

تحليل المحادثات والتحويل

2026 | سبتمبر | Messenger و WhatsApp و Instagram

جميع الأنشطة التجارية والرسائل والأرقام في هذا التقرير مختلقة لتوضيح التنسيق. هذا ليس دراسة حالة لعميل أو دليلاً على نتائج Entagi.

في هذا الشهر الخيالي، تلقى Luma عدد 480 محادثة. ظهر اهتمام بالحجز في 156 منها، وتضمنت 48 عبارات تؤكد الموعد. ولم تتلقَ 74 محادثة أخرى رداً من النشاط التجاري في العينة. أبرز فرصة هي مساعدة العملاء المهتمين على اختيار الخطوة التالية: الإجابة عن سؤالهم، وعرض موعد متاح فعلياً، وتوضيح آلية إحالة المحادثة.

74

محادثات بلا رد من النشاط التجاري

48

محادثات تتضمن عبارات تأكيد

156

محادثات يُستدل منها على اهتمام بالحجز

480

المحادثات في العينة

أبرز النتائج

- لا يصل الاهتمام دائماً إلى خطوة تالية واضحة. من أصل 156 محادثة أظهرت اهتماماً بالحجز، لا تتضمن 108 أي عبارات تأكيد في الرسائل المتاحة.
- نسبة المحادثات التي تتضمن تأكيداً أعلى على WhatsApp في هذا المثال. وقد يكون مستخدموه أقرب إلى اتخاذ القرار مسبقاً. هذا لا يثبت أن القناة أو المجيب تسببا في هذا الفرق.
- تغطية الردود نقطة بداية عملية. عيّن مسؤولاً لكل محادثة واردة، ثم راجع الأسئلة التي بقيت بلا إجابة قبل زيادة الإنفاق على استقطاب العملاء.

ماذا تعني هذه الأرقام

التأكيد في رسالة لا يعني حجزاً موثقاً أو حضور موعد أو سداداً. لا تتضمن هذه العينة أي سجلات للمواعيد أو المدفوعات أو الحضور.

مصادر المحادثات

يوضح تحليل القنوات أين ينبغي التعمق في الفحص. لكنه لا يحدد أفضل حملة إعلانية ولا يثبت أي قناة تحقق إيرادات أكثر.

يجمع هذا المثال ثلاث قنوات خيالية. يغطي تقريرك فقط الحساب وسجل الرسائل المتاح الذي تسمح بتحليله.

القناة	المحادثات	ردّ النشاط التجاري	اهتمام بالحجز	عبارات تأكيد	بلا رد من النشاط التجاري
Instagram	360	302	112	28	58
WhatsApp	80	72	32	16	8
Messenger	40	32	12	4	8
الإجمالي	480	406	156	48	74

تُحتسب كل محادثة مرة واحدة لكل قناة. لا تتداخل أعداد المحادثات التي تلقت ردّاً والتي لم تتلقَ ردّاً. أما الاهتمام والتأكيد فهما إشارتان قد تتداخلان داخل تلك المحادثات، وليس محادثات إضافية.

ابدأ بصندوق رسائل Instagram

يمثل Instagram عدد 360 من أصل 480 محادثة، و58 من أصل 74 محادثة بلا رد من النشاط التجاري. مراجعة هذه الرسائل يومياً ستعالج أكبر مجموعة بلا رد في العينة.

قد يستخدم الشخص أكثر من قناة. تصف هذه المجاميع المحادثات، لا العملاء الفريدين. لا تتوفر هنا بيانات المصدر على مستوى الإعلان؛ ولا يُصنّف غياب بيانات الإعلان على أنه زيارات غير مدفوعة.

أداء الردود

يصف المالك الخيالي استخدام مزيج من أعضاء الفريق وروبوت محادثة. لا تحدد العينة بشكل موثوق المجيب الذي كتب كل رسالة، لذا تصف هذه الأرقام تعاملهم المشترك مع صندوق الرسائل.

406 من أصل 480

المحادثات التي تلقت رداً

35 دقيقة

وسيط زمن الرد الأول

المحادثات	زمن الرد الأول
166	أقل من 15 دقيقة
140	من 15 دقيقة إلى 1 ساعة
70	من 1 إلى 4 ساعات
30	أكثر من 4 ساعات

زمن الرد هو الوقت المنقضي بين أول رسالة من العميل وأول رد من النشاط التجاري، في 406 محادثات تتوفر فيها بيانات الوقت لكليهما. ويشمل المساء وعطلات نهاية الأسبوع. تُستبعد المحادثات بلا رد من حساب الوسيط، ولا تُحتسب كردود فورية.

افصل السرعة عن الجودة

قد يترك الرد السريع العميل دون تقدم. راجع ما إذا كان قد أجاب عن السؤال، واقترح خطوة تالية مفيدة، ووضح أي إحالة إلى موظف بشري. لا ترتّب الموظفين أو الوكالات أو الروبوتات حسب الأداء دون إسناد موثوق للردود إلى أصحابها.

أرقام زمن الرد هذه خيالية. في التدقيق الفعلي، تُحسب فترات التأخير من بيانات الوقت المتاحة. التأخير وحده لا يثبت ضياع عملية بيع.

أين يتعثر الاهتمام

تُصنّف أدناه 108 محادثات أظهرت اهتماماً دون تأكيد. وهي فرص محتملة للمتابعة أو تحسين الإجراءات، وليست 108 عملاء مفقودين.

النمط في المحادثة	العدد
طلب موعداً، لكن لم يُؤكّد أي موعد	46
ناقش السعر، لكنه لم يؤكد	32
قال إنه سيعود لاحقاً	18
طلب موعداً خارج الأوقات المعروضة	12

المجموعات غير متداخلة في هذه العينة الخيالية. إذا انطبق أكثر من نمط، يُستخدم أول صف مطابق أعلاه. تنتمي جميع المحادثات البالغ عددها 108 إلى مجموعة الاهتمام بالحجز، ولا تتضمن أي منها عبارات تأكيد.

محادثة خيالية S-014

العميل: «هل لديكم مواعيد متاحة هذا السبت؟»

النشاط التجاري: «نعم، نفتح من 9 إلى 6.»

يوضح الرد ساعات العمل، لكن العميل لا يزال بحاجة إلى السؤال مجدداً لاختيار موعد. اقترح أوقاتاً محددة فقط بعد التحقق من توفرها فعلياً.

غياب التأكيد في الرسائل المتاحة لا يعني عدم حدوث حجز. ربما اتصل العميل أو زار المكان أو حجز في مكان آخر أو رد بعد انتهاء العينة.

ما الذي يسأل عنه العملاء

تُصنّف الموضوعات حسب أول خدمة مذكورة. يساعدك ذلك على تحديد الإجابات وخطوات الحجز التي ينبغي تحسينها أولاً.

أول خدمة مذكورة	المحادثات	اهتمام بالحجز	عبارات تأكيد
قص الشعر	160	52	18
صبغ الشعر	140	52	16
تصفيف الشعر للمناسبات	80	24	6
باقات الخدمات	60	16	6
خدمات أخرى أو غير مذكورة	40	12	2

يمثل قص الشعر وصبغه 300 محادثة، منها 104 تُظهر اهتمامًا بالحجز. ابدأ مراجعة ردودك هنا، لأن هاتين الخدمتين تمثلان أكبر حصة من الطلب في العينة.

لغة أول رسالة من العميل

اللغة	المحادثات
الإنجليزية	240
التركية	168
العربية	72

تعتمد الأعداد على أول رسالة مقروءة من العميل، لذا تُحتسب كل محادثة مرة واحدة. لا يعني ذلك أن جميع الرسائل اللاحقة استخدمت اللغة نفسها. تُعرض الحالات مجهولة اللغة أو متعددة اللغات بشكل منفصل عند وجودها.

ردود يمكن لفريقك استخدامها

توضح هذه الأمثلة خطوة تالية أكثر وضوحًا. عدّلها وفق أسعارك وتوفر المواعيد وتفضيلات العملاء وقواعد القناة. لا يُرسل أي شيء تلقائيًا.

عندما يطلب شخص موعدًا

قبل: «نفتح من 9 إلى 6.»

جرب: «لدينا موعد في 10:30 أو 14:00 هذا السبت. هل يناسبك أحدهما؟»

السبب: يحوّل ساعات العمل إلى خيارات. استخدم هذه الأوقات فقط إذا كانت متاحة بالفعل.

عندما يكون السعر مصدر قلق

قبل: «هذا هو سعرنا.»

جرب: «يشمل ذلك الاستشارة والخدمة واللمسات النهائية. أي جزء تود أن أوضحه لك؟»

السبب: يوضح القيمة دون اختلاق خصم. اذكر فقط ما تتضمنه خدمتك فعليًا.

عندما يقول شخص «لاحقًا»

قبل: «حسنًا، أخبرنا حين تقرر.»

جرب: «بالطبع. هل تود أن نتواصل معك مجددًا الشهر المقبل، أم تفضل مراسلتنا عندما تكون مستعدًا؟»

السبب: يسأل عن التفضيل بدلًا من افتراض الإذن بإرسال مزيد من الرسائل. يظل أي تواصل لاحق بحاجة إلى الإذن المناسب، ويجب أن يلتزم بقواعد القناة.

خطتك لـ 30 يومًا المقبلة

حدد مسؤولًا ومقياسًا لكل تغيير. قارن عينات محادثات متشابهة قبل التغيير وبعده، بدلاً من تقييم النجاح بناءً على حجم الرسائل وحده.

الأسبوع 1

عين مسؤولًا عن صندوق الوارد وراجع قائمة الرسائل التي لم يُرد عليها يوميًا.

المسؤول: قائد الفريق

المقياس: نسبة المحادثات التي تتضمن ردًا من النشاط التجاري.

الأسبوع 2

حدّث إجابات الخدمات الرئيسية وتحقق من توفر المواعيد قبل اقتراح الأوقات.

المسؤول: فريق الاستقبال / مسؤول روبوت المحادثة

المقياس: نسبة المحادثات التي تُظهر اهتمامًا ويُقترح فيها إجراء تالي واضح.

الأسبوع 3

راجع عمليات تسليم المحادثات من الوكالة وروبوت المحادثة وإليهما، باستخدام تسميات موثوقة تحدد الجهة التي رُدّت.

المسؤول: صاحب النشاط التجاري / الوكالة

المقياس: تأكيد استلام المحادثات المحوّلة وأسئلة المتابعة التي لم يُرد عليها.

الأسبوع 4

سجّل نتائج الحضور والإلغاء والدفع في نظام العمل المناسب.

المسؤول: مسؤول العمليات

المقياس: مدى تغطية النتائج المتحقق منها والمرتبطة بالمحادثات.

ابدأ بتحديد المسؤول عن الرد وتوضيح خيارات الحجز. راجع النتائج قبل إضافة المزيد من الأتمتة أو تغيير ميزانيات الإعلانات.

قيمة محتملة، مع حدود واضحة

مثال لتحليل الحساسية، وليس توقعًا: إذا تضمنت 5% أو 10% من المحادثات الـ 108 التي أظهرت اهتمامًا لم يُحسم لاحقًا عبارات تأكيد، فسيعادل ذلك نحو 5 أو 11 تأكيدًا إضافيًا. هذه النسب المفترضة ليست معدلات تحويل مرصودة.

النسبة المفترضة	العدد التقريبي للتأكيدات الإضافية
5%	5
10%	11

التأكيد لا يثبت الحضور أو تحقق إيرادات. لا يحدد هذا النموذج أي قيمة مالية، ولا يدعي أن أي تغيير بعينه سيؤدي إلى هذه النتائج.

الأدلة والقيود

- هذا التقرير بأكمله خيالي، بما في ذلك النشاط التجاري ومقتطفات المحادثات وأوقات الاستجابة والإحصاءات. لم تُستخدم أي رسائل حقيقية من العملاء.
- في التدقيق الفعلي، يوضح التقرير الرسائل والنطاق الزمني والقنوات المتاحة فعليًا. قد تؤثر قيود الاستيراد والسجلات السابقة المفقودة في النتائج.
- تُستنتج الإشارات من النص وتُراجع بالرجوع إلى مراجع الرسائل. وهي ليست دليلًا على عملاء محتملين مؤهلين أو طلبات مدفوعة أو حضور مواعيد أو تحقق إيرادات.
- لا تظهر المكالمات والزيارات والمدفوعات التي تتم خارج المنصة، إلا إذا أُدرجت سجلات خارجية موثوقة للنتائج وُحددت بشكل منفصل.
- تستند المقارنات بين القنوات إلى الملاحظة. وتظل هوية من يرد، ونسبة النتائج إلى الحملات، وهوية العميل غير معروفة حين لا يثبتها المصدر.

ماذا قد تكشف لك محادثاتك؟

أشئ تقرير التدقيق المجاني الخاص بك للاطلاع على النتائج والخطوات العملية التالية بناءً على محادثات نشاطك التجاري المتاحة.

entagi.com/free-dm-analysis ابدأ تدقيقك المجاني