفيديو يقنعهم في لحظتها. الحساب الصحي يمزج بين النوعين.

● المقاسات: عمودي دائماً

بنترست يُتصفّح في الغالب على الهاتف، والهاتف يُمسك عمودياً. لذلك الفيديو العمودي يأخذ مساحة أكبر من الشاشة ويلفت النظر أكثر.

- **نسبة 9:16** (مثل 1080×1920 بكسل): نفس مقاس يوتيوب شورتس وريلز وتيك توك. مناسب جداً لإعادة استعمال ما صنعته لتلك المنصات.
- **نسبة 2:3** (مثل 1000×1500 بكسل): نفس مقاس دبوس الصورة القياسي. يظهر بشكل متناسق في الشبكة مع باقي الدبابيس.
- **نسبة 1:1** (مربع): مقبول، لكنه يأخذ مساحة أقل على الشاشة. استعمله فقط إذا كان المقطع موجوداً عندك بهذا الشكل.

تجنّب الفيديو الأفقي (16:9) الذي يصلح ليوتيوب العادي. في شبكة بنترست يبدو شريطاً رفيعاً صغيراً بين دبابيس طويلة، فيمرّ عليه الإصبع دون أن يلاحظه.

! انتبه

عند فتح دبوس فيديو بنسبة 9:16، قد يغطي اسم الحساب والأزرار جزءاً من أعلى الشاشة وأسفلها. ضع النص المهم في المنطقة الوسطى، واترك هامشاً في الأعلى والأسفل. أما المدة والحجم المسموحان فيذكرهما بنترست في صفحة المواصفات الرسمية، وهي تتغيّر أحياناً، فراجعها قبل أن تعتمد رقماً بعينه.

• كم يجب أن يطول الفيديو؟

لا توجد مدة سحرية. القاعدة العملية: أقصر مدة تكفي لتوصيل فكرة واحدة كاملة. فيديو وصفة يمكن أن يُظهر الخطوات الأساسية في نصف دقيقة تقريباً. فيديو يشرح فكرة برمجية واحدة قد يحتاج أكثر قليلاً.

المقياس الحقيقي ليس الطول، بل السؤال: هل في كل ثانية سبب يجعل المشاهد يكمل؟ إذا وجدت ثوانيَ «ميتة» لا يحدث فيها شيء، احذفها.

• أول 3 ثوانٍ تقرّر كل شيء

الفيديو في الصفحة الرئيسية يبدأ بالتشغيل تلقائياً بلا صوت غالباً، والمستخدم يمرّر بإصبعه بسرعة. أمامك لحظات قليلة لتقول له: «توقّف، هذا لك».

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

تخيّل بائعاً في سوق مزدحم. الناس يمشون أمام محله ولا يتوقفون. البائع الذكي لا يبدأ بالحديث عن تاريخ محله، بل يضع في الواجهة أجمل قطعة عنده، أو يرفع صحناً من الطعام الساخن يتصاعد منه البخار. أول 3 ثوانٍ من فيديوك هي هذه الواجهة. أظهر النتيجة أولاً، ثم اشرح كيف وصلت إليها.

أربع بدايات تعمل جيداً

1. **النتيجة النهائية أولاً:** أظهر الطبق الجاهز، أو الغرفة بعد التزيين، أو البرنامج وهو يعمل. ثم ارجع إلى البداية.
2. **المشكلة بكلمات المشاهد:** «كيكتك تهبط بعد الفرن؟» جملة واحدة على الشاشة تجعل صاحب المشكلة يتوقّف.
3. **الرقم الواضح:** «3 أخطاء في تنسيق الساعة مع البدلة». الرقم يعد المشاهد بشيء محدد ومحدود.
4. **الحركة الغريبة أو غير المتوقعة:** يد تقلب شيئاً، أو لقطة مقرّبة جداً لتفصيل صغير. العين تنجذب للحركة.

تجنّب البدايات التي تضيّع الوقت: شعار يدور، أو «السلام عليكم، أهلاً بكم في قناتي»، أو شاشة سوداء. قد تناسب هذه فيديو طويلاً على يوتيوب، لكنها في بنترست تعني أن المشاهد رحل قبل أن تبدأ.

النص على الشاشة: لأن الصوت غالباً مغلق

كثير من الناس يتصفّحون بنترست في أماكن عامة، أو في البيت والآخرون نائمون، فيشاهدون بلا صوت. إذا كانت فكرة الفيديو كلها في كلامك المنطوق، فقد ضاعت على هؤلاء.

الحل أن يحمل الفيديو رسالته بالنص المكتوب أيضاً:

- **عنوان ثابت** في أعلى الفيديو أو وسطه يقول موضوعه: «خبز مغربي بدون عجّان».
- **ترجمة نصية** (Captions) لما تقوله، بخط كبير واضح.
- **تسمية للخطوات**: «1. اخلطي الدقيق»، «2. اتركيه يرتاح». حتى من لا يسمع يفهم التسلسل.

✓ نصيحة عملية

استعمل خطاً عربياً عريضاً وواضحاً، بلون أبيض على خلفية داكنة شبه شفافة، أو العكس. لا تضع أكثر من سطرين في نفس اللحظة. واترك كل جملة على الشاشة وقتاً كافياً لتُقرأ بهدوء، لا ومضة سريعة.

⚙ من داخل المحرّك

ذكرنا في الفصل الثاني أن بنترست يحاول «فهم» محتوى الدبوس. النص الذي تكتبه في العنوان والوصف هو أوضح مصدر لهذا الفهم. أما الكلام المنطوق والنص داخل الصورة فقد تساعده التقنيات الآلية على قراءته، لكن لا تعتمد على ذلك. اكتب كلماتك المفتاحية بوضوح في العنوان والوصف كما تعلّمت في الفصل الخامس، ولا تترك الفهم للحظ.

حوّل فيديوهاتك القديمة إلى دبابيس

إذا كنت تنشر على يوتيوب شورتس أو ريلز إنستغرام أو تيك توك، فعندك مخزون جاهز. كل فيديو قصير مفيد هناك يمكن أن يصبح دبوساً هنا. لكن بشروط.

القواعد قبل التحويل

1. **استعمل الملف الأصلي:** ارفع الملف الذي صدّرته من برنامج التحرير، لا نسخة محمّلة من منصة أخرى. الملف الأصلي أوضح وأنظف.
2. **لا علامات مائية لمنصات أخرى:** فيديو عليه شعار تيك توك يبدو منقولاً لا أصيلاً. احذف العلامة من المصدر بتصدير نسخة نظيفة.
3. **احذف ما يخص المنصة الأخرى:** «اشترك في القناة»، «الرابط في البايو»، «تابعني للجزء الثاني». هذه الجمل لا معنى لها في بنترست وتربك المشاهد.

4. **أضف عنواناً يناسب البحث:** عنوان الريلز قد يكون نكتة أو عبارة عامة. في بنترست اكتب عنواناً يبحث عنه الناس فعلاً.

5. **أعد التفكير في البداية:** إذا كانت الثواني الأولى ضعيفة، قصّها، أو ضع لقطة النتيجة في الأمام.

- **مثال تطبيقي: أمين**

أمين ينشر على يوتيوب شورتس مقاطع قصيرة يشرح فيها مفهوماً برمجياً واحداً، مثل «ما الفرق بين القائمة والقاموس في بايثون». في كل مقطع يقول في النهاية: «اشترك في القناة». لتحويل المقطع إلى دبوس، يفتح المشروع الأصلي في برنامج التحرير، يحذف الجملة الأخيرة، ويضيف في الأعلى عنواناً ثابتاً: «القائمة أم القاموس؟ متى تستعمل كلاً منهما في بايثون». ثم يكتب في عنوان الدبوس: «الفرق بين القائمة والقاموس في بايثون للمبتدئين»، ويضع رابطاً إلى المقال المكتوب في مدونته الذي يشرح الفكرة بأمثلة. بهذا يصبح المقطع القديم بوابة جديدة إلى موقعه.

CapCut المجاني: خطوات عملية

CapCut برنامج تحرير فيديو متاح مجاناً على الهاتف والحاسوب والمتصفح. بعض ميزاته مدفوعة، لكن ما تحتاجه لدبوس فيديو جيد متوفر في النسخة المجانية: القص، والنص، والترجمة الآلية، وتغيير المقاس. قبل التصدير تأكد أن القالب أو المؤثر الذي اخترته لا يضيف علامة مائية أو يتطلب اشتراكاً.

1. **أنشئ مشروعاً جديداً** واستورد الفيديو الخام أو الفيديو القديم.

2. **اضبط المقاس** من خيار النسبة (Ratio) على 9:16 أو 2:3 إن وُجد. حرّك الصورة داخل الإطار حتى يبقى العنصر المهم في الوسط.

3. **قص البداية والنهاية:** احذف أي ثانية لا يحدث فيها شيء. ضع لقطة النتيجة في المقدمة إن أمكن.

4. **أضف العنوان الثابت:** من أداة النص، اكتب موضوع الفيديو بخط عريض، ومدّد مدته لتغطي الفيديو كله أو أغلبه.

5. **أضف الترجمة النصية:** استعمل ميزة الترجمة التلقائية (Auto captions) إن كانت تدعم لغتك، ثم راجع كل كلمة يدوياً. الأخطاء في الكتابة العربية شائعة في الأدوات الآلية.

6. **اختر الموسيقى بحذر:** استعمل أصواتاً من مكتبة البرنامج المسموح بها، أو صوتك فقط. لا تضع أغنية تجارية لا تملك حقوقها.

7. **صدّر بجودة جيدة** (دقة 1080p كافية عادةً) واحفظ الملف باسم يحمل الكلمة المفتاحية، مثل «khobz-maghribi-bidun-ajjan.mp4».

• الغلاف: الصورة التي تُرى قبل التشغيل

الغلاف (Cover) هو الإطار الذي يظهر للفيديو قبل أن يبدأ، وفي بعض الأماكن لا يبدأ الفيديو تلقائياً فيبقى الغلاف هو كل ما يراه الناس. لذلك عامله كأنه دبوس صورة كامل.

عند رفع الفيديو إلى بنترست يمكنك اختيار إطار من داخل الفيديو ليكون غلافاً، وعادةً يمكنك أيضاً رفع صورة مستقلة. الخيار الأفضل غالباً هو أن

تصمّم غلافاً في Canva بنفس قواعد الفصل السابع: صورة واضحة، وعنوان كبير مقروء على الهاتف، وتباين قوي.

- **مثال تطبيقي: سارة**

صوّرت سارة فيديو قصيراً لتحضير «البغرير». أجمل لحظة فيه هي حين تتفتّح الثقوب الكثيرة على سطح القطعة وهي على النار. اختارت هذه اللحظة غلافاً، وأضافت عليها في Canva عبارة: «بغرير بألف ثقب: السر في العجين». بهذا، حتى من لم يشغّل الفيديو يفهم ما سيحصل عليه.

اربط الفيديو برابط خارجي

هدفك في هذا الكتاب هو الزيارات إلى موقعك، لا المشاهدات وحدها. الفيديو الجميل الذي لا يقود إلى أي مكان يمنح بنترست محتوى مجانياً، ولا يمنحك أنت عملاء.

عند إنشاء دبوس الفيديو ستجد خانة الرابط (Destination link). ضع فيها رابط الصفحة التي تكمل الفيديو: الوصفة كاملة بالمقادير، أو المقال الذي يشرح الفكرة، أو صفحة المنتج الظاهر في الفيديو.

- **الرابط يجب أن يفي بوعد الفيديو.** إذا أظهرت ساعة معيّنة، فالرابط يقود إلى صفحة تلك الساعة، لا إلى الصفحة الرئيسية للمتجر.
- **اذكر الرابط في الفيديو بلطف:** في آخر ثانيتين اكتب مثلاً: «المقادير كاملة في الرابط». هذا يذكّر المشاهد أن هناك المزيد.

- **لا تقطع الفيديو في منتصف الفائدة** لتجبر الناس على النقر. أعطِ قيمة حقيقية، واجعل الرابط مكاناً لتفاصيل إضافية. الخداع يرفع النقرات مرة ثم يدفن الثقة.

! انتبه

تجنّب الروابط المختصرة والروابط التي تحوّل الزائر عبر عدة صفحات. ضع رابط صفحتك المباشر كما سيُشرح في الفصل الخامس عشر. وتذكّر أن الفيديو يتأثر بنفس قواعد الدبابيس الجديدة من الفصل الثامن: رفع نفس الفيديو مرات كثيرة ليس «محتوى جديداً». أنشئ نسخاً مختلفة فعلاً، بغلاف آخر أو بداية أخرى أو زاوية مختلفة.

أين تنشر الفيديو، وكم مرة؟

عامل دبوس الفيديو مثل أي دبوس جديد: ضعه أولاً في اللوحة الأكثر صلة بموضوعه، واكتب عنواناً ووصفاً بكلماتك المفتاحية، وأضف نصاً بديلاً إن توفر الخيار.

لا تحتاج إلى نشر فيديو كل يوم. فيديو واحد أو اثنان في الأسبوع، إلى جانب دبابيس الصور، بداية معقولة لمعظم الحسابات الصغيرة. الأهم أن يكون كل فيديو واضح الفكرة ومرتبطاً برابط مفيد. وراقب لاحقاً في التحليلات (الفصل الثالث عشر) هل تجلب الفيديوهات نقرات خارجية، أم مشاهدات فقط.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. اختر فيديو قصيراً واحداً صنعته من قبل، أو صوّر بهاتفك مقطعاً عمودياً من 20 إلى 40 ثانية يُظهر نتيجة واحدة في مجالك.
2. افتحه في CapCut، واضبط المقاس على 9:16، واحذف أي ثانية بلا فائدة من البداية.
3. أضف عنواناً ثابتاً بالكلمة المفتاحية، وترجمة نصية راجعتها بنفسك.
4. صمّم غلافاً في Canva بنفس قواعد دبوس الصورة.
5. ارفع الفيديو إلى بنترست، مع عنوان ووصف ولوحة مناسبة ورابط مباشر إلى الصفحة التي تكمل الفكرة.

★ خلاصة الفصل

- دبوس الفيديو اليوم دبوس عادي يظهر في البحث والصفحة الرئيسية، وتنطبق عليه قواعد الكلمات واللوحات نفسها.
- استعمل المقاس العمودي (9:16 أو 2:3)، وضع النص المهم في وسط الإطار.
- أول 3 ثوانٍ واجهة المحل: أظهر النتيجة أو المشكلة فوراً، بلا مقدمات.
- اكتب رسالة الفيديو على الشاشة، لأن كثيرين يشاهدون بلا صوت.
- حوّل فيديوهاتك القصيرة القديمة إلى دبابيس بعد حذف العلامات المائية وعبارات المنصات الأخرى.
- صمّم غلافاً قوياً، وضع رابطاً مباشراً إلى صفحة تفي بوعد الفيديو.

الجزء الرابع

من الظهور إلى الزيارة

الموقع والمواسم والانتظام: كيف تتحوّل المشاهدة إلى زائر.

الفصل العاشر

جهّز موقعك لاستقبال بنترست

الدبوس يجلب الزائر إلى بابك، لكن موقعك هو الذي يقرّر هل يبقى ويعود أم يرحل إلى الأبد. في هذا الفصل تجهّز صفحاتك تقنياً وعملياً لتستقبل زوار بنترست وتحوّل جزءاً منهم إلى متابعين وعملاء.

لماذا يهمّ الموقع في محرك بحث بصري؟

تعلّمت في الفصل الثاني أن جودة النطاق (Domain) أحد العوامل التي يحكم بها بنترست على دبابيسك. بنترست لا يرى الدبوس وحده، بل يرى أيضاً الصفحة التي يقود إليها. وهو يراقب ما يحدث بعد النقر بقدر ما تسمح به الإشارات المتوفرة لديه.

فإذا كانت صفحتك بطيئة، أو لا تشبه الدبوس، أو مليئة بالنوافذ المزعجة، فأنت تخسر مرتين: يخسر الزائر وقته، ويتعلّم بنترست أن روابطك لا تُرضي مستخدميه.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

الدبوس لافتة على الطريق السريع تقول: «مطعم مشويات بعد كيلومترين». السائق يخرج من الطريق ويتبع اللافتة. إذا وصل فوجد محلاً مغلقاً، أو محلاً يبيع قطع غيار، فلن يثق في لافتاتك مرة أخرى. وإدارة الطريق نفسها قد تقرّر إزالة اللافتة. صفحة الوجهة يجب أن تكون المطعم الذي وعدت به: مفتوحاً، نظيفاً، وسريع الخدمة.

الدبابيس الغنية (Rich Pins)

الدبوس الغني دبوس يسحب معلومات إضافية من صفحتك تلقائياً ويعرضها مع الدبوس: عنوان المقال واسم الموقع، أو سعر المنتج وتوفّره، أو مقادير الوصفة.

هناك ثلاثة أنواع رئيسية تهمّك: دبابيس المقالات (Article)، ودبابيس المنتجات (Product)، ودبابيس الوصفات (Recipe).

⚙ من داخل المحرّك

حين يزور بنترست رابطك، يقرأ في رأس الصفحة (الجزء غير المرئي منها) سطوراً صغيرة تُسمّى «الوسوم الوصفية» (Meta tags). أشهرها وسوم بروتوكول Open Graph، وهي لغة متفق عليها بين المواقع والمنصات تقول: هذا عنوان الصفحة، وهذا وصفها، وهذه صورتها، وهذا نوعها. وهناك لغة أخرى اسمها Schema.org تستعملها الوصفات والمنتجات كثيراً. حين يجد بنترست هذه البيانات منظّمة، يفهم صفحتك أسرع وأدق، ويستطيع أن يعرض اسم موقعك وعنوان مقالك الأصلي مع كل دبوس يحمل رابطك، حتى لو حفظه شخص آخر.

لماذا تستحق العناء؟

- **اسم موقعك يظهر** مع الدبوس، فيعرف الناس مصدره، وتبني علامتك.

- **المعلومات تُحدَّث من صفحتك:** إذا عدّلت عنوان المقال أو سعر المنتج، فقد تنعكس التغييرات على الدبابيس لاحقاً.
- **إشارة وضوح إضافية** تساعد بنترست على ربط الدبوس بموضوعه وبنطاقك.

الوسوم الأساسية لصفحة مقال

هذه الأسطر توضع داخل وسم `<head>` في صفحتك. لا تحتاج إلى حفظها؛ يكفي أن تفهم ماذا تقول، لأن أغلب المنصات تكتبها لك:

```
<meta property="og:type" content="article" />
<meta property="og:title" content="خبز مغربي بدون عجّان: الطريقة السهلة"
/>
<meta property="og:description" content="وصفة خبز منزلي طري بمكونات بسيط
ة وخطوات مصورة." />
<meta property="og:image" content="https://example.com/images/khobz.jpg" />
<meta property="og:url" content="https://example.com/khobz-maghribi" />
<meta property="og:site_navigation" content="مطبخ سارة" />
<meta property="article:published_time" content="2026-03-01" />
```

وسوم إضافية لصفحة منتج

```
<meta property="og:type" content="product" />
<meta property="og:title" content="ساعة كلاسيكية بسوار جلدي بني" />
<meta property="product:price:amount" content="450.00" />
<meta property="product:price:currency" content="MAD" />
```

بعض المنصات والقوالب تكتب وسوم السعر بصيغة `og:price:amount` و`og:price:currency` بدل الصيغة أعلاه. الصيغتان شائعتان، فلا تقلق إن

رأيت إحداهما في كود صفحتك.

أما الوصفات فالأفضل لها بيانات Schema.org من نوع Recipe، وهي تتضمّن المقادير والمدة. معظم إضافات الوصفات في WordPress تضيفها تلقائياً.

كيف تفعّلها اليوم؟

طريقة التفعيل تغيّرت عبر السنوات. في الماضي كان عليك أن تُدخل رابطاً في أداة تحقّق (Rich Pins Validator) وتطلب الموافقة. اليوم يقول كثير من المصادر إن بنترست يعرض الدبابيس الغنية تلقائياً حين يجد البيانات الصحيحة، بينما ما زال بعض المستخدمين يجدون أداة التحقق متاحة. لذلك اتبع هذا الترتيب الحذر:

1. **تأكّد من وجود الوسوم:** افتح مقالاً من موقعك في متصفح الحاسوب، اضغط بالزر الأيمن واختر «عرض مصدر الصفحة»، ثم ابحث عن كلمة `og:title`. إن وجدتها مع og:description وog:image فأنت في الطريق الصحيح.
2. **أكّد ملكية موقعك** في حساب الأعمال كما شرحنا في الفصل الثالث. هذا يربط الدبابيس بنطاقك.
3. **جرّب أداة التحقّق إن وجدتها** في أدوات مطوّري بنترست، وأدخل رابط مقال لا رابط الصفحة الرئيسية لموقعك.
4. **اختبر عملياً:** أنشئ دبوساً برابط مقال من موقعك، ثم افتحه بعد مدة. إن ظهر عنوان مقالك واسم موقعك بوضوح مع الدبوس، فالدبابيس الغنية تعمل.

! انتبه

واجهات بنترست وأدواته للمطوّرين تتغيّر. إذا لم تجد زراً أو أداة ذكرناها، فلا تقلق. الجزء الثابت هو أن تكون الوسوم الصحيحة موجودة في صفحاتك. هذا يخدمك في بنترست وفي فيسبوك وواتساب وغيرها، لأنها كلها تقرأ وسوم Open Graph لعرض معاينة الرابط.

• زر الحفظ وصور عمودية داخل المقالات

لا يأتي كل الزوار من بنترست. بعضهم يأتي من جوجل أو من فيسبوك. هؤلاء يمكن أن يصبحوا مصدر دبابيس جديدة لك، إذا سهّلت عليهم حفظ صورك.

ضع صورة عمودية واحدة على الأقل في كل مقال

أغلب المقالات تحتوي صوراً أفقية تناسب الحاسوب. أضف صورة عمودية بمقاس الدبوس (2:3) داخل المقال، تحمل عنواناً واضحاً، مثل تصاميمك في الفصل السابع. حين يضغط الزائر «حفظ»، سيختار غالباً هذه الصورة لأنها تبدو كدبوس جاهز.

زر الحفظ (Save button)

بنترست يوفّر سكربتاً مجانياً يضيف زر «حفظ» يظهر عند مرور الفأرة فوق الصور. يُضاف هذا الوسم قبل نهاية الصفحة:

```
<script async defer data-pin-hover="true"
  src="https://assets.pinterest.com/js/pinit.js"></script>
```

وإذا أردت منع حفظ صورة معيّنة، مثل شعار الموقع أو صورة صغيرة بلا قيمة، أضف إليها الخاصية `data-pin-nopin="true"`. وفي WordPress توجد إضافات مجانية تفعل هذا بلا كتابة كود.

✓ نصيحة عملية

اكتب نصاً بديلاً (Alt text) وصفياً لكل صورة في مقالك. هذا يفيد المكفوفين الذين يستعملون قارئ الشاشة أولاً، ويفيد جوجل، وقد يستعمله بنترست أيضاً حين يحفظ أحدهم الصورة من موقعك. صِف الصورة بجملة طبيعية تحمل الكلمة المفتاحية، لا قائمة كلمات.

اختر صورة og:image بعناية

صورة og:image هي الصورة التي تقترحها صفحتك على أي منصة تقرأ الرابط. إذا كانت شعاراً صغيراً أو صورة أفقية باهتة، فهذا ما سيظهر في معاينة الرابط عند مشاركته. اجعلها صورة واضحة تمثّل محتوى الصفحة فعلاً. كثير من المنصات تتيح لك اختيار «الصورة البارزة» (Featured image) للمقال، وهي التي تُستعمل غالباً في هذا الوسم.

ومع ذلك، لا تعتمد على og:image وحدها في بنترست. حين تنشئ دبوساً بنفسك، ترفع تصميمك العمودي الخاص، وهو الذي يظهر للناس. وظيفة og:image وباقي الوسوم أن تجعل كل شيء حول الدبوس متناسقاً: العنوان واسم الموقع والوصف.

سرعة الصفحة على الهاتف

أغلب زوار بنترست على الهاتف، وكثير منهم على شبكة جوال متوسطة. الصفحة التي تتأخر في الظهور تخسر جزءاً منهم قبل أن يروا أي شيء.

1. **اختبر مجاناً:** افتح أداة PageSpeed Insights من جوجل، وأدخل رابط أحد مقالاتك، وانظر إلى نتيجة الهاتف (Mobile) لا الحاسوب.
2. **صغّر الصور:** السبب الأكثر شيوعاً للبطء صور ضخمة. صورة بعرض 4000 بكسل لا تحتاجها شاشة هاتف. صغّرها قبل الرفع، واستعمل صيغة حديثة خفيفة مثل WebP إن كانت منصتك تدعمها.
3. **قلّل الإضافات والسكربتات:** كل عدّاد زوار وكل نافذة دردشة وكل إضافة لا تستعملها تثقل الصفحة.
4. **اختر قالباً خفيفاً:** القوالب المليئة بالمؤثرات المتحركة جميلة على الحاسوب وثقيلة على الهاتف.

صفحة الوجهة تفي بوعد الدبوس

هذه أبسط قاعدة في الفصل وأكثرها إهمالاً. إذا قال الدبوس «10 أفكار لتنسيق الساعة مع البدلة»، فيجب أن يجد الزائر هذه الأفكار العشر مباشرة، لا مقدمة طويلة عن تاريخ الساعات.

- **كرّر وعد الدبوس في أعلى الصفحة:** عنوان المقال يشبه عنوان الدبوس، والصورة الأولى تشبه صورته. الزائر يحتاج إلى أن يتأكّد في ثانية أنه وصل إلى المكان الصحيح.

- **اجعل الوصول إلى الفائدة سهلاً:** في الوصفات مثلاً، ضع زراً أو رابطاً «اذهب إلى الوصفة» أعلى الصفحة.
- **لا تُغرق الزائر بالنوافذ:** نافذة اشتراك تغطي الشاشة فور الوصول، ثم نافذة إشعارات، ثم إعلان: هذا يكفي ليغلق الزائر الصفحة.

جرّب صفحتك بعين الزائر

أسهل اختبار لا يحتاج إلى أي أداة: افتح بنترست على هاتفك، ابحث عن أحد دبابيسك، وانقر عليه كأنك شخص غريب لا يعرف موقعك. ثم اسأل نفسك بصدق:

- كم ثانية انتظرت قبل أن ترى شيئاً مفيداً؟
- هل عرفت فوراً أنك في المكان الذي وعدك به الدبوس؟
- كم مرة اضطررت إلى إغلاق نافذة أو إعلان قبل أن تقرأ؟
- هل النص مقروء دون تكبير الشاشة؟ وهل الأزرار سهلة الضغط بالإصبع؟
- بعد أن أخذت الفائدة، هل وجدت خطوة تالية واضحة: مقالاً مرتبطاً، أو هدية، أو منتجاً؟

كرّر هذا الاختبار مع صفحاتك الأكثر زيارة مرة كل شهر أو شهرين. ستكتشف مشاكل لا تراها حين تفتح موقعك من حاسوبك وأنت تعرف كل زاوية فيه.

التقط الزائر: لأن الزيارة الواحدة لا تكفي

أغلب زوار بنترست يأتون، يقرؤون، ويرحلون. هذا طبيعي. لكن إن رحلوا دون أن يتركوا وسيلة للتواصل، فعليك أن تجلبهم من جديد في كل مرة. القائمة

البريدية تحلّ هذه المشكلة: زائر اليوم يصبح قارئاً تراسله غداً.

- **مثال تطبيقي: سارة**

تضع سارة في نهاية كل وصفة صندوقاً صغيراً: «احصلي على دليل مجاني: 15 وصفة خبز مغربي في ملف واحد». الهدية مرتبطة بما جاء الزائر من أجله، لذلك يطلبها من يهتم بالموضوع فعلاً. وحين تستعمل نافذة منبثقة، فهي لا تظهر إلا بعد أن يقرأ الزائر جزءاً من الوصفة، لا لحظة دخوله.

للبدء مجاناً توجد خدمات نشرات بريدية لها خطط مجانية لعدد محدود من المشتركين. شروطها تتغيّر، فاقرأها قبل الاختيار. وسنعود في الفصل الرابع عشر إلى بناء سلسلة «دبوس ← صفحة هدية ← قائمة بريدية» بتفصيل أكبر.

ما يتوفر في كل منصة

المنصة	وسوم Open Graph	تأكيد الملكية	ملاحظات
Blogger	كثير من القوالب تضيف بعضها، ويمكنك إضافة الناقص يدوياً عبر «تعديل HTML» في القالب	ممكن بإضافة وسم التأكيد في رأس القالب	مجاني تماماً؛ انتبه إلى أن تعديل القالب يحتاج حذراً ونسخة احتياطية أولاً

المنصة	وسوم Open Graph	تأكيد الملكية	ملاحظات
WordPress	إضافات SEO مجانية معروفة تضيفها تلقائياً	ممكن بإضافة الوسم عبر إضافة أو في رأس القالب	أكثر المنصات مرونة؛ لا تكثر من الإضافات حفاظاً على السرعة
Shopify	معظم القوالب تتضمّنها، بما فيها بيانات المنتج	ممكن بإضافة الوسم في ملف القالب	مناسب لدبابيس المنتجات؛ راجع أن السعر والعملة يظهران صحيحين
Gumroad	الصفحة تُنشئ بياناتها بنفسها، ولا تتحكّم فيها كاملة	لا تستطيع تأكيد نطاق Gumroad الفرعي لأنه ليس لك، إلا إذا ربطت متجرك بنطاقك الخاص	الأفضل أن يقود الدبوس إلى صفحة على موقعك تشرح المنتج، ومنها إلى صفحة Gumroad

- **مثال تطبيقي: يوسف**

يوسف يبيع ساعاته عبر متجر Shopify. فتح مصدر صفحة إحدى الساعات فوجد أن og:title وog:image والسعر موجودة بفضل القالب. لكنه لاحظ أن صورة og:image هي صورة أفقية صغيرة. فرفع لكل منتج صورة رئيسية أوضح، وأضاف في وصف المنتج صورة عمودية للساعة على المعصم بخلفية بسيطة، لتكون جاهزة للحفظ من الزوار.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح أهم صفحة في موقعك، واعرض مصدرها، وابحث عن og:title وog:description وog:image. سجّل الناقص منها.
2. اختبر الصفحة نفسها في PageSpeed Insights، وسجّل أكبر مشكلتين في نتيجة الهاتف.
3. قارن أعلى الصفحة بالدبوس الذي يقود إليها: هل العنوان والصورة متشابهان؟ عدّل ما يلزم.
4. أضف صورة عمودية واحدة بمقاس 2:3 داخل الصفحة مع نص بديل وصفي.
5. اكتب فكرة هدية مجانية واحدة مرتبطة بموضوع هذه الصفحة، حتى لو لم تصنعها بعد.

★ خلاصة الفصل

- بنترست يحكم على دبابيسك بالصفحة التي تقود إليها أيضاً، لا بالصورة وحدها.
- الدبابيس الغنية تعتمد على وسوم Open Graph أو Schema.org في صفحتك؛ تأكّد من وجودها ثم اختبر النتيجة عملياً.
- صورة عمودية داخل كل مقال وزر حفظ يحوّلان زوارك من مصادر أخرى إلى ناشرين لدبابيسك.
- السرعة على الهاتف أولوية: صغّر الصور وقلّل الإضافات.
- صفحة الوجهة يجب أن تفي بوعد الدبوس فوراً، بلا نوافذ مزعجة.
- القائمة البريدية تحوّل الزيارة العابرة إلى علاقة مستمرة.

الفصل الحادي عشر

التوقيت والمواسم: انشر قبل أن يبحث الناس

في بنترست، من ينشر يوم الموسم يصل متأخراً. في هذا الفصل تتعلّم كيف تقرأ منحنى البحث الموسمي، ومتى تنشر لكل موسم عربي وعالمي، وكيف تبني تقويماً يجعل دبابيسك جاهزة قبل أن يبدأ الناس البحث.

لماذا التوقيت مختلف في بنترست؟

في فيسبوك وإنستغرام، تنشر عن رمضان في رمضان، لأن المنشور يعيش ساعات أو أياماً قليلة. في بنترست الأمر معكوس. الناس يستعملون بنترست للتخطيط، والتخطيط يسبق الحدث.

العروس تجمع أفكار فستانها وديكور حفلها قبل الحفل بأشهر. ربة البيت تبحث عن وصفات رمضان وأفكار تزيين البيت قبل أن يبدأ الشهر. الأم تبحث عن تنظيم أدوات المدرسة قبل الدخول المدرسي، لا في يومه الأول.

◆ تشبيه يقرّب الفكرة

فكّر في تاجر الجملة في السوق. هو لا يشتري بضاعة العيد ليلة العيد، بل قبلها بأسابيع، حتى تكون على الرفوف حين يأتي الناس. والفلّاح لا يزرع القمح يوم الحصاد. دبوسك يحتاج وقتاً لينمو، تماماً مثل البذرة: يُكتشف، ويُختبر، ثم يُوزّع. إذا زرعته متأخراً، فسيكبر بعد أن ينتهي الموسم.

⚙ من داخل المحرّك

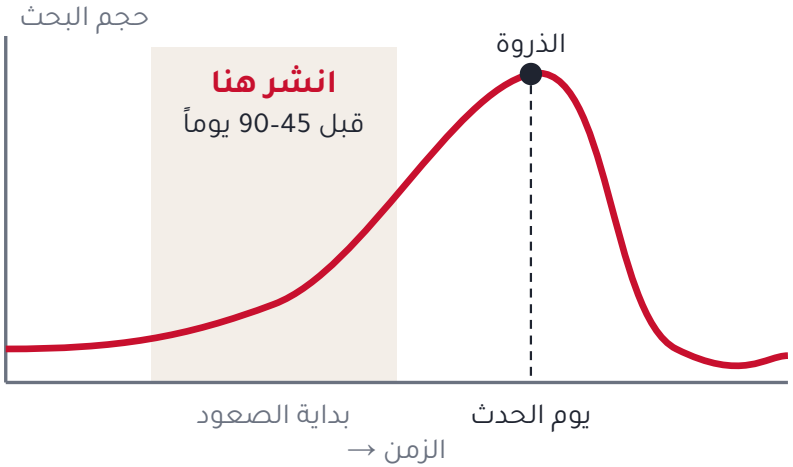
شرحنا في الفصل الثاني أن الدبوس الجديد يمرّ بمرحلة اختبار أولى: بنترست يعرضه على عدد قليل من الناس، ويراقب التفاعل، ثم يقرّر هل يوسّع توزيعه. وفهرسة الدبوس وربطه بالكلمات المناسبة يأخذان وقتاً أيضاً. هذه المراحل قد تستغرق أياماً أو أسابيع، ولا يعطي بنترست موعداً ثابتاً لها. فإذا نشرت قبل الذروة بوقت كافٍ، يكون دبوسك قد اجتاز الاختبار وجمع أولى عمليات الحفظ حين يأتي سيل الباحثين. وإذا نشرت في الذروة، فدبوسك ما زال في غرفة الانتظار بينما الدبابيس الأقدم تأخذ الزيارات.

منحنى البحث الموسمي

لكل موضوع موسمي شكل متكرّر يمكن رؤيته في أداة Pinterest Trends المجانية التي تعرّفت عليها في الفصل الرابع. اكتب كلمة مثل «زينة رمضان» أو «ramadan decor» واختر بلداً، فترى خطاً يرتفع وينخفض عبر السنة.

هذا الخط يمرّ عادة بأربع مراحل:

1. **الهدوء:** بحث قليل، بعيداً عن الموسم.
2. **بداية الصعود:** المخطّطون الأوائل يبدؤون البحث. هنا يجب أن تكون دبابيسك قد نُشرت.
3. **الصعود السريع والذروة:** أكبر عدد من الباحثين. هنا تحصد ما زرعته.
4. **الهبوط:** بعد الحدث مباشرة ينخفض البحث بسرعة.



شكل 11-1: منحنى بحث موسمي نموذجي. المنطقة المظلّلة هي وقت النشر المثالي، قبل أن يبدأ الصعود السريع.

قاعدة 45 إلى 90 يوماً

القاعدة العملية التي يتّبعها كثير من المسوّقين على بنترست: انشر دبابيس الموسم قبل ذروته بـ 45 إلى 90 يوماً تقريباً. هي ليست قانوناً من بنترست،

بل توصية مبنية على أمرين: الناس يبدؤون التخطيط مبكّراً، والدبوس يحتاج وقتاً لينتشر.

- **المواسم الكبيرة التي يُخطّط لها طويلاً** (الأعراس، رأس السنة، الصيف والسفر): اقترب من 90 يوماً أو أكثر.
- **المواسم القصيرة أو المناسبات البسيطة** (يوم الأم مثلاً): 30 إلى 45 يوماً قد تكفي.
- **الحساب الجديد** يحتاج هامشاً أكبر، لأن بنترست ما زال يتعرّف عليه. أضف بضعة أسابيع إلى التوقيت.

✓ نصيحة عملية

لا تعتمد على القاعدة وحدها. افتح Pinterest Trends لكل موسم يهمّك، واختر البلد الذي يأتي منه جمهورك، وانظر بعينك متى يبدأ الخط في الصعود. ذلك التاريخ هو موعدك الأخير، لا موعدك الأول. وإذا لم تجد بيانات كافية للكلمة العربية، جرّب نفس الموضوع بالفرنسية أو الإنجليزية لترى الشكل العام للمنحنى.

كيف تقرأ المنحنى في Pinterest Trends خطوة بخطوة

1. **افتح الأداة من حساب الأعمال**، واختر البلد الأقرب إلى جمهورك. إن لم يكن بلدك متاحاً في القائمة، اختر أقرب سوق يشبهه في اللغة أو العادات، مع العلم أن الصورة ستكون تقريبية.
2. **اكتب الكلمة الموسمية**، ثم أضف كلمتين أو ثلاثاً قريبة منها للمقارنة، مثل «حلويات العيد» و«ضيافة العيد».

3. **اختر مدة تغطي سنة كاملة على الأقل**، حتى ترى الموسم من بدايته إلى نهايته. وإن أتاحت الأداة مدة أطول، فقارن بين سنتين لترى هل يتكرّر الشكل نفسه.

4. **ضع إصبعك على أول نقطة يبدأ فيها الخط بالصعود بوضوح**، لا على الذروة. سجّل تاريخها.

5. **اطرح من هذا التاريخ أسبوعين إلى أربعة أسابيع** لتحصل على موعد نشرك الأول، فيكون دبوسك قد بدأ مرحلة الاختبار حين يصل المخطّطون الأوائل.

الطريقتان لا تتعارضان: قاعدة 45 إلى 90 يوماً اختصار جاهز حين لا تملك وقتاً للتحليل، أما هذه الخطوات فتعطيك التاريخ الدقيق لموسمك أنت. ولأن الصعود يبدأ في كثير من المواسم قبل الذروة بأسابيع طويلة، فغالباً ما تقع النتيجة داخل تلك النافذة نفسها. وإن اختلفتا، فاعتمد على المنحنى.

لاحظ أن الأداة تعرض اتجاهاً نسبياً، أي كيف يرتفع البحث وينخفض مقارنة بنفسه، لا عدداً دقيقاً للباحثين. استعملها لمعرفة **متى**، لا لمعرفة **كم**.

- **مثال تطبيقي: يوسف**

يوسف يبيع ساعات رجالية، وأكبر مواسمه مواسم الهدايا. بحث في Pinterest Trends عن «هدايا للرجال» و«gift for him» و«cadeau homme»، فوجد أن الاهتمام بالهدايا يرتفع في أكثر من موسم: قبل الأعياد، وقبل نهاية السنة. بدل أن يصمّم دبابيس عامة، جهّز لكل موسم مجموعة خاصة بعنوان يناسبه، مثل «أفكار هدايا العيد للزوج» و«هدية نهاية السنة لرجل يحب الأناقة»، وكل دبوس يقود إلى صفحة تجمع ساعات مناسبة لتلك المناسبة.

تقويم المواسم العربية والعالمية

هذا الجدول نقطة بداية، لا جدول مواعيد ثابت. التواريخ تقريبية وتختلف من بلد لآخر ومن موضوع لآخر، فراجعها دائماً في Pinterest Trends.

الموسم	متى يبدأ الناس البحث (تقريباً)	متى تنشر (تقريباً)
رمضان (وصفات، زينة، تنظيم البيت)	من أسابيع قبل بدايته، ويشتدّ في الأسبوعين الأخيرين قبله	قبل بدايته بـ 6 إلى 10 أسابيع
عيد الفطر (حلويات، ملابس، ضيافة)	خلال رمضان، ويرتفع في نصفه الثاني	قبل رمضان أو في أيامه الأولى
عيد الأضحى (وصفات اللحم، الضيافة، الزينة)	من أسابيع قبل العيد	قبل العيد بـ 6 إلى 8 أسابيع
الصيف والسفر	من الربيع	من أواخر الشتاء إلى بداية الربيع

الموسم	متى يبدأ الناس البحث (تقريباً)	متى تنشر (تقريباً)
موسم الأعراس (يتركّز في الصيف في بلدان كثيرة)	قبل الموسم بأشهر	قبل الموسم بـ 3 أشهر أو أكثر
الدخول المدرسي (سبتمبر في أغلب البلدان العربية)	من منتصف الصيف	من يونيو إلى بداية يوليو
الجمعة السوداء والجمعة البيضاء (أواخر نوفمبر)	من أكتوبر وبداية نوفمبر	من سبتمبر إلى بداية أكتوبر
رأس السنة وهدايا نهاية العام	من أكتوبر ونوفمبر	من سبتمبر إلى بداية أكتوبر
عيد الأم (21 مارس في عدة بلدان عربية)	قبل أسابيع قليلة	من بداية فبراير

انتبه !

رمضان والعيدان تتبع كلها التقويم الهجري القمري، فتتقدّم مواعيدها نحو 10 إلى 11 يوماً كل سنة ميلادية. التقويم الذي نجح معك هذا العام سيكون متأخراً قليلاً في العام القادم. احسب المواعيد من جديد كل سنة انطلاقاً من التاريخ المتوقّع لبداية رمضان، ولا تنسخ تواريخ السنة الماضية كما هي.

- **مثال تطبيقي: سارة**

تريد سارة أن تستفيد من رمضان. نظرت في Pinterest Trends إلى كلمات مثل «وصفات رمضان» و«شهيوات رمضان» و«recette ramadan»، فوجدت أن الخط يبدأ بالصعود قبل الشهر بأسابيع. فقرّرت أن تنتهي من تصوير 10 وصفات رمضانية قبل الشهر بنحو ثلاثة أشهر، وأن تنشر لها دبابيس على دفعات خلال الأسابيع الستة إلى العشرة التي تسبق رمضان. وفي أيامه الأولى لم تتوقّف، بل انتقلت إلى نشر دبابيس حلويات العيد، لأن البحث عنها يبدأ قبل العيد بوقت.

مواسم مجالك الخاصة

المواسم الكبرى في الجدول ليست كل شيء. لكل مجال مواسمه الصغيرة التي لا يلاحظها إلا أهله. مدرّب اللغة الإنجليزية له موسم امتحانات اللغة والتسجيل في الجامعات. مصمّم الديكور له موسم تجديد البيوت قبل الأعياد والأعراس. صاحب متجر العطور له مواسم الهدايا وتغيّر الفصول، إذ يبحث الناس عن عطور خفيفة للصيف وأخرى دافئة للشتاء.

اسأل نفسك: متى يتغيّر سلوك عملائي خلال السنة؟ متى يزيد سؤالهم عن خدمتي أو منتجي؟ ثم ابحث عن هذه اللحظات في Pinterest Trends وأضفها إلى تقويمك. هذه المواسم الصغيرة أقل منافسة غالباً من رمضان ورأس السنة، فقد تكون فرصتك فيها أكبر.

المحتوى الدائم مقابل المحتوى الموسمي

المحتوى الدائم (Evergreen) هو ما يبحث عنه الناس طوال السنة تقريباً: «طريقة عمل الخبز في البيت»، «كيف تختار ساعة تناسب معصمك»، «أساسيات بايثون للمبتدئين». المحتوى الموسمي هو ما يرتفع البحث عنه في فترة محددة ثم يهدأ.

كلاهما مفيد، لكن لكل واحد دور:

- **الدائم هو الأساس.** يجلب زيارات ثابتة كل شهر، ويبني ثقة بنترست في حسابك. اجعله الجزء الأكبر من دبابيسك.
- **الموسمي هو الدفعة.** يعطيك موجات كبيرة في أوقات محددة، ثم يعود ليعمل في السنة التالية.

توصية حذرة: إذا كنت في البداية، فاجعل أغلب ما تنشره دائماً، وأضف إليه المواسم الأقرب إلى مجالك فقط. ليس عليك أن تشارك في كل موسم. متجر يوسف للساعات يستفيد من الأعياد ورأس السنة والجمعة السوداء، لأنها مواسم هدايا. لكنه لا يحتاج إلى موسم الدخول المدرسي.

- **مثال تطبيقي: أمين**

قناة أمين لتعليم البرمجة محتواها دائم في معظمه. لكنه وجد موسمين يناسبانه: الدخول المدرسي والجامعي، حين يبحث الطلاب عن طريقة لتعلّم البرمجة، وبداية السنة الميلادية، حين يضع الناس أهدافاً جديدة. فجهّز لكل موسم دبابيس بعناوين مثل «خطة تعلّم البرمجة في 30 يوماً للمبتدئين»، ونشرها قبل الموسم بأسابيع، بينما ظلّ بقية محتواه دائماً.

جدّد دبابيس الموسم كل عام

دبوس رمضان الذي نجح هذه السنة قد يعود ليعمل في السنة القادمة وحده، لأن الدبابيس في بنترست تعيش طويلاً. لكن لا تعتمد على ذلك فقط. استعمل ما تعلّمته في الفصل الثامن عن الدبابيس الجديدة:

1. **بعد كل موسم،** سجّل الدبابيس الموسمية التي جلبت أكثر النقرات (ستتعلّم قراءتها في الفصل الثالث عشر).
2. **قبل الموسم القادم،** صمّم لكل دبوس رابح تصميماً أو تصميمين جديدين بنفس الرابط: صورة أخرى، أو عنوان بزاوية مختلفة.
3. **حدّث صفحة الوجهة:** عدّل السنة في العنوان إن كانت مذكورة، وأضف أفكاراً جديدة، واحذف ما لم يعد صالحاً.
4. **انشر الجديد في نافذة 45 إلى 90 يوماً،** تماماً كما فعلت في المرة الأولى.

بهذه الطريقة، كل موسم يمرّ يترك لك رصيداً: دبابيس قديمة ما زالت تعمل، وصفحات محدّثة، ودبابيس جديدة تضيف إلى ما سبق.

✓ نصيحة عملية

تجنّب وضع السنة في نص الصورة نفسه، مثل «أفكار رمضان 2026». في العام القادم سيبدو الدبوس قديماً. إن أردت ذكر السنة، فضعها في العنوان أو صفحة الوجهة حيث يسهل تعديلها.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. اختر من الجدول موسمين فقط يناسبان مجالك.
2. لكل موسم، ابحث في Pinterest Trends عن كلمتين أو ثلاث مرتبطة به، واختر بلد جمهورك، وسجّل متى يبدأ الخط في الصعود.
3. احسب تاريخ النشر لكل موسم، واكتبه في تقويمك أو جدول بيانات.
4. احسب تاريخ تجهيز المحتوى قبل تاريخ النشر بأسبوعين على الأقل.
5. اكتب ثلاث أفكار دبابيس لكل موسم، مع الكلمة المفتاحية لكل فكرة.

★ خلاصة الفصل

- الناس يستعملون بنترست للتخطيط، فيبحثون عن المواسم قبل وقوعها بأسابيع وأشهر.
- الدبوس الجديد يحتاج وقتاً للاختبار والانتشار، فانشر قبل بداية صعود المنحنى لا في الذروة.
- القاعدة العملية: 45 إلى 90 يوماً قبل الذروة، مع التحقق من المنحنى في Pinterest Trends.
- مواعيد رمضان والعيدين تتقدّم نحو 10 إلى 11 يوماً كل سنة، فأعد حساب تقويمك سنوياً.
- المحتوى الدائم أساس الحساب، والموسمي دفعات قوية في أوقات محددة.
- جدّد الدبابيس الموسمية الرابحة بتصاميم جديدة كل عام، وحدّث صفحاتها.

الفصل الثاني عشر

الاستمرارية بلا إرهاق: الجدولة المجانية ونظام الدُّفعات

أغلب الحسابات لا تفشل لأن أصحابها لا يعرفون التقنيات، بل لأنهم يتوقّفون. في هذا الفصل تبني نظاماً أسبوعياً بسيطاً يجعل النشر المنتظم عادة لا عبئاً، بأدوات مجانية وبوقت محدود في الأسبوع.

لماذا الانتظام أهم من الكمية؟

تخيّل حسابين. الأول ينشر 50 دبوساً في يوم واحد، ثم يختفي شهراً. الثاني ينشر بضعة دبابيس كل يوم أو كل يومين، أسبوعاً بعد أسبوع. في نهاية الشهر قد يكون عدد دبابيسهما متقارباً، لكن الثاني في موقع أفضل بكثير.

⚙ من داخل المحرّك

بنترست يحاول أن يحكم على جودة الحساب (Pinner) كما رأيت في الفصل الثاني. الحساب الذي يضيف محتوى جديداً بانتظام يعطي إشارة إلى أنه مصدر حيّ يمكن الاعتماد عليه. أما الدفعة الكبيرة المفاجئة من حساب صامت فقد تشبه سلوك الحسابات الآلية أو المزعجة، خصوصاً إن كان الحساب جديداً، وهذا ما سنفصّله في الفصل الخامس عشر. ثم إن كل دبوس جديد يحتاج نصيبه من مرحلة الاختبار. خمسون دبوساً في ساعة واحدة تتزاحم على نفس الفرصة، بينما الدبابيس الموزّعة يأخذ كل منها وقته.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

الجريدة اليومية تصدر كل صباح، لا ثلاثين عدداً في أول الشهر ثم لا شيء. القارئ يعتاد عليها، والموزّع يحجز لها مكاناً على الرف. بنترست يشبه هذا الموزّع: حين يرى أنك تصدر بانتظام، يعتاد على عرض محتواك.

المشكلة الحقيقية: الإرهاق

معظم الناس يبدؤون بحماس. يصمّمون كل يوم، وينشرون كل يوم، ويفتحون التحليلات كل ساعة. بعد أسبوعين أو ثلاثة يتعبون، لأن النتائج في بنترست بطيئة كما شرحنا. فيتوقّفون قبل أن تبدأ الزيارات.

الحل ليس الحماس الأكبر، بل نظام أخف. بدل أن تفكّر في بنترست كل يوم، تجمع العمل كله في جلسة واحدة أسبوعية، ثم تترك الجدولة تنشر عنك.

الجدولة المدمجة في بنترست

حساب الأعمال في بنترست يسمح لك بجدولة الدبوس: تنشئه الآن، وتختار تاريخاً ووقتاً لاحقاً لنشره. هذه الميزة مجانية، ولا تحتاج إلى أي أداة خارجية.

1. **أنشئ الدبوس كالمعتاد:** الصورة أو الفيديو، والعنوان، والوصف، والرابط، واللوحة.
2. **ابحث عن خيار النشر لاحقاً** بدل النشر الفوري. قد يظهر كخيار «Publish at a later date» أو أيقونة تقويم، حسب الواجهة.
3. **اختر التاريخ والوقت**، ثم احفظ.

4 **راجع الدبابيس المجدولة** من ملفك الشخصي أو من قسم الدبابيس المجدولة، حيث يمكنك تعديلها أو حذفها قبل نشرها.

! انتبه

لبنترست حدود على الجدولة: كم دبوساً يمكنك جدولته في نفس الوقت، وإلى أي مدى في المستقبل. هذه الحدود تغيّرت أكثر من مرة وقد تتغيّر مجدداً، لذلك لا نذكر رقماً هنا. ستعرف الحد الحالي حين تحاول تجاوزه في الواجهة. خطّط لأسبوع أو أسبوعين في كل جلسة، فهذا يبقى في الغالب ضمن الحدود. وتوجد أدوات جدولة خارجية مدفوعة، لكنك لا تحتاجها لتطبيق ما في هذا الكتاب.

كم دبوساً في اليوم؟

لا يوجد رقم رسمي من بنترست، وكل رقم تقرؤه على الإنترنت توصية من شخص ما، لا قاعدة. لكن هذه نطاقات حذرة معقولة لتبدأ بها:

عمر الحساب ونشاطه	نطاق حذر	الهدف في هذه المرحلة
حساب جديد (الأسابيع الأولى)	من دبوس إلى 3 دبابيس يومياً	إثبات أنك حساب حقيقي ومنتظم، وتعريف بنترست بموضوعك
حساب له بضعة أشهر من النشاط المنتظم	من 3 إلى 5 دبابيس يومياً تقريباً	توسيع الكلمات المفتاحية واختبار تصاميم جديدة

عمر الحساب ونشاطه	نطاق حذر	الهدف في هذه المرحلة
حساب مستقر ولديك محتوى كثير	أكثر من ذلك بالتدريج، بشرط أن تكون الدبابيس جديدة وجيدة فعلاً	تغطية مواضيع أكثر دون التضحية بالجودة

القاعدة التي تحكم الجدول كله: الجودة والانتظام قبل العدد. دبوسان جيدان كل يوم أفضل من عشرة دبابيس متشابهة. وإذا لم تجد وقتاً إلا لدبوس واحد يومياً، فدبوس واحد منتظم أفضل من لا شيء.

نظام الدُّفعات الأسبوعي

نظام الدُّفعات (Batching) يعني أن تجمع المهام المتشابهة وتنجزها مرة واحدة. بدل أن تبحث عن كلمة، ثم تصمّم دبوساً، ثم تنشره، ثم تعود غداً لتكرّر نفس الخطوات، تبحث عن كلمات الأسبوع كله في جلسة، وتصمّم كل الدبابيس في جلسة، وتجدولها في جلسة.

السبب أن العقل يضيّع وقتاً عند الانتقال بين أنواع العمل. وحين تفتح Canva مرة واحدة وتصمّم عشرة دبابيس بنفس القالب، تصبح أسرع مع كل تصميم.

ساعتان في الأسبوع: الجدول المقترح

هذا الجدول لحساب في مرحلة البناء، ينشر نحو 10 دبابيس في الأسبوع (دبوس أو اثنان يومياً). إذا نشرت أكثر، فخصّص وقتاً أكبر بالنسبة نفسها، خاصة للكتابة والتصميم والجدولة. الأوقات تقريبية، وستقصر مع التمرين:

المرحلة	المدة التقريبية	ماذا تفعل
1. الفحص الأسبوعي	10 دقائق	فحص للجهد لا للنتائج: سجّل ما نُشر في الأسبوع الماضي، وانظر في ملاحظات آخر مراجعة شهرية لتعرف ما يستحق تصاميم جديدة. لا تحكم على دبابيس عمرها أقل من 30 يوماً تقريباً (الفصل الثالث عشر)
2. اختيار الروابط والكلمات	15 دقيقة	اختيار الصفحات التي ستروّج لها هذا الأسبوع، وتحديد كلمة مفتاحية لكل دبوس من جدول كلماتك (الفصل الرابع)
3. كتابة العناوين والأوصاف	20 دقيقة	كتابة عنوان ووصف ونص بديل لكل دبوس في جدول البيانات قبل التصميم
4. التصميم	45 دقيقة	تصميم كل الدبابيس في Canva من قوالبك الجاهزة، وتصدير الصور بأسماء تحمل الكلمات المفتاحية
5. الجدولة	25 دقيقة	رفع الدبابيس وجدولتها موزّعة على أيام الأسبوع وعلى اللوحات المناسبة
6. التسجيل	5 دقائق	تحديث جدول المحتوى: ما نُشر، ومتى، وعلى أي لوحة

✓ نصيحة عملية

إذا كانت ساعتان متتاليتان صعبتين عليك، قسّمهما: الخطوات 1 إلى 3 مساء السبت مثلاً، والخطوات 4 إلى 6 صباح الأحد. المهم أن يكون لكل مرحلة موعد ثابت في أسبوعك، مثل أي موعد عمل.

- **مثال تطبيقي: يوسف**

يوسف يدير متجره بعد عمله الأساسي. خصّص صباح كل جمعة لبنترست. يبدأ بفتح جدوله ليسجّل ما نُشر في الأسبوع الماضي، ويقرأ ملاحظات آخر مراجعة شهرية عن المنتجات التي تستحق دبابيس جديدة. ثم يختار عشر صفحات منتجات أو مقالات من مدونة المتجر، ويكتب لكل منها عنواناً ووصفاً. بعدها يفتح Canva ويستعمل ثلاثة قوالب ثابتة صمّمها سابقاً: صورة منتج على المعصم، وقائمة نصائح، ومقارنة بين ساعتين. في النهاية يجدول الدبابيس على أيام الأسبوع التالي. وفي باقي الأسبوع لا يفتح بنترست إلا ليلقي نظرة سريعة.

تقويم محتوى بسيط في جدول بيانات مجاني

لا تحتاج إلى برنامج خاص. جدول بيانات مجاني مثل Google Sheets يكفي تماماً. أنشئ ملفاً واحداً بأعمدة بسيطة:

- **تاريخ النشر** المجدول.
- **الرابط** الذي يقود إليه الدبوس.
- **الكلمة المفتاحية** الرئيسية.
- **عنوان الدبوس** و**الوصف**.
- **اللوحة** التي سيُنشر فيها.
- **القالب** المستعمل (قائمة، خطوات، قبل وبعد...).
- **الحالة**: فكرة، مصمّم، مجدول، منشور.
- **ملاحظات الأداء** تضيفها لاحقاً بعد مراجعة التحليلات.

هذا الجدول يحلّ ثلاث مشاكل معاً: يمنعك من نشر نفس الرابط على نفس اللوحة مرات متتالية، ويريك أي الروابط أهملتها، ويصبح مع الوقت سجلاً تعود إليه لتعرف ما نجح. وستجد في الملحق (هـ) قالباً جاهزاً لهذا التقويم.

وزّع الدبابيس بذكاء

حين تجدول، لا تضع كل دبابيس الأسبوع في يوم واحد، ولا كل دبابيس رابط واحد في يوم واحد.

- **وزّع على الأيام:** عدد متقارب كل يوم أفضل من أيام مزدحمة وأيام فارغة.
- **باعد بين دبابيس نفس الرابط:** كما رأيت في الفصل الثامن، التصاميم المختلفة لنفس الصفحة تُوزّع على أيام وأسابيع ولوحات مختلفة.
- **نوّع المواضيع:** اخلط بين الدائم والموسمي، وبين المقالات والمنتجات.
- **لا تقلق كثيراً بشأن الساعة:** كثيرون يبحثون عن «أفضل وقت للنشر». لأن الدبوس يعيش طويلاً في بنترست، فالساعة الدقيقة أقل أهمية منها في المنصات الأخرى. اختر أوقاتاً معقولة لجمهورك، وركّز على الانتظام.

ماذا تفعل حين لا تملك محتوى جديداً؟

هذا سؤال يتوقّف عنده كثيرون: «نشرت دبابيس لكل مقالاتي، فماذا الآن؟». الخبر الجيد أن الدبوس الجديد لا يحتاج دائماً إلى صفحة جديدة، بل إلى صورة جديدة.

1. **تصاميم جديدة لصفحات قديمة:** كل صفحة جيدة تتحمّل عدة دبابيس بزوايا مختلفة. مقال «10 أخطاء في تنسيق الساعة» يمكن أن يعطي دبوس قائمة، ودبوس سؤال، ودبوساً عن خطأ واحد فقط.

2. **قسّم المقال الطويل:** كل فكرة فرعية في مقالك قد تكون عنوان دبوس مستقل يقود إلى نفس المقال.

3. **أعد تدوير الرابحين:** الدبابيس التي نجحت سابقاً تستحق تصاميم جديدة دورية، كما رأيت في الفصل الثامن.

4. **حوّل الصور إلى فيديو:** فيديو قصير تصنعه في CapCut من صورك الموجودة (راجع الفصل التاسع) هو دبوس جديد.

5. **احفظ محتوى الآخرين المفيد:** في الأيام الهادئة، حفظ دبابيس جيدة من حسابات أخرى في لوحاتك يبقي الحساب نشيطاً ويخدم زوار لوحاتك. اجعل ذلك إضافة، لا بديلاً عن محتواك.

- **مثال تطبيقي: سارة**

عند سارة أربعون وصفة فقط في مدونتها، ولا تستطيع كتابة وصفة جديدة كل أسبوع. فوضعت في جدولها عموداً اسمه «زوايا»: لكل وصفة كتبت أربع زوايا ممكنة، مثل الطبق النهائي، والمقادير في صورة واحدة، وخطوة صعبة مشروحة، وخطأ شائع. بهذا صار لديها مخزون من الأفكار يكفيها أشهراً، دون أن تكتب وصفة إضافية واحدة. وكلما كتبت وصفة جديدة، أضافت أربع زوايا أخرى.

علامات تقول إن نظامك ثقيل

النظام الجيد هو الذي تستطيع الاستمرار عليه أشهراً، لا الذي يبدو مثالياً على الورق. راقب هذه العلامات:

- **تؤجّل جلسة الدُّفعات أسبوعاً بعد أسبوع:** الهدف الأسبوعي أكبر من وقتك. خفّض عدد الدبابيس، ولا تلغِ الجلسة.
- **تقضي أغلب الوقت في التصميم:** قوالبك كثيرة أو معقّدة. اكتفِ بثلاثة أو أربعة قوالب ثابتة، وغيّر الصورة والنص فقط.
- **تفتح التحليلات كل يوم وتقلق:** النتائج في بنترست تُقرأ على مدى أسابيع وأشهر. اكتفِ بالفحص الأسبوعي القصير للجهد، والمراجعة الشهرية التي ستتعلّمها في الفصل الثالث عشر.

خفّض الحمل قبل أن تتعب، لا بعد أن تتوقّف. نظام صغير تلتزم به سنة كاملة أقوى من نظام كبير ينهار في الشهر الثاني.

حين يفوتك أسبوع

سيحدث هذا. سفر، أو مرض، أو ضغط عمل. لا تحاول التعويض بنشر دبابيس أسبوعين في يوم واحد. ارجع ببساطة إلى إيقاعك المعتاد. ولتقليل أثر هذه الأسابيع، اجعل هدفك أن تكون دائماً متقدّماً بأسبوع: في كل جلسة دُفعات، جدوِل للأسبوع بعد القادم إن سمحت حدود الجدولة، فيبقى لديك هامش أمان.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. أنشئ ملف Google Sheets جديداً باسم «تقويم بنترست»، وأضف الأعمدة المذكورة في هذا الفصل.
2. اختر يوماً ووقتاً ثابتين في أسبوعك لجلسة الدُّفعات، وأضفهما إلى تقويم هاتفك كموعد متكرّر.
3. حدّد عدد الدبابيس اليومي الذي ستلتزم به حسب عمر حسابك، من الجدول الحذر في هذا الفصل.
4. املأ في الجدول أفكار خمسة دبابيس للأسبوع القادم: الرابط، والكلمة، واللوحة.
5. جدوِل دبوساً واحداً منها الآن في بنترست لتتأكد أنك تعرف مكان خيار الجدولة في واجهتك.

★ خلاصة الفصل

- الانتظام يبني ثقة بنترست في حسابك أكثر من الدفعات الكبيرة المتقطّعة.
- الجدولة المدمجة مجانية وتكفيك؛ حدودها تتغيّر، فخطّط لأسبوع أو أسبوعين في كل مرة.
- عدد الدبابيس اليومي نطاق حذر يكبر مع عمر الحساب، والجودة قبل العدد دائماً.
- نظام الدُّفعات يجمع البحث والكتابة والتصميم والجدولة في جلسة أسبوعية واحدة.
- جدول بيانات مجاني بأعمدة بسيطة يكفي كتقويم محتوى وسجل لما نجح.
- حين ينفد المحتوى، اصنع زوايا وتصاميم جديدة لصفحاتك القديمة.

الجزء الخامس

القياس والتوسّع والحماية

اقرأ أرقامك، ضاعف ما ينجح، واحمِ حسابك.

الفصل الثالث عشر

اقرأ أرقامك: التحليلات المجانية

بعد أسابيع من النشر ستجد أمامك أرقاماً كثيرة، وأغلب الناس إما يتجاهلونها أو يغرقون فيها. في هذا الفصل تتعلّم أي رقم يهمّك أنت تحديداً، وكيف تحوّل نصف ساعة في الشهر إلى قرارات واضحة تضاعف ما ينجح وتوقف ما لا ينجح.

لماذا تحتاج إلى قراءة الأرقام أصلاً؟

النشر بلا قياس يشبه أن تزرع أرضاً ولا تعود لترى أي البذور نبتت. ستستمر في زرع النوع الذي لا ينبت، وتهمل النوع الذي أعطاك محصولاً جيداً.

بنترست يعطيك أداة تحليلات (Analytics) مجانية في حساب الأعمال. لا تحتاج إلى أي أداة مدفوعة. كل ما تحتاجه هو أن تعرف ماذا تعني الأرقام، وأي واحد منها يخدم هدفك.

تجد التحليلات في قائمة حساب الأعمال تحت اسم «التحليلات» أو «Analytics». أسماء الأزرار ومكانها تتغيّر من وقت لآخر، لكن الأرقام الأساسية بقيت ثابتة تقريباً منذ سنوات.

الأرقام الأساسية بلغة بسيطة

الانطباعات (Impressions)

عدد المرات التي ظهر فيها دبوسك على شاشة شخص ما: في نتائج البحث، أو في الصفحة الرئيسية، أو تحت دبوس مشابه. الانطباع لا يعني أن الشخص توقّف عنده، بل يعني فقط أن الدبوس مرّ أمام عينيه.

هذا الرقم يخبرك هل بنترست «يعرض» محتواك أم لا. إذا كان قريباً من الصفر بعد أسابيع، فالمشكلة غالباً في الكلمات المفتاحية أو في جودة الحساب، لا في التصميم.

الحفظ (Saves)

عدد المرات التي حفظ فيها الناس دبوسك في لوحاتهم. الحفظ إشارة قوية لبنترست: هذا الشخص وجد الدبوس مفيداً لدرجة أنه أراد الاحتفاظ به. وكل حفظ يضع دبوسك في لوحة شخص آخر، فيظهر لمتابعيه ولمن يتصفّح لوحته.

النقرات على الدبوس (Pin clicks)

العدد الكلي للنقرات على دبوسك، سواء قادت إلى محتوى داخل بنترست (مثل فتح الدبوس ورؤيته بحجم أكبر) أو إلى خارجه. هو مقياس واسع للاهتمام، والنقرات الخارجية جزء منه.

النقرات الخارجية (Outbound clicks)

الجزء من النقرات على الدبوس الذي ذهب إلى رابطك: موقعك أو متجرك أو قناتك. هذا هو الرقم الذي يتحوّل إلى ترافيك فعلي. إذا كان هدفك من الكتاب كله هو الزيارات، فهذا رقمك الأهم.

نسب مفيدة

بعض تقارير بنترست تعرض نسباً جاهزة مثل «معدل التفاعل» (Engagement rate) و«معدل النقر الخارجي» (Outbound click rate). النسبة تقارن رقماً برقم آخر، مثلاً: من بين كل من رأى الدبوس، كم منهم نقر؟ النسب أصدق من الأرقام الخام عند مقارنة دبوسين، لأن دبوساً ظهر كثيراً سيجمع نقرات كثيرة حتى لو كان ضعيفاً.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

تخيّل محلاً في شارع تجاري. الانطباعات هي عدد المارّة الذين رأوا الواجهة. النقرات على الدبوس هي كل من مدّ يده نحو المحل: بعضهم اقترب من الواجهة ليرى التفاصيل، وبعضهم فتح الباب. الحفظ هو من التقط صورة للواجهة ليعود لاحقاً. والنقرات الخارجية هي من فتح الباب ودخل المحل فعلاً، أي جزء ممن مدّوا أيديهم. صاحب المحل الذكي لا يفرح بعدد المارّة وحده، بل يسأل: كم واحداً دخل؟

أي رقم يهمّ لأي هدف؟

لا يوجد «رقم أهم» واحد للجميع. الرقم الذي تراقبه يحدّده هدفك. هذا الجدول يختصر الأمر:

هدفك	الرقم الذي تراقبه أولاً	رقم مساعد	ماذا يعني إذا كان ضعيفاً؟
زيارات للمدونة أو الموقع	النقرات الخارجية	معدل النقر الخارجي	العنوان على الصورة لا يَعِد بشيء يستحق النقر، أو الدبوس يجيب عن السؤال كاملاً فلا حاجة للزيارة
مبيعات من متجر	النقرات الخارجية + المبيعات في متجرك	الحفظ (نيّة شراء مؤجّلة)	صفحة المنتج لا تطابق الدبوس، أو الجمهور الذي يصل غير مستعد للشراء
بناء قائمة بريدية	النقرات الخارجية + عدد المشتركين الجدد	النقرات على الدبوس	الهدية المجانية غير جذابة، أو نموذج الاشتراك صعب على الهاتف
مشاهدات قناة يوتيوب	النقرات الخارجية	مشاهدات فيديو الدبوس	الدبوس لا يوضّح ما سيتعلّمه المشاهد في الفيديو
الظهور والانتشار في البداية	الانطباعات	الحفظ	الكلمات المفتاحية ضعيفة أو الحساب ما زال جديداً
معرفة ما يحبه جمهورك	الحفظ	معدل التفاعل	الموضوع أو الزاوية لا تلمس حاجة حقيقية

! انتبه

الانطباعات رقم مغرٍ لأنه كبير دائماً، لكنه وحده لا يدفع فاتورة ولا يجلب عميلاً. حساب يجمع انطباعات كثيرة ونقرات خارجية قليلة يشبه محلاً في شارع مزدحم بابه مغلق. انظر دائماً إلى ما بعد الانطباعات.

• أعلى الدبابيس أداءً: اسأل «لماذا؟»

في التحليلات تجد قائمة بأعلى الدبابيس أداءً (Top pins)، ويمكنك ترتيبها حسب الانطباعات أو الحفظ أو النقرات الخارجية. لا تكتفِ بالنظر إليها. افتح كل دبوس رابح واسأل خمسة أسئلة:

1. **الكلمة:** ما الكلمة المفتاحية في العنوان؟ هل هي كلمة طويلة محدّدة أم واسعة؟
2. **التصميم:** أي قالب استعملت؟ قائمة، خطوات، قبل وبعد، سؤال؟
3. **الوعد:** ماذا يَعِد النص المكتوب على الصورة؟ هل فيه رقم أو نتيجة واضحة؟
4. **التوقيت:** هل نُشر قبل موسم معيّن؟ (ارجع إلى الفصل 11)
5. **الوجهة:** إلى أي صفحة يقود؟ وهل تلك الصفحة تفي بالوعد؟

بعد ثلاثة أو أربعة دبابيس رابحة ستلاحظ نمطاً. ربما تنجح عندك القوائم أكثر من الاقتباسات، أو الكلمات الطويلة أكثر من العامة. هذا النمط هو أثمن ما تخرج به من التحليلات.

⚙ من داخل المحرّك

بنترست لا يحكم على الدبوس بعدد التفاعلات وحده، بل بنسبتها إلى عدد الانطباعات، ويقارنها بدبابيس أخرى ظهرت في المكان نفسه. لهذا قد ترى دبوساً بانطباعات قليلة يُعطى فجأة ظهوراً أكبر بعد أسابيع: النظام لاحظ أن من رآه تفاعل معه بنسبة جيدة، فقرّر عرضه على مزيد من الناس. ولهذا أيضاً تتأخّر النتائج، فالدبوس يمرّ بمرحلة اختبار قبل التوزيع الواسع (كما شرحنا في الفصل 2).

● رؤية الزيارات من جهة موقعك

أرقام بنترست تخبرك بما حدث داخل بنترست. لكن ماذا يفعل الزائر بعد أن يصل؟ هل يقرأ؟ هل يشترك؟ هل يغادر بعد ثانيتين؟ هذا تراه في أدوات موقعك.

Google Analytics (مجاني)

إذا ربطت موقعك بـ Google Analytics، افتح تقرير مصادر الزيارات (Traffic acquisition)، وابحث عن المصدر pinterest.com أو الصيغ المشابهة. الزيارات من تطبيق بنترست على الهاتف قد تظهر أحياناً بأسماء مختلفة قليلاً، فلا تقلق إن وجدت أكثر من سطر.

ما يهمّك هنا: كم زيارة جاءت من بنترست، وأي صفحات استقبلتها، وكم بقي الزائر، وهل قام بالفعل الذي تريده (اشتراك، شراء، نقر على زر).

إحصاءات المنصة نفسها

Blogger وWordPress وShopify وGumroad كلها تعرض مصادر الزيارات بشكل ما، حتى بدون Google Analytics. في Blogger مثلاً تجد قسم الإحصاءات ومواقع الإحالة. هذا يكفي للبداية.

وماذا عن Google Search Console؟

كن دقيقاً هنا: Search Console يعرض الزيارات القادمة من بحث جوجل فقط، ولا يعدّ زيارات بنترست. فائدته في هذا السياق جانبية: يكشف لك الكلمات التي يبحث بها الناس في جوجل ثم يصلون إلى مقالاتك، وهذه الكلمات غالباً ما تصلح أيضاً كعناوين لدبابيس جديدة.

روابط التتبع (UTM)

إذا أردت دقة أكبر، أضف إلى رابط الدبوس وسوماً صغيرة مثل `?utm_source=pinterest&utm_campaign=ramadan`. هذه الوسوم لا تغيّر الصفحة، لكنها تجعل Google Analytics يعرف أن الزيارة جاءت من دبوس معيّن أو حملة معيّنة. استعملها بشكل بسيط ومتّسق، ولا تحوّلها إلى روابط طويلة معقّدة.

مثال تطبيقي: سارة

لاحظت سارة في تحليلات بنترست أن دبابيس «طاجين الدجاج بالزيتون» تجمع حفظاً كثيراً ونقرات خارجية قليلة. السبب الأول في الدبوس نفسه: صورته تعرض المقادير كاملة، فمن يحفظه لا يحتاج إلى زيارة المقال. فصمّمت دبوساً جديداً يعد بشيء موجود في الصفحة فقط: «المقادير بالغرام لـ 4 أشخاص وخطوات التتبيل». ثم فتحت Google Analytics فوجدت مشكلة ثانية: القلّة التي نقرت تغادر بسرعة، لأن الوصفة تأتي بعد مقدمة طويلة وصور كثيرة. فأضافت زرّ «اذهب إلى الوصفة» في أعلى المقال. هي لا تعرف بعد كم ستتحسّن الأرقام، لكنها عرفت أين الخلل، وهذا هو المطلوب.

قاعدة 80/20: اعمل أكثر على ما ينجح

في أغلب الحسابات، عدد صغير من الدبابيس يجلب الجزء الأكبر من النقرات. هذه ملاحظة عامة معروفة باسم «مبدأ باريتو» (80/20)، والنسبة ليست قانوناً دقيقاً، لكن الفكرة تصدق كثيراً: قلّة من محتواك تحمل الحمل الأكبر.

ماذا تفعل بهذه المعرفة؟

- **صمّم دبابيس جديدة للروابط الرابحة.** نفس المقال، صورة جديدة، زاوية عنوان مختلفة (راجع الفصل 8 عن الدبابيس الجديدة).
- **اكتب محتوى قريباً من الموضوع الرابح.** إذا نجح «فطور مغربي سريع»، فربما ينجح «عشاء مغربي خفيف» أيضاً.

- **حسّن صفحة الوجهة.** الصفحة التي تستقبل أكبر عدد من الزوار تستحق أن تضيف إليها نموذج اشتراك أو رابط منتج واضح.
- **خفّف ما لا يتحرّك.** موضوع جرّبته بعدة دبابيس على مدى أشهر ولم يتحرّك؟ قلّل وقتك عليه، دون أن تحذف الدبابيس القديمة.

✓ نصيحة عملية

لا تحكم على دبوس عمره أسبوع. دبابيس بنترست تبدأ ببطء وقد تنشط بعد أسابيع أو أشهر. اجعل مقارنتك على مدى 30 يوماً على الأقل، ويُفضَّل 90 يوماً للحسابات الجديدة. ولا تحذف دبوساً لأن أرقامه ضعيفة؛ الحذف لا يفيدك بشيء، وقد يكون ذلك الدبوس في بداية صعوده.

المراجعة الشهرية في 30 دقيقة

لا تفتح التحليلات كل يوم. التقلّبات اليومية طبيعية ولا تعني شيئاً، ومتابعتها تسبّب قلقاً وقرارات متسرّعة. مرة في الشهر تكفي، بهذا الترتيب:

1. **الدقائق 1–5:** افتح تحليلات بنترست واختر آخر 30 يوماً. سجّل في جدولك أربعة أرقام: الانطباعات، الحفظ، النقرات على الدبوس، النقرات الخارجية. قارنها بالشهر الماضي.
2. **الدقائق 6–12:** رتّب أعلى الدبابيس حسب النقرات الخارجية. اكتب أسماء الثلاثة الأولى وأجب عن الأسئلة الخمسة لكل واحد.

3 **الدقائق 13–18:** افتح Google Analytics أو إحصاءات منصتك. ما الصفحات التي استقبلت زوار بنترست؟ هل قام أحد منهم بالفعل المطلوب؟

4 **الدقائق 19–25:** اكتب قائمة الشهر القادم: 3 روابط رابحة ستصمّم لها دبابيس جديدة، وفكرة محتوى واحدة قريبة من الموضوع الرابح، وتحسين واحد لصفحة وجهة.

5 **الدقائق 26–30:** انقل هذه المهام إلى تقويم المحتوى (الفصل 12 والملحق هـ).

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح تحليلات بنترست واختر آخر 30 يوماً (أو كل المدة المتاحة إذا كان حسابك جديداً).
2. حدّد هدفك الأساسي من الجدول أعلاه، واكتب الرقم الذي ستراقبه أولاً.
3. رتّب الدبابيس حسب ذلك الرقم، واختر الدبوس الأول.
4. أجب عن الأسئلة الخمسة (الكلمة، التصميم، الوعد، التوقيت، الوجهة) في ورقة أو جدول.
5. اكتب فكرتين لدبوسين جديدين لنفس الرابط بزاويتين مختلفتين.

★ خلاصة الفصل

- الانطباعات تعني الظهور، والحفظ يعني الاهتمام، والنقرات الخارجية تعني الزيارة الفعلية.
- هدفك يحدّد الرقم الذي تراقبه؛ لهدف الترافيك، النقرات الخارجية أولاً.
- افتح أعلى الدبابيس أداءً واسأل «لماذا نجحت؟» لتكتشف نمطك الخاص.
- Google Analytics وإحصاءات منصتك تكشف ما يحدث بعد وصول الزائر؛ Search Console لا يعدّ زيارات بنترست.
- ضاعف جهدك على القلّة الرابحة بدبابيس جديدة وصفحات أفضل.
- راجع مرة في الشهر، لا كل يوم، واحكم على الدبوس بعد 30 يوماً على الأقل.

الفصل الرابع عشر

تقنيات متقدمة تضاعف النتائج

بعد أن ثبّتّ الأساس، حان وقت التقنيات التي تجعل كل دبوس يعمل أكثر من مرة. في هذا الفصل تتعلّم كيف تبني عنقود محتوى يفهمه بنترست، وكيف تستفيد من لغات متعدّدة، وتدرس منافسيك بأخلاق، وتحوّل الزائر العابر إلى عميل يعود.

عنقود المحتوى: موضوع أم وأبناؤه

عنقود المحتوى (Content cluster) هو مجموعة صفحات تدور حول موضوع واحد: صفحة كبيرة شاملة تُسمّى «الموضوع الأم»، وحولها مقالات أصغر يتناول كل منها جزءاً محدّداً، وكلها مرتبطة ببعضها بروابط داخلية.

في بنترست يكتمل العنقود بلوحة مخصّصة له، تجمع دبابيس كل تلك الصفحات.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

فكّر في جناح التوابل داخل سوق كبير. لو وجدت كيساً واحداً من الكمون، فلن تعتبر المكان مرجعاً. أما إذا وجدت جناحاً كاملاً فيه الكمون والكركم والزعفران ورأس الحانوت، مع لافتة واضحة فوقه، فستعرف أن هذا هو المكان الصحيح للتوابل، وستعود إليه. العنقود يجعل حسابك «جناحاً» لا «كيساً واحداً».

⚙ من داخل المحرّك

بنترست يحاول أن يفهم ما يتخصّص فيه كل حساب وكل نطاق. حين تنشر دبابيس كثيرة متقاربة الموضوع، تقود إلى صفحات متقاربة على نفس الموقع، وتوضع في لوحة اسمها يطابق الموضوع، تتراكم الإشارات في اتجاه واحد. هذا يساعد عامل «الصلة بالموضوع» وعامل «جودة النطاق» معاً. والحساب الذي ينشر في كل اتجاه يرسل إشارات مشتّتة يصعب تصنيفها.

كيف تبني عنقوداً خطوة بخطوة

1. **اختر الموضوع الأم:** كلمة واسعة لها بحث واضح في بنترست، مثل «فطور صحي» أو «ساعات رجالية كلاسيكية». هذا لا يناقض نصيحة الفصل 4 بتأجيل الكلمات الواسعة: الصفحة الأم وحدها تستهدف الموضوع الواسع، أما دبابيس الفروع فتستهدف كلمات طويلة، وهذا ما يناسب حساباً ناشئاً.
2. **استخرج 5 إلى 10 فروع:** من الإكمال التلقائي والفقاعات تحت شريط البحث (الفصل 4). مثلاً: «فطور صحي للرجيم»، «فطور صحي للأطفال قبل المدرسة»، «فطور صحي بدون بيض».
3. **اكتب الصفحة الأم:** دليل شامل يلخّص الموضوع ويضع رابطاً لكل مقال فرعي.
4. **اكتب المقالات الفرعية تدريجياً:** واحد أو اثنان في الأسبوع، وكل مقال يضع رابطاً إلى الصفحة الأم.

5 **أنشئ لوحة باسم الموضوع الأم:** وأقساماً (Sections) للفروع إن كثرت.

6 **صمّم 3 إلى 5 دبابيس لكل صفحة:** وانشرها على مدى أسابيع، لا في يوم واحد.

- **مثال تطبيقي: أمين**

أمين ينشر فيديوهات متفرّقة عن البرمجة. قرّر أن يبني عنقوداً حول «تعلّم بايثون للمبتدئين». صنع صفحة على مدونته تجمع خطة تعلّم من عشر خطوات، وكل خطوة تقود إلى فيديو ومقال قصير: المتغيّرات، الشروط، الحلقات، الدوال... ثم جعل لوحته الموجودة «تعلّم بايثون للمبتدئين» (الفصل 6) اللوحة الرئيسية للعنقود في بنترست، ووضعها أول لوحة في ملفه. الآن كل دبوس جديد عن بايثون يدعم البقية، والزائر الذي يصل إلى درس الحلقات يجد طريقاً واضحاً إلى بقية الدروس.

المحتوى متعدّد اللغات

القارئ العربي في شمال إفريقيا كثيراً ما يبحث بالفرنسية، وفي الخليج قد يبحث بالإنجليزية عن مواضيع التقنية والموضة. هذا يفتح لك أبواباً إضافية بنفس المحتوى تقريباً.

القاعدة الذهبية: لوحة لكل لغة

لا تخلط اللغات في لوحة واحدة. لوحة «وصفات مغربية سهلة» بالعربية، ولوحة «Recettes marocaines faciles» بالفرنسية، ولوحة «Easy Moroccan Recipes» بالإنجليزية. كل لوحة باسم ووصف بلغتها، ودبابيسها بعناوين وأوصاف ونص على الصورة بنفس اللغة.

السبب بسيط: بنترست يحاول أن يعرض لكل مستخدم محتوى بلغته. اللوحة المخلوطة ترسل إشارة مشوّشة عن جمهورها.

الأهم: صفحة الوجهة بنفس اللغة

دبوس فرنسي يقود إلى مقال عربي يخذل الزائر، فيغادر فوراً، وهذه إشارة سيئة. إذا لم تكن لديك صفحة بالفرنسية، فلا تصنع دبوساً فرنسياً بعد. ابدأ بترجمة أفضل مقالاتك أداءً فقط (راجع قائمة أعلى الدبابيس من الفصل 13).

كيف تبدأ لغة ثانية دون أن تتشتّت

1. **اختر 3 إلى 5 صفحات فقط:** أفضل صفحاتك أداءً، لا كل الموقع.
2. **ترجمها ترجمة طبيعية:** إن لم تكن تتقن اللغة، اطلب مراجعة من شخص يتكلّمها، فالأخطاء الواضحة تُضعف الثقة.
3. **أنشئ لوحة أو لوحتين بتلك اللغة:** بأسماء من البحث الفعلي، لا من الترجمة.
4. **صمّم دبابيس خاصة بها:** لا تضع نصاً فرنسياً فوق تصميم عربي الاتجاه كما هو؛ اقلب ترتيب العناصر ليناسب القراءة من اليسار.

5 **قِس بعد شهرين:** إذا تحرّكت دبابيس اللغة الثانية، وسّعها. وإن لم تتحرّك، ركّز على لغتك الأساسية.

✓ نصيحة عملية

لا تكتفِ بالترجمة الحرفية للكلمة المفتاحية. ابحث بها في بنترست باللغة الأخرى وانظر إلى الإكمال التلقائي. الناس بالفرنسية قد يصفون نفس الطبق أو المنتج بكلمات مختلفة تماماً عمّا تتوقع. الكلمة الصحيحة هي التي يكتبها الباحث، لا التي يقترحها المترجم.

دراسة المنافسين بأخلاق

المنافسون الذين يتصدّرون نتائج كلمتك قدّموا لك درساً مجانياً. مهمتك أن تقرأ ذلك الدرس، لا أن تنسخ الدفتر.

ما الذي تقرؤه

- **الكلمات:** ما الكلمات التي تتكرّر في عناوين الدبابيس المتصدّرة وأوصافها؟
- **الزوايا:** هل الدبابيس المتصدّرة قوائم؟ خطوات؟ مقارنات؟ ما الوعد الذي تقدّمه؟
- **الفجوات:** ما السؤال الذي لا يجيب عنه أحد؟ دبابيس كثيرة عن «ديكور غرفة نوم» وقليل منها عن «ديكور غرفة نوم صغيرة بميزانية محدودة»؟ هذه فجوتك.
- **تنظيم اللوحات:** كيف قسّم الحساب الناجح لوحاته وأقسامه؟

جلسة دراسة منافسين في 20 دقيقة

1. **اكتب كلمتك في البحث:** استعمل كلمة طويلة من جدولك، لا كلمة عامة جداً.
2. **افتح أول 10 دبابيس:** انسخ عنوان كل دبوس في عمود من جدول بيانات، دون الصور.
3. **علّم الكلمات المتكرّرة:** ضع خطاً تحت كل كلمة ظهرت في ثلاثة عناوين أو أكثر. هذه كلمات يتوقّعها الباحث.
4. **صنّف القوالب:** بجانب كل عنوان اكتب نوع القالب (قائمة، خطوات، مقارنة، سؤال...). القالب الغالب يخبرك بما يفضّله الباحثون في هذه الكلمة.
5. **افتح ثلاث صفحات وجهة:** ماذا يجد الزائر بعد النقر؟ ما الذي ينقص تلك الصفحات؟ وما ينقصها هو ما تستطيع أنت أن تقدّمه بشكل أفضل.
6. **اكتب زاويتك:** جملة واحدة تقول كيف سيختلف دبوسك وصفحتك عمّا رأيت.

كرّر هذه الجلسة مرة في الشهر لكلمة واحدة أو كلمتين مهمّتين. نتائج البحث تتغيّر، وما كان فجوة اليوم قد يمتلئ بعد أشهر، وتظهر فجوات جديدة.

ما الذي لا تفعله أبداً

- لا تنسخ صور الآخرين ولا تصاميمهم ولا نصوصهم. هذا انتهاك لحقوقهم، وقد يُبلَّغ عنه ويضرّ حسابك (انظر الفصل 15).

- لا تعيد حفظ دبابيس المنافس وتغيّر رابطها إلى موقعك.
- لا تقلّد هوية حساب آخر في الاسم أو الشعار.

! انتبه

«الإلهام» يعني أن تلاحظ أن القوائم المرقّمة تنجح في مجالك، فتصنع قائمتك أنت بصورك ومعلوماتك. «النسخ» يعني أن تأخذ قائمتهم وتغيّر الألوان. الأول مهارة، والثاني مخاطرة بحسابك وسمعتك.

من الدبوس إلى القائمة البريدية

زائر بنترست غالباً يأتي مرة واحدة ثم ينسى اسم موقعك. إذا أخذت بريده الإلكتروني بإذنه، صار بإمكانك أن تعود إليه أنت. هذا يحوّل الترافيك العابر إلى علاقة.

الفصل 10 تحدّث عن تجهيز صفحة الوجهة. هنا نبني مساراً كاملاً مخصّصاً لهذا الهدف:

1. **الهدية:** شيء صغير مفيد فوراً، مرتبط بموضوع الدبوس: قائمة تسوّق، جدول أسبوعي، ملف PDF من صفحتين، قالب جاهز.
2. **صفحة الهدية:** صفحة قصيرة فيها عنوان يكرّر وعد الدبوس، وصورة للهدية، وسطران عن فائدتها، ونموذج اشتراك بحقل واحد (البريد).
3. **دبابيس الهدية:** 3 إلى 5 تصاميم تُظهر الهدية نفسها، مثلاً صورة الجدول على شاشة هاتف، مع عنوان واضح بالكلمة المفتاحية.

4 **رسالة الترحيب:** تسلّم الهدية فوراً، وتعرّف بك في سطرين، وتقترح مقالاً أو منتجاً واحداً.

أغلب خدمات البريد الإلكتروني الشهيرة لديها خطة مجانية لعدد محدود من المشتركين، وشروطها تتغيّر، فراجعها قبل أن تختار.

- **مثال تطبيقي: سارة**

صنعت سارة ملفاً من صفحتين: «قائمة مشتريات أسبوع رمضان». الدبوس يُظهر الملف على طاولة مطبخ مع عنوان «قائمة مشتريات رمضان جاهزة للطباعة». الصفحة تطلب البريد فقط. ورسالة الترحيب تقترح على المشترك وصفة الحريرة. بهذا صار عندها طريق لتخبر هؤلاء القرّاء بوصفاتها الجديدة دون انتظار بنترست.

دبابيس المنتجات والكتالوج

إذا كان لديك متجر، فبنترست يوفّر طرقاً مجانية لعرض المنتجات بشكل أوضح:

- **دبابيس المنتج الغنية:** حين تكون وسوم المنتج موجودة في صفحتك (السعر، التوفّر، الاسم)، يمكن أن يعرض بنترست هذه المعلومات على الدبوس. تفعيلها شرحناه في الفصل 10.
- **الكتالوج (Catalog):** ميزة في حساب الأعمال ترفع فيها ملف منتجات متجرك (أو تربطه عبر تكامل مع منصة مثل Shopify)، فيحوّل بنترست كل منتج إلى دبوس تلقائياً ويحدّث بياناته (كالسعر) كلما حدّثت الملف.

توفّر الكتالوج وبعض مزايا التسوّق يختلف حسب البلد، وشروطه قد تتغيّر. افتح قسم الكتالوجات في حسابك أو مركز مساعدة بنترست لترى ما هو متاح لك الآن.

تذكّر أن دبابيس الكتالوج التلقائية لا تغني عن الدبابيس المصمّمة. صورة المنتج على خلفية بيضاء مفيدة لمن يبحث عن المنتج بالاسم، أما من يبحث عن فكرة فيحتاج إلى «المنتج في سياق».

- **مثال تطبيقي: يوسف**

ربط يوسف متجره بالكتالوج، فظهرت ساعاته كدبابيس منتجات. لكنه لاحظ أن الدبابيس التي تجلب نقرات أكثر هي تلك التي صمّمها بنفسه: «5 ساعات كلاسيكية تناسب البدلة الرسمية»، وفيها صورة الساعة على معصم مع كمّ القميص. فصار يستعمل الكتالوج لمن يبحث عن المنتج، والتصاميم لمن يبحث عن الفكرة.

التعاون مع حسابات في مجالك

اللوحات الجماعية لم تعد كما كانت (الفصل 6)، لكن التعاون نفسه ما زال مفيداً إذا كان حقيقياً. بعض الأشكال العملية:

- **المحتوى المشترك:** مقال ضيف على مدونة صاحب حساب في مجال قريب، يحمل رابطاً لموقعك، ويصمّم هو دبابيسه على حسابه.
- **الهدية المشتركة:** مصمّمة ديكور وصاحب متجر أثاث يصنعان معاً دليلاً مجانياً، وينشر كل منهما دبابيسه الخاصة.

- **الحفظ المتبادل الطبيعي:** احفظ من محتوى زملائك ما هو مفيد فعلاً لجمهورك، في لوحاتك المناسبة. هذا يثري لوحاتك ويبني علاقة.

تجنّب «مجموعات الحفظ المتبادل» التي يتّفق فيها الناس على حفظ كل شيء لبعضهم. التفاعل غير الطبيعي قد يُعتبر تلاعباً، ولا يعطي إشارة صادقة عن جودة المحتوى.

تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. اختر موضوعاً أمّاً واحداً لعنقودك الأول، واكتب 5 فروع له من الإكمال التلقائي.
2. ابحث عن كلمتك الرئيسية في بنترست، وافتح أول 10 دبابيس. سجّل الزوايا المتكرّرة وفجوة واحدة لا يغطّيها أحد.
3. اكتب فكرة هدية مجانية واحدة مرتبطة بأفضل مقالاتك أداءً، وعنوان الدبوس الذي سيروّج لها.
4. إذا كان جمهورك يتكلّم لغة ثانية، ابحث عن كلمتك بتلك اللغة واكتب ما يقترحه الإكمال التلقائي.

★ خلاصة الفصل

- عنقود المحتوى (صفحة أم + فروع + لوحة) يرسل إشارات متّسقة تساعد الصلة وجودة النطاق.
- لكل لغة لوحة مستقلة وصفحة وجهة بنفس اللغة، والكلمة الصحيحة هي ما يكتبه الباحث.
- ادرس كلمات المنافسين وزواياهم وفجواتهم، ولا تنسخ صورهم أو نصوصهم.
- الدبوس الذي يقود إلى هدية مجانية يحوّل الزائر العابر إلى مشترك تعود إليه.
- الكتالوج ودبابيس المنتجات مفيدة، لكن الدبابيس المصمّمة في سياق تبقى ضرورية.
- التعاون الحقيقي مفيد؛ التفاعل المتبادل المصطنع مخاطرة.

الفصل الخامس عشر

أخطاء تدفن حسابك (وكيف تنجو منها)

بعض الأخطاء تبطئ نموّك، وبعضها قد يوقف حسابك كله. في هذا الفصل تتعرّف على الأخطاء التي يقع فيها أغلب المبتدئين، ولماذا يعاقب عليها بنترست، وماذا تفعل إذا عُلّق حسابك رغم كل الحذر.

لماذا يبدو بنترست صارماً؟

بنترست يعيش على ثقة مستخدميه. من يضغط على دبوس يتوقّع أن يجد ما وُعد به، لا صفحة إعلانات مزعجة أو موقعاً مشبوهاً. لذلك يحارب البريد المزعج (Spam) بأنظمة آلية تراقب سلوك الحسابات طوال الوقت.

هذه الأنظمة لا تعرفك شخصياً. هي ترى أنماطاً فقط. وإذا تشابه سلوكك مع سلوك حسابات مزعجة، فقد تُعامل مثلها حتى لو كانت نيّتك سليمة.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

فكّر في حارس أمن في مطار. هو لا يعرف نيّتك، لكنه مدرّب على ملاحظة السلوك الغريب: حقيبة متروكة، شخص يدخل ويخرج مرات كثيرة بسرعة. المسافر العادي لا يلفت نظره. أنظمة بنترست تعمل بطريقة مشابهة: تصرّف كمستخدم طبيعي يقدّم محتوى مفيداً، ولن تجذب انتباهها.

● الخطأ 1: النشر المكثّف من حساب جديد

صاحب الحساب الجديد متحمّس، فينشر عشرات الدبابيس في اليوم الأول. من وجهة نظر النظام، هذا يشبه تماماً سلوك حساب أُنشئ للتو لإغراق المنصة بالروابط.

الحل: ابدأ بهدوء وزِد تدريجياً. الفصل 3 شرح فترة التسخين، والفصل 12 قدّم نطاقات حذرة لعدد الدبابيس حسب عمر الحساب. الانتظام بكمية معتدلة أفضل من دفعة ضخمة ثم صمت.

● الخطأ 2: الروابط المختصرة والمحوّلة

الرابط المختصر (Shortened link)، أي الرابط القصير الذي تصنعه خدمات الاختصار، يخفي الوجهة الحقيقية. والرابط المحوّل (Redirect) يأخذ الزائر إلى صفحة ثم ينقله تلقائياً إلى صفحة أخرى.

كلاهما يستعمله أصحاب البريد المزعج لإخفاء مواقع ضارّة، لذلك يتعامل معهما بنترست بحذر، وقد يرفض بعض هذه الروابط أو يعتبرها إشارة سلبية.

الحل: استعمل دائماً الرابط الكامل والمباشر لصفحتك. وسوم التتبّع (UTM) التي ذكرناها في الفصل 13 لا بأس بها، لأنها لا تغيّر الوجهة.

⚙ من داخل المحرّك

حين تنشر دبوساً برابط، يزور بنترست الصفحة ليقرأها ويقيّمها، وهذا جزء من عامل «جودة النطاق». إذا كان الرابط يمرّ بسلسلة تحويلات، أو يقود إلى نطاق سبق أن رُبط ببريد مزعج، فقد يتأثّر الدبوس، وقد يتأثّر الحساب. ولهذا أيضاً من المهم أن يكون موقعك نظيفاً: بلا نوافذ منبثقة عدوانية، وبلا تحويلات مفاجئة.

● الخطأ 3: تكرار نفس الصورة كثيراً

نشر نفس الصورة بنفس الرابط على عشر لوحات في يوم واحد لا يجعلها «أقوى»، بل يجعلها تبدو تكراراً آلياً.

الحل: اتّبع منطق الدبابيس الجديدة (الفصل 8): صورة جديدة لكل نشر، وتوزيع زمني بين النسخ، واللوحة الأكثر صلة أولاً. إعادة الحفظ مسموحة، لكن باعتدال وبمسافة زمنية.

● الخطأ 4: المحتوى المسروق

أخذ صور من جوجل أو من حسابات أخرى ونشرها بروابطك ليس «طريقة سريعة». إنه انتهاك لحقوق أصحابها. صاحب الصورة يستطيع أن يقدّم بلاغ حقوق نشر، وتكرار هذه البلاغات قد يؤدّي إلى حذف الدبابيس وتعليق الحساب.

الحل: استعمل صورك الخاصة، أو صوراً من مكتبات مجانية تسمح بالاستعمال التجاري مع قراءة شروطها، أو عناصر Canva المجانية ضمن

ترخيصها. وإذا شاركت محتوى شخص آخر، فاحفظ دبوسه الأصلي كما هو بدل إعادة رفعه.

● الخطأ 5: روابط مضلّلة لا تطابق الدبوس

دبوس يَعِد بـ«وصفة كعك العيد» ويقود إلى صفحة رئيسية مليئة بالإعلانات، أو إلى منتج لا علاقة له بالدبوس. الزائر يعود فوراً، وقد يُخفي الدبوس أو يبلّغ عنه.

الحل: كل دبوس يقود إلى الصفحة الدقيقة التي تفي بوعده. هذه ليست مسألة أخلاق فقط، بل مسألة ترتيب: العودة السريعة والإخفاء إشارات سلبية.

- **مثال تطبيقي: يوسف**

صمّم يوسف دبوساً جميلاً بعنوان «أفضل ساعة جلدية تحت 500 درهم»، لكنه وضع فيه رابط الصفحة الرئيسية للمتجر. الزائر كان عليه أن يبحث بنفسه عن الساعة. غيّر يوسف الرابط ليقود إلى صفحة المنتج مباشرة، وجعل الدبابيس العامة («تشكيلة ساعات كلاسيكية») تقود إلى صفحة القسم. قاعدته الآن: الدبوس المحدّد إلى صفحة محدّدة، والدبوس العام إلى صفحة عامة.

● الخطأ 6: الأتمتة العدوانية

هناك برامج وإضافات تعد بأن تنشر وتتابع وتحفظ نيابة عنك آلاف المرات. بعضها يطلب كلمة مرورك ويحفظها على خوادمه، ثم يتصرّف كأنه أنت

بسرعة لا يقدر عليها إنسان.

هذا النوع يخالف قواعد بنترست غالباً، ويعرّض حسابك لخطر حقيقي، إضافة إلى خطر إعطاء كلمة مرورك لجهة لا تعرفها.

الحل: الخيار الأكثر أماناً دائماً هو الجدولة المدمجة في بنترست (الفصل 12)، أو أداة شريكة رسمية تتصل عبر واجهة بنترست المعتمدة.

وإن اخترت يوماً أداة غير رسمية تنشر من متصفحك، فاشترط فيها ثلاثة أمور: أن تسجّل الدخول بنفسك فلا تعطيها كلمة مرورك، وأن تعمل على جهازك لا على خوادم جهة أخرى، وأن تنشر ببطء وضمن حدود تتدرّج مع عمر الحساب. ومع ذلك اعلم أن أي أتمتة غير رسمية تبقى فيها نسبة من المخاطرة مهما كانت حذرة، لذلك استعملها على حساب مخصّص لعملك، لا على حسابك الشخصي.

! انتبه

لا تعطِ كلمة مرور حسابك لأي أداة أو «خبير» يعدك بنمو سريع. لا تشترِ متابعين أو حفظاً. ولا تنشئ حسابات متعدّدة لتنشر نفس المحتوى من كل منها. هذه السلوكيات من أسرع الطرق إلى التعليق، وقد يصعب إصلاح أثرها.

● الخطأ 7: حشو الكلمات المفتاحية

بعض الناس يظنون أن تكرار الكلمة عشر مرات في الوصف يرفع الدبوس. النتيجة وصف لا يقرؤه إنسان، مثل: «ساعات رجالية ساعات رجالية فاخرة

أفضل ساعات رجالية ساعات». هذا يبدو كبريد مزعج للنظام وللقارئ معاً.

الحل: اكتب جملاً كاملة طبيعية، فيها الكلمة الرئيسية مرة أو مرتين، وكلمات قريبة منها بشكل طبيعي (الفصل 5). وتذكّر أن الهاشتاغات الكثيرة لم تعد تفيد، فلا تملأ الوصف بها.

جدول سريع: الخطأ وعلاجه

الخطأ	لماذا يضرّ	العلاج
نشر مكثّف من حساب جديد	يشبه سلوك حسابات البريد المزعج	بداية هادئة وزيادة تدريجية
روابط مختصرة أو محوّلة	تخفي الوجهة الحقيقية	رابط كامل مباشر للصفحة
تكرار نفس الصورة	يبدو نشراً آلياً ولا يضيف جديداً	تصميم جديد وتوزيع زمني
صور مسروقة	بلاغات حقوق نشر وحذف	صورك أو صور مرخّصة
رابط لا يطابق الدبوس	عودة سريعة وإخفاء وبلاغات	الصفحة الدقيقة التي تفي بالوعد
أتمتة عدوانية	مخالفة للقواعد وخطر على كلمة المرور	الجدولة المدمجة أو شريك رسمي
حشو الكلمات	نص غير طبيعي يشبه البريد المزعج	جمل طبيعية وكلمات قريبة

علامات إنذار مبكّر

قبل التعليق، قد تظهر إشارات تستحق الانتباه. لا تعني بالضرورة أن هناك مشكلة، لكنها سبب لمراجعة سلوكك:

- رسالة من بنترست تقول إن رابطاً معيّناً لا يمكن حفظه أو يخالف السياسات.
- هبوط حادّ ومستمر في الانطباعات لكل الدبابيس معاً، لا لدبوس واحد، بعد تغيير كبير في طريقة نشرك.
- دبابيس تختفي أو تُحذف مع إشعار بمخالفة.
- طلب متكرّر لتأكيد هويتك أو تغيير كلمة المرور بسبب نشاط غير معتاد.

عند أي إشارة من هذه، توقّف عن أي تغيير جديد، وراجع آخر ما فعلته، وارجع إلى طريقة النشر الهادئة المنتظمة.

تعليق الحساب: كيف تتجنّبه

تعليق الحساب (Suspension) يعني أن بنترست أوقف حسابك مؤقتاً أو نهائياً بسبب مخالفة رآها، أو ظنّ أنه رآها. أحياناً يحدث ذلك بالخطأ، لأن الأنظمة الآلية ليست معصومة.

أفضل حماية هي الوقاية:

- اقرأ إرشادات المجتمع (Community Guidelines) في موقع بنترست مرة واحدة على الأقل، وارجع إليها عند الشك.
- أكّد ملكية موقعك (الفصل 3)، فهذا يربط حسابك بنطاق حقيقي.

- فعّل التحقّق بخطوتين في إعدادات الأمان، حتى لا يستعمل أحد حسابك لنشر بريد مزعج.
- تأكّد أن موقعك نظيف من البرامج الضارّة والتحويلات المشبوهة، خاصة إذا كنت تستعمل إضافات كثيرة في WordPress.
- احتفظ بنسخة من محتواك الأساسي خارج بنترست: الصور، والعناوين، والروابط في جدول بياناتك.

إذا عُلّق حسابك: كيف تطلب المراجعة بحذر

لا تذعر، ولا تنشئ حساباً جديداً فوراً. إنشاء حساب بديل للتحايل على التعليق قد يُعتبر مخالفة إضافية ويُضعف موقفك.

1. **اقرأ رسالة التعليق جيداً:** عادة يرسل بنترست بريداً أو يعرض رسالة عند تسجيل الدخول. لاحظ السبب المذكور إن وُجد.
2. **راجع حسابك بصدق:** هل نشرت بكثافة؟ هل استعملت رابطاً مختصراً؟ هل هناك صورة قد تكون محمية؟ هل استعملت أداة أتمتة؟
3. **ادخل إلى مركز مساعدة بنترست (Help Center):** ابحث فيه عن صفحة الحسابات المعلّقة أو نموذج الطعن (Appeal). مكان النموذج واسمه قد يتغيّر، لذلك ابدأ دائماً من مركز المساعدة الرسمي، لا من روابط يرسلها لك أحد.
4. **اكتب طلباً قصيراً ومهذّباً:** عرّف بنفسك وبموقعك، واذكر أنك تنشر محتواك الأصلي، وإن وجدت خطأً فاعترف به واذكر أنك أصلحته. لا تهدّد ولا تكتب بغضب.

5 **أرسل الطلب مرة واحدة وانتظر:** إرسال طلبات كثيرة متتالية لا يسرّع الرد. مدة الرد غير مضمونة وقد تطول.

6 **تجنّب الخدمات التي تعد بـ«استرجاع الحساب»:** لا يوجد طريق رسمي غير مركز المساعدة، ومن يعدك بغير ذلك قد يكون محتالاً.

كن واقعياً: قد يُعاد الحساب، وقد لا يُعاد. لا أحد يستطيع أن يضمن النتيجة. لهذا كانت الوقاية والنسخ الاحتياطي أهم من أي طلب مراجعة.

✓ نصيحة عملية

إذا اختفى دبوس واحد فقط أو رُفض رابط معيّن، فهذا ليس تعليقاً للحساب. غالباً المشكلة في الرابط أو الصورة. افحص الرابط، وتأكّد أن الصفحة تعمل وخالية من التحويلات، ثم انشر تصميماً جديداً لاحقاً بدل تكرار المحاولة نفسها مرات متتالية.

• الخطأ الأخير: التوقّف قبل الشهر الثالث

هذا الخطأ لا يعاقب عليه بنترست، لكنه أكثر ما يدفن الحسابات. صاحب الحساب ينشر شهراً أو شهرين، ثم ينظر إلى الأرقام فيجدها صغيرة، فيتوقّف.

السبب مفهوم: في الأشهر الأولى يكون الحساب جديداً، والنطاق غير معروف، والدبابيس ما زالت في مرحلة الاختبار. ما تزرعه في الشهر الأول قد لا يظهر أثره إلا بعد أسابيع أو أشهر. من يتوقّف عند هذه النقطة يترك العمل قبل أن تبدأ ثماره بالظهور.

الحل: قِس تقدّمك بما تتحكّم فيه أنت: عدد الدبابيس الجديدة التي نشرتها، عدد المقالات التي كتبتها، انتظام الدُّفعات الأسبوعية. هذه مؤشّرات جهد. أما الأرقام فتتبع الجهد بتأخير. الفصل التالي يضع لك خطة 90 يوماً بهذا المنطق.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح آخر 20 دبوساً نشرتها. هل فيها رابط مختصر أو محوّل؟ هل تقود كلها إلى صفحات تفي بوعدها؟
2. تأكّد من أن كل الصور التي استعملتها لك أو مرخّصة للاستعمال التجاري.
3. افتح إعدادات الأمان وفعّل التحقّق بخطوتين إن لم يكن مفعّلاً.
4. افتح مركز مساعدة بنترست واحفظ صفحة إرشادات المجتمع وصفحة الحسابات المعلّقة في متصفّحك.
5. اكتب في جدولك مؤشّر جهد أسبوعياً واحداً ستلتزم به للأشهر الثلاثة القادمة.

★ خلاصة الفصل

- أنظمة بنترست ترى أنماط السلوك؛ تصرّف كمستخدم طبيعي يقدّم محتوى مفيداً.
- ابدأ الحساب الجديد بهدوء، واستعمل روابط مباشرة كاملة، وصمّم صوراً جديدة بدل التكرار.
- لا محتوى مسروق، ولا روابط مضلّلة، ولا أدوات تطلب كلمة مرورك.
- عند التعليق: اقرأ السبب، أصلح الخطأ، واطلب المراجعة مرة واحدة عبر مركز المساعدة الرسمي، دون ضمان للنتيجة.
- احتفظ بنسخة من محتواك خارج بنترست.
- قِس الأشهر الأولى بمؤشّرات الجهد، لا بأرقام الزيارات، ولا تتوقّف قبل الشهر الثالث.

الجزء السادس

التطبيق

خطة 90 يوماً وأدوات العمل اليومي.

الفصل السادس عشر

خطة 90 يوماً من الصفر إلى أول ترافيك ثابت

هذا الفصل يجمع كل ما سبق في خطة أسبوعية تطبّقها من الغد. ستعرف ماذا تفعل في كل أسبوع، وكم من الوقت تحتاج، وماذا تتوقّع بصدق في كل مرحلة، حتى لا تتوقّف في منتصف الطريق.

قبل أن تبدأ: ثلاث حقائق

أولاً: لا أحد يستطيع أن يعدك برقم محدّد من الزيارات بعد 90 يوماً. النتيجة تختلف حسب مجالك، ولغتك، وجودة موقعك، وكم يبحث الناس عن موضوعك. أي شخص يعطيك رقماً مضموناً يبيعك وهماً.

ثانياً: الخطة مبنية على وقت معقول: حوالي ساعتين إلى ثلاث ساعات في الأسبوع، إضافة إلى وقت كتابة المحتوى نفسه إن كنت تكتب مقالات جديدة.

ثالثاً: النتائج في بنترست تتأخّر عن الجهد. ما تفعله في الأسبوع الثالث قد يظهر أثره في الأسبوع العاشر أو بعده. لهذا قسّمنا الخطة إلى مراحل، ولكل مرحلة هدف تتحكّم فيه أنت.

◆ **تشبيه يقرّب الفكرة**

فكّر فيمن يفتح محلاً جديداً في حيّ لا يعرفه أحد فيه. الأسابيع الأولى للتجهيز وتعليق اللافتة. ثم يبدأ الجيران يمرّون ويلقون نظرة. بعد أشهر، يصبح المحل معروفاً، ويأتي الناس لأن أحداً أخبرهم عنه.

صاحب المحل الذي يغلق بعد شهر لأن المبيعات قليلة لم يعطِ الحيّ فرصة ليعرفه.

المراحل الأربع



شكل 16-1: المراحل الأربع لخطة 90 يوماً، من اليمين إلى اليسار

المرحلة الأولى: التأسيس (الأسبوعان 1–2)

هدف هذه المرحلة ليس الزيارات. هدفها أن يكون كل شيء جاهزاً بشكل صحيح، لأن الأخطاء هنا تكلّفك أشهراً لاحقاً.

الأسبوع 1: الحساب والكلمات

1. **الحساب:** أنشئ حساب أعمال مجانياً أو حوّل حسابك، واكتب الاسم مع كلمة مفتاحية، والوصف، وضع صورة واضحة (الفصل 3).
2. **تأكيد الملكية:** أكّد ملكية موقعك وقناة يوتيوب إن وُجدت.
3. **جدول الكلمات:** ابنِ جدولاً من 20 إلى 30 كلمة مفتاحية في البداية من شريط البحث والفقاعات وPinterest Trends (الفصل 4)، وسيكبر الجدول مع الوقت.
4. **المواسم:** علّم في جدولك المواسم التي تقع ذروتها بعد 10 إلى 16 أسبوعاً تقريباً، حتى يأتي نشرك لها في الأسبوع 6 قبلها بـ 45 إلى 90 يوماً (الفصل 11). وإن كان موسم أقرب من ذلك، فأضف له دبوساً أو اثنين في دفعتَي الأسبوعين 3 و4.

الأسبوع 2: اللوحات والموقع والدبابيس الأولى

1. **اللوحات:** أنشئ عدداً معقولاً من اللوحات بأسماء من جدول الكلمات، مع وصف لكل منها (الفصل 6).
2. **الموقع:** فعّل Rich Pins، وتأكّد أن صفحاتك سريعة على الهاتف، وأضف صورة عمودية إلى أهم مقالاتك (الفصل 10).
3. **القوالب:** صمّم في Canva المجاني 3 إلى 4 قوالب ثابتة بهويتك، لتوفّر الوقت لاحقاً (الفصل 7).
4. **البداية الهادئة:** انشر عدداً قليلاً من الدبابيس، واحفظ بعض الدبابيس المفيدة من الآخرين في لوحاتك.

✓ نصيحة عملية

لا تحاول أن تكمل التأسيس بشكل مثالي قبل أن تنشر أول دبوس. إذا انتهى الأسبوع 2 وما زالت هناك لوحة بلا غلاف أو وصف ناقص، فانتقل إلى المرحلة الثانية وأكمل النقص في دفعة لاحقة. الكمال في البداية يؤخّر التعلّم، والتعلّم يأتي من النشر الفعلي ومراقبة ما يحدث بعده.

ما تتوقّعه بصدق: أرقام شبه معدومة. هذا طبيعي تماماً. حسابك جديد ولم يُصنَّف بعد. مؤشّر نجاحك هنا هو قائمة مهام مكتملة، لا رقم في التحليلات.

● المرحلة الثانية: البناء (الأسابيع 3–6)

هنا تبني العادة. أهم شيء في هذه المرحلة هو الانتظام، لا الكمية.

الأسبوع	التركيز	المهام
3	أول دفعة أسبوعية	جلسة واحدة لتصميم دبابيس الأسبوع وجدولتها بأداة الجدولة المدمجة (الفصل 12). ابدأ بأفضل 5 صفحات في موقعك.
4	دبابيس جديدة لنفس الروابط	تصميمات جديدة بزوايا مختلفة لنفس الصفحات، موزّعة على أيام ولوحات مختلفة (الفصل 8).
5	تجربة الفيديو	حوّل فيديو قصيراً أو اثنين إلى دبابيس فيديو بـ CapCut المجاني (الفصل 9).

الأسبوع	التركيز	المهام
6	محتوى موسمي	صمّم دبابيس للموسم الذي علّمته في الأسبوع 1، وانشرها الآن، أي قبل ذروته بـ 45 إلى 90 يوماً تقريباً.

زِد عدد الدبابيس تدريجياً في هذه الأسابيع، ضمن النطاقات الحذرة التي ذكرناها في الفصل 12. لا تقفز فجأة.

ما تتوقّعه بصدق: قد تبدأ الانطباعات في الظهور ببطء، وربما يأتيك أول حفظ وأول نقرات. وقد تبقى الأرقام صغيرة جداً، وهذا أيضاً طبيعي في هذه المرحلة. لا تغيّر الخطة كل أسبوع بسبب رقم.

- **مثال تطبيقي: أمين**

  جعل أمين مساء كل أحد موعد دفعته الأسبوعية: ساعتان يصمّم فيهما دبابيس لدروسه ويجدولها للأيام القادمة. في الأسابيع الأولى لم يرَ تقريباً أي نقرات، فكتب في جدوله عدد الدبابيس التي نشرها بدل عدد الزيارات. هذا أعطاه شيئاً يقيس به تقدّمه دون أن يشعر بأنه يعمل في الفراغ.

المرحلة الثالثة: القياس والمضاعفة (الأسابيع 7–10)

الآن صار لديك ما يكفي من البيانات لتتعلّم منها، وإن كانت قليلة. لكن تذكّر قاعدة الفصل 13: الحكم على الدبوس يكون بعد 30 يوماً على الأقل، ويُفضَّل

90 يوماً. لذلك «الرابحون» في حساب جديد هنا إشارات مبكرة تستحق التجربة، لا أحكاماً نهائية.

1. **الأسبوع 7 – أول جلسة مراجعة:** طبّق طريقة المراجعة في 30 دقيقة من الفصل 13. حدّد الدبابيس التي تحرّكت أكثر من غيرها، حتى لو كان الفرق صغيراً.

2. **الأسبوع 8 – ضاعف الرابح:** صمّم دبابيس جديدة للروابط الأفضل، وجرّب زوايا عناوين مختلفة.

3. **الأسبوع 9 – حسّن الوجهة:** افتح الصفحات التي تستقبل زوار بنترست على هاتفك. هل تفي بوعد الدبوس؟ هل فيها خطوة تالية واضحة؟ أصلح صفحة أو اثنتين.

4. **الأسبوع 10 – المراجعة الثانية والتنظيف:** أعد جلسة المراجعة بالطريقة نفسها (الفصل 13) وقارن أرقامك بأرقام الأسبوع 7. ثم راجع روابطك وصورك وفق قائمة الأخطاء في الفصل 15، واستمر في الدفعات الأسبوعية.

ما تتوقّعه بصدق: في كثير من الحسابات تبدأ هنا أولى الإشارات الواضحة: دبوس أو اثنان يجلبان نقرات بشكل متكرّر. وفي حسابات أخرى يتأخّر ذلك أكثر، خاصة في المجالات المزدحمة أو اللغات ذات البحث الأقل. التأخّر ليس فشلاً.

✓ نصيحة عملية

إذا لم تجد أي دبوس متحرّك بعد عشرة أسابيع من نشر منتظم، فارجع إلى الأساس قبل أن تزيد الكمية: هل كلماتك يبحث عنها الناس فعلاً؟ هل العنوان على الصورة واضح ومقروء على الهاتف؟ هل لوحاتك مركّزة على موضوع واحد؟ غالباً المشكلة في واحد من هذه الثلاثة.

● المرحلة الرابعة: التوسيع (الأسابيع 11–13)

بعد أن عرفت ما ينجح عندك، توسّع حوله بدل أن تبدأ من جديد في اتجاه آخر.

الأسبوع	الخطوة	من أين تبدأ
11	أول عنقود محتوى	حول الموضوع الذي ظهر أنه الأقوى في المرحلة الثالثة (الفصل 14).
12	هدية مجانية وقائمة بريدية	صفحة هدية مرتبطة بأفضل صفحة لديك، و3 إلى 5 دبابيس تروّج لها.
13	مراجعة شاملة وخطة الربع التالي	مراجعة 90 يوماً كاملة، وقرار: لغة ثانية؟ كتالوج منتجات؟ عنقود ثانٍ؟

ما تتوقّعه بصدق: في نهاية 90 يوماً لن يكون الحساب في قمّته، بل في بداية مرحلة النمو. الدبابيس التي نشرتها في الأسابيع الأولى قد تستمر في العمل لأشهر طويلة، وكل أسبوع جديد يضيف طبقة فوقها. «الترافيك الثابت» هنا يعني تدفّقاً يتكرّر كل أسبوع دون أن تبدأ من الصفر، لا رقماً كبيراً بالضرورة.

⚙ من داخل المحرّك

لماذا تتراكم النتائج؟ لأن عوامل الترتيب الأربعة تتحسّن مع الوقت معاً: الحساب يكسب ثقة بانتظامه، والنطاق يُعرف بالدبابيس التي تقود إليه وتفاعل الزوار معها، والدبابيس القديمة الناجحة تبقى في البحث وفي الدبابيس المشابهة، واللوحات المركّزة توضّح الصلة بالموضوع. لا يوجد زر يسرّع هذا، لكن كل أسبوع منتظم يدفعه خطوة.

ميزانية الوقت الأسبوعية

هذا توزيع تقريبي للوقت في أسبوع عادي من المرحلتين الثانية والثالثة، بنفس ترتيب الدفعة في الفصل 12. عدّله حسب ظروفك، لكن حافظ على الترتيب:

المهمة	الوقت التقريبي	ملاحظة
الفحص الأسبوعي السريع	10 دقائق	ما نُشر، وملاحظات آخر مراجعة
اختيار الروابط والكلمات للأسبوع	15 دقيقة	من جدول الكلمات وقائمة الروابط الرابحة
كتابة العناوين والأوصاف	20 دقيقة	قبل التصميم؛ استعن بقوالب الملحق ج
تصميم الدبابيس في Canva	60 دقيقة	على القوالب الجاهزة، لا من الصفر
الجدولة في بنترست	20 دقيقة	توزيع على الأيام واللوحات

المهمة	الوقت التقريبي	ملاحظة
حفظ محتوى مفيد من الآخرين	10 دقائق	في لوحاتك المناسبة فقط
تسجيل الأسبوع في التقويم	5 دقائق	مؤشّر الجهد والملاحظات

المجموع نحو 140 دقيقة، أي ساعتان وعشرون دقيقة تقريباً في الأسبوع.

إذا كان وقتك أقل من ذلك

ليس كل قارئ يملك ساعتين في الأسبوع. إذا كان وقتك ساعة واحدة فقط، فلا تتخلَّ عن الخطة، بل صغّرها:

- اعمل على عدد أقل من الروابط: صفحتان أو ثلاث في الأسبوع بدل خمس.
- صمّم دبوسين لكل رابط بدل ثلاثة أو أكثر.
- أجّل الفيديو والهدية المجانية إلى ما بعد الأسبوع 13.
- لا تحذف جلسات المراجعة أبداً؛ هي التي تخبرك أين تضع الوقت القليل.

ستتحرّك النتائج أبطأ، وهذا متوقّع. لكن خطة صغيرة منتظمة أفضل من خطة كبيرة تتركها بعد أسبوعين.

مثال تطبيقي: يوسف

يوسف يخصّص عادةً صباح الجمعة لبنترست (الفصل 12). لكن في موسم مبيعات مزدحم صار يدير الطلبات وحده، ولم يبقَ له إلا ساعة تقريباً في الأسبوع. فقرّر أن يركّز في تلك الأسابيع على منتجين فقط، بدبوسين لكل منهما: صورة المنتج في سياق، وقائمة تنسيق، وترك الفيديو جانباً حتى ينتهي الموسم. أربعة دبابيس في الأسبوع أقل من النطاقات الحذرة في الفصل 12، فهي حلّ مؤقت لا قاعدة، يعود بعده إلى إيقاعه المعتاد. خطته أبطأ من خطة غيره، لكنها لم تنقطع، وهذا ما يجعلها تتراكم.

انتبه !

أخطر فترة على الخطة هي ما بين الأسبوع 5 والأسبوع 9: الحماس الأول انتهى، والنتائج الواضحة لم تأتِ بعد. إذا اضطررت لتقليل الجهد، قلّل عدد الدبابيس، لكن لا توقف الدفعة الأسبوعية. الانتظام بكمية صغيرة أفضل من التوقّف الكامل.

ماذا تسجّل كل أسبوع؟

سجلّ بسيط يحميك من شعور «لم أفعل شيئاً». في نهاية كل أسبوع اكتب في جدولك سطراً واحداً فيه:

- عدد الدبابيس الجديدة التي نُشرت أو جُدولت.
- عدد الروابط المختلفة التي غطّيتها.

- هل التزمت بموعد الدفعة؟ (نعم / لا)
- ملاحظة واحدة: شيء تعلّمته أو لاحظته.

وفي أسابيع المراجعة فقط (7 و10 و13) أضف أرقام التحليلات الأربعة من الفصل 13. هكذا يبقى تركيزك الأسبوعي على الجهد، والتقييم الدوري على النتيجة.

بعد اليوم 90

الخطة لا تنتهي في الأسبوع 13، بل تتحوّل إلى دورة تتكرّر كل ربع سنة: دفعات أسبوعية، مراجعة شهرية، وتوسيع حول ما ينجح. في كل ربع جديد اسأل نفسك ثلاثة أسئلة: ما الموضوع الذي يستحق عنقوداً جديداً؟ ما الموسم القادم الذي يجب أن أبدأ له الآن؟ ما الصفحة التي تستقبل زواراً ولا تحوّلهم إلى مشتركين أو عملاء؟ إجابات هذه الأسئلة هي خطة الربع التالي.

✎ تمرين تطبيقي (15 دقيقة)

1. افتح تقويمك وحدّد تاريخ بداية الأسبوع 1 وتاريخ نهاية الأسبوع 13.
2. اختر موعداً ثابتاً في الأسبوع لدفعتك الأسبوعية (يوم وساعة)، وسجّله كموعد متكرّر.
3. ضع في التقويم ثلاثة مواعيد للمراجعة: الأسابيع 7 و10 و13.
4. انسخ قالب التقويم الأسبوعي من الملحق هـ إلى جدول بيانات مجاني.
5. اكتب مؤشّر الجهد الذي ستلتزم به كل أسبوع، مثلاً: «دفعة واحدة مجدولة كل أسبوع».

★ خلاصة الفصل

- الخطة أربع مراحل: التأسيس (1-2)، البناء (3-6)، القياس والمضاعفة (7-10)، التوسيع (11-13).
- كل مرحلة لها هدف تتحكّم فيه أنت، والأرقام تتبع الجهد بتأخير.
- لا أرقام مضمونة؛ النتائج تختلف حسب المجال واللغة والموقع.
- الانتظام بالدفعة الأسبوعية أهم من الكمية، خاصة بين الأسبوع 5 والأسبوع 9.
- في المرحلة الرابعة توسّع حول ما نجح: عنقود، هدية مجانية، ثم قرار الربع التالي.

ملحق أ

قائمة تحقّق لكل دبوس قبل النشر

مرّ على هذه القائمة قبل أن تضغط «نشر» أو «جدولة». دقيقتان هنا توفّران عليك دبابيس ضائعة.

الصورة

- [ ] المقاس عمودي بنسبة 2:3 (مثلاً 1000×1500 بكسل)، أو 9:16 للفيديو.
- [ ] الصورة جديدة لم أنشرها من قبل بهذا الشكل (دبوس جديد).
- [ ] الصورة لي أو مرخّصة للاستعمال التجاري.
- [ ] النص على الصورة مقروء على شاشة هاتف صغيرة، وبتباين واضح مع الخلفية.
- [ ] النص على الصورة يحمل الكلمة المفتاحية أو معناها، ويَعِد بفائدة واضحة.
- [ ] اسم الموقع أو الشعار صغير وغير مزعج.
- [ ] اسم ملف الصورة وصفي (مثل tajine-dajaj-zaytoun.jpg) وليس IMG_2045.jpg.

النص

- [ ] العنوان يبدأ بالكلمة المفتاحية أو يضعها قريباً من بدايته، ولا يتجاوز 100 حرف.

- [ ] العنوان طبيعي يقرؤه إنسان، وليس قائمة كلمات محشوّة.
- [ ] الوصف بجمل كاملة، فيه الكلمة الرئيسية وكلمتان فرعيتان، ولا يتجاوز 500 حرف.
- [ ] الوصف ينتهي بدعوة واضحة: ما الذي سيجده القارئ عند النقر.
- [ ] النص البديل (Alt text) يصف ما في الصورة بجملة بسيطة.
- [ ] لغة العنوان والوصف والنص على الصورة واحدة، ومطابقة للغة اللوحة والصفحة.

● الرابط والوجهة

- [ ] الرابط كامل ومباشر، بلا اختصار ولا تحويل.
- [ ] الرابط يقود إلى الصفحة الدقيقة التي تفي بوعد الدبوس.
- [ ] فتحت الصفحة على هاتفي وتأكّدت أنها تعمل وسريعة.
- [ ] الصفحة فيها خطوة تالية واضحة: اشتراك، منتج، مقال ذو صلة.

● اللوحة والتوقيت

- [ ] اخترت اللوحة الأكثر صلة بالدبوس كأول لوحة.
- [ ] الدبوس الموسمي منشور قبل الموسم بوقت كافٍ.
- [ ] وزّعت نسخ نفس الرابط على أيام مختلفة، لا في يوم واحد.
- [ ] سجّلت الدبوس في تقويم المحتوى (التاريخ، الرابط، اللوحة، الكلمة).

ملحق ب

قائمة تحقّق إعداد الحساب

قائمة تمرّ عليها مرة عند البداية، ثم مرة كل بضعة أشهر للتأكّد أن كل شيء ما زال في مكانه.

الأساس

- [ ] الحساب حساب أعمال (مجاني)، أو حُوّل الحساب الشخصي إلى حساب أعمال.
- [ ] اسم الحساب يجمع اسمي أو اسم علامتي مع كلمة مفتاحية تصف المجال.
- [ ] اسم المستخدم قصير وسهل التذكّر.
- [ ] الوصف يشرح في جملتين لمن هذا الحساب وما الذي سيجده الزائر، بكلمات مفتاحية طبيعية.
- [ ] الصورة واضحة: وجهي أو شعار مقروء بحجم صغير.
- [ ] اللغة والبلد مضبوطان في الإعدادات حسب جمهوري الأساسي.

الربط والتأكيد

- [ ] أكّدت ملكية موقعي (Claim) وظهر التأكيد في الإعدادات.
- [ ] ربطت قناة يوتيوب أو حساب إنستغرام إن وُجد.
- [ ] فعّلت Rich Pins، وتحقّقت أن وسوم الصفحات تُقرأ بشكل صحيح.

- [ ] ربطت موقعي بأداة إحصاءات مجانية (Google Analytics أو إحصاءات المنصة).

اللوحات

- [ ] لكل لوحة اسم من جدول الكلمات المفتاحية، ووصف قصير.
- [ ] اللوحات الأهم في أعلى الملف.
- [ ] لكل لوحة غلاف واضح ومتّسق مع الهوية.
- [ ] لا لوحة تخلط لغتين أو موضوعين متباعدين.

الأمان والاستمرارية

- [ ] فعّلت التحقّق بخطوتين.
- [ ] لم أعطِ كلمة المرور لأي أداة أو شخص.
- [ ] قرأت إرشادات المجتمع في بنترست.
- [ ] عندي نسخة من صوري وعناويني وروابطي خارج بنترست.
- [ ] حدّدت موعداً أسبوعياً ثابتاً للدفعة، وموعداً شهرياً للمراجعة.

ملحق ج

قوالب عناوين وأوصاف عربية جاهزة

عشرون قالباً تستبدل فيها ما بين القوسين المعقوفين بكلماتك. القالب نقطة بداية، فعدّل الصياغة لتبدو طبيعية بلهجتك وصوتك.

[الكلمة] تعني الكلمة المفتاحية الرئيسية، و[الفئة] تعني الجمهور (مبتدئين، أمهات عاملات، طلاب...)، و[الفائدة] تعني النتيجة التي يحصل عليها القارئ.

#	عنوان الدبوس	الوصف
1	[العدد] أفكار [الكلمة] سهلة لـ [الفئة]	تبحث عن [الكلمة] بلا تعقيد؟ جمعت لك [العدد] أفكار مجرّبة تناسب [الفئة]، مع شرح مختصر لكل فكرة. احفظ الدبوس وافتح المقال لترى التفاصيل.
2	طريقة [الكلمة] خطوة بخطوة للمبتدئين	شرح [الكلمة] من البداية في [العدد] خطوات واضحة، بدون مصطلحات صعبة. مناسب لمن يجرّب لأول مرة. التفاصيل والصور في المقال.
3	[الكلمة] في [المدة] فقط: [الفائدة]	ليس عندك وقت؟ هذه طريقة [الكلمة] في [المدة] تقريباً، تعطيك [الفائدة] دون جهد كبير. المقادير أو الأدوات كاملة داخل الرابط.
4	[الكلمة] بميزانية صغيرة: [العدد] حلول عملية	لا تحتاج إلى ميزانية كبيرة لـ [الكلمة]. هذه [العدد] حلول اقتصادية جرّبتها بنفسي، مع ما يناسب كل ميزانية. افتح المقال لترى التفاصيل.
5	أخطاء [الكلمة] الشائعة وكيف تتجنّبها	[العدد] أخطاء يقع فيها أغلب من يبدأ [الكلمة]، ولكل خطأ حلّ بسيط. اقرأها قبل أن تبدأ لتوفّر الوقت والمال.

#	عنوان الدبوس	الوصف
6	قبل وبعد: [الكلمة] بـ [الأداة أو الطريقة]	شاهد الفرق قبل وبعد [الكلمة] باستعمال [الأداة أو الطريقة]. شرحت في المقال كل خطوة والأدوات التي استعملتها.
7	هل [سؤال يطرحه جمهورك]؟ الجواب هنا	سؤال يتكرّر كثيراً: [السؤال]. لمحة من الجواب في الصورة، والجواب الكامل مع الأمثلة في المقال.
8	دليل [الكلمة] الكامل لـ [الفئة]	كل ما تحتاج معرفته عن [الكلمة] في مكان واحد: الأساسيات والأدوات والأخطاء. دليل منظّم يناسب [الفئة]. احفظه لترجع إليه.
9	[العدد] [المنتج] تناسب [المناسبة]	اخترت لك [العدد] من [المنتج] تناسب [المناسبة]، مع سبب اختيار كل واحد وكيف تنسّقه. التفاصيل والأسعار في الصفحة.
10	كيف تختار [المنتج] المناسب لك	قبل أن تطلب [المنتج]، انتبه إلى [العدد] نقاط: [نقطة 1] و[نقطة 2] و[نقطة 3]. دليل اختيار بسيط في الرابط.
11	وصفة [الطبق] بالطريقة [المغربية/ الأصلية]	وصفة [الطبق] كما تُحضّر في [البلد أو البيت]، بمقادير دقيقة لـ [العدد] أشخاص وخطوات مصوّرة. جرّبها واحفظ الدبوس لوقت الحاجة.
12	قائمة [الكلمة] جاهزة للطباعة (مجاناً)	قائمة [الكلمة] جاهزة تطبعها وتعلّقها، لتنظّم [الفائدة]. حمّلها مجاناً من الرابط.
13	[الكلمة] لـ [الموسم]: أفكار تبدأ بها الآن	[الموسم] يقترب. هذه أفكار [الكلمة] تجهّزها من الآن لتكون مستعداً قبل الزحمة. القائمة الكاملة في المقال.
14	[الكلمة أ] أم [الكلمة ب]؟ مقارنة بسيطة	محتار بين [الكلمة أ] و[الكلمة ب]؟ قارنت بينهما في [العدد] نقاط: السعر والسهولة والنتيجة، لتختار ما يناسبك. المقارنة الكاملة في الرابط.

#	عنوان الدبوس	الوصف
15	تعلّم [المهارة] في [المدة]: خطة للمبتدئين	خطة واضحة لتعلّم [المهارة] في [المدة]، يوماً بيوم أو أسبوعاً بأسبوع، مع موارد مجانية. ابدأ من الدرس الأول في الرابط.
16	[العدد] نصائح [الكلمة] لم يخبرك بها أحد	نصائح عملية عن [الكلمة] تعلّمتها بالتجربة، لا تجدها عادةً في الشروحات السريعة. مرتّبة من الأسهل إلى الأعمق. اقرأها كاملة في المقال واحفظ الدبوس لتعود إليه.
17	أفكار [الكلمة] لـ [مساحة أو مكان] صغير	[المساحة] صغيرة؟ هذه [العدد] أفكار [الكلمة] تجعلها عملية وجميلة دون تكلفة كبيرة. الصور والتفاصيل في الرابط.
18	ماذا [تفعل/تطبخ/ترتدي] في [المناسبة]؟	أفكار جاهزة لـ [المناسبة]: [العدد] اقتراحات بسيطة تناسب [الفئة]. اختر ما يعجبك واحفظ الدبوس للمرة القادمة.
19	[الأداة] المجانية لـ [الفائدة]: شرح سريع	كيف تستعمل [الأداة] المجانية لتحصل على [الفائدة] في دقائق. شرح مصوّر خطوة بخطوة في المقال أو الفيديو.
20	[العدد] أسئلة عن [الكلمة] وأجوبتها	جمعت أكثر الأسئلة التي تصلني عن [الكلمة] وأجبت عنها بوضوح. إن كان عندك سؤال آخر، ستجد طريقة التواصل في الصفحة.

ملحق د

قاموس المصطلحات

المصطلحات التي مرّت في الكتاب، بالعربية والإنجليزية، مع شرح من سطر واحد.

المصطلح العربي	المصطلح الإنجليزي	الشرح
دبوس	Pin	صورة أو فيديو مع عنوان ووصف ورابط، وهو الوحدة الأساسية في بنترست.
لوحة	Board	مجموعة دبابيس حول موضوع واحد، مثل رفّ موضوعي في مكتبة.
قسم	Section	تقسيم فرعي داخل اللوحة لتنظيم دبابيسها.
دبوس جديد	Fresh Pin	دبوس بصورة لم يرها بنترست من قبل، حتى لو كان الرابط قديماً.
إعادة الحفظ	Repin / Save	حفظ دبوس موجود مسبقاً (لك أو لغيرك) في إحدى لوحاتك، دون إنشاء صورة جديدة.
دبوس فيديو	Video Pin	دبوس محتواه مقطع فيديو بدل صورة ثابتة.
دبوس غني	Rich Pin	دبوس يسحب معلومات إضافية تلقائياً من صفحتك، مثل عنوان المقال أو سعر المنتج.
حساب أعمال	Business Account	حساب مجاني يفتح التحليلات والجدولة وتأكيد الموقع.

المصطلح العربي	المصطلح الإنجليزي	الشرح
تأكيد ملكية الموقع	Claim Website	إثبات أن الموقع لك، ليربط بنترست الدبابيس القادمة منه بحسابك.
نطاق	Domain	اسم موقعك على الإنترنت، مثل example.com.
جودة النطاق	Domain Quality	تقدير بنترست لجودة المحتوى القادم من موقعك ومدى الثقة به.
جودة الحساب	Pinner Quality	تقدير بنترست لمدى انتظام حسابك وفائدة ما ينشره.
الصلة بالموضوع	Topic Relevance	مدى تطابق الدبوس مع ما يبحث عنه المستخدم.
كلمة مفتاحية	Keyword	الكلمة أو العبارة التي يكتبها الناس في البحث.
كلمة طويلة	Long-tail Keyword	عبارة بحث أطول وأدق، منافستها أقل ونيّة صاحبها أوضح.
البحث الموجّه	Guided Search	الفقاعات الملوّنة تحت البحث التي تقترح كلمات لتضييق النتائج.
اتجاهات بنترست	Pinterest Trends	أداة مجانية تُظهر كيف يتغيّر البحث عن كلمة عبر الزمن.
الصفحة الرئيسية	Home Feed	الدبابيس التي يقترحها بنترست للمستخدم عند فتح التطبيق.
دبابيس مشابهة	Related Pins	دبابيس تظهر تحت الدبوس المفتوح لأنها قريبة منه في الموضوع.

المصطلح العربي	المصطلح الإنجليزي	الشرح
نص بديل	Alt Text	وصف نصّي للصورة يساعد بنترست على فهمها، وتقرؤه برامج قراءة الشاشة لضعاف البصر.
صفحة الوجهة	Landing Page	الصفحة التي يصل إليها الزائر بعد النقر على الدبوس.
الانطباعات	Impressions	عدد مرات ظهور الدبوس على الشاشات.
الحفظ	Saves	عدد مرات حفظ الناس للدبوس في لوحاتهم.
النقرات على الدبوس	Pin Clicks	كل النقرات على الدبوس، سواء قادت إلى محتوى داخل بنترست أو خارجه.
النقرات الخارجية	Outbound Clicks	الجزء من النقرات على الدبوس الذي ينقل الناس إلى موقعك.
معدل التفاعل	Engagement Rate	نسبة التفاعلات (حفظ، نقرات...) إلى عدد الانطباعات.
الجدولة	Scheduling	تحديد موعد نشر الدبوس مسبقاً بدل نشره فوراً.
الكتالوج	Catalog	ملف منتجات يحوّله بنترست إلى دبابيس منتجات تلقائياً.
عنقود المحتوى	Content Cluster	صفحة أم وصفحات فرعية مترابطة حول موضوع واحد.
الهدية المجانية	Lead Magnet	ملف أو أداة مجانية تُقدّم مقابل الاشتراك في القائمة البريدية.

المصطلح العربي	المصطلح الإنجليزي	الشرح
وسوم التتبّع	UTM Parameters	إضافات للرابط تخبر أداة الإحصاءات من أين جاءت الزيارة.
رابط مختصر	Shortened Link	رابط قصير يخفي الوجهة الحقيقية؛ يُفضّل تجنّبه في بنترست.
بريد مزعج	Spam	محتوى أو سلوك متكرّر ومضلّل تحاربه أنظمة بنترست.
تعليق الحساب	Account Suspension	إيقاف الحساب مؤقتاً أو نهائياً بسبب مخالفة فعلية أو مخالفة ظنّها النظام.
طلب المراجعة	Appeal	طلب رسمي عبر مركز المساعدة لإعادة النظر في قرار التعليق.

ملحق هـ

قالب تقويم المحتوى الأسبوعي

انسخ هذا الجدول إلى جدول بيانات مجاني (Google Sheets مثلاً)، واملأه في بداية كل دفعة أسبوعية. صفّ لكل دبوس، بتاريخ نشره.

جدول الدبابيس الأسبوعي

التاريخ	الرابط	الكلمة	العنوان	القالب	اللوحة	الحالة	ملاحظات

الحالة واحدة من أربع: فكرة، مصمّم، مجدول، منشور. وفي «ملاحظات» اكتب إن كان الدبوس موسمياً، ثم أضف ملاحظات الأداء بعد المراجعة الشهرية. أما الوصف والنص البديل فمكانهما أعمدة إضافية في جدول البيانات نفسه، لأنهما أطول من أن يتّسع لهما عرض هذه الصفحة.

مثال لصفّين مملوءين (سارة)

التاريخ	الرابط	الكلمة	العنوان	القالب	اللوحة	الحالة	ملاحظات
6 ديسمبر	مقال الحريرة	حريرة مغربية	حريرة مغربية بالطريقة الأصلية: المقادير لـ 6 أشخاص	خطوات	وصفات رمضان	منشور	موسمي (رمضان)
8 ديسمبر	مقال الفطور السريع	فطور مغربي سريع	5 أفكار فطور مغربي سريع قبل العمل	قائمة	أطباق مغربية تقليدية	مجدول	

ملخّص الأسبوع

البند	هذا الأسبوع
عدد الدبابيس الجديدة المنشورة	
عدد الروابط المختلفة التي غطّيتها	
دبابيس موسمية للموسم القادم	
محتوى جديد كُتب (مقال، فيديو، هدية)	
ملاحظة من المراجعة (إن كان أسبوع مراجعة)	
أهم مهمة للأسبوع القادم	

خاتمة

ما الذي تملكه الآن، وما الخطوة التالية؟

أنت الآن تفهم بنترست أكثر من أغلب من يستعملونه. بقي شيء واحد يفصلك عن النتائج.

لو أعدنا الكتاب كله إلى فكرة واحدة لكانت هذه: **بنترست يرسل الزوار لمن يساعده على إرضاء الباحثين**. الكلمات المفتاحية تخبره بما يبحث عنه الناس. اللوحات تخبره بما تتخصّص فيه. التصميم يجعل الباحث يتوقف. الصفحة التي يصل إليها تفي بالوعد. والانتظام يقنعه بأنك مصدر يُعتمد عليه. كل تقنية في الكتاب هي طريقة لتقوية حلقة من هذه الحلقات.

والشيء الذي يفصلك عن النتائج هو التنفيذ المنتظم. ليس الحماس في الأسبوع الأول، بل الدفعة الأسبوعية الهادئة في الشهر الثالث، حين لا تكون الأرقام قد تحرّكت بعد بالقدر الذي تتمنّاه. هذه هي المرحلة التي يتوقف فيها أغلب الناس، وهي نفسها المرحلة التي يبدأ فيها الحساب غالباً بإظهار أولى ثماره.

ثلاثة أشياء تفعلها هذا الأسبوع

1. **جهّز الحساب** كما في الفصل الثالث، وأكّد ملكية موقعك.
2. **اكتب جدول كلماتك** الأول (من 20 إلى 30 كلمة) كما في الفصل الرابع، وأنشئ لوحاتك الأولى منه.

3 **حدّد موعد دفعتك الأسبوعية** في التقويم كأنه موعد عمل لا يُلغى، وابدأ بخطة الأسبوعين الأولين من الفصل السادس عشر.

• إن أردت أن يقوم أحد بالعمل المتكرّر عنك

كل ما في هذا الكتاب يمكن تنفيذه يدوياً وبصفر دولار، وهذا ما صُمّم له. لكن بعد أن تفهم التقنيات، ستلاحظ أن جزءاً كبيراً من العمل الأسبوعي متكرّر: قراءة المقالات والمنتجات الجديدة، تصميم دبابيس لها، كتابة العناوين والأوصاف بالكلمات المفتاحية، النشر بوتيرة هادئة وآمنة، ثم متابعة أي الكلمات تجلب النتائج.

هذا بالضبط ما بنيتُ له أداتين:

PinTraffic Free – مجانية

وكيل بسيط يعمل على جهازك: يقرأ مدونتك أو قناتك على يوتيوب أو روابط تضيفها، يصمّم دبوساً لكل عنصر، ويكتب عنوانه ووصفه، وينشره ببطء وضمن حدود تتدرّج مع عمر الحساب. تصلك مجاناً عند الاشتراك في نشرتي البريدية.

احصل الآن على نسختك

abdelkarimbenmohamadi.substack.com/subscribe

PinTraffic – النسخة الكاملة

لمن يريد أتمتة أغلب العمل المتكرّر في هذا الكتاب: صفحات منتجاتك ومدونتك وقناتك معاً، دبابيس بالعربية والإنجليزية والفرنسية على لوحات كل لغة، حدود نشر تتدرّج مع عمر الحساب، وقراءة نتائجك لإعطاء الكلمات الرابحة فرصاً أكثر.

احصل الآن على نسختك

abdelkarimbenmohamadi.com/2026/10/pintraffic-pinterest.html

إفصاح صريح !

الأداتان تنشران من متصفح على جهازك، وتسجّل فيه الدخول بنفسك مرة واحدة، فلا تحتاجان إلى كلمة مرورك ولا ترسلانها إلى أي خادم. لكنهما **ليستا أداتين شريكتين رسميتين لبنترست**، ولا تتصلان عبر واجهته المعتمدة. لذلك ينطبق عليهما ما قلته في الفصل الخامس عشر: الجدولة المدمجة في بنترست تبقى الخيار الأكثر أماناً، وأي أتمتة غير رسمية فيها نسبة من المخاطرة مهما كانت حذرة. إن استعملتهما، فاستعملهما على حساب مخصّص لعملك.

وسواء استعملت أدواتي أم لا، فالكتاب كامل من دونها. الأداة تختصر الوقت، لكن الفهم الذي في هذه الصفحات هو الذي يجعلها تعمل.

عن المؤلف

عبد الكريم بن محمادي مبرمج منذ 2006، يعمل في اختبار الاختراق وتطوير الحلول البرمجية للمشاريع الرقمية، ومن بينها أدوات جلب الترافيك المستهدف وتوليد العملاء للأعمال على الإنترنت وخارجها. يكتب عن تجاربه في البناء على مدونة «يوميات مبرمج»، وينشر دروسه على قناته في يوتيوب وصفحته على فيسبوك باسم «عبد الكريم بن محمادي».

إن طبّقت ما في هذا الكتاب ووصلت إلى نتيجة، أو علقت في خطوة، فأخبرني برسالة على صفحتي في فيسبوك. أقرأ رسائل القرّاء، وأحسن الأسئلة تصبح فصولاً في الطبعة القادمة.