

Module 1 • الجزء الأول  
تحديد الهدف | Defining Your Purpose

A strong digital presence begins with clarity of intention. Answer the questions below to define the real purpose behind your platform.

تبدأ أي منصة رقمية ناجحة بوضوح في الهدف أجب على الأسئلة التالية لتحديد الغرض الحقيقي من منصتك.

Section 1 — Your Motivation

القسم الأول - الهدف

لماذا تريد إنشاء هذه المنصة؟ / Why do you want to create this platform?

---

---

---

ما الذي دفعك للاهتمام بهذا المجال؟ / What personal experience or interest brought you to this topic?

---

---

---

لماذا يهمك هذا الموضوع شخصياً أو مهنيًا؟ / Why does this topic matter to you?

---

---

---

Section 2 — Your Perspective

القسم الثاني — منظورك الخاص

ما الزاوية أو المنظور الذي يمكنك تقديمه بشكل مختلف؟ / What perspective do you bring that others might not?

---

---

---

ما التجارب أو المعرفة التي شكلت طريقة تفكيرك؟ / What experiences shape how you see this topic?

---

---

---

ما نوع الحوارات التي تريد المساهمة فيها؟ / What conversations do you want to contribute to?

---

---

---

Section 3 — The Value You Create

القسم الثالث — القيمة التي تقدمها

ماذا تريد أن يستفيد جمهورك من متابعتك؟ / What do you want your audience to gain from following you?

---

---

ما التغيير أو الفائدة التي تأمل أن يحصل عليها جمهورك؟ / What change do you hope to see in your audience?

---

---

## Final Exercise — Your Mission Statement

## التمرين النهائي — جملة المهمة

Complete the sentence below. There is no single correct format — what matters is clarity.

أكمل الجملة التالية. لا توجد صيغة واحدة صحيحة — المهم أن تعكس الفكرة الأساسية

This platform exists to \_\_\_\_\_ so that \_\_\_\_\_  
هذه المنصة موجودة من أجل \_\_\_\_\_  
حتى يتمكن \_

### أمثلة / Examples

- هذه المنصة موجودة من أجل تقديم محتوى عملي عن ريادة الأعمال حتى تتمكن السيدات في الوطن العربي من بناء مشاريعهن بثقة
- This platform exists to simplify personal finance so that young professionals can make smarter money decisions.

💡 Your statement does not need to be perfect. This is your starting point — you will refine it as you go through the course.

لا ينبغي أن تكون الجملة مثالية من المحاولة الأولى. هذه نقطة البداية — ستطوّرها مع تقدّمك في الكورس .

Module 2 • الجزء الثاني  
**Understanding Your Audience | فهم جمهورك**

*The clearer you are about your audience, the easier every decision becomes. Try to imagine ONE person who represents your audience and answer the following.*

كلما كان جمهورك محدداً بشكل أوضح، أصبح كل قرار أسهل. تخيل شخصاً واحداً يمثل جمهورك وأجب على الأسئلة التالية.

**Section 1 — Basic Demographics**

**القسم الأول — الخصائص الأساسية**

**Age range / الفئة العمرية**

**Gender (if relevant) / الجنس (إن كان مهماً)**

**Location / region / البلد أو المنطقة**

**Profession or field / المهنة أو مجال العمل**

**Stage of life (student / working / parent / entrepreneur...) / المرحلة الحياتية**

**Income level (optional — helpful for product/service businesses) / مستوى الدخل (اختياري)**

**Section 2 — Their Daily Reality**

**القسم الثاني — حياتهم اليومية**

Complete the sentences: / أكمل الجمل التالية:

**A typical day in their life looks like... / يومهم المعتاد يبدو كالتالي...**

**Most of their time is spent on... / يقضون معظم وقتهم في...**

**When they have free time, they usually... / عندما يكون لديهم وقت فراغ عادةً...**

They often think about... / كثيراً ما يشغل تفكيرهم ...

---

---

---

### Section 3 — Their Challenges

### القسم الثالث — التحديات

What problems are they currently trying to solve? / ما المشاكل التي يحاول حلها الآن؟

---

---

---

What frustrates them most in this area? / ما أكثر ما يسبب له إحباطاً في هذا المجال؟

---

---

---

What questions do they search for online? / ما الأسئلة التي يبحث عنها على الإنترنت؟

---

---

---

What mistakes do they often make? / ما الأخطاء الشائعة التي يقع فيها؟

---

---

---

### Section 4 — Their Aspirations

### القسم الرابع — الطموحات

What do they want to achieve in the next few years? / ما الأهداف التي يسعى لتحقيقها؟

---

---

---

Complete: They would feel successful if... / ...سيشعر بالنجاح عندما

---

---

---

### Section 5 — Their Behavior Online

### القسم الخامس — سلوكهم على الإنترنت

Which platforms do they use most? / المنصات التي يستخدمونها أكثر:

- Instagram
- YouTube
- TikTok
- LinkedIn
- Podcasts
- Other: \_\_\_\_\_ / أخرى

What type of content do they enjoy? / نوع المحتوى الذي يفضلونه

- Short videos / فيديوهات قصيرة
- Long-form videos / فيديوهات طويلة
- Educational posts / محتوى تعليمي
- Personal stories / قصص شخصية
- Expert advice / نصائح متخصصة
- Product reviews / مراجعات منتجات

## Section 6 — Values & Mindset (Psychographics)

القسم السادس — القيم وطريقة التفكير

What do they care deeply about? / ما الأمور التي يهتم بها بشدة؟

---



---

What beliefs influence their decisions? / ما القيم التي تؤثر في قراراته؟

---



---

What motivates them to take action? / ما الذي يدفعه لاتخاذ خطوة أو تغيير؟

---



---

## Final Exercise — Audience Snapshot

التمرين النهائي — ملخص الجمهور

Summarize your audience in one paragraph using this structure:

لخص جمهورك في فقرة واحدة باستخدام هذه الصيغة:

This platform is designed for \_\_\_\_\_ who are trying to \_\_\_\_\_ and want \_\_\_\_\_ .

\_\_\_\_\_ الذين يحاولون \_\_\_\_\_ هذه المنصة موجهة إلى \_\_\_\_\_ ويريدون \_\_\_\_\_

💡 Quick test: if your audience description could apply to almost anyone, it needs to be more specific.

اختبار سريع: لو وصف جمهورك ينطبق على أي شخص تقريباً، فهو يحتاج إلى مزيد من التحديد

## Key Messages, Content Pillars & Tone of Voice

### الرسائل الأساسية ومحاور المحتوى ونبرة الصوت

In this module you will define three connected things: 1. Key Messages — what you want people to remember about you 2. Content Pillars — the main themes your platform talks about 3. Tone of Voice — how your brand sounds and feels

في هذا الجزء ستحدد ثلاثة أشياء مترابطة: ١. الرسائل الأساسية — ما تريد أن يتذكره الناس عنك ٢. محاور المحتوى — المواضيع الرئيسية التي تتناولها منصتك ٣. نبرة الصوت — كيف يبدو صوت براندك ويُحسّ

### Section 1 — Key Messages

### القسم الأول — الرسائل الأساسية

Key messages are the main ideas you want people to associate with you or your platform. Most brands have 3–4.

الرسائل الأساسية هي أهم الأفكار التي تريد أن يربطها الناس بك أو بمنصتك. معظم البراندات لديها من ٣ إلى ٤ رسائل.

Complete: I help \_\_\_\_\_ do/understand \_\_\_\_\_

so they can \_\_\_\_\_ .

أكمل: أنا أقدم \_\_\_\_\_ لـ \_\_\_\_\_  
لمساعدتهم على \_\_\_\_\_

---

---

---

What makes you different from others in the same space? / ما الذي يميزك عن الآخرين في نفس المجال؟

---

---

---

What values guide your work? / ما القيم أو المبادئ التي تقف وراء ما تقدمه؟

---

---

---

What problem are you helping solve? / ما المشكلة التي تحاول حلها لجمهورك؟

---

---

---

Now write your 3 key messages: / اكتب رسائلك الأساسية الثلاث:

**Key Message 1 / الرسالة الأساسية الأولى**

---

---

**Key Message 2 / الرسالة الأساسية الثانية**

---

---

**Key Message 3 / الرسالة الأساسية الثالثة**

---

---

**What do you want your audience to believe after hearing from you? / ما الذي تريد أن يصدقه جمهورك بعد سماع رسالتك؟**  
/

---

---

**What action do you want them to take? / ما التصرف أو القرار الذي تريد أن يتخذه جمهورك؟**

---

---

**Section 2 — Content Pillars**

**القسم الثاني — محاور المحتوى**

Content pillars are the main themes your platform consistently talks about. Most platforms have 3–5. محاور المحتوى هي المواضيع الرئيسية التي تتناولها منصتك باستمرار. معظم المنصات لديها من 3 إلى 5 محاور.

**Pillar 1 — Name / المحور الأول — الاسم**

---

Content ideas under this pillar / أفكار محتوى تدرج تحت هذا المحور

---

---

---

**Pillar 2 — Name / المحور الثاني — الاسم**

---

Content ideas / أفكار محتوى

---

---

### Pillar 3 — Name / المحور الثالث — الاسم

Content ideas / أفكار محتوى:

### Pillar 4 (optional) / المحور الرابع (اختياري)

💡 Clarity test: Can a new visitor clearly understand what you do, who you help, and why they should follow you?  
اختبار الوضوح: هل يمكن لشخص جديد أن يفهم بوضوح ماذا تفعل، لمن تقدم هذا المحتوى، ولماذا يجب أن يتابعك؟

## Section 3 — Tone of Voice

## القسم الثالث — نبرة الصوت

Your tone of voice is not just word choice — it is your brand's personality. Answer the questions below to define it.

نبرة الصوت ليست مجرد اختيار كلمات — هي شخصية براندك. أجب عن الأسئلة التالية لتحديدها.

Choose the words that best describe your brand personality: / اختر الكلمات التي تصف شخصية براندك:

- Authoritative / قائد وواثق
- Supportive / داعم وموجه
- Warm & friendly / دافئ وودود
- Playful / خفيف الدم
- Professional & formal / رسمي ومهني
- Simple & direct / بسيط ومباشر
- Inspirational / ملهم
- Other / أخرى: \_\_\_\_\_

If your brand were a person, how would they speak? / لو كان براندك شخصاً، كيف سيتكلم؟

Write one example sentence in your brand's tone of voice: / اكتب جملة واحدة بنبرة براندك:

## Module 4 • الجزء الرابع القنوات والمنصات | Channels & Platforms

Different platforms are not the goal — they are tools to deliver the same message to the right audience. المنصات المختلفة ليست الهدف — هي أدوات لنقل نفس الرسالة إلى الجمهور المناسب.

### Section 1 — Your Communication Channels

### القسم الأول — قنوات التواصل

Which of these channels are relevant to your project? / أي من هذه القنوات مناسب لمشروعك؟

- Website / موقع إلكتروني
- Newsletter / Email / نشرة بريدية
- Social media / سوشيال ميديا
- Podcast / بودكاست
- WhatsApp / واتساب
- Media appearances / Press / ظهور إعلامي
- Other / أخرى: \_\_\_\_\_

Why did you choose these channels? / لماذا اخترت هذه القنوات؟

---

---

### Section 2 — Choose Your Main Platform

### القسم الثاني — اختيار المنصة الأساسية

Primary platform / المنصة الرئيسية

---

Why this platform? / لماذا هذه المنصة؟

---

---

Supporting platform / المنصة الداعمة

---

How will it support your main platform? / كيف ستدعم المنصة الرئيسية؟

### Section 3 — Define the Role of Each Platform

القسم الثالث — دور كل منصة

Reference / مرجع:

- Instagram / TikTok → Discovery / اكتشاف وانتشار
- YouTube / Podcast → Depth / محتوى عميق وبناء ثقة
- Website → Conversion / معلومات وتحويل إلى شراء أو تسجيل

**Main platform / المنصة الرئيسية**

Role / الدور:

**Supporting platform / المنصة الداعمة**

Role / الدور:

### Section 4 — Content Idea per Platform

القسم الرابع — فكرة محتوى لكل منصة

**Main platform content idea / فكرة محتوى للمنصة الرئيسية**

**Supporting platform content idea / فكرة محتوى للمنصة الداعمة**

💡 You do not need to be everywhere. Focus on a few platforms, use them consistently, and let them work together.

لا تحتاج أن تكون في كل مكان. ركز على عدد قليل من المنصات، استخدمها بانتظام، ودعها تعمل معاً.

## Module 5 • الجزء الخامس بناء نظام المحتوى | Building Your Content System

Consistency beats perfection. A simple system you maintain is always better than a perfect system you abandon.

الاستمرارية تتفوق على الكمال. نظام بسيط تلتزم به دائماً أفضل من نظام مثالي تتركه.

### Section 1 — Your Content Capacity

### القسم الأول — قدرتك على الإنتاج

Be realistic before you plan / كن واقعياً قبل أن تخطط.

How many pieces of content can you realistically produce each week? / كم قطعة محتوى تقدر على إنتاجها / أسبوعياً بشكل مستمر؟

- 1–2
- 3–4
- 5+

What formats are easiest for you to produce? / أنواع المحتوى الأسهل بالنسبة لك:

- Talking videos / فيديوهات تتكلم فيها مباشرة
- Reels / short videos / (ريلز) / فيديوهات قصيرة
- Photos / صور
- Carousel posts / Carousel (صور متعددة)
- Written posts / بوستات مكتوبة
- Audio / podcast / محتوى صوتي / بودكاست

### Section 2 — Your Planning System

### القسم الثاني — نظام التخطيط

Choose the system that fits your workflow: / اختر النظام الذي يناسب طريقة شغلك:

**Option A — Weekly Theme** / الطريقة الأولى — موضوع الأسبوع

Each week focuses on one topic tied to a content pillar. / كل أسبوع له موضوع رئيسي مرتبط بأحد محاور المحتوى.

**Your weekly theme example** / مثال على موضوع أسبوع عندك

**Possible content pieces from this theme** / أفكار محتوى ممكنة من هذا الموضوع

## Option B — Content Pillars Rotation / الطريقة الثانية — التناوب على المحاور

Each posting day maps to one pillar. / كل يوم نشر مرتبط بمحور معين.

### Pillar 1 on / المحور الأول يوم

### Pillar 2 on / المحور الثاني يوم

### Pillar 3 on / المحور الثالث يوم

## Section 3 — Your Weekly Content Calendar

## القسم الثالث — خطة المحتوى الأسبوعية

Fill in your simple content calendar:

اكتب جدول محتوى مبسط:

Day / اليوم	Platform / المنصة	Content Idea / الفكرة	Format / النوع

## Section 4 — Content Repurposing

## القسم الرابع — إعادة تدوير المحتوى

Take one content idea and turn it into multiple pieces. / خذ فكرة محتوى واحدة وحولها إلى عدة قطع.

### Main idea / الفكرة الأساسية

**Possible versions / طرق مختلفة لتقديمها :**

- Short video / Reel / فيديو قصير
- Carousel / كاريوسيل
- Quote graphic / اقتباس
- Question / Poll / سؤال للجمهور
- Behind the scenes / كواليس

**Write two different versions of the same idea: / اكتب طريقتين مختلفتين لنفس الفكرة :**

---

---

---



Use this table to diagnose what your data is telling you: / استخدم هذا الجدول لتشخيص ما تقوله بياناتك

الإشارة / Signal	ما يعنيه غالباً / What it probably means
وصول عالٍ وتفاعل ضعيف / High reach, low engagement	البداية شددت الانتباه لكن المحتوى لم يُثر التفاعل / Hook works, content needs strengthening
تفاعل جيد وبدون أي فعل / High engagement, no action	المحتوى ممتع لكن الخطوة التالية غير واضحة / Content is interesting but CTA is unclear
مشاهدات قليلة لكن استفسارات تأتي / Low views, but inquiries coming in	تصل للشخص — الجودة أهم من الكمية / Reaching the right person — quality over quantity
الناس تخرج من الفيديو بسرعة / People leave video quickly	الثواني الأولى تحتاج لتقوية / First few seconds need to be stronger

#### Section 4 — Your Review Habit

#### القسم الرابع — عادة المراجعة

كم مرة في الشهر ستراجع أداؤك؟ / How often will you review your performance?

أي إحصاءات المنصات ستتابع؟ / Which platform insights will you check?

ما الذي يعمل بشكل جيد الآن؟ / What is working well right now?

ما الذي يحتاج إلى تغيير؟ / What needs to change?

💡 Communication is a continuous cycle of testing, observing, and adjusting. Every review makes your strategy stronger.

التواصل عملية مستمرة من التجربة، والملاحظة، والتعديل. كل مراجعة تجعل استراتيجيتك أقوى

Module 7 • الجزء السابع  
استراتيجيتي الرقمية | My Digital Presence Strategy

You have now completed all 6 modules. This is your one-page strategy document — the single place that brings everything together. Fill it in using your answers from each module.

لقد أكملت الآن جميع الأجزاء الستة. هذه هي وثيقة استراتيجيتك في صفحة واحدة — المكان الوحيد الذي يجمع كل شيء معاً. املأها باستخدام إجاباتك من كل جزء.

1 — Purpose & Mission (from Module 1)

الهدف والمهمة (من الجزء الأول)

My mission statement / جملة مهمتي

---

---

2 — My Audience (from Module 2)

جمهوري (من الجزء الثاني)

My audience in one paragraph / جمهوري في فقرة واحدة

---

---

---

3 — Key Messages (from Module 3)

رسائل أساسية (من الجزء الثالث)

Message 1 / الرسالة الأولى

---

---

Message 2 / الرسالة الثانية

---

---

Message 3 / الرسالة الثالثة

---

---

4 — Content Pillars (from Module 3)

محاور المحتوى (من الجزء الثالث)

Pillar 1 / المحور الأول	Pillar 2 / المحور الثاني	Pillar 3 / المحور الثالث	Pillar 4 / المحور الرابع (optional)

## 5 — Tone of Voice (from Module 3) نبرة الصوت (من الجزء الثالث)

My brand personality in 3 words / شخصية براندي في 3 كلمات

My tone of voice is... / نبرة صوتي هي...

## 6 — Channels & Platforms (from Module 4) القنوات والمنصات (من الجزء الرابع)

Main Platform / المنصة الرئيسية	Supporting Platform / المنصة الداعمة	Role / الدور

## 7 — Content System (from Module 5) نظام المحتوى (من الجزء الخامس)

Posting frequency / تكرار النشر


Planning system (weekly theme / pillar rotation) / نظام التخطيط

## 8 — My KPIs (from Module 6) مؤشراتي (من الجزء السادس)

Primary goal / هدف أساسي

KPI I will track / المؤشر الذي سأتابعه

What success looks like in 3 months / شكل النجاح بعد 3 أشهر

 Congratulations — you now have a complete digital presence strategy. Keep this document close. Review it every few months and update it as you grow.

ميروك! لديك الآن استراتيجية رقمية متكاملة. احفظ بهذه الوثيقة. راجعها كل بضعة أشهر وحدثها مع كل تطوّر. 