



Content Pillar Strategy B2B & B2C



MARKETING

TELLS A STORY
DRIVES CONVERSIONS
PROVIDES RESULTS



AIM HIGHER
REACH FURTHER
GET CLOSER TO YOUR GOALS



INDEX



I. CONTENT PILLAR STRATEGY B2B & B2C ENGLISH #04

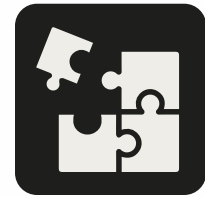
A simple step-by-step guide to creating Social Media content

#08

B2B / B2C

استراتيجية محاور المحتوى

دليل بسيط خطوة بخطوة لإنشاء محتوى لشبكات التواصل الاجتماعي



III. DISCLAIMER

#12

إخلاء المسؤولية

Essential questions designed to deeply understand your journey, goals, and unique literary identity.



B2B Social Media **Content** Framework

Purpose:

To help entrepreneurs, marketers, and content creators build consistent, purposeful content using four foundational content pillars tailored for the MENA region.

What is a **content pillar **strategy**?**

It's a simple method of grouping your content into 3–4 main themes. Each pillar reflects a core part of your brand — like what you know, what you do, or what you believe — and helps you post with more focus, variety, and impact.



3 Core Content Pillars + 1 Bonus Pillar

Pillar 1: Educational Content

Position yourself as an expert. Teach. Share value.

Content Ideas:

1. "3 industry terms explained in 30 seconds"
2. "How to avoid common mistakes in your niche"
3. "What nobody tells you about [your service/product]"
4. "Step-by-step how to solve a simple problem"
5. "Things you wish you knew before you started"
6. "Mini case study: how a simple change brought results"
7. "Client question answered in 1 minute"
8. "Behind the scenes of how we plan our strategies"
9. "Trends in your market you should actually pay attention to"
10. "Do's and Don'ts for beginners"



Pillar 2: Proof & Results

Build trust. Show your work. Make the value tangible.

Content Ideas:

1. "Before vs. After using our service"
2. "A client testimonial in their own words"
3. "How we helped X business increase sales by Y%"
4. "DM screenshots (with privacy) of positive feedback"
5. "Milestones your business or client achieved"
6. "Results in 30 days: real numbers, real work"
7. "What clients say after 6 months with us"
8. "Monthly recap: what we delivered"
9. "Reactions from first-time users"
10. "Transformation story from our client archives"

Pillar 3: Human & Relatable

Make the brand feel real. Be approachable. Build connection.

Content Ideas:

1. "Why I started this business (and what changed me)"
2. "A hard day that taught me a valuable lesson"
3. "Here's what my workspace really looks like"
4. "Small wins I celebrate (even when no one sees them)"
5. "What I learned from failing at something"
6. "A quote that shifted how I think about my work"
7. "Things clients never see but matter so much"
8. "A real story from my early days in business"
9. "My routine when I need to reset"
10. "Behind the scenes of a launch day"



Bonus Pillar

Pillar 4: Community Engagement

Spark conversations. Involve your audience. Create two-way value.

Content Ideas:

1. "What topic do you want me to cover next?"
2. "Which of these two options do you prefer — A or B?"
3. "My most controversial opinion about [industry]... agree or disagree?"
4. "What's your biggest struggle in business right now?"
5. "Rate this idea 1 to 10 in the comments"
6. "A quick poll: would you try this or not?"
7. "DM me a question — I'll answer it in a video"
8. "Let's build this together: suggest a name/feature"
9. "Tag someone who needs to hear this today"
10. "What's your #1 advice for someone just starting out?"

Ready to use this strategy? Choose one pillar per day, rotate through the week, and build trust, authority, and engagement — all while staying true to your voice.



II. استراتيجية محاور المحتوى B2B / B2C النسخة العربية

الهدف:

مساعدة رواد الأعمال والمسوقين وصنّاع المحتوى في بناء محتوى ثابت وفَعّال من خلال 4 أعمدة رئيسية تناسب ثقافة وأسواق الشرق الأوسط

ما هي استراتيجية محاور المحتوى؟

هي منهجية مبسطة تهدف إلى تصنيف المحتوى إلى ثلاثة أو أربعة محاور رئيسية تمثل جوهر العلامة التجارية؛ مثل المعرفة، أو الخدمات، أو القيم. وتساعد هذه الطريقة في تنظيم النشر، وتحقيق التنوّع، وضمان التأثير على الجمهور بشكل منهجي ومتسق. تنشر محتوى بشكل منتظم، متنوع، وله تأثير واضح .



ثلاثة محاور أساسية + محور إضافي

المحور الأول: محتوى تعليمي

اظهر خبرتك، وشارك الفائدة.

أفكار للمحتوى:

١. "٣ مصطلحات أساسية في مجالك"
٢. "أخطاء شائعة لازم تتجنبها في مجالك"
٣. "حقيقة مهمة ماحدث بيقلها عن [الخدمة أو المنتج]"
٤. "شرح خطوة بخطوة لحل مشكلة بسيطة"
٥. "حاجات كنت أتمنى أعرفها قبل ما أبدأ"
٦. "قصة صغيرة عن تغيير بسيط جاب نتيجة"
٧. "رد على سؤال دائماً بيتسأل"
٨. "من كواليس التخطيط لحملاتنا"
٩. "اتجاهات تستحق المتابعة فعلاً"
١٠. "افعل ولا تفعل للمبتدئين"



المحور الثاني: إثبات النتائج والمصادقية

ابن الثقة، ويبن أثر شغلك.

أفكار للمحتوى:

١. "قبل وبعد استخدام خدمتك"
٢. "رأي عميل بصوته أو كلماته"
٣. "إزاي ساعدنا عميل يزود مبيعاته بنسبة X%"
٤. "سكرينشوت من رسالة إيجابية (بدون بيانات شخصية)"
٥. "مرحلة أو إنجاز حققه العميل"
٦. "نتائج حقيقية حصلت خلال ٣٠ يوم"
٧. "تعليق من عميل بعد ٦ شهور من التعاون"
٨. "ملخص شهري لإنجازاتك أو شغلك"
٩. "رد فعل عميل أول مرة يجربك"
١٠. "قصة تحول من أحد عملاءك"

المحور الثالث: محتوى إنساني وقريب من الناس

يبن الجانب الواقعي والإنساني للعلامة.

أفكار للمحتوى:

١. "ليه بدأت البزنس ده، وإيه اللي اتغير فيك؟"
٢. "يوم صعب علمني درس مهم"
٣. "ده شكل مكتبي الحقيقي مش النسخة المصقولة"
٤. "انتصارات صغيرة بحتفل بيها حتى لو محدش شايف"
٥. "فشلت في كذا... وتعلمت إيه منه"
٦. "اقتباس غير طريقة تفكيري في شغلي"
٧. "حاجات محدش بيشوفها... بس بتفرق كتير"
٨. "حكاية من بدايتي في المجال"
٩. "روتيني وقت ما بحتاج أعمل reset"
١٠. "كواليس يوم إطلاق خدمة أو منتج"



محور إضافي

المحور الرابع: تفاعل مجتمعي

افتح حوار، وشارك الجمهور في صناعة المحتوى.

أفكار للمحتوى:

١. "تحب أتكلم عن إيه المرة الجاية؟"
٢. "تفضل إيه من الاثنين دول؟ A ولا B؟"
٣. "رأيي اللي ممكن يزعل ناس في المجال... موافق ولا ضد؟"
٤. "أكثر تحدي بتواجهه دلوقتي إيه؟"
٥. "قيّم الفكرة من ١ لـ ١٠ في الكومنتات"
٦. "استطلاع سريع: هتجرب ده ولا لأ؟"
٧. "ابعتلي سؤال في الرسائل، وهرد عليه في فيديو"
٨. "خلينا نبني ده سوا — اقترح اسم/فكرة"
٩. "منشن لشخص لازم يسمع ده النهاردة"
١٠. "نصيحتك لشخص لسه بادئ الطريق؟"

كيف تستخدم الاستراتيجية؟ اختر محور واحد كل يوم، وتناوب بينهم خلال الأسبوع، علشان تبني مصداقيتك، تواصلك، وهويتك — بمحتوى من قلبك وبصمتك.



III. Disclaimer

This document and its contents are intended for informational and educational purposes only and do not constitute legal, financial, or business advice. While the strategies and frameworks outlined herein are based on industry best practices, implementation outcomes may vary depending on individual business contexts and market conditions.

The author and DXtera are not liable for any direct, indirect, or consequential loss or damage arising from the use of this framework. Users are encouraged to seek professional advice tailored to their specific circumstances.

All content, designs, and materials in this document are the intellectual property of DXtera and may not be reproduced, redistributed, or sold without prior written permission.

This framework is provided in good faith, and its use is subject to compliance with applicable laws and regulations in Egypt and other jurisdictions.

III. إخلاء المسؤولية

يُعد هذا المستند ومحتواه لأغراض معلوماتية وتعليمية فقط، ولا يُشكل بأي حال من الأحوال استشارة قانونية أو مالية أو تجارية. ورغم أن الاستراتيجيات والأطر الواردة فيه مبنية على أفضل الممارسات في المجال، إلا أن النتائج قد تختلف باختلاف السياق التجاري والسوقي لكل مستخدم. لا يتحمل المؤلف أو شركة ديكستيرا أي مسؤولية قانونية عن أي خسائر مباشرة أو غير مباشرة أو أضرار ناتجة عن تطبيق هذا المحتوى.

ننصح المستخدمين بالحصول على استشارات متخصصة مناسبة لظروفهم الخاصة قبل تطبيق أي من التوصيات.

جميع حقوق الملكية الفكرية الخاصة بهذا المستند ومحتوياته محفوظة لشركة ديكستيرا، ولا يجوز نسخها أو توزيعها أو بيعها دون إذن كتابي مسبق.

يُقدّم هذا الإطار بحسن نية، ويخضع استخدامه لأحكام القوانين واللوائح المعمول بها في جمهورية مصر العربية وفي أي دولة أخرى يتم استخدامه فيها.





THANK YOU