



من تحسين محركات البحث التقليدية إلى تحسين محركات الذكاء التوليدي

إلى: أ.د. محمد عويس

المشرف الأكاديمي

من: هشام عبده عبيد قادري

باحث ماجستير - التسويق الرقمي

التاريخ 29 / 11 / 2025 :

رسالة التقديم سيادة أ.د. محمد عويس

يطيب لي أن أقدم لسيادتكم استمارة تحليل المضمون المطورة، والتي تم إعدادها بدقة عالية لدراسة جودة المحتوى والمواقع الإلكترونية السعودية من منظور تحسين محركات البحث التقليدية SEO والحديثة AEO. هذه الملف يتضمن:

- ١- استمارة تحليل المضمون
 - ٢- استمارة بعنوان (كيف تبحث عن المنتجات أو الخدمات؟ 🛒) وهي موجهة للمستهلك
 - ٣- استمارة بعنوان (تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل SEO في السعودية 🤖) وهي موجهة للمسوقين
- ملاحظة نهاية كل الاستمارة الثانية والثالثة رابط مباشر لاستمارة الاستبيان

أولا : استمارة تحليل المضمون

- معايير محددة وموضوعية لقياس 8 أبعاد مختلفة
- أدوات وموارد واضحة لجمع البيانات من مصادر موثوقة
- نموذج تطبيقي فعلي تحليل موقع LLMPulse
- معادلات حسابية واضحة للدرجات والفجوات
- توصيات عملية قابلة للتطبيق الفوري

أتطلع إلى مرئياتكم الكريمة وملاحظاتكم القيمة على هذه الأداة.
وتفضلوا بقبول أطيب التحيات وأعمق الاحترام

الباحث: هشام عبده عبيد قادري

جدول المحتويات لاستمارة تحليل المضمون

١. ١. مقدمة عن الاستمارة
٢. ٢. المصادر والأدوات المستخدمة
٣. ٣. قائمة المصطلحات والترجمات
٤. ٤. الاستمارة الكاملة
٥. ٥. نموذج تطبيقي: تحليل موقع LLM Pulse
٦. ٦. الملاحظات الأكاديمية

١. مقدمة عن الاستمارة

استمارة تحليل المضمون Content Analysis Form هي أداة بحثية منهجية تهدف إلى دراسة وتقييم جودة المحتوى والمواقع الإلكترونية من منظور شامل.

الأهداف الرئيسية:

- تحليل من 15 إلى 30 موقعاً سعودياً بشكل موضوعي وعلمي
- قياس الفجوة بين ممارسات SEO الحالية و AEO المستقبلية
- فهم مدى جاهزية المواقع السعودية للبحث بالذكاء التوليدي
- استخراج توصيات قابلة للتطبيق الفوري

مواصفات الاستمارة:

- عدد الأقسام الرئيسية: 8 أقسام
- عدد المعايير: أكثر من 100 معيار محدد
- المدة الزمنية: 60 دقيقة لتحليل موقع واحد
- نوع البيانات: كمية ونوعية

٢. المصادر والأدوات المستخدمة

الأدوات الأساسية المجانية:

Google Analytics: جمع بيانات حركة المرور الترافيق والجلسات

<https://analytics.google.com/>

Google Search Console: بيانات الكلمات المفتاحية ونسبة النقر

<https://search.google.com/search-console/>

Google PageSpeed Insights: قياس سرعة التحميل و Core Web Vitals

<https://pagespeed.web.dev/>

Schema.org Validator: التحقق من البيانات المنظمة

<https://validator.schema.org/>

أدوات فحص AEO محركات الذكاء الاصطناعي:

- ChatGPT •
- Google Gemini •
- Perplexity AI •

التكلفة الإجمالية: صفر ريال مجاني ✓ 100%

٣. قائمة المصطلحات والترجمات معدلة
المصطلحات الأساسية المستخدمة في البحث:

التعريف	الترجمة العربية	المصطلح الإنجليزي
مجموعة من التقنيات لتحسين ترتيب الموقع في نتائج Google العضوية	تحسين محركات البحث التقليدية	SEO
تحسين محتوى الموقع ليظهر في نتائج ChatGPT و Google Gemini وغيرها	تحسين محركات الذكاء التوليدي	AEO
عدد الزوار والجلسات على الموقع من Google Analytics	حركة المرور / الترافيق	Traffic / Pageviews
معايير Google لتقييم جودة وموثوقية المحتوى	الخبرة والاختصاص والسلطة والثقة	E-E-A-T
معايير ترميز لتنظيم البيانات بطريقة يفهمها محركات البحث	البيانات المنظمة	Schema.org / Structured Data
مدى إمكانية استخلاص إجابة مباشرة من المحتوى بواسطة AI	قابلية الاستخلاص	Extractability
ما يقصده المستخدم فعلاً عند إدخال كلمة مفتاحية	نية البحث	User Intent
الإجابة الأولى والمباشرة في أعلى نتائج Google	الإجابة المقترحة	Featured Snippet
معايير Google لقياس سرعة وأداء الموقع	مؤشرات الويب الأساسية	Core Web Vitals
نسبة من رقع على رابط الموقع من نتائج البحث من Google Search Console	نسبة النقر	CTR

٤. الاستثمار الكاملة

الجزء الأول: معلومات الموقع

رقم التحليل	[من ٠٠١ إلى 030]
تاريخ التحليل	[2025-11-29]
اسم الموقع	_____
الرابط الكامل	_____
المجال الرئيسي	☐ تجارة ☐ خدمات ☐ طب ☐ قانون ☐ تقنية ☐ آخر
حركة المرور الشهرية من Google Analytics	_____ جلسة آخر ٩٠ يوم
عمر الموقع	_____ سنة
تاريخ آخر تحديث	_____
الفترة الزمنية للبيانات المستخرجة	من: _____ إلى: _____ :

الجزء الثاني: تحليل SEO تحسين محركات البحث التقليدية

القسم ١: الكلمات المفتاحية والعناوين

الملاحظات	التقييم	المعيار
	☐ ممتاز ☐ جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف	وضوح العنوان Title Tag
	☐ مثالي ☐ أطول ☐ أقصر	طول العنوان 55-60 حرف
	☐ نعم ☐ لا	وجود الكلمة المفتاحية الرئيسية
	☐ ممتاز ☐ جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف	جودة Meta Description
	☐ طبيعي ☐ حشو ☐ غياب	استخدام طبيعي للكلمات المفتاحية

القسم ٢: البنية والتنسيق

المعيار	التقييم	العدد / التفاصيل
H1 Tags عنوان رئيسي واحد	☐ موجود ☐ معدد ☐ غير موجود	عنوان _____
H2 و H3 Tags عناوين فرعية	☐ ممتاز ☐ جيد ☐ ضعيف	عنوان _____
Internal الروابط الداخلية Links	☐ ممتاز ☐ جيد ☐ قليل	رابط _____
External الروابط الخارجية Links	☐ ممتاز ☐ جيد ☐ قليل	رابط _____
سرعة التحميل من Google PageSpeed	☐ < 2.5s ☐ 2.5-4s ☐ > 4s	ثانية _____

درجة SEO الكلية: 100 / _____

الجزء الثالث: تحليل AEO تحسين محركات الذكاء التوليدي

القسم ١: البيانات المنظمة Schema

نوع البيانات	موجود؟	الجودة	ملاحظات
Schema.org Markup	☐ نعم ☐ لا	☐ كامل ☐ جزئي ☐ خاطئ	
Article Schema	☐ نعم ☐ لا	☐ كامل ☐ جزئي	
Organization Schema	☐ نعم ☐ لا	☐ كامل ☐ جزئي	
Product Schema	☐ نعم ☐ لا	☐ كامل ☐ جزئي	
FAQ Schema	☐ نعم ☐ لا	☐ كامل ☐ جزئي	
LocalBusiness Schema	☐ نعم ☐ لا	☐ كامل ☐ جزئي	

القسم ٢: جودة المحتوى للذكاء الاصطناعي

المعيار	التقييم	التفاصيل
طول المحتوى	☐ ممتاز > 1500 ☐ جيد 1500-1000 ☐ قصير < 1000	_____ كلمة
الدقة والموثوقية	☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة	
الاستشهادات والمراجع	☐ موجودة ☐ جزئية ☐ غير موجودة	_____ مرجع
حدثة المحتوى	☐ حديث > 3 أشهر ☐ قديم < 6 أشهر	آخر تعديل _____
وضوح الإجابة المباشرة	☐ واضح جداً ☐ واضح ☐ غير واضح	
وجود الملخص / الخلاصة	☐ نعم ☐ لا	موضعها _____

القسم ٣: معايير E-E-A-T

قيم كل بند من 1 إلى 5

5=ممتاز

1=ضعيف جداً

المؤشر	الدرجة 1-5
Experience الخبرة - هل الكاتب متخصص؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Experience - هل يوضح الكاتب خلفيته؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Experience - هل المحتوى يعكس خبرة حقيقية؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Expertise الاختصاص - هل الموضوع يغطيه متخصص؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Expertise - هل هناك شهادات مهنية؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Expertise - هل المحتوى دقيق؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Authority السلطة - هل الموقع معروف في المجال؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Authority - هل هناك روابط خارجية موثوقة؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Authority - هل الموقع متخصص في المحتوى؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Trust الثقة - هل الموقع يبدو موثقاً؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Trust - هل سياسة الخصوصية واضحة؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
Trust - هل معلومات الاتصال موجودة؟	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5

مجموع درجات 60 / E-E-A-T = ____

التقييم: 60-50=ممتاز | 49-40=جيد جداً | 39-30=متوسط | 29-20=ضعيف | >20=سيء

القسم ٤: الظهور المتوقع في محركات AI

المنصة	ظاهر الآن؟	الاحتمالية المستقبلية	الموضع
Google SGE/AEO	☐ نعم ☐ لا	☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة	☐ مباشرة ☐ مصدر ☐ غير ظاهر
ChatGPT	☐ نعم ☐ لا	☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة	☐ مذكور ☐ لا
Google Gemini	☐ نعم ☐ لا	☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة	☐ مذكور ☐ لا
Bing Copilot	☐ نعم ☐ لا	☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة	☐ مذكور ☐ لا

درجة AEO الكلية: 100 / ____

الجزء الرابع: المقارنة والفجوة

المعيار	الدرجة / 100	الملاحظات
درجة SEO البحث التقليدي	____ / 100	
درجة AEO الذكاء الاصطناعي	____ / 100	
جودة المحتوى الكلية	____ / 100	
معايير E-E-A-T	____ / 60	تحويل $100 \times 60 \div$:
الدرجة الشاملة	____ / 100	متوسط جميع الدرجات
الفجوة SEO - AEO	____ نقطة	

تفسير الفجوة:

- فجوة < 30 = فجوة حادة تحديث عاجل مطلوب
- فجوة 20-30 = فجوة كبيرة
- فجوة 10-20 = فجوة متوسطة قابلة للتحسين
- فجوة > 10 = فجوة صغيرة الموقع متوازن

الجزء الخامس: التوصيات للتحسين

التحسينات العاجلة ٠-٣ أشهر:

اكتب التحسينات الأكثر أهمية والسهولة التطبيق:

1. التحسين: _____ :

● الأولوية: ☐ عالية ☐ متوسطة | الجهد: ☐ سهل ☐ متوسط | الأثر المتوقع % ____ + :

2. التحسين: _____ :

● الأولوية: ☐ عالية ☐ متوسطة | الجهد: ☐ سهل ☐ متوسط | الأثر المتوقع % ____ + :

3. التحسين: _____ :

● الأولوية: ☐ عالية ☐ متوسطة | الجهد: ☐ سهل ☐ متوسط | الأثر المتوقع % ____ + :

التحسينات المتوسطة ٣-٦ أشهر:

1. التحسين: _____ :

● الأولوية: ☐ متوسطة ☐ منخفضة | الجهد: ☐ متوسط ☐ صعب | الأثر المتوقع % ____ + :

2. التحسين: _____ :

● الأولوية: ☐ متوسطة ☐ منخفضة | الجهد: ☐ متوسط ☐ صعب | الأثر المتوقع % ____ + :

التحسينات طويلة المدى ٦-١٢ شهر:

1. التحسين: _____ :

● الأولوية: ☐ عالية ☐ منخفضة | الجهد: ☐ صعب جداً | الأثر المتوقع % ____ + :

2. التحسين _____ :

- الأولوية: ☐ عالية ☐ منخفضة | الجهد: ☐ صعب جداً | الأثر المتوقع % ____ + :

الجزء السادس: الملاحظات والتعليقات

الملاحظات الأكاديمية:

الملاحظات التقنية:

الملاحظات التسويقية:

ثانيا استمارة موجهة للمستهلكين:

قسم ١ من ٧

كيف تبحث عن المنتجات أو الخدمات؟

جامعة ميدأوثن
كلية الإعلام والتسويق
ماجستير التسويق الرقمي

من تحسين محركات البحث إلى تحسين محركات الذكاء: دراسة تحليلية على سلوك العملاء في المملكة العربية السعودية

مرحباً بك عزيزي 

سواء كنت تخطط لشراء (حذاء رياضي )، أو تبحث عن (مكتب استقدام )، أو حتى (شقة تمليك )...

يهدف هذا الاستبيان لفهم كيف تبحث عن هذه الأمور، وهل بدأت أدوات الذكاء الاصطناعي (مثل ChatGPT و Gemini) تأخذ مكان "بحث" Google في حياتك.
الباحث: هشام قادري

□ الوقت: ٤ دقائق فقط.

🔒 الإجابات سرية لأغراض البحث العلمي.

هل قمت بالبحث أو الشراء عبر الإنترنت (لمنتج أو خدمة) خلال الـ ٦ أشهر الماضية؟

*

بعد القسم ١

قسم ٢ من ٧

القسم الأول: البيانات الشخصية
(الوصف اختياري)

س١: الجنس

*

س٢: العمر

*

س٣: المنطقة

*

س ٤ : التعليم

*

بعد القسم ٢

قسم ٣ من ٧

القسم الثاني: كيف تبحث؟

تخيل آخر مرة أردت فيها شراء شيء (جوال، ملابس) أو طلب خدمة (عاملة، حجز شقة، صيانة).

س ٥: ما هي أول خطوة قمت بها للبحث؟

*

س ٦: كم مرة تستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي (مثل ChatGPT) للمساعدة في قراراتك؟

*

بعد القسم ٣

قسم ٤ من ٧

القسم الثالث: تجربتك مع الذكاء الاصطناعي

(الوصف اختياري)

س ٧: لماذا قد تستخدم الذكاء الاصطناعي بدلاً من Google ؟ (اختر سببين)

س ٨: هل سبق أن اشتريت أو قررت بناءً على نصيحة الذكاء الاصطناعي؟

*

بعد القسم ٤

قسم ٥ من ٧

القسم الرابع: الثقة والمخاطر

(الوصف اختياري)

س ٩: لو كنت تبحث عن (خدمة مكلفة) مثل استقدام عاملة أو شراء عقار،

بم تتق أكثر؟

*

ثقة منخفضة

متوسطة

ثقة عالية

النتائج الأولى في Google إعلانات ومواقع

إجابة مفصلة من ChatGPT تشرح الإجراءات والأسعار

تجارب الناس في تويتر/تيك توك

نصيحة صديق خاض التجربة

س ١٠: إلى أي مدى توافق على العبارات التالية؟

*

أعارض

محايد

أوافق
استخدام الذكاء الاصطناعي يوفر عليّ وقتاً طويلاً في البحث
أشعر بالقلق على "خصوصية بياناتي" عند استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي
أعتقد أن نتائج الذكاء الاصطناعي دقيقة وموثوقة

س ١١ : للتأكد من أنك لست روبوت، اختر "محايد"

*

بعد القسم ٥

قسم ٦ من ٧

القسم الخامس: المستقبل

(الوصف اختياري)

س ١٢ : هل تؤيد وجود "وكيل ذكي" يقوم بالإجراءات عنك (مثلاً: يبحث
عن أفضل مكتب استقدام ويحجز لك)؟

*

بعد القسم ٦

قسم ٧ من ٧

شكراً جزيلاً!

(الوصف اختياري)

س ١٣ : (اختياري) هل لديك أي تجربة أو ملاحظة تود إضافتها؟
البريد الإلكتروني (اختياري) لنتائج الدراسة:

الاسم (اختياري)

رابط الاستمارة :

https://docs.google.com/forms/d/15HEDVV4QdSDi_Ar9LtMUSsejxYvxnjz4a9q6v1QliwE/edit

ثالثاً : استثمار موجهة للمسوقين

قسم ١ من ٧

تأثير الذكاء الاصطناعي على مستقبل SEO في السعودية

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
ماجستير التسويق الرقمي

من تحسين محركات البحث إلى تحسين محركات الذكاء: دراسة تحليلية على سلوك العملاء في المملكة العربية السعودية

مرحباً بك زميلي المسوق

استبيان متخصص (٤ دقائق فقط) حول تقييم مدى تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي على استراتيجيات التسويق الرقمي، والانتقال من تحسين محركات البحث التقليدية (SEO) إلى **تحسين محركات الإجابة** (AEO)

نهدف لقياس مدى جاهزية السوق السعودي لهذا التحول، وما هي التحديات والفرص التي يفرضها الذكاء الاصطناعي التوليدي.

الفئة المستهدفة: المختصون في التسويق الرقمي، SEO، المحتوى، والتجارة الإلكترونية.
سرية البيانات مضمونة لأغراض البحث العلمي.

الباحث: هشام قادري

هل تعمل حالياً في مجال التسويق الرقمي، SEO، أو إدارة المحتوى؟

*

بعد القسم ١

قسم ٢ من ٧

القسم الأول: الملف المهني

(الوصف اختياري)

س١: ما هو المسمى الوظيفي الأقرب لدورك الحالي؟

*

س٢: كم عدد سنوات خبرتك في المجال؟

*

س٣: ما حجم الكيان الذي تعمل فيه أو تديره؟

*

س٤: ما القطاع الرئيسي الذي تستهدفه؟

*

بعد القسم ٢

القسم الثاني: الوعي بالمفاهيم الجديدة

تعريفات سريعة:

- AEO: تحسين المحتوى ليظهر كإجابة مباشرة في ChatGPT أو Gemini.
 - GEO: تحسين المحركات التوليدية) مصطلح مرادف لـ (AEO)
 - Zero-Click: حصول الباحث على المعلومة من صفحة النتائج دون دخول الموقع.
- س٥: ما مستوى إلمامك بالمفاهيم والأدوات التالية؟

*

لا أعرفه

سمعت به فقط

أفهمه نظرياً

أطبقه عملياً

SEO التقليدي (الكلمات المفتاحية والروابط)

(AEO تحسين محركات الإجابة)

ملخصات الذكاء الاصطناعي (AI Overviews)

البيانات المنظمة (Schema Markup)

معايير (E-E-A-T الخبرة والموثوقية)

س٦: هل تتابع ظهور علامتك التجارية (أو عميلك) في إجابات ChatGPT و Gemini؟

*

بعد القسم ٣

القسم الثالث: قياس التأثير على الأداء

الوصف (اختياري)

س٧: خلال الـ ١٢ شهراً الماضية، كيف كان أداء الزيارات العضوية (Organic Traffic) لمواقعك؟

*

س٨: هل لاحظت تأثير ظاهرة "Zero-Click" انخفاض النقرات رغم الظهور؟

*

بعد القسم ٤

القسم الرابع: الجاهزية والتطبيق

الوصف (اختياري)

س٩: هل بدأت مؤسستك (أو عملائك) بتخصيص ميزانية أو جهود لـ AEO؟

*

س ١٠: ما الممارسات التي تطبقها حالياً لتحسين الظهور في الذكاء الاصطناعي؟ (اختر كل ما ينطبق)
س ١١: ما العائق الأكبر أمام تبني AEO في السوق السعودي برأيك؟ *

بعد القسم ٥

قسم ٦ من ٧

القسم الخامس: نظرة للمستقبل
(الوصف (اختياري)

س ١٢: ما مدى اتفاقك مع العبارات التالية؟ *

أعارض بشدة

أعارض

محايد

أوافق

أوافق بشدة

SEO التقليدي سيموت خلال ٥ سنوات

من يهمل AEO الآن سيخسر حصته السوقية قريباً

المحتوى العربي يعاني من فجوة كبيرة في عصر الذكاء الاصطناعي

الشركات السعودية مستعدة تقنياً لهذا التحول

س ١٣: لضمان جودة البيانات، يرجى اختيار "أوافق" لهذا السؤال *

س ١٤: كيف ترى مستقبل مهنة "أخصائي SEO"؟ *

بعد القسم ٦

قسم ٧ من ٧

شكراً لك! وصلنا للنهاية
(الوصف (اختياري)

س ١٥: (اختياري) نصيحة أو تحدٍ تود مشاركته حول هذا الموضوع؟

س ١٦: هل تمانع أن نتواصل معك لإجراء مقابلة قصيرة (١٥ دقيقة) لإثراء البحث بخبرتك؟ *

البريد الإلكتروني (لإرسال النتائج أو التواصل للمقابلة):

نوع السؤال

رقم الجوال

اختياري - فقط للراغبين بالمقابلة

•
رابط الاستمارة :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfitc_k4RiHvVgDwcOEqOlXTyL2MQDMidaFML5-xZ-KU778Uw/viewform?usp=header