

إدارة الحملات الإعلانية الرقمية

(5) أيام، (20) ساعة

يبدأ بتاريخ 2025/02/23م

طرابلس - ليبيا / قاعات الجهود

بطاقة معلومات البرنامج:

مدة التدريب :	(5 أيام، 20) ساعة
مكان التدريب :	قاعات الجهود - حي الأندلس - طرابلس
تاريخ الانعقاد :	02/23 لغاية 2025/02/27م
توقيت التدريب :	09:00 صباحاً – 01:00 مساءً
لغة التدريب :	اللغة العربية مع بعض المصطلحات الفنية باللغة الإنجليزية
أساليب التدريب :	- أسلوب السيناريوهات. - أسلوب العصف الذهني. - أسلوب تمارين وأنشطة الفريق. - أسلوب تقديم الحلول والممارسات.
القيمة المضافة :	- عقد تقييم قبلي Pre: لقياس مستوى المشاركين قبل التدريب. - عقد تقييم بعدي Post: لقياس مستوى المشاركين قبل التدريب. - قياس القيمة المعرفية المضافة (KVA) = التقييم البعدي - التقييم القبلي
الفئة المستهدفة :	- المسؤولين عن خطط التسويق. - مدراء وأخصائي العلاقات العامة والإعلام. - جميع العاملين في مجال التسويق والمبيعات. - مدراء وأخصائي الاتصال المؤسسي والهوية الإعلامية. - المسؤولين عن الحملات الإعلامية أو حملات العلاقات العامة. - المهتمين وكل من ترويه مناسباً.
النتائج المتوقعة من التدريب :	- تطوير خبرات متقدمة في إنشاء وإدارة الحملات الإعلانية على المنصات الرئيسية. - القدرة على استخدام أدوات وتقنيات حديثة لتحليل الأداء وتحسين الاستهداف. - بناء استراتيجيات تسويقية مستدامة وتحقيق أقصى عائد على الاستثمار (ROI).

ملخص البرنامج التدريبي:

في ظل الثورة التكنولوجية والاعتماد المتزايد على الإنترنت، أصبحت الحملات الإعلانية الرقمية هي الوسيلة الأكثر فاعلية للشركات للوصول إلى جمهور واسع، سواء كنت تسعى إلى تعزيز مبيعاتك، رفع مستوى الوعي بالعلامة التجارية، أو جذب عملاء جدد، فإن الحملات الإعلانية الرقمية الشائعة توفر أدوات وتقنيات تمكن الشركات من تحقيق هذه الأهداف بدقة عالية، حيث تعد وسائل التواصل الاجتماعي اليوم من أبرز الأدوات التي تعتمد عليها الشركات في بناء الوعي بالعلامة التجارية، جذب العملاء، وتحقيق المبيعات. ومع تطور استراتيجيات التسويق، أصبح الشراء الإعلاني المدفوع على هذه المنصات عاملاً حاسماً في الوصول للجمهور المستهدف بشكل فعال. حيث تهدف مجموعة الجهود المشتركة من



خلال عقد هذا البرنامج التدريبي لتزويد المشاركين بالمعرفة والمهارات اللازمة لإدارة الحملات التسويقية والإعلانية على منصات التواصل الاجتماعي بفعالية واحترافية.

أهداف الحملات الإعلانية:

أهداف الحملات الإعلانية الرقمية الشائعة تتنوع حسب طبيعة الشركات والمنتجات والجمهور المستهدف. ومع ذلك، فإن معظم الحملات الإعلانية الرقمية تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف المشتركة التي تسهم في نجاح الأعمال وتعزيز العلامة التجارية. فيما يلي أبرز أهداف الحملات الإعلانية الرقمية الشائعة:

- زيادة التفاعل (Engagement).
- زيادة المبيعات (Increase Sales).
- تحقيق التحويلات (Conversions).
- تحقيق عائد على الاستثمار (ROI).
- إطلاق منتجات أو خدمات جديدة.
- بناء ولاء العملاء (Customer Loyalty).
- تحسين الظهور في محركات البحث (SEO).
- إعادة استهداف الزوار السابقين (Retargeting).
- تحقيق أهداف قصيرة المدى (Short-term Goals).
- زيادة الوعي بالعلامة التجارية (Brand Awareness).
- استهداف جمهور جديد (Reach New Audiences).
- زيادة عدد تحميلات التطبيقات (App Downloads).
- تحسين سمعة العلامة التجارية (Brand Reputation).
- زيادة حركة المرور إلى الموقع الإلكتروني (Website Traffic).

الجدارات المستهدف تنميتها لدى المشاركين:

- اكتساب مهارات تحليل البيانات وقياس الأداء لتحسين النتائج.
- فهم شامل لمنصات التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها في التسويق.
- القدرة على إدارة الميزانيات الإعلانية بشكل فعال مع التركيز على تحسين النتائج.
- القدرة على إنشاء وإدارة حملات إعلانية فعالة على فيسبوك، إنستغرام، جوجل، ويوتيوب.
- تطوير استراتيجيات استهداف الجمهور وإعادة استهدافه لتحقيق أقصى عائد استثماري.

أهداف البرنامج التدريبي:

- في نهاية هذا البرنامج التدريبي ومن خلال تدريب خمسة أيام تدريبية بواقع 20 ساعة، سيكون لدى المشاركين القدرة على إدارة الحملات التسويقية والإعلانية على وسائل التواصل الاجتماعي، واستغلال جميع المنصات بفعالية لتحسين العائد على الاستثمار وتحقيق الأهداف التسويقية بالتركيز على كل مما يلي:
- تصميم وتنفيذ استراتيجيات تسويق رقمي فعالة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- تطوير فهم عميق لاستراتيجيات الإعلان المدفوع واستغلالها للوصول إلى الأهداف التجارية.
- تعلم تقنيات تحليل الحملات وقياس أدائها باستخدام أدوات متقدمة.
- تطبيق أفضل الممارسات لتحسين الإعلانات وزيادة التفاعل مع الجمهور.

أهداف البرنامج التدريبي:

- سيتم من خلال هذا البرنامج التدريبي تقديم تدريب شامل ومركّز على استراتيجيات متقدمة لإدارة الحملات الإعلانية المدفوعة على فيسبوك، إنستغرام، جوجل، ويوتيوب، لينكدان، وسناب شات، مع التركيز على المهارات التحليلية، تقنيات الاستهداف المتقدمة، وأحدث الأدوات لتحسين الأداء من خلال طرح المحاور التدريبية بتطبيقاتها العملية:



المحور الأول: إعداد الأساسيات والاستراتيجيات المدفوعة

- مقدمة في الإعلانات المدفوعة على وسائل التواصل الاجتماعي:

- فهم تطور الإعلانات الرقمية وتأثيرها على التسويق.
- مقارنة بين الاستراتيجيات العضوية والمدفوعة وأوقات استخدام كل منها.
- تحديد الأهداف التسويقية بناءً على رحلة العميل Awareness، Consideration، Conversion.

- إعداد البنية الأساسية للإعلانات:

- إنشاء حسابات إعلانية احترافية على Meta، Google Ads، Snapchat، LinkedIn.
- تكامل منصات القياس والتحليل Meta Pixel، Google Tag Manager، LinkedIn Insight Tag.
- إعداد صفحات الهبوط (Landing Pages) لتحسين التحويلات.

- استراتيجيات إعداد الجمهور المستهدف:

- إنشاء جماهير مخصصة (Custom Audiences) وجماهير مشابهة (Lookalike Audiences).
- جمع البيانات وإنشاء قوائم إعادة الاستهداف (Retargeting Lists).

- مقدمة في التقنيات المتقدمة للإعلانات:

- نظرة على أحدث الاتجاهات مثل الذكاء الاصطناعي في تحسين الإعلانات.
- مقدمة عن استراتيجيات الإعلانات الآلية (Automated Campaigns).

المحور الثاني: إدارة متقدمة للإعلانات على فيسبوك، إنستغرام، وسناب شات

- استراتيجيات متقدمة لإعلانات Meta فيسبوك وإنستغرام:

- تحسين الحملة باستخدام Dynamic Ads الإعلانات الديناميكية.
- استخدام استراتيجيات التقسيم الدقيقة (Granular Targeting).
- إنشاء مسارات إعلانية متعددة المراحل (Funnel Strategies).
- إعلانات سناب شات: استراتيجيات إبداعية واستهداف متقدم.
- تحسين الحملات باستخدام Snap Pixel و Event Tracking.
- الإعلانات التفاعلية (Interactive Ads) وكيفية استخدامها لزيادة التفاعل.
- تصميم محتوى يناسب طبيعة جمهور سناب شات الشبابي.

- إدارة الميزانية والإعلانات الموزعة:

- استراتيجيات تقسيم الميزانيات بين منصات متعددة.
- تخصيص الميزانية بناءً على أداء الإعلانات في الوقت الحقيقي (Real-Time Optimization).

- تحليل البيانات في Meta و Snapchat Ads Manager:

- قراءة البيانات واتخاذ قرارات بناءً على معدل التفاعل (Engagement Rate)، ومعدل التحويل (Conversion Rate).
- أدوات متقدمة لتحليل البيانات وتحسين النتائج.

المحور الثالث: الحملات على جوجل ويوتيوب ولينكدإن

- إعلانات جوجل ويوتيوب المتقدمة:

- استراتيجيات متقدمة لاستهداف الكلمات الرئيسية باستخدام Broad Match Types، Exact، Phrase.
- تحسين الحملات باستخدام Smart Bidding و Target ROAS.



- استخدام الفيديو التفاعلي في YouTube Ads لجذب العملاء.
- **إعلانات لينكدإن: استهداف الجمهور المحلي:**
 - استراتيجيات متقدمة لاستهداف الصناعات والمناصب الوظيفية.
 - إنشاء إعلانات Lead Gen Forms لتحصيل بيانات العملاء المحتملين.
 - استراتيجيات الإعلان للأعمال التجارية B2B.
- **تحليل الأداء وتطوير الاستراتيجيات:**
 - استخدام منصات التحليل لعرض تقارير الأداء بشكل احترافي.
 - استراتيجيات تحسين الأداء باستخدام بيانات الوقت الفعلي.
- **دمج استراتيجيات متعددة المنصات:**
 - كيفية توحيد الإعلانات عبر المنصات المختلفة لتحقيق تجربة سلسة للعملاء Omnichannel Strategies
 - تطبيق إعادة الاستهداف المتعدد المنصات.

المحور الرابع: التحليل المتقدم وتحسين الأداء

- **التقنيات المتقدمة لتحليل الأداء:**
 - أدوات تحليل احترافية مثل Tableau و Cyfe لقراءة البيانات.
 - مؤشرات الأداء المتقدمة (CPA) Cost Per Action ، Return on Ad Spend (ROAS).
- **استراتيجيات تحسين الحملات المدفوعة:**
 - اختبار A/B وتجارب متعددة المتغيرات. (Multivariate Testing) .
 - تحسين الإعلانات بناءً على تحليلات Audience Insights .
 - إعادة تخصيص الميزانيات بناءً على أداء الحملة الفعلي.
- **إعلانات تعتمد على الذكاء الاصطناعي:**
 - استخدام أدوات AI مثل ChatGPT و Jasper لإنشاء نصوص إعلانية مخصصة.
 - الإعلانات التنبؤية (Predictive Ads) وأهميتها في تحسين الأداء.
- **خطط طويلة الأجل واستدامة الأداء:**
 - إنشاء خطط استراتيجية للحملات السنوية.
 - تطوير استراتيجيات استباقية للتعامل مع تغييرات السوق والخوارزميات.

إنتهت النشرة الفنية ،

