

الحملة التسويقية الرقمية

MKT 224

الأسبوع ٩ إدارة الحملات التسويقية الرقمية وتعديلها

اعداد

د. محمد عادل عبدالرازق
دكتورة إدارة الأعمال، جامعة اكستر، إنجلترا

الأهداف التعليمية للمحاضرة

في نهاية هذه المحاضرة، سيكون الطلاب قادرين على::

- فهم عملية إدارة الحملات الرقمية ككل.
- التعرف على كيفية تعديل الحملات أثناء تنفيذها لتحقيق أفضل النتائج.
- استيعاب العلاقة بين التخطيط، التنفيذ، والتحليل في إدارة الحملات.
- التعرف على استراتيجيات الإغلاق الاحترافي للحملات الرقمية.
- ربط المفاهيم النظرية بالممارسات العملية لتطبيقها في حملات واقعية.



مكونات المحاضرة

الجزء الأول: إدارة الحملة الرقمية كعملية متكاملة.

الجزء الثاني: الخطوات العملية لإدارة الحملات الرقمية.

الجزء الثالث: التعديل أثناء الحملة لتحقيق الأهداف.

الجزء الرابع: التقييم وإغلاق الحملة الرقمية.

الجزء الخامس: ملخص واستنتاجات المنهج



ما هي إدارة الحملة الرقمية؟

09

تعريف: عملية تنظيم وتنسيق جميع الأنشطة المتعلقة بالحملة التسويقية الرقمية لتحقيق أهدافها.

الأهداف النهائية

- تحقيق الأهداف التسويقية
- تحسين تجربة الجمهور المستهدف
- تحقيق عائد استثمار مرتفع

العناصر الرئيسية

- التخطيط.
- التنفيذ.
- التعديل أثناء الحملة.
- التقييم والإغلاق.

أهمية إدارة الحملات الرقمية

09

1. تحقيق الأهداف الاستراتيجية: ضمان أن الأنشطة تتماشى مع رؤية الشركة.
2. استخدام الموارد بكفاءة: تجنب الهدر المالي والزمني.
3. التكيف مع التغيرات: القدرة على تعديل الاستراتيجيات أثناء التنفيذ.
4. قياس الأداء: تقديم رؤية دقيقة لنجاح الحملة.

الفرق بين إدارة الحملة وتخطيطها

09

العنصر	التخطيط	الإدارة
التوقيت	قبل بدء الحملة	أثناء وبعد الحملة
الأهداف	وضع الخطط والأهداف	تنفيذ الخطط وضمان تحقيق الأهداف
المهام	تحديد الجمهور، إعداد الميزانية	مراقبة الأداء، تعديل الأنشطة
المسؤولية	فريق التسويق الاستراتيجي	فريق التنفيذ والتحليل

الخطوات العملية لتخطيط الحملات الرقمية

09

ضمان التوافق مع
الأهداف

ربط الخطط
بالاستراتيجية
العامة

التعامل مع
التحديات المحتملة

الاستعداد
للمخاطر

تخصيص الموارد
بكفاءة

تقليل الهدر المالي
والزمني

تحقيق الوضوح

تحديد مسار
الحملة من البداية

مراحل إدارة الحملة التسويقية

09

- ١- تحديد الأهداف
ربط الأهداف بمؤشرات الأداء. (KPIs)
- ٢- إعداد الخطة
اختيار القنوات، تخصيص الموارد، وضع الجداول الزمنية
- ٣- التنفيذ
متابعة الأنشطة اليومية وإطلاق الحملة
- ٤- المتابعة والتعديل
مراقبة الأداء وإجراء التعديلات حسب الحاجة
- ٥- التقييم والإغلاق
تحليل النتائج وإعداد التقارير النهائية

تحديد الأهداف الواقعية للحملة

09

١- قابلة للقياس

استخدام مؤشرات الأداء (KPIs) لقياس النجاح

٢- مرتبطة بالوقت

تحديد جدول زمني لتحقيق الأهداف

٣- ذات صلة بالجمهور المستهدف

مراعاة احتياجات الجمهور واهتماماته

٤- يمكن تحقيقها

التأكد من أن الأهداف ليست مفرطة الطموح

إعداد الميزانية والموارد

09

العنصر	التفاصيل	الأمثلة
إجمالي الميزانية	المبلغ الإجمالي المخصص للحملة	100,000 جنيه
توزيع الميزانية	تقسيم المبلغ بين القنوات المختلفة	40% إعلانات، 30% محتوى، 30% تحليل
الموارد البشرية	الفريق المسؤول عن التنفيذ	مصمم، محلل بيانات، مدير حملة
الأدوات التقنية	الأدوات المستخدمة لتحليل الأداء	SEMrush، Google Analytics

اختيار القنوات والمنصات المناسبة

09

الإعلانات
المدفوعة

للوصول إلى
جمهور واسع
بسرعة

البريد الإلكتروني

للتواصل
الشخصي مع
العملاء

محركات البحث

مناسبة للتفاعل
المباشر مع
الجمهور

الشبكات
الاجتماعية

مناسبة للتفاعل
المباشر مع
الجمهور

تخصيص الفريق والأدوار

09

١- مدير الحملة

مسؤول عن التخطيط والتنظيم العام

٢- مصمم المحتوى

• مسؤول عن إنشاء محتوى جذاب وملائم

٣- محلل البيانات

• يتابع الأداء ويقدم تقارير مفصلة

٤- خبير الإعلانات

• يدير الإعلانات المدفوعة لتحقيق الأهداف



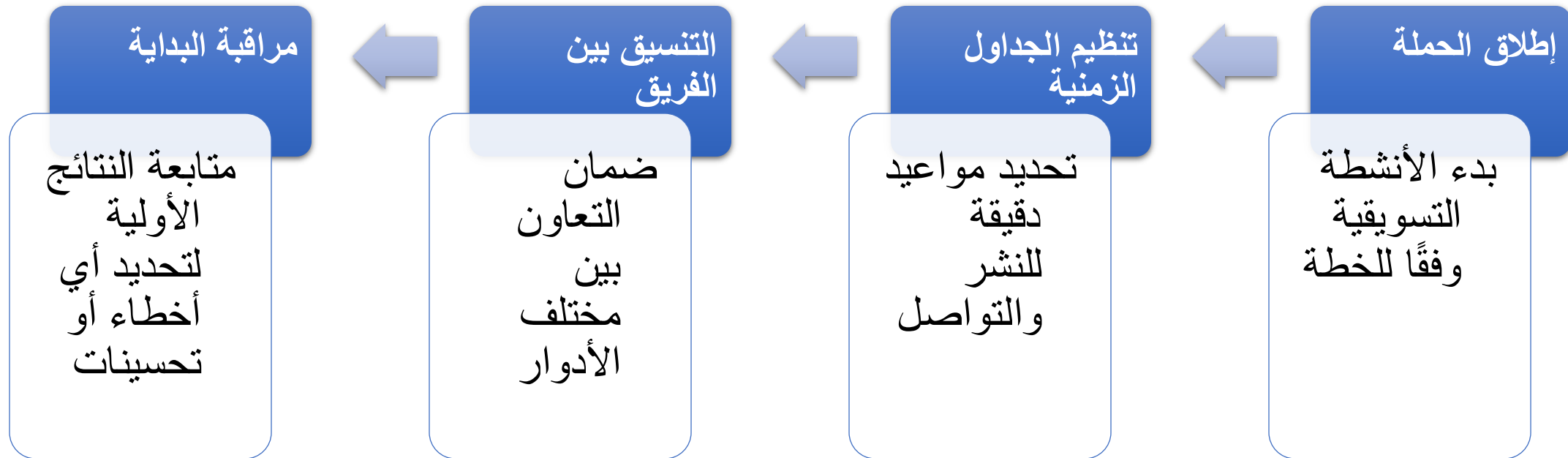
أدوات إدارة الحملات الرقمية

09

المميزات	الاستخدام	الأداة
تقارير تفصيلية وسهولة الاستخدام	تحليل أداء الموقع	Google Analytics
استهداف دقيق وتحليل الأداء	إدارة الإعلانات على الشبكات	Meta Ads Manager
جدولة المنشورات وتحليل التفاعل	إدارة الشبكات الاجتماعية	Hootsuite
تخصيص الرسائل وتحليل الأداء	إدارة حملات البريد الإلكتروني	Mailchimp

تنفيذ الحملة وتنظيم العمل

09



المتابعة اليومية للأداء

09

١- تحليل البيانات في الوقت الحقيقي

تقييم أداء الإعلانات والمنشورات

٢- مراجعة معدلات التفاعل

التفاعل مع الجمهور والرد على تعليقاتهم

٣- مراقبة ميزانية الحملة

التحكم في المصاريف والتأكد من الالتزام بها

٤- تحديد المشكلات وحلها

معالجة أي تحديات فورية تظهر أثناء الحملة

الحفاظ على التوافق مع الأهداف

09

1. **مراجعة مستمرة للأهداف**: التأكد من أن الأنشطة تسير نحو تحقيقها.

2. **ضبط الأولويات**: التركيز على الأنشطة التي تحقق أكبر تأثير.

3. **التكيف مع التغيرات**: تعديل الاستراتيجيات وفقًا للبيانات الجديدة.

4. **تقييم النتائج المرحلية**: مقارنة الأداء الحالي بالأهداف الموضوعية.



التواصل مع الفريق وأصحاب المصلحة

09

مناقشة الأداء ومراجعة التحديات

اجتماعات دورية

تقديم تحديثات سريعة لأصحاب المصلحة

تقارير موجزة

ضمان التعاون بين الأقسام المختلفة

التنسيق بين الأدوار

مشاركة الأفكار لتجاوز العقبات

حل المشكلات المشتركة

استخدام التكنولوجيا في إدارة الحملات

09

التقارير الذكية

إنشاء تقارير
تلقائية توضح
الأداء

إدارة القنوات
المتعددة

مثل Meta Ads
Manager.

تحليل البيانات في
الوقت الحقيقي

استخدام أدوات
مثل Google
Analytics.

أتمتة المهام
الروتينية

مثل جدولة
المنشورات
باستخدام
Hootsuite.

أبرز التحديات أثناء تنفيذ الحملة

09

ضعف التفاعل
مع الإعلانات

زيادة تكاليف
الحملة عن
المخطط

مشاكل تقنية
في الأدوات
المستخدمة

التعامل مع
تعليقات
الجمهور
السلبية

لماذا يجب تعديل الحملات أثناء التنفيذ؟

1. **التفاعل مع البيانات الفورية**: اتخاذ قرارات بناءً على أداء الحملة الفعلي.
2. **تحقيق الأهداف بفعالية**: تحسين الأنشطة التي تسهم في تحقيق النتائج.
3. **التكيف مع السوق**: مواكبة التغيرات المفاجئة في سلوك الجمهور أو التوجهات.
4. **معالجة الأخطاء بسرعة**: تقليل الأضرار الناتجة عن الخطط غير الفعالة.

إشارات تدل على الحاجة للتعديل

09

الإشارة	الوصف	الحل المقترح
انخفاض التفاعل	عدد الإعجابات أو النقرات أقل من المتوقع	تحسين تصميم الإعلان أو الرسالة
ارتفاع التكلفة لكل نقرة (CPC)	زيادة الإنفاق دون عائد مناسب	مراجعة استراتيجيات الاستهداف
تعليقات سلبية متكررة	انتقادات متكررة من الجمهور	تعديل الرسائل والاستجابة للشكاوى
انخفاض معدل التحويل	عدد التحويلات أقل من المتوقع	تحسين تجربة الصفحة المستهدفة (Landing Page)

تحسين المحتوى بناءً على التحليل

09



١- تحليل سلوك الجمهور

- فهم الأنشطة التي تجذب انتباههم

٢- تعديل الرسائل الإعلانية

- استخدام لغة أكثر جذبًا وتناسبًا

٣- تحسين الصور والفيديوهات

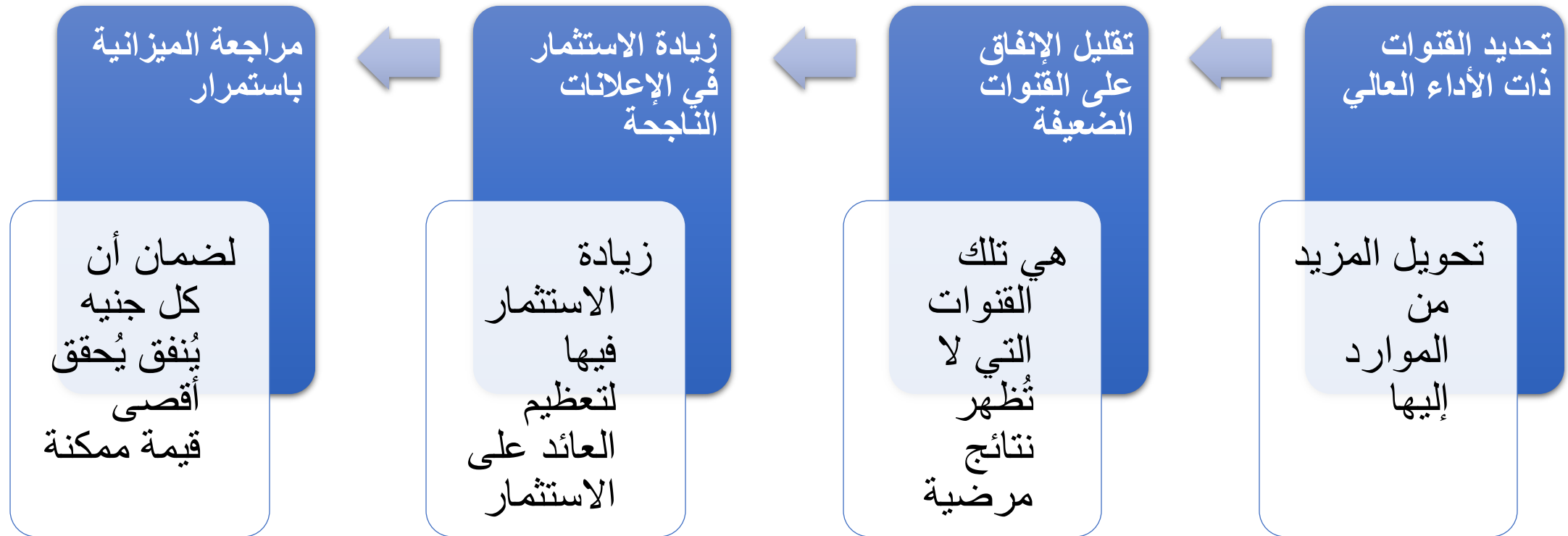
- جعلها أكثر تفاعلاً وجودة

٤- تجربة أنواع جديدة من المحتوى

- مثل القصص أو الفيديوهات القصيرة

إعادة تخصيص الميزانية حسب الأداء

09



أدوات تعديل الحملات الرقمية

09

الأداة	الاستخدام	الميزات	لينك الأداة
Google Ads	تحسين أداء الإعلانات المدفوعة	تخصيص الجمهور ومراقبة الأداء	https://ads.google.com/
Hotjar	تحليل سلوك المستخدمين على الموقع	الخرائط الحرارية وتحليل النقرات	https://www.hotjar.com/
Canva	تعديل الصور والفيديوهات بسهولة	قوالب جاهزة وسهلة الاستخدام	https://www.canva.com/
Sprout Social	إدارة وتحليل وسائل التواصل	جدولة المنشورات وتحليل التفاعل	https://sproutsocial.com/

التفاعل مع تعليقات الجمهور أثناء الحملة

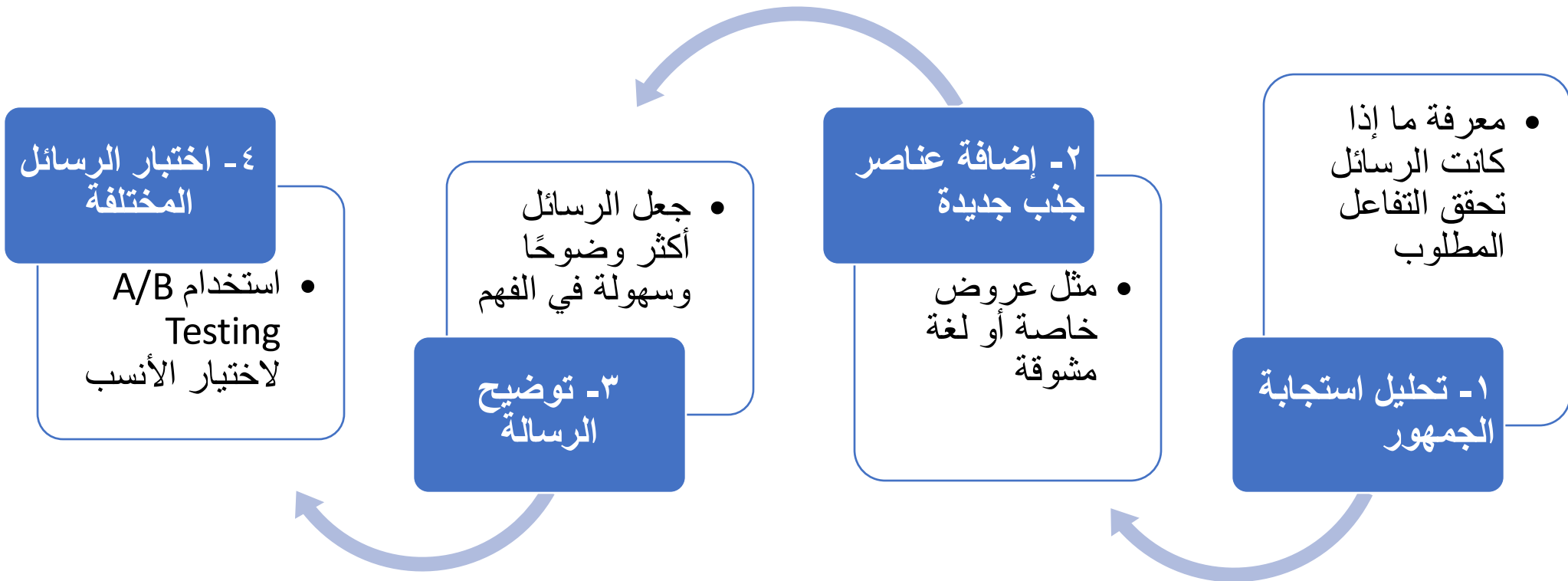
09



1. أهمية الاستماع إلى الجمهور: فهم توقعاتهم واحتياجاتهم.
2. الرد السريع على التعليقات: تعزيز ثقة الجمهور في العلامة التجارية.
3. تحليل النقد البناء: استخدام التعليقات لتحسين الأداء.
4. إدارة التعليقات السلبية: التفاعل بإيجابية ومعالجة المشكلات بفعالية.

ضبط الرسائل الإعلانية لتحقيق الأهداف

09



تحسين استراتيجيات الاستهداف

١- إعادة تقييم الجمهور المستهدف

التحقق من توافق الرسائل مع اهتماماتهم

٢- استخدام بيانات دقيقة

- استخدام بيانات دقيقة من أدوات التحليل يساعد في تحديد أفضل فئة مستهدفة بناءً على أدائهم السابق

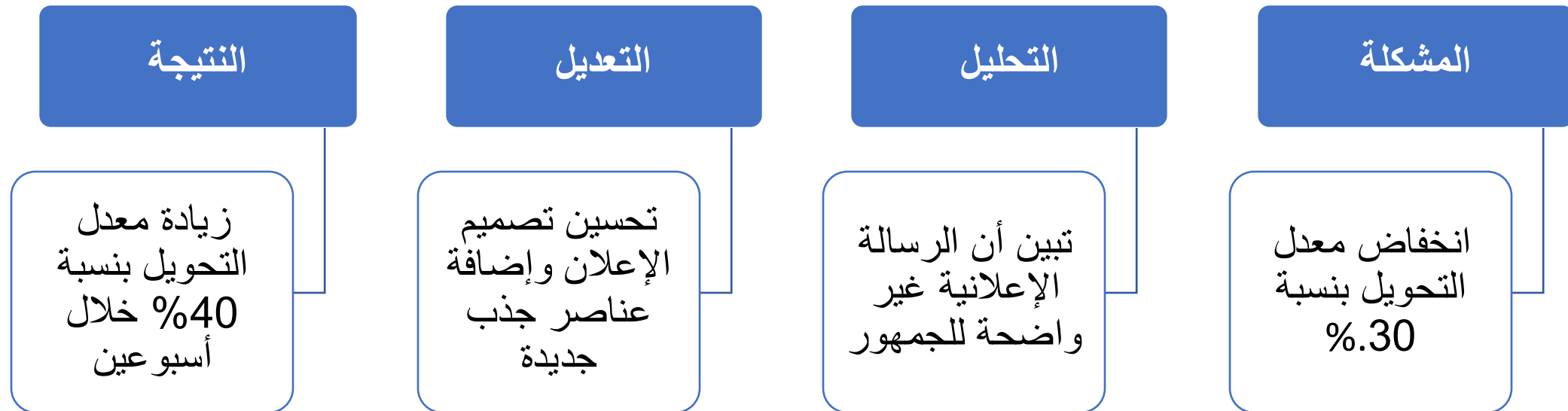
٣- تخصيص الرسائل

- تخصيص الرسائل لكل مجموعة مستهدفة يجعل المحتوى أكثر جذبًا

٤- توسيع النطاق أو تضيقه

- توسيع النطاق لاستهداف جمهور أوسع، أو تضيقه للتركيز على فئة معينة

مثال: دراسة حالة عن تعديل حملة ناجحة



ما هو التقييم النهائي للحملة؟

09

1. **تحليل الأداء العام:** مقارنة النتائج مع الأهداف المحددة.
2. **فهم العوامل المؤثرة:** تحديد ما نجح وما يحتاج إلى تحسين.
3. **إعداد تقارير شاملة:** توثيق البيانات والملاحظات لتوجيه الحملات المستقبلية.
4. **تحديد الدروس المستفادة:** استثمار التجارب لتعزيز الأداء.

مقارنة الأداء بالأهداف المحددة

09

المؤشر	الهدف	النتيجة الفعلية	الحالة
معدل التحويل	15%	18%	تجاوز الهدف
معدل النقر (CTR)	5%	4.5%	أقل من الهدف
عدد الزيارات	10,000	12,000	تجاوز الهدف
تكلفة الإعلان لكل نقرة	2جنيه	2.5جنيه	يحتاج لتحسين

إعداد تقارير الأداء النهائية

09



تحليل النجاحات والإخفاقات

09

الدروس المستفادة

- * تحسين استراتيجيات القنوات الضعيفة.
- * تحسين إدارة الميزانية للحد من الهدر.

الإخفاقات

- * ضعف أداء البريد الإلكتروني مقارنة بالقنوات الأخرى.
- * تجاوز التكلفة المستهدفة لبعض الإعلانات.

النجاحات

- * زيادة معدلات التحويل عن الهدف المحدد.
- * تحقيق تفاعل إيجابي من الجمهور على الشبكات الاجتماعية

تقديم التوصيات للحملات المستقبلية

09

تحسين
استراتيجيات
استهداف
الجمهور.

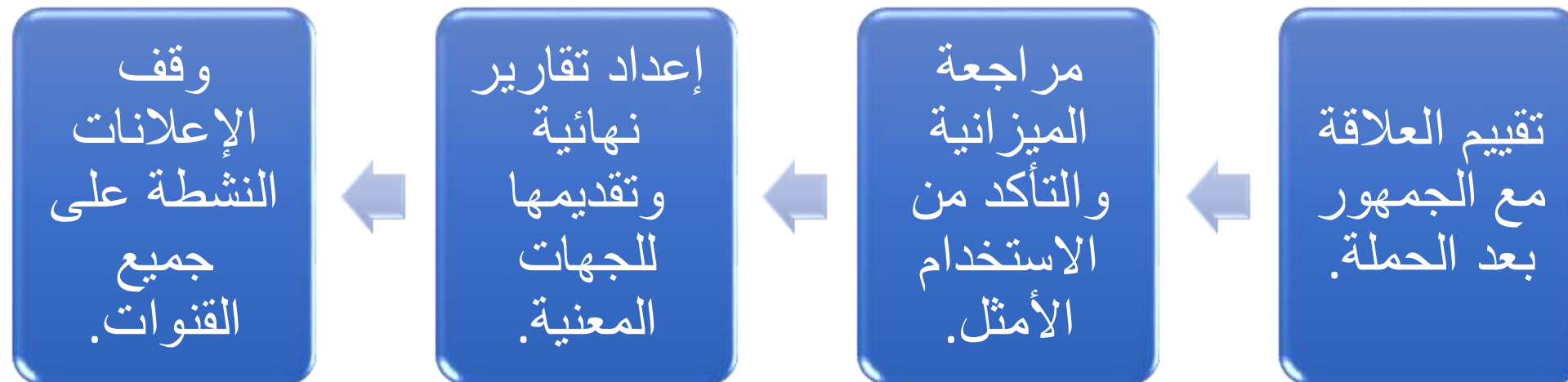
التركيز على
القنوات الأكثر
أداءً.

زيادة الاستثمار
في الإعلانات
التي تحقق
عائدًا مرتفعًا.

تقليل التركيز
على القنوات
ذات الأداء
الضعيف.

إجراءات إنهاء الحملة الرقمية

09



نصائح لإدارة الحملات المستقبلية

09

تحديد أهداف قابلة للقياس ومحددة بزمن.



استخدام البيانات لتحسين الأداء باستمرار.



اختبار استراتيجيات مختلفة خلال التنفيذ.



التركيز على التفاعل مع الجمهور لتحسين سمعة العلامة التجارية.



Thank You