CLIENTS & PRICING HANDBOOK • FOR DESIGNERS

دليل المصمم للتعامل مع العميل والتسعير

من "بكام؟" لحد ما الفلوس توصل

السلام عليكم، بكام اللوجو؟ 🙂

أهلًا بحضرتك! قبل السعر محتاج أفهم المشروع شوية. ممكن 5 دقايق نتكلم عن البراند والمطلوب؟

أكيد، اتفضل 👌

PROPOSAL

عرض سعر • هوية بصرية

40% مقدّم | 30% بعد الاعتماد | 30% عند التسليم

صمّم كويس، واشتغل أذكى

بريف • تسعير • عقود • دفعات • تعديلات

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

WRITTEN & DESIGNED BY
MOHAMMED BAHAA

مقدمة

قبل ما نبدأ

آخر كتيّب في السلسلة

ممكن تكون أشطر مصمم في مدينتك، وبرضه تخسر فلوس، وتقعد شهرين في تعديلات، وتسلّم شغل محدش دفع باقيه. ده مش لأنك مصمم وحش؛ ده لأن محدش علّمك **الجزء التاني** من الشغلانة: التعامل مع العميل.

الكتيّب ده عن الجزء ده: إزاي ترد على "بكام؟"، وتسعّر صح، وتكتب عرض وعقد، وتتعامل مع التعديلات والعميل الصعب، وتتقبض. ومعاه رسايل جاهزة باللهجة المصرية تنسخها وتعدّلها.



رحلة أي مشروع... والكتيّب ماشي معاها بالترتيب

إزاي تقرا الكتيّب

- الفصول 1–4: من أول رسالة لحد البريف.
- الفصول 5–10: التسعير، والعرض، والعقد، والدفعات.
- الفصول 11–15: إدارة المشروع، والتعديلات، والعميل الصعب، والتسليم، ورفع الأسعار.
- الفصول 16–20: رسايل جاهزة، وأخطاء، وحالات، وتمارين، وقائمة مراجعة.

تنبيه مهم

الأرقام في الكتيّب **أمثلة للحساب** مش أسعار سوق. السعر بيختلف حسب البلد والخبرة ونوع العميل. والأجزاء القانونية نقط عامة للتفكير، والعقد الرسمي يتراجع مع محامي في بلدك.

فهرس

المحتويات

عشرين فصل من أول رسالة للتقييم

01	الشغل الحر بيزنس	← 4
02	أول رسالة: "بكام؟"	← 5
03	فرز العملاء	← 6
04	البريف والاجتماع الأول	← 7
05	طرق التسعير	← 9
06	احسب سعرك	← 10
07	الباقات والتسعير بالقيمة	← 12
08	العرض المكتوب	← 13
09	العقد والحقوق	← 15
10	الدفعات	← 16
11	إدارة المشروع والتواصل	← 17
12	التعديلات وزحف المطالب	← 18
13	العميل الصعب	← 19
14	التسليم وما بعده	← 21
15	رفع الأسعار وبناء السمعة	← 22
16	رسايل جاهزة	← 23
17	أخطاء بتتكرر	← 25
18	حالات تطبيقية	← 26
19	تمارين المصمم	← 28
20	Client Checklist	← 29

CLIENTS • PRICING • CONTRACTS

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الأول

الشغل الحر بيزنس

أنت مش بس مصمم؛ أنت شركة من شخص واحد

لما تشتغل لحسابك، أنت المصمم والمبيعات والمحاسب وخدمة العملاء. لو أهملت أي واحد فيهم، الباقيين هيدفعوا التمن. أغلب المصممين بيصرفوا 100% من طاقتهم على التصميم، و0% على الباقي، وبعدين يستغربوا ليه الدخل مش ثابت.

عقلية "الفنان"

"أنا بس عايز أصمم، والفلوس هتيجي." مبيكتبش عقد، مبياخدش مقدّم، وبيقبل أي تعديل عشان العميل يفضل مبسوط.

عقلية "صاحب البيزنس"

"أنا بقدّم خدمة ليها قيمة وليها نظام." عنده بريف، وعرض، وعقد، ومراحل، وحدود واضحة. والعميل بيحترمه أكتر.

التلات حاجات اللي العميل بيشتريها فعلًا

النتيجة

مش "لوجو"؛ هو عايز ناس تثق فيه وتشتري منه.

الراحة

إنه يكون مطمّن إن الشغل ماشي وهيخلص في معاده.

الثقة

إنه مش هيتنصب عليه ولا هيتساب في نص الطريق.

مثال

مصممين بنفس المستوى. الأول بيرد على الواتساب بعد يومين وبيبعت الشغل من غير شرح. التاني بيرد في نفس اليوم، وبيبعت تحديث كل أسبوع، وبيعرض الشعار مع سبب كل قرار. التاني بيطلب ضعف السعر، وعنده قايمة انتظار.

خلاصة الفصل

التصميم الكويس بيخلّي العميل يرجع. التعامل الكويس بيخلّيه يرجع **ويجيب معاه حد**.

الفصل التاني

أول رسالة: "بكام؟"

السؤال اللي بيخسّر نص المصممين

أغلب الرسايل الأولى بتبقى "بكام اللوجو؟". لو رديت برقم على طول، يا إما هتطلع غالي من غير ما تشرح ليه، يا إما رخيص وهتندم. الحل إنك ترد بـ **سؤال**، أو بـ **نطاق**.

رد برقم على طول ✗

العميل

بكام اللوجو؟

المصمم

500

غالي 😅 فيه حد بيعمله بـ 200

رد بسؤال ✓

العميل

بكام اللوجو؟

المصمم

أهلًا بحضرتك! السعر بيختلف حسب المشروع. ممكن أعرف البراند بيعمل إيه، ومحتاج شعار بس ولا هوية كاملة؟

محل حلويات جديد، ومحتاج شعار ومنيو ويافطة

الرد بنطاق

لو العميل أصرّ على رقم قبل أي كلام، اديله **نطاق** مربوط بالمطلوب: "الشعار لوحده بيبدأ من كذا، والهوية الكاملة من كذا لكذا حسب التطبيقات. بعد ما نتكلم 10 دقايق هقولك رقم دقيق." النطاق بيفرز العميل اللي ميزانيته بعيدة خالص من غير ما تضيّع وقته ووقتك.

اعمل صفحة خدمات

- صفحة أو هايلايت فيها خدماتك و"تبدأ من" لكل خدمة.
- 3–5 أمثلة من شغلك لكل خدمة.
- خطوات الشغل معاك باختصار.
- الأسئلة المتكررة: المدة، التعديلات، الدفع.

نصيحة

ابعت الرد الأول في نفس اليوم حتى لو مشغول: "وصلتني رسالتك، هرد بالتفاصيل بكرة الصبح". السرعة في الرد بتتقري احترافية.

الفصل التالت

فرز العملاء

مش كل عميل مكسب

أسوأ مشروع هو اللي كان المفروض متقبلوش من الأول. علامات بسيطة في أول محادثة بتقولك المشروع ده رايح على فين.

علامات خضرا

- عارف هو عايز إيه، أو عايز يفهم.
- سأل عن طريقة الشغل مش السعر بس.
- عنده ميزانية تقريبية وقالها.
- مستعد للمقدّم والعقد.
- بيحترم المواعيد في الرد.
- شاف شغلك وجاي عشان أسلوبك.

علامات حمرا

- "حاجة بسيطة مش هتاخد منك 5 دقايق".
- "اعمل نموذج الأول ولو عجبني ندفع".
- "ده هيبقى في البورتفوليو بتاعك" بدل الفلوس.
- مستعجل جدًا من غير سبب، ومش عايز يدفع زيادة.
- بيتكلم وحش عن كل المصممين اللي قبلك.
- رافض المقدّم أو العقد.

أسئلة الفرز

السؤال	ليه
المشروع ده لإيه، والبراند بيعمل إيه؟	تعرف الحجم والنوع.
محتاج إيه بالظبط؟	شعار؟ هوية؟ سوشيال؟ تغليف؟
فيه ميعاد معين؟	إطلاق؟ معرض؟ رمضان؟
فيه ميزانية تقريبية؟	توفر وقت الطرفين.
مين اللي هياخد القرار؟	عشان متعرضش على حد والقرار عند حد تاني.

قاعدة

قول "لأ" بأدب أسهل بكتير من إنك تخرج من مشروع في نصه. "شكرًا جدًا، بس المشروع ده مش هيكون مناسب ليا دلوقتي، وأتمنى لك التوفيق" جملة بتحميك.

الفصل الرابع

البريف والاجتماع الأول

المشروع بيتكسب أو بيتخسر هنا

البريف هو الاتفاق على **المشكلة** قبل الحل. كل ما البريف كان واضح، كل ما التعديلات قلّت، وكل ما قدرت تدافع عن شغلك. واكتبه دايمًا، حتى لو الكلام كان في تليفون.

استبيان البريف

القسم	الأسئلة
البراند	اسمه ومعناه؟ بيعمل إيه؟ بقاله قد إيه؟ إيه اللي يميّزه؟
الجمهور	مين؟ عمره؟ فين؟ بيشتري ليه؟
الشخصية	3 صفات للبراند؟ و3 صفات مش عايزها؟
المنافسين	3–5 منافسين؟ إيه اللي عاجبك ومش عاجبك فيهم؟
المطلوب	التسليمات بالظبط؟ اللغات؟ المقاسات؟
الذوق	أمثلة بتحبها وأمثلة بتكرهها، وليه؟
العملي	الميعاد؟ الميزانية؟ مين بيقرر؟ ممنوعات؟

نصيحة

ابعت الاستبيان قبل الاجتماع، وفي الاجتماع اسأل "ليه؟" على كل إجابة. الإجابة الأولى غالبًا سطحية، والتانية هي اللي فيها الحقيقة.

ترجمة كلام العميل

العميل بيقول	غالبًا قصده	اسأله
"عايزه حديث"	مش شبه المنافس القديم.	حديث زي مين؟ وريني مثال.
"عايزه بسيط بس مميز"	سهل يتفتكر.	فيه شعار بسيط بتحبه؟
"مش عايز ألوان كتير"	خايف من الزحمة.	لون أساسي واحد كفاية؟
"عايزه يبان غالي"	مستوى سعري أعلى من المنافسين.	مين جمهورك وبيدفع قد إيه؟
"زي اللوجو ده بالظبط"	عاجبه إحساس معين فيه.	إيه بالظبط اللي عاجبك؟ الخط؟ اللون؟

ملخص البريف (اتفاق مكتوب)

BRIEF SUMMARY

ملخص البريف – سُفرة

البراند: مطبخ أونلاين لأكل بيتي مصري. **الجمهور:** عيلات وموظفين 25–50. **الصفات:** دافي، بيتي، نضيف (ومش: فاخر، أكل سريع). **المنافسين:** أحمر وأصفر صارخ. **المطلوب:** شعار + 3 نسخ، باليت، منيو A5، قالب بوست، ختم للعلب. **الميعاد:** 4 أسابيع. **القرار:** صاحبة المطبخ.

"لو الملخص ده مظبوط، رد بـ "موافقة" ونبدأ."

ليه المكتوب مهم؟

بعد أسبوعين، لما العميل يقول "أنا كنت عايزه فاخر"، ترجع للملخص اللي هو وافق عليه. مش عشان تكسب نقاش، لكن عشان تبقى التعديلات دي "تغيير في البريف" وليها وقت وسعر.

الفصل الخامس

طرق التسعير

أربع طرق، وكل واحدة ليها مكانها

الطريقة	إزاي	مناسبة لـ	المشكلة
بالساعة	عدد الساعات × سعر الساعة.	شغل مفتوح، تعديلات، صيانة.	العميل بيحس إنك بتعدّ عليه، وكل ما تسرع تقبض أقل.
بالمشروع	سعر ثابت لمطلوب محدد.	أغلب مشاريع الهوية والشعار.	لو البريف مش واضح، ممكن تخسر.
بالقيمة	السعر حسب قيمة النتيجة للعميل.	شركات كبيرة، مشاريع بتأثير مالي واضح.	محتاجة خبرة وثقة وعميل فاهم.
الباقات	2–3 مستويات بأسعار ومحتوى مختلف.	العملاء الجدد والمشاريع الصغيرة والمتوسطة.	لازم الفرق بين الباقات يكون واضح.

ساعة
مدخل للمبتدئ ولشغل الصيانة

مشروع
الأساس لأغلب الشغل

باقات
أسهل في البيع

قيمة
لما تكبر

أنهي طريقة ليك؟

ابدأ بإنك تعرف **سعر ساعتك** حتى لو مش هتبيع بالساعة، لأنه الأساس اللي بتحسب عليه أي سعر تاني. وبعدين بيع بالمشروع أو الباقات، لأن العميل بيحب يعرف هيدفع كام من الأول.

انتبه

متسعّرش بـ "الناس بتاخد كام" بس. اللي بيطلب سعر قليل جدًا ممكن يكون بيخسر من غير ما ياخد باله، أو بيستخدم قوالب جاهزة. اعرف السوق، بس احسب سعرك من أرقامك أنت.

الفصل السادس

احسب سعرك

من مصاريفك لسعر الساعة

الأرقام دي مثال

كل الأرقام في الصفحة دي **مثال وهمي** بالجنيه عشان تفهم طريقة الحساب. حط أرقامك أنت مكانها.

الخطوة 1: محتاج قد إيه في الشهر؟

البند	مثال شهري
المرتب اللي عايزه لنفسك	25,000
مصاريف الشغل (برامج، نت، أجهزة، كهربا، خطوط)	5,000
ادّخار وطوارئ وضرايب (بنسبة من المرتب)	4,000
الإجمالي المطلوب	**34,000**

الخطوة 2: كام ساعة بتتحاسب عليها فعلًا؟

مش كل ساعات الشغل بيتدفع فيها. فيه رسايل، واجتماعات، وتسويق لنفسك، وتعلّم، وفواتير. في المتوسط، ممكن 50–70% بس من وقتك بيتحاسب عليه.

22 days × 6 h × 60% ≈ **79 billable hours**

الخطوة 3: سعر الساعة

34,000 ÷ 79.2 ≈ **429** / hour

ده **أقل** سعر ساعة تقدر تشتغل بيه من غير ما تخسر. مش السعر اللي لازم تطلبه؛ السعر النهائي ممكن يبقى أعلى حسب خبرتك والسوق ونوع العميل.

الخطوة 4: قدّر ساعات المشروع

المرحلة	ساعات (مثال)
البريف والبحث	4
السكتشات والأفكار	6
تنفيذ 2–3 اتجاهات	8
العرض والاجتماع	2
جولتين تعديل	5
النسخ والتسليم والدليل المختصر	5
الإجمالي	**30**

الخطوة 5: السعر النهائي

30 h × 429 = **12,870**

+ 15% buffer (مفاجآت ومراسلات) = **1,930**

≈ **14,800** → round to 15,000

الرقم ده بيبقى سعر **المشروع** اللي هتكتبه في العرض، من غير ما تكتب عدد الساعات. العميل بيشتري نتيجة، مش ساعات.

راجع الرقم

- قارنه بالسوق: لو أعلى بكتير، شوف هل فيه مرحلة تقدر تختصرها، أو اعمل باقة أصغر.
- لو أقل بكتير من السوق، يمكن بتقلل من قيمة شغلك.
- سجّل ساعاتك الحقيقية في كل مشروع؛ بعد 5 مشاريع تقديرك هيبقى أدق بكتير.

قاعدة

متنزلش السعر؛ قلّل المطلوب. لو الميزانية أقل، اسأل: "نشيل إيه؟" (نسخ أقل، تعديلات أقل، من غير دليل)، مش "نخصم كام؟".

الفصل السابع

الباقات والتسعير بالقيمة

خلّي العميل يختار بين "أيوه" و"أيوه"

ليه الباقات بتنجح؟

لما تبعت سعر واحد، العميل بيسأل نفسه "أوافق ولا لأ؟". لما تبعت 3 باقات، السؤال بيبقى "أختار أنهي واحدة؟". وغالبًا بيختار النص.

أساسي

X

- ✓ شعار + نسختين
- ✓ باليت وخطوط
- ✓ جولة تعديل واحدة
- ✓ ملفات للطباعة والشاشة

الأكتر طلبًا

هوية

≈ 2.2X

- ✓ كل الأساسي
- ✓ عنصر مساعد ونمط
- ✓ 5 تطبيقات (كارت، بوستات...)
- ✓ جولتين تعديل
- ✓ دليل مختصر 10 صفحات

هوية كاملة

≈ 4X

- ✓ كل الهوية
- ✓ 10+ تطبيقات
- ✓ قوالب سوشيال جاهزة
- ✓ 3 جولات تعديل
- ✓ دليل كامل + تدريب

الأسعار كنِسب من الباقة الأساسية (مثال)، مش أرقام ثابتة

- الفرق بين الباقات لازم يكون في **القيمة** (تطبيقات، قوالب، دليل)، مش في حاجات تافهة.
- الباقة اللي في النص هي اللي عايز تبيعها؛ خليها الأوضح.
- الباقة الكبيرة بتخلّي اللي في النص تبان سعرها معقول.

التسعير بالقيمة

لما الشغل بتاعك هيأثر على مكسب كبير للعميل (إطلاق سلسلة فروع، أو إعادة هوية شركة بمئات العملاء)، السعر بيتحسب من **قيمة النتيجة** مش من ساعاتك. ده محتاج خبرة، وأسئلة عن البيزنس نفسه، وثقة إنك تقول رقم أكبر. ابدأ بيه لما يبقى عندك بورتفوليو قوي ونتايج تقدر تحكي عنها.

الفصل التامن

العرض المكتوب

الورقة اللي بتبيع بدالك

العرض (Proposal) مش فاتورة. ده مستند صغير بيقول للعميل: "أنا فاهمك، وده الحل، ودي الخطوات، وده السعر". العرض المرتب لوحده بيرفع فرصة الموافقة، وبيبرّر السعر.

القسم	فيه إيه
1. فهمنا	ملخص البريف في سطرين بكلام العميل: المشكلة والهدف.
2. الحل	هنعمل إيه، ليه، وإزاي ده هيخدم الهدف.
3. التسليمات	قايمة بالظبط بكل حاجة هتتسلّم، وكل حاجة **مش** داخلة.
4. الخطوات والمدة	المراحل بالأسابيع، ومواعيد العرض.
5. السعر والدفع	السعر (أو الباقات)، ونظام الدفعات.
6. الشروط	عدد التعديلات، مدة صلاحية العرض، الحقوق.
7. الخطوة الجاية	"لو موافق، ابعت موافقة والمقدّم ونبدأ يوم كذا."

نصيحة

اكتب العرض بنفس جودة تصميمك. لو العرض نفسه شكله مرتب ومتصمم، العميل بيشوف عينة من طريقة شغلك قبل ما يدفع.

مدة صلاحية

اكتب إن العرض ساري لمدة معينة (أسبوعين مثلًا). ده بيحميك لو العميل رجع بعد 6 شهور وأسعارك اتغيرت.

شكل عرض من صفحة واحدة

PROPOSAL #024
Valid 14 days

عرض هوية بصرية – سُفرة

فهمنا: مطبخ أونلاين جديد عايز يبان "أكل بيت نضيف" وسط منافسين صاخبين، قبل الإطلاق بـ 5 أسابيع.

الحل: هوية دافية من ألوان المطبخ المصري، بشعار ختم يتطبع بلون واحد على العلب.

داخل في العرض
- ✓ شعار + 3 نسخ
- ✓ باليت وخطوط
- ✓ منيو A5 وقالب بوست
- ✓ ختم للعلب
- ✓ جولتين تعديل

مش داخل
- ✗ تصوير الأكل
- ✗ إدارة السوشيال
- ✗ تكاليف الطباعة
- ✗ تعديلات بعد الاعتماد

أسبوع 1: بحث	أسبوع 2: اتجاهات	أسبوع 3: تعديل	أسبوع 4: تسليم

الإجمالي (باقة هوية) **X EGP**

الدفع: 40% مقدّم • 30% بعد اعتماد الاتجاه • 30% قبل تسليم الملفات النهائية.

لو موافقة، ابعتي "موافقة" والمقدّم ونبدأ يوم الأحد

مثال مختصر لعرض مشروع صغير. المشاريع الأكبر بتاخد 4–8 صفحات بنفس الأقسام

CLIENTS • PRICING • CONTRACTS

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التاسع

العقد والحقوق

الورقة اللي بتحميك وبتحمي العميل

مش استشارة قانونية

دي نقط عامة لازم تكون موجودة في أي اتفاق. القوانين بتختلف من بلد للتاني؛ اعمل عقد أساسي مرة واحدة مع محامي في بلدك، واستخدمه بعد كده.

البند	اكتب فيه إيه
الطرفين	الأسماء، والبيانات، وطريقة التواصل الرسمية.
نطاق الشغل	التسليمات بالظبط (من العرض)، واللي مش داخل.
المدة	المراحل والمواعيد، وإن التأخير من العميل بيأخّر الميعاد.
التعديلات	عددها في كل مرحلة، وسعر التعديل الإضافي.
الدفع	المبلغ، والدفعات، والمواعيد، وإن الملفات النهائية بعد الدفع الكامل.
الملكية	الحقوق بتنتقل للعميل إمتى (غالبًا بعد الدفع الكامل) وعلى إيه بالظبط.
البورتفوليو	حقك تعرض الشغل، أو بعد مدة معينة، أو لأ.
الإلغاء	لو اتلغى في النص: المقدّم مش بيرجع، وبيتدفع اللي اتعمل.
المسودات	الأفكار اللي مااتختارتش بتفضل ملكك.
الخطوط والصور	رخص الخطوط والصور اللي بتتشتري على مين.

لو العميل صغير

مش لازم عقد طويل. رسالة إيميل فيها النقط دي، والعميل يرد عليها بـ "موافق"، أحسن بكتير من مفيش. المهم يبقى فيه حاجة **مكتوبة** ومتفق عليها.

الفصل العاشر

الدفعات

إزاي تتقبض من غير إحراج

نظام دفعات شائع

40% مقدّم قبل البدء	30% بعد اعتماد الاتجاه	30% قبل الملفات النهائية

النسب بتختلف (50/50 للمشاريع الصغيرة، أو دفعات شهرية للمشاريع الطويلة)، بس الفكرة واحدة: **متشتغلش من غير مقدّم**، و**متسلّمش الملفات النهائية قبل آخر دفعة**.

ليه المقدّم مهم؟

بيفرز
العميل اللي مش مستعد يدفع مقدّم، غالبًا مش جاد.

بيحجز وقتك
إنت بتأجّل مشاريع تانية عشانه؛ المقدّم بيعوّض ده.

بيحميك
لو المشروع اتلغى، على الأقل وقتك مش ضايع كله.

لو الدفعة اتأخرت

1. يوم الاستحقاق: تذكير لطيف بالمبلغ والمرحلة.
2. بعد 3–5 أيام: تذكير تاني، وإن الشغل هيتوقف لحد الدفع.
3. بعد أسبوع: إيقاف الشغل فعلًا، وده مكتوب في الاتفاق.
4. بعدها: مكالمة مباشرة، ولو لزم، الخطوة القانونية حسب الاتفاق.

قاعدة

التذكير بالفلوس مش قلة ذوق؛ ده جزء من الشغل. اكتبه بنفس الهدوء اللي بتكتب بيه تحديث عن التصميم. الرسايل الجاهزة في الفصل 16.

الفصل الحادي عشر

إدارة المشروع والتواصل

العميل مش بيقلق من التأخير قد ما بيقلق من السكوت

جدول واضح

- **الأحد** — بداية: استلام المقدّم والبريف
- **الأسبوع 1** — بحث ومودبورد → تحديث للعميل
- **الأسبوع 2** — عرض 2–3 اتجاهات (اجتماع)
- **الأسبوع 3** — تعديل الاتجاه المختار → اعتماد
- **الأسبوع 4** — النسخ والتطبيقات والتسليم

قواعد التواصل

- قناة واحدة رسمية (إيميل أو جروب واحد).
- مواعيد رد معروفة (مثلًا: في أيام الشغل من 10 لـ 6).
- تحديث أسبوعي حتى لو مفيش حاجة تتعرض.
- كل قرار مهم يتكتب ويتأكد.

التحديث الأسبوعي في 3 سطور

المصمم

صباح الخير! تحديث الأسبوع:
✓ خلصنا البحث والمودبورد (مرفق).
← الأسبوع ده: السكتشات والاتجاهات.
📅 عرض الاتجاهات يوم الخميس 7 مساءً. يناسبك؟

العميل

تمام جدًا، الخميس مناسب 👍

الاجتماعات

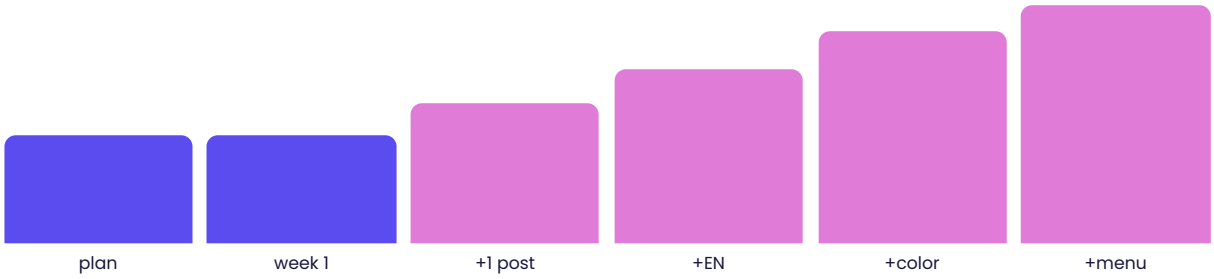
- اجتماع العرض أونلاين أو وجهًا لوجه، مش مجرد ملف يتبعت. الشرح بيفرق في القبول.
- ابعت ملخص بعد كل اجتماع: اتفقنا على إيه، ومين هيعمل إيه، وإمتى.
- لو العميل طلب حاجة مش في العرض، قول "حاضر، هبعتلك تكلفتها ووقتها" مش "حاضر" وخلاص.

الفصل الثاني عشر

التعديلات وزحف المطالب

الطلبات الصغيرة اللي بتاكل المشروع

زحف المطالب (Scope Creep) هو لما المشروع يكبر شوية شوية من غير اتفاق: "ضيف بس بوست كمان"، "اعملنا نسخة إنجليزي على السريع"، "جرّب لون تاني بس". كل طلب لوحده صغير، ومجموعهم بيضاعف الوقت على نفس السعر.



الوقت الفعلي للمشروع وهو بيزحف... والسعر ثابت

إزاي تتعامل معاه

1. **العرض واضح من الأول:** داخل إيه، ومش داخل إيه.
2. **عدد تعديلات محدد** في كل مرحلة، وتعريف "التعديل": تغيير في الاتجاه المعتمد، مش اتجاه جديد.
3. **أي طلب جديد** رده: "حاضر، ده خارج العرض. تكلفته كذا ووقته كذا. أبدأ فيه؟"
4. **جمّع التعديلات**: اطلب من العميل يبعت كل ملاحظاته مرة واحدة، مش واحدة واحدة.
5. **سجّل** كل طلب إضافي حتى لو عملته ببلاش، عشان العميل يعرف إنك عملته.

مش لازم تقول لأ

ساعات تعمل طلب صغير ببلاش عشان العلاقة. ماشي، بس قوله: "ده خارج العرض، بس هعمله المرة دي هدية". كده إنت لسه ماسك الحدود، والعميل فاهم قيمة اللي اتعمل.

الفصل التالت عشر

العميل الصعب

مواقف متكررة، وردود جاهزة

الموقف	الرد
"مش حاسه"	"تمام، خليني أفهم أكتر: هو اللون؟ الخط؟ الشكل؟ ولا الإحساس العام؟ وإيه أقرب حاجة من البريف حاسس إنها مش ظاهرة؟"
"ابن أختي شاف وقال..."	"آراء العيلة مهمة. خلينا نرجع للجمهور اللي اتفقنا عليه: هل الملاحظة دي بتخدمه؟"
"اعمل كذا اختيار تاني"	"العرض كان فيه 3 اتجاهات. اتجاهات جديدة معناها مرحلة جديدة، تكلفتها كذا. ولا نطوّر واحد من الموجودين؟"
"خلّي اللوجو أكبر"	"ممكن، بس هيأثر على العنوان والصورة. أعملك نسختين جنب بعض وتختار؟"
"عايزينه بكرة"	"أقدر أسلّم بكرة بس هيتطلب شغل بالليل، وفيه رسوم استعجال كذا. أو نسلّم يوم كذا بالسعر العادي."
تأخير في الرد والملاحظات	"المرحلة الجاية مستنية ملاحظاتك. لو وصلتني لحد كذا، نلحق الميعاد. بعد كده الميعاد هيتأخر بنفس المدة."

قاعدة الهدوء

متردش وأنت متضايق. اكتب الرد، وسيبه ساعة، واقراه تاني. أغلب المشاكل مع العملاء بتكبر بسبب رسالة اتبعتت بعصبية.

لما الرأي يختلف

1. **اسمع للآخر** من غير ما تدافع. اكتب الملاحظة زي ما قالها.
2. **ارجع للبريف:** الملاحظة دي بتخدم الهدف المتفق عليه؟
3. **اعرض بدائل** مش رأي: "النسخة دي بتعمل كذا، والنسخة دي بتعمل كذا".
4. **القرار للعميل** في الآخر، بس اكتب رأيك المهني مرة واحدة بوضوح.
5. لو اختار حاجة أنت شايفها غلط، نفّذها كويس. وممكن متحطهاش في البورتفوليو.

إمتى تنهي المشروع؟

- قلة احترام متكررة أو إهانة.
- طلبات بتخالف القانون أو الأخلاق (نسخ شعار براند تاني، صور مسروقة).
- رفض الدفع مع استمرار طلب الشغل.
- المشروع اتحوّل لحاجة مختلفة تمامًا عن الاتفاق، والعميل رافض يعدّل الاتفاق.

إنهاء مهذب

المصمم

أستاذ أحمد، أنا مقدّر الوقت اللي اشتغلناه مع بعض. بس واضح إن رؤيتنا للمشروع بقت مختلفة، وأعتقد إن الأفضل للطرفين نوقف هنا. هبعتلك كل الشغل اللي اتعمل لحد المرحلة دي حسب اللي اتدفع، وأتمنى لك التوفيق في المشروع.

تذكّر

سمعتك أهم من مشروع واحد. خروج محترم ومكتوب أحسن من خناقة على السوشيال.

الفصل الرابع عشر

التسليم وما بعده

آخر انطباع هو اللي بيتفتكر

لحظة التسليم

- فولدر منظم (زي ما شرحنا في كتيّبات الشعارات والهوية)، ولينك واحد.
- فيديو قصير أو اجتماع 15 دقيقة يشرح فيه إيه وفين.
- فاتورة نهائية وإيصالات الدفعات.
- رسالة شكر حقيقية، مش قالب.

بعد التسليم

بعد أسبوع

اسأل: "كل حاجة ماشية مع الملفات؟ فيه أي حد في الفريق محتاج مساعدة؟". ووقتها اطلب التقييم.

بعد 3 شهور

شوف الهوية اتطبقت إزاي. ابعت ملاحظة أو اعرض تحديث للقوالب. فرص الشغل الجاي بتيجي من هنا.

التقييم والبورتفوليو

- اطلب تقييم **محدد**: "إيه اللي فرق معاك في الشغل معايا؟" بيطلّع رد أحسن من "قيّمني لو سمحت".
- خد إذن قبل ما تنشر، وحدد إمتى (بعد الإطلاق مثلًا).
- في البورتفوليو اعرض **المشكلة والقرار والنتيجة**، مش الصور بس.

الشغل المتكرر

أسهل عميل تشتغل معاه هو اللي اشتغلت معاه قبل كده. اعرض عليه بعد التسليم خدمة شهرية (قوالب، بوستات، مطبوعات موسمية) بسعر ثابت. ده بيدّيك دخل مستقر، وبيدّيله هوية متطبقة صح.

نصيحة

اعمل جدول بسيط لعملاءك: اسم، مشروع، تاريخ التسليم، آخر تواصل. وكل 3 شهور ابعت لكل واحد رسالة. محدش بيعمل كده، وده اللي هيفرّقك.

الفصل الخامس عشر

رفع الأسعار وبناء السمعة

إمتى وإزاي

علامات إن سعرك قليل

- كل اللي بيكلمك بيوافق على السعر من غير ولا كلمة.
- جدولك مليان لدرجة إنك مش لاقي وقت تتعلّم أو ترتاح.
- بتشتغل ساعات أكتر وبتكسب نفس الفلوس.
- العملاء اللي بتحبهم بيقولولك "ده رخيص جدًا".

إزاي ترفع

1. **للعملاء الجداد الأول:** السعر الجديد يبدأ معاهم على طول.
2. **للعملاء الحاليين:** بلّغهم قبلها بشهر أو اتنين، وسيب المشاريع الجارية بالسعر القديم.
3. **بخطوات:** 15–25% كل فترة أسهل في التقبّل من الضعف مرة واحدة.
4. **مع قيمة أوضح:** عرض أحسن، وتسليم أنضف، وحالات دراسية في البورتفوليو.

السمعة بتتبني من إيه؟

البورتفوليو
حالات فيها تفكير، مش صور بس

المحتوى
تعليم الناس، زي الكتيّبات دي

الترشيحات
عميل مبسوط بيجيب عميل

الالتزام
في المواعيد والكلام

مثال

مصممة كانت بتاخد عملاء من السوشيال بس، وكلهم بيفاصلوا. بدأت تنشر كاروسيل أسبوعي بتشرح فيه قرارات تصميم من شغلها. بعد 6 شهور، نص عملاءها بقوا جايين من المحتوى، وبيسألوا "إمتى تقدري تبدأي؟" بدل "بكام؟".

الفصل السادس عشر

رسايل جاهزة

انسخ، وعدّل الأسماء والأرقام، وابعت

رد على طلب سعر

انسخ وعدّل

أهلًا [الاسم]، شكرًا إنك فكّرت فيا! 🙏
عشان أقدر أديك سعر دقيق، محتاج أعرف 3 حاجات: البراند بيعمل إيه؟ محتاج شعار بس ولا هوية كاملة؟ وفيه ميعاد معين للإطلاق؟
ولو تحب، ممكن نتكلم 10 دقايق في الوقت اللي يناسبك.

إرسال العرض

انسخ وعدّل

أهلًا [الاسم]، زي ما اتفقنا، ده العرض الخاص بمشروع [المشروع] (مرفق).
فيه 3 باقات، وأنا مرشّح باقة [الباقة] لأنها بتغطي [السبب].
العرض ساري لحد [التاريخ]. لو فيه أي سؤال أنا موجود.

تأكيد البدء

انسخ وعدّل

تمام يا [الاسم]، وصلني المقدّم، شكرًا! ✓
هنبدأ يوم [اليوم]، وأول تحديث هيوصلك يوم [اليوم]. ولو فيه أي ملفات أو صور للبراند ابعتها في أي وقت.

طلب ملاحظات مجمّعة

انسخ وعدّل

يا [الاسم]، عشان نوصل لأحسن نتيجة في أقل وقت، ياريت تبعتلي كل ملاحظاتك على [المرحلة] في رسالة واحدة لحد [التاريخ]، وتجمع فيها آراء أي حد معاك في القرار.

طلب خارج العرض

انسخ وعدّل

أكيد يا [الاسم]، ده ممكن. بس هو خارج العرض اللي اتفقنا عليه.
تكلفته [المبلغ] ووقته [المدة]. أضيفه ونبدأ فيه بعد [المرحلة]؟

تذكير بدفعة (لطيف)

انسخ وعدّل

صباح الخير يا [الاسم]! تذكير بسيط إن دفعة [المرحلة] بقيمة [المبلغ] مستحقة النهارده. وبمجرد ما توصل هبعت [الخطوة الجاية]. شكرًا!

تذكير بدفعة (تاني مرة)

انسخ وعدّل

أهلًا يا [الاسم]، حبيت أتابع على دفعة [المرحلة] المستحقة من [التاريخ]. زي ما في الاتفاق، هوقّف الشغل مؤقتًا لحد ما توصل، عشان أقدر ألتزم بباقي المواعيد. لو فيه أي ظرف قولّي ونتفاهم.

اعتذار مهذب عن مشروع

انسخ وعدّل

شكرًا جدًا يا [الاسم] على ثقتك. للأسف المشروع ده مش هيكون مناسب ليا الفترة دي، ومش عايز أوعدك بحاجة مش هقدر أديها حقها. ممكن أرشّحلك [اسم] لو حابب.

طلب تقييم

انسخ وعدّل

يا [الاسم]، مبسوط جدًا إن [المشروع] خلص! لو عندك دقيقتين، ممكن تكتبلي سطرين: إيه اللي فرق معاك في الشغل معايا؟ هيساعدني جدًا. 🙏

الفصل السابع عشر

أخطاء بتتكرر

في التعامل والتسعير

الغلطة	النتيجة	الحل
✗ **سعر على طول من غير أسئلة**	يا غالي من غير مبرر، يا رخيص وتندم.	رد بسؤال أو نطاق.
✗ **شغل من غير مقدّم**	مشاريع بتتلغي ووقت ضايع.	مقدّم قبل أي سكتش.
✗ **مفيش حاجة مكتوبة**	خلاف على المطلوب والسعر.	بريف وعرض واتفاق مكتوب.
✗ **تعديلات مفتوحة**	المشروع ما بيخلصش.	عدد محدد وتعريف واضح.
✗ **تسليم الملفات قبل آخر دفعة**	الباقي مش بيوصل.	ملفات بعلامة مائية لحد الدفع.
✗ **تنزيل السعر بدل تقليل المطلوب**	بتعلّم العميل يفاصل.	"نشيل إيه؟"
✗ **قناة تواصل في كل حتة**	رسايل ضايعة وقرارات مش متسجلة.	قناة رسمية واحدة.
✗ **سكوت أسبوعين**	العميل يقلق ويضغط.	تحديث أسبوعي.
✗ **رد وأنت متعصب**	العلاقة تبوظ.	استنى ساعة.
✗ **نسيان العميل بعد التسليم**	خسارة أسهل شغل جاي.	متابعة بعد أسبوع و3 شهور.

قصة قصيرة

مصمم سلّم كل ملفات الهوية قبل آخر دفعة "عشان العميل محترم". العميل اختفى. من بعدها بقى بيبعت معاينة بعلامة مائية، والملفات النهائية بعد الدفع. ولا عميل محترم اعترض.

الفصل التامن عشر

حالات تطبيقية

نفس البراندات... من ناحية المشروع

مدار: مشروع كبير على مراحل

الموقف: شركة ناشئة عايزة هوية كاملة + تطبيق + حملة إطلاق، والميزانية مش جاهزة كلها مرة واحدة.

عملنا إيه: قسّمنا المشروع لـ 3 مراحل بعروض منفصلة: الهوية الأول، وبعدها نظام التطبيق، وبعدها الحملة. كل مرحلة ليها مقدّم ودفعات.

النتيجة: الشركة بدأت بسرعة من غير ما تستنى التمويل كله، والمصمم ضمن شغل 4 شهور متتالية.

سُفرة: ميزانية صغيرة

الموقف: صاحبة مطبخ ميزانيتها أقل من باقة الهوية بكتير.

عملنا إيه: بدل ما ننزل السعر، اقترحنا الباقة الأساسية + ختم العلب بس، وأجّلنا المنيو والسوشيال لبعد الإطلاق.

النتيجة: سلّمنا شغل كامل بجودة عالية، ورجعت بعد شهرين للمنيو والقوالب بعد ما المبيعات اشتغلت.

سِكّة: زحف المطالب

الموقف: بعد اعتماد الشعار، بدأت طلبات "صغيرة": تيكيتات، ستيكرات، نسخة إنجليزي، تصميم كيس.

عملنا إيه: جمّعنا الطلبات في عرض إضافي واحد بسعر واضح، وعملنا الستيكر الأول هدية مع رسالة إنه خارج العرض.

النتيجة: العميل وافق على العرض الإضافي، واتحوّل لعقد شهري لتصميم كل إصدار جديد.



سنَد: عميل متردد

الموقف: مؤسسة المنصة مترددة بين 3 اتجاهات، وكل اجتماع بيطلع برأي مختلف لأن فيه 4 شركاء.

عملنا إيه: طلبنا شخص واحد يكون صاحب القرار، ورجعنا للبريف في جدول يقيّم كل اتجاه بالصفات المتفق عليها.

النتيجة: القرار اتاخد في اجتماع واحد، والشركاء اتفقوا لأن المعيار كان البريف مش الذوق.



طين: دفعة متأخرة

الموقف: الدفعة التانية اتأخرت 10 أيام، وصاحب الورشة مش بيرد.

عملنا إيه: تذكير لطيف، وبعد 5 أيام تذكير تاني بإيقاف الشغل حسب الاتفاق، وبعدها مكالمة.

النتيجة: اتضح إن فيه ظرف في التحصيل عنده. اتفقنا على تقسيم الدفعة على مرتين، والمشروع كمل.

الدرس المشترك

اكتب
كل حالة اتحلت لأن فيه حاجة مكتوبة يرجعوا لها.

اقترح
بدل "لأ": باقة أصغر، مرحلة، عرض إضافي، معيار.

اهدى
الرسالة الهادية بتحل أكتر من الرسالة الصح بعصبية.

الفصل التاسع عشر

تمارين المصمم

حوّل الكلام لنظام عندك

تمرين 1: احسب سعر ساعتك

طبّق خطوات الفصل 06 بأرقامك الحقيقية. اكتب: الإجمالي الشهري، والساعات المدفوعة، وسعر الساعة الأدنى.

تمرين 2: اعمل 3 باقات

لأكتر خدمة بتتطلب منك. حدد محتوى كل باقة وسعرها، وخلّي الوسطانية هي الأوضح.

تمرين 3: استبيان البريف

اعمل استبيان بالأسئلة من الفصل 04 على Google Forms أو أي أداة، وابعته لأول عميل جاي.

تمرين 4: قالب عرض

صمّم قالب عرض من صفحتين بهويتك أنت، بالأقسام السبعة، وجاهز تملاه في 15 دقيقة.

تمرين 5: بنك الرسايل

انسخ رسايل الفصل 16 في ملاحظات الموبايل أو الردود السريعة في واتساب بيزنس، وعدّلها بأسلوبك.

مشروع ختام السلسلة

اعمل **"كيت المصمم"** بتاعك: صفحة خدمات، و3 باقات، واستبيان بريف، وقالب عرض، واتفاق أساسي اتراجع مع محامي، وبنك رسايل. ده بيحوّلك من مصمم بيستنى الشغل، لبيزنس صغير مستعد له.

الفصل العشرين

Client Checklist

قبل كل مشروع وأثناءه وبعده

- [ ] رديت بسؤال أو نطاق، مش برقم على طول؟
- [ ] العميل عدّى أسئلة الفرز؟
- [ ] فيه ملخص بريف مكتوب ومتوافق عليه؟
- [ ] السعر محسوب من أرقامك، ومش أقل من سعر ساعتك الأدنى؟
- [ ] العرض فيه: داخل ومش داخل، المراحل، الدفعات، الصلاحية؟
- [ ] فيه اتفاق مكتوب بالحقوق والتعديلات والإلغاء؟
- [ ] استلمت المقدّم قبل البدء؟
- [ ] فيه قناة تواصل واحدة وتحديث أسبوعي؟
- [ ] أي طلب جديد اتسعّر واتكتب؟
- [ ] الملفات النهائية بعد آخر دفعة؟
- [ ] طلبت تقييم وإذن نشر؟
- [ ] متسجلة متابعة بعد أسبوع و3 شهور؟

السلسلة كاملة

الكتيّب	السؤال اللي بيجاوبه
الألوان	أختار ألوان إزاي وأدافع عنها؟
الخطوط	أختار خط إزاي وأزوّجه؟
التخطيط والشبكات	أرتّب العناصر إزاي؟
الشعارات	أصمم علامة تعيش إزاي؟
الهوية البصرية	أبني نظام وأسلّمه إزاي؟
العميل والتسعير	أشتغل وأتقبض إزاي؟

آخر كلمة في السلسلة

التصميم الكويس بيفتح الباب، والتعامل الكويس بيخلّيه مفتوح. اشتغل على الاتنين، وهتلاقي إن العملاء اللي بتحبهم هما اللي بيدوّروا عليك.

CLIENTS • PRICING • CONTRACTS

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

صمّم كويس.
واشتغل أذكى.

اكتب كل اتفاق، خد مقدّمك،

واهدى في كل رسالة.

01	02	03	04	05	06
الألوان	الخطوط	التخطيط	الشعارات	الهوية	العميل



كتابة وتصميم

MOHAMMED BAHAA

مصمم جرافيك وهويات بصرية

@bahaa.adesigner ↗ اضغط وتابعني على إنستجرام

mohammedbahaa2@gmail.com ↗ اضغط وابعتلي إيميل

CLIENTS • PRICING • CONTRACTS

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA