

الحملة التسويقية الرقمية

MKT 224

الأسبوع ٨ تحليل وتقييم أداء الحملات التسويقية الرقمية

اعداد

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



الأهداف التعليمية للمحاضرة

في نهاية هذه المحاضرة، سيكون الطلاب قادرين على::

- فهم أهمية تحليل وتقييم أداء الحملات الرقمية.
- التعرف على مؤشرات الأداء الرئيسية KPIs وأهميتها في تقييم النجاح.
- استكشاف الأدوات التقنية المستخدمة لتحليل البيانات الرقمية.
- تعلم خطوات عملية لتحليل البيانات وتصحيح الأخطاء.
- إتقان كيفية إعداد تقارير تحليلية واتخاذ قرارات بناءً على النتائج.



مكونات المحاضرة

الجزء الأول: مقدمة إلى تحليل وتقييم أداء الحملات الرقمية.

الجزء الثاني: مؤشرات الأداء الرئيسية.

الجزء الثالث: أدوات تحليل الحملات الرقمية.

الجزء الرابع: خطوات عملية لتحليل الحملات.

الجزء الخامس: إعداد التقارير واتخاذ القرارات



ما أهمية تحليل وتقييم الحملات الرقمية؟

08

1. **تحسين الأداء:** يساعد التحليل في تحديد نقاط القوة والضعف لتحسين الحملات

المستقبلية.

2. **زيادة العائد على الاستثمار:** يساعد في تقليل النفقات الزائدة واستغلال الموارد بكفاءة.

3. **فهم الجمهور المستهدف:** يكشف عن تفضيلات وسلوك العملاء.

4. **اتخاذ قرارات مستنيرة:** يوفر بيانات دقيقة لدعم القرارات الاستراتيجية.



الفرق بين التحليل والتقييم في الحملات الرقمية

08

التقييم	التحليل	الجانب
قياس النجاح مقارنةً بالأهداف المحددة.	فهم الأداء الحالي للحملة.	الهدف
يتم عادةً بعد انتهاء الحملة.	يتم أثناء الحملة أو بعدها.	التوقيت
يركز على الأداء العام للحملة.	يركز على الجوانب التفصيلية مثل CTR و ROI	النطاق
تقرير نهائي يحدد مدى تحقيق الأهداف.	تحسين الأداء في الوقت الحقيقي أو المستقبلي.	النتيجة



أهداف تحليل وتقييم الحملات الرقمية

08

تقديم صورة واضحة عن أداء الحملة

تحقيق الشفافية

الاستفادة من الأخطاء والنجاحات

تحسين الاستراتيجيات المستقبلية

التأكد من تحقيق النتائج المرجوة

قياس مدى تحقيق الأهداف

توجيه الجهود نحو القنوات الأكثر تأثيرًا

تخصيص الموارد بكفاءة



العوامل التي تؤثر على نجاح الحملات الرقمية

08

١- وضوح الأهداف

تُستخدم لتقديم عروض أو منتجات جديدة وتشجيع الجمهور على الشراء

٢- اختيار القنوات المناسبة

• تحتوي على أخبار ومعلومات حول العلامة التجارية ومجالها

٣- التوقيت المناسب

• تهدف لتقديم محتوى تثقيفي يساعد العملاء على استخدام المنتجات أو تحقيق أهدافهم

٤- جودة المحتوى

• المحتوى الجذاب والمناسب يلعب دورًا رئيسيًا

٥- التفاعل مع الجمهور

• التفاعل المستمر يعزز من نجاح الحملة



أدوات تحليل الحملات التسويقية الرقمية

08



1. **Google Analytics** أداة شاملة لتحليل زوار الموقع وسلوكياتهم.

2. **Meta Ads Manager** لتحليل أداء الإعلانات على منصات

فيسبوك وإنستغرام.

3. **Hootsuite Insights** أداة تحليل وتحكم في الشبكات الاجتماعية

4. **Mailchimp** تحليل أداء حملات البريد الإلكتروني.

5. **SEMrush** لمراقبة وتحليل تحسين محركات البحث



Google Analytics

08

- تحليل حركة المرور على الموقع. (Traffic Analysis)
- تحديد مصادر الزوار Social. ، Organic ، Direct
- متابعة معدلات التحويل (Conversions) وسلوك المستخدمين

وظائف الأداة

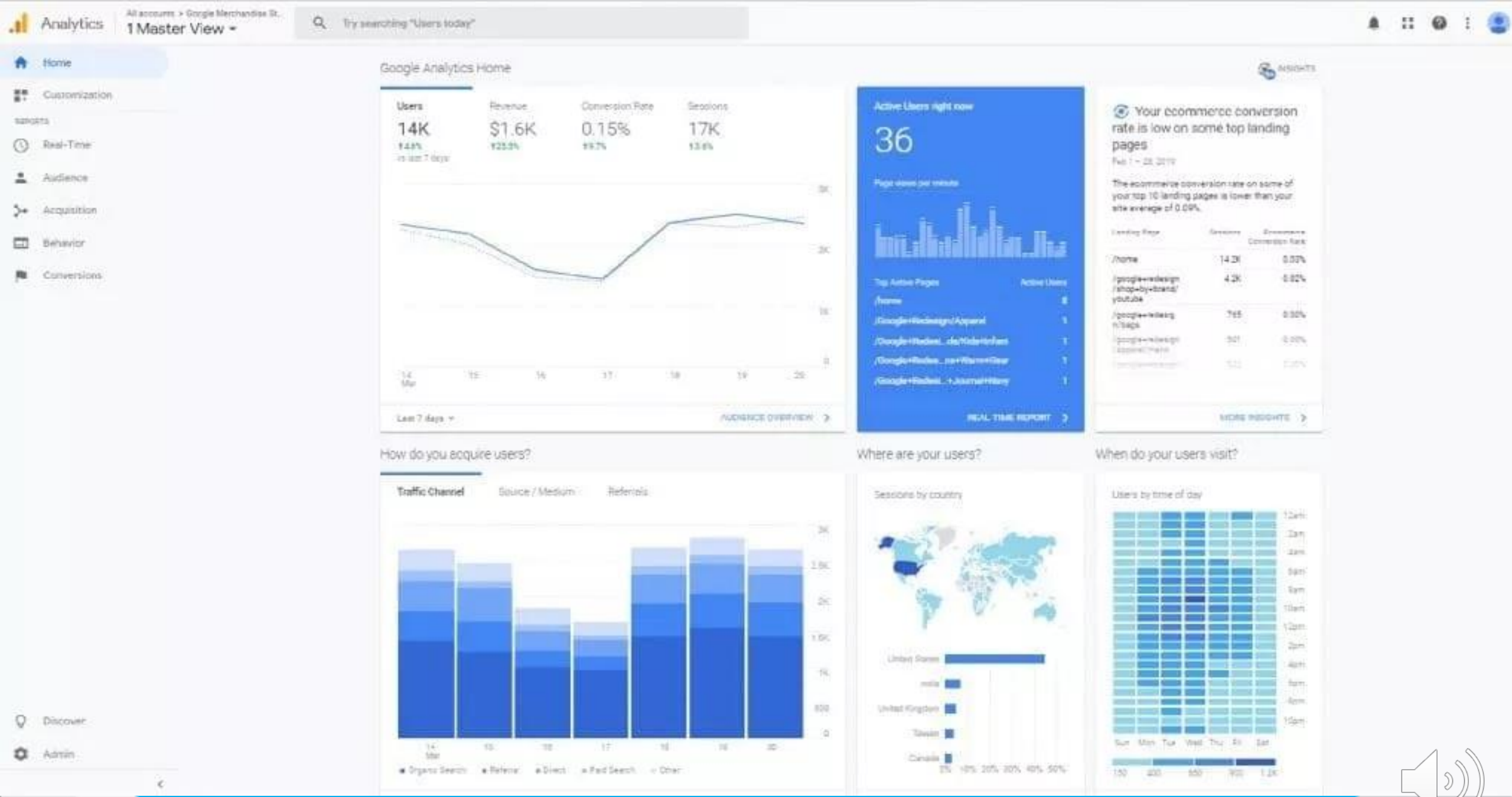
- توفر رؤية شاملة عن أداء الموقع.
- تساعد في فهم اهتمامات الجمهور وسلوكياته

أهمية الأداة

- تحليل معدل الزيارات اليومية ومصدرها.

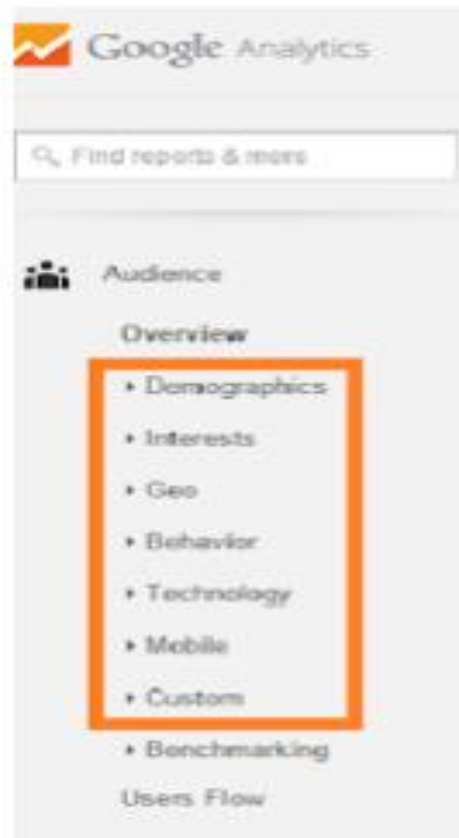
مثال





واجهات التقارير على Google Analytics

08



تقارير الجمهور
Audience reports

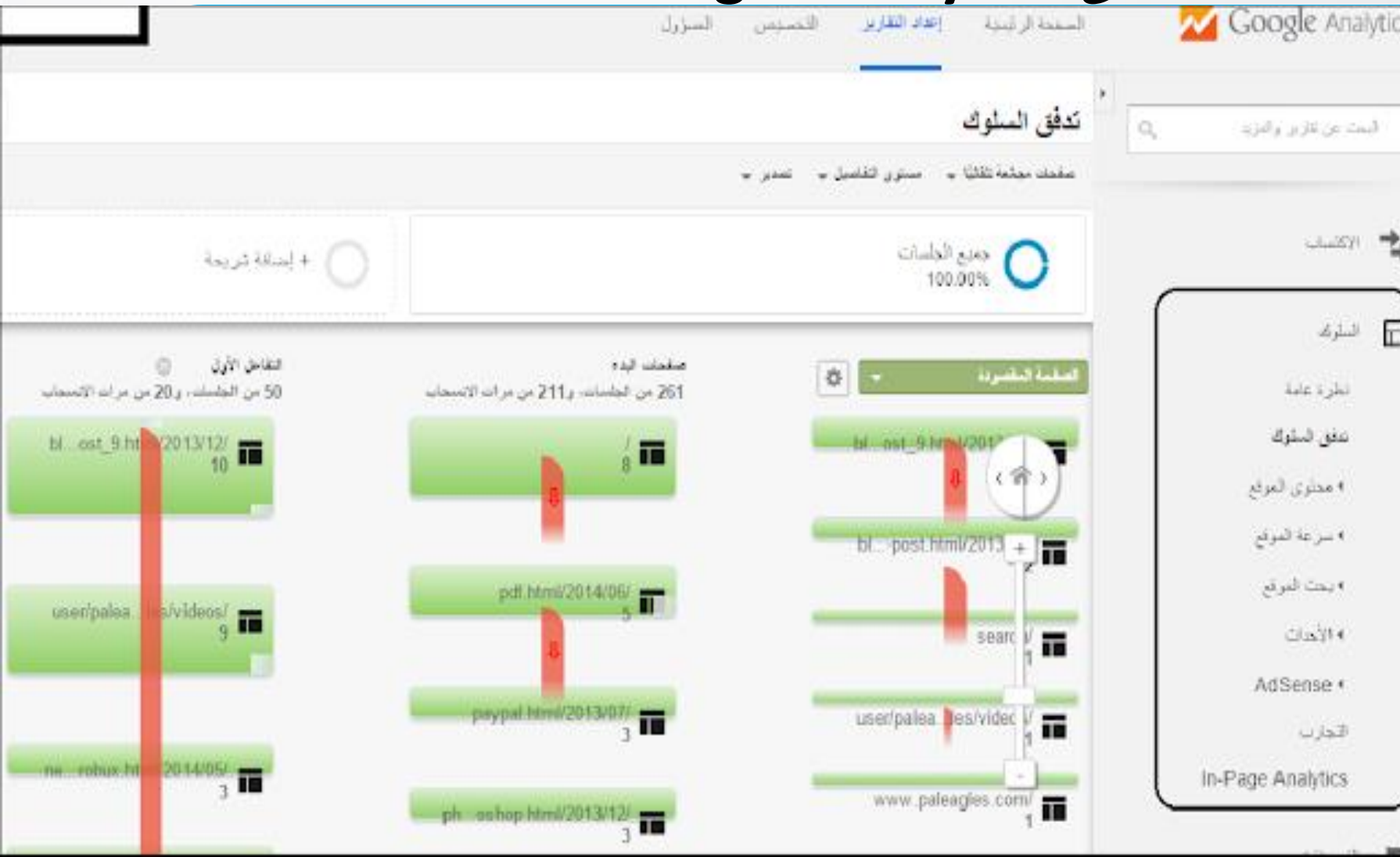


08



واجهات التقارير على Google Analytics

08



تقارير السلوك
Behaviour reports



Meta Ads Manager

08

وظائف الأداة

- إدارة وتحليل الإعلانات على منصتي فيسبوك وإنستغرام
- تتبع معدلات النقر (CTR) والتكلفة لكل نقرة (CPC)
- مقارنة أداء الإعلانات المختلفة

أهمية الأداة

- تحسين أداء الإعلانات عبر تحليل النتائج
- استهداف الجمهور بشكل أكثر دقة

مثال

- تحليل إعلان فيديو لمعرفة معدل المشاهدات والتفاعل





لوحة تحكم مدير إعلانات فيسبوك Facebook Ads Manager

08

الحد الأقصى: 2022/02/09 - 2019/01/09

البحث والفتره

الحملات الإعلانية

المجموعات الإعلانية لعدد 1 الحملة الإعلانية

تم تحديد عنصر واحد X

الإعلانات لعدد 1 الحملة الإعلانية

التقسيم

التقارير

الأصناف الأداء

عرض الإعداد

المزيد

تعديل

تكرار

إنشاء +

إيقاف/ تشغيل	الحملة الإعلانية	النتائج	الوصول	مرات الظهور	التكلفة لكل نتيجة	المبلغ الأ
☐						
☒						
☒		و ...	1,491 عمليات التفاعل مع المنشور	21,840	22,887	\$ ٠,٠٠٢ لكل تفاعل مع منشور
	النتائج من 2 من الحملات الإعلانية 1	و ...	1,491 عمليات التفاعل مع المنشور	21,840 شخص	22,887 الإجمالي	\$ ٠,٠٠٢ لكل تفاعل مع منشور

إجمالي



تشغيل الإعلان أو إيقافه

08

الإعلانات لعدد 2 الحملات الإعلانية

المجموعات الإعلانية لعدد 2 الحملات الإعلانية

تم تحديد 2 من العناصر

الحملات الإعلانية

التقسيم

الأعمدة: الأداء

عرض الإعداد

المزيد

تعديل

تكرار

إنشاء +

إعدادات الإصدار	الميزانية	استراتيجية عرض الأسعار	العرض	إيقاف/تشغيل	✓
—	استخدام ميزانية المجم...	استخدام استراتيجية ...	مسودة	عام	✓
نقر (28 يوم) أو ...	\$ ٥,٠٠٠ طوال فترة الحملة	أقل تكلفة	خطأ (أخطاء) في المجموعة ١	تشغيل	✓
نقر (28 يوم) أو ...				إيقاف تشغيل	✓

إيقاف تشغيل

Hootsuite Insights

08

وظائف الأداة

- تحليل التفاعل مع المنشورات على وسائل التواصل
- متابعة الإشارات (Mentions) الخاصة بالعلامة التجارية
- قياس مدى وصول المنشورات. (Reach)

أهمية الأداة

- إدارة الحسابات الاجتماعية من مكان واحد
- تحليل شامل لأداء وسائل التواصل الاجتماعي

مثال

- تتبع زيادة عدد المتابعين بعد نشر محتوى معين



- ★ QUICK VIEWS
- Post Performance
- Team Performance
- Amplify Leaderboard
- ➔ IMPACT
- Audience Discovery
- 📊 REPORTS
- First Response Time
- Insights Report
- Informes
- Instagram Publishing
- 2019 Year in Review
- Facebook Audience Athene Suites
- Mixed Overview
- Facebook Overview
- LinkedIn Overview



Hootsuite Insights: تحليل الشبكات الاجتماعية

08

الميزة	الوصف
تحليل التفاعل	متابعة الإعجابات، التعليقات، المشاركات.
إدارة الحسابات الاجتماعية	إدارة ونشر المحتوى على منصات متعددة.
مراقبة العلامة التجارية	تتبع الإشارات والتعليقات على العلامة.
تقارير الأداء	إنشاء تقارير أداء تفصيلية.



- تحليل حملات البريد الإلكتروني (Email Campaigns)
- متابعة معدلات الفتح (Open Rate) والنقر (Click Rate)
- إدارة قوائم البريد والتفاعل مع العملاء

وظائف الأداة

- تحسين الحملات البريدية بناءً على التحليل
- تخصيص الرسائل لجمهور محدد

أهمية الأداة

- متابعة نجاح رسالة بريدية تحتوي على عرض خاص

مثال

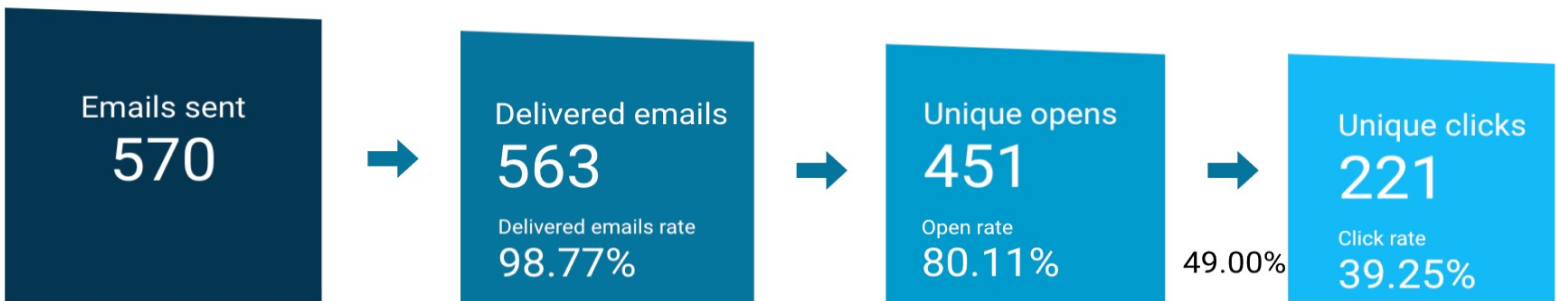


Campaign type

Campaign title

List name

Campaign Performance Funnel



Unsubscribed contacts

21

↓ -16.0%

Bounces

11

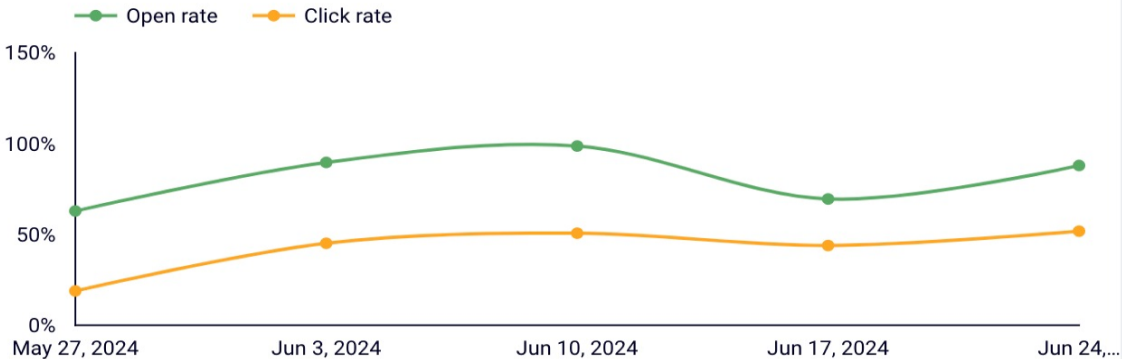
↑ 37.5%

Spam reports

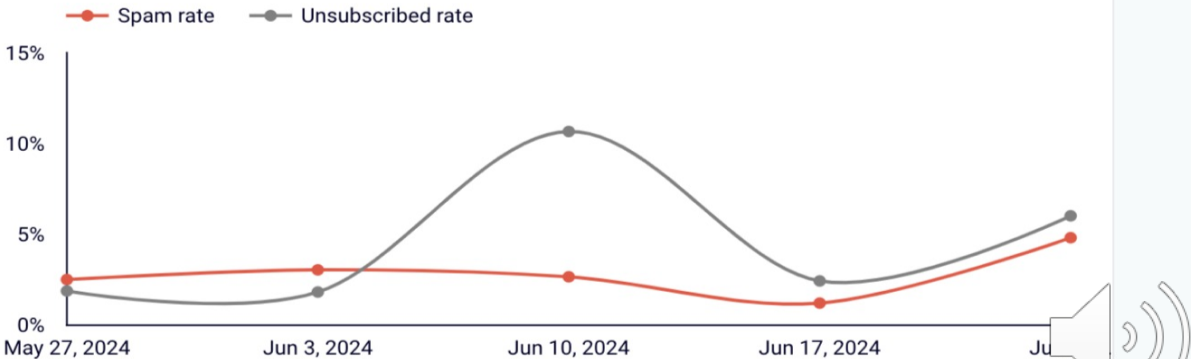
16

↓ -11.1%

Open & Click rate



Subscribers engagement



وظائف الأداة

- تحليل أداء الكلمات المفتاحية. (Keywords)
- مراقبة ترتيب الموقع في محركات البحث. (SEO)
- تحليل أداء المنافسين

أهمية الأداة

- تحسين استراتيجيات تحسين محركات البحث
- اكتشاف فرص تحسين الأداء مقارنة بالمنافسين

مثال

- مقارنة ترتيب الكلمات المفتاحية بين موقعك ومواقع المنافسين



- Dashboard
- Domain Analytics
 - Overview
 - Organic Research 9.5K
 - Positions 9.5K
 - Position Changes 28
 - Competitors 4.3K
 - Pages new
 - URL
- Backlinks 3.2K
- Advertising Research 0
- PLA Research 0
- Video Advertising new
- Email Analytics new
- Display Advertising new
- Traffic Analytics new
- Entire menu
- Ranks
- Domain vs. Domain
- Charts
- Keyword Analytics
- Projects
- My Reports new

Organic Research Search Projects +

US
GOOGLE
9.5K

UK
GOOGLE
1.3K

DE
GOOGLE
29

FR
GOOGLE
23

CA
GOOGLE
51

Other Countries
25 more...

LIVE DATA

16 Mar 2016

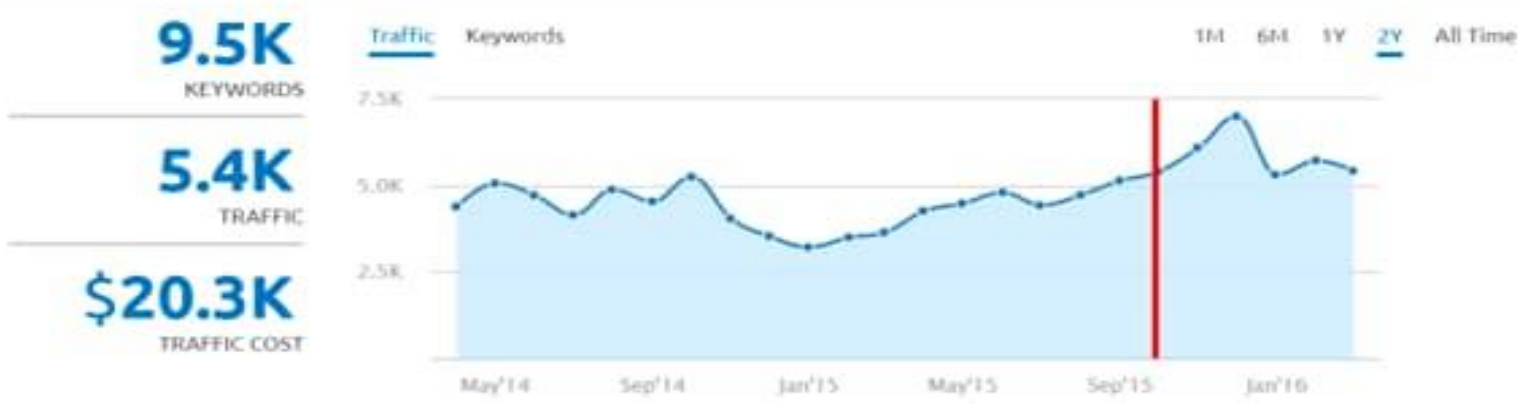
[Back to the old design of the Organic Search Positions](#)

seerinteractive.com

Desktop Mobile

Organic Search Positions for google.com database

TUTORIAL PDF



SERPs Features

Linking to domain:

Site links 0.02%

Video 0.04%

Not linking to domain:

Knowledge graph 3.65%

Instant answer 0.65%

Local pack 0.95%

News 3.12%

Other

Have a Suggestion?

ORGANIC SEARCH POSITIONS 1 - 100 (9,513)

Filter by keyword Filters

Export

Keyword	Pos.	Volume	KD	CPC (USD)	URL	Traffic %	Costs %	Com.	Results	Trend	SERP	Last Update
seerinteractive	1 (1)	1,900	86.08	2.27	www.seerinteractive.com/	28.04	16.96	0.10	416,000			19 hr ago
seer	8 (6)	22,200	84.45	0.96	www.seerinteractive.com/	12.28	3.14	0.03	24,200,000			day ago
seer interactive	5 (1)	5,500	75.00	0.00	www.seerinteractive.com/	6.08	0.00	0.00	600,000			day ago



لماذا يُعد التقييم عملية مستمرة؟

08

الاستجابة للأخطاء
بسرعة

يتيح التقييم
السريع معالجة
الأخطاء قبل
تفاقمها

قياس الأداء
بمرور الوقت

يساعد التقييم
المستمر على
معرفة الاتجاهات
وتحقيق استدامة
النجاح

تطور القنوات
الرقمية

ظهور قنوات
وأدوات جديدة
يتطلب تعديل
الاستراتيجيات

التغيرات في
سلوك العملاء

سلوك العملاء
يتغير باستمرار
ويجب مواكبته



الربط بين أهداف الحملة وأداء التحليل

08

١- زيادة المبيعات

تحليل معدل التحويل لمعرفة مدى نجاح الحملة

٢- تعزيز الوعي بالعلامة التجارية

متابعة معدلات الوصول والتفاعل

٣- زيادة التفاعل مع المحتوى

تحليل معدلات النقر والمشاركة على الشبكات الاجتماعية

٤- تحسين تجربة العملاء

قياس ردود الفعل وتحليل التعليقات



أهمية التحليل في تحسين الأداء

08

فهم الجمهور
المستهدف
يضمن تصميم
حملات أكثر
تأثيرًا.

الأدوات
التحليلية تجعل
العملية أكثر
كفاءة ودقة.

التقييم المستمر
يدعم التحسين
الفوري
والمستقبلي.

تحليل الأداء
يوفر رؤى
دقيقة تساعد
على اتخاذ
قرارات
مستنيرة.



ما هي مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) ؟

08

تحليل بيانات التفاعل

الكمية (مثل معدل
التحويل)
النوعية (مثل رضا
العملاء)

أهميتها

* قياس مدى تحقيق
أهداف الحملة.
* مساعدة الفرق على
متابعة الأداء واتخاذ
قرارات مستنيرة.

تعريف

أدوات قياس كمية أو
نوعية تُستخدم لتقييم
نجاح الحملة التسويقية



كيفية اختيار مؤشرات الأداء المناسبة؟

08

1. ربط المؤشرات بأهداف الحملة: اختيار مؤشرات تتوافق مع النتائج المرغوبة.
2. سهولة القياس: التأكد من أن البيانات المطلوبة متاحة وقابلة للتحليل.
3. المرونة: القدرة على تعديل المؤشرات بناءً على تطورات الحملة.
4. التوازن: استخدام مؤشرات تعكس الجوانب الكمية والنوعية.



مؤشرات الأداء الشائعة في الحملات الرقمية

08

معدل النقر إلى الظهور: (CTR) قياس عدد النقرات نسبة إلى مرات الظهور.

معدل التحويل: (Conversion Rate) قياس عدد التحويلات نسبة إلى إجمالي الزوار.

معدل الارتداد: (Bounce Rate) قياس نسبة الزوار الذين يغادرون الموقع بعد صفحة واحدة.

معدل العائد على الاستثمار: (ROI) قياس الربحية مقارنة بالتكاليف.

معدل فتح الرسائل البريدية: تحليل التفاعل مع حملات البريد الإلكتروني.



تحليل معدل النقر إلى الظهور (CTR)

08

كيفية تحسينه

استخدام عناوين جذابة
وعبارات حث فعّالة
(CTA).
تحسين تصميم
الإعلانات

أهميته

تقييم جاذبية الإعلان
أو المحتوى
قياس فعالية الرسائل
أو العناوين

تعريف

نسبة عدد النقرات إلى
مرات الظهور
(Clicks/Impressions).



قياس معدل التحويل (Conversion Rate)

08

تعريف

نسبة عدد التحويلات (Conversions) إلى إجمالي الزوار

أهميته

تحديد مدى تحقيق الحملة لأهدافها الرئيسية
قياس فعالية القنوات التسويقية المختلفة

كيفية تحسينه

تبسيط تجربة المستخدم
تحسين المحتوى وتصميم الصفحة



معدل الارتداد (Bounce Rate) ودلالته

08

تعريف

نسبة الزوار الذين
يغادرون الموقع بعد
زيارة صفحة واحدة

الأسباب المحتملة

ضعف المحتوى أو عدم
ملاءمته لتوقعات
الجمهور.
بطء تحميل الصفحة
تصميم غير ملائم
للأجهزة المختلفة

كيفية تقليله

تحسين جودة المحتوى
تسريع وقت تحميل
الصفحة.
جعل التصميم متجاوبًا



معدل العائد على الاستثمار (ROI)

08

. المعادلة

$$ROI = \frac{\text{الإيرادات المكتسبة} - \text{التكاليف}}{\text{التكاليف}} \times 100$$

. أهميته:

- قياس الربحية مقابل التكاليف.
- تحديد كفاءة الحملة وفعاليتها.

. مثال عملي:

- حملة تكلفت 10,000 جنيه وأنتجت 20,000 جنيه من الإيرادات تحقق ROI بنسبة 100%.



مؤشرات التفاعل مع المحتوى

08

عليقات (Comments)

تعبير عن اهتمام الجمهور ومشاركته



shutterstock.com · 247489372

الإعجابات (Likes)

مدى استحسان الجمهور للمحتوى



مشاهدات الفيديو (Video Views)

قياس التفاعل مع الفيديوهات الترويجية



لمشاركات (Shares)

مدى انتشار المحتوى وتأثيره



تحليل أداء القنوات المختلفة

08

القناة	المؤشرات الرئيسية	أهميتها
البريد الإلكتروني	معدل الفتح، معدل النقر	قياس التفاعل الشخصي مع العملاء.
وسائل التواصل	الإعجابات، المشاركات	قياس انتشار المحتوى وتأثيره الاجتماعي.
محركات البحث	معدل الزيارات، ترتيب SEO	تقييم الزيارات العضوية وأداء الكلمات.



أهمية معدلات الفتح والنقر في البريد الإلكتروني

08

معدل الفتح
(Open Rate)

يعكس نجاح العنوان في جذب اهتمام العملاء

معدل النقر
(Click Rate)

يعكس فعالية المحتوى في تحفيز العملاء على التفاعل

كيفية تحسينه

استخدام عناوين جذابة وشخصية.
تحسين تصميم الرسائل ومحتواها



أهمية استخدام الأدوات التقتية في التحليل

08

1. تبسيط عملية التحليل: أدوات التحليل توفر الوقت والجهد مقارنةً بالطرق اليدوية.
2. تحليل دقيق للبيانات: القدرة على جمع بيانات مفصلة من القنوات المختلفة.
3. اتخاذ قرارات استراتيجية: تقديم رؤى واضحة تدعم تحسين الأداء.
4. مراقبة الأداء في الوقت الفعلي: التفاعل السريع مع النتائج أثناء الحملة.



مثال للأدوات التقنية لتحليل مواقع الويب Google Analytics

08

1. **تحليل مصادر الزوار:** معرفة كيف وصل الزوار إلى الموقع

(محركات البحث، الشبكات الاجتماعية، إلخ).

2. **تتبع سلوك المستخدمين:** تحليل الصفحات الأكثر زيارة

وسلوك الزوار داخل الموقع.

3. **قياس معدل التحويل:** تتبع الأهداف مثل التسجيل أو الشراء.

4. **تقارير مخصصة:** إنشاء تقارير مفصلة تلائم احتياجات

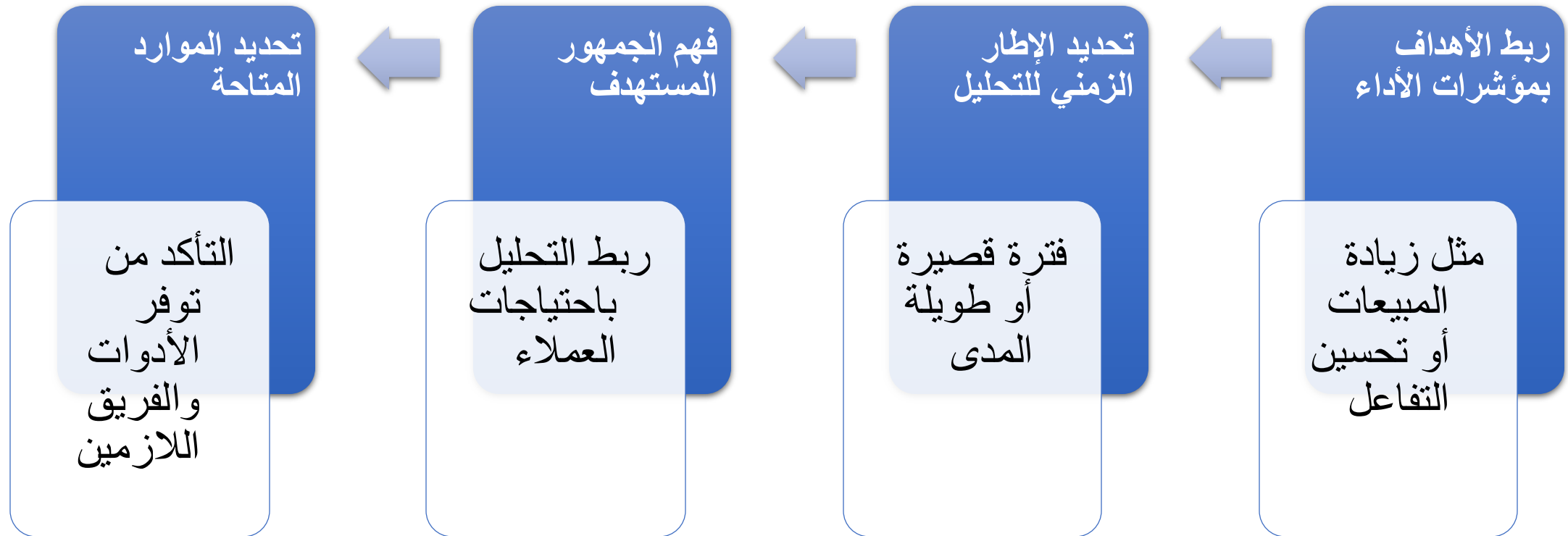
الحملة.



Google Analytics

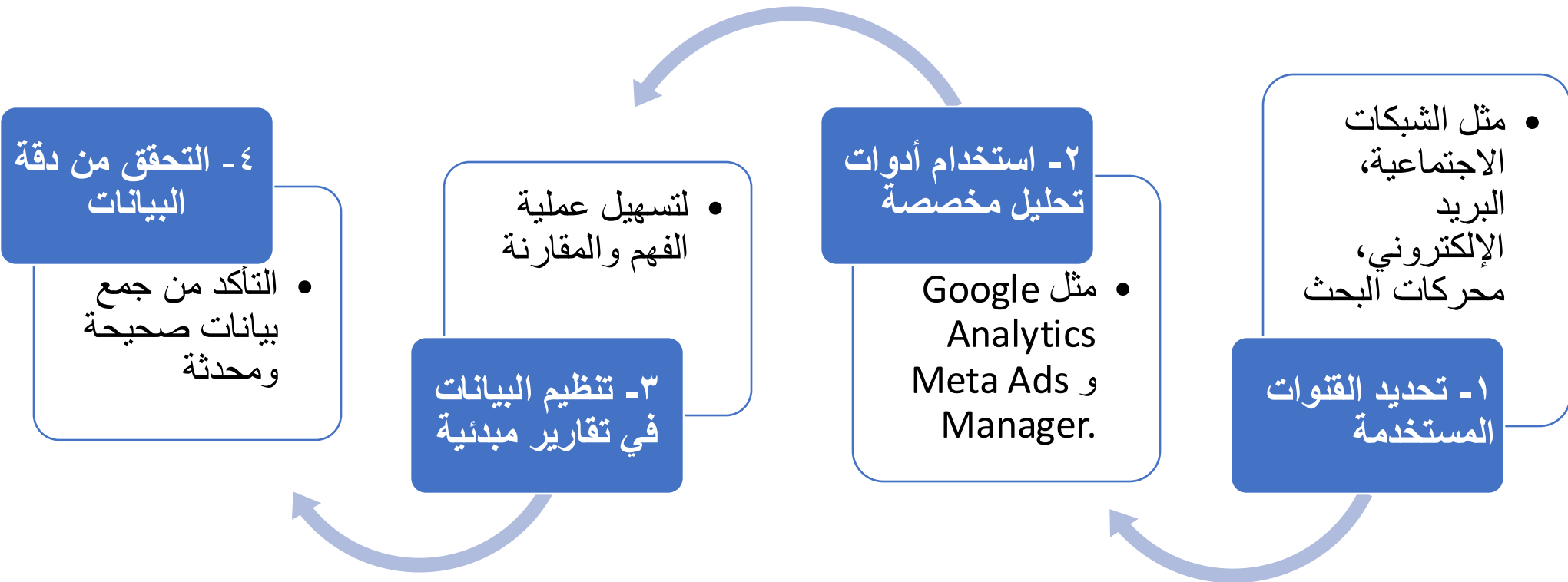
خطوات عملية لتحليل الحملات

08



جمع البيانات من القنوات المختلفة

08



تنظيف البيانات لتحليل أكثر دقة

08

١- إزالة البيانات غير الضرورية

حذف العناصر التي لا تؤثر على التحليل

٢- معالجة الأخطاء

- تصحيح الأخطاء مثل القيم المفقودة أو التكرار

٣- توحيد تنسيق البيانات

- التأكد من أن جميع البيانات متسقة

٤- تقسيم البيانات إلى فئات

- مثل العملاء الجدد مقابل العملاء المتكررين



تصنيف البيانات حسب المؤشرات

08

المؤشر	البيانات المطلوبة	المصدر
معدل النقر (CTR)	عدد النقرات ومرات الظهور	Meta Ads Manager
معدل التحويل	عدد التحويلات وإجمالي الزوار	Google Analytics
معدل التفاعل	الإعجابات، المشاركات، التعليقات	Hootsuite Insights
معدل الارتداد	عدد الزوار الذين غادروا سريعًا	Google Analytics



تحليل البيانات الكمية والنوعية

08

تقديم توصيات
بناءً على النتائج

تحسين المحتوى
أو تغيير
الاستراتيجية

الجمع بين
النوعين

للحصول على
صورة شاملة عن
أداء الحملة

البيانات النوعية

تحليل التعليقات
وردد الفعل

البيانات الكمية

تحليل الأرقام مثل
معدلات التحويل
والنقر



استخدام الاختبارات لتحسين الأداء (A/B Testing)

08

كيفية إجراء الاختبار

1. تقسيم الجمهور إلى مجموعتين.
2. إرسال النسختين بشكل متزامن.
3. تحليل النتائج لاختيار الأفضل

عناصر قابلة للاختبار

- العنوان الرئيسي.
- تصميم الصفحة.
- توقيت الإرسال



ربط النتائج بالتقارير النهائية

08

تقديم ملخص عن نجاح الحملة مقابل الأهداف المحددة

تلخيص الأداء

عرض النتائج بشكل بصري يسهل فهمه

استخدام الرسوم
البيانية

الإشارة إلى الجوانب التي عملت جيدًا وتلك التي تحتاج
تحسينًا

تحديد النجاحات
والإخفاقات

اقتراح استراتيجيات لتحسين الأداء في المستقبل

تقديم توصيات



تحليل الأخطاء وتصحيح المسار

08

اختبار التعديلات

استخدام البيانات
الجديدة لتأكيد
نجاح التغييرات

إجراء التعديلات

تحسين الرسائل
أو تعديل
الاستهداف

فهم أسباب
الأخطاء

تحليل البيانات
لتحديد الأسباب

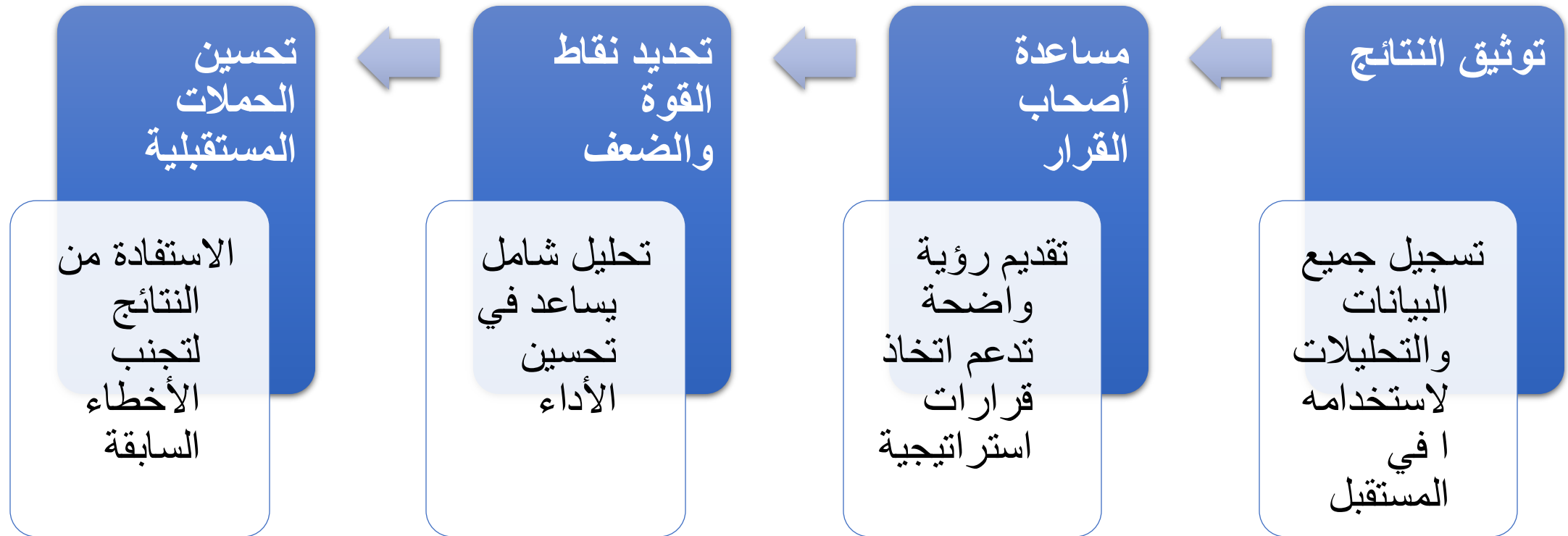
تحديد الأخطاء
الشائعة

مثل ضعف
التفاعل أو ارتفاع
التكلفة



أهمية إعداد التقارير التحليلية

08



العناصر الأساسية في تقرير التحليل

08

مقدمة

لمحة عن أهداف الحملة وسياقها

البيانات المحللة

عرض البيانات المهمة بشكل مختصر

النتائج الرئيسية

مؤشرات الأداء والاتجاهات

التحديات

النقاط التي أثرت سلبًا على الأداء

التوصيات

مقترحات لتحسين الأداء



عرض النتائج باستخدام الرسوم البيانية

08

1. **سهولة الفهم:** الرسوم البيانية تجعل البيانات المعقدة أسهل للفهم.
 2. **توضيح الاتجاهات:** عرض أداء الحملة على مدار الوقت.
 3. **المقارنة بين القنوات:** مقارنة أداء الشبكات الاجتماعية مقابل البريد الإلكتروني.
- . أنواع الرسوم:
- الأعمدة: لعرض المقارنات.
 - الخطوط: لتوضيح الاتجاهات.



مقارنة النتائج مع الأهداف المحددة

08

المؤشر	الهدف المحدد	النتيجة الفعلية	الحالة
معدل التحويل	10%	12%	تجاوز الهدف
معدل النقر	5%	4.5%	أقل من الهدف
معدل الارتداد	30%	28%	تم تحقيق الهدف



اتخاذ القرارات بناءً على التحليل

08

التخطيط للمستقبل

استخدام النتائج
لوضع
استراتيجيات
الحملات القادمة

تحديد أولويات جديدة

تخصيص الموارد
بناءً على الأداء

تصحيح الأخطاء

تعديل
الاستراتيجيات
استنادًا إلى النتائج

تعزيز القنوات
الناجحة

زيادة الاستثمار
في القنوات ذات
الأداء الجيد





Thank You