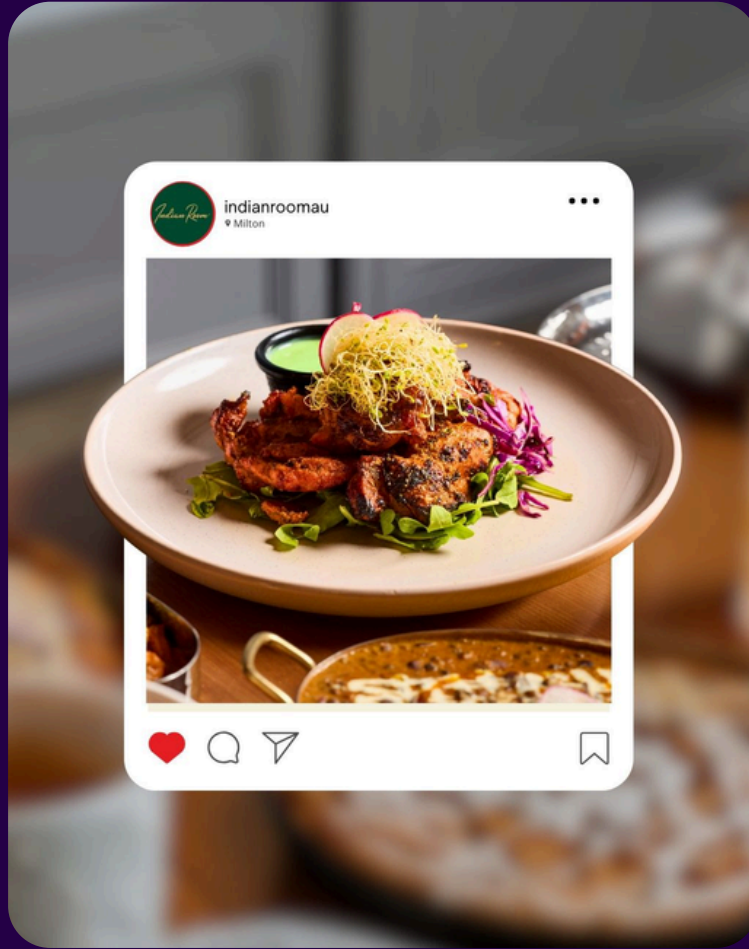




BRIDGES

دليل النجاج

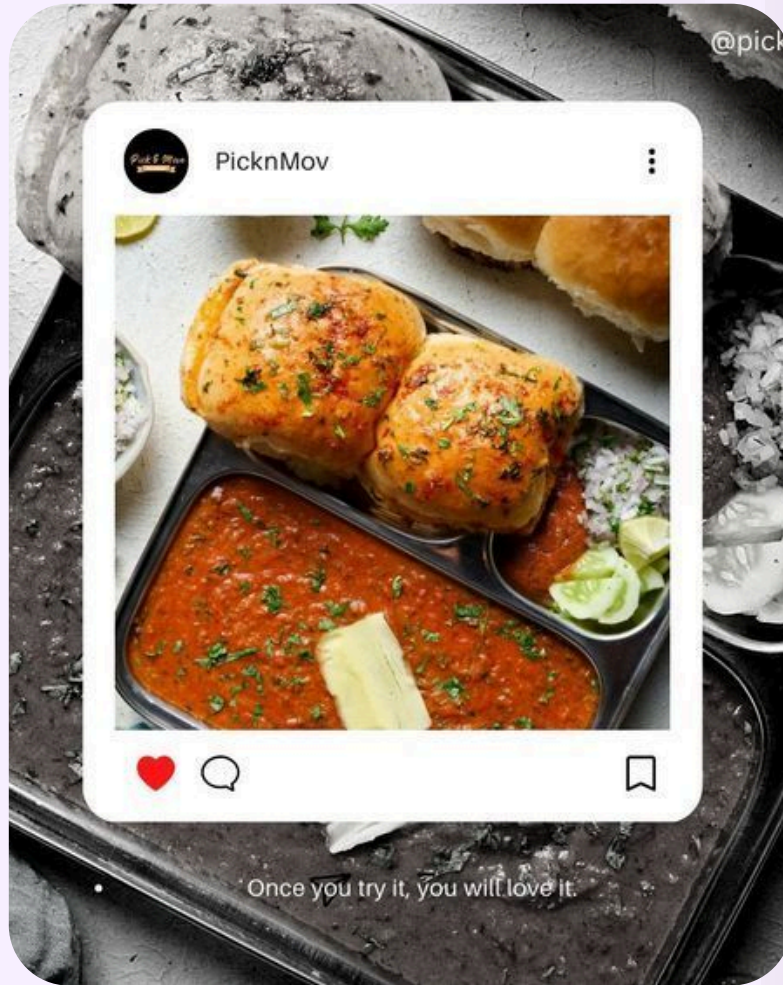
للمطاعم والمقاهي على منصة انستغرام





BRIDGES

تم تصميم هذا الدليل المجاني لمساعدة أصحاب المطاعم والمقاهي على بناء حضور قوي واستراتيجي على وسائل التواصل الاجتماعي. في داخله، ستكتشف الأساسيات الجوهرية التي تحول حسابك على إنستغرام إلى أداة فعّالة لجذب العملاء.





BRIDGES

المحتوى

1. حساب البزنس (BUSINESS ACCOUNT)
2. الملف التعريفي (BIO)
3. صورة العرض (PROFILE)
4. الهايلايت (HIGHLIGHT)
5. الريلز (REELS)
6. الاصوات الرائجه (TRENDING AUDIO)
7. المبيعات من خلال الستوري
8. الانتشار
9. افكار ستوري وجذب (HOOKS)
10. الخلاصة

BUSINESS ACCOUNT

اول شي لازم تعمله، إنك تعمل حساب جديد على انستجرام و تتأكد انه الحساب حساب منشئ "CREATOR" من خلال الخطوات التالية:

- من حسابك على انستجرام، ابحث فوق في الزاوية اليمنى العليا وادخل الإعدادات
- اختر نوع الحساب ACCOUNT TYPE & TOOLS

قم بتحويل حسابك كالتالي: إذا كنت تقوم بالترحيل من حساب شخصي، فاختر التبديل إلى الحساب الاحترافي PROFESSIONAL ثم انقر فوق منشئ المحتوى CREATOR

إذا كنت تقوم بالترحيل من حساب احترافي أعمال، فاختر التبديل إلى حساب منشئ المحتوى CREATOR

إختر الفئة التي تصف بشكل أفضل ماتقدمه للجمهور من خدمات و منتجات. ملاحظة إذا رغبت في ذلك، يمكنك ربط حسابك بصفتك على الفيسبوك، اذا كانت لديك صفحة فيسبوك و ترغب في ربطها بحسابك، فاخترها من القائمة التي تظهر .. إذا كنت لا تريد ربط صفحة فيسبوك، تجاهل هذه الخطوة.

بمجرد قيامك بإعداد حساب المنشئ الخاص بك، سيكون لديك إمكانية الوصول إلى لوحة المعلومات الاحترافية للاطلاع على تحليلات حسابك

BRIDGES

INSTAGRAM BIO.

البايو من أهم أجزاء حسابك، لأنه يعطي أول انطباع للزبون عن المكان والأجواء ونوع الأكل اللي بتقدمه. اعتبره منيو مختصر + تعريف سريع بمطعمك. وفيما يلي شرح تفصيلي لكل جزء:

الاسم (USERNAME & NAME)

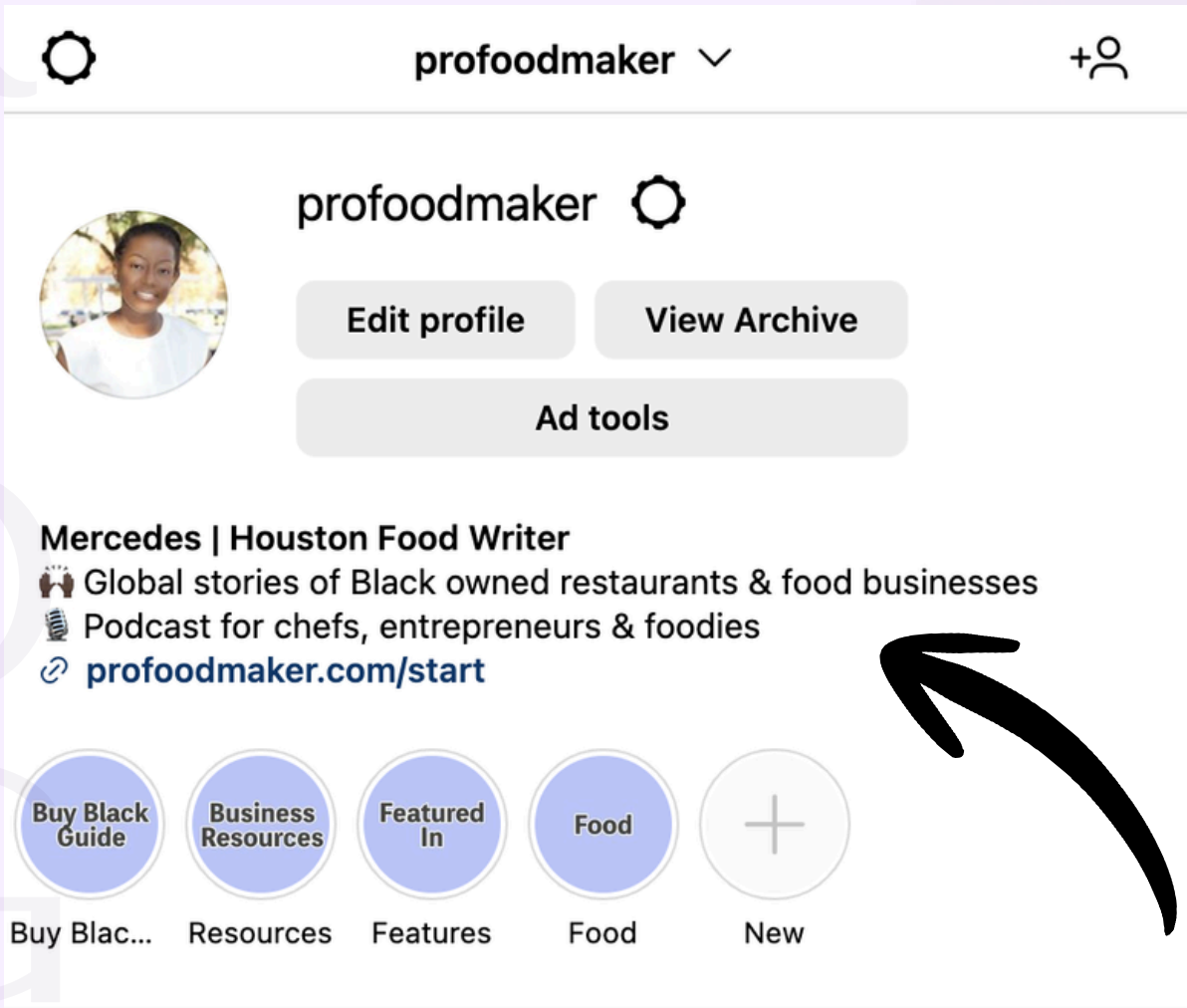
احرص على استخدام كلمات مفتاحية يبحث عنها العملاء المحتملون.

لا تكتفِ باسم العلامة التجارية فقط، بل أضف وصفًا يساعدك على الظهور في نتائج البحث، مثل:

- مطعم إيطالي
- قهوة مختصة
- فطور في (اسم المدينة)
- مطعم عائلي
- برغر - سوشي - مأكولات شرقية

فكر في العبارات التي قد يستخدمها جمهورك عند البحث عن مكان لتناول الطعام أو احتساء القهوة، وأدرجها في الاسم التعريفي.

BRIDGES



The screenshot shows the Instagram profile page for 'profoodmaker'. At the top, there is a gear icon for settings, the username 'profoodmaker' with a dropdown arrow, and a plus icon for more options. Below the header is a circular profile picture of a woman. To the right of the picture are three buttons: 'Edit profile', 'View Archive', and 'Ad tools'. The bio section includes the name 'Mercedes | Houston Food Writer', a hand icon followed by 'Global stories of Black owned restaurants & food businesses', a microphone icon followed by 'Podcast for chefs, entrepreneurs & foodies', and a link icon followed by the URL 'profoodmaker.com/start'. At the bottom, there is a row of five circular buttons: 'Buy Black Guide', 'Business Resources', 'Featured In', 'Food', and a plus sign for 'New'. A large black arrow points from the right side of the bio section towards the 'profoodmaker.com/start' link.

INSTAGRAM BIO.

INSTAGRAM BIO.

السطر الأول - ما الذي يميزك؟

أجب عن السؤال التالي:

**لماذا ينبغي للعميل أن يختار مطعمك تحديدًا؟
أمثلة:**

- أجواء مثالية لوجبة فطور مميزة
 - أشهى أطباق البرغر المشوية
 - قهوة مختصة بطابع احترافي
 - جلسات عائلية مريحة ومأكولات شرقية أصيلة
- يجب أن توضح هذه الجملة القيمة التي تقدمها وتجعل عرضك واضحًا منذ اللحظة الأولى.**

السطر الثاني - إنجازاتك أو نقاط قوتك

هذا الجزء يعزز الثقة والمصداقية. يمكنك ذكر:

- أكثر من 10,000 عميل سعيد
- تقييم 4.8 نجوم على جوجل
- خدمة يومية من الساعة 8 صباحًا حتى 12 مساءً
- عدة فروع داخل المدينة

الأرقام والإنجازات تعكس قوة العلامة التجارية وتطمئن العملاء الجدد.

INSTAGRAM BIO.

السطر الثالث: دعوة واضحة لاتخاذ إجراء، (CTA)

لا تترك الزائر دون توجيه.

استخدم عبارة واضحة تحثه على اتخاذ خطوة محددة، مثل:

- **احجز طاولتك الآن**
 - **اطلب عبر الرابط أدناه**
 - **تصفح قائمة الطعام من هنا**
 - **احصل على خصم خاص لأول طلب**
- كلما كانت الدعوة واضحة ومباشرة، زادت احتمالية التفاعل.**

الرابط في البايو

أضف رابطًا يخدم هدفك الحالي، مثل:

- **رابط الحجز**
 - **رابط الطلب الإلكتروني**
 - **قائمة الطعام**
 - **رقم الواتساب**
 - **الموقع الإلكتروني**
- ويمكنك تحديث الرابط حسب العروض أو الحملات الموسمية.**

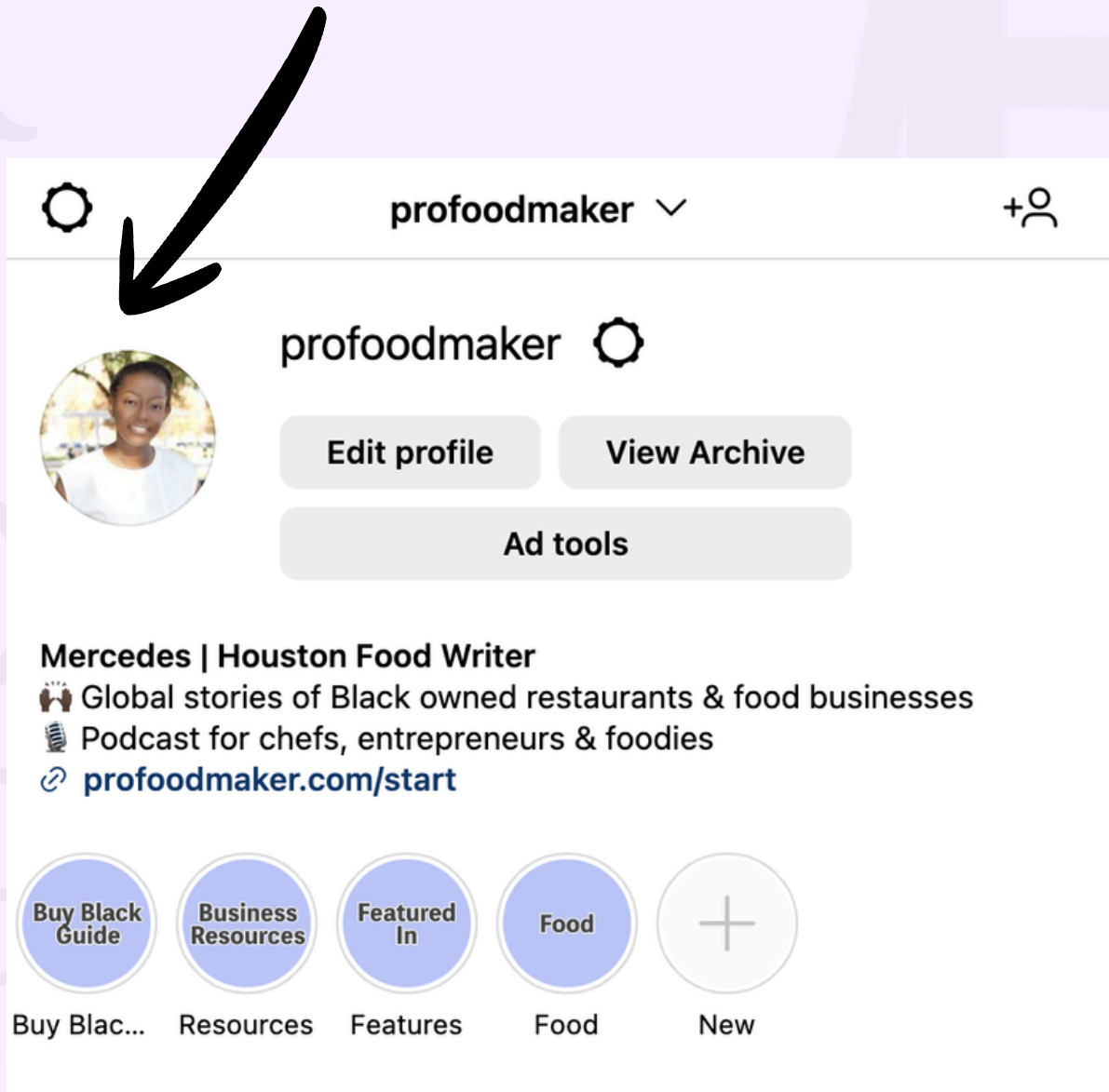
INSTAGRAM BIO.

تحديث البايو باستمرار

مع تطور علامتك التجارية أو إطلاق عروض جديدة، احرص على تحديث السيرة التعريفية او البايو. قد يشمل ذلك:

- إضافة إنجازات حديثة
 - تعديل عبارة الدعوة إلى الإجراء
 - تحديث الكلمات المفتاحية
 - إبراز عرض موسمي
- تذكر أن السيرة التعريفية غالبًا ما تكون أول ما يطلع عليه العميل على إنستغرام، لذا اجعلها واضحة، مقنعة، وغنية بالمعلومات.

INSTAGRAM PROFILE.



INSTAGRAM PROFILE.

صورة الحساب في إنستغرام للمطاعم والمقاهي تُعد صورة الحساب من أول العناصر التي يلاحظها الزائر عند تصفحه لحسابك، لذلك ينبغي اختيارها بعناية، لأنها تمثل هوية مطعمك أو مقهاك وتعكس صورته الذهنية لدى العملاء.

وفيما يلي أهم المعايير التي يجب مراعاتها:

أولاً: الوضوح وسهولة الرؤية

اختر صورة:

- واضحة وعالية الجودة
- جيدة الإضاءة
- قابلة للتعرف عليها بسهولة حتى عند عرضها بحجم صغير
- خالية من التشويش أو التفاصيل غير الضرورية

تجنّب الصور الباهتة أو المزدحمة بالعناصر، لأن صورة الحساب تُعرض بحجم صغير ويجب أن تكون بسيطة ومباشرة.

ثانياً: التوافق مع الهوية التجارية

ينبغي أن تعكس صورة الحساب هوية مطعمك أو مقهاك. لديك خياران أساسيان:

INSTAGRAM PROFILE.

- استخدام الشعار الرسمي (LOGO)
- استخدام رمز بصري مميز مرتبط بعلامتك التجارية
- احرص على أن تتناسق صورة الحساب مع ألوان وهوية المنشورات، حتى تبدو صفحتك متجانسة واحترافية.

ثالثًا: ترك انطباع قوي

صورة الحساب غالبًا ما تكون أول ما يراه الأشخاص عند مصادفة حسابك في نتائج البحث أو التعليقات أو الرسائل. لذلك تأكد من أنها:

- تمثل علامتك التجارية بوضوح
- تعكس طبيعة المكان (فاخر، عصري، عائلي، شبابي...)
- تترك انطباعًا احترافيًا وجذابًا

إنشاء شعار وتصاميم مميزة

إذا لم يكن لديك شعار بعد، يمكنك تصميم واحد بسهولة باستخدام أدوات التصميم مثل منصة CANVA. كل ما عليك هو:

- البحث عن كلمة "LOGO" داخل المنصة
- اختيار قالب مناسب لطبيعة مطعمك أو مقهاك
- تعديل الألوان والخطوط بما يتناسب مع هويتك

BRIDGES

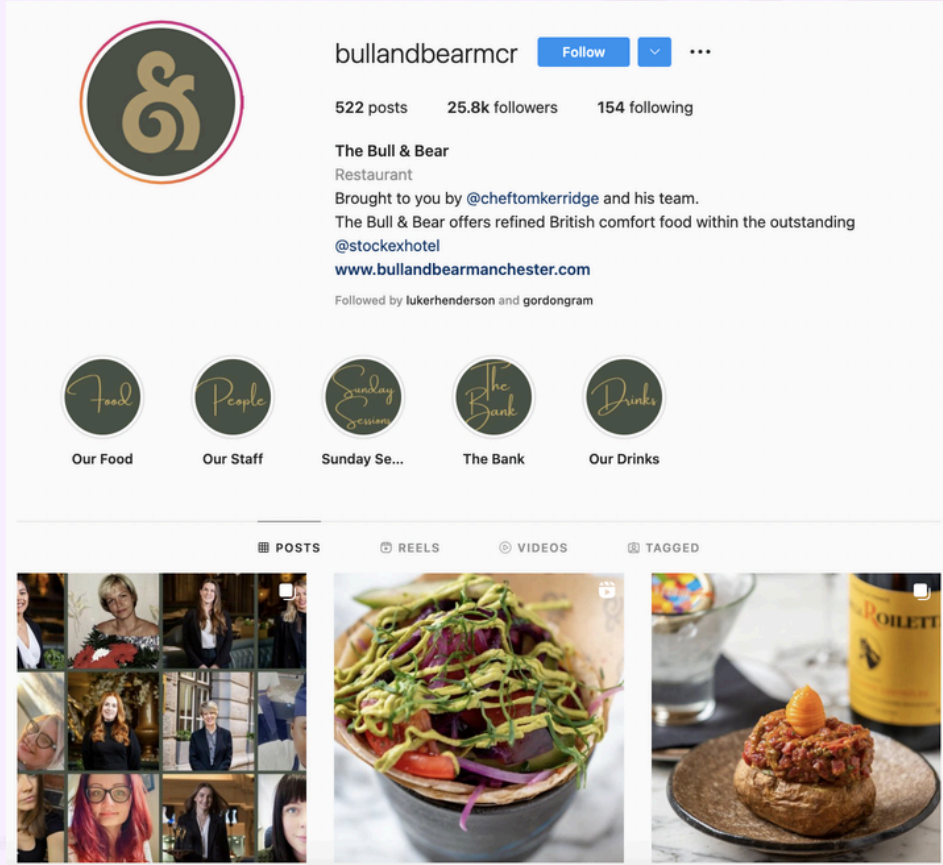
INSTAGRAM PROFILE.

كما يمكنك البحث عن:

INSTAGRAM HIGHLIGHT COVERS

لتصميم أغلفة مميزة للقصاص البارزة، بحيث تحافظ على مظهر أنيق ومتناسق لحسابك.

رغم أن صورة الحساب عنصر بسيط في الشكل، لكنه مؤثر جدًا في بناء الثقة والانطباع الأول. احرص على أن تعكس احترافية مشروعك وجودته منذ اللحظة الأولى.



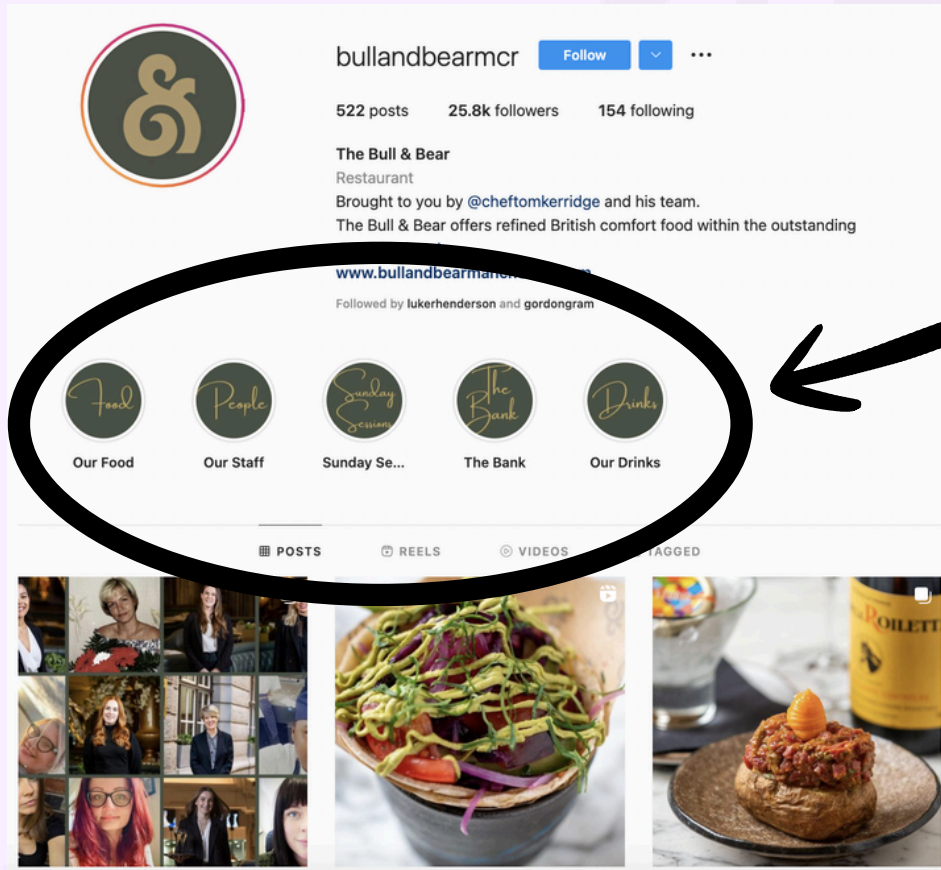
BRIDGES

INSTAGRAM HIGHLIGHT.

الهايلايت (القصص البارزة) في حسابات المطاعم والمقاهي

تُعد القصص البارزة من أهم أجزاء حسابك على إنستغرام، لأنها تظهر للزائر قبل تصفح المنشورات، وتمنحه نبذة سريعة عن مطعمك أو مقهك حتى وإن لم يشاهد أي محتوى سابق.

لذلك، ينبغي أن تتضمن جميع المعلومات المهمة التي ترغب في إيصالها لعميلك المستهدف.



INSTAGRAM HIGHLIGHT.

أولاً: اختيار عناوين واضحة ومختصرة

احرص على أن تكون عناوين الهايلايت:

- قصيرة
- واضحة
- جذابة
- مرتبطة مباشرة بالمحتوى داخلها

أمثلة مناسبة للمطاعم والمقاهي:

- المنيو
- العروض
- آراء العملاء
- أوقات العمل
- فروعنا
- خلف الكواليس
- الحجز

كلما كانت العناوين مباشرة، كان الوصول إلى المعلومة أسهل.

INSTAGRAM HIGHLIGHT.

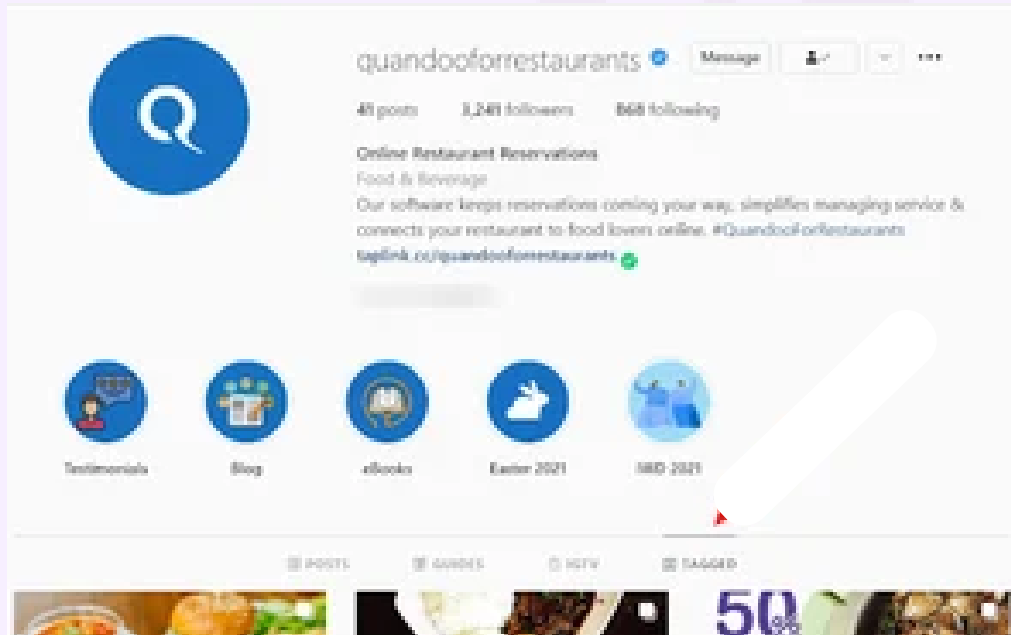
ثانيًا: تصميم أغلفة متناسقة

يساهم التصميم الموحد في تعزيز الاحترافية وبناء هوية بصرية قوية.

يمكنك تصميم أغلفة مميزة عبر منصة CANVA من خلال البحث عن:

INSTAGRAM HIGHLIGHT COVERS

ثم اختيار قالب يتناسب مع ألوان وهوية مطعمك، وتعديله بما يعكس طابع المكان.



INSTAGRAM HIGHLIGHT.

ثالثًا: إظهار الجانب الإنساني وبناء الثقة

العملاء يحبون معرفة من يقف وراء العلامة التجارية، لأن ذلك يعزز الثقة ويقوي العلاقة.

حتى لو لم يكن الحساب شخصيًا، يمكنك إضافة لمسة إنسانية من خلال:

• عرض فريق العمل

• مشاركة كواليس التحضير

• قصة تأسيس المطعم

• مراحل التطوير والنمو

بدون ثقة، لن يتحول المتابع إلى عميل.

احرص على أن تكون صادقًا وقريبًا من جمهورك، وشارك قصتك:

كيف بدأت؟ ما الذي يميزك؟ ما رؤيتك؟



INSTAGRAM HIGHLIGHT.

رابعًا: إبراز قصص النجاح والإنجازات

يمكنك تخصيص هايليت لعرض:

- عدد العملاء الذين تمت خدمتهم
- تقييمات إيجابية
- نسب الوصول أو التفاعل
- صور من فعاليات مميزة
- إنجازات أو توسعات جديدة

هذه العناصر تعزز المصداقية وتشجع العملاء الجدد على التجربة.

خامسًا: شرح المنتجات والإجابة عن الأسئلة المتكررة

من المهم إنشاء هايليت يشرح:

- قائمة الطعام
- مكونات الأطباق المميزة
- خيارات التوصيل أو الحجز
- أوقات العمل
- الأسئلة الشائعة

بهذه الطريقة، يستطيع العميل الرجوع إلى المعلومات في أي وقت دون الحاجة إلى مراسلتك.

INSTAGRAM REELS.

نصائح للوصول الريلز إلى صفحة الاستكشاف وزيادة الانتشار لغير المتابعين

1) استخدم الأصوات الرائجة (TRENDING AUDIO) احرص على اختيار المقاطع الصوتية الرائجة التي يتزايد استخدامها حاليًا.

يفضّل أن يكون عدد استخدامات الصوت لا يزال منخفضًا نسبيًا (على سبيل المثال أقل من 10 آلاف استخدام) مع وجود تفاعل مرتفع على الصوت الأصلي.

تأكد من ظهور السهم الصاعد بجانب الصوت، فذلك يدل على أنه رائج في الوقت الحالي، مما يزيد فرصة وصول الريلز إلى شريحة أوسع من الجمهور.

2) اجعل مدة الريلز قصيرة وجذابة
يفضّل أن تتراوح مدة الريلز بين 4 إلى 7 ثوانٍ، خاصة عند عرض:

- تحضير طبق بطريقة سريعة
- سكب القهوة بلقطة جذابة
- عرض طبق قبل وبعد التقديم

INSTAGRAM REELS.

كلما زاد وقت مشاهدة الفيديو أو تمت إعادة مشاهدته أكثر من مرة، زادت فرصة انتشاره.
يمكنك أيضًا إنشاء مقطع متكرر (LOOP) مع عبارة توضيحية قصيرة تشجع المشاهد على الإعادة



BRIDGES

INSTAGRAM REELS.

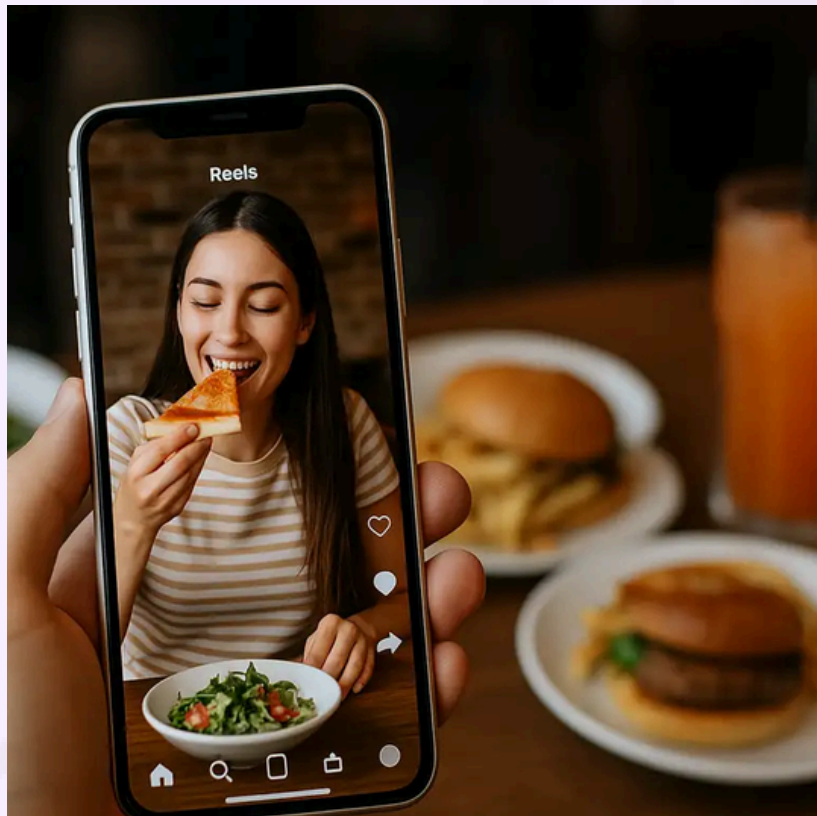
3] ابدأ بلقطة ملفتة للانتباه

اللحظات الأولى هي الأهم.

استخدم مشهدًا بصريًا قويًا في بداية الفيديو مثل:

- لقطة قريبة لجبنة تذوب
- بخار القهوة الساخنة
- صوت قرمشة واضح

الهدف هو جذب انتباه المشاهد فورًا ودفعه للتوقف ومشاهدة الريل حتى النهاية.



INSTAGRAM REELS.

**[4] استخدم عددًا مناسبًا من الهاشتاجات
اكتفِ بـ 3 إلى 5 هاشتاجات ذات صلة مباشرة بالمحتوى
ونوع المطعم أو الكافيه، مثل:**

- #قهوة_مختصة
- #برغر
- #مطاعم_الرياض
- #حلويات

تجنب الإكثار من الهاشتاجات غير المرتبطة بالمحتوى.

**[5] أضف قيمة حقيقية للمحتوى
لا تجعل كل ريل يهدف للبيع المباشر فقط.
بدلاً من ذلك:**

- شارك قصة الطبق أو المشروب
- اعرض كواليس التحضير
- قدم نصيحة بسيطة (مثل طريقة اختيار القهوة المناسبة)

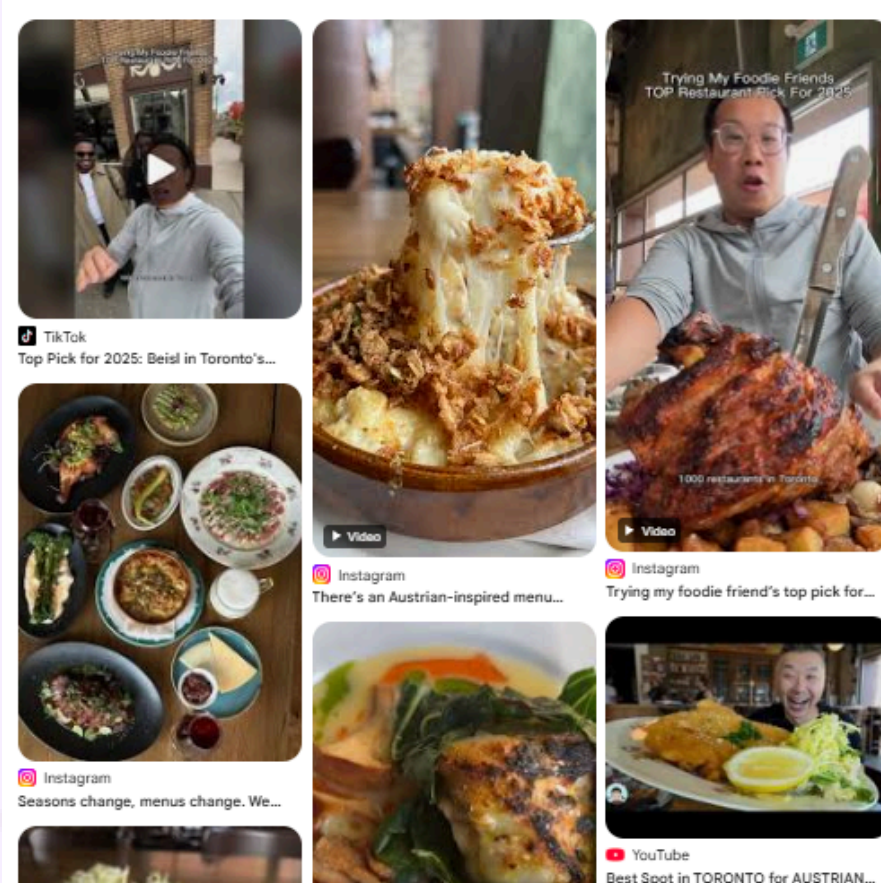
INSTAGRAM REELS.

6] ابن علاقة مع جمهورك

اصطحب متابعيك في رحلتك:

- عرفهم بفريق العمل
- شاركهم لحظات يومية من داخل المطبخ أو المقهى
- تفاعل مع تعليقاتهم وأسئلتهم

بناء علاقة حقيقية مع الجمهور يعزز الثقة ويزيد من التفاعل والانتشار.



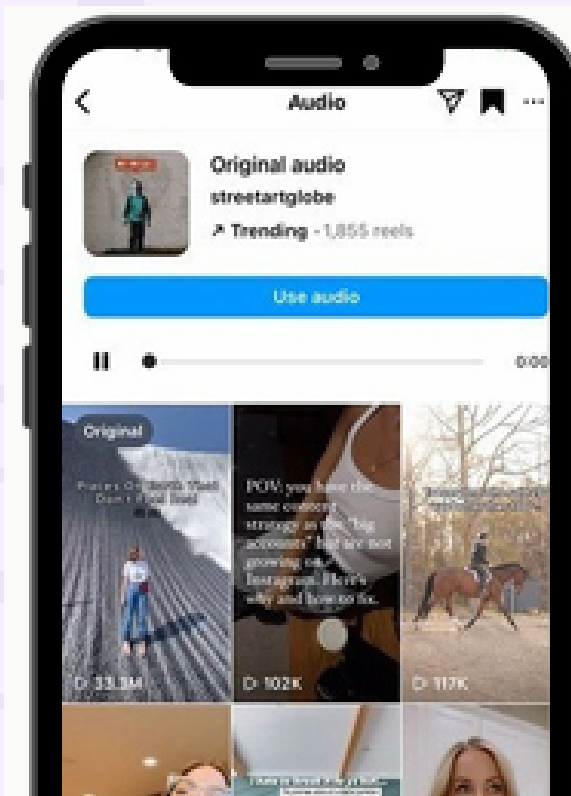
TRENDING AUDIO

أهمية استخدام الأصوات الرائجة في ريلز المطاعم والكافيهات

تُعد الريلز مقاطع فيديو قصيرة تُستخدم بفعالية في التسويق الرقمي، وهي من أكثر أنواع المحتوى التي تعزز فرص الانتشار والوصول إلى صفحة الاستكشاف وفقاً لخوارزمية إنستغرام.

بالنسبة للمطاعم والكافيهات، يمكن استثمار الريلز في:

- عرض تحضير الأطباق والمشروبات
- إبراز أجواء المكان
- تقديم العروض الجديدة
- إظهار آراء العملاء وتجاربهم



TRENDING AUDIO

قبل نشر أي ريل... قم بالبحث أولاً
قبل البدء بنشر محتوى عن مطعمك أو مقهاك، خصص
بعض الوقت للبحث عن حسابات مشابهة في نفس
المجال أو المدينة.

انتبه إلى:

- أكثر الريلز مشاهدة لديهم
- نوع التصوير المستخدم
- طريقة عرض الطعام أو المشروب
- الصوت المستخدم في المقاطع الناجحة



كيف تستفيد منه كمطعم أو كافييه؟

يمكنك توظيف الصوت الرائج في:

- لقطة سريعة لسكب القهوة مع الإيقاع
 - تقطيع طبق مميز متزامن مع الموسيقى
 - انتقالات سريعة بين أجواء المكان
- المهم أن يكون الصوت متناسقًا مع هوية المكان
وأسلوب التصوير، لا مجرد تقليد عشوائي للترند.

TRENDING AUDIO

كيف تجد الأصوات الرائجة في بدايتها؟

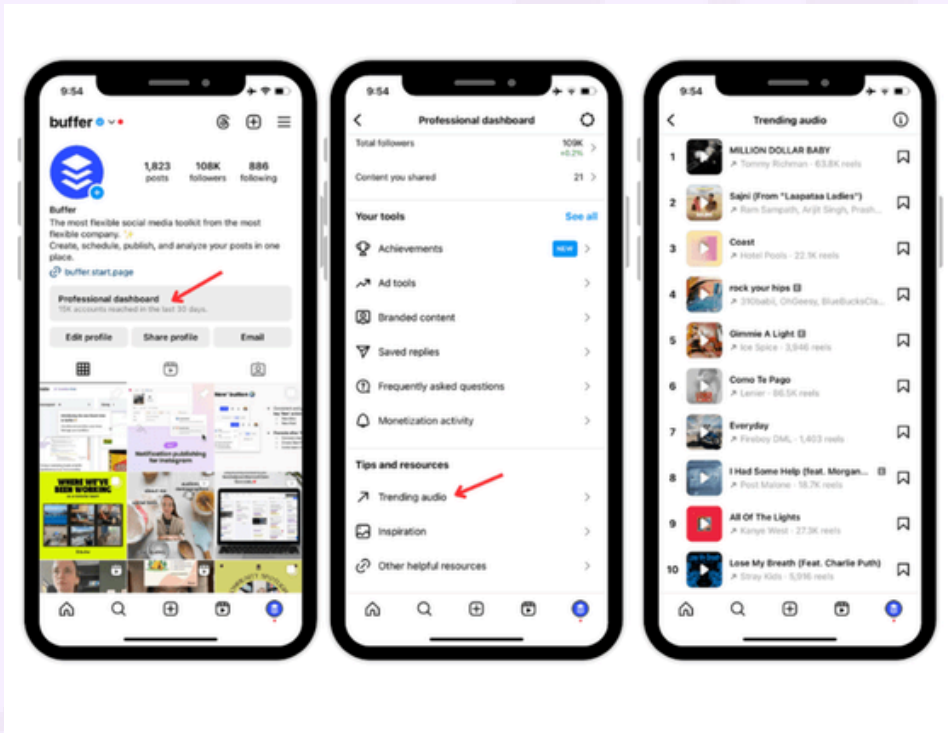
1. افتح قسم الريلز في تطبيق إنستغرام او استخدم صفحه فعالة.

2. ابحث عن مقطع يحتوي على صوت يعجبك.

3. اضغط على اسم الصوت أسفل الفيديو (بجانب رمز النوتة الموسيقية).

4. ستنتقل إلى صفحة الصوت، حيث يمكنك رؤية:

- عدد مرات استخدامه
- عدد مشاهدات الفيديو الأصلي
- جميع الريلز التي استخدمته



BRIDGES

كيف تبيع عبر القصص (STORIES) في المطاعم والكافيهات؟

[1] شارك محتوى قريبًا من جمهورك (RELATABLE STORY)
احرص على نشر محتوى يشعر المتابع بأنه يشبهه ويعبر عنه، مثل:

- مواقف يومية داخل المقهى
- كواليس تحضير الطلبات
- ازدحام نهاية الأسبوع
- تعليق طريف من أحد العملاء

[2] شارك قصتك ورحلتك
لا تكتف بعرض المنتجات فقط.

تحدث عن:

- بداية مشروعك
- التحديات التي واجهتها
- النجاحات الصغيرة قبل الكبيرة

كيف تبيع عبر القصص (STORIES) في المطاعم والكافيهات؟

[3] شارك محتوى تفاعلي يوميًا (INTERACTIVE STORY)
انشر محتوى سهل على المتابعين التفاعل معه عبر القصص، ويفضل نشر:

- قصة واحدة تفاعلية يوميًا أو كل يومين على الأقل
- استخدام الملصقات التفاعلية مثل:

○ الاستطلاع (POLL)

○ صندوق الأسئلة (QUESTION BOX)

○ اختبار ممتع (QUIZ)

○ المؤقت الزمني (TIMER)

هذه الأدوات تشجع المتابعين على المشاركة وزيادة التفاعل مع حسابك.

[4] أضف دعوة واضحة لاتخاذ إجراء (CALL TO ACTION)
من المهم جدًا أن تضيف في كل قصة دعوة واضحة، مثل:

- إضافة رابط المتجر أو قائمة الطلبات
- توجيه المتابع إلى الحجز أو الطلب
- استخدام ملصق الرسائل المباشرة (DM) لتمكين العملاء من الاستفسار أو الشراء بسهولة

كيف تجعل حساب مطعمك أو مقهاك ينتشر (GO VIRAL)؟

1] كن نشطًا في البداية

في مرحلة النمو الأولى:

- انشر 2-3 ريلز يوميًا إن أمكن
 - انشر 5-7 قصص يوميًا
 - كن حاضرًا بالتفاعل والرد على الرسائل والتعليقات
- هذا يعطي خوارزمية إنستغرام إشارة بأن حسابك نشط وينشر باستمرار.
- بعد بناء قاعدة متابعين جيدة، يمكنك تقليل النشر إلى 3-4 مرات أسبوعيًا مع التركيز على جودة المحتوى.

2] قاعدة 15 دقيقة قبل و30 دقيقة بعد

قبل نشر الريل بـ 15 دقيقة:

- تفاعل مع حسابات في نفس مجالك
- اكتب تعليقات حقيقية
- انشر قصة

كيف تجعل حساب مطعمك أو مقهاك ينتشر (GO VIRAL)؟

بعد نشر الرييل بـ 30 دقيقة:

- رد على التعليقات فورًا
- تفاعل مع الرسائل
- حافظ على نشاط الحساب

هذه الطريقة تزيد فرصة وصول المنشور لعدد أكبر من الأشخاص.



3) استخدم "الهوك" في بداية الرييل، أول 3 ثوانٍ هي الأهم.

استخدم عبارة أو مشهدًا يجذب الانتباه، مثل:

- "3 أسباب تجعل هذا الطبق الأكثر طلبًا لدينا!"
- "لن تصدق كيف نحضر قهوتنا المميزة!"
- "أكثر طلب يُباع خلال 10 دقائق!"

ويُفضل ألا تتجاوز مدة الرييل 7 ثوانٍ إن كان سريع الإيقاع

كيف تجعل حساب مطعمك أو مقهاك ينتشر (GO VIRAL)؟

٤) اجعل المحتوى قابلاً للحفظ أو المشاركة قبل نشر أي ريل، اسأل نفسك: هل سيحفظه الناس؟ هل سيرسلونه لأصدقائهم؟ أمثلة:

- عرض مميز لفترة محدودة
- معلومة عن طبق جديد
- تجربة تستحق المشاركة

كلما زادت نسبة الحفظ والمشاركة، زادت فرصة ظهوره في صفحة الاستكشاف. ولا تنس كتابة وصف (CAPTION) قيم يشجع على القراءة بينما يستمر الريل في العمل بالخلفية، مما يزيد عدد المشاهدات.

كيف تجعل حساب مطعمك أو مقهاك ينتشر (GO VIRAL)؟

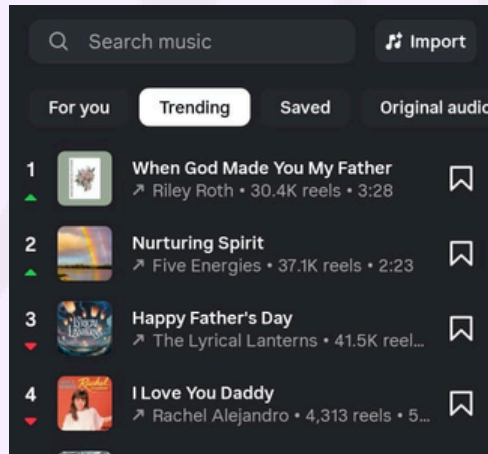
5] أضف دعوة واضحة للتفاعل (CALL TO ACTION) في نهاية الوصف، اطلب من جمهورك التفاعل، مثل:

- اكتب "جاهز" إذا ترغب بتجربته
- من ستدعو لمشاركته هذا الطبق؟
- صوت لطلبك المفضل في التعليقات

يمكنك أيضًا طرح سؤال مباشر أو تشجيعهم على التصويت في القصص.

6] استخدم الأصوات الرائجة بذكاء، اختيار الصوت مهم جدًا لانتشار الريل. لا تخر صوتًا عشوائيًا، بل اختر صوتًا في بداية الترنند، ويفضل أن يكون:

- عدد استخداماته أقل من 5 آلاف
- عليه مؤشر الرواج (السهم الصاعد)



BRIDGES

قبل ما تنشر الرييل... تأكد من هالقائمة



الفيديو ملفت؟

صوّر أكل شهّي، لقطات قريبة، إضاءة جميلة... خلي المشاهد يوقف عن التمرير فوراً!

الكابشن قوي؟



أول جملة لازم تجذب
مثال: "أول لقمة رح تغيّر يومك!"

في طلب واضح؟ (CTA)

احجز الآن



جرّب العرض اليوم
اكتب رأيك بالتعليقات
هاشتاقات مناسبة؟

3-5 هاشتاقات كافية لزيادة الوصول

ريل ناجح = مشاهدات أكثر + زبائن أكثر!

امثله تستخدمها كجذب للمقاطع

القصيره

(HOOK)

- مستعد لأول لقمة تخليك ترجع مرة ثانية؟
- إذا جعت... إحنا الحل.
- حذر معدتك... الفيديو هذا خطير
- اللي بتحبه... حضرناه اليوم مخصوص إلك.
- اليوم بتغش حالك... ولا بتجي لعنا؟
- وقف التمرير... وشوف شو نازل من عنا اليوم.
- صوت القرمشة هذا مش عادي
- وجبتك المفضلة... صارت أطيب.
- بدك تدلّ حالك؟ إحنا جاهزين.
- أول لقمة علينا... والباقي عليك

امثله تستخدمها كجذب للمقاطع

القصيره

(HOOK)

- تجربة اليوم تبدأ من هنا.
- لأن ذوقك يستحق الأفضل.
- نكهة ما يتكرر... تعال جرّبها بنفسك.
- العشاء الليلة لازم يكون مميز.
- جاهز لأول لقمة تدفرك من الطعم؟
- إذا جعت... إحنا السبب.
- حدّر أصحابك... اليوم العزيمة علينا
- أول رشفة بتغيّر مودك
- قهوتك بتناديك.
- استراحة اليوم؟ لازم تكون عنا.
- مود حلو يبدأ بفنجان.

BRIDGES

افكار ستوري (قصة) جاهزه

خلف الكواليس (BEHIND THE SCENES)

- عرض تجهيز الوجبات الشهيرة قبل التقديم

- فيديو قصير للشيف وهو يحضر طبق اليوم
الخاص
- تجهيز المشروبات بطريقة فنية (قهوة،
كوكتيل) 
- أطباق اليوم / منيو اليوم
- صورة أو فيديو سريع للطبق المميز اليوم
مع نص جذاب
- "طبق اليوم: تجربة ما بتتفوت"
- استفتاء: "تحبوه حار  أو معتدل ؟"

افكار ستوري (قصة) جاهزه

تفاعل مع المتابعين

- استطلاع رأي: "أي صنف تحبون نشوفه على المنيو الأسبوع الجاي؟"
- سؤال تفاعلي: "اختر طبقك المفضل!"
- مسابقة: "من يزورنا اليوم ويحضر الستوري يحصل على خصم صغير 🎁"
- قصص نجاح / تقييمات الزبائن
- مشاركة رسالة أو تعليق إيجابي من زبون
- فيديو قصير لزبون يشارك تجربته في المطعم
- صور قبل/بعد لطبق مطبوخ بطريقة جذابة

BRIDGES

افكار ستوري (قصة) جاهزه

محتوى ترفيهي

- تحديات صغيرة: "خمن المكونات في هذا الطبق"

● كويز عن المطعم أو الأطلعة

● مؤثرات موسيقية على فيديو إعداد

الطعام

عروض وخصومات

● عرض اليوم / عرض نهاية الأسبوع

● عد تنازلي لعرض معين باستخدام ستوري

TIMER

● خصم خاص لمتابعي الستوري

الخلاصة

النجاح على إنستغرام لا يعتمد على الحظ، بل على استراتيجية واضحة ومحتوى مدروس.

عندما يجتمع المشهد الجذاب، والكابشن المؤثر، والدعوة الواضحة للإجراء، مع هاشتاقات مناسبة... يتحول المحتوى إلى أداة حقيقية لجذب العملاء، وزيادة المبيعات.

تذكر دائمًا:

**المحتوى الجيد يجذب الانتباه،
والمحتوى الذكي يبني علاقة،
والمحتوى الاستراتيجي يبيع.
ابدأ بالتطبيق... وشاهد الفرق.**