**📝 قائمة تحقق CTR/Retention (جاهزة للتطبيق)**

**0) القاعدة الذهبية**

* ابدأ بـ **فيديو واحد** اليوم. عدّل عنصرًا واحدًا في كل دورة (عنوان، صورة، هوك) وراقب الأثر بالأرقام.
* سجل هدفك: CTR ⩾ **5–8%** (مبدئي)، **Average % Viewed ⩾ 45%** لفيديو 8–12 دقيقة. *أهداف أولية قابلة للتعديل حسب المجال.*

**1) الحزمة (Packaging) = CTR**

**العنوان**

* وعد واضح + تحديد + فضول (بدون مبالغة): “كيف تضاعف [نتيجة] في 7 أيام — بدون [عائق]”.
* ≤ 60 حرفًا، الكلمة الأولى قوية، أرقام عند الحاجة.
* لا تحشر 3 أفكار في عنوان واحد — فكرة واحدة = وعد واحد.

**الصورة المصغّرة**

* عنصر بصري واحد مهيمن (وجه/نتيجة/مقارنة قبل/بعد).
* نص كبير ≤ 3 كلمات، تباين عالي، تجنّب الفوضى.
* جرّب **2–3 نسخ** (ألوان/زوايا/كلمة مفتاحية مختلفة).
* لا تكرر نص العنوان حرفيًا على الصورة.

**التناسق بينهما**

* العنوان يخلق السؤال، الصورة تلمّح للإجابة (بدون كشف كامل).
* لا تعارض بين الوعدين؛ أي تضارب يقتل CTR.

**2) الهوك (0–15 ثانية) = بداية الاحتفاظ**

* أول 3 ثوانٍ: **Pattern Interrupt** بصري/صوتي + نتيجة نهائية معروضة مبكرًا.
* لا مقدمات مملة ولا “السلام عليكم… اليوم غادي نهضرو…”.
* تصريح قيمة مباشرة: “في الدقائق الجاية، هتحل [مشكلة] بـ [خطوات/أداة]”.
* افتح **Loop** واحد واضح ستغلقه لاحقًا (تشويق مشروع، رقم صادم…).

**3) الدقيقة الأولى (15–60 ثانية) = ترسيخ الاحتفاظ**

* Roadmap سريع: 3 خطوات/محاور مرقمة تظهر بصريًا.
* **Micro-hooks** كل 10–20 ثانية (سؤال/رقم/تغيّر زاوية/قصة قصيرة).
* قَصِّ 10–20% من السكريبت (إزالة الحشو والتنقلات البطيئة).
* لا Call to Action مبكر؛ خفيفة جدًا فقط إن كانت طبيعية.

**4) الإخراج الذي يمنع الهروب**

* قطع سريع (لا فراغات صامتة > 0.7 ثانية).
* زووم خفيف/تحريك إطار كل 5–8 ثوانٍ.
* B-roll يخدم الجملة الحالية فقط (لا B-roll للزينة).
* نصوص على الشاشة مختصرة ومزامَنة؛ لا تكرار صوت/نص حرفيًا.
* صوت واضح (-16 إلى -12 LUFS تقريبًا)، موسيقى منخفضة لا تغطي الصوت.
* ترجمة/كابتشن تلقّي سريع للمعنى (خاصة على الموبايل).

**5) صُمّم للحظات السقوط المتوقعة**

* عند 30–40 ثانية: أدخل **قيمة مفاجئة** (ملف/قالب/خطأ شائع + حله).
* منتصف الفيديو: قصة قصيرة أو تجربة واقعية تُرجع المشاهد.
* قبل النهاية بـ 20–30%: افتح Loop صغير ثم أغلقه قرب النهاية لتفادي الهروب المبكر.

**6) نهاية ذكية = احتفاظ + جلسة مشاهدة**

* لا تقول “وبهذا نكون…” — بدّلها بـ “لو طبّقت الجزء الأول، شوف التالي: [فيديو مكمل]”.
* شاشة نهاية تربط لفيديو منطقي واحد (لا 4 خيارات تربك).
* علّق رابط الفيديو التالي في أول تعليق/وصف مع تايمستامب.

**7) القياس بعد النشر**

* T+2h وT+24h: راقب **Impressions, CTR, Avg View Duration, Avg % Viewed**.
* افتح **Retention Graph** وحدد نقاط الهبوط > 15% وحدد السبب (حشو، انتقال ممل، CTA مبكر…).
* لو CTR ضعيف وRetention جيد ⇒ عدّل **العنوان/الصورة** فقط.
* لو CTR جيد وRetention سيئ ⇒ عدّل **الهوك/الدقيقة الأولى** فقط.

**8) تجارب سريعة (A/B)**

* بدّل متغيرًا واحدًا في كل تجربة (العنوان *أو* الصورة).
* احتفِظ بالإصدار الأفضل 24–72 ساعة حسب حجم القناة.
* دوّن نتيجة كل تغيير (↑/↓ CTR، ↑/↓ AVD) لتبني قواعدك الخاصة.

**9) قالب ملاحظات لكل فيديو (املأه بعد النشر)**

* العنوان/الصورة المستخدمة:
* CTR بعد 24 ساعة:
* Average % Viewed / AVD:
* أكبر Drop (التوقيت + السبب):
* تعديل قادم (متحول واحد):
* نتيجة التعديل:

**10) معايير مبدئية للاختبار (غير مطلقة)**

* **CTR**: اهدف 5–8% كبداية للفيديوهات الطويلة (قد تختلف حسب المجال والمصدر).
* **Average % Viewed**: ⩾ 45% لفيديو 8–12 دقيقة؛ **Shorts/Reels**: اسعَ لإنهاء ≥ 70%.
* **Drop أول 30 ثانية**: حاول إبقاء الهبوط < 25%.

**نص CTA قصير (للزر/البانر)**

**حمّل «قائمة تحقق CTR/Retention» الآن وابدأ التطبيق.**  
ابدأ بفيديو واحد، طبّق قواعد CTR، واضبط الدقيقة الأولى لرفع الاحتفاظ.  
النمو ليس حظًا؛ إنه تكرار قرارات صحيحة مبنية على أرقام.