

معلومات المنتج والفئة



نون

دليلك السريع
لمعرفة ما
يبيع، وما هو
الرائج، وأين
الفرص الكبرى
القادمة.



المعلومات الجيدة تعني:

← موافقات أسرع

كل شيء مكتمل، بلا نواقص ولا تأخير.

← رفض أقل

منتجات في الفئة الصحيحة، وبالتفاصيل الصحيحة.

← مشاهدات أكثر

المعلومات الأفضل تعني أن البحث يقدر يلاقي منتجاتك ويعرضها.

← مبيعات أكثر

العملاء يشقون بالقوائم الواضحة والدقيقة.

كل منتج على نون له فئة ينتمي لها. وكل فئة تطلب منك تفاصيل محددة — مثل الحجم، اللون، المادة، والمواصفات التقنية وغيرها. لما تختار الفئة الصحيحة وتكمل كل البيانات، يظهر منتجك بالمكان المناسب ويوصل للعملاء الصح.

لماذا المعلومات مهمة

على نون، المعلومات الجيدة عن المنتج ليس خيار — هي السبب اللي يخلي منتجاتك تنباع.

ما هو

اعتبر الكتالوج غرفة التحكم الخاصة بك. هنا يعيش كل منتج تبيعه (أو تخطط لبيعه). ومن خلاله تقدر:

- ← إضافة منتجات جديدة — سواءً بشكل فردي أو دفعة واحدة.
- ← تحديث الأسعار، والمخزون، وتفاصيل المنتجات.
- ← معالجة مشاكل القوائم.
- ← تتبع الحالة من لحظة الإنشاء حتى النشر المباشر.

هو الواجهة الخلفية لمتجرك على نون — يحافظ على ظهور منتجاتك بدقة وجاهزيتها للبيع.

الفئة: الأساس لجميع الخصائص

فئة منتجك هي أول وأهم اختيار تقوم به عند إنشاء قائمة. لماذا؟ لأنها تحدد:

- ← ما هي التفاصيل (السمات) المطلوبة إلزاميًا.
- ← ما هي سياسات الإدراج التي تنطبق.
- ← أين يظهر منتجك على الموقع.
- ← كيف يعثر عليه العملاء.



إذا أخطأت ← رفض، ضعف في الظهور، وفوات مبيعات.
إذا أصبت ← موافقة سلسلة، وأقصى فرص للظهور.

مثال:

غطاء الهاتف يستخدم للحماية، وليس للموضة.
مكانه الصحيح: إلكترونيات ← إكسسوارات الجوال ← أغطية الهواتف (وليس موضة).

قائمة التحقق للفئة:

- ← حدّد الفئة حسب الاستخدام الأساسي للمنتج.
- ← استخدم شجرة الفئات في نون للعثور على أدق فئة فرعية.
- ← تأكد أنك قادر على تزويد جميع التفاصيل الإلزامية.
- ← تجنّب اختيار الفئات القريبة من الصح — لأنها تضعف ظهور منتجك.
- ← ابحث عن منتجات مشابهة معروضة على نون.
- ← اطلب المساعدة من فريق دعم البائعين إذا الفئة التي تحتاجها غير موجودة.

★ القاعدة الذهبية: اختر دائمًا الفئة التي تطابق منتجك بالضبط.

الكتالوج؟

أنواع السمات: ما يجب عليك تعبئته

بمجرد ما تختار الفئة الصحيحة، السمات تخلي منتجك يظهر بشكل أوضح. هي اللي توضح للعملاء ما هو المنتج، لماذا هو مميز، وهل هو مناسب لهم أو لا.

1. الحقول الإلزامية – تذكرتك لتفعيل المنتج و للبيع

- ← تفاصيل مثل العلامة التجارية، الحجم، اللون، الطراز، والمادة.
- ← ناقص واحد منها؟ منتجك ما راح يظهر للبيع.
- ← ما تقدر تعبيه؟ راجع فئتك من جديد.

2. الحقول الموصى بها – اللي ترفع مبيعاتك

- ← معلومات غير إلزامية، لكنها تساعد على البيع: الأبعاد، تعليمات العناية، التوافق.
- ← كل ما أكملت تفاصيل أكثر، ظهرت صفحة منتجك بشكل أفضل — وزادت مبيعاتك.

3. الحقول الاختيارية – تفاصيل إضافية مفيدة

- ← تفاصيل إضافية موجهة لمشتريين محددين.
- ← ما راح تمنع الموافقة، لكنها تضيف ثقة وعمق.

لماذا هذا مهم

السمات ما هي مجرد "تعبئة خانات". هي:

- ← تساعد العملاء على اتخاذ قرارات شراء واثقة.
- ← تحسّن ترتيب المنتج في نتائج البحث.
- ← تقلّل من معدلات الإرجاع.
- ← تبني الثقة.

معلومات
كاملة ودقيقة = ظهور أكبر،
مبيعات أكثر



نوع السمة

ماذا يعني

الأثر على الإدراج

أمثلة

الحقول الإلزامية

تفاصيل إلزامية لموافقة المنتج.
في حال غيابها، لن يتم تفعيله للبيع.

يمنع المنتج من الظهور للبيع إذا
كانت البيانات غير مكتملة.

العنوان، رابط الصورة،
العلامة التجارية.

الحقول المفضلة

تفاصيل إضافية تجعل صفحة منتجك
أكثر جاذبية وأسهل في العثور عليها
في البحث.

يحسّن الظهور في البحث، ويزيد
ثقة العملاء، ويرفع معدل
التحويل.

مقاسات المنتج، مدى
التوافق، طريقة العناية.

الحقول الاختيارية

معلومات إضافية مفضلة للمشتريين
المتخصصين أو لتقديم تفاصيل
أوضح.

لا يؤثر على الموافقة؛ لكنه
يضيف عمقًا إلى الإدراج.

مزايا إضافية، نصائح
للاستعمال، طريقة العناية.

ما يجب تحضيره قبل الإدراج



قبل إنشاء إدراج لمنتجك على نون، خذ بضعة دقائق
لتحضير كل المتطلبات.

التحضير = موافقات أسرع + رفض أقل

هذه قائمتك:

1. تفاصيل المنتج الكاملة

- ← المعلومات الأساسية: العلامة التجارية، الموديل، الحجم، اللون، المادة، الوزن، الأبعاد.
- ← المعلومات حسب الفئة: الإلكترونيات يمكن تحتاج مواصفات تقنية أو توافق؛ منتجات التجميل يمكن تحتاج نوع العطر أو المكونات.

2. صور بجودة عالية

- ← واضحة، بدقة عالية، بخلفية بيضاء.
- ← زوايا متعددة + لقطات مقربة للميزات الأساسية.
- ← اتبع إرشادات نون للصور لتجنب الرفض.

3. الباركود أو معرف المنتج (إذا كان متاحًا)

- ← استخدام GTIN أو UPC أو EAN يحسن الظهور في البحث.
- ← ما عندك باركود؟ جهّز المستندات التي تثبت أصالة المنتج.

4. مسار الفئة الدقيق

- ← استخدم شجرة الفئات واختر أدق فئة فرعية.
- ← كل ما كنت محدد أكثر، كان ظهور منتجك أفضل.

5. قائمة السمات الإلزامية

- ← راجع وأكمل جميع الحقول المطلوبة لفئتك.
- ← إذا كان هناك حقل ناقص = إدراجك يتوقف حتى يتم تصحيحه.

💡 نصيحة مهمة:

كل ما كانت بياناتك أوضح وكاملة، يطلع منتجك أعلى في البحث — ويتفعل أسرع.

أفضل الممارسات لجودة المحتوى

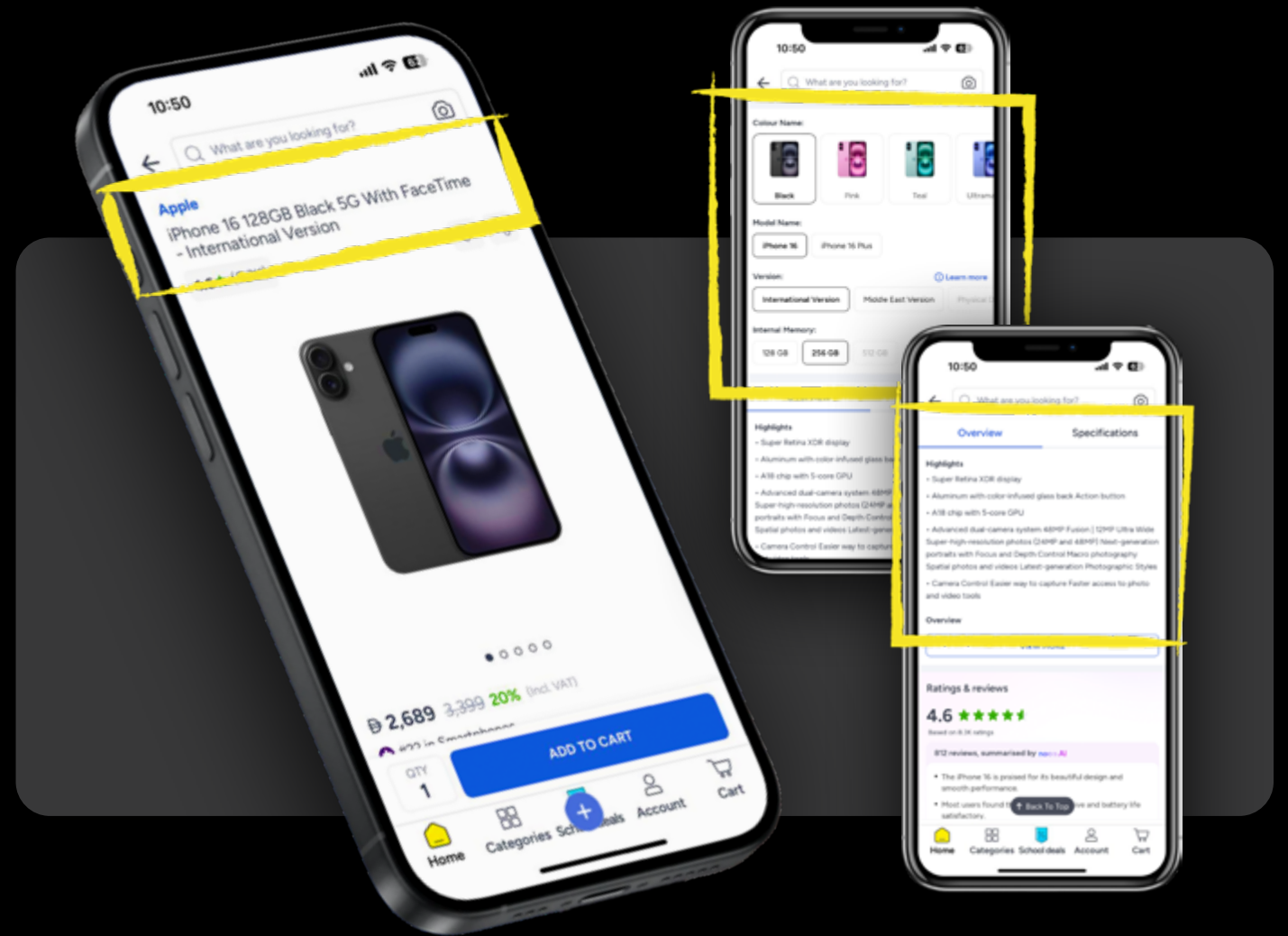
افعل:

- ← خلك دقيق — أسماء صحيحة، مواصفات واضحة، وتفاصيل كاملة.
- ← اكتب للناس — كلام بسيط يوضح الفوائد.
- ← استخدم صور ممتازة — زوايا متعددة، تركيز واضح، وخلفية بيضاء.
- ← ضيف الكلمات المفتاحية بطريقة طبيعية — في العنوان/الوصف من غير تكرار.
- ← التزم بقوانين الفئة — لكل فئة شروط خاصة للصور والسمات.

لا تفعل:

- ← لا تضيف عناوين أو وعود غلط.
- ← تجنّب الصور المشوشة، بجودة ضعيفة، غير مرتبطة بالمنتج.
- ← لا تنسخ محتوى المنافسين من غير ما تتأكد إنه صحيح.
- ← لا تكتب كل العنوان بحروف كبيرة أو تضيف رموز وإيموجي.
- ← لا تهمل السمات — القوائم الناقصة يقل ظهورها.

💡 نصيحة احترافية: المحتوى الممتاز يبيعك مرتين — أولاً في البحث، وثانياً بصفحة المنتج.



محتوى منتجك هو البائع أونلاين — هو اللي يخلي العميل يضغط "أضف للسلة".

كل ما كان المحتوى واضح، دقيق، وجودته عالية، زادت الثقة، ارتفع ترتيبك في البحث، وزادت مبيعاتك.

أمثلة لمحتوى قوي مقابل ضعيف

الميزة

مثال لقائمة
قوية

مثال لقائمة
ضعيفة

العنوان

هاتف سامسونج جالاكسي
S23 ألترا 5G، سعة 256
جيجابايت، باللون الأسود فانتوم

أفضل هاتف
سامسونج!!! بسعر
مناسب!!!

الصور

5 صور واضحة بجودة عالية
(من الأمام، الخلف، الجوانب،
والكاميرا)

صورة واحدة بجودة
ضعيفة، مقصودة جريبياً
وخلفيتها فوضى.

السمات

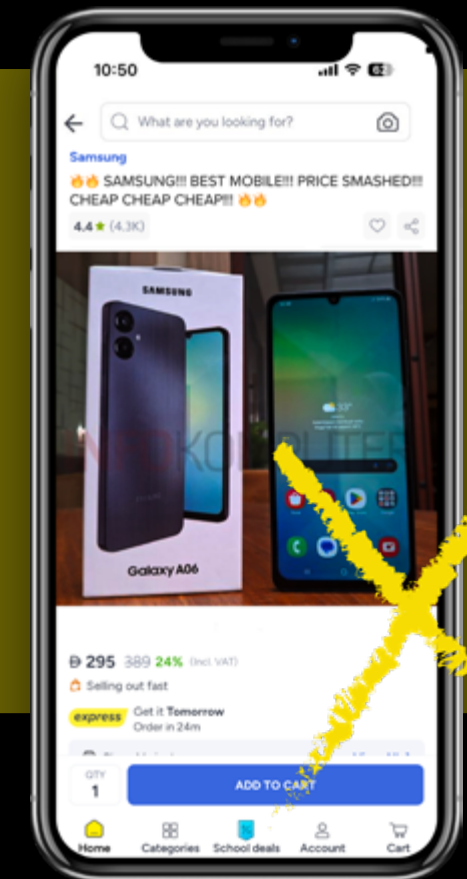
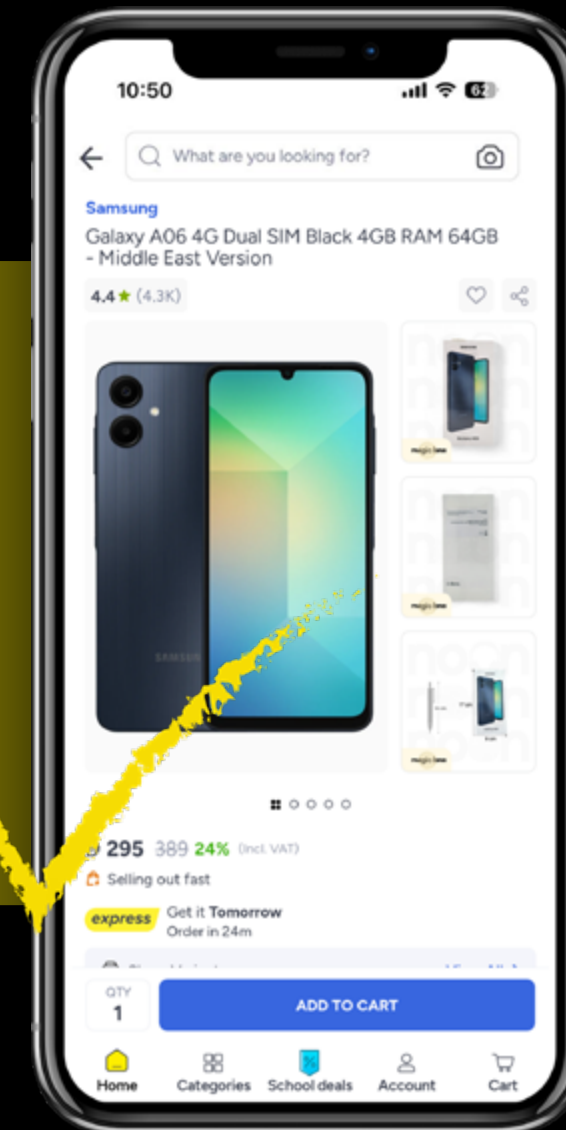
العلامة التجارية، الموديل،
اللون، الذاكرة العشوائية
(RAM)، التخزين، النظام، وحجم
الشاشة — كلها موجودة

إدخال العلامة التجارية
واللون فقط، وباقي
الحقول فارغة.

الوصف

مميزات واضحة بشكل نقاط
(الكاميرا، البطارية، والخصائص
المميزة).

"هذا أفضل هاتف
في العالم، اشتر الآن،
الكمية محدودة"



← ظهور أعلى بالبحث

الإدراجات الكاملة والدقيقة تُعرض بمرتبة أعلى في نتائج بحث نون.

← ضغطات أكثر

العناوين الواضحة والصور القوية تخلي العملاء يضغطون على المنتج.

← إرجاع أقل

الوصف الصادق والواضح يضمن إن العميل يحصل على ما يتوقعه بالضبط.

← ثقة أقوى

المحتوى الاحترافي يعكس المصداقية ويعزز قوة علامتك التجارية.

★ القاعدة الذهبية:

لو صفحة منتجك ما تقنعك تشتري، أكيد ما راح تقنع العملاء.



كيف جودة المحتوى ترفع المبيعات

الأخطاء الشائعة وكيفية تجنبها

الخطأ	التأثير	المثال	أفضل طريقة
تصنيف خاطئ للفئة	يقلل من إمكانية الظهور ويترك العملاء.	إدراج غطاء هاتف تحت "إكسسوارات الموضة" بدلاً من "إلكترونيات > إكسسوارات الهواتف".	اختر دائمًا الفئة التي تعكس الغرض الأساسي من المنتج.
عدم تعبئة السمات بشكل كامل	تأخير في موافقة الإدراج أو صعوبة في العثور على المنتج.	نقص في المقاس، الخامة، أو توافق مع الموديل.	أكمل جميع الحقول الإلزامية وأكبر عدد ممكن من السمات الموصى بها.
أكواد GTIN أو أسماء علامات تجارية غير صحيحة	رفض الإدراج بسبب فشل التحقق.	استخدام رقم عشوائي كـ GTIN أو كتابة "نايكي" بشكل غير صحيح.	استخدم GTIN أصلي وتأكد من أن العلامة التجارية تطابق قائمة العلامات المعتمدة في نون.
صور غير متوافقة مع المعايير	رفض الصور أو ظهور المنتج بشكل غير احترافي.	صور مشوشة، خلفيات مزدحمة، أو عليها كتابة/ووترمارك.	استخدم صور بجودة عالية، خلفية بيضاء، زوايا متعددة، ومن غير نصوص أو إضافات.

نون

