

عينة مجانية

قوالب ستة أرقام

دليل عملي لتحويل قوالب نوتشن إلى دخل حقيقي — أطر عمل، نماذج مالية مختبرة، وقصص نجاح وفشل صادقة.

ماذا في هذه العينة؟

اخترنا لك 4 صفحات من أصل 50 تُظهر مستوى المحتوى وعمقه:

✓ الرؤية ومسار الأرباح الواقعي عبر 12 شهراً

✓ اقتصاديات المنتجات الرقمية ومقارنة المنصات

✓ استراتيجية التسعير والترسيم الثلاثي

✓ الحاسبات المالية: القيمة الدائمة، تكلفة الاكتساب، ونقطة التعادل

أعجبتك العينة؟ النسخة الكاملة (50 صفحة) تنتظرك:

احصل على الكتاب كاملاً — nawahlabs.com

قالب نوتشن · دليل أعمال · طبعة 2026 المنقحة

قوالب ستة أرقام

كيف يحوّل المبدعون نوتشن إلى دخل حقيقي — الدليل الشامل المصوّر، مع دراسات نجاح وفشل حقيقية، أطر عمل لتحسين محركات البحث، قوالب جاهزة للاستخدام، سير عمل بالذكاء الاصطناعي لعام 2026، نماذج مالية مختبرة ميدانيًا — وفصل جديد عن السوق العربي.

50

صفحة — فعلاً هذه المرة

+20

قالب مبني

3+3

قصص نجاح وفشل

+4

سنوات خبرة

فهد المطيري



مبدع قوالب نوتشن · متخصص إنتاجية · مصمم منتجات

مسار الأرباح الواقعي عبر 12 شهرًا

هذا منحى من إطلاقاتي الفعلية، لا منحى تسويقي. لاحظ «فترة الصمت» — هي القاعدة لا الاستثناء.



الشكل 1.2 — فترة صمت — نقطة تحوّل \$2,100/شهر عند الشهر السابع

اقتصاديات المنتجات الرقمية

على عكس المنتج المادي، يمكن بيع قالب نوتشن ألف مرة بدون عمل إضافي. بمجرد البناء، كل عملية بيع إضافية هي ربح شبه خالص. لا مخزون، لا شحن، لا مستودعات.

المنصة	الرسوم	ربحك من \$29	الميزة
بايهيب		\$27.55 (95%) 5%	أعلى هامش ربح
جمرود	\$0.50 + 10%	\$25.60 (88%)	أفضل اكتشاف داخلي
إتسي	~16% + إعلانات	\$24.35 (84%)	أعلى زيارات مجانية

الشكل 1.3 — صافي تقريبي قبل رسوم معالجة الدفع والضرائب؛ تتغير نسب المنصات، فتتحقق من صفحات التسعير الرسمية قبل الاختيار. **تنبيه التوفر:** فتح متجر إتسي يتطلب أن تكون دولتك ضمن قائمة Etsy Payments — والسعودية وعدة دول عربية غير مدرجة حتى وقت كتابة هذه الطبعة. التفاصيل والبدائل في الفصل التاسع.

× ليس لك إذا

- × لم تستخدم نوتشن أبداً وتتوقع تعليمك من الصفر
- × تريد نجاحاً بين عشية وضحاها بدون جهد
- × غير مستعد للتسويق لما تنبيه
- × تتوقع دخلاً كبيراً في أول 30 يوماً
- × غير مرتاح لنشر عمل غير مثالي

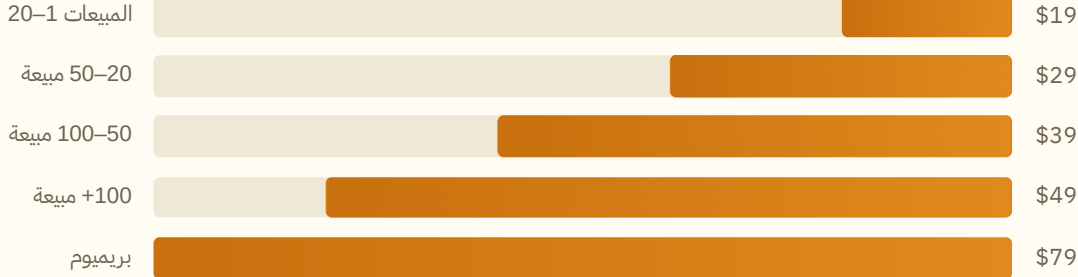
✓ هذا الدليل لك إذا

- ✓ تستخدم نوتشن يوميًا وتفهم لبناته الأساسية
- ✓ تريد إنشاء منتج يربح أثناء نومك
- ✓ لديك 5-10 ساعات أسبوعيًا للاستثمار
- ✓ تفضّل الأنظمة على الفوضى
- ✓ مستعد للتحديث علناً عما تصنعه

توقع صادق — معظم المبدعين لا يربحون شيئاً خلال السنتين يومًا الأولى. هذا ليس سبباً للاستسلام — بل سبباً للبدء بتوقعات صحيحة. كل من يربح أربعة أو خمسة أرقام شهرياً مرّ بفترة صمت. الفرق أنهم استمروا في الإطلاق.

ابدأ منخفضًا. ارتفع بسرعة.

أدكي المبدعين لا يُطلقون سعرهم النهائي. يتسلقون سلماً — كل قفزة تُفتح بحجم المبيعات والدليل الاجتماعي.



الشكل 5.1 — استراتيجية السلم السعري · الدليل الاجتماعي يفتح كل مستوى

استراتيجية التسعير الثلاثي

إذا عرضت سعرًا واحدًا فقط، القرار هو «هل أشتري؟» — احتكاك عالٍ. مع ثلاثة أسعار، القرار يصبح «أي نسخة؟» — احتكاك أقل بكثير. الخيار الأوسط يفوز دائمًا تقريبًا.

بريميوم \$79

كل شيء في القياسي ✓

مكالمة إعداد فردية 30 دقيقة ✓

مساعدة في العلامة التجارية ✓

وصول مباشر عبر البريد ✓

الأكثر شيوعًا

قياسي \$29

القالب + فيديو شرح ✓

3 قوالب مصغرة مكافأة ✓

دعم أولوي + تحديثات مدى الحياة ✓

حزمة قوالب بريد إلكتروني ✓

أساسي \$19

القالب فقط ✓

دعم عادي ✓

توثيق أساسي ✓

سعر الإطلاق الموصى به — \$29. منخفض بما يكفي ليشعر باليسور، ومرتفع بما يكفي ليشير للجودة، ويدفع ثمنه في أول أسبوع استخدام. وهو السعر الذي رآه معظم المشتريين بما يكفي لتلا يترددوا.

حاسبة التسعير

\$1,500	الدخل الشهري المستهدف من هذا المنتج
÷ 40	÷ المبيعات الشهرية الواقعية (20–50)
\$37.50	= إيراد صافي مطلوب لكل عملية بيع
÷ 0.95	÷ نسبة الاحتفاظ بالمنصة (بايهيب ≈ 0.95)
\$39	السعر الذي يجب أن تطلبه

حاسبة نقطة التعادل

متى تسترد استثمارك في الوقت والأدوات؟ احسبها قبل أي إطلاق.

\$1,000	40 ساعة عمل × \$25 × قيمة بديلة
+ \$60	+ أدوات (فيجما، كانفا... شهران)
+ \$100	+ إعلانات اختبار (اختياري)
÷ \$27.55	÷ ربح صافي لكل مبيعة بسعر \$29
مبيعة 43	مبيعات نقطة التعادل

حاسبة القيمة الدائمة (LTV)

كم يستحق كل مشترٍ طوال عمره التجاري معك؟ هذا الرقم يحدد كم يمكنك إنفاقه على جذبته.

\$29	متوسط الشراء الأول
+ \$11.70	+ شراء قالب ثاني (30% × \$39)
+ \$11.85	+ شراء حزمة (15% × \$79)
\$52.55	القيمة الدائمة المتوقعة

حاسبة تكلفة اكتساب العميل (CAC)

كم تدفع لكسب عميل عبر الإعلانات؟ يجب أن تكون أقل من LTV.

\$200	ميزانية الإعلانات الشهرية
÷ 8	÷ عدد العملاء الجدد من الإعلانات
\$25	تكلفة اكتساب العميل

✓ صحي: CAC (\$25) أقل من LTV (\$52.55) — الإعلانات مربحة بنسبة 1 : 2.1