



CRAFTCOMMUNITY

Lead Seller - دليل الاستخدام - النسخة العربية

دليل تشغيلي لعرض وبيع ومتابعة Negotiated Leads

هيكل الدليل

المرحلة 1 — التعرف على CraftCommunity

قبل بيع فرصة، افهم كيف تربط CraftCommunity بين العملاء و Service Providers وفرص الخدمات.

المرحلة 2 — ما هو Lead Seller؟

ما هو النظام، وما وظيفة Lead Seller، وكيف تعمل إحالة الفرص.

المرحلة 3 — حساب Lead Seller الخاص بك

الرمز الترويجي الحصري، المبيعات، المبالغ المكتسبة، المعلقة، المدفوعة، السجل و BTC Wallet.

المرحلة 4 — العثور على Lead لبيعه

كيفية تحديد فرصة متاحة متوافقة مع مقدم خدمة معيّن.

المرحلة 5 — العثور على Service Provider

كيفية العثور على Service Providers عبر مجموعات Facebook في منطقة الlead، والبحث بالبرتغالية والإنجليزية والإسبانية، وتقييم المجموعات ونشر الفرصة.

المرحلة 6 — عرض الفرصة

كيفية عرض الlead بصورة صحيحة من دون كشف معلومات العميل الخاصة.

المرحلة 7 — استخدام الرمز الترويجي

كيفية تقديم الرمز الشخصي وكيف يستخدمه المشتري.

المرحلة 8 — شراء Negotiated Lead

ما الذي يحدث عندما يقرر Service Provider شراء الlead، وكيف تظل البيانات الخاصة محمية.

المرحلة 9 — متابعة البيع

كيفية متابعة Purchases و Gross Sales و Earned و Pending و Paid.

المرحلة 10 — تسجيل Bitcoin Wallet

كيفية تسجيل أو تغيير محفظة Bitcoin المستخدمة لاستلام المدفوعات.

المرحلة 11 — استلام الدفع

المسار Pending → Paid، وسجل المدفوعات و TXID.

المرحلة 12 — القواعد وأفضل الممارسات

الخصوصية، الإحالة الذاتية، الوعود غير الصحيحة، سلامة المعلومات والقواعد الأخرى.

المرحلة 13 — مثال كامل

Lead متاح → العثور على محترف → عرض الفرصة → تقديم الرمز → الشراء → تسجيل البيع → العمولة → الدفع.

المرحلة 1 — التعرّف على CraftCommunity

قبل عرض فرصة على Service Provider، يجب أن يفهم Lead Seller ما الذي يعرضه. بيع Negotiated Lead لا ينبغي أن يكون مجرد تمرير إعلان أو رمز ترويجي. يمثّل Lead Seller حلقة وصل بين CraftCommunity والمحترف المهتم؛ لذلك يجب أن يفهم كيف تصل حاجة إلى خدمة إلى المنصة، وكيف تُنظم، وما الموارد التي توفرها CraftCommunity للعملاء وService Providers. أنشئت CraftCommunity لتقريب الأشخاص الذين يحتاجون إلى تنفيذ خدمات من المحترفين والشركات القادرة على تنفيذها. هذه الحاجة موجودة يوميًا في المنازل والعقارات والأعمال: يبحث العملاء عن التنظيف والدهان والأرضيات والإصلاح والصيانة والتجديدات وخدمات أخرى كثيرة، بينما يبحث المحترفون عن فرص تتوافق مع ما يجيدون القيام به. وظيفة المنصة هي جعل هذا اللقاء أكثر تنظيمًا، عبر توفير موارد تساعد العميل على فهم حاجته بشكل أفضل وتساعد Service Provider على العثور على فرص عمل بصورة منظمة. إحدى بوابات الدخول إلى هذه العملية هي Quick Quote. عندما يستخدم العميل Quick Quote، فإنه يقدّم البيانات اللازمة لوصف الخدمة التي يريد تنفيذها. تختلف الأسئلة بحسب نوع العمل وقد تشمل الموقع، والفئة والخدمة، وخصائص العقار أو المشروع، والحجم، وظروف التنفيذ، والتكرار، وغيرها من التفاصيل ذات الصلة. تُنظم هذه المعلومات لتكوين طلب أوضح وتمكين CraftCommunity من هيكلة الفرصة. وبهذا، فإن الـlead الذي يظهر لاحقًا في المنصة لا ينشأ كمجرد اسم أو وسيلة اتصال؛ بل ينشأ من حاجة إلى خدمة أبلغ عنها العميل ومن بيانات جُمعت لوصف ذلك العمل بصورة أفضل. توفر CraftCommunity أيضًا موارد مجانية لمساعدة العملاء على البحث وفهم الخدمات والبحث عنها قبل اتخاذ القرار. الفكرة هي ألا يحتاج الشخص إلى معرفة جميع المصطلحات الفنية للعمل مسبقًا لكي يبدأ بحثه. تساعد أدوات الاستعلام وQuick Quotes والمعلومات وموارد المنصة العميل على تنظيم ما يحتاج إليه وإيجاد طرق للوصول إلى محترفين مناسبين. يمكن للعميل استخدام هذه الموارد من دون الحاجة إلى شراء lead؛ أما Negotiated Lead فهو منتج موجه لعملية الاتصال بـ Service Providers، وليس رسومًا تُفرض على العميل لمجرد البحث عن مساعدة أو فهم خدمة. عندما يتحول الطلب إلى فرصة متاحة للمحترفين، قد يظهر في قسم Available Jobs. هناك يستطيع Service Provider تحليل المعلومات المتاحة عن العمل وتحديد ما إذا كانت الفرصة تناسب نشاطه ومنطقة خدمته. في الفرص المتاحة بصيغة Negotiated Leads، تنظم CraftCommunity عملية الاتصال وتحمي المعلومات الخاصة بالعميل وفق قواعد المنصة. يشتري Service Provider فرصة الاتصال؛ ولا يشتري عقد عمل مضمونًا. وتُشرح القواعد والتحقق والضمان المطبقة على Negotiated Lead في المراحل التالية من هذا الدليل.

تسعى المنصة إلى خدمة طرفي هذه العلاقة. بالنسبة للعميل، توفر CraftCommunity وسائل لفهم الخدمة التي يبحث عنها بصورة أفضل، وتنظيم المعلومات، والعثور على موارد وطرق للوصول إلى المحترفين. وبالنسبة إلى Service Provider، توفر الوصول إلى الفرص والأدوات المرتبطة بنشاطه. وقد يكون هذا النموذج مفيدًا بصورة خاصة للمحترفين المستقلين والأعمال الصغيرة التي تعتمد على فرص جديدة لاستمرار نشاطها، وفي الوقت نفسه يساعد العائلات ومالكي العقارات والشركات على العثور على عمالة لتلبية احتياجات حقيقية في عقاراتهم.

لهذا الاتصال وظيفة عملية للمجتمع. خدمات الصيانة والتنظيف والبناء والإصلاح وتحسين العقارات تحرك العمل المحلي وتعالج احتياجات ملموسة في المجتمعات. عندما تُنظم المعلومات ويصبح الاتصال بين العميل والمحترف أكثر سهولة، قد يحصل مقدمو الخدمات الصغار على فرص أكثر لعرض أعمالهم، بينما يحصل العملاء على موارد أكثر للبحث عن حلول. تسعى CraftCommunity إلى المشاركة في هذه العملية من خلال إنشاء هيكل يمكن أن تتدفق فيه المعلومات والفرص والاتصالات بصورة أكثر تنظيمًا.

هنا يأتي دور Lead Seller. فهو لا يبيع مجرد ملف أو جهة اتصال. بل يعرض على Service Provider فرصة تشكل جزءًا من هذا النظام. ولكي يفعل ذلك بصورة مهنية، يجب أن يعرف كيف يشرح مصدر الفرصة، وما الذي يمثله Quick Quote، وما الذي يعرضه Available Jobs، وما معنى شراء Negotiated Lead، وما الحدود الموجودة في العملية. وكلما فهم Lead Seller منصة CraftCommunity بصورة أفضل، كان عرضه للمحترف أوضح وأكثر مسؤولية.

بعد فهم هذا التشغيل العام، تكون الخطوة التالية هي فهم وظيفة Lead Seller تحديدًا داخل CraftCommunity.

المرحلة 2 — ما هو Lead Seller؟

Lead Seller هو مورد في CraftCommunity أنشئ لتمكين المشاركين من عرض الفرص المتاحة في المنصة على Service Providers الذين قد يهتمون بهذه الأعمال.

يستخدم Lead Seller رمزه الترويجي الحصري لتحديد عمليات الشراء الناتجة عن إحالته. وعندما يسجل النظام عملية شراء مؤهلة، تُحسب العمولة المطبقة تلقائيًا بواسطة CraftCommunity ويمكن متابعتها في لوحة Lead Seller.

دور Lead Seller هو ربط الفرصة بالمحترف المناسب. ولا ينبغي له عرض الفرصة على أنها عقد مضمون، ولا أن يعد بأن Service Provider سيُعين من قبل العميل.

تظل معلومات العميل الخاصة محمية وفق عملية CraftCommunity. ويجب أن يعمل Lead Seller فقط بالمعلومات الخاصة بالفرصة والمصرح بعرضها على المشتري المحتمل.

تتيح لوحة Lead Seller متابعة الرمز الترويجي الشخصي، والمبيعات المنسوبة إلى الحساب، والمبالغ المعلقة، والمبالغ المدفوعة، والسجل، والمعلومات اللازمة للاستلام.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يفهم المستخدم أن وظيفته هي العثور على Service Providers يحتمل اهتمامهم، وعرض الفرص المتاحة بصورة صحيحة، واستخدام رمزه الترويجي حتى يمكن إسناد المبيعات المؤهلة إلى حسابه.

ملاحظة للمراجعة

هذه وثيقة عمل. يجب التحقق من التشغيل الدقيق للأزرار وحالات البيع والمدفوعات وغيرها من السلوكيات التشغيلية بمقارنتها مع الإصدار المثبت حاليًا من نظام Lead Seller قبل النشر النهائي.

المرحلة 3 — حساب Lead Seller الخاص بك

لوحة Lead Seller هي منطقة الحساب المخصصة لمتابعة الإحالات والمبيعات المنسوبة إلى المستخدم. وفيها يطلع Lead Seller على رمزه الترويجي الشخصي، ويتابع نتائج المبيعات، ويحافظ على المعلومات اللازمة لاستلام المدفوعات.

لكل Lead Seller رمز ترويجي حصري مرتبط بحسابه. يجب تقديم هذا الرمز إلى Service Provider المُحال حتى يمكن تحديد عملية شراء مؤهلة وإسنادها بصورة صحيحة إلى Lead Seller.

يجب أن يستخدم المشتري الرمز الترويجي ضمن العملية التي توفرها CraftCommunity. ولا يجوز لـ Lead Seller استخدام رمزه الخاص لشراء خاص به أو لإحالة ذاتية.

تتيح اللوحة أيضًا متابعة مؤشرات المبيعات. وفق الهيكل الحالي للنظام، فإن الحقول الرئيسية المعروضة على Lead Seller هي Purchases و Gross Sales و Earned و Pending و Paid.

يمثل Purchases عمليات الشراء المنسوبة إلى Lead Seller. ويعرض Gross Sales حجم المبيعات المرتبط بعمليات الشراء المسجلة. ويمثل Earned الأرباح المسجلة لـ Lead Seller. ويحدد Pending المبالغ التي لا تزال معلقة ضمن مسار الدفع. ويحدد Paid المبالغ التي تم تعليمها بالفعل كمدفوعة.

لا يلزم عرض أو شرح النسبة الداخلية التي تستخدمها CraftCommunity لحساب العمولة للمستخدم في الدليل العام. بحسب النظام القيمة المطبقة ويعرضها في اللوحة.

تستخدم منطقة BTC Wallet لتسجيل أو تحديث محفظة Bitcoin المخصصة للاستلام. ويجب إدخال المحفظة بعناية، لأن العنوان المُدخل سيستخدم في عملية الدفع.

عند إتمام دفع إداريًا، قد يسجل السجل معلومات الدفع المقابلة، بما في ذلك TXID عند انطباق ذلك. ويجب الاحتفاظ بسجل المدفوعات للرجوع إليه.

كيفية استخدام هذه المنطقة

1. ادخل إلى Service Provider Account الخاصة بك.
2. حدّد منطقة LEAD SELLER.
3. حدّد وانسخ رمزك الترويجي الشخصي.
4. راجع عمليات الشراء والمبالغ المسجلة في اللوحة.
5. سجّل أو أكّد BTC Wallet قبل استلام المدفوعات.
6. راجع Pending للمبالغ التي لا تزال قيد المعالجة و Paid للمدفوعات المكتملة.
7. استخدم السجل لمراجعة سجلات المدفوعات السابقة و TXID عند توفره.

مهم

يجب على Lead Seller التأكد من أن الرمز الترويجي الذي استخدمه المشتري هو الرمز المرتبط بحسابه هو. يعتمد إسناد البيع على التسجيل الصحيح للرمز في مسار الشراء.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يعرف المستخدم أين يجد رمزه الترويجي، وكيف يتابع المبيعات المنسوبة إلى حسابه، وكيف يفسر الحالات المالية الرئيسية في اللوحة، وأين يحتفظ بـ BTC Wallet.

التحقق الفني قبل النشر

الأسماء Purchases و Gross Sales و Earned و Pending و Paid و BTC Wallet و TXID تتبع الهيكل المحدد لـ Lead Seller. قبل النشر النهائي للدليل، يجب مقارنة الشاشات والأزرار والسلوكيات بالإصدار المثبت فعليًا على الموقع لتجنب الاختلافات البصرية أو التشغيلية.

المرحلة 4 — العثور على Lead لبيعه

أول عمل لـ Lead Seller هو اختيار فرصة يمكن عرضها على Service Provider مناسب. ويجب أن يبدأ الاختيار من المعلومات المتاحة في الفرصة نفسها المنشورة بواسطة CraftCommunity.

قبل البحث عن مشتري، يجب على Lead Seller تحليل نوع الخدمة والموقع وحجم المشروع أو نطاقه والظروف المعروضة وقيمة الاتصال. والهدف هو فهم نوع المحترف القادر على تنفيذ ذلك العمل والمنطقة التي يحتاج إلى العمل فيها. لا يحتاج Lead Seller إلى اختيار أي فرصة متاحة. من الأفضل العمل مع leads يمكن توجيهها إلى محترفين متوافقين بوضوح مع الخدمة والموقع.

مثال: إذا كانت الفرصة Flooring — Laminate في Miami, FL، فيجب توجيه البحث بصورة أساسية إلى flooring contractors و laminate flooring installers وغيرهم من المحترفين المناسبين الذين يخدمون Miami أو منطقة المشروع. إذا كانت الفرصة Cleaning، فيجب على Lead Seller ملاحظة نوع التنظيف المطلوب والبحث عن شركات أو محترفين يقدمون بالفعل ذلك النوع من الخدمة. ويُطبق المبدأ نفسه على بقية تخصصات CraftCommunity.

المعلومات التي يجب ملاحظتها

1. Job Type / فئة العمل.
2. Service / الخدمة المحددة المطلوبة.
3. State و City / موقع الفرصة.
4. Size / حجم المشروع، عند انطباق ذلك.
5. Project Details / التفاصيل المتاحة عن العمل.
6. Scope / النطاق المعروض في الفرصة.
7. Estimated Labor Hours، عند توفرها.
8. Estimated Project Value أو السعر المعروض، عند توفره.
9. Connection Fee / القيمة اللازمة لشراء الاتصال.
10. أي شروط عامة أخرى ذات صلة معروضة في الفرصة.

كيفية اختيار فرصة

- الخطوة 1 — افتح الفرص المتاحة في CraftCommunity.
- الخطوة 2 — اختر عملاً يسهل ربط خدمته بنوع محدد من المحترفين.
- الخطوة 3 — تحقق من المدينة والولاية التي ستُنفذ فيها الخدمة.
- الخطوة 4 — اقرأ التفاصيل والنطاق قبل بدء البحث عن مشترين.
- الخطوة 5 — حدّد أنواع Service Providers المتوافقين فنيًا مع تلك الفرصة.
- الخطوة 6 — بعد هذا التحليل فقط، ابدأ البحث عن محترفين يخدمون تلك المنطقة.

معلومات العميل الخاصة

يجب على Lead Seller احترام حماية معلومات العميل الخاصة. البيانات الخاصة غير المصرح بعرضها لا يجوز الحصول عليها أو مشاركتها أو نشرها أو استخدامها لمحاولة تجاوز عملية الاتصال في CraftCommunity. الهدف في هذه المرحلة هو بيع فرصة الاتصال باستخدام المعلومات المتاحة لتقييم العمل. ويتم الإفراج عن معلومات العميل الخاصة وفق عملية الشراء والتحقق والموافقة في CraftCommunity.

مثال عملي

الفرصة: Flooring — Laminate

الموقع: Miami, Florida

مساحة المشروع: SF 850

العمل: إزالة الأرضية الحالية وتركيب laminate flooring

المحترف المطلوب: flooring contractor / laminate flooring installer يخدم Miami ولديه القدرة على تنفيذ النطاق المعروض. الإجراء التالي لـ Lead Seller: العثور على Service Providers محتملين وعرض الفرصة من دون كشف معلومات العميل الخاصة المحمية.

ما يجب تجنبه

- لا تعرض lead على أنه عقد مضمون.
- لا تغيّر القيمة أو النطاق أو معلومات الفرصة لجعلها أكثر جاذبية.
- لا تكشف بيانات العميل الخاصة.
- لا تقل إن Service Provider قد تم تعيينه بالفعل.
- لا توجه الفرصة إلى محترف غير متوافق بوضوح مع الخدمة أو الموقع.
- لا تحاول تجاوز عملية الشراء والاتصال في CraftCommunity.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يكون Lead Seller قادرًا على اختيار فرصة، وفهم بياناتها الرئيسية، وتحديد ملف Service Provider الذي ينبغي البحث عنه لذلك العمل.

التحقق الفني قبل النشر

يجب مقارنة الحقول المعروضة على Lead Seller بالإصدار الحالي من صفحة Available Jobs قبل النشر النهائي. يجب أن يذكر الدليل فقط المعلومات المتاحة فعليًا للمستخدم في هذه المرحلة من النظام.

المرحلة 5 — العثور على Service Provider

هدف هذه المرحلة هو العثور على Service Providers يحتمل اهتمامهم بالفرصة المختارة، باستخدام مجموعات Facebook المرتبطة بموقع lead فقط.

للحفاظ على تنظيم التنقيب وتقليل الاتصالات التجارية الفردية غير المطلوبة، لا ينبغي لـ Lead Seller البحث عن محترفين في المواقع أو الصفحات الشخصية أو البريد الإلكتروني أو الهواتف أو SMS أو WhatsApp أو الرسائل الخاصة لمجرد عرض فرصة.

الاستراتيجية التي حددها CraftCommunity لهذه المرحلة بسيطة: ينشر Lead Seller الفرصة في مجموعة Facebook مناسبة ويتيح للمحترفين المهتمين أنفسهم بدء الاتصال.

بهذه الطريقة، يرى Service Provider المنشور بقراره الشخصي داخل مجتمع يشارك فيه بالفعل. وإذا اهتم بالعمل المعروض، يمكنه الرد على المنشور أو التواصل مع Lead Seller لطلب مزيد من المعلومات.

طريقة التنقيب الرسمية

الخطوة 1 — حدّد الخدمة الدقيقة للفرصة.

الخطوة 2 — حدّد المدينة والولاية والمنطقة التي سيقف فيها المشروع.

الخطوة 3 — على Facebook، ابحث عن مجموعات تنتمي إلى تلك المدينة أو المنطقة أو السوق المحلي.

الخطوة 4 — كلما أمكن، أعط الأولوية للمجموعات المرتبطة بـ contractors أو home services أو البناء أو الصيانة أو الخدمة المطابقة للـ lead.

الخطوة 5 — اقرأ قواعد المجموعة قبل النشر. إذا كانت المجموعة لا تسمح بالإعلانات التجارية أو فرص العمل أو المنشورات المشابهة، فلا تنشر.

الخطوة 6 — أنشئ منشورًا إبداعيًا ومهنيًا يعرض فقط المعلومات المصرح بها عن الفرصة.

الخطوة 7 — لا تنشر معلومات العميل الخاصة.

الخطوة 8 — انتظر أن يرد Service Providers المهتمون بأنفسهم على المنشور أو يتواصلوا مع Lead Seller.

الخطوة 9 — فقط بعد أن يُظهر المحترف اهتمامه، واصل المحادثة واعرض المعلومات الإضافية المسموح بها.

الخطوة 10 — تجنب المنشورات المتكررة أو المفرطة للفرصة نفسها في المجموعة نفسها.

مثال: ابحث في المجموعة عن الجزء المكتوب فيه إنشاء منشور أو نشر أو مناقشة. في هذه المنطقة توجد خانة قابلة للكتابة ويمكنك نشر ما يلي:

«أبحث عن House Cleaner — خدمة سكنية — شقة من غرفتي نوم.»

أو

«أبحث عن مُركّب أرضيات — تركيب sqft2 1200 من Hardwood Flooring.»

أين تبحث

Facebook Groups — هذه هي القناة الوحيدة المحددة في هذا الدليل لتنقيب Lead Seller.

يجب أن تكون للمجموعة علاقة حقيقية بموقع المشروع. يمكن استخدام مجموعات المجتمعات المحلية، وcontractors، ومحترفي home services، والبناء، والصيانة، أو المجموعات الخاصة بالخدمة، بشرط أن تسمح قواعد المجموعة بهذا النوع من المنشورات.

لا ينبغي لـ Lead Seller استخدام قائمة أعضاء المجموعة لبدء تواصلات خاصة. يجب أن يحدث الاتصال الأول من خلال المنشور. وتبدأ المحادثة الفردية فقط عندما يُظهر المحترف اهتمامه.

كيفية عرض الفرصة في المجموعة

يمكن أن يكون المنشور إبداعيًا وجذابًا، لكنه يجب أن يظل أمينًا للـ lead. الهدف هو إثارة اهتمام المحترفين المناسبين من دون الادعاء بأن العمل مضمون.

مثال على منشور

Laminate Flooring — Miami, FL — فرصة خدمة

توجد حاليًا فرصة أعمال أرضيات في Miami, Florida. تبلغ مساحة المشروع نحو 850 SF وتشمل إزالة الأرضية الحالية وتركيب laminate flooring.

إذا كنت flooring contractor أو laminate flooring installer وتخدم منطقة Miami وترغب في معرفة المزيد عن هذه الفرصة، فاكتب تعليقًا أو تواصل معي للحصول على معلومات إضافية.

متاحة عبر CraftCommunity بصيغة Negotiated Lead. هذه فرصة للاتصال بعميل محتمل وليست عقدًا مضمونًا.

مثال عملي

الفرصة المختارة: Flooring — Laminate

الموقع: Miami, Florida

الإجراء: العثور على مجموعات Facebook مرتبطة بـ Miami يمكن للمحترفين المناسبين رؤية الفرصة فيها.

المنشور: عرض العمل من دون كشف هاتف العميل أو عنوانه أو أي بيانات خاصة أخرى.

الرد: انتظار أن يرد Service Provider مهتم أو يتواصل طوعًا مع Lead Seller.

الإجراء التالي: بعد إظهار الاهتمام، الانتقال إلى مرحلة عرض الفرصة.

تنظيم المهتمين

يمكن لـ Lead Seller الاحتفاظ بقائمة بسيطة فقط بالمحترفين الذين أظهروا اهتمامهم طوعًا. يمكن أن تتضمن القائمة اسم المحترف أو الشركة، والخدمة، والمدينة/المنطقة، والقناة التي تم من خلالها الاتصال، والتاريخ، وحالة المحادثة.

يجب ألا يحتوي هذا التنظيم على معلومات خاصة لعميل CraftCommunity.

افهم المنطقة قبل البحث عن المجموعات

قبل البحث عن مجموعات على Facebook، يجب على Lead Seller فهم موقع المشروع بصورة أفضل. ولهذا يمكنه استخدام Google Maps حصريًا كأداة للتوجيه الجغرافي. في هذه المرحلة، لا ينبغي استخدام Google Maps للعثور على شركات أو جمع أرقام هواتف أو عناوين بريد إلكتروني أو بدء اتصالات تجارية. وظيفته هي مساعدة Lead Seller على فهم موقع مدينة lead، والمدن القريبة منها، وأسماء المناطق التي قد تكون مفيدة عند البحث عن مجموعات Facebook.

كيفية استخدام الخريطة

- الخطوة 1 — افتح Google Maps وابحث عن المدينة المذكورة في lead.
- الخطوة 2 — لاحظ موقع المدينة داخل الولاية.
- الخطوة 3 — استخدم التكبير لرؤية المدينة بصورة أفضل ثم صغّر العرض لفهم المنطقة المحيطة.
- الخطوة 4 — حدّد المدن القريبة والمراكز الحضرية المهمة وأسماء المناطق التي يمكن استخدامها في البحث عن المجموعات.
- الخطوة 5 — دوّن من 3 إلى 5 مواقع قريبة منطقية لتوسيع البحث.
- الخطوة 6 — استخدم هذه الأسماء على Facebook مع الكلمات المفتاحية بالبرتغالية والإنجليزية والإسبانية التي يعلمها هذا الدليل.
- الخطوة 7 — عندما يُظهر Service Provider اهتمامه، أكّد معه ما إذا كان يخدم موقع المشروع فعليًا لا ينبغي اعتبار القرب الظاهر على الخريطة تأكيدًا لمنطقة خدمة المحترف.

مثال على الاستخدام

تخيّل أن lead موجود في مدينة أصغر في Massachusetts. يبحث Lead Seller عن هذه المدينة في Google Maps، ويستخدم التكبير لفهم المنطقة، ويحدد مدّنًا أكبر أو مجتمعات قريبة. بعد ذلك، بدلًا من البحث فقط باسم مدينة lead بالضبط، يمكنه تجربة تركيبات على Facebook باستخدام هذه المواقع القريبة، مثل "Brasileiros em [cidade próxima]"، و"contractors [cidade próxima]"، و"home services [região]" أو "contratistas [cidade próxima]". يوسّع ذلك البحث الجغرافي من دون تغيير القاعدة الرئيسية: يظل التنقيب يتم عبر منشورات في مجموعات Facebook، وليس عبر الاتصال المباشر بالشركات الموجودة على الخريطة.

ما يجب ملاحظته على الخريطة

- مدينة lead بالضبط.
- المدن المجاورة والمراكز الحضرية القريبة.
- المنطقة أو النطاق الحضري الذي تنتمي إليه المدينة، عندما يكون ذلك موضّحًا بوضوح.
- المسافة الجغرافية التقريبية بين المواقع كمرجع بصري فقط.
- أسماء المواقع التي قد تولد عمليات بحث جديدة عن مجموعات Facebook.

حدود استخدام Google Maps

تساعد الخريطة على فهم الجغرافيا، لكنها لا تحدد وحدها منطقة العمل التجارية التي يخدمها Service Provider.

لا تفترض أن محترفًا يخدم مدينة معينة لمجرد أنه قريب منها جغرافيًا.

لا تستخدم المنشآت الظاهرة على الخريطة لبدء تنقيب فردي عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني أو SMS أو WhatsApp أو الرسائل الخاصة.

لا تستخدم الخريطة لمحاولة العثور على العنوان الخاص للعميل.

قد تختلف أوقات السفر وحركة المرور والمسارات. وعندما تكون هذه المعلومات مهمة، يجب التعامل معها كمرجع فقط وتأكيدتها بواسطة Service Provider نفسه.

المسار الجغرافي الموصى به

LEAD → تحديد المدينة في Google Maps → استخدام التكبير لفهم المنطقة → تحديد المدن القريبة → البحث عن مجموعات Facebook بالبرتغالية والإنجليزية والإسبانية → تقييم المجموعات → نشر الفرصة → انتظار إظهار الاهتمام طوعًا.

كيفية العثور على المجموعات الصحيحة

يجب أن يبدأ البحث من موقع الـ lead. يمكن لـ Lead Seller دمج اسم المدينة أو الولاية مع كلمات مرتبطة بالمجتمع أو المهنة أو الخدمة. ولتوسيع النتائج، يمكن إجراء البحث نفسه بالإنجليزية والبرتغالية والإسبانية.

نموذج البحث

[المجتمع أو المهنة] + [المدينة أو الولاية]

أمثلة بالبرتغالية: "Brasileiros em Massachusetts"، "Brasileiros em Boston"، "Brasileiros em New York"، "Brasileiros em New Jersey"، "Profissionais brasileiros em Boston" و "Prestadores de serviços em Massachusetts".

أمثلة بالإنجليزية: "contractors in Massachusetts"، "home services Massachusetts"، "construction workers Boston"، "flooring contractors Boston"، "house cleaners Massachusetts" و "painters Massachusetts".

أمثلة بالإسبانية: "Latinos en Massachusetts"، "Contratistas en Massachusetts"، "Trabajadores de construcción Boston"، "Pintores en Massachusetts" و "Servicios para el hogar Massachusetts".

يمكن لـ Lead Seller استبدال Massachusetts/Boston بالولاية والمدينة المطابقتين للـ lead، واستبدال المهنة بالخدمة المطلوبة.

البحث بأكثر من لغة

عندما لا يعثر البحث الأول على مجموعات مناسبة، يجب على Lead Seller تكرار البحث بترجمة المصطلحات الرئيسية إلى الإنجليزية والبرتغالية والإسبانية. الغرض ليس افتراض أصل المحترف، بل توسيع البحث بين مجتمعات ومجموعات محلية مختلفة قد تجمع Service Providers مناسبين.

مثال: بالنسبة إلى lead خاص بـ Painting في Boston، يمكن لـ Lead Seller البحث عن "painters Boston"، "pintores em Boston"، "pintores en Boston"، "Brasileiros em Boston"، "contractors Boston"، "Boston" و "Latinos en Boston".

معايير تقييم مجموعة قبل الانضمام أو النشر

عدد الأعضاء مجرد مؤشر. كمرجع تشغيلي، يمكن إعطاء الأولوية للمجموعات التي تضم 10,000 عضو أو أكثر عندما تكون نشطة وذات صلة أيضًا، لكن مجموعة أصغر ومحددة جدًا للمدينة أو المهنة قد تكون أكثر فائدة من مجموعة كبيرة وعامة.

قبل النشر، يجب على Lead Seller التحقق من:

1. الموقع — هل تمثل المجموعة فعلاً مدينة أو ولاية أو منطقة الـlead.
2. الصلة — هل يوجد محترفون أو contractors أو مقدمو خدمات أو أعضاء محليون قد يهتمون بالفرصة.
3. النشاط الحديث — هل توجد منشورات وتفاعلات حديثة؛ يجب إعطاء أولوية أقل للمجموعات التي تبدو مهجورة.
4. عدد الأعضاء — يُفضل وجود قاعدة جيدة من الأعضاء؛ ويمكن استخدام 10,000+ كمرجع من دون أن يكون شرطاً مطلقاً.
5. القواعد — هل تسمح المجموعة بمنشورات الخدمات أو الفرص أو الإعلانات التجارية أو المحتوى المشابه.
6. الإشراف — يجب على Lead Seller احترام الموافقة على المنشورات وحدود التكرار وإرشادات المسؤولين.
7. الجودة — تجنب المجموعات التي يهيمن عليها spam أو المنشورات المتكررة أو المحتوى غير المرتبط بالمجتمع أو علامات انخفاض النشاط الحقيقي.
8. خصوصية المجموعة — قد تسهل المجموعات العامة التقييم الأولي، لكن كون المجموعة عامة لا يعني تلقائياً أن الإعلان مسموح. قواعد المجموعة هي المرجع دائماً.

أمثلة على URLs لتعلم كيفية العثور على المجموعات

الروابط أدناه أمثلة لمجموعات استُخدمت كمرجع للبحث. وهي لا تمثل شراكة أو موافقة أو قناة رسمية لـCraftCommunity. قد يتغير الاسم وعدد الأعضاء والخصوصية والنشاط والقواعد. يجب على Lead Seller فتح المجموعة والتحقق من الشروط الحالية قبل النشر.

Facebook Group — Brasileiros em New York — مثال موثق: [/https://www.facebook.com/groups/242540673074285](https://www.facebook.com/groups/242540673074285)

Facebook Group — Brasileiros de Virgínia — مثال موثق: [/https://www.facebook.com/groups/797608163646381](https://www.facebook.com/groups/797608163646381)

Facebook Group — مثال للمراجعة داخل [/Facebook: https://www.facebook.com/groups/261856625034266](https://www.facebook.com/groups/261856625034266)

Facebook Group — مثال للمراجعة داخل [/Facebook: https://www.facebook.com/groups/517313901765255](https://www.facebook.com/groups/517313901765255)

Facebook Group — Brasileiros NY e NJ — مثال للمراجعة داخل [/Facebook: https://www.facebook.com/groups/BrasileirosNYeNJ](https://www.facebook.com/groups/BrasileirosNYeNJ)

قاعدة قبل استخدام أي URL

لا تنشر لمجرد أن المجموعة تظهر في هذا الدليل. قبل كل منشور، تأكد من أن المجموعة لا تزال نشطة، وأنها تخص المنطقة الصحيحة، وأنها تسمح بذلك النوع من المحتوى. إذا لم تسمح القواعد، فابحث عن مجموعة مناسبة أخرى.

المسار الموصى به

العثور على الـLEAD → تحديد المدينة/الولاية → البحث عن مجموعات Facebook بالإنجليزية والبرتغالية والإسبانية → تقييم الموقع والنشاط والأعضاء والقواعد → اختيار المجموعات المناسبة → إنشاء المنشور → انتظار إظهار الاهتمام طوعاً → ثم فقط التحدث مباشرة مع Service Provider

عندما يُظهر Service Provider اهتمامه

بعد أن يرد Service Provider على المنشور أو يتواصل طوعًا مع Lead Seller، يجب أن تستمر المحادثة الفردية بصورة قصيرة ومحترمة. الهدف الأول ليس طلب الهاتف أو WhatsApp. يجب على Lead Seller تأكيد الاهتمام وسؤال المحترف عما إذا كان يريد استلام المعلومات الكاملة للفرصة عبر البريد الإلكتروني. يختار Service Provider ما إذا كان يريد تقديم عنوان بريد إلكتروني. إذا لم يرغب، فلا ينبغي لـ Lead Seller الإلحاح أو البحث عن بريد إلكتروني في المواقع أو الملفات الشخصية أو الأدلة أو المصادر الأخرى لتجاوز قراره.

نموذج رد قصير على Facebook

«شكرًا لاهتمامك. يمكنني إرسال ملف PDF الكامل للفرصة عبر البريد الإلكتروني، متضمنًا التفاصيل المتاحة، والقواعد/الضمان المطبق على Negotiated Lead، ورمزي الترويجي حتى تتمكن من التقييم بهدوء. إذا أردت استلامه، أخبرني بعنوان البريد الإلكتروني الذي تفضل استخدامه.»

بعد تقديم البريد الإلكتروني طوعًا

- الخطوة 1 — تأكد من أن العنوان قدّمه Service Provider نفسه بغرض استلام المعلومات.
- الخطوة 2 — نزل PDF الخاص بالفرصة المقابلة من منطقة Available Jobs في CraftCommunity.
- الخطوة 3 — احفظ PDF على الكمبيوتر أو الجهاز باسم يسمح بتحديد الفرصة من دون تضمين بيانات خاصة غير مناسبة.
- الخطوة 4 — جهّز بريدًا إلكترونيًا قصيرًا ومهنيًا وأمينًا لمعلومات الـ lead.
- الخطوة 5 — أرفق PDF الخاص بالفرصة. يجمع PDF البيانات المتاحة للإحالة والقواعد/الضمان المضمنة في الوثيقة وفق مسار CraftCommunity.
- الخطوة 6 — أدرج في نص البريد الرمز الترويجي الشخصي لـ Lead Seller ووجه Service Provider إلى استخدامه في مسار الشراء المطبق إذا قرر شراء الفرصة.
- الخطوة 7 — أدرج في تذييل الرسالة طريقة بسيطة لإيقاف رسائل البريد المستقبلية من Lead Seller.
- الخطوة 8 — بعد الإرسال، لا تضغط على Service Provider عبر الهاتف أو WhatsApp أو الرسائل المتكررة. انتظر قرار المحترف.

كيفية تنزيل وحفظ PDF الخاص بالفرصة

1. ادخل إلى صفحة Available Jobs في CraftCommunity.
2. حدّد بدقة الفرصة التي أبدى Service Provider اهتمامًا بتقييمها.
3. استخدم زر DOWNLOAD PDF المتاح في البطاقة أو عرض الفرصة.
4. عندما يفتح المتصفح الملف أو ينزّله، استخدم خيار Download/Save للاحتفاظ بنسخة على الجهاز.
5. قبل الإرفاق، تأكد من أن PDF يخص الفرصة الصحيحة.
6. لا تعدّل PDF لتغيير السعر أو النطاق أو الضمان أو معلومات الفرصة.
7. أرفق PDF نفسه بالبريد الإلكتروني المرسل إلى Service Provider.

العلاقة عبر البريد الإلكتروني

لا ينبغي اعتبار تقديم البريد الإلكتروني لفرصة واحدة تفويضًا دائمًا. إذا أراد Lead Seller إرسال فرص متوافقة مستقبلًا، فيجب أن يحافظ على تواصل معتدل وأن يوفر في كل رسالة طريقة بسيطة لإيقاف الرسائل الجديدة.

تذييل موصى به

«إذا كنت لا تريد استلام فرص مستقبلية عبر البريد الإلكتروني من Lead Seller هذا، فردّ على هذه الرسالة بكلمة CANCELAR. بعد الطلب، يجب إيقاف رسائل الفرص الجديدة.»

إذا رد Service Provider بكلمة CANCELAR، يجب على Lead Seller تسجيل هذا التفضيل وعدم إرسال فرص جديدة إلى ذلك العنوان. إلغاء الرسائل المستقبلية لا يؤثر في فرصة أو عملية شراء قرر المحترف بالفعل تقييمها بنفسه.

ما يجب تجنبه

لا تجمع عناوين البريد الإلكتروني أو أرقام الهواتف من المواقع لعرض leads بصورة فردية. لا ترسل SMS أو WhatsApp أو رسائل بريد إلكتروني أو رسائل خاصة غير مطلوبة. لا تتواصل فرديًا مع أعضاء مجموعات لم يُظهروا اهتمامًا. لا تنشر في مجموعات تحظر قواعدها هذا النوع من المحتوى. لا تكرر المنشور نفسه بصورة مفرطة. لا تكشف معلومات العميل الخاصة. لا تدّّع أن المحترف يملك العمل بالفعل أو أن التعيين مضمون. لا تقدّم نفسك كممثل للعميل. لا تغيّر معلومات الlead لزيادة الاهتمام بصورة مصطنعة. لا تُلج بعد أن يذكر المحترف أنه غير مهتم.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يعرف Lead Seller كيفية نشر فرصة في مجموعات Facebook المرتبطة بموقع الlead والسماح لـ Service Providers المهتمين أنفسهم ببدء الاتصال.

قاعدة تشغيلية لـ CraftCommunity

في هذا الدليل، يقتصر التنقيب عن Service Providers على مجموعات Facebook. الهدف هو توحيد عمل Lead Sellers وتقليل الاتصالات الفردية غير المطلوبة والحفاظ على تحكم أكبر في طريقة نشر الفرص. يجب احترام قواعد كل مجموعة. عندما لا يكون المنشور مسموحًا، يجب على Lead Seller البحث عن مجموعة مناسبة أخرى بدلًا من محاولة تجاوز الإشراف.

المرحلة 6 — عرض الفرصة

بعد تحديد Service Provider مناسب، يجب على Lead Seller عرض الفرصة بصورة واضحة ومهنية وأمانة للمعلومات التي توفرها .CraftCommunity

هدف التواصل ليس إقناع المحترف بأن العمل مضمون. الهدف هو إظهار وجود فرصة اتصال متاحة، وعرض البيانات المسموح بها للتقييم، وتوجيه المحترف إلى CraftCommunity إذا كان مهتمًا. يجب أن يكون العرض قصيرًا بما يكفي لتسهيل القراءة، لكنه يجب أن يحتوي على المعلومات اللازمة حتى يفهم Service Provider نوع العمل والموقع والنطاق الأساسي والشروط المتاحة قبل أن يقرر ما إذا كان يريد تقييم الفرصة.

معلومات يمكن أن تكون جزءًا من العرض

1. نوع الخدمة وفئة العمل.
2. المدينة والولاية التي سيقام فيها المشروع.
3. حجم أو أبعاد المشروع، عند توفرها.
4. ملخص أمين للنطاق وProject Details المعروضة بواسطة CraftCommunity.
5. Estimated Labor Hours، عندما تكون هذه المعلومة متاحة لـLead Seller.
6. Estimated Project Value، عندما تكون متاحة للعرض.
7. Connection Fee أو المعلومة اللازمة لـService Provider لتقييم شراء الاتصال.
8. الرمز الترويجي الشخصي لـLead Seller والفائدة المطبقة على المشتري، وفق المسار الساري في CraftCommunity.

معلومات لا ينبغي كشفها

بيانات العميل الخاصة التي لا تزال محمية ضمن عملية CraftCommunity. الهاتف أو العنوان أو أي معلومات خاصة أخرى غير مصرح بعرضها. المعلومات التي تم الحصول عليها خارج مسار CraftCommunity بغرض تجاوز حماية العميل. أي معلومات مخترعة أو معدلة أو مضافة لجعل الفرصة أكثر جاذبية.

كيفية المتابعة بعد أن يُظهر المحترف اهتمامه

تحدث أول محادثة فردية فقط بعد أن يُظهر Service Provider اهتمامه بمنشور المجموعة. في هذه اللحظة، يجب على Lead Seller أن يكون موجزًا ويسأل المحترف إن كان يريد استلام العرض الكامل عبر البريد الإلكتروني. البريد الإلكتروني هو القناة الموصى بها في هذا الدليل لإرسال وثائق الفرصة. الهاتف وWhatsApp غير ضروريين لكي يعرض Lead Seller لـNegotiated Lead.

نموذج بريد إلكتروني — العرض الكامل للفرصة

الموضوع: [CITY, STATE] — [SERVICE] — Service Opportunity

مرحبًا [SERVICE PROVIDER NAME]،

شكرًا لاهتمامك بالفرصة التي شاركها.

أرسل إليك ملف PDF الخاص بفرصة [SERVICE] في [CITY, STATE]. تحتوي الوثيقة المرفقة على معلومات المشروع المتاحة وعلى قواعد/ضمان Negotiated Lead المطبقة، حتى تتمكن من مراجعة الفرصة قبل أن تقرر ما إذا كنت تريد المتابعة.

الفرصة: [SERVICE]

الموقع: [CITY, STATE]

ملخص المشروع: [SHORT, ACCURATE SUMMARY]

الرمز الترويجي: [YOUR CODE]

إذا قررت أن هذه الفرصة تناسب نشاطك، يمكنك الدخول إلى CraftCommunity ومراجعة available job واستخدام رمزي الترويجي [YOUR CODE] في مسار الشراء المطبق.

Negotiated Lead هو فرصة للاتصال بعميل محتمل وليس عقدًا مضمونًا. يُرجى مراجعة PDF المرفق ومعلومات CraftCommunity قبل اتخاذ قرارك.

مع أطيب التحيات،

[YOUR NAME]

CraftCommunity Lead Seller

تفضيل البريد الإلكتروني: إذا كنت لا تريد استلام فرص مستقبلية من Lead Seller هذا، فما عليك سوى الرد على هذا البريد بكلمة CANCELAR. عندها يجب إيقاف رسائل الفرص المستقبلية إلى هذا العنوان.

ما الذي يجب إرفاقه والتحقق منه قبل الإرسال

أرفق PDF الذي تم تنزيله مباشرة من الفرصة المقابلة في Available Jobs. تحقق من الخدمة والمدينة/الولاية وبقية البيانات قبل الإرسال لا تعدّل PDF، ولا تضيف معلومات خاصة، ولا ترسل PDF يخص فرصة أخرى. يجب أن يظهر الرمز الترويجي أيضًا في نص البريد الإلكتروني، حتى يكون الرمز متأكدًا بالفعل لـ Service Provider. إذا قرر، بعد تحليل PDF والموقع، المتابعة بالشراء.

بعد الإرسال

يمكن لـ Lead Seller انتظار رد Service Provider من دون طلب رقم هاتف. إذا أراد المحترف المتابعة، فيجب توجيهه إلى المسار الرسمي لـ CraftCommunity. وإذا رد بكلمة CANCELAR، فيجب إيقاف رسائل الفرص الجديدة من Lead Seller ذلك إلى هذا العنوان.

مثال عملي

الـ lead المختار: Flooring — Laminate

الموقع: Miami, FL

المشروع: نحو SF 850، بما في ذلك إزالة الأرضية الحالية وتركيب laminate flooring

طريقة التواصل: بعد أن يُظهر المحترف اهتمامه بمنشور المجموعة، أسأله إن كان يريد استلام التفاصيل عبر البريد الإلكتروني. إذا قدّم البريد طوعًا، أرسل PDF المقابل للفرصة، والعرض المختصر، والرمز الترويجي لـ Lead Seller. لا ينبغي لـ Lead Seller تقديم هاتف العميل أو عنوانه الخاص قبل الإفراج المقرر عنهما ضمن عملية المنصة.

ما الذي لا ينبغي لـ Lead Seller أن يعد به

لا تقل إن Service Provider قد حصل على العمل بالفعل.

لا تضمن أن العميل سيعين المحترف.

لا تضمن إيرادًا أو ربحًا أو تكرارًا للعمل.

لا تدّع أن CraftCommunity تتحكم في القرار النهائي للعميل.

لا تعد بشروط تختلف عن المعلومات المعروضة فعليًا في الفرصة.

إذا أظهر المحترف اهتمامه

يجب على Lead Seller توجيهه إلى المسار الرسمي لـ CraftCommunity، وتقديم رمزه الترويجي، والسماح لـ Service Provider نفسه بتحليل الفرصة وتحديد ما إذا كان يريد شراء الاتصال. يتبع شراء الاتصال عملية CraftCommunity. وتظل معلومات العميل الخاصة محمية إلى أن تكتمل شروط الشراء والتحقق والإفراج المطبقة.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يعرف Lead Seller كيفية عرض فرصة بصورة مهنية، واستخدام المعلومات المسموح بها فقط، وتجنب الوعود غير الصحيحة، وتوجيه Service Provider بصورة صحيحة إلى المسار الرسمي لـ CraftCommunity.

التحقق الفني قبل النشر

يجب مقارنة النص النهائي المتعلق بإمكان إدخال الرمز الترويجي وكيف يصل المشتري إلى الفرصة بالإصدار المثبت حاليًا من مسار الشراء. النماذج أعلاه هي نصوص للتواصل ولا تحل محل التحقق من الأزرار والشاشات الفعلية للموقع.

المرحلة 7 — استخدام الرمز الترويجي

الرمز الترويجي هو المعرّف المستخدم لربط إحالة Lead Seller بعملية الشراء التي ينفذها Service Provider. يجب على كل Lead Seller استخدام الرمز الحصري المرتبط بحسابه هو.

بعد أن يُظهر Service Provider اهتمامه بالفرصة، يجب على Lead Seller تقديم رمزه الترويجي وإرشاد المشتري إلى استخدامه في الحقل الذي توفره CraftCommunity أثناء المسار المطبق.

الرمز لا يحل محل شراء الاتصال، ولا يفرج عن بيانات العميل الخاصة، ولا يمثل موافقة تلقائية على الفرصة. وظيفته هي تحديد الإحالة وتطبيق الفائدة المتاحة للمشتري وفق قواعد النظام السارية.

الفائدة للمشتري

في الإعداد المحدد لـ Lead Seller، يمنح الرمز الترويجي المشتري خصمًا قدره 5% من قيمة الشراء المطبقة. يجب على المشتري إدخال الرمز بصورة صحيحة حتى يتمكن النظام من التعرف على الفائدة.

كيفية استخدام الرمز

الخطوة 1 — يدخل Lead Seller إلى حسابه ويحدد رمزه الترويجي الحصري.

الخطوة 2 — ينسخ Lead Seller الرمز تمامًا كما يظهر في اللوحة.

الخطوة 3 — بعد أن يُظهر Service Provider اهتمامه، يقدّم Lead Seller الرمز إلى المشتري.

الخطوة 4 — يدخل Service Provider إلى المسار الرسمي لـ CraftCommunity ويختار الفرصة التي يريد شراءها.

الخطوة 5 — في المكان المخصص للرمز الترويجي، يُدخل المشتري الرمز الذي استلمه من Lead Seller.

الخطوة 6 — يتحقق النظام من الرمز، وعندما يكون مؤهلاً، يطبق الميزة المقابلة.
الخطوة 7 — يراجع المشتري المعلومات قبل إكمال العملية.
الخطوة 8 — عندما تُسجل عملية شراء مؤهلة بشكل صحيح، يمكن إسنادها إلى حساب Lead Seller المعني.

مثال

رمز Lead Seller: [SEU CÓDIGO]
Service Provider: المهني الذي أحاله Lead Seller.
الإجراء: يختار المهني فرصة على CraftCommunity ويدخل [SEU CÓDIGO] في الحقل المخصص.
النتيجة المتوقعة: إذا كان الرمز صالحًا وكانت عملية الشراء مؤهلة، تُطبق ميزة المشتري وتُربط الإحالة بـ Lead Seller في النظام.

احتياطات مهمة

انسخ الرمز وأرسله تمامًا كما يظهر في لوحة التحكم.
لا تغيّر الحروف أو الأرقام أو بنية الرمز.
لا تستخدم رمز Lead Seller آخر.
لا تستخدم رمزك الخاص للإحالة الذاتية أو للشراء الشخصي.
لا تعد المشتري بأن الرمز يضمن التعاقد من قبل العميل.
لا تقدّم الرمز باعتباره وسيلة للإفراج المباشر عن البيانات الخاصة للعميل.
اطلب من المشتري التأكد من قبول الرمز في مسار العملية قبل إتمامها.

إذا لم يعمل الرمز

يجب على Lead Seller أولاً التأكد من إدخال الرمز بصورة صحيحة ومن مطابقته للرمز المعروض في حسابه. إذا استمرت المشكلة، فلا ينبغي للمشتري محاولة تجاوز النظام. يجب معالجة الحالة عبر قناة الدعم المناسبة في CraftCommunity.

كيف تظهر عملية البيع في لوحة Lead Seller

يعمل الرمز الترويجي كجزء من الرابط بين الإحالة وحساب Lead Seller. عندما يتعرف النظام على عملية شراء مؤهلة مرتبطة بالرمز، قد تظهر السجلات المقابلة في لوحة Lead Seller للمتابعة.
يُجري النظام الحساب الداخلي للعمولة. ويجب أن يوجّه الدليل العام المستخدم إلى متابعة القيم المعروضة في Earned و Pending و Paid، من دون كشف الصيغة الإدارية الداخلية.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يعرف Lead Seller كيفية العثور على رمزه الترويجي ونسخه وتقديمه، وشرح غرضه للمشتري بصورة صحيحة، وفهم أن الرمز يعرّف الإحالة من دون أن يحل محل عملية الشراء والتحقق والاتصال الرسمية في CraftCommunity.

التحقق التقني قبل النشر

يتبع خصم 5% وربط الرمز بـ Lead Seller الإعداد المحدد للنظام. ويجب التحقق من الموضوع الدقيق لحقل الرمز الترويجي، ونصوص الأزرار، ورسائل التحقق، واللحظة التي يظهر فيها الخصم، بمقارنتها مع النسخة المثبتة من مسار الشراء قبل النشر النهائي لهذا الدليل.

المرحلة 8 — شراء Negotiated Lead

عندما يقرر Service Provider شراء فرصة، تنتقل العملية من مرحلة العرض التي نفذها Lead Seller إلى مسار الشراء والاتصال الرسمي في CraftCommunity.

لا يقوم Lead Seller بالإفراج يدويًا عن المعلومات الخاصة للعميل ولا يتحكم في الموافقة على الاتصال. ومن هذه اللحظة، تتم معالجة الشراء وحماية البيانات والتحقق من استمرار توفر العميل بواسطة النظام ودعم CraftCommunity.

يمثل Negotiated Lead فرصة للاتصال بعميل محتمل. ولا يعني شراء الاتصال وجود عقد خدمة مضمون، ولا يضمن أن العميل سيتعاقد مع Service Provider.

ماذا يحدث عندما يشتري Service Provider

- الخطوة 1 — يختار Service Provider خيار Purchase This Job.
- الخطوة 2 — تُخصم قيمة Connection Fee المقابلة من الرصيد المتاح في حساب Service Provider.
- الخطوة 3 — تدخل عملية الشراء في مرحلة التحقق.
- الخطوة 4 — تبقى المعلومات الخاصة للعميل محمية أثناء استمرار التحقق.
- الخطوة 5 — تتحقق CraftCommunity مما إذا كان العميل لا يزال متاحًا للخدمة.
- الخطوة 6 — قد تستغرق عملية التحقق من التوفر حتى ساعتين.
- الخطوة 7 — إذا ظل العميل متاحًا، تتم الموافقة على الاتصال وتُرسَل المعلومات إلى Inbox الخاص بـ Service Provider.
- الخطوة 8 — بعد الموافقة، يصبح Service Provider مسؤولًا عن التواصل مع العميل بطريقة مهنية وخلال مدة زمنية معقولة.

إذا لم يعد العميل متاحًا

إذا قررت CraftCommunity أثناء التحقق أن العميل لم يعد متاحًا، تُعاد فورًا إلى Service Provider نسبة 100% من الرصيد الذي خُصم مقابل ذلك الاتصال. كما يتلقى المهني إشعارًا يفيد بأن العميل لم يعد متاحًا.

حماية المعلومات الخاصة

أثناء الشراء والتحقق، تظل المعلومات الخاصة للعميل محمية. ولا يجوز أن يقدمها Lead Seller أو أن يتم الحصول عليها بوسائل تهدف إلى تجاوز عملية CraftCommunity.

لا يتم الإفراج عن المعلومات إلا بعد الموافقة على الاتصال، وفقًا لعملية CraftCommunity.

بعد الموافقة

يتلقى Service Provider المعلومات اللازمة للتواصل مع العميل.

يجب على Service Provider إجراء التواصل بصورة مهنية والتأكيد مباشرة مع العميل على النطاق النهائي والسعر والجدول والمواد وشروط العمل.

تُدار العلاقة التجارية بعد ذلك مباشرة بين Service Provider والعميل.

لا تضمن CraftCommunity دفع العميل مقابل الخدمة، ولا تحدد الشروط النهائية المتفق عليها بين الطرفين، ولا تضمن تنفيذ العمل أو نتيجته.

ما دور Lead Seller في هذه المرحلة؟

بعد دخول المشتري في المسار الرسمي لشراء Negotiated Lead، يجب على Lead Seller ألا يتدخل في التحقق من التوفر، أو يحاول الإفراج عن المعلومات الخاصة، أو يتفاوض نيابة عن العميل.

يجب على Lead Seller متابعة إ حالته الخاصة من خلال لوحة Lead Seller. أما خدمة الاتصال والتواصل الإداري المرتبط بالشراء فتتبع مسار CraftCommunity و Service Provider.

مهم: الفرصة لا تعني عقدًا مضمونًا

تغطي Connection Fee خدمة الاتصال والعملية المرتبطة بال lead. وهي لا تمثل شراء عقد مضمون، ولا تضمن بقاء العميل متاحًا إلى أجل غير محدد، ولا تضمن استمرار العلاقة التجارية بعد الاتصال الأولي.

مثال مختصر

1. يعرض Lead Seller فرصة على flooring contractor.
2. يدخل المهني إلى CraftCommunity ويقرر شراء الاتصال.
3. يختار Service Provider خيار Purchase This Job.
4. تُخصم الأرصدة المقابلة ل Connection Fee.
5. تظل البيانات الخاصة محمية بينما تتحقق CraftCommunity من توفر العميل.
6. إذا تمت الموافقة، يتلقى المهني المعلومات في Inbox ويمكنه التواصل مع العميل.
7. إذا لم يعد العميل متاحًا أثناء التحقق، تُعاد أرصدة الاتصال وفق قواعد CraftCommunity.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يفهم Lead Seller ما يحدث بعد أن يقرر Service Provider شراء الفرصة، ولماذا تبقى البيانات الخاصة محمية أثناء التحقق، وأين ينتهي دور Lead Seller في عملية الاتصال.

الأساس التشغيلي لهذه المرحلة

تتبع هذه المرحلة العملية المحددة في قواعد Negotiated Leads لدى CraftCommunity: اختيار Purchase This Job، وخصم Connection Fee بالأرصدة، وحماية المعلومات الخاصة أثناء التحقق، والتحقق من التوفر لمدة تصل إلى ساعتين، ثم الموافقة وإرسال المعلومات إلى Inbox أو إعادة الأرصدة كاملة عندما لا يعود العميل متاحًا أثناء التحقق.

المرحلة 9 — متابعة عملية البيع

بعد ربط عملية شراء مؤهلة بالرمز الترويجي الخاص ب Lead Seller، تتم المتابعة من خلال لوحة LEAD SELLER في الحساب.

صُممت لوحة التحكم بحيث يتمكن Lead Seller من متابعة إحالاته من دون الحاجة إلى حساب القيم يدويًا. ويجب استخدام السجلات المالية والحالات التي يعرضها النظام كمرجع لمتابعة كل عملية بيع. المؤشرات الرئيسية المحددة للوحة هي Purchases و Gross Sales و Paid و Pending و Earned.

Purchases

يمثل Purchases عمليات الشراء المسندة إلى حساب Lead Seller. ويسمح هذا المؤشر بمتابعة عدد العمليات المؤهلة التي ارتبطت بالرمز الترويجي للمستخدم.

Gross Sales

يمثل Gross Sales الحجم الإجمالي للمبيعات المسجلة والمسندة إلى Lead Seller. ويعمل هذا الحقل كمرجع لحجم النشاط التجاري الناتج عن الإحالات المرتبطة بالحساب.

Earned

يعرض Earned قيمة الأرباح المسجلة لـ Lead Seller وفق الحسابات الداخلية لـ CraftCommunity. ولا يحتاج المستخدم إلى حساب عمولته يدويًا؛ بل يجب عليه متابعة القيمة التي يعرضها النظام.

Pending

يحدد Pending القيم المسجلة لـ Lead Seller التي لا تزال معلقة في مسار الدفع. ولا ينبغي تفسير قيمة في Pending على أنها دفعة مكتملة بالفعل.

Paid

يحدد Paid القيم التي تم تسجيلها بالفعل على أنها مدفوعة إلى Lead Seller. وبعد الإكمال الإداري للدفع، يجب أن يظل السجل المقابل متاحًا في السجل التاريخي للرجوع إليه.

سجل المبيعات والمدفوعات

يجب على Lead Seller استخدام السجل التاريخي لمتابعة السجلات المرتبطة بحسابه. يسمح السجل بالتمييز بين القيم التي لا تزال معلقة والقيم التي تم دفعها بالفعل. عند الاقتضاء، قد يتضمن سجل الدفع معلومات مثل التاريخ والقيمة وTXID الخاص بالمعاملة. يجب الاحتفاظ بالسجلات المدفوعة كسجل تاريخي، وعدم التعامل معها كعناصر يمكن التخلص منها بعد الدفع.

كيفية متابعة عملية بيع

- الخطوة 1 — ادخل إلى Service Provider Account الخاصة بك.
- الخطوة 2 — افتح منطقة LEAD SELLER.
- الخطوة 3 — تحقق مما إذا حدث تغيير في Purchases بعد عملية شراء مؤهلة.
- الخطوة 4 — راجع Gross Sales لمتابعة الحجم المسجل.
- الخطوة 5 — راجع Earned للتحقق من الأرباح التي سجلها النظام.
- الخطوة 6 — تحقق من Pending لتحديد القيم التي لا تزال تنتظر إكمال الدفع.
- الخطوة 7 — بعد الدفع، تحقق من Paid والسجل التاريخي المقابل.
- الخطوة 8 — عند توفر TXID، استخدمه كمرجع للمعاملة المسجلة.

مثال علي قراءة لوحة التحكم

Purchases: يشير إلى أن عملية شراء واحدة أو أكثر قد أُسندت إلى الحساب.

Gross Sales: يعرض الحجم الإجمالي المرتبط بالمبيعات المسجلة.

Earned: يعرض الأرباح التي حسبها النظام وسجلها لـ Lead Seller.

Pending: يعرض القيم التي لا تزال معلقة للدفع.

Paid: يعرض القيم التي تم دفعها بالفعل.

History / السجل: يتيح مراجعة السجلات السابقة وبيانات الدفع عند توفرها.

مهم

لا ينبغي لـ Lead Seller تعديل القيم يدويًا لمحاولة إعادة إنتاج الحساب الداخلي للمنصة. لا يلزم عرض النسبة الإدارية الداخلية المستخدمة في حساب العمولة في الدليل العام. القيمة التي يعرضها النظام هي المراجع التشغيلي لـ Lead Seller.

Pending لا يعني **Paid**. ولا ينبغي اعتبار الدفع مكتملاً إلا عندما يكون مسجلاً على أنه مدفوع في المسار المقابل. إذا لم تظهر عملية بيع متوقعة، يجب على **Lead Seller** التحقق من أن المشتري استخدم الرمز الترويجي بصورة صحيحة، واستخدام قناة الدعم المناسبة عند الحاجة.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يعرف **Lead Seller** كيفية تفسير **Purchases** و **Gross Sales** و **Earned** و **Pending** و **Paid**، ومتابعة سجل مبيعاته، والتمييز بصورة صحيحة بين ربح مسجل ودفعة مكتملة فعلياً.

التحقق التقني قبل النشر

تتبع أسماء المؤشرات البنية المحددة للوحة **Lead Seller**. وقبل النشر النهائي، يجب مقارنة مواضع الحقول والنصوص المعروضة وتنسيق السجل وطريقة عرض **TXID** بالنسخة المثبتة حالياً من **Service Provider Account**.

المرحلة 10 — تسجيل **Bitcoin Wallet**

لتلقي دفعة مسجلة من **CraftCommunity** ضمن مسار **Lead Seller**، يجب على المستخدم الاحتفاظ بـ **Bitcoin Wallet** صالحة ومسجلة في حسابه. تعمل **wallet** كعنوان الوجهة الذي يقدمه **Lead Seller** نفسه. لذلك يجب مراجعة العنوان بعناية قبل حفظه أو تحديثه. تستخدم **CraftCommunity** العنوان المسجل في لوحة التحكم في عملية الدفع الإدارية. ويتحمل **Lead Seller** مسؤولية تقديم **wallet** يمكنه الوصول إليها والتأكد من صحة العنوان.

أين يتم تسجيل **wallet**

ادخل إلى **Service Provider Account** وحدد منطقة **LEAD SELLER**. داخل هذه المنطقة، استخدم **BTC Wallet** لتسجيل أو تحديث عنوان **Bitcoin** المرتبط بحسابك.

كيفية التسجيل

- الخطوة 1 — افتح **Bitcoin Wallet** تحت سيطرتك.
- الخطوة 2 — حدد خيار استقبال **Bitcoin** وانسخ عنوان الاستقبال.
- الخطوة 3 — ارجع إلى منطقة **LEAD SELLER** في **CraftCommunity**.
- الخطوة 4 — الصق العنوان في حقل **BTC Wallet**.
- الخطوة 5 — قارن بداية ونهاية العنوان الذي لصقته بالعنوان المعروض في **wallet** الخاصة بك.
- الخطوة 6 — احفظ المعلومات أو حدّثها باستخدام أداة التحكم المتاحة في الصفحة.
- الخطوة 7 — بعد الحفظ، تحقق من أن العنوان لا يزال معروضاً بصورة صحيحة في حسابك.

احتياطات قبل الحفظ

انسخ العنوان مباشرة من **wallet** الخاصة بك لتقليل أخطاء الكتابة. لا تعدّل أحرف العنوان يدوياً. تحقق خصوصاً من الأحرف الأولى والأخيرة بعد اللصق. لا تسجل **wallet** لا يمكنك الوصول إليها. لا تشارك **seed phrase** أو **recovery phrase** أو **private key** أو كلمة مرور **wallet** الخاصة بك مع **CraftCommunity** أو الآخرين. تحتاج **CraftCommunity** إلى عنوان الاستقبال العام لإجراء الدفع؛ ويجب أن تبقى بيانات الاعتماد الخاصة بالـ **wallet** مع مالكها فقط.

العنوان العام للـ Wallet ليس مفتاحًا خاصًا

عنوان BTC Wallet المسجل للاستقبال هو معلومات وجهة للدفع. وهو ليس seed phrase ولا private key للمحفظة. إن seed phrase و recovery phrase و private key معلومات أمنية ولا ينبغي إدخالها في حقل BTC Wallet.

تحديث wallet

يمكن تحديث عنوان BTC Wallet في الحساب عند الحاجة. وقبل تغيير wallet مسجلة بالفعل، يجب على Lead Seller التأكد من أنه لا يخلط بين العنوان الجديد وبيانات الاعتماد الخاصة، وأن يراجع عنوان الوجهة بعناية.

قبل تلقي دفعة

تأكد من أن wallet المسجلة لا تزال تحت سيطرتك.
راجع مرة أخرى العنوان المعروض في لوحة التحكم.
تحقق من Pending لتحديد القيم التي لا تزال تنتظر الدفع.
بعد إكمال الدفع إداريًا، راجع Paid والسجل التاريخي المقابل.
عند وجود TXID مسجل، يمكن استخدامه كمرجع للمعاملة.

مثال بسيط

1. يفتح Lead Seller الـ wallet الخاصة به ويختار Receive / استلام.
2. ينسخ عنوان Bitcoin الذي تعرضه wallet نفسها.
3. يلصق هذا العنوان في حقل BTC Wallet في منطقة LEAD SELLER.
4. يراجع العنوان ويحفظه.
5. يصبح العنوان مرتبطًا بالحساب لاستخدامه في مسار الدفع الإداري.

قيود مهمة

تسجيل wallet لا يعني وجود دفعة متاحة فورًا، ولا يحول قيمة Pending إلى Paid. يجب متابعة حالة الدفع من خلال مؤشرات لوحة التحكم وسجلها التاريخي.
يعمل تسجيل TXID في السجل كمرجع للمعاملة المذكورة في العملية الإدارية. أما التأكد الفعلي للمعاملة على شبكة Bitcoin فيعتمد على الاستعلام من الشبكة نفسها أو من خدمة blockchain خارجية.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يعرف Lead Seller أين يسجل BTC Wallet، وكيف ينسخ عنوان الاستقبال ويتحقق منه، وما معلومات الأمان التي يجب ألا تتم مشاركتها مطلقًا.

التحقق التقني قبل النشر

يتبع حقل BTC Wallet وإمكانية تحديثه البنية المحددة للوحة Lead Seller. وقبل النشر النهائي، يجب مقارنة النص الدقيق لزر الحفظ/التحديث والرسائل المعروضة بعد الحفظ بالنسخة المثبتة حاليًا من Service Provider Account.

المرحلة 11 — استلام الدفع

عندما تولد عملية بيع مؤهلة قيمة لـ Lead Seller، تتيح لوحة التحكم متابعة الدفع من حالة Pending حتى تسجيله كـ Paid. يدفع إلى Lead Seller عملية منفصلة عن عملية الشراء التي ينفذها Service Provider. ويجب على المستخدم متابعة القيم المسجلة في حسابه والحفاظ على BTC Wallet صحيحة قبل الدفع.

لا ينبغي اعتبار القيمة المعروضة ك Pending مستلمة بعد. ولا يجب التعامل مع الدفع على أنه مكتمل إلا عندما يكون السجل المقابل محددًا ك Paid في المسار الإداري.

مسار الدفع

الخطوة 1 — تُسجل عملية بيع مؤهلة وتُربط بحساب Lead Seller.
الخطوة 2 — يسجل النظام الربح المقابل في لوحة التحكم.
الخطوة 3 — ما دام الدفع لم يكتمل بعد، تبقى القيمة في Pending.
الخطوة 4 — يجب على Lead Seller الاحتفاظ بـ BTC Wallet صالحة وصحيحة ومسجلة في حسابه.
الخطوة 5 — تنفذ CraftCommunity الدفع الإداري إلى wallet المسجلة.

الخطوة 6 — بعد الإكمال الإداري، يُسجل الدفع ك Paid.
الخطوة 7 — يحتفظ السجل التاريخي بالبيانات المقابلة للدفع.
الخطوة 8 — عند توفره، يُسجل TXID كمرجع لمعاملة Bitcoin.

Pending

يعني Pending أن هناك قيمة مسجلة في مسار Lead Seller، لكن الدفع لم يُسجل بعد على أنه مكتمل. ويجب على Lead Seller انتظار إكمال العملية والحفاظ على بيانات الاستلام محدثة.

Paid

يعني Paid أن الدفع سُجل إداريًا على أنه تم. ويجب أن تظل القيمة المدفوعة متاحة في سجل الحساب للرجوع إليها لاحقًا.

TXID

TXID هو معرف معاملة Bitcoin. وعندما يكون متاحًا في سجل الدفع، يمكن استخدامه كمرجع للعثور على المعاملة والتحقق منها في مستكشف blockchain.
لا يحل تسجيل TXID في لوحة التحكم محل التأكيد المستقل على شبكة Bitcoin. فحالة المعاملة على blockchain تعتمد على الشبكة نفسها ويجب التحقق منها خارجيًا عند الحاجة.

قبل الدفع

تحقق من أن BTC Wallet المسجلة تخصك ولا يزال بإمكانك الوصول إليها.
تحقق من الأحرف الأولى والأخيرة للعنوان.
لا ترسل seed phrase أو private key أو كلمة مرور لتلقي الدفع.
لا تعتبر قيمة Pending أموالًا تم استلامها بالفعل.
إذا كنت بحاجة إلى تغيير wallet، فقم بالتحديث قبل معالجة الدفع كلما أمكن.

بعد الدفع

تحقق من انتقال القيمة من Pending إلى Paid.
راجع سجل الدفع.
عند وجود TXID، استخدمه كمرجع للمعاملة.
تحقق من الاستلام مباشرة في wallet الخاصة بك أو باستخدام أداة خارجية مناسبة للاستعلام من شبكة Bitcoin.
احتفظ بالسجل للرجوع إليه مستقبلاً.

مثال على المتابعة

1. لدى Lead Seller عملية بيع مؤهلة مسجلة.
2. تعرض لوحة التحكم الربح المقابل وتظهر القيمة في Pending.
3. تتم مراجعة BTC Wallet المسجلة قبل الدفع.
4. تعالج CraftCommunity الدفع إداريًا.
5. ينتقل السجل إلى Paid.
6. يحتفظ السجل التاريخي بمعلومات الدفع وTXID عند الاقتضاء.
7. يمكن لـ Lead Seller التحقق خارجيًا من معاملة Bitcoin باستخدام TXID.

ما الذي يجب أن يفهمه Lead Seller

تمثل Earned و Pending و Paid حالات مختلفة. يسجل Earned الربح الذي حسبه النظام؛ ويشير Pending إلى قيمة لا تزال معلقة في مسار الدفع؛ ويشير Paid إلى دفعة مسجلة على أنها مكتملة. لا يحتاج Lead Seller إلى معرفة أو إعادة إنتاج الصيغة الإدارية الداخلية المستخدمة لحساب عمولته. وفي الدليل العام، تكون القيم التي تعرضها لوحة التحكم نفسها هي المرجع التشغيلي.

القيود والأمان

تسجل CraftCommunity الدفع إداريًا وقد تخزن TXID المقابل. أما التأكيد on-chain، وعدد التأكيدات، وأي تأخيرات في الشبكة، وتوفر خدمات الاستعلام الخارجية، فلا تتحكم فيها لوحة Lead Seller.

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يفهم Lead Seller المسار Pending → الدفع → Paid، وأن يعرف كيفية التحقق من BTC Wallet، والعثور على السجل التاريخي، واستخدام TXID كمرجع للتحقق من معاملة Bitcoin.

التحقق التقني قبل النشر

قبل النشر النهائي، يجب مقارنة الأسماء الدقيقة للحالات والأزرار وحقول السجل وطريقة عرض TXID بالنسخة المثبتة من لوحة Lead Seller. ويعتمد تأكيد المعاملة على blockchain على تحقق خارجي، ولا يمكن تأكيده اعتمادًا على السجل الإداري للموقع وحده.

المرحلة 12 — القواعد وأفضل الممارسات

يمثل Lead Seller حلقة وصل بين الفرص المنشورة في CraftCommunity و Service Providers الذين قد يهتمون بها. وللحفاظ على الثقة في النظام، يجب تقديم كل فرصة بصورة مهنية وأمانة للمعلومات المتاحة وضمن المسار الرسمي للمنصة. تجمع القواعد أدناه الاحتياطات الواردة في المراحل السابقة، ويجب أن توجه العمل اليومي لـ Lead Seller.

1. اعرض معلومات صحيحة فقط
- استخدم فقط المعلومات المتاحة في الفرصة أو التي قدمتها CraftCommunity رسميًا لا تختبر السعر أو الحجم أو النطاق أو الموعد أو التوفر أو حالة العميل أو أي تفاصيل أخرى لجعل الـ lead أكثر جاذبية.

2 لا تعد بالتعاقد

Negotiated Lead هو فرصة اتصال. ولا ينبغي لـ Lead Seller أن يقول إن Service Provider قد حصل على العمل بالفعل، أو أنه سيتم التعاقد معه، أو أنه سيحصل على مبلغ محدد. القرار النهائي بشأن التعاقد يعود إلى العميل والمهني.

3. احم البيانات الخاصة للعميل

لا يجوز كشف المعلومات الخاصة المحمية أو البحث عنها بهدف تجاوز النظام أو تمريرها قبل الإفراج المقرر وفق عملية CraftCommunity. يعمل Lead Seller بالمعلومات المصرح بها لعرض الفرصة.

4. ابحث عن مهنيين متوافقين

قبل التواصل مع Service Provider، تحقق من أن المهني يقدم الخدمة المطلوبة ويغطي منطقة المشروع. فالإحالة الموجهة جيدًا تقلل الاتصالات غير الضرورية وتحسن جودة العرض.

5. استخدم رمزك الترويجي فقط

الرمز الترويجي فردي ومرتبطة بحساب Lead Seller لا تستخدم رمز شخص آخر، ولا تغير بنيتة، ولا تحاول إنشاء رموز بديلة.

6 لا تقم بإحالة ذاتية

لا ينبغي لـ Lead Seller استخدام رمزه الترويجي الخاص في عملية شراء شخصية بغرض توليد إسناد أو ميزة إحالة. وقد صُمم النظام لمنع self-referral.

7. وُجّه الشراء إلى المسار الرسمي

عند وجود اهتمام، يجب توجيه Service Provider إلى العملية الرسمية في CraftCommunity. ولا ينبغي لـ Lead Seller محاولة بيع المعلومات الخاصة خارج المنصة، أو استلام Connection Fee مباشرة، أو استبدال عملية الشراء الخاصة بالمنصة.

8. اشرح الرمز الترويجي بصورة صحيحة

يحدد الرمز الترويجي الإحالة، وعندما يكون مؤهلاً، يطبق الميزة المحددة للمشتري. وهو لا يضمن التعاقد، ولا يفرج تلقائيًا عن بيانات العميل، ولا يحل محل التحقق من الفرصة.

9 لا تكشف الحسابات الإدارية الداخلية

يجب على Lead Seller متابعة القيم المعروضة في Earned و Pending و Paid. ولا يلزم عرض أو إعادة إنتاج الصيغة الإدارية الداخلية التي تستخدمها CraftCommunity لحساب العمولة في المواد العامة.

10. حافظ على BTC Wallet صحيحة

قبل استلام المدفوعات، تحقق من أن BTC Wallet المسجلة تخصك وأنها صحيحة لا تشارك أبدًا seed phrase أو recovery phrase أو private key أو كلمة المرور. وللاستلام، تحتاج لوحة التحكم فقط إلى عنوان الوجهة العام المحدد في حقل BTC Wallet.

11. ميّز بين Pending و Paid

يعني Pending أن القيمة لا تزال في مسار الدفع. ويعني Paid أن الدفع سُجل إداريًا على أنه مكتمل لا تعرض قيمة Pending على أنها أموال تم استلامها بالفعل.

12. احتفظ بالسجل التاريخي

استخدم سجل الحساب لمتابعة المدفوعات السابقة. وعند وجود TXID، يمكن أن يعمل كمرجع للاستعلام عن معاملة Bitcoin. ويعتمد التأكيد on-chain على شبكة Bitcoin أو على خدمة خارجية مناسبة.

13. تجنب الرسائل المزعجة والأساليب المضللة

يجب توجيه البحث إلى مهنيين لهم صلة فعلية بالخدمة ومنطقة الفرصة. تجنب الرسائل الجماعية المتكررة، والهوية المزيفة، والضغط غير المناسب، والادعاءات المضللة، وأي عرض قد يربك المهني بشأن طبيعة CraftCommunity أو Negotiated Lead.

14. احترم قرار Service Provider

يجب أن يتمكن المهني من تقييم الفرصة وتحديد ما إذا كان يريد المتابعة. وإذا لم يكن مهتمًا، يجب على Lead Seller إنهاء التواصل بصورة مهنية ومن دون إلحاح مفرط.

15. احترم تفضيل البريد الإلكتروني

يجب استخدام البريد الإلكتروني الذي قدمه Service Provider طوعًا باعتدال. ويجب أن تتضمن كل رسالة بريد إلكتروني عن فرصة تعليمات بسيطة لإيقاف الرسائل المستقبلية. إذا رد المهني بكلمة CANCELAR، يجب على Lead Seller تسجيل هذا التفضيل وإيقاف رسائل الفرص الجديدة إلى ذلك العنوان. لا تبحث عن بريد إلكتروني أو هاتف أو قناة أخرى لتجاوز طلب الإلغاء.

قائمة تحقق قبل عرض lead

- هل الخدمة واضحة؟
- هل تم التحقق من المدينة والولاية؟
- هل يعمل المهني فعليًا في هذا النوع من الخدمات؟
- هل يغطي المهني منطقة المشروع؟
- هل المعلومات المعروضة مطابقة تمامًا لما هو متاح في الفرصة؟
- هل لا يتم كشف أي بيانات خاصة محمية؟
- هل الرمز الترويجي المستخدم هو رمزك أنت؟
- هل توضح الرسالة أن الأمر يتعلق بفرصة اتصال وليس عقدًا مضمونًا؟

قائمة تحقق قبل استلام دفعة

- هل BTC Wallet المسجلة تخصك؟
- هل تم التحقق من العنوان؟
- هل القيمة لا تزال في Pending أم أصبحت Paid؟
- هل تمت مراجعة السجل التاريخي؟
- هل يوجد TXID مسجل كمرجع للمعاملة؟

هدف هذه المرحلة

عند إكمال هذه المرحلة، يجب أن يعرف Lead Seller حدود دوره، ويحمي بيانات العميل، ويعرض الفرص بدقة، ويستخدم رمزه الترويجي بصورة صحيحة، ويتابع المدفوعات من دون تجاوز عمليات CraftCommunity.

التحقق التقني قبل النشر

تجمع أفضل الممارسات هذه المسار المحدد في المراحل السابقة. وقبل النشر النهائي، يجب مقارنة أسماء الحقول ورسائل النظام والقواعد التشغيلية التي تعتمد على التنفيذ المثبت بالنسخة النشطة من CraftCommunity.

المرحلة 13 — مثال كامل

في هذه المرحلة، ستتابع مثلاً كاملاً لعمل Lead Seller، بدءاً من اختيار فرصة وحتى متابعة الدفع. الأسماء والبيانات أدناه مجرد مثال تعليمي. ويجب على Lead Seller دائماً استخدام المعلومات الحقيقية التي تعرضها CraftCommunity عند العمل على فرصة.

سيناريو المثال

الفرصة: Flooring — Laminate

الموقع: Miami, Florida

مساحة المشروع: نحو 850 SF

ملخص النطاق: إزالة الأرضية الحالية وتركيب laminate flooring

المهني المطلوب: flooring contractor أو laminate flooring installer يخدم Miami

Lead Seller: مستخدم لديه حساب نشط ورمز ترويجي خاص به في CraftCommunity

الخطوة 1 — اختيار الفرصة

يدخل Lead Seller إلى الفرص المتاحة ويجد عمل Flooring في Miami. وقبل بدء البحث، يقرأ المعلومات المتاحة ويتحقق من الخدمة والموقع وحجم المشروع والنطاق والشروط المعروضة. لا تُستخدم أي بيانات خاصة محمية للعميل في هذه المرحلة.

الخطوة 2 — تحديد المهني المثالي

بناءً على نوع الخدمة، يقرر Lead Seller أنه يجب البحث عن مهنيين متخصصين في flooring وتركيب laminate flooring ويطبقون Miami أو منطقة المشروع.

الخطوة 3 — العثور على Service Providers

يبحث Lead Seller في Facebook عن مجموعات مرتبطة بـ Miami، وعند الإمكان مجموعات مرتبطة بـ contractors أو home services أو flooring. وقبل النشر، يتحقق من نشاط المجموعة وعدد الأعضاء والموقع والقواعد. ثم ينشر الفرصة ويطبقون أن يبدي المهنيون المهتمون اهتمامهم طوعاً.

الخطوة 4 — اختيار جهة اتصال متوافقة

بعد النشر، يبدي flooring contractor اهتماماً. يرد Lead Seller بإيجاز ويسأل المهني عما إذا كان يرغب في استلام ملف PDF الكامل للفرصة عبر البريد الإلكتروني. ويختار المهني طوعاً ما إذا كان يريد تقديم عنوان بريد إلكتروني.

الخطوة 5 — عرض الفرصة

بعد تقديم البريد الإلكتروني طوعاً، يقوم Lead Seller بتنزيل ملف PDF الخاص بالفرصة من Available Jobs، ويتحقق من أن الملف يطابق الـ lead الصحيح، ويرسل المستند عبر البريد الإلكتروني مع ملخص أمين ورمزه الترويجي.

مثال على الرسالة:

Subject: Laminate Flooring Opportunity — Miami, FL

Thank you for your interest. I am sending the attached PDF for the laminate flooring opportunity in Miami, FL. The .document contains the available project information and the applicable Negotiated Lead rules/warranty

Promotional code: [YOUR CODE]

If the opportunity fits your business, you can review it on CraftCommunity and use my promotional code in the .applicable purchase process

.If you do not want to receive future opportunities from this Lead Seller, reply CANCELAR

الخطوة 6 — شرح الفرصة بصورة صحيحة

إذا أبدى المهني اهتمامًا، يوضح Lead Seller أن Negotiated Lead هو فرصة اتصال وليس عقدًا مضمونًا. ولا يعد بالتعاقد أو الإيرادات أو النتيجة.

الخطوة 7 — تقديم الرمز الترويجي

ينسخ Lead Seller رمزه الترويجي مباشرة من لوحة التحكم ويرسله إلى Service Provider. ويجب على المشتري استخدام هذا الرمز في المسار المعمول به في CraftCommunity. عندما يكون الرمز مؤهلاً، فإنه يطبق الميزة المحددة للمشتري ويسمح بربط الإحالة بـ Lead Seller.

الخطوة 8 — يبدأ Service Provider عملية الشراء

يدخل Service Provider إلى الفرصة في CraftCommunity ويقرر المتابعة. وفي المسار المحدد لـ Available Jobs، يختار .Purchase This Job تُخصم Connection Fee المقابلة من أرصدة الحساب وتدخل الفرصة في عملية التحقق. وتظل المعلومات الخاصة للعميل محمية خلال هذه المرحلة.

الخطوة 9 — تتحقق CraftCommunity من التوفر

تتحقق CraftCommunity مما إذا كان العميل لا يزال متاحًا. وقد تستغرق العملية المحددة لـ Negotiated Leads حتى ساعتين. إذا لم يعد العميل متاحًا أثناء هذا التحقق، تُعاد نسبة 100% من الأرصدة التي حُصمت للاتصال إلى Service Provider وفق قواعد المنصة.

الخطوة 10 — الموافقة والاتصال

إذا تمت الموافقة على الفرصة، يتم الإفراج عن المعلومات اللازمة للاتصال إلى Service Provider من خلال مسار CraftCommunity. ومن تلك اللحظة، يستطيع المهني التواصل مع العميل ومناقشة التفاصيل النهائية للعمل مباشرة. لا يتفاوض Lead Seller نيابة عن العميل ولا يتدخل في الإفراج عن البيانات الخاصة.

الخطوة 11 — ظهور البيع في لوحة Lead Seller

عندما تكون عملية الشراء مؤهلة ومرتبطة بصورة صحيحة بالرمز الترويجي، قد تظهر السجلات المقابلة في منطقة LEAD SELLER.

Purchases: يتابع عمليات الشراء المسندة.

Gross Sales: يتابع الحجم الإجمالي المسجل.

Earned: يعرض الربح الذي حسبه النظام.

Pending: يعرض القيم التي لا تزال تنتظر إكمال الدفع.

Paid: يعرض القيم المسجلة على أنها مدفوعة.

الخطوة 12 — التحقق من BTC Wallet

قبل الدفع، يتحقق Lead Seller من أن BTC Wallet الخاصة به مسجلة بصورة صحيحة. ويجب أن يكون عنوان الاستقبال العام تحت سيطرته. لا ينبغي أبدًا إدخال seed phrase أو recovery phrase أو private key أو كلمة المرور في حقل BTC Wallet أو مشاركتها مع أطراف أخرى.

الخطوة 13 — متابعة Pending

ما دام الدفع لم يكتمل إداريًا، تبقى القيمة في Pending. ولا يعني Pending أن Bitcoin قد تم استلامه بالفعل.

الخطوة 14 — الدفع و Paid

بعد أن تعالج CraftCommunity الدفع إداريًا إلى wallet المسجلة، قد ينتقل السجل المقابل إلى Paid. وبطل السجل التاريخي متاحًا للرجوع إليه.

الخطوة 15 — مراجعة TXID

عند وجود TXID مسجل، يمكن لـ Lead Seller استخدامه كمرجع للاستعلام عن معاملة Bitcoin. ويعتمد التأكيد الفعلي على blockchain على الشبكة نفسها أو على خدمة استعلام خارجية.

ملخص المسار الكامل

1. اختيار lead متوافق.
2. فهم الخدمة والموقع والنطاق.
3. العثور على Service Providers مناسبين.
4. عرض الفرصة من دون كشف البيانات الخاصة.
5. توضيح أنه لا يوجد عقد مضمون.
6. تقديم الرمز الترويجي.
7. يقرر Service Provider ما إذا كان يريد الشراء.
8. تتبع عملية الشراء المسار الرسمي لـ CraftCommunity.
9. تظل البيانات الخاصة محمية أثناء التحقق.
10. تتم الموافقة على الاتصال أو تُعاد الأرصدة إذا لم يعد العميل متاحًا أثناء التحقق.
11. تتم متابعة عملية البيع المؤهلة في لوحة Lead Seller.
12. يحافظ Lead Seller على BTC Wallet صحيحة.
13. تمر القيمة بحالة Pending.
14. بعد الدفع الإداري، ينتقل السجل إلى Paid.
15. يمكن استخدام السجل التاريخي و TXID للمتابعة.

النتيجة المتوقعة

بعد إكمال هذا الدليل، يجب أن يتمكن **Lead Seller** من تنفيذ العملية كاملة من دون الوصول إلى المعلومات الخاصة قبل الوقت المسموح، ومن دون الوعد بالتعاقد لـ **Service Provider**، ومن دون تجاوز المسار الرسمي لـ **CraftCommunity**.

خاتمة دليل **Lead Seller**

تتمثل وظيفة **Lead Seller** في تحديد الفرص المناسبة، والعثور على **Service Providers** متوافقين، وعرض **Negotiated Leads** بصورة صحيحة، واستخدام رمزه الترويجي، ومتابعة مبيعاته ومدفوعاته من خلال لوحة التحكم. تعتمد جودة العملية على ثلاثة مبادئ: معلومات صحيحة، وحماية بيانات العميل، واستخدام المسار الرسمي لـ **CraftCommunity**. يظل هذا المستند قابلاً للتعديل بحيث يمكن تحديث النصوص والشاشات وأسماء الأزرار والقواعد التشغيلية مع تطور النظام.

التحقق النهائي قبل النشر

قبل نشر هذا الدليل للمستخدمين، قارن الشاشات الحالية في **Service Provider Account** و **Available Jobs** ومسار الشراء والرمز الترويجي و **BTC Wallet** والسجل التاريخي وحالات الدفع مع الأوصاف الواردة في هذا المستند. قد تتغير عناصر الواجهة والسلوك التشغيلي ويجب التحقق منها مباشرة في النسخة المثبتة من الموقع.