

التسويق والإعلان على موقع يوتيوب
Marketing and Advertising
 on YouTube



سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- مقدمة عن التسويق على موقع يوتيوب
- الفوائد من إعلانات يوتيوب
- الهيكل الإعلاني على يوتيوب
- أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب
- أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب
- إعلانات يوتيوب الجديدة 2023
- تتبع التحويلات
- تشغيل الإعلانات على يوتيوب
- ملخص هذا الكورس
- Introduction to Marketing on YouTube
- Benefits that can be reaped from YouTube ads
- Youtube Ads Structure
- Objectives of Youtube Campaigns
- Youtube Advertising Formats
- New Youtube ads 2023
- Conversions Tracking
- Running ads On Youtube
- Outputs of this Course

المحاضرة الأولى

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube



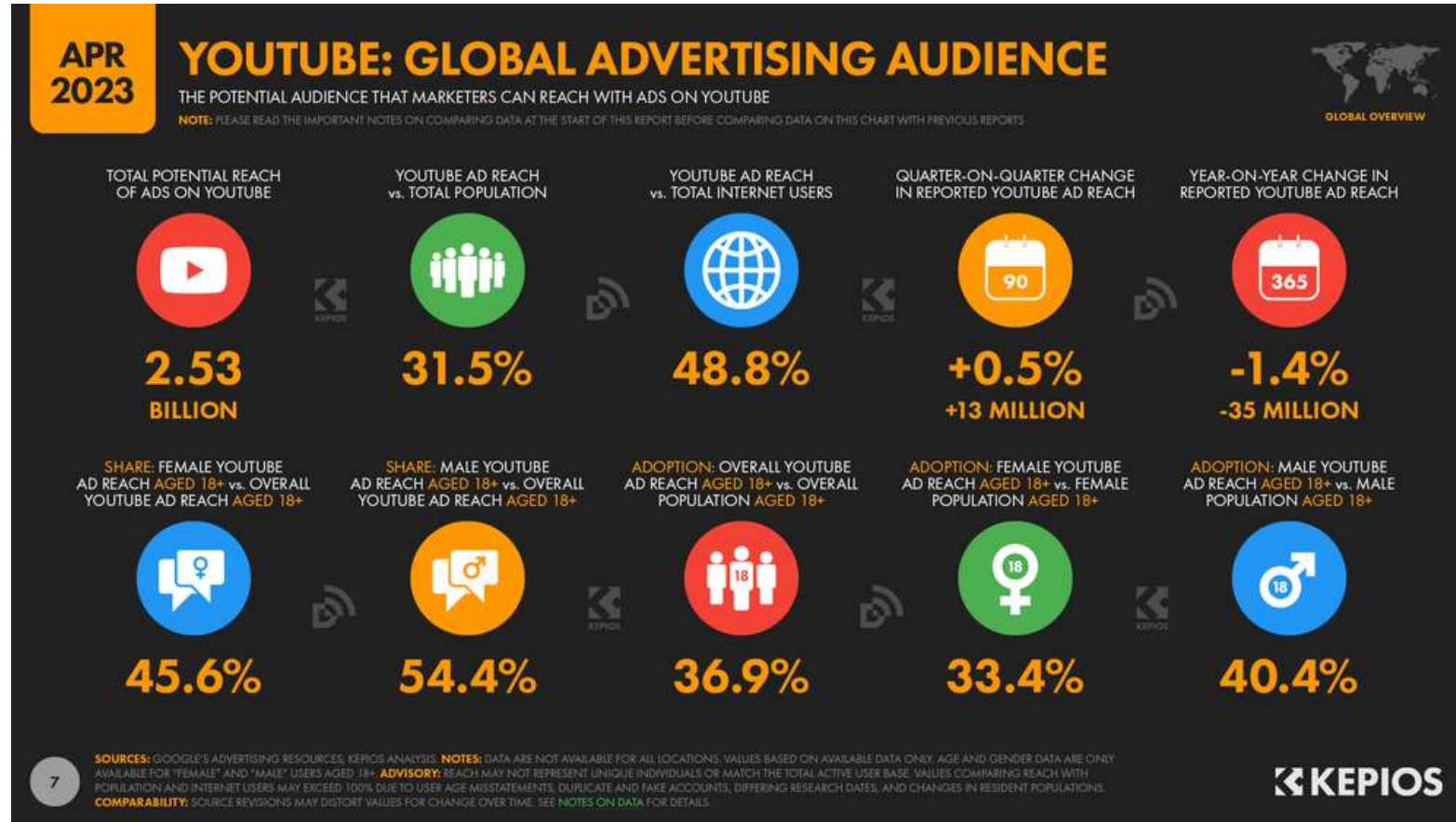
يوتيوب - ملك كل ترويجات المحتوى The King of all Content Promotions

- السؤال الذي قد يطرح نفسه، لماذا قد يعلن شخص ما على موقع يوتيوب دون غيره من منصات السوشيال ميديا؟
- وما هي العوائد التي يمكن جنيها من الاستثمار ROI في حملات إعلانات الفيديو عبر يوتيوب؟
- الإجابة تتلخص في أن يوتيوب يعد في الأساس نظاماً أساسياً لبت الفيديو عبر الإنترنت، ويفخر بمستخدميه النشطين الذي يتجاوز عددهم 2 مليار مستخدم.
- هذا بلا شك جمهور هائل، مما يعني أن هناك مجال ضخم لجذب الانتباه إلى علامتك التجارية باستخدام إعلانات ذات المحتوى المرئي "الفيديو".



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

بناءً على الإحصائيات السابقة، فإنه من الملاحظ أن:

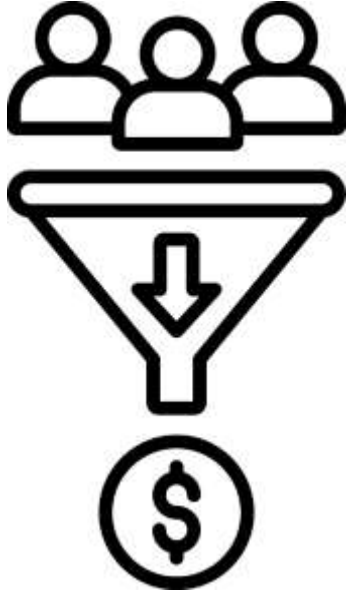
1. معدل وصول إعلانات يوتيوب للمستخدمين للمنصة يصل إلى 2.5 مليار شخص في العالم شهرياً.
2. معدل الوصول هذا يصل إلى 49% من مستخدمي شبكة الإنترنت عالمياً.
3. معدل زيادة العملاء المؤهلين للاستهداف عن طريق إعلانات اليوتيوب يزيد بمعدل 13 مليون شخص كل 3 أشهر.
4. أيضاً 46% ممن يصل إليهم إعلانات يوتيوب من الإناث، وما يقارب من 54% من الذكور.
5. معدل الوصول للبالغين (فوق 18 سنة) يصل إلى ما يقرب من 37% من المستخدمين عالمياً.

Source: Google advertising resources (Kepios analysis)/ April 2023

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

- سواء كنت شركة قائمة على منتج أو حتى خدمة، فإن جميع أشكال الإعلانات على يوتيوب لها دور كبير في زيادة جودة العملاء المحتملين Potential Customers (Leads) وأيضاً حركة المرور Traffic بأكثر الطرق فعالية من حيث التكلفة Cost .effective way of advertising



- بإمكان العلامات التجارية الكبرى والشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة الترويج لعلاماتها التجارية بفعالية على يوتيوب من خلال محتوى إعلاني مبتكر، ولكن يحتاج المحتوى فقط إلى صدى لدى المجموعة المستهدفة وحثهم على اتخاذ إجراء.

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

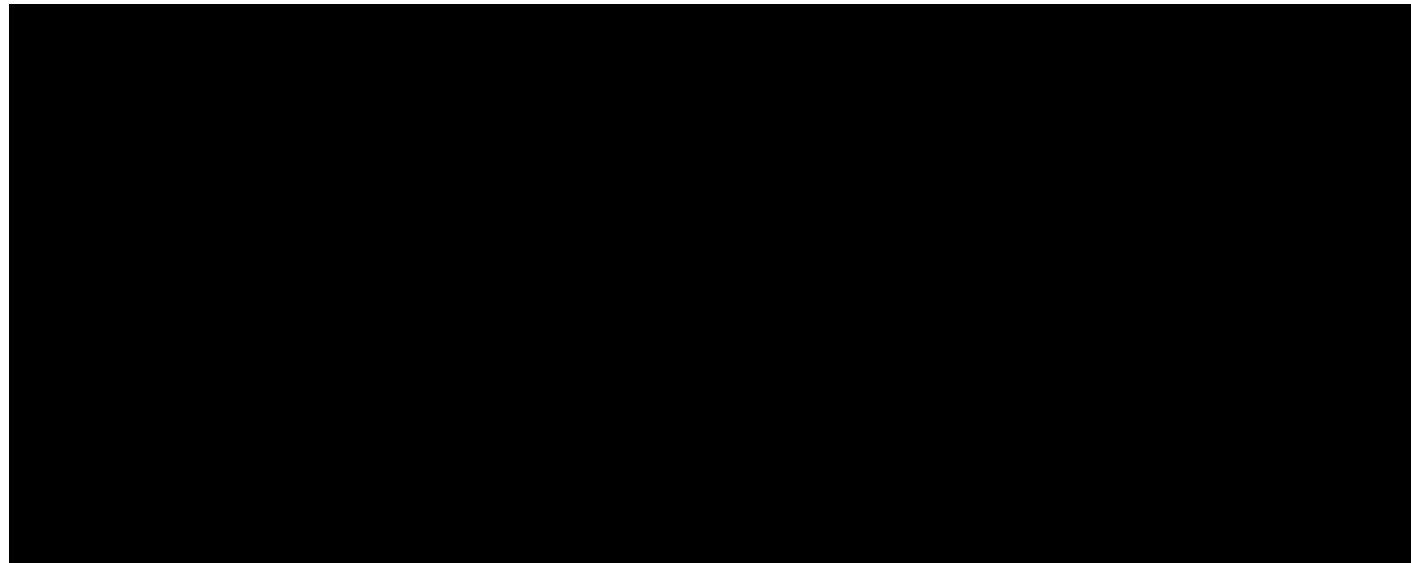
- نجحت العلامات التجارية الكبرى مثل United Airlines - Xfinity Mobile - Aegon Life في استخدام إعلانات يوتيوب وتحقيق نسبة تحويل عالية من Conversions.



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

مثال: إعلان العلامة التجارية United Airlines على يوتيوب



United ✓

78.4K subscribers

Subscribe

320



Share



2.2M views 5 months ago

This is the story of an airline who got more families in and out of Denver during the holidays.

Despite the weather.

Show more

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

مثال: إعلان العلامة التجارية Xfinity mobile على يوتيوب



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

بعض المصطلحات المتعلقة بالتسويق على منتجات جوجل

Some terms related to marketing on Google assets



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

أولاً: ما المقصود بالتحسين الذي يقوم به جوجل Google Optimize ؟



- يعد Google Optimize أداة مجانية ومريحة، حيث تم إطلاقها لأول مرة في 1 يونيو 2012، كأداة لتحليل المواقع واختبار أدائها.
- يسمح لك Google Optimize باختبار متغيرات صفحات الموقع الإلكتروني Website Variants ومعرفة كيفية أدائها مقابل الهدف الذي تحدده.
- يراقب أيضاً نتائج تجربتك ويخبرك بالمتغير القائد أو المؤثر على أداء الموقع الإلكتروني.
- وأيضاً المتغيرات التي قد تعمل بشكل أفضل إذا تم إضافتها.
- يؤدي أيضاً إلى اكتشاف ما يعطي نتائج مرضية بالفعل على الموقع الإلكتروني الخاص بك مما يؤدي بالتبعية إلى زيادة معدل التحويلات Conversions

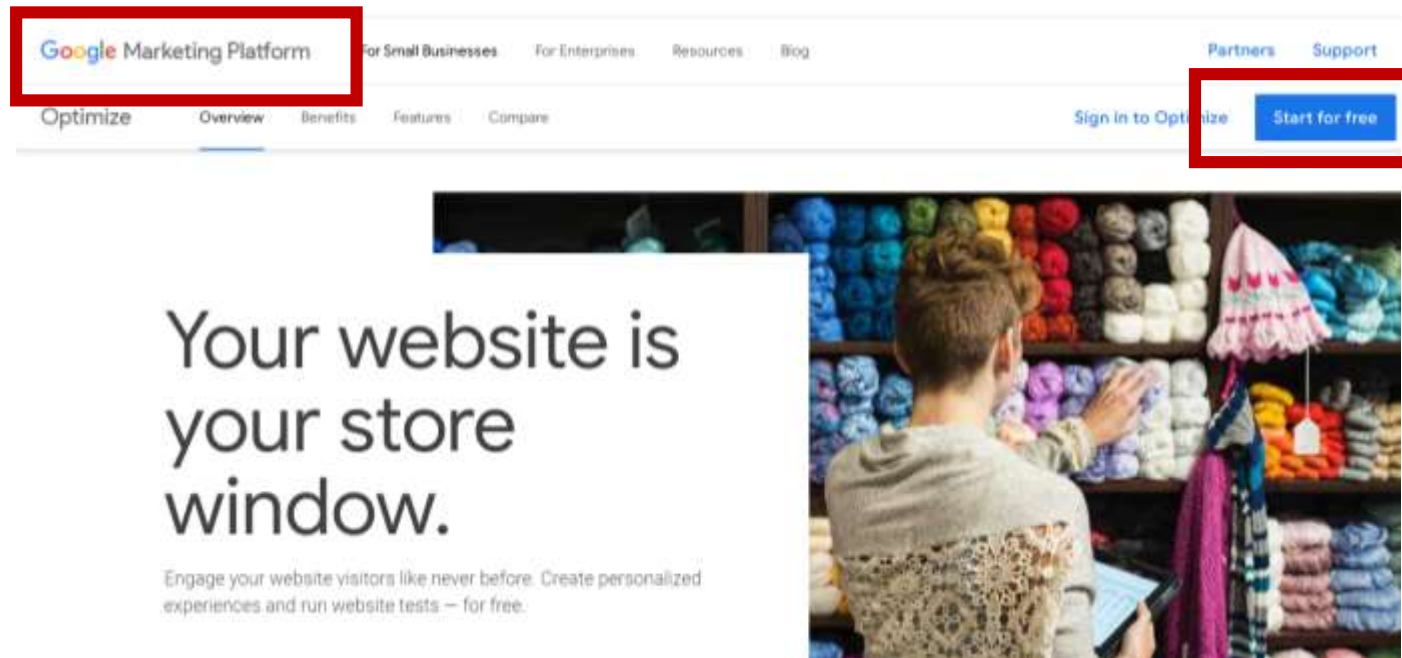


مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

- يعد العثور على أفضل الطرق لتحسين حملات التسويق الرقمي نشاطاً مستمراً Ongoing Process.

- وبالتالي في المقابل، يمكنك تحسين حركة المرور المجانية على موقعك الإلكتروني Organic Traffic وتحسين أداء التسويق أيضاً، مما يؤدي إلى زيادة عائد الاستثمار ROI.

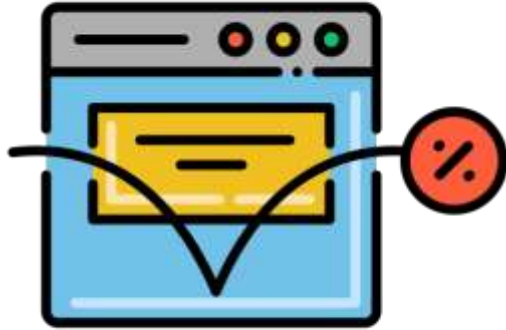


<https://marketingplatform.google.com/about/optimize/>

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

- باستخدام Google Optimizer، يمكنك تجربة طرق مختلفة لتقديم المحتوى على موقع الويب الخاص بك واستخدام ما تعلمته لإجراء تغييرات مفيدة.
- على سبيل المثال، يمكنك اختبار إصدارات مختلفة من صفحة ويب ثم قياس مقاييس أداء معينة Performing Metrics، مثل معدل الارتداد Bounce Rate "النسبة المئوية لزوار موقعك الإلكتروني والذين ينتقلون بعيداً عن الموقع بعد مشاهدة صفحة واحدة فقط".



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

ثانياً: ما المقصود بتحسين محرك البحث Search Engine Optimization SEO؟



SEO Meaning

WHAT	WHY	HOW
A set of processes aimed at improving the website's rankings in search engines	To get more organic search traffic to your website	By fulfilling users' search needs (in terms of relevance, content quality, and user experience)

- هي العملية المستخدمة لتحسين التكوين الفني Technical Configuration للويبسايت، من خلال تلبية احتياجات البحث للمستخدمين من حيث :
الملاءمة وجودة المحتوى Content Relevance & Quality وأيضاً تجربة المستخدم User Experience بحيث يصبح شائع الظهور عند بحث المستخدم، ونتيجة لذلك؛ ترتيبها محركات البحث بشكل أفضل، ليظهر في مرتبة وصفاة متقدمة عند البحث Improve Ranking

- الهدف الرئيسي زيادة معدل زيارات الموقع الإلكتروني بشكل مجاني Organic Traffic.

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

ثالثاً: ما المقصود بـ Bidding Options؟



- يقصد به، كيف سيتم تحصيل الرسوم منك عند تشغيل إعلاناتك.
- إذا لم تكن قد قمت بتشغيل إعلان من قبل، فإنه يجب أن تعلم أن Google AdWords عبارة عن نظام قائم أساساً على المزايادة Auction، حيث تقوم بتقديم عرض مالي Bid لما ترغب في دفعه مقابل وصول إعلانك للعملاء.
- والطريقة التي يعمل بها هي من خلال 4 خيارات عروض أسعار رئيسية 4 Main Bidding Options سنتعرض لها الآن باختصار.

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

1. التكلفة المستهدفة لكل ألف ظهور Target CPM



- وهي في الأساس عرض تسعير تحدده وتريد دفعه Bid مقابل كل ألف ظهور Thousand Impressions،

- لكن للأسف، لا يوجد تحسين No Optimization باستخدام طريقة عروض الأسعار هذه، ولهذا السبب لا نوصي مطلقاً باستخدام هذا الخيار.



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

2. التكلفة المستهدفة للمشاهدات Target CPV



- فهي تشبه نوعاً ما التكلفة المستهدفة لكل ألف ظهور CPM، ولكن بدلاً من تحديد أسعار للظهور، تحدد سعراً للمشاهدات فقط.
- تريد هنا أن تكون مشاهدات الإعلانات هي التي تخضع للتحسين Optimized for views بدلاً من مجرد مرات الظهور العامة General Impressions
- من المهم أن نلاحظ هنا أن موقع Youtube يرى المشاهدات عندما يشاهد شخص ما لا يقل عن 20 إلى 30 ثانية من فيديو الإعلان الخاص بك أو ينقر عليه Click on it.
- ما زلنا لا نوصي بهذا الاختيار أيضاً، لأنك لم تقم بهذا الإعلان من أجل الحصول على مجموعة من المشاهدات فقط ، ولكن لإجراء مبيعات أو الحصول على عملاء جدد.

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

3. زيادة التحويلات Maximize Conversions

- يعد اختيار عرض الأسعار التالي اختياراً أكثر شيوعاً في استخدامه.
- يعمل على زيادة التحويلات Conversions إلى الحد الأقصى من خلال فرض رسوم عليك على مرات الظهور، ولكن على عكس التكلفة المستهدفة لكل ألف ظهور CPM مع هذا الاختيار، فإن Google تحاول الحصول على أكبر عدد ممكن من التحويلات Conversions بميزانيتك المحددة Your entire budget (With Optimization)
- هذا هو المقصود بتعبير زيادة التحويل Maximize Conversions



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

3. زيادة التحويلات Maximize Conversions

- وبالنسبة لأولئك الذين يسألون ما هي التحويلات Conversions، فهذه هي في الأساس إجراءات يقوم بها المستخدم على موقع الويب الخاص بك ويمكنك بشكل أساسي تحديد التحويلات لتكون ما تريده أو تحدده أنت.
- لذا يمكن أن يكون التحويل أن يقوم شخصاً ما بالنقر فوق زر click here على موقع الويب الخاص بك أو أن يضيف شيء ما إلى عربة التسوق الخاصة بك Add to cart
- يمكن أيضاً أن يكون تحويلك هنا مجرد الحصول على بيانات العملاء كالإيميلات وأرقام الهواتف.



مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

3. زيادة التحويلات Maximize Conversions

- لذا فإن ما يُنصح به هو أن تبدأ بهذا النوع من ال Bidding Option خاصة في حساب إعلان جديد تماماً New AdWords Account والذي لا يحتوي على أي بيانات مطلقاً لأنك ترغب في محاولة الحصول على أكبر عدد ممكن من التحويلات خاصة إذا كنت تستخدم إعلانات يوتيوب للحصول على المزيد من أرقام الهواتف أو المزيد من رسائل البريد الإلكتروني.



- عندما يصبح لديك الكثير من البيانات الواردة ، يمكنك البدء في الاستفادة من بعض خوارزميات تحسين إعلانات Youtube وتغيير Bidding Option

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

3. زيادة التحويلات Maximize Conversions

- مثال حقيقي على استخدام زيادة التحويلات، هو أن تقول أن لديك 100 دولاراً وأنت تريد الحصول على أكبر عدد ممكن من رسائل البريد الإلكتروني لأكاديميتك الجديدة.
- ستعرض أنت سعر Bidding ليكون 100 دولاراً وستحاول Google بناءً على معاييرك المستهدفة Targeted Parameters الحصول على أكبر عدد ممكن من رسائل البريد الإلكتروني الجديدة بمبلغ الـ 100 دولار المتاحة.

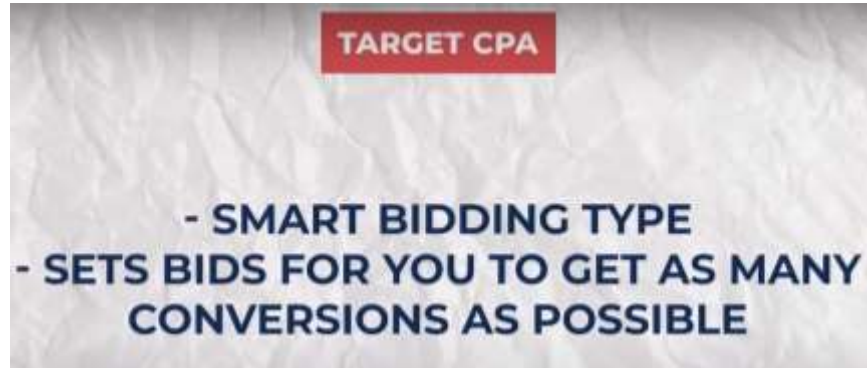


مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

4. التكلفة المستهدفة للإجراء الفعلي (لِلإكتساب) Target CPA

- هذا هو أقوى خيارات عروض الأسعار وأكثرها استخداماً.



- هذا في الأساس عبارة عن عرض سعر تقوم أنت بتقديمه وتكون على استعداد لدفعه مقابل إجراء معين Action، ثم ستحاول جوجل اتخاذ هذا الإجراء لهذا العرض الذي قمت بتحديد.

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

4. التكلفة المستهدفة للإجراء الفعلي (للاكتساب) Target CPA

- لنفترض أنك شركة تحاول الحصول على مبيعات، وقررت أنك على استعداد لدفع 30 دولاراً في الإعلانات مقابل كل عملية بيع تحصل عليها، ثم قمت بتعيين عرض تسعير التكلفة المستهدفة للاكتساب Target CPA على 30 دولاراً، ستحاول Google الحصول على بيعة واحدة لكل 30 دولاراً تم دفعه من خلالك.



- إذن ما هي الفائدة هنا؟ إذا علمت Google أنه لا يمكنها الحصول على مبيعات مقابل عرض السعر المقدم (30 دولاراً)، وقد تحصل على مبيعات فقط مقابل 50 دولاراً، فلن تنفق جوجل على الحملة فعلياً.

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

الخلاصة في خيارات عروض الأسعار Bidding Options

- نوصي باستخدام "زيادة التحويلات إلى الحد الأقصى Maximize Conversions كخيار عروض الأسعار".
- بعد أن تحصل على 100 إلى 200 تحويل في بداية حملاتك الإعلانية، ثم يمكنك التبديل لحملاتك لاستهداف تكلفة الاكتساب Target CPA
- عندما ترد البيانات في حملات التحويلات الخاصة بك Maximize Conversions، فتحصل على عملاء محتملين - دعنا نقول مقابل 10 دولارات - يمكنك بعد ذلك تقديم عرض السعر المستهدف للاكتساب على 10 دولارات.

مقدمة عن التسويق والإعلان على يوتيوب

Introduction to Marketing and Advertising on YouTube

الخلاصة في خيارات عروض الأسعار Bidding Options

- إذا رأيت مبيعات Sales أو أضف إلى عربات التسوق Add to cart مثلاً تأتي بسعر 25 دولاراً على سبيل المثال، فيمكنك تعيين عرض سعر الاكتساب المستهدف Target CPA لعربات التسوق الإضافية مقابل 25 دولاراً.. وهكذا.



استهداف مواقع العرض Placement Targeting



استهداف مواقع العرض Placement Targeting

ما المقصود ب Placement Targeting

- هو عندما تخبر أنت يوتيوب تحديداً بمكان عرض إعلاناتك الذي تريده أو ترشحه بشكل أساسي.



- إذا أضفت عناوين URL لليوتيوب إلى استهداف المواضيع لعرض فيديو إعلاناتك، فسيتم عرضها على مقاطع الفيديو والقنوات التي قمت بتحديدتها أو استهدافها فقط.

استهداف مواقع العرض Placement Targeting

- من المعروف أن الناس تقوم بمشاهدة مقاطع الفيديو على يوتيوب ومتابعتها إما عن طريق الاشتراك الفعلي Subscribing في القنوات التي تثير اهتمامهم لاستقبال إشعارات لكل جديد Notifications، أو بالبحث عن شيء ما على وجه التحديد في المكان المخصص للبحث.



- سينقرون بعد ذلك لمشاهدة بعض أهم مقاطع الفيديو الظاهرة في نتائج البحث، وإذا كان منتجك أو خدمتك يحلّان نفس المشكلة أو يشترك في المحتوى مع الفيديو الذي قام شخص ما بمشاهدته، أو أنك كنت قد استهدفت هذه القناة بالتحديد، سيتم عرض إعلاناتك على فيديوهاتها، فهذا استهداف ملائم تماماً "استهداف رئيسي".

استهداف مواقع العرض Placement Targeting



- علاوة على ذلك، إذا بدأ شخص ما في مشاهدة مقاطع فيديو حول موضوع معين ، فسيحصل من اليوتيوب تلقائياً على المزيد من مقاطع الفيديو الموصى بها له Recommended ذات الصلة بنفس الموضوع Relevant.
- هذه أيضاً مقاطع فيديو رئيسية يجب استهدافها لأنه إذا كان ما تبيعه مرتبطاً بما يشاهدونه ، فأنت تجذب أشخاص في حالة تقبل شديد لنفس الموضوع (جمهور مستهدف Potential Customer).
- سيكون إعلانك بعد ذلك مؤهلاً للتشغيل على جميع مقاطع الفيديو على تلك القناة المرشحة للمشاهدة.

استهداف مواقع العرض Placement Targeting

- أضف مواضع فيديو فردية من تلك القناة إلى الاستهداف، إذا كانت هناك قناة معينة تريد استهدافها، فيجب إضافة جميع مواضع الفيديو الفردية من تلك القناة إلى الاستهداف وليس استهداف القناة بالكامل كوحدة واحدة.



- قد يبدو هذا مبالغاً فيه، إلا أن هناك عدة أسباب وجيهة لذلك...

استهداف مواقع العرض Placement Targeting

أولاً: يمنحك المزيد من حركة المرور

ستحصل على المزيد من الزيارات مع كل فيديو تمت مشاهدته
على تلك القناة المستهدفة مقارنةً باستهداف القناة كاملة
كوحدة واحدة.

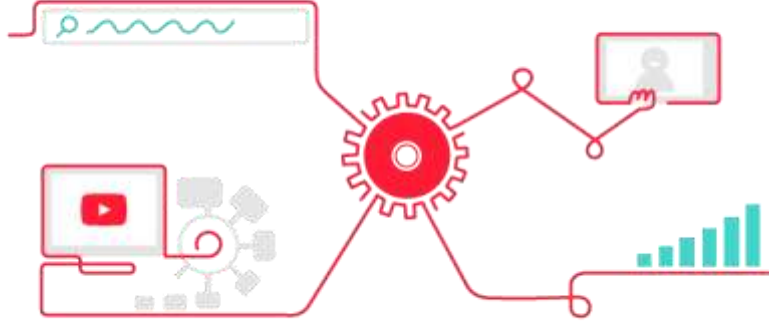


استهداف مواقع العرض Placement Targeting

ثانياً: يمنحك بيانات أفضل

إذا كنت تستهدف قناة فقط ، فستشاهد فقط بيانات هذه القناة المحددة، نظراً لأن بعض مقاطع الفيديو في القنوات تعمل بشكل أفضل أو أسوأ من غيرها، فقد تؤدي بعض مقاطع الفيديو إلى تحريف البيانات.

لمواجهة هذا الأمر، إذا أضفت جميع مقاطع الفيديو الفردية داخل قناة ، فستتمكن من رؤية نتائج أداء محددة لكل فيديو داخل القناة المستهدفة دون تحريف للبيانات.



استهداف مواقع العرض Placement Targeting

استهداف مواقع العرض 2023:

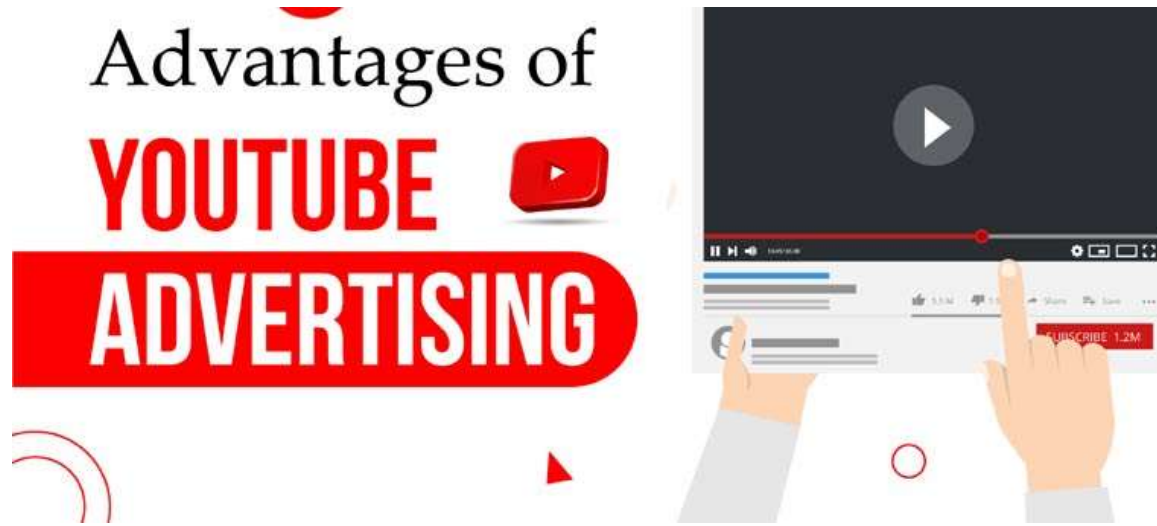
- لقد تغيرت إعلانات يوتيوب بشكل كبير خلال العام الماضي، فقد يوشك عصر استهداف أماكن عرض الإعلان على الانتهاء
- “Placement Targeting”، وكذلك الكلمات الرئيسية Keywords
- أصبح هناك المزيد من الذكاء الاصطناعي AI أكثر من أي وقت مضى.
- وكلها تعد تغييرات جديدة تستحق أن تؤخذ في الاعتبار.



المحاضرة الثانية

الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads



الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

1. الإعلانات على موقع يوتيوب ميسورة التكلفة Affordable

- يعرف أي شخص على دراية بنموذج الإعلان "Pay per click" PPC أنه أحد أكثر الاستراتيجيات فعالية من حيث التكلفة لأي علامة تجارية.
- ما عليك سوى الدفع عند النقر على إعلاناتك، علاوة على ذلك، يمكنك التحكم في المبلغ الذي يتم دفعه.
- ورغم أن موقع يوتيوب هو أحد المنصات عبر الإنترنت الرائدة في بث الفيديو، لكنه أيضاً يتبع نموذج PPC للإعلان.



الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads



- هذا يجعلها مربحة للغاية وبأسعار معقولة، خاصة بالنسبة للشركات الصغيرة والشركات الناشئة التي عادة ما يكون لديها ميزانية ضئيلة للإعلان عبر الإنترنت.
- لا يأتي يوتيوب بسعر باهظ لتشغيل الإعلانات ولكن ارتفاع سعر الدولار بالنسبة للجنيه المصري هو ما قد يوحى لنا بذلك.
- علاوة على ذلك ، لا يفرض YouTube رسوماً على المشاهدين الذين يتخطون الفيديو بعد الثواني الخمس الأولى ولا يعتبر يوتيوب هذا التخطي نقراً على المحتوى.

الفوائد من إعلانات يوتيوب Benefits that can be reaped from YouTube ads

2. تولّد الإعلانات على موقع يوتيوب تفاعلاً أكبر من الأنواع الأخرى من المحتوى

- تجذبنا الإعلانات على يوتيوب أكثر من الإعلانات التلفزيونية نظراً لحقيقة أنها قصيرة وواضحة ، ويتم إنشاؤها مع الحفاظ على مدى انتباه المشاهدين القصير جداً.

- وفي محاولة لكسب الجمهور ، يسعى مُنشئو مقاطع الفيديو على يوتيوب إلى جعل مقاطع الفيديو الخاصة بهم لا تُنسى قدر الإمكان مع عناصر مرئية جذابة وقصة مقنعة.

- إن المرونة في استهداف الخصائص الديمغرافية للعملاء المختلفة تجعل الأمر أكثر سهولة على المسوّقين لإنشاء محتوى إعلان للعلامة التجارية لا يُنسى وجذاب لتلبية احتياجات قاعدة جماهيرية متحمسة ومستهدفة.



الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

3. تساعد إعلانات يوتيوب في إنشاء اتصال فوري مع الجمهور المستهدف

- يعد عامل "الاتصال" المباشر مع الجمهور أحد العوامل الرئيسية التي تجعل يوتيوب خياراً تسويقياً مناسباً للمسوّقين.
- نظراً لمدى وصولها الهائل Massive Reach، فإن إمكانيات الإعلانات على القناة لا حصر لها.
- من خلال إعلانات يوتيوب، لا يمكنك فقط نقل أفكارك إلى جمهورك ولكن يمكنك أيضاً التواصل معهم عاطفياً Emotionally بناءً على الرسالة المنقولة إلى الجمهور.



الفوائد من إعلانات يوتيوب Benefits that can be reaped from YouTube ads

4. يتمتع موقع يوتيوب بمدى وصول فريد وهائل باعتباره ثاني أكبر محرك بحث في العالم

- منذ إنشائه في فبراير 2005، أصبح الآن ثاني أكبر محرك بحث بعد Google مباشرة.

- مع أكثر من 2 مليار مستخدم يشاهدون 5 مليارات مقطع فيديو يومياً، يتمتع يوتيوب بنسبة وصول هائلة Enormous Reach

- لذلك فإن العلامات التجارية التي تتطلع إلى توسيع مدى وصولها لعملائها Reach يمكنها الاستفادة من المنصة بمعدل نجاح قد يصل إلى 100٪ تقريباً.

- باختصار، يمكن لأي علامة تجارية تجرّب الإعلان على منصة يوتيوب، أن ترى نتائج إيجابية بالتأكيد في غضون أشهر من النشاط المنتظم.



الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

5. يؤدي تشغيل الحملات الإعلانية على يوتيوب إلى تحسين محركات البحث للعلامة التجارية على جوجل SEO



- من الواضح أن الناس يفضلون مشاهدة مقطع فيديو مدته دقيقتان بدلاً من قراءة مقال أو مدونة مدتها 20 دقيقة. وهذا يظهر بوضوح من خلال الزيادة في نسبة مشاهدة الفيديوها عبر الإنترنت.
- في الواقع ، صرح أكثر من 59٪ من المسوّقين أنهم يفضلون مشاهدة مقطع فيديو بدلاً من قراءته، يقودنا هذا مرة أخرى إلى حقيقة أن مقاطع الفيديو ذات معدل نقر أعلى أو تفاعل أكبر من المحتوى المقروء.
- والمحتوى الذي يحصل على أكبر عدد من النقرات أو بمعنى أصح التفاعلات، يؤدي بشكل جيد للغاية ويحقق أهدافه.

الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

6. الحملات الإعلانية على موقع يوتيوب شديدة الاستهداف والفاعلية Targeted and Effective

- كلما استهدفت أكثر، كلما حققت أعلى
the higher you achieve.

- تميل الأنشطة التسويقية الأقل استهدافاً أو على أساس عشوائي إلى
نتائج عكسية.

- ولكن مع يوتيوب، يمكنك أن تكون مفصلاً للغاية في تقسيم عملائك
واستهداف الجمهور المحدد.



الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

7. مقاييس نجاح إعلانات يوتيوب سهلة التتبع والقياس Easy to Track and Measure

- يعد عدم قياس نجاح أو أداء الحملات الإعلانية خطأ فادحاً يرتكبه المسوّقون غالباً.

- و غالباً ما يحدث هذا مع الشركات الصغيرة والشركات الناشئة، حيث يتعين على شخص واحد أن يلعب أدواراً متعددة ومع ذلك ، يعد هذا أحد الجوانب الأكثر حيوية لإدارة حملة إعلانية.

- ولحسن الحظ ، يمنحك يوتيوب طريقة سهلة للغاية لتتبع جميع إعلاناتك واكتساب رؤى مهمة، بنقرة واحدة فقط ، حيث تحتاج فقط إلى النقر فوق قائمة "التحليلات" في حسابك.



الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

7. مقاييس نجاح إعلانات يوتيوب سهلة التتبع والقياس Easy to Track and Measure

- تساعدك القدرة على تتبع المعايير وقياسها على تجنب أي خسارة مالية وتمكنك من فهم المكان الذي أخطأت فيه بالضبط.
- في قسم "التحليلات" ، يمكنك أيضاً معرفة الجمهور الذي يصل إليه إعلانك بالفعل، وكيفية أداء كل إعلان.



الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

8. يمكن استخدام إعلانات يوتيوب كأداة إنشاء قوائم داتا للعملاء المحتملين Lead Generation



- يُعد استخدام إعلانات يوتيوب للعلامات التجارية والشركات وسيلة رائعة لإنشاء قائمة بريد إلكتروني للعملاء المحتملين.
- بقدر ما تحتاج إلى التركيز على تحسين المحتوى الخاص بك، يجب على المسوق أيضاً التركيز على الحصول على معلومات عن مشاهدي قنواته في قاعدة بياناته التسويقية، وذلك عن طريق الحصول على عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بهم.

الفوائد من إعلانات يوتيوب

Benefits that can be reaped from YouTube ads

الخلاصة..



- تستحق منصة يوتيوب الاستثمار فيها وبجدارة.
- كلما بدأت استثماراتك مبكراً، كلما زاد العائد المنتظر ROI، وذلك بفضل :
 1. مدى الوصول الهائل
 2. إمكانية الاستهداف الاستثنائي والدقيق
 3. التحليلات والرؤى الشاملة
 4. والأهم من ذلك التسعير التنافسي للغاية.
- تعتبر يوتيوب أفضل وسائط القرن الحادي والعشرين التي يمكن للعلامات التجارية الاستفادة منها في أنشطتها التجارية والتسويقية.

المحاضرة الثالثة

الهيكل الإعلاني على يوتيوب

Youtube Ads Structure



الهيكل الإعلاني على يوتيوب Youtube Ads Structure

لتشغيل أي إعلان على Youtube، ستحتاج إلى حساب Google.

فإذا:

كنت تخطط لاستخدام جمهورك الحالي، أو كنت شخصاً من أصحاب الأعمال القائمة بالفعل، أو قمت بتشغيل أشياء من قبل مثل PPC “Pay Per Click ads”، أو ربما استخدمت بعض أصول Google الأخرى مثل تحسين المواقع Google Optimize أو تحليلات جوجل Google Analytics وتريد استخدام إعلانات يوتيوب لنفس النشاط التجاري الآن، فهنا ستقوم باستخدام Google Awards Account الخاص بك لإعلانات يوتيوب المنشأ بالفعل.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب Youtube Ads Structure

إذا كنت تقوم بالتعامل مع جوجل لأول مرة، بمجرد الانتهاء من إعداد حساب جوجل Google Account الخاص بك، قم بإعداد حساب جوجل لإدارة الإعلانات Google Ads Manager ثم ما عليك القيام به هو إعداد AdWords Account جديد تماماً.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب Youtube Ads Structure

داخل حسابك الإعلاني Google Ads Manager، قم بإنشاء AdWords Account لكل علامة تجارية مختلفة في عملك والسبب في ذلك:

1. أحد العلامات التجارية قد تستهدف شريحة من العملاء ربما تختلف عن الشريحة المستهدفة للعلامة التجارية الأخرى، لذلك فأنت لا تريد خلط بيانات الإعلانات في نفس AdWords Account وليصبح لكل حملة الاستهداف الخاص بها.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب

Youtube Ads Structure

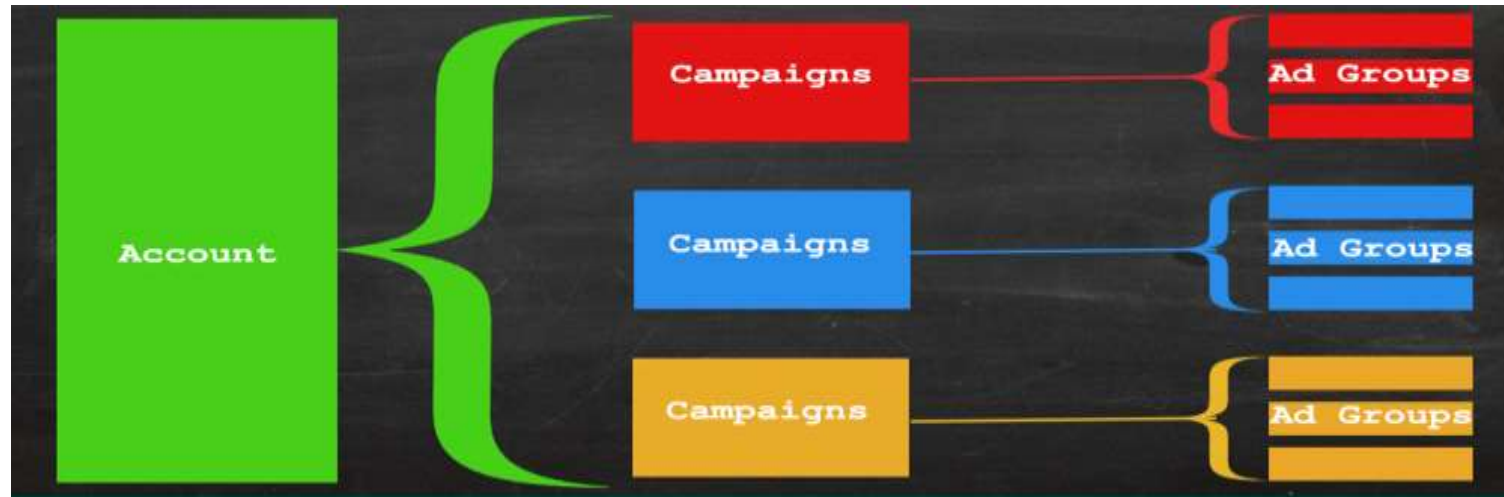
2. السبب الثاني هو أنه إذا كانت إحدى العلامات التجارية الخاصة بك على مشاكل أو مخالفات مع سياسة جوجل Google Policy، فأنت تريد التأكد من أنك تنقذ نفسك من حظر الحساب Account Ban.

ففي حالة حدوث ذلك، لن يتوقف نشاطك التجاري بالكامل عن الإعلان، فقط يتم إغلاق حساب إعلان واحد - المخالف لسياسات جوجل فقط - ولكن يمكنك على الأقل استخدام حساباتك الأخرى من AdWords Account والاستمرار في العمل.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب Youtube Ads Structure

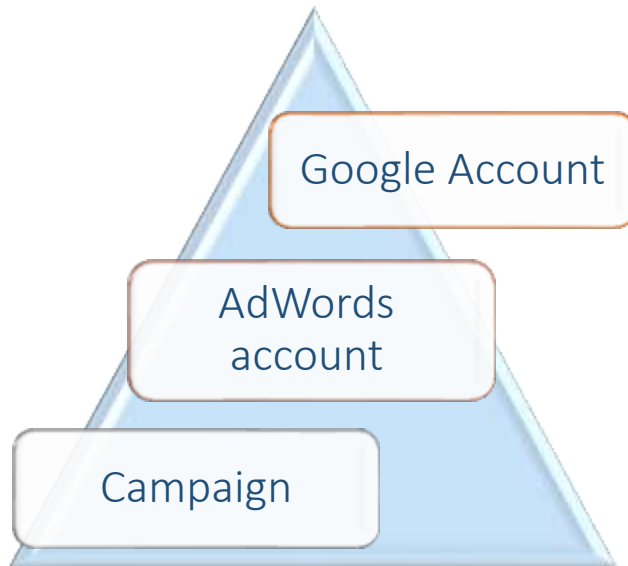
في بعض الحالات، قد يكون من المفيد أن يكون لديك حسابات إعلانات
AdWords Accounts منفصلة لعروض مختلفة تحت نفس العلامة التجارية.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب Youtube Ads Structure

الآن يوجد 3 مستويات:

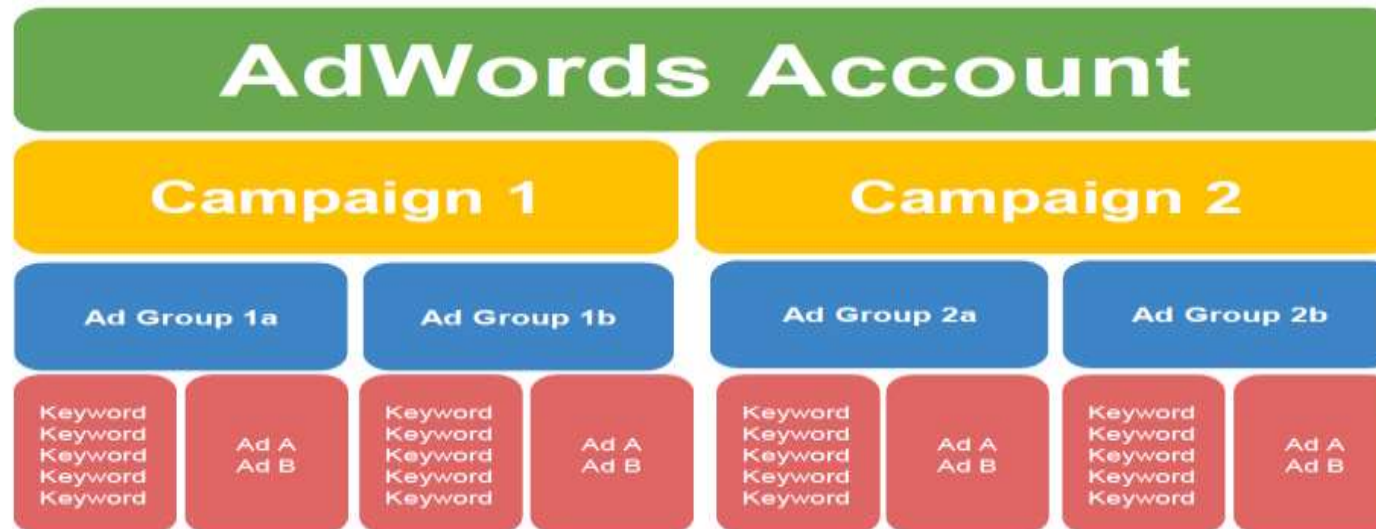
- فكر في الحملات Campaigns على أنها المنبع الرئيسي لإعلاناتك، حيث ستكون قادراً على تحديد الأهداف التسويقية المختلفة Different Marketing Objectives التي سيتم تشغيل إعلاناتك عليها.
- إذا كنت تحاول القيام بحملة ذات أهداف محددة، مثل أن تحاول القيام بحملة مبيعات كاملة، فستقوم بتجهيز تلك الأهداف على مستوى الحملة Campaign وهذا هو السبب في أن هذا المستوى مهم للغاية.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب

Youtube Ads Structure

داخل حملاتك Campaigns، سيكون لديك أشياء تسمى المجموعات الإعلانية Ad Groups، وهذا هو المكان الذي تذهب إليه وتقرر استهداف إعلاناتك وموضعها Placement Targeting، وهذا هو الأساس الذي يمكنك من خلاله معرفة من سيشاهد إعلانك.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب

Youtube Ads Structure

- يمكنك أيضاً في Ad Groups تحديد أشياء أخرى مثل: تحديد الأسعار BID وحتى الميزانيات Budgets لإعلاناتك بالإضافة إلى جدولـة Scheduling لمواعيد عرض إعلاناتك فعلياً، لذا فإن هذا هو المكان الذي يتم فيه تحديد إمكانيات الإعلان الفعلية ، ثم ضمن مجموعاتك الإعلانية Ad Groups مستوى تصميم الإعلان Ads/Creative level
- وهذا هو المكان الذي تختار فيه الـ Video الذي سيتم تشغيله كإعلان ، ثم يمكنك أيضاً القيام بأشياء أخرى مثل: تغيير نص الإعلان، ومعرفة ما هي العبارة التي تحت المستخدم على اتخاذ إجراء Call to action button



DOWNLOAD

PLAY NOW

CLICK HERE

SHOP NOW

SIGN UP

SIGN IN

LOG OUT

CONTACT US

SUBSCRIBE

LOG IN

الهيكل الإعلاني على يوتيوب

Youtube Ads Structure

للتلخيص:

- لديك حساب جوجل Google Account الخاص بك، الذي يحتوي على قنوات يوتيوب الخاصة بك والإيميل Gmail وأيضاً تحتوي على حسابك AdWords Account ويمكنك الحصول على عدة حسابات AdWords Accounts كل منها لعلامة تجارية مختلفة.
- في كل حساب AdWords Account، لديك حملات مختلفة Campaigns حيث يوجد لديك المجموعات الإعلانية Ad Groups التي تحدد الاستهداف Placement Targeting وكذلك الإعلانات التي هي مقاطع الفيديو الفعلية التي ستظهر كإعلان تتواجد في Ad Creatives.

Google Account

Adwords Account

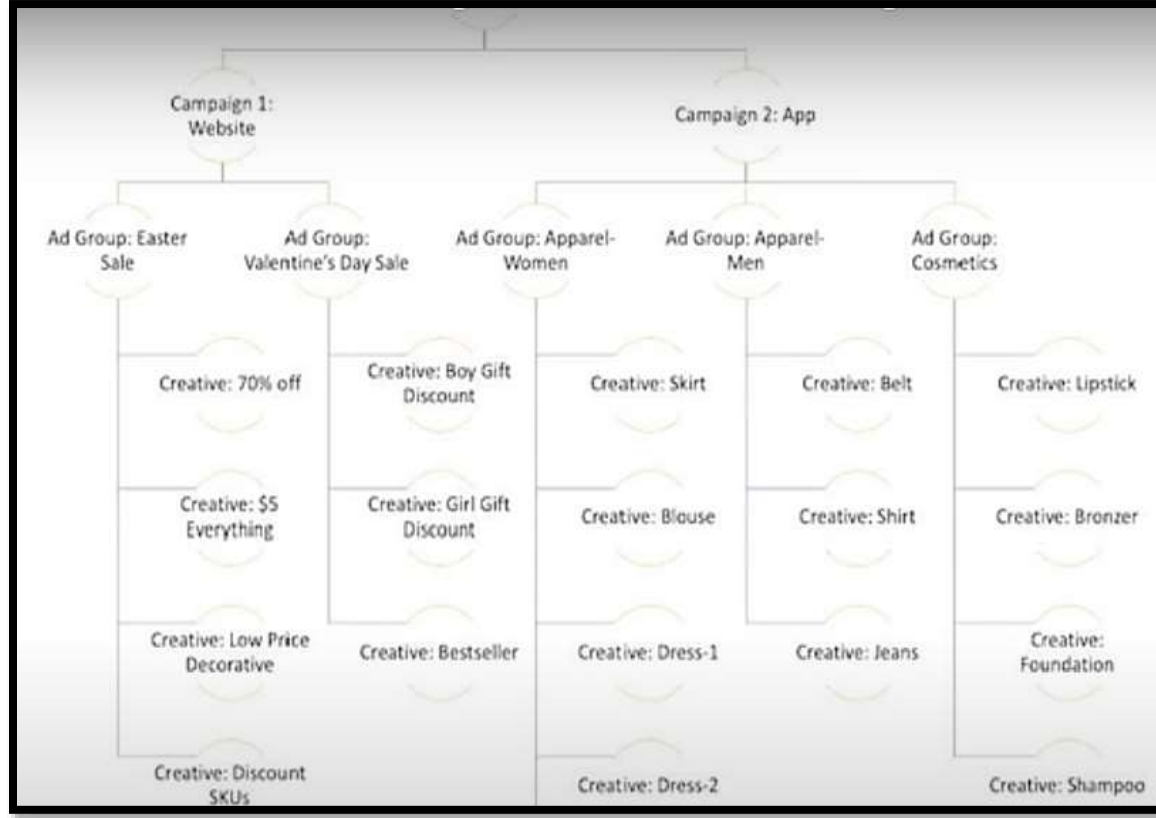
Campaigns

Ad Groups

Ads / Creative

هيكل الحساب الإعلاني لجوجل

Google AdWords Account Structure



- رسم تخطيطي يوضح الشكل الذي قد يبدو عليه حساب الإعلان النموذجي

The typical AdWords Account Structure

- قد يكون معقد بعض الشيء، لأنه يحتوي على مجموعات إعلانية متعددة Multiple Ad Groups بالإضافة إلى تصميمات إعلانية متعددة Multiple ad Creatives داخل كل مجموعة إعلانية.

هيكل 1-1-1

1-1-1 Structure

يوصى باتباع هيكل 1-1-1 / Structure1-1-1



- بشكل أساسي، يتم تشغيل مقطع فيديو واحد One Ad ..
لكل مجموعة إعلانية Ad Group ..
 - وتشغيل مجموعة إعلانية واحدة فقط Only one Ad group لكل حملة Campaign ..
- والسبب في ذلك:
1. هو أن تنظيمها أبسط وأسهل بكثير خاصة في بداية حملاتك الإعلانية.
 2. أنك تريد التخلص من أكبر عدد ممكن من المتغيرات Variables

هيكل 1-1-1

Structure 1-1-1

ليس لدى Google أي بيانات على الإطلاق داخل حسابك الإعلاني، خاصة لو حساب حديث الإنشاء، لذلك ليس لديها أي فكرة عن كيفية التحسين Optimization لعدم وجود خبرة معك سابقة، ولهذا السبب يمكنك التحكم في جميع المتغيرات Variables التي تسمح لك Google بتعديلها - الآن ولاحقاً - حتى تقوم بعمل Optimization لإعلانك.



هيكل 1-1-1 Structure 1-1-1



- بمجرد إضافة بيانات إعلاناتك داخل AdWords Account الخاص بك، وبدأت تشعر بتمكن أكثر داخل AdWords Manger، فلا تتردد في الخروج من القاعدة 1-1-1.
- ربما يمكنك إضافة المزيد من المجموعات الإعلانية Ad Groups، أو ربما إضافة تصميمات مختلفة Ad Creatives لتقسيم اختبار الاستهداف Split test targeting.
- يمكنك القيام بكل ذلك لاحقاً..ولكن في البداية نوصي بشدة بالالتزام بهيكل 1-1-1.

الهيكل الإعلاني على يوتيوب Youtube Ads Structure

أمثلة على هذه المتغيرات Variables التي نتحدث عنها:

- لنفترض أنك تدير حملة ملابس للسيدات، ولكنك غير متأكد من جمهورك المستهدف من حيث العمر.
- ربما تعتقد أنه من النساء فوق سن الأربعين وربما تعتقد أنهن نساء دون سن الأربعين.



الهيكل الإعلاني على يوتيوب

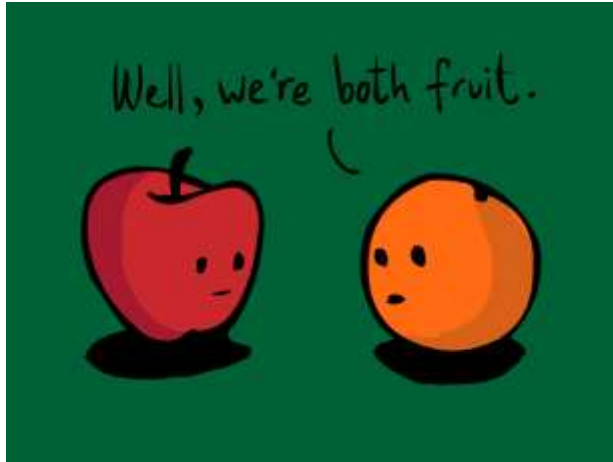
Youtube Ads Structure



- لذلك ما ستفعله هو إعداد حملتين مختلفتين 2 Campaigns وفي كل حملة سيكون لديك مجموعة إعلانية واحدة One Ad Group والمتغيرات التي ستختبرها هي "العمر" في هذا المثال.
- سواء كانت النساء الأكبر من 40 عاماً أو الأقل من 40 عاماً، هن من يتجاوبن بشكل أفضل مع مجموعة الملابس لدينا، فستختبر ذلك على مستوى الحملة Campaign Level
- لذا ، فإن حملة واحدة One Campaign، ومجموعة إعلانية واحدة One Ad Group، وضمن تلك المجموعة الإعلانية، ستقول إنني أستهدف النساء دون سن الأربعين فقط.

الهيكل الإعلاني على يوتيوب

Youtube Ads Structure



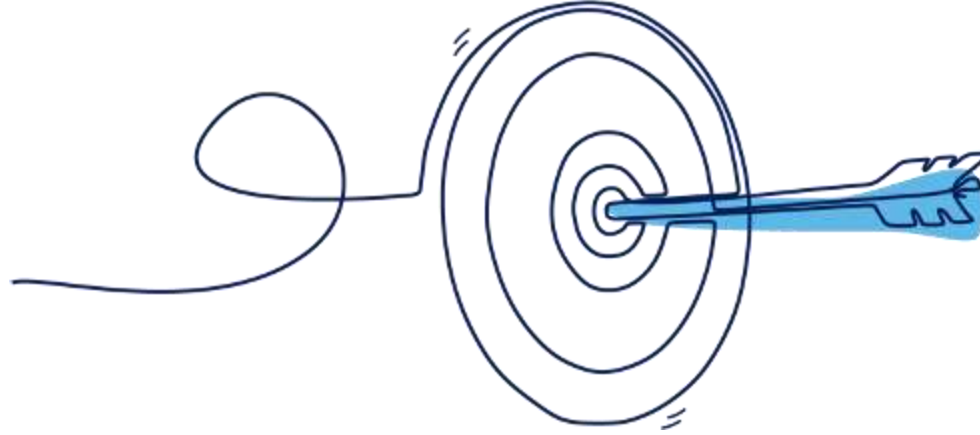
- بعد ذلك في المجموعة الإعلانية الأخرى Second Ad Group في الحملة الأخرى Second Campaign، ستحدد الهدف كنساء تزيد أعمارهن عن 40 عاماً.
- ضمن هذه الحملات في المجموعات الإعلانية Ad Groups، ستختبر فقط إعلان فيديو فردياً (أي نفس الفيديو في الحملتين).
- لذا في النهاية، ما تبقى لديك هو حملتان حيث يوجد متغير واحد (العمر المستهدف) فقط مختلف بينهما مع تثبيت جميع العوامل الأخرى.
- بهذه الطريقة يمكنك مقارنة التفاح بالتفاح والبرتقال بالبرتقال.



المحاضرة الرابعة

أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns



أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

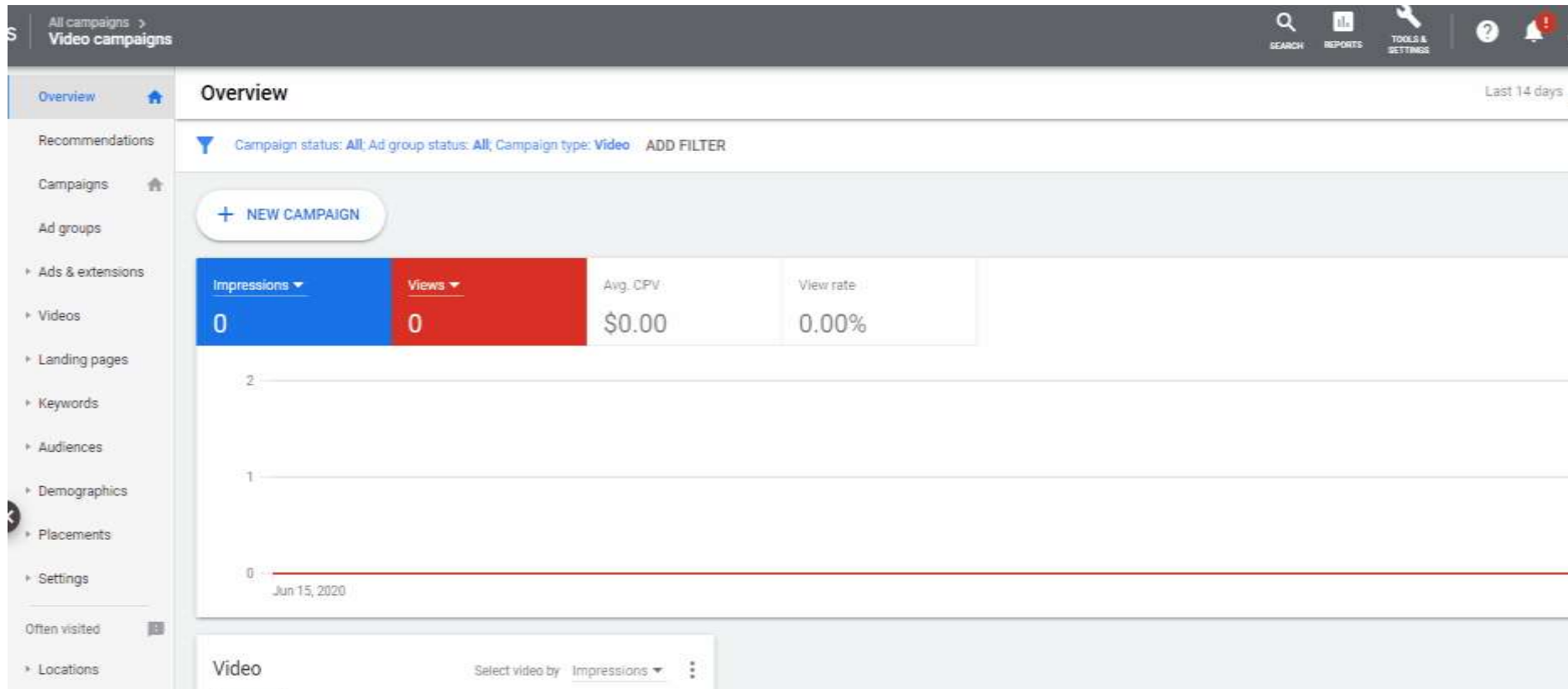


- يوجد أهداف تسويقية مختلفة والتي يمكنك إعدادها على مستوى الحملة Campaign Level.
- لذا دعنا نلقي نظرة على الاختلافات بين كل هذه الأهداف والتي ستقوم باستخدام أي منها عندما تقوم ببناء حملة جديدة.

أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

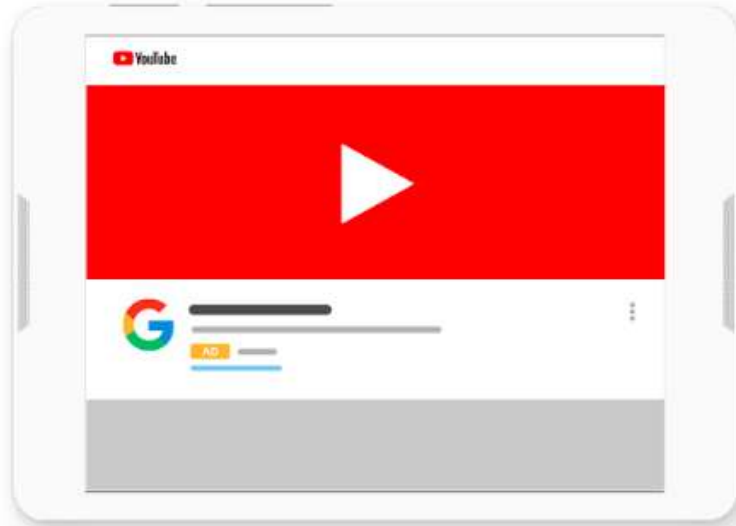
عند إنشاء حملة جديدة New Campaign ستظهر لك هذه الأهداف للحملات لتختار من بينها ...



أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

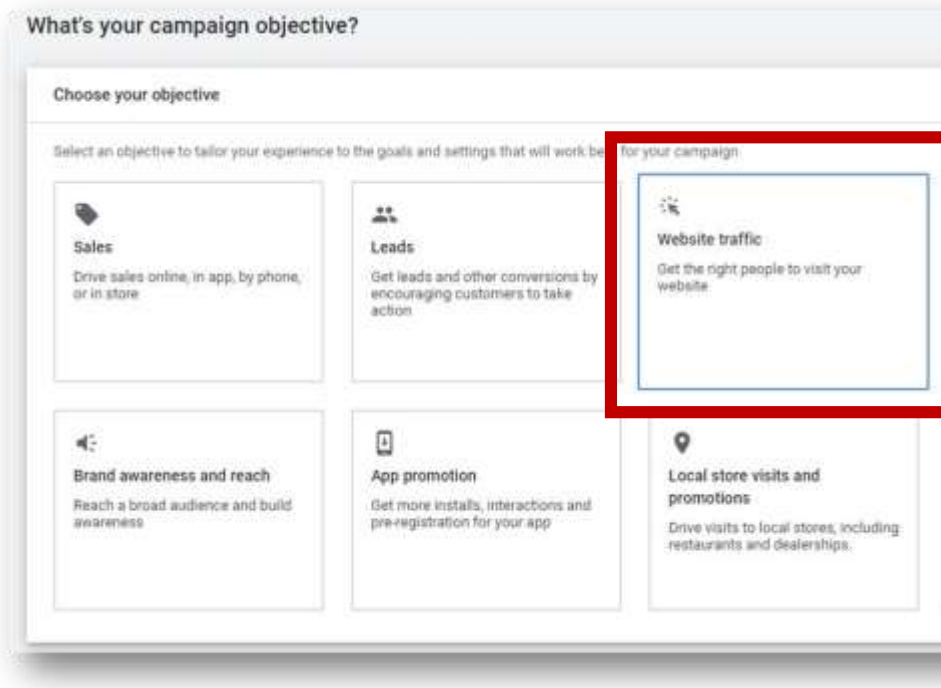
- شيء مهم يجب ملاحظته: هو أن الاستهداف Targeting من بين جميع أهداف الحملات المختلفة يظل كما هو بغض النظر عن الخيار الذي تختاره.
- الأشياء الوحيدة التي تتغير، هي كيفية عمل Optimization لهذه الحملة، وما الذي سيتم تحسينه وكيف سيتم تحصيل رسوم منك، ونوع الإعلانات التي يمكنك تشغيلها.
- أيضاً لا يمكن أبداً لنفس الحملة أن تحمل هدفين لأن هذا يعدد المتغيرات Variables وهنا يصعب علينا قياس نتائج الحملة.



أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

أهداف الحملات..



1- حركة مرور على موقعك الإلكتروني Website Traffic

- هذا هو هدف الحملة، حيث تحاول Google تحسين أكبر قدر ممكن من حركة المرور على الويب.
- لا تهتم Google في هذه الحملة ما إذا كان الأشخاص الذين يزورون الموقع الإلكتروني الخاص بك سيتحولون بالفعل إلى عملاء أم لا، لأن هذا ببساطة، ليس هدف هذه الحملة.

أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

2- تحفيز التفاعل مع المنتج أو العلامة التجارية Product and Brand Consideration

- كي تشجع الناس على استكشاف منتجك أو خدمتك والمعرفة بتواجده في السوق.

What's your campaign objective?

Choose your objective

Select an objective to tailor your experience to the goals and settings that will work best for your campaign

 Sales Drive sales online, in app, by phone, or in store.	 Leads Get leads and other conversions by encouraging customers to take action.	 Website traffic Get the right people to visit your website.	 Product and brand consideration Encourage people to explore your products or services.
 Brand awareness and reach Reach a broad audience and build awareness.	 App promotion Get more installs, interactions and pre-registration for your app.	 Local store visits and promotions Drive visits to local stores, including restaurants and dealerships.	 Create a campaign without a goal's guidance Choose a campaign type first, without a recommendation based on your objective.

أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

3- الوعي بالعلامة التجارية والوصول إليها Brand Awareness and Reach

- الوصول إلى جمهور عريض وبناء الوعي بالعلامة التجارية وما يتعلق بها من نقاط تميزها بين المنافسين.

What's your campaign objective?

Choose your objective:

Select an objective to tailor your experience to the goals and settings that will work best for your campaign

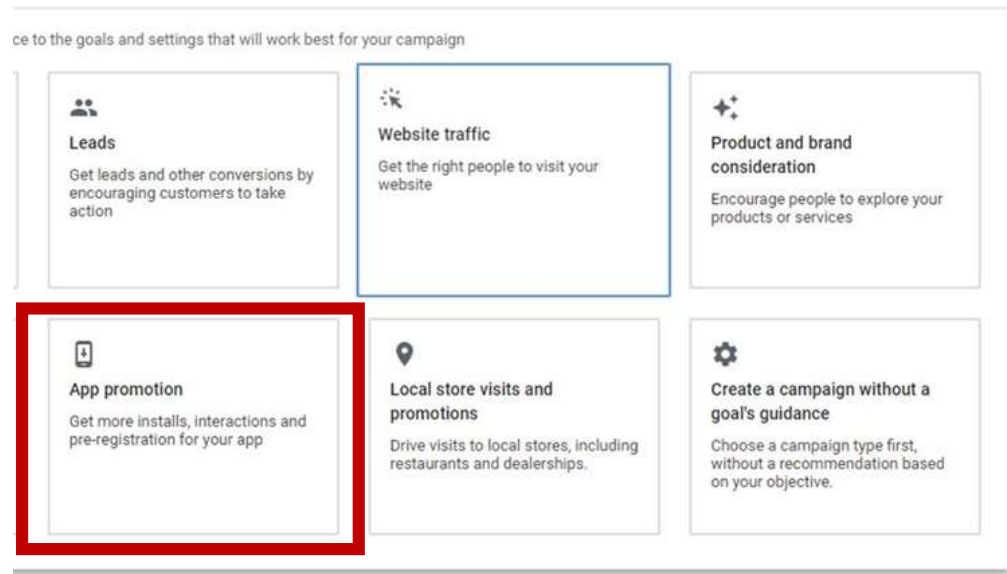
 Sales Drive sales online, in app, by phone, or in store.	 Leads Get leads and other conversions by encouraging customers to take action.	 Website traffic Get the right people to visit your website.	 Product and brand consideration Encourage people to explore your products or services.
 Brand awareness and reach Reach a broad audience and build awareness.	 App promotion Get more installs, interactions and pre-registration for your app.	 Local store visits and promotions Drive visits to local stores, including restaurants and dealerships.	 Create a campaign without a goal's guidance Choose a campaign type first, without a recommendation based on your objective.

أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

4- الترويج للتطبيق App Promotion

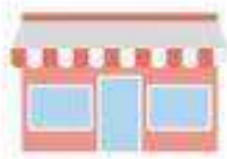
- احصل على المزيد من عمليات التثبيت App Installs والتفاعلات.
- هدفه الرئيسي هو الوصول لمن لديهم استعداد لتحميل تطبيقك.



أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

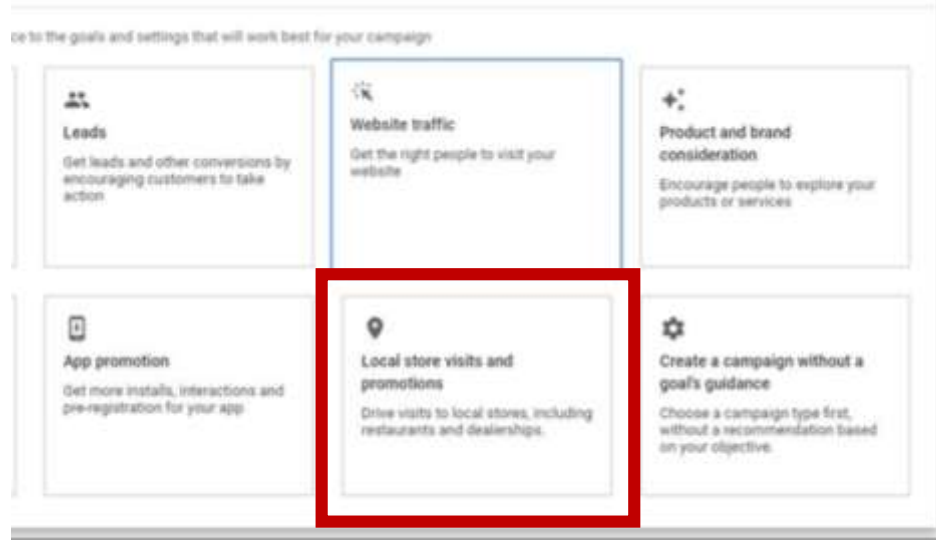
5- الزيارات الفعلية للمتاجر & Local Store Visits Promotion



Brick and mortar



Brick and clicks



- زيارات المتاجر على أرض الواقع Brick & Mortar وليس أونلاين Brick & Clicks، والعروض الترويجية لها.

- في محاولة للحصول على المزيد من الحركة Foot Traffic داخل هذه المتاجر.

أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns

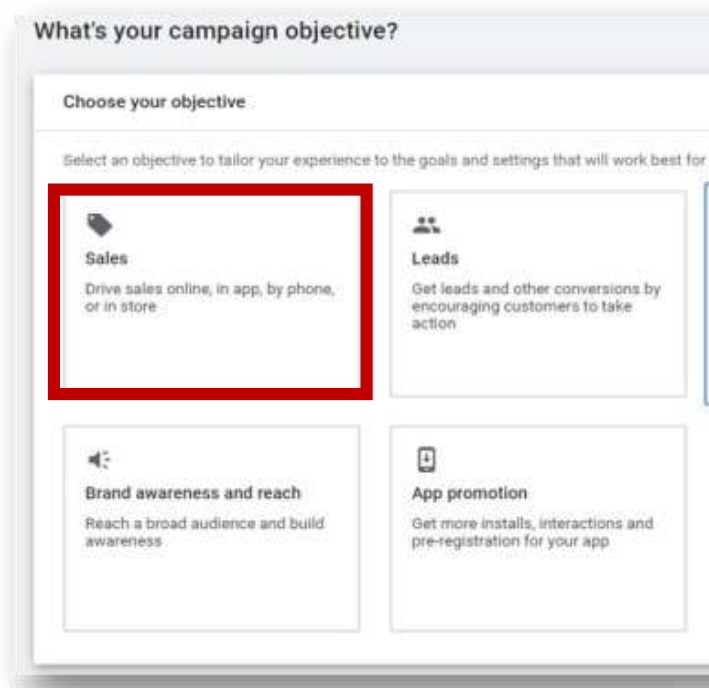
- بالنسبة لمعظم المبتدئين، فإن ما نوصي به هو استخدام إحدى الحملتين:

1. حملة المبيعات Sales Campaign

✓ لزيادة المبيعات عبر الإنترنت أو في التطبيق أو عبر الهاتف أو في المتاجر.

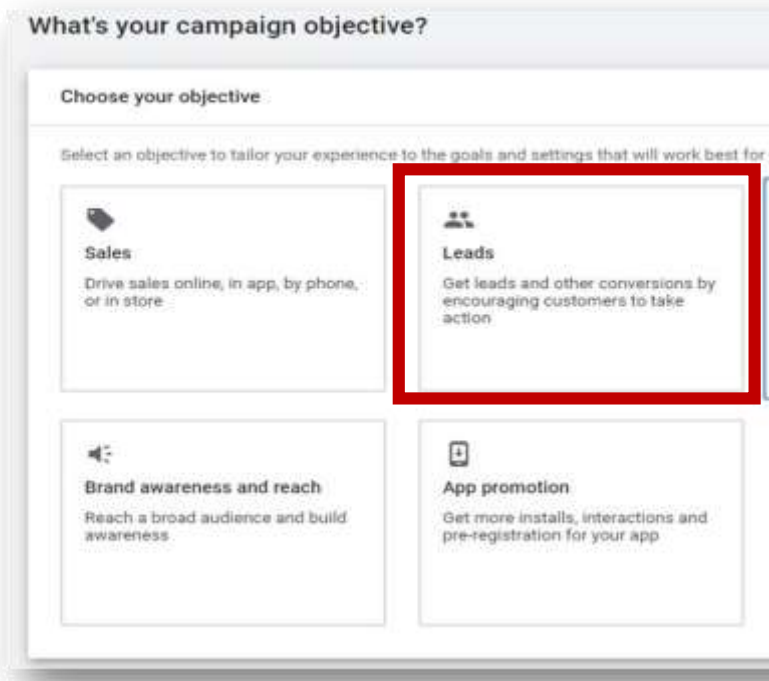
✓ إذا كنت شخصاً يمتلك متجراً للتجارة الإلكترونية E-commerce أو منتجاً رقمياً (digital media, such as Digital Product As e-books, downloadable music, internet radio, internet television)

أو شخصاً لديه Website يوجد به زر شراء الآن Purchase Now وتحاول الحصول على المزيد من المبيعات.



أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب

Objectives of Youtube Campaigns



2. حملة بيانات العملاء المحتملين Leads Campaign

✓ احصل على عملاء محتملين Potential Customers

من خلال تشجيع العملاء على اتخاذ خطوات Call to action

✓ اجمع بيانات العملاء المتوقعين سواء كان ذلك في شكل أرقام

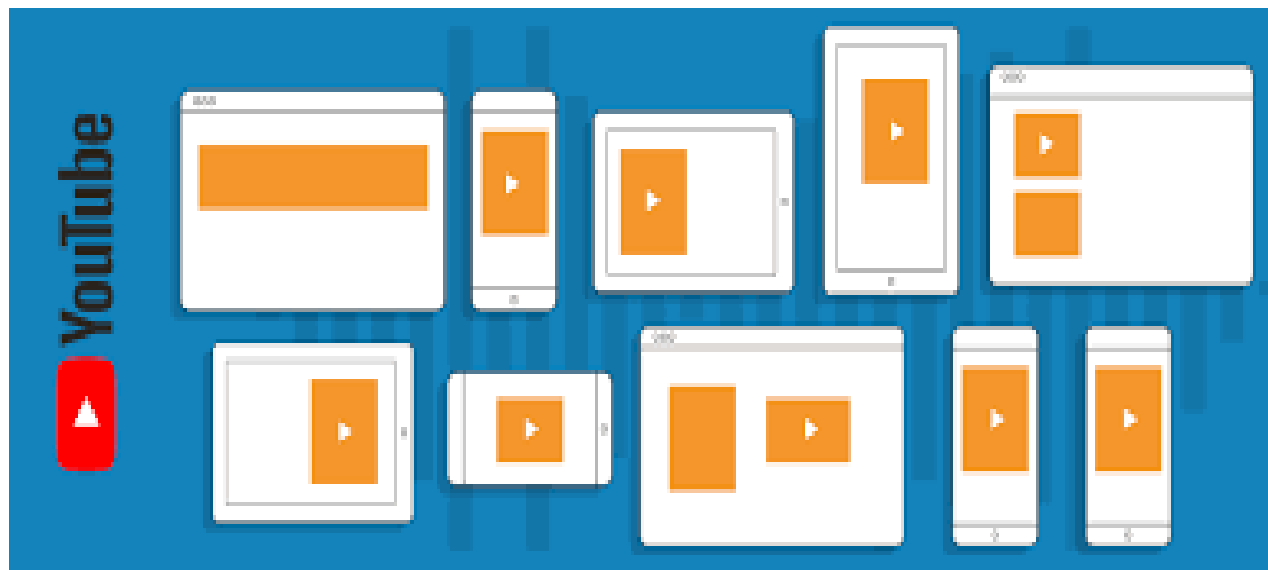
هواتف أو عناوين بريد إلكتروني.



المحاضرة الخامسة

أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

Youtube Advertising Formats



أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

Youtube Advertising Formats

حسناً..

بعد تحديد أهداف الحملة Campaign Objectives، ننتقل إلى أشكال الإعلانات المختلفة المتوفرة مع إعلانات يوتيوب.

الآن قد تُفاجأ بمعرفة أن هناك الكثير من إعلانات يوتيوب المختلفة، خاصة أن البعض منا يعتقد أن إعلانات يوتيوب ما هي إلا إعلانات الفيديو القابلة للتخطي Skippable التي يتم تشغيلها قبل أي فيديو نشاهده على اليوتيوب. ومع ذلك، هناك أكثر من نوع من إعلانات يوتيوب المتاحة لك.



أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

Youtube Advertising Formats

YouTube advertising formats

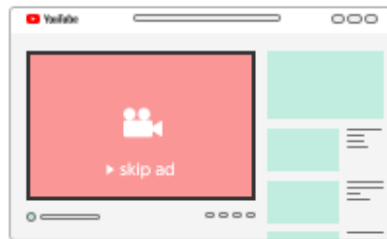
هناك الكثير من الخيارات ..

لذلك دعنا نقسمهم ونكتشف أيهم أفضل
ولماذا؟

In-feed video ads



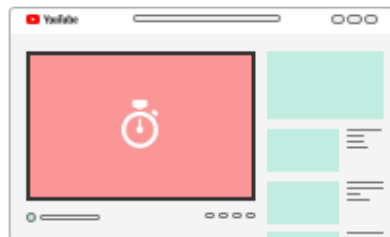
Skippable video ads



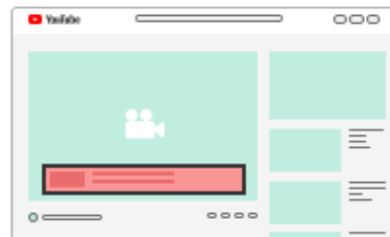
Non-skippable video ads



Bumper ads



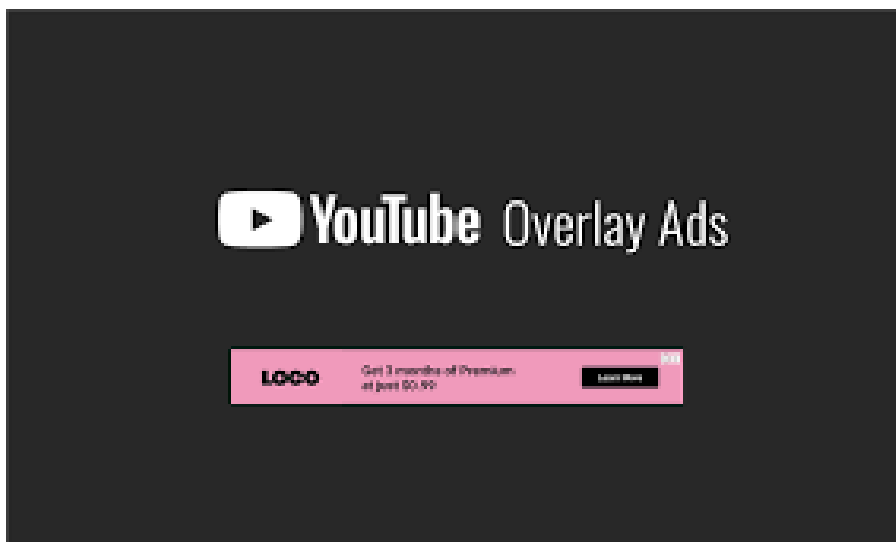
Overlay ads



أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

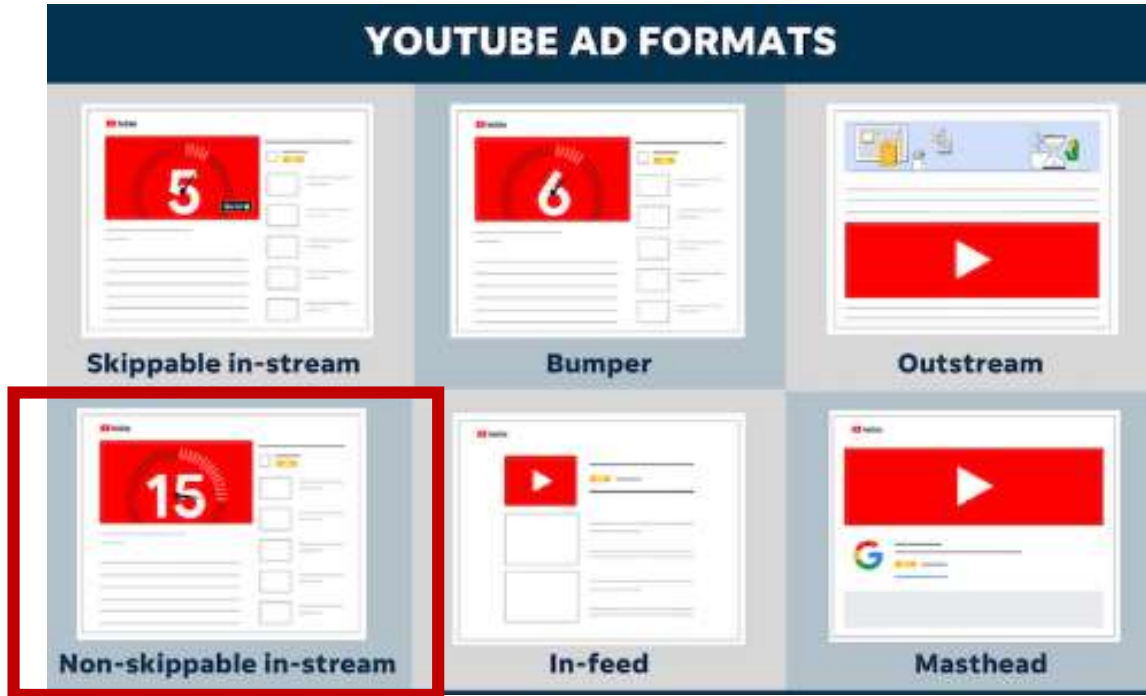
Youtube Advertising Formats

سنبدأ بالإعلانات التي تظهر على سطح الفيديو Overlay Ads،
فهناك إعلانات تسمى بانر Banner تظهر على فيديوهات YouTube التي تشاهدها.



أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

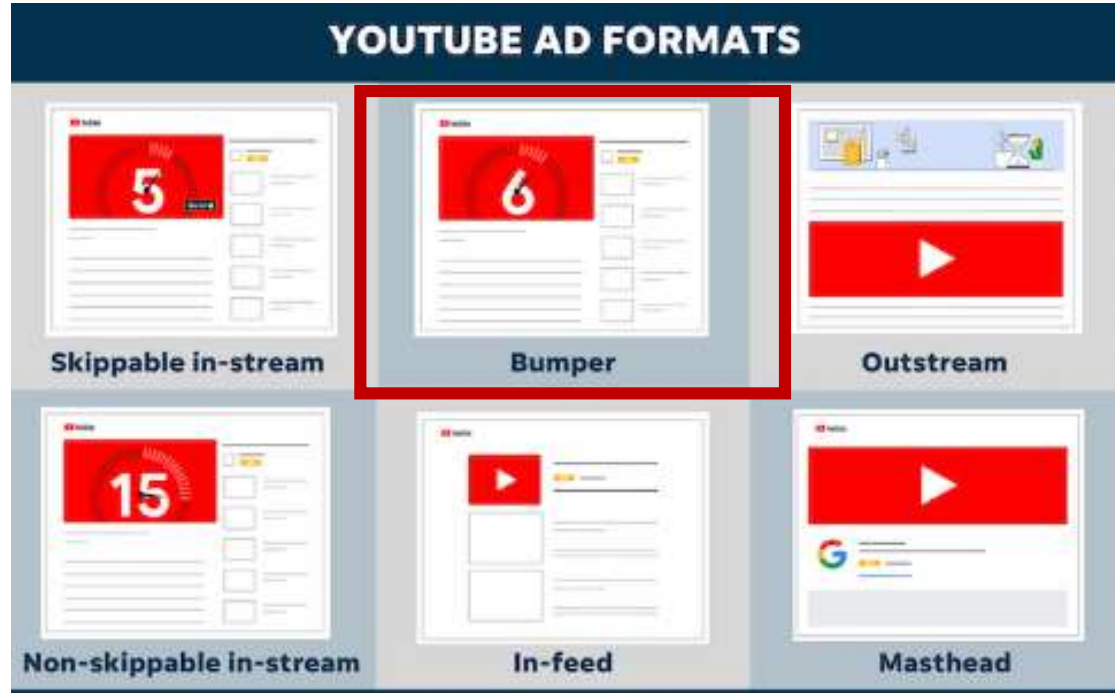
Youtube Advertising Formats



- ثم لدينا إعلانات الفيديو غير القابلة للتخطي الغير مفضلة لمشاهدي يوتيوب، والتي تسمى Non-skippable in stream videos
- هذه هي الإعلانات التي تبلغ مدتها 15 ثانية، وفي بعض الأحيان تصل إلى 20 ثانية، لا يمكنك تخطيها ويتم تشغيلها في منتصف فيديو يوتيوب. هذا هو "الإعلان الإجباري المشاهدة".

أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

Youtube Advertising Formats

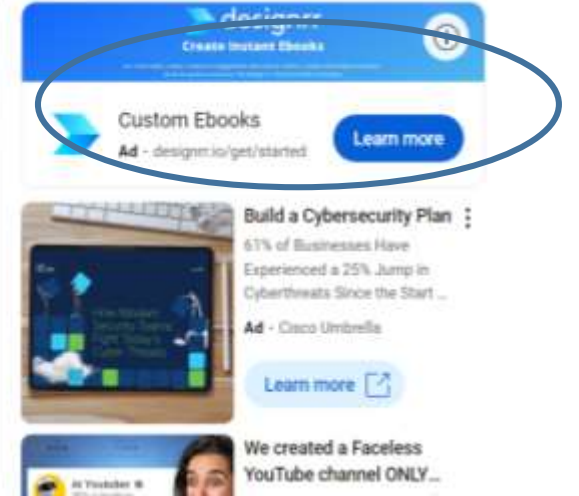
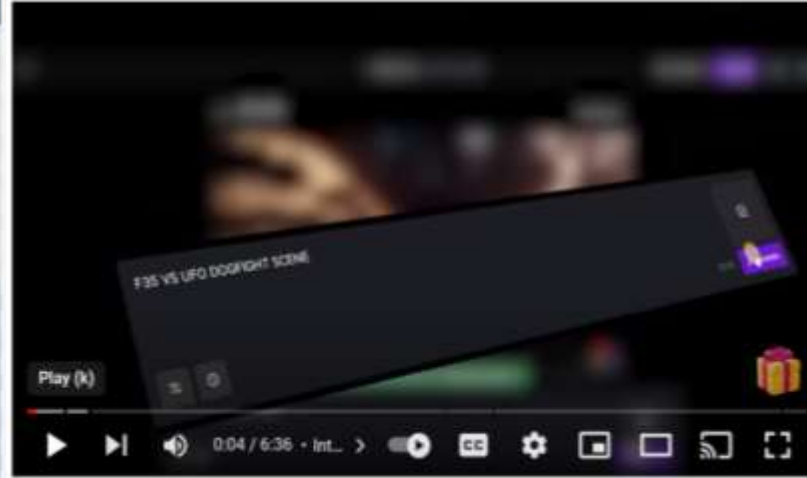


بعد ذلك، لديك الإعلانات القصيرة Bumper Ads وهذه هي الإعلانات التي تقل مدتها عن 6 ثوانٍ والتي يتم تشغيلها في بداية مقاطع فيديو قنوات يوتيوب، وأيضاً غير قابلة للإلغاء Non-skippable

أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

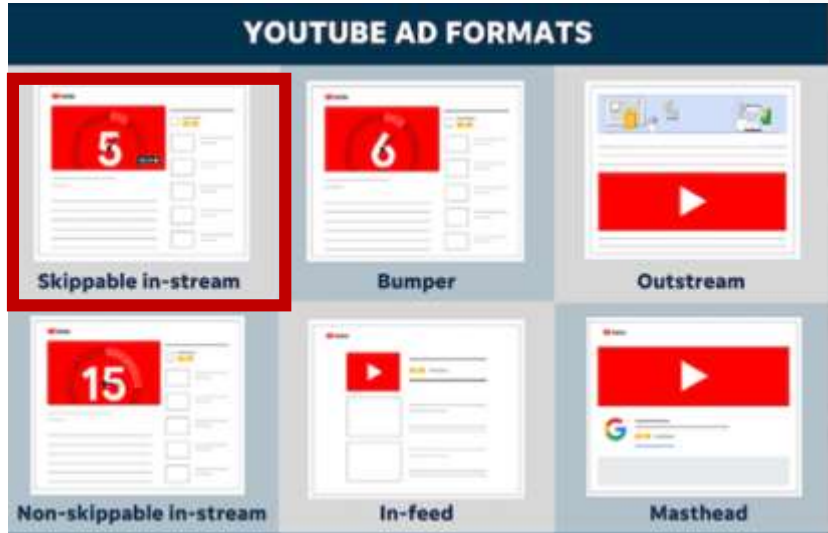
Youtube Advertising Formats

- بعد ذلك، لدينا إعلانات فيديو In-feed، وهذا ما يُعرف رسمياً باسم "إعلانات الاكتشاف" Discovery Ads
- فهذه إعلانات ثابتة Static، بمعنى أنها لا تقاطع الفيديو الذي تقوم بمشاهدته
- قد يظهر على نتائج البحث على يوتيوب أو على الصفحة الرئيسية أو على الشريط المقترح على العمود الأيمن.



أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

Youtube Advertising Formats

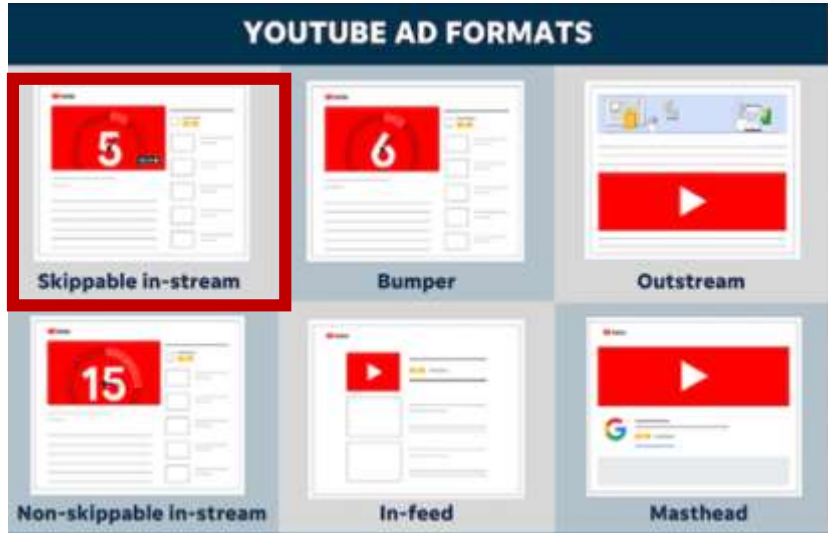


• ثم نصل أخيراً إلى نوع الإعلان الذي يربطه معظم الأشخاص بإعلانات يوتيوب، وهي إعلانات الفيديو القابلة للتخطي Skippable video ads

• هذه هي الإعلانات التي يتم تشغيلها في منتصف الفيديو الذي تتم مشاهدته، وفي بعض الأحيان يكون في بداية مقاطع الفيديو، هذه الإعلانات التي تعمل لمدة 5 ثوانٍ بدون زر التخطي Skip Ad، ثم بعد 5 ثوانٍ، تظهر أزرار التخطي ومن ثم يمكن للأشخاص تخطيها.

أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

Youtube Advertising Formats



• هي أهم الإعلانات بالنسبة ليوتيوب وهذا ما أفترضه أن معظم المستخدمين هنا لتعلم هذا النوع من الإعلان.

• ما نوصي به هو تشغيل هذا النوع من الإعلانات وإتقانها أولاً قبل الانتقال إلى الأنواع الأخرى من الإعلانات.

• عادة ما تكون هذه هي الإعلانات الأكثر ربحية Most Profitable التي يمكنك تشغيلها على يوتيوب، مع الأخذ في الاعتبار مبدأ PPC

أشكال الإعلانات المختلفة على يوتيوب

Youtube Advertising Formats

ملاحظة سريعة ..

- يحتوي موقع يوتيوب أيضاً على شيء يسمى "إعلانات يوتيوب القصيرة" Short ads التي ربما تكون قد شاهدتها بالفعل، فهي الإعلانات التي تظهر بين مقاطع الفيديو القصيرة على Youtube Shorts أثناء التمرير لأعلى Scrolling Up على هاتفك المحمول، وهي إعلانات جديدة تماماً.





المحاضرة السادسة

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023



أولاً: التغييرات التي حدثت في التحسين الذي يقوم به جوجل Google Optimize

Google Optimize Sunset

Google Optimize and Optimize 360 will no longer be available after **September 30, 2023**. Your experiments and personalizations can continue to run until that date. Any experiments and personalizations still active on that date will end.

We launched Google Optimize over 5 years ago to enable businesses of all sizes to easily test and improve your user experiences. We remain committed to enabling businesses of all sizes to improve your user experiences and are investing in third-party A/B testing integrations for Google Analytics 4.

Frequently asked questions

Why is Optimize being sunset?

We remain committed to enabling businesses of all sizes to improve your user experiences and are investing in third-party A/B testing integrations for Google Analytics 4. We are focused on bringing the most effective solutions and integrations to our customers, especially as we look toward the future with Google Analytics 4.

Optimize, though a longstanding product, does not have many of the features and services that our customers request and need for experimentation testing. We therefore have decided to invest in solutions that will be more effective for our customers.

- للأسف.. سوف ينتهي بانتهاء سبتمبر 2023 !!
ولكن لماذا؟

- بناءً على تصريحات جوجل "أنه على الرغم من أن التحسين منتج طويل الأمد، إلا أنه لا يحتوي على العديد من الميزات والخدمات التي يطلبها عملاؤنا ويحتاجون إليها للاختبار التجريبي، لذلك قررنا الاستثمار في الحلول التي ستكون أكثر فعالية لعملائنا".

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

- لذلك، بدأت جوجل في الاستثمار في عمليات تكامل الجهات الخارجية

Third-party Integrations

لـ Google Analytics 4 التي ستوفر حلولاً أفضل وأكثر فعالية للاختبار

وتحسين تجارب المستخدم.



[GA4] Integrating with a third-party experiment tool

By integrating with a third-party experiment tool, you can run [experiments](#) through the third-party tool and interpret the results through Google Analytics. This article provides an overview of the integration between Google Analytics and third-party experiment tools.

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

أفضل بدائل لمحسن جوجل Best Google Optimize Alternatives

من أمثلة البدائل المتاحة والمجانية:

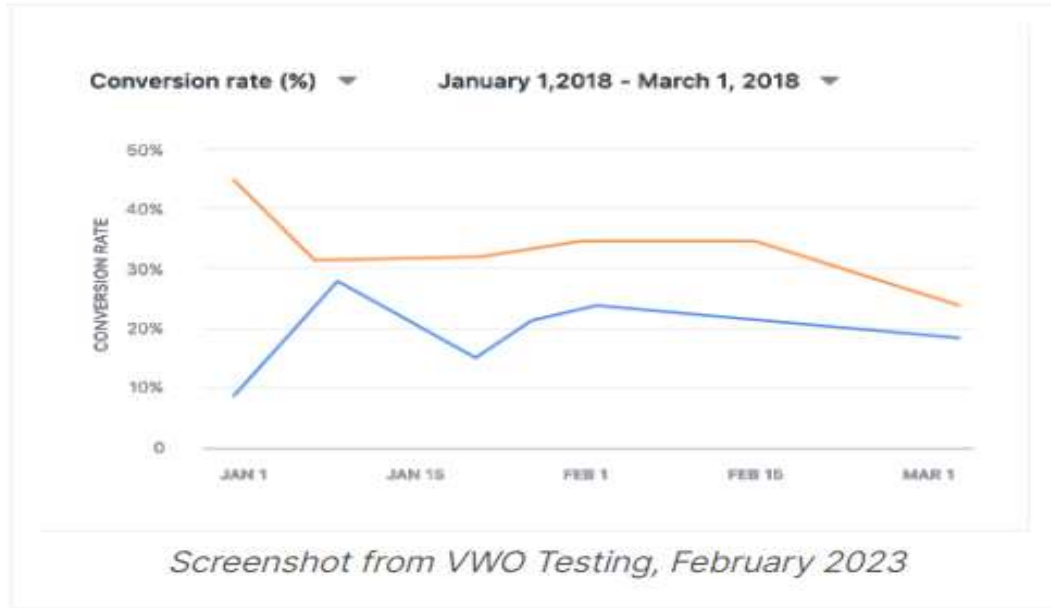
• VWO “Visual Website Optimizer”

Testing

يسمح هذا الموقع للمستخدمين بإنشاء

تجارب مستخدم A/B Testing واختبارها

دون الحاجة إلى معرفة تقنية عميقة.



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

ثانياً: التغييرات التي حدثت في الاستهداف Targeting Options

- إذا أردنا الحديث عن خيارات الاستهداف Targeting Option، فإن التغيير الكبير في عام 2023 هو عدم وجود المزيد من استهداف المحتوى Contextual Targeting، لذا فإن هذا هو أكبر تغيير لإعلانات يوتيوب لهذا العام.

مما يعني أن Google تزيل كل من:

1. الاستهدافات الموضعية Placement Targeting
2. استهداف الكلمات الرئيسية Keyword Targeting
3. استهدافات الموضوعات Topic Targeting



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023



- كنت قد اعتدت في الماضي أن تكون قادراً بالفعل على اختيار مواضع معينة Targeted Placement حيث يتم عرض إعلاناتك، حيث كنت تتمكن من اختيار قنوات أشخاص آخرين Youtube Channels أو يمكنك اختيار فيديو معين حيث تظهر إعلاناتك على هذا الفيديو كلما تمت مشاهدته.

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023



- أيضاً كان يمكنك اختيار كلمات رئيسية محددة Keywords، دعنا نَقُل أن لديك علامة تجارية لقص شعر الذقن، يمكنك في الواقع استخدام الكلمة الرئيسية مثل أفضل أدوات قص شعر الذقن، ثم تظهر في جميع مقاطع الفيديو التي يتم تصنيفها لتلك الكلمة الرئيسية keyword .
- إذا اعتدت أن تكون قادراً على فعل هذا فلم يعد بإمكانك فعل ذلك الآن.

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

السؤال الآن..

لماذا تتخلص Google من اختيارات الاستهداف القوي؟

- تعتقد Google أن الذكاء الاصطناعي AI وأن خوارزميتها القوية Google Algorithm يمكنها بالفعل العثور على عملاء بسعر أرخص من حملات استهداف مواضع العرض Placement Targeting والكلمات الرئيسية Keywords Targeting



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023



- الكثير من الأشخاص أعتقد أن هذا صحيح، أعتقد أن Google تعرف عملائك وبياناتهم أفضل بكثير من أي مجهود يقوم به المسوّق الفردي Marketer
- لكن الحصول على البيانات الأولية Initial Data في حساب إعلاني جديد تماماً يعتبر أصعب قليلاً وأكثر سعراً أيضاً، ولكنه بمجرد حصولك على هذه البيانات الأولية، تكون خوارزميات جوجل قوية جداً لدرجة أنها في نهاية المطاف تصل بك إلى ربحية أكثر من تلك الحملات القديمة Targeted Placement

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023



- عندما قدمت Google لأول مرة التكلفة المستهدفة للاكتساب Target CPA قبل بضع سنوات، كان الجميع يستخدمون خيار عرض أسعار التحويلات إلى الحد الأقصى Maximize Conversions، وكانوا يحصلون على نتائج جيدة ومرضية جداً.
- وبعد ذلك عندما ظهرت تكلفة الاكتساب المستهدفة لأول مرة Target CPA كانت ضعيفة بعض الشيء ، ولم يكن أدائها جيداً مثل زيادة التحويلات Maximize Conversions
- ولكن ببطء ومع زيادة قوة خوارزمية Google، أصبح عرض التسعير المفضل هو Target CPA وأصبح أكثر ملاءمة من معظم حملات اختيارات الاستهداف الأخرى.
- أيضاً متوقع حدوث مثل ذلك مع الذكاء الاصطناعي الذي سيثبت نجاحه وتفاعله مع خوارزميات جوجل بمرور الوقت أكثر فأكثر.

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

الاستهداف الديموجرافي Demographic Targeting



- دعنا نلقي نظرة على ما تبقى من اختيارات الاستهداف المتاحة لنا..
- إن اختيار الاستهداف الأساسي Targeting Option المتاح لك عند تشغيل الإعلانات هو الاستهداف الديموجرافي Demographic Targeting، لذا فأنت قادر على تكوين جمهور بناءً على: عمر شخص ما، جنسه، الحالة الأبوية، دخل الأسرة، ويمكنك حتى الدخول في صفات محددة مثل إذا كان طالباً جامعياً أم لا، إذا كانوا مالكيين لمنزل خاص أو والداً جديداً لطفل جديد.. وهكذا.
- يمكنك أيضاً الاستهداف عبر الجغرافيا وأماكن السكن أو التجمعات واللغات المستخدمة، كل ذلك من خلال الاستهداف الديموجرافي.

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

- الاستهداف لشرائح المعلومات السابقة Data Segment
النوع الثاني من اختيارات الاستهداف المتاح لك هو شرائح البيانات الخاصة بك Data Segments ، لذا فهؤلاء هم الجمهور الذي نعتد على تفاعلاتهم السابقة مع المحتوى الخاص بنا، سواء كان ذلك من خلال مقاطع الفيديو الخاصة بنا على قناة يوتيوب الخاصة بنا أو إعلانات الفيديو السابقة التي قمنا بتشغيلها من قبل ويمكنك استهداف الأشخاص باستخدام شرائح البيانات هذه.
- يمكنك أيضاً عرض إعلاناتك على الجماهير التي تفاعلت بالفعل مع موقع الويب الخاص بك، وهذا ما يسمى بإعادة التسويق Remarketing



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

استهداف مطابقة العملاء Customer Match



- وسيكون هذا جمهوراً مبنياً على بيانات العملاء Online أو Offline، لذا فكر في قوائم البريد الإلكتروني التي تم جمعها أو قائمة أرقام هواتف أو بيانات إعلانات Google إذا كنت تقوم بتشغيل إعلانات PPC (Pay-per-click is an internet advertising model used to drive traffic to websites) في الماضي. إذا كنت ترغب في تجميع تلك البيانات، يمكنك استهداف هؤلاء الأشخاص برسائل إلى بريدهم الإلكتروني أو أرقام هواتفهم.

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

استهداف شرائح متشابهة Similar Segments

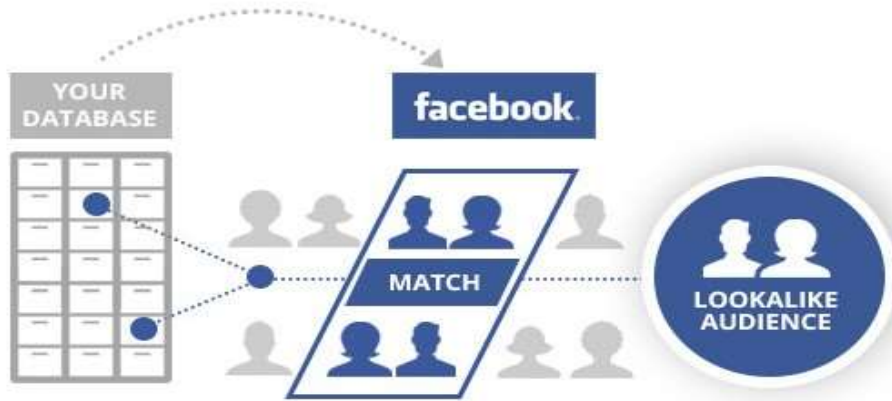
- إذا قمت بتشغيل إعلانات فيسبوك قبل ذلك، فسيكون ذلك مثل الجماهير

المشابهة Lookalike Audiences

لذا فإن اختيار الاستهداف هذا يساعدك بشكل أساسي من خلال توسيع نطاق الوصول إلى جمهورك الأفضل أداءً من خلال استهداف مستخدمين جدد بخصائص مماثلة تناسب:

1. شرائح البيانات الخاصة بك Data Segment

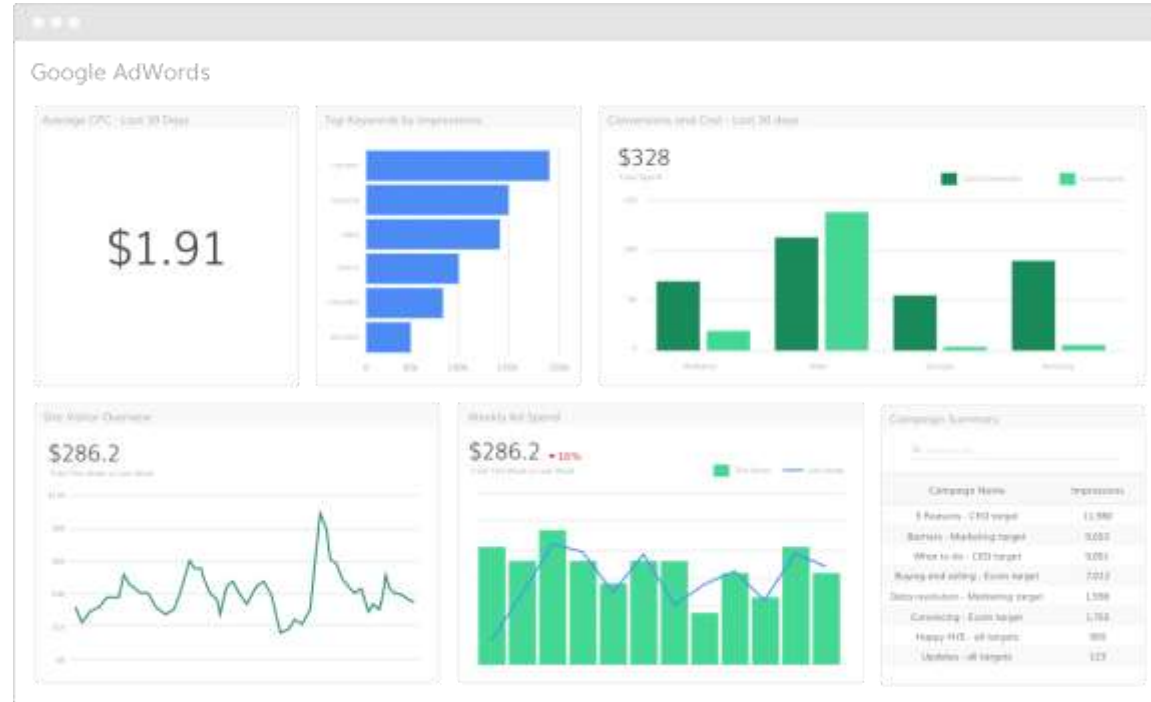
2. قوائم مطابقة العملاء Customer Match



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

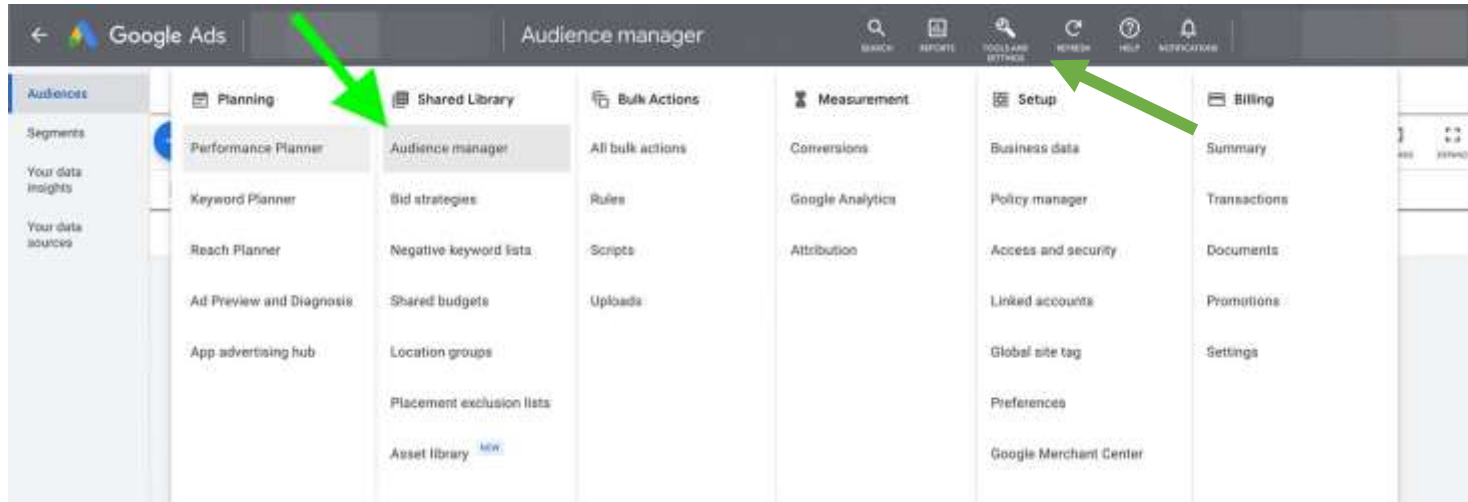


إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

يمكنك معرفة أماكن وجود خيارات الاستهداف هذه، وكيفية إعداد لوحة التحكم في الإعلانات AdWords Dashboard
ستقوم بالنقر فوق الأدوات والإعدادات.. وهناك طريقتان للقيام بذلك..



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

الطريقة الأولى.. عن طريق مدير الجمهور Audience Manager

هنا ستتمكن من إنشاء جماهير جديدة بناءً على خيارات الاستهداف Targeting Options المختلفة الخاصة بك..

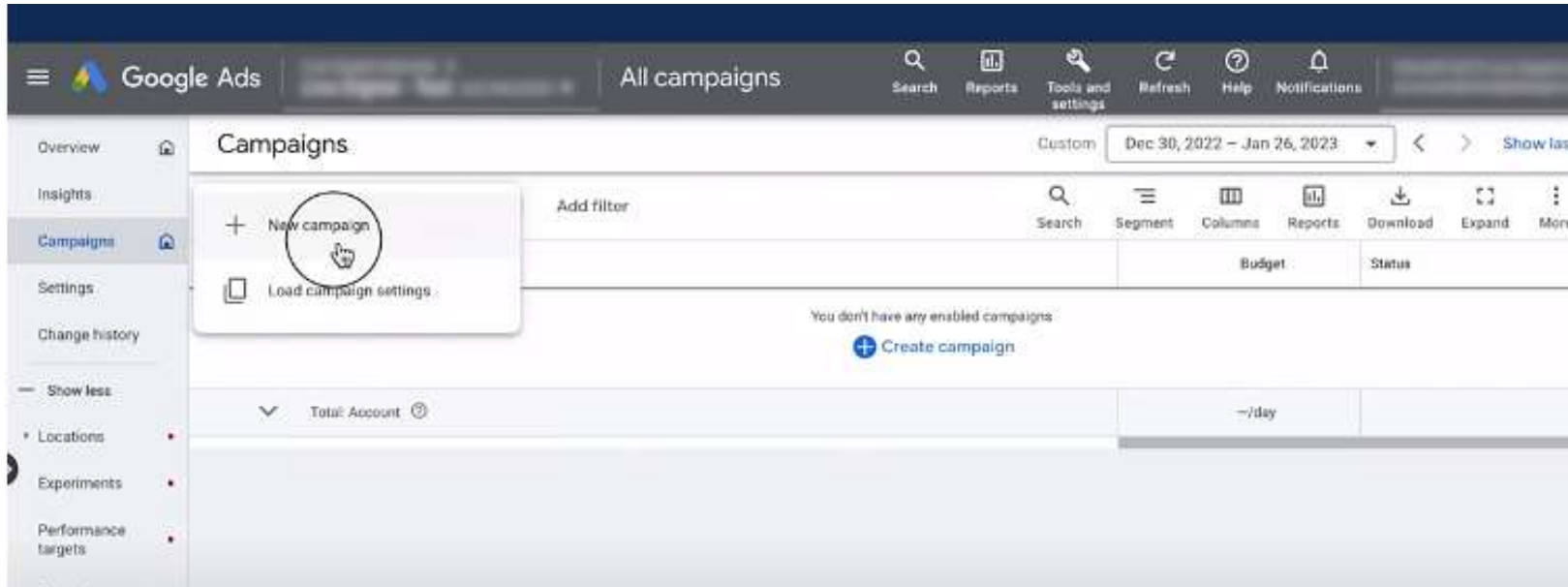
Type	Membership status
People who interacted with your YouTube channel or videos	Open
Website visitors	Open
Website visitors	Open

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

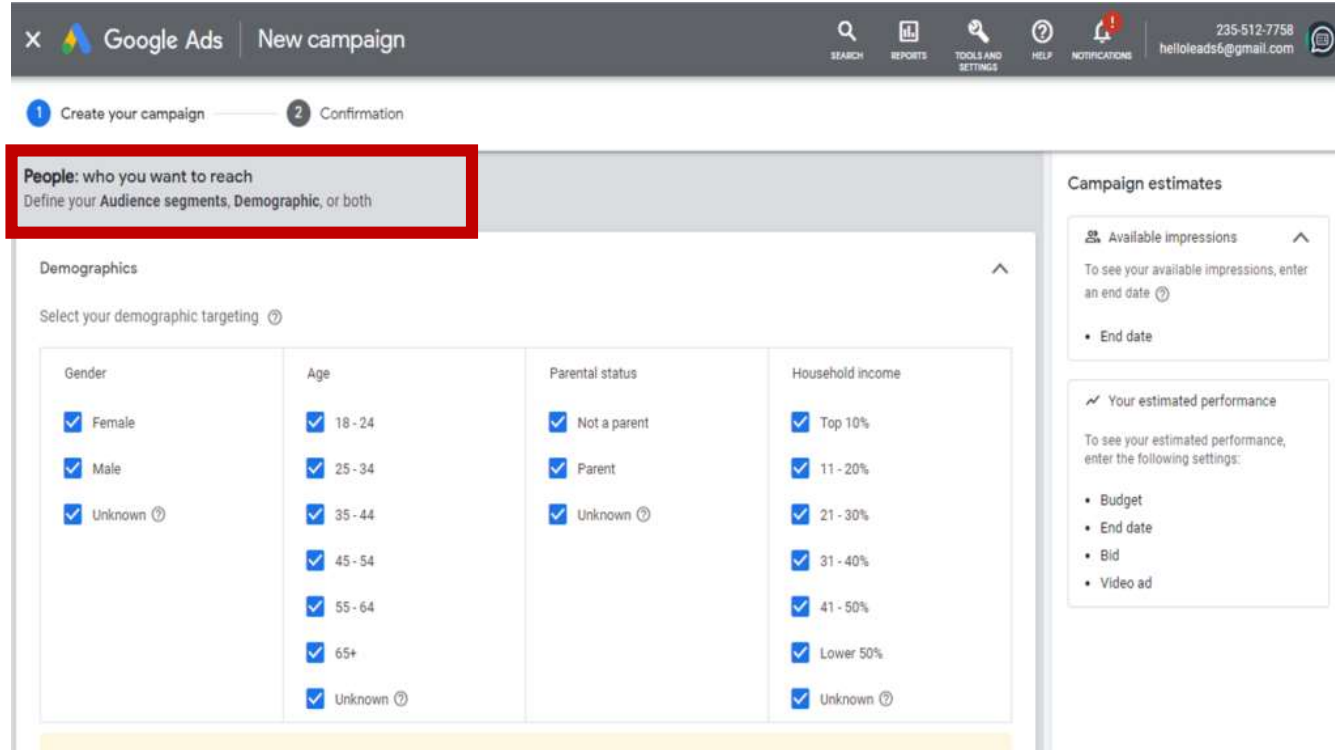
الطريقة الثانية.. عن طريق إنشاء حملة جديدة New Campaign
أي من خلال حملاتك نفسها، لذا سنأتي هنا لإنشاء حملة جديدة تماماً..



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard



Google Ads | New campaign

1 Create your campaign 2 Confirmation

People: who you want to reach
Define your Audience segments, Demographic, or both

Demographics

Select your demographic targeting

Gender	Age	Parental status	Household income
☒ Female	☒ 18 - 24	☒ Not a parent	☒ Top 10%
☒ Male	☒ 25 - 34	☒ Parent	☒ 11 - 20%
☒ Unknown	☒ 35 - 44	☒ Unknown	☒ 21 - 30%
	☒ 45 - 54		☒ 31 - 40%
	☒ 55 - 64		☒ 41 - 50%
	☒ 65+		☒ Lower 50%
	☒ Unknown		☒ Unknown

Campaign estimates

Available impressions

To see your available impressions, enter an end date

- End date

Your estimated performance

To see your estimated performance, enter the following settings:

- Budget
- End date
- Bid
- Video ad

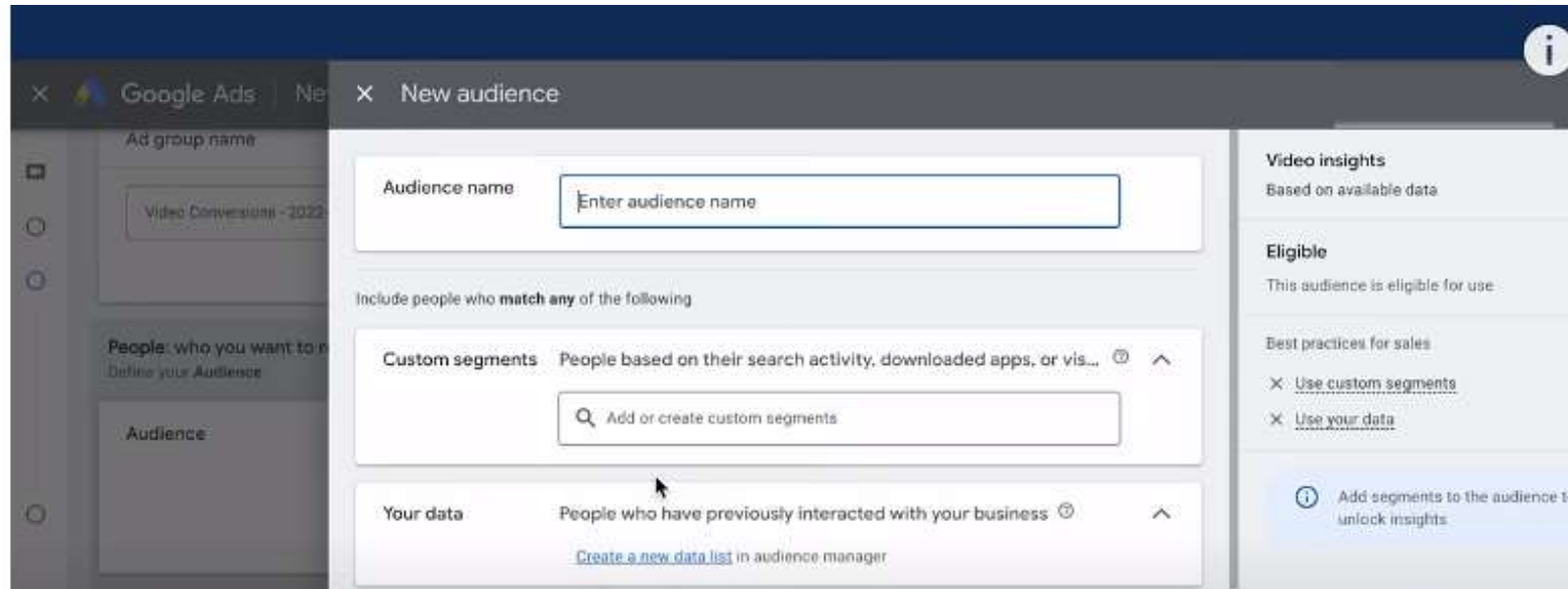
سنقوم بالنزول لأسفل إلى حيث يمكننا
رؤية الجمهور والطريقة التي سنفعل بها
ذلك في منطقة الأشخاص People..
لذلك هذا بالضبط هو المكان الذي
نختار فيه الجمهور المثالي لإعلاناتنا..

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

ما يمكنك فعله هو النقر
فوق إنشاء جمهورك وهذا
سيعطيك جميع اختيارات
الاستهداف المختلفة.
كما ذكرت، ستحصل على
جميع الخيارات
الديموغرافية الصغيرة مثل
الحالة الأبوية والعمر
والجنس وأيضاً الدخل.. إلخ

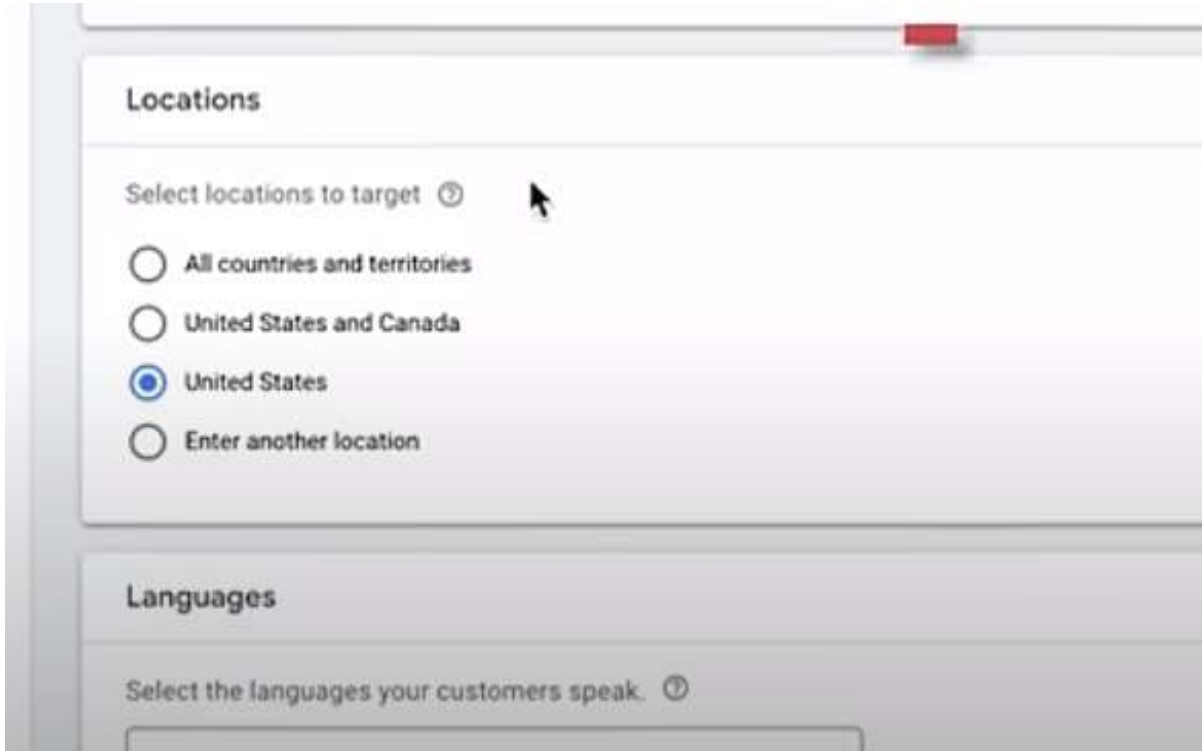


إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

ويمكنك أيضاً استهداف مناطق ومواقع
جغرافية By Locations
بالإضافة إلى استهداف اللغات Languages



The screenshot shows the 'Locations' and 'Languages' targeting options in the Google AdWords dashboard. The 'Locations' section is active, showing a list of location targeting options. The 'United States' option is selected with a blue radio button. The 'Languages' section is partially visible below it.

Locations

Select locations to target ⓘ

- ☐ All countries and territories
- ☐ United States and Canada
- ☒ United States
- ☐ Enter another location

Languages

Select the languages your customers speak. ⓘ

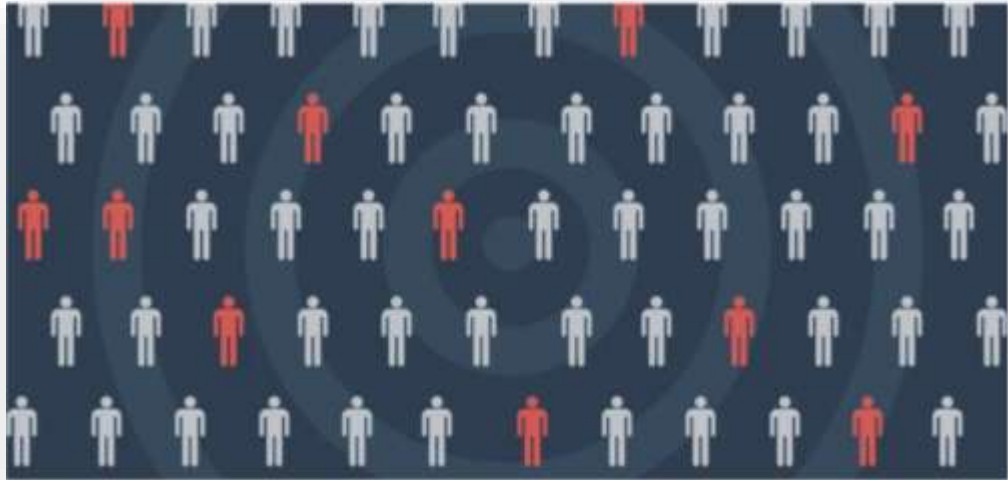
إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

خيارات الاستهداف الأكثر تقدماً More advanced targeting options

1. اختيار الاستهداف القائم على الاهتمامات Interest-based targeting option
2. شرائح مخصصة Custom Segments



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

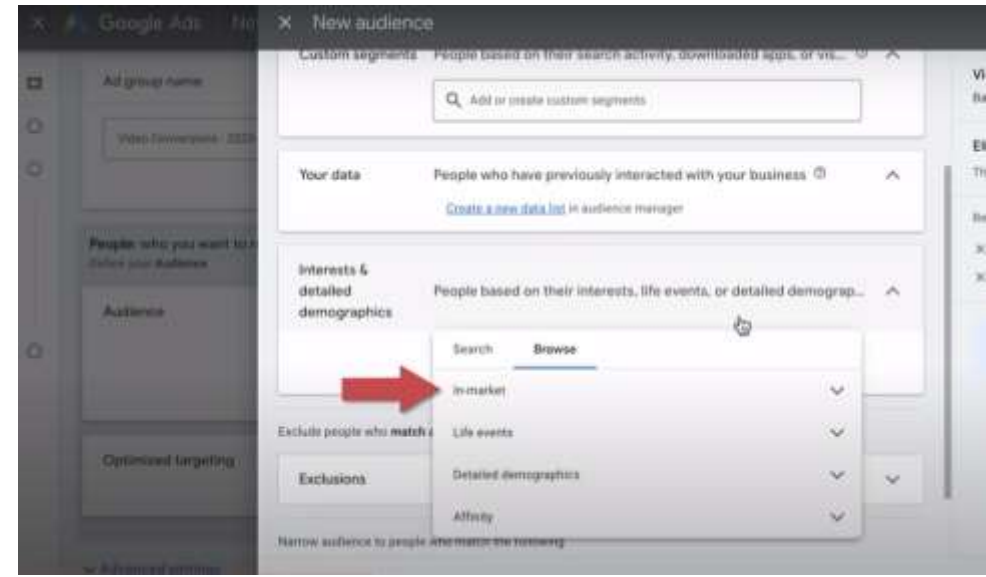
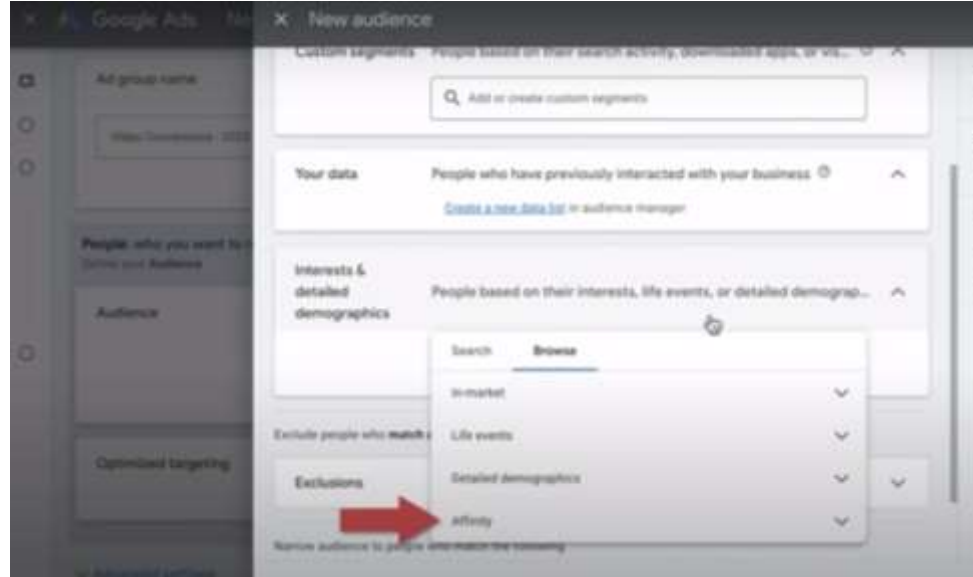


1. اختيار الاستهداف القائم على الاهتمامات Interest- based targeting option
ونوعي الجماهير اللذان نريد تغطيتهما هنا هما :
 1. الجماهير في السوق In-Market Audiences
 2. الجماهير المتقاربة أو المتشاركة Affinity Audiencesفما هو الفارق بينهما ؟

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

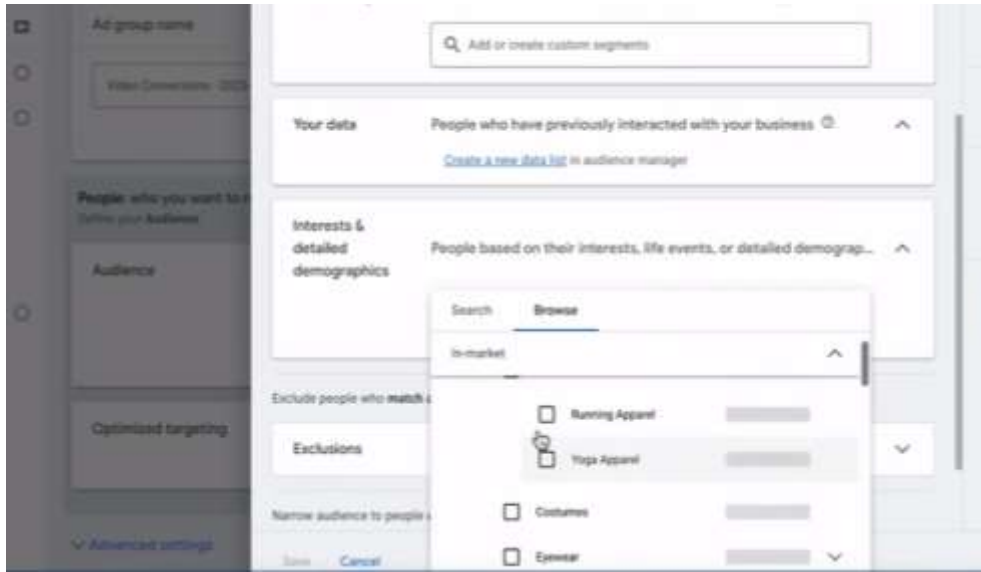
لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard



ال جماهير في السوق In-Market Audiences
هم الأشخاص الذين يتطلعون باهتمام للشراء الفعلي لشيء ما
من اهتماماتهم المحددة.

على سبيل المثال:

للمهتمين بالملابس الرياضية، مثل أحذية الجري، الجمهور هنا
هم هؤلاء الأشخاص الذين يتطلعون باهتمام لشراء شيء ما في
فئة أحذية الركض أو الجري وهذه الأنواع من الاستهدافات
فعالة للغاية، لأن العميل شبه مستعد لإتمام عملية الشراء.

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

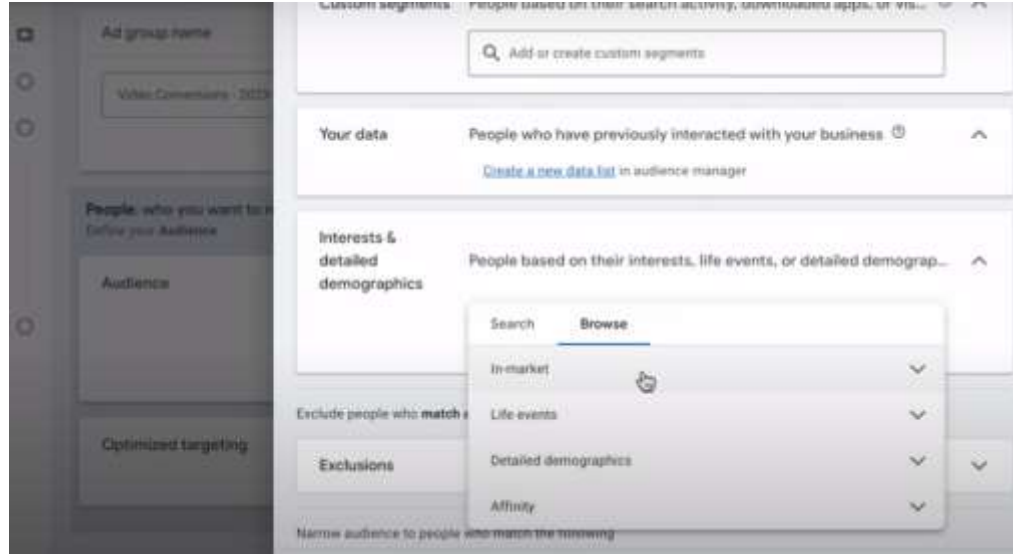


ال جماهير المتقاربة أو المتشاركة Affinity Audiences
تتكون الجماهير ذات الاهتمامات المشتركة من أشخاص مهتمين
عموماً بنفس الاهتمام أو موضوع معين.
لذا فإن الأمثلة على ذلك قد تكون الأشخاص المهتمين على
سبيل المثال بالأخبار أو السياسة، فيمكنك التجول في اختيارات
الاستهداف، وإلقاء نظرة على ما هو متاح لعملك الواقع في بؤرة
اهتمامهم وهو على سبيل المثال Media Production

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard



ال جماهير في السوق In-Market Audiences
الآن ما نوصي به للأشخاص المبتدئين هو ملاحقة
الأشخاص داخل جمهور السوق In-Market Audiences

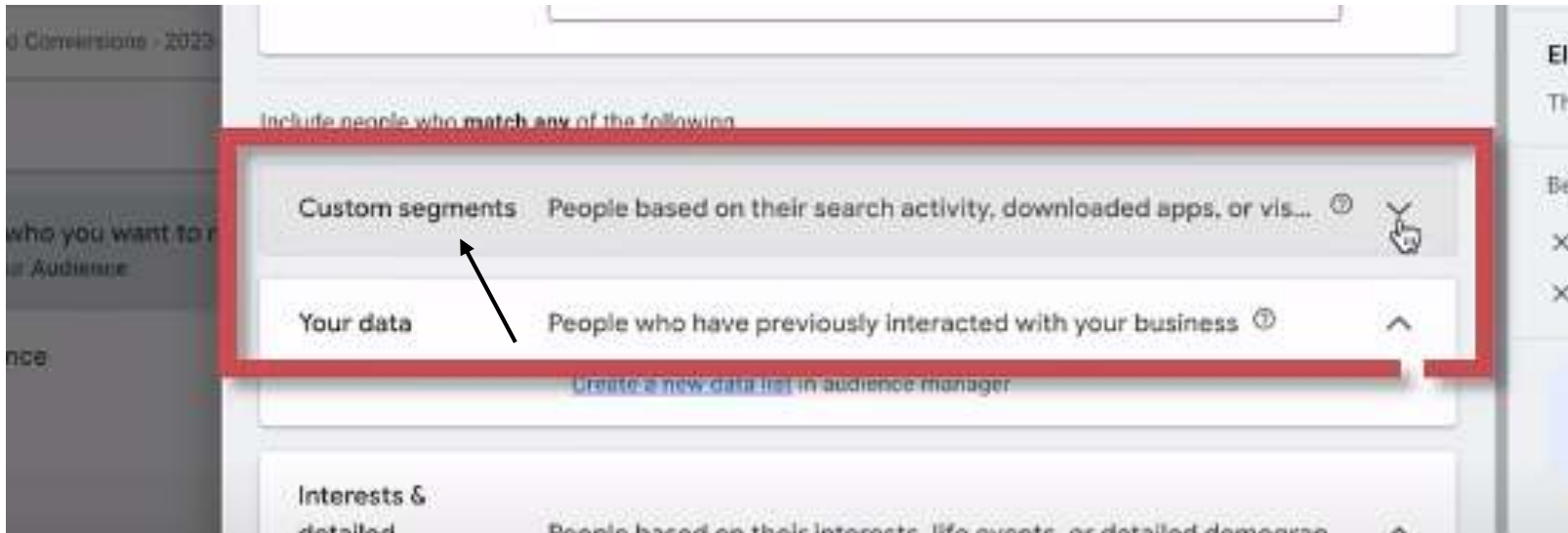
إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

2. شرائح مخصصة Custom Segments

الاستهداف التالي متاح لك عبارة عن شرائح مخصصة Custom Segments وستكون هذه شرائح جمهور تم إنشاؤها بواسطة Google بناءً على بعض المعايير الخاصة بـ Algorithm



إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

Audience name: Enter audience name

Exclude people who match any of the following segments

Custom segments: People based on interests, demographics, and other attributes

Your data: People who have interacted with your business

Ads using audience targeting must comply with the [Personalized advertising policy](#). Sensitive keywords will serve contextually only, or may not serve at all. All campaigns are subject to the Google Ads advertising policies and may not contain any inappropriate content. [Learn more](#)

Segment name:

Include people with following interests or behaviors

☐ People with any of these interests or purchase intentions

☒ People who searched for any of these terms on Google

Only on campaigns running on Google properties. On other campaigns, terms will be used as interests or purchase intentions.

Add Google search terms

Expand segment by also including:

running

Google search term ideas

best running shoes for long runs

asics marathon running shoes

running run

• أحد هذه المعايير هو الجماهير المعتمدة على الأشخاص الذين بحثوا عن أشياء معينة في Google، مثل البحث الفعلي في Google search engine، وستضع بشكل أساسي كلمات رئيسية وستقوم Google بتكوين جمهور من الأشخاص التي تبحث فعلياً عن هذه المصطلحات.

• لذا دعنا نقوم بإنشاء كلمة رئيسية Keyword مثل الجري Running، ونرى ما الذي تضعه Google

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

قامت Google بوضع:

- "Best running shoes for long runs" أفضل أحذية الجري لمسافات طويلة
- لذلك ذهبت Google وقامت بالبحث، ووجدت جمهوراً من الأشخاص الذين قد يبحثون عن تلك الأحذية الرياضية بالفعل.

× New custom segment

Ads using audience targeting must comply with the [Personalized advertising policy](#). Sensitive keywords will serve contextually only, or may not serve at all. All campaigns are subject to the Google Ads advertising policies and may not contain any inappropriate content. [Learn more](#)

Segment name

Include people with following interests or behaviors ⓘ

☐ People with any of these interests or purchase intentions ⓘ

☒ People who searched for any of these terms on Google ⓘ
Only on campaigns running on Google properties. On other campaigns, terms will be used as interests or purchase intentions.

best running shoes for long runs ×

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard

- الآن على غرار شرائح الجمهور في السوق In-Market Audiences، يمكنك أيضاً إنشاء شرائح مخصصة Custom Segment مع الأشخاص الذين أظهروا نوعاً ما نية الشراء.

X New audience X New custom segment

Ads using audience targeting must comply with the [Personalized advertising policy](#). Sensitive keywords will serve contextually only, or may not serve at all. All campaigns are subject to the Google Ads advertising policies and may not contain any inappropriate content. [Learn more](#)

Segment name

Include people with following interests or behaviors

☒ People with any of these interests or purchase intentions

☐ People who searched for any of these terms on Google
Only on campaigns running on Google properties. On other campaigns, terms will be used as interests or purchase intentions.

Add interests or purchase intentions

Expand segment by also including:

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard



ما هو الفرق بين هذه الشرائح
المخصصة Custom Segments ذات النوايا
الشرائية و الجماهير في السوق In-Market
Audiences؟

- اختصاراً.. هنا يمكنك الحصول على جمهور
أكثر تحديداً..

إعلانات يوتيوب الجديدة 2023

New Youtube Ads 2023

لوحة جوجل للتحكم في الإعلانات
Google AdWords Dashboard



Include people with following interests or behaviors ⓘ

☒ People with any of these interests or purchase intentions ⓘ

☐ People who searched for any of these terms on Google ⓘ
Only on campaigns running on Google properties. On other campaigns, terms will be used as interests or purchase intentions.

trail running Press Enter to add

Interests or purchase intention ideas ⓘ

Ex ultra trail running shoes

Pe ultra trail running

Pe trail running race

- مثال على ذلك.. لنفترض أنك تباع نوعاً معيناً من أحذية الجري Trail Running وتريد أن تحصل على جمهور مخصص جداً مهتم بهذا النوع من الأحذية.

- لقد قمت الآن بإنشاء شريحة جمهور مخصصة بناءً على نوايا الشراء الفورية Purchasing Instant Intentions والتي تكون أكثر تحديداً من مجرد أحذية الركض العادية، ولهذا السبب يعد هذا أكثر قوة لخيارات الاستهداف.



المحاضرة السابعة

تتبع التحويلات Conversions Tracking



تتبع التحويلات Conversions Tracking



أنت الآن على دراية بجميع خيارات الاستهداف المختلفة المتاحة لك..

قبل أن تتمكن من المضي قدماً والبدء في تشغيل الإعلانات Running Ads، يجب علينا التحدث عن شيء آخر الآن..

سؤال هام: هل يعمل إعلاني بشكل صحيح؟

تتبع التحويلات Conversions Tracking

- إنك تنفق الكثير من المال وأنت متواجد للإعلان على اليوتيوب وتعطي Google الكثير من الأموال..

- كل هذه الأموال التي تقوم بإنفاقها في الواقع، هل تعود عليك بالأرباح ROI ؟

- إذن أنت تريد أن تتمكن من تتبع أداء حملتك الإعلانية Tracking وأفضل طريقة للقيام بذلك من خلال ما يسمى "Conversion Tracking" والتي يمكن أن تكون موضوعاً عميقاً للغاية.



تتبع التحويلات

Conversions Tracking

- إذا كنت شخصاً سينفق الكثير من المال على إعلانات Youtube أو سيكون لديك نشاط تجاري معقد للغاية، فإننا نوصي إما بتوظيف شخص ما لإعداد تتبع التحويل لك Conversion Tracking أو استخدام شركة تابعة لجهة خارجية 3rd Party Company

- سنقوم بتفصيل كيفية إعداد تتبع التحويل Conversion Tracking والأساسيات الخاصة بها وهذا من شأنه أن يساعدك على المضي قدماً لاحقاً والبحث باستفاضة في هذا الموضوع العميق.



تتبع التحويلات

Conversions Tracking

ما هو المقصود بتتبع التحويلات Conversion Tracking



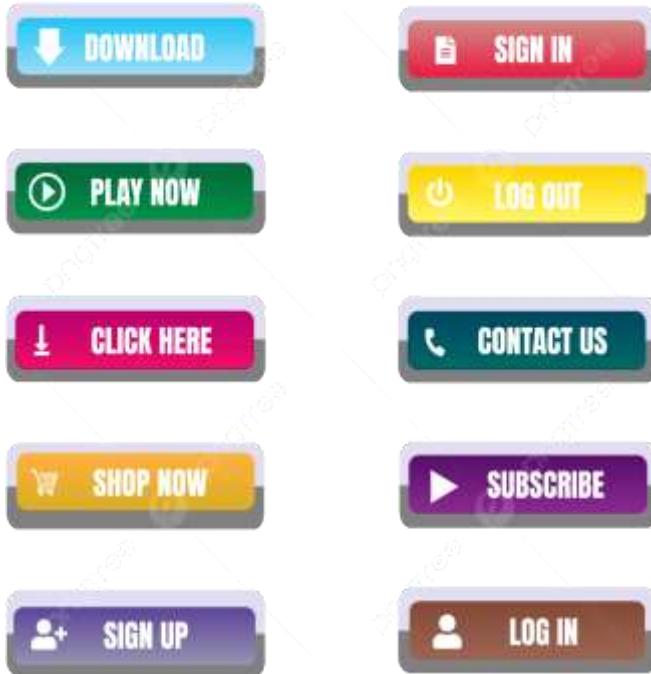
- إنه يتتبع بشكل أساسي عملائك ورحلتهم بالكامل فيما يتعلق بك خارج وداخل موقعك الإلكتروني Customer Journey.
- كما ذكرنا من قبل، فإن التحويلات Conversions هي إجراءات يتخذها العميل على موقع الويب الخاص بك بعد رؤية إعلانك.
- وبالتأكيد تريد تسجيل كل تحويل أو حتى كل إجراء يتخذه عملاؤك في كل خطوة في رحلتهم إليك ولديك.

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

- تريد أيضاً قياس Measuring هذا على طول رحلة العميل.

- لذا إذا كنت شركة تجارة إلكترونية Ecommerce Company وربما تباع منتجات التجارة الإلكترونية Ecommerce Products، فأنت تريد أن تكون قادراً على تتبع عملائك الذين ينقرون على إعلانك Click ad ثم ينتقلون إلى صفحة المنتجات أو الصفحة المقصودة المخصصة للإعلان Landing Page وأنت أيضاً تريد تتبع جميع الأشخاص الذين قاموا بالضغط على "إضافة إلى سلة التسوق" Add to cart or Shop now أو مهما كان Call to action button الذي قمت بإعداده



تتبع التحويلات

Conversions Tracking



- تريد أيضاً تعيين قيم Values لهذه التحويلات، لذا في حالة الشراء، فستحتاج إلى تعيين قيمة - أياً كان سعر المنتج - لذا يمكنك الحصول على قيمة مرتبطة بهذا التحويل.
- لذلك ستتضمن كل عملية شراء سعر شراء أو بمعنى أوضح؛ سيتضمن كل تحويل الغرض منه الشراء سعر شراء.

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

- إذا كنت شخصاً يقوم بجمع العملاء المحتملين Leads، لذا فأنت تريد أن تكون قادراً على تتبع الأشخاص الذين وصلوا إلى صفحتك المقصودة Landing Page لجمع المعلومات، إما بإرسال أرقام هواتفهم أو عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بهم.
- بالإضافة إلى الوصول إلى صفحة الشكر الخاصة بك Thank you page (أي الصفحة الأخيرة).



تتبع التحويلات Conversions Tracking

ربما تكون شخصاً لديه مغناطيس لجذب العملاء المحتملين Lead Magnet، لذا فأنت تقدم أشياء مفيدة بدون مقابل مثل:

✓ ندوة مجانية عبر الإنترنت Webinar

✓ أو أنك تقدم ملف pdf مجاناً

✓ A video sales letter (VSL)

أو مثل هذه الأشياء، لتكون قادراً على تتبع التحويلات ووضعها في كل صفحة في رحلة العميل الخاصة بك في مسار التحويلات your customer funnel



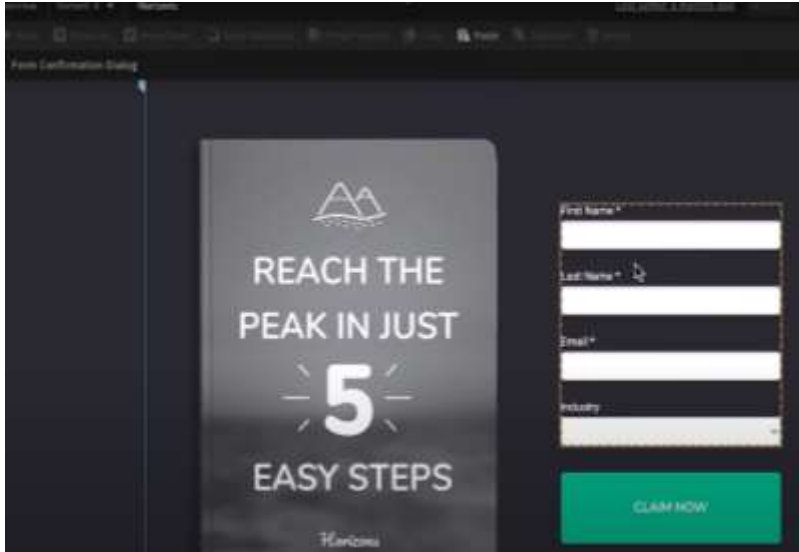
تتبع التحويلات

Conversions Tracking

- لنفترض أن بعض الأشخاص قد أتوا إلى موقعنا عن طريق البحث على جوجل أو شاهدوا إعلاناتنا ثم أتوا إلى موقعنا، لما وعدت به من ملف PDF مجاني، فسيرسلون عناوين البريد الإلكتروني E-mails الخاصة بهم ثم يحصلون على ملف pdf.

- هذا ما ستبدو عليه الصفحة المقصودة Landing Page..

- بمجرد إدخال رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بهم وبمجرد أن يضغط شخص ما على زر Claim Now، يتم نقلهم إلى صفحة الشكر Thanks Page، والطريقة التي سنقوم بها لإعداد تتبع التحويل Conversion Tracking تشبه ذلك إلى حد كبير.



تتبع التحويلات

Conversions Tracking

- أيضاً، دعنا نقول بدلاً من ملء نموذج Form وملف PDF المجاني، ربما كان لديك صفحة منتج ومن ثم يمكن لشخص ما النقر فوق زر الشراء الآن Buy now button

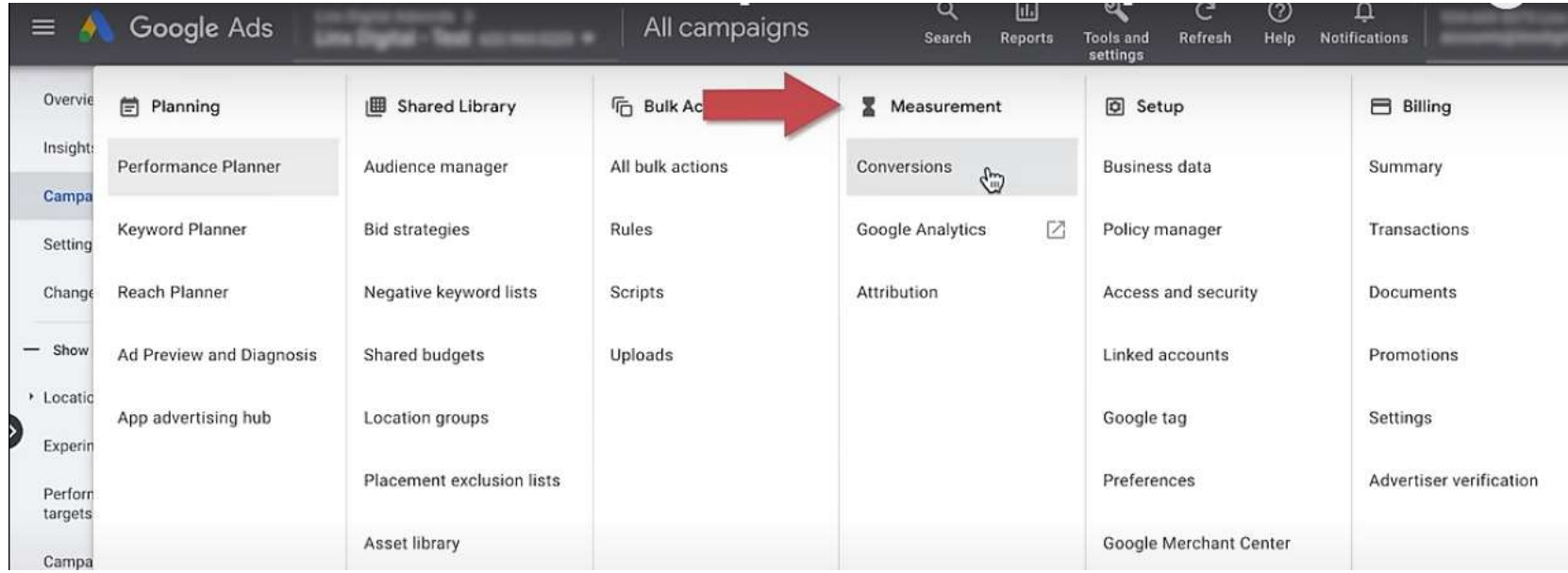
Thanks! Check Your
Email for Lead Magnet

- ربما كنت تبيع كتاباً إلكترونياً E-book أو حتى كتاباً مادياً Physical book ومرة أخرى ستنتهي رحلة العميل عند صفحة الشكر ستكون متشابهة جداً.

تتبع التحويلات

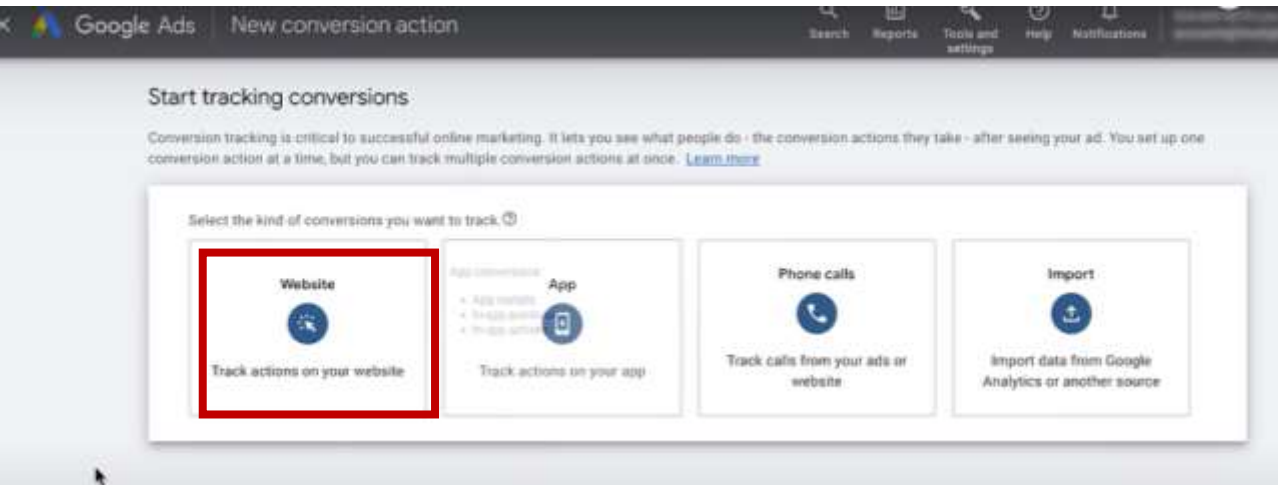
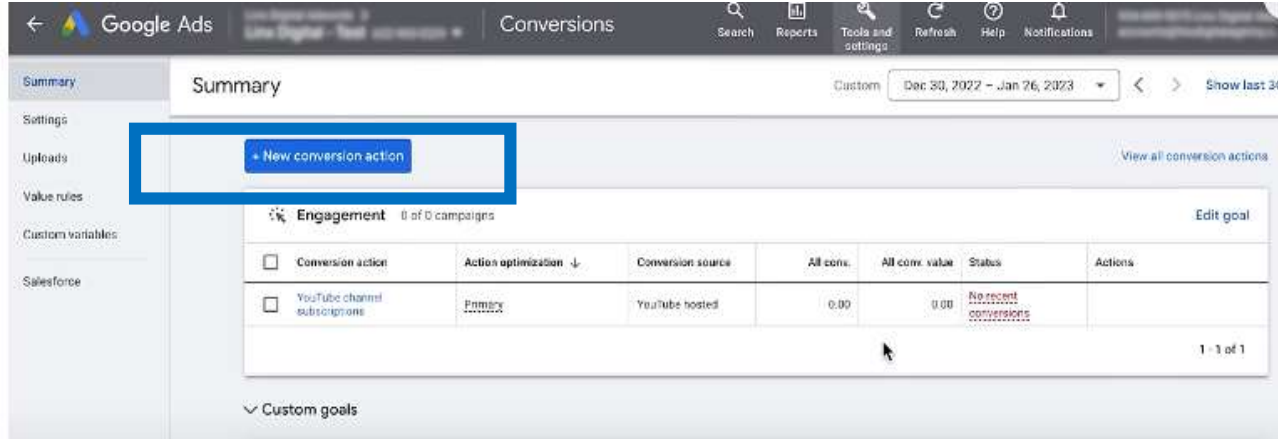
Conversions Tracking

- ستذهب إلى لوحة تحكم AdWords Dashboard الخاصة بك،
- ثم تنتقل إلى الأدوات والإعدادات، وتحت علامة "القياسات" Measurements ستقوم بالنقر فوق التحويلات Conversions



تتبع التحويلات

Conversions Tracking



- هذه هي الطريقة التي تنشئ بها التحويلات..

- ستقوم بالنقر فوق إجراء تحويل جديد
New Conversion Action

- غالباً ستقوم بتتبع مواقع Websites وليس مكالمات هاتفية أو تطبيقات App

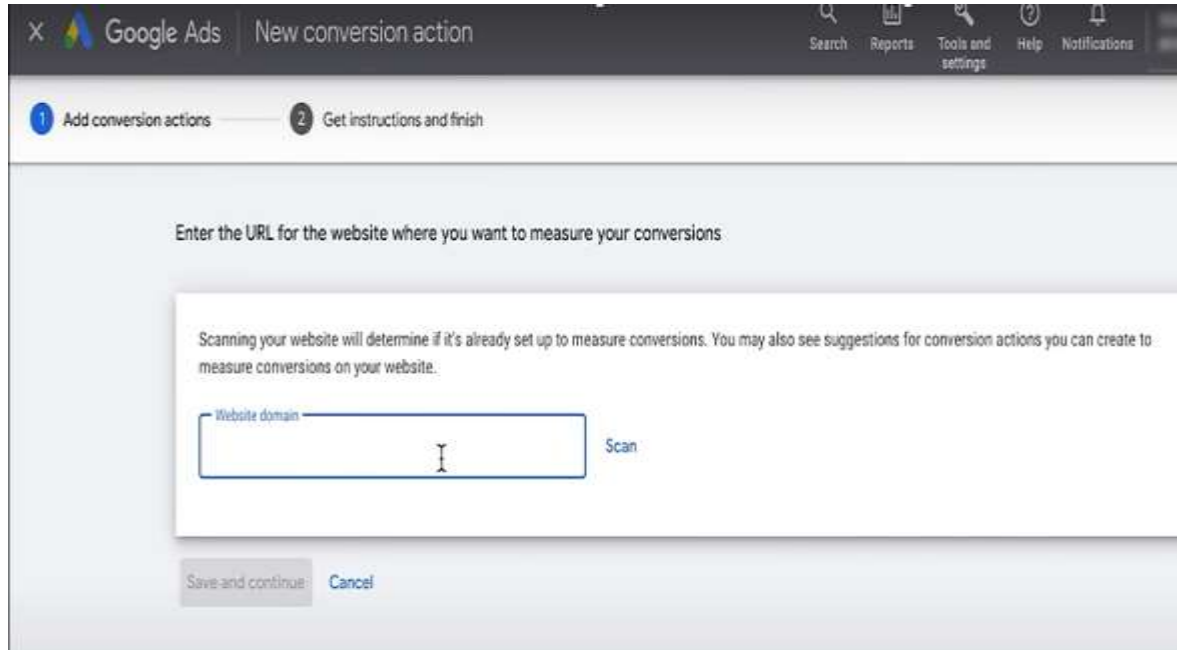
تتبع التحويلات

Conversions Tracking

- سنقوم بالنقر فوق مواقع Websites ووضع اسم الموقع.

- فسيقوم Google بالمسح Scan بشكل أساسي لمعرفة ما إذا كان قد تم إعداد وإعداد التحويلات.

- إذا لم يتمكن من العثور على أي شيء، سنضطر إلى إعداد إجراءات التحويل يدوياً Manual Conversion وفيما يلي الطريقة التي ستفعل بها ذلك..



تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

- ستعتمد كل صفحة على نظام تحميل الصفحة Page loading System وستمثل كل صفحة تحويلًا Conversion
- لذا في صفحتنا الأولى سيكون التحويل -يمثل إجراءً معيناً- يقوم به كل شخص يأتي ويعرض الصفحة View the first page

Form Confirmation Dialog

5
EASY STEPS
Horizons

Industry

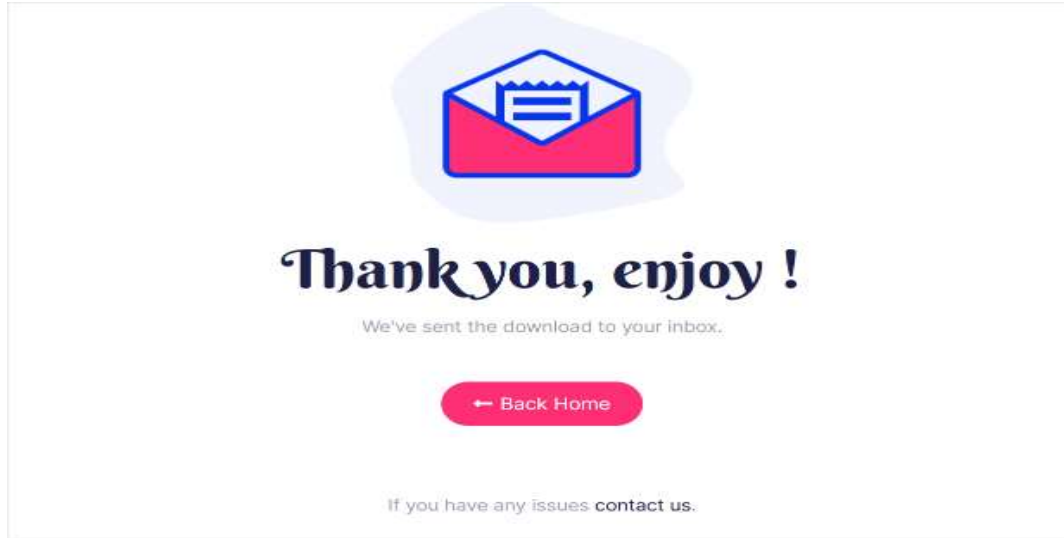
CLAIM NOW

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

ثم التحويل الثاني، عندما يصل البعض إلى صفحة الشكر، Thank you page هذا فقط بمجرد إرسال عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بهم e-mails لذا سيحدث التحويل الثاني عندما يصل شخص ما إلى هذه الصفحة

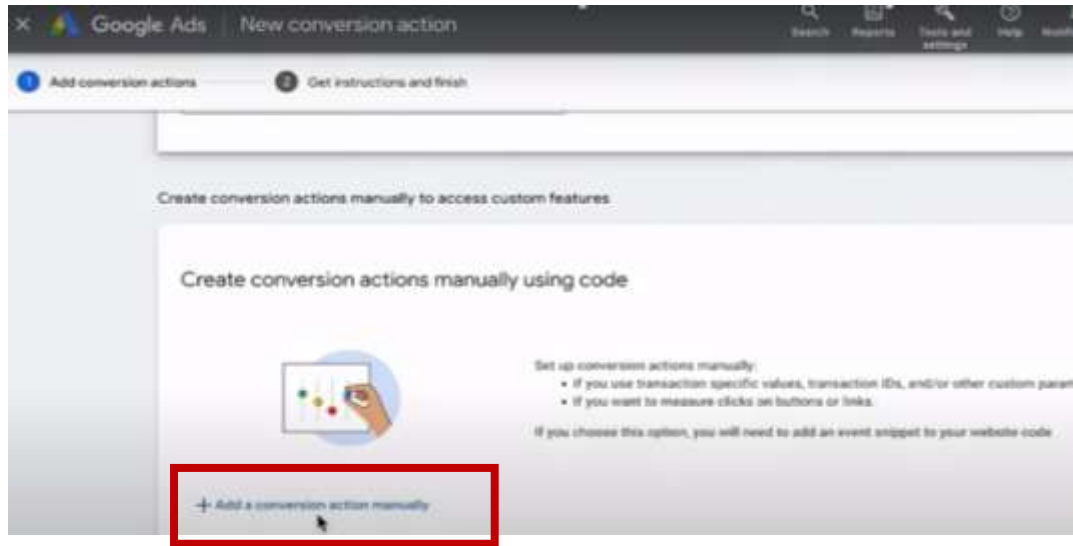


تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

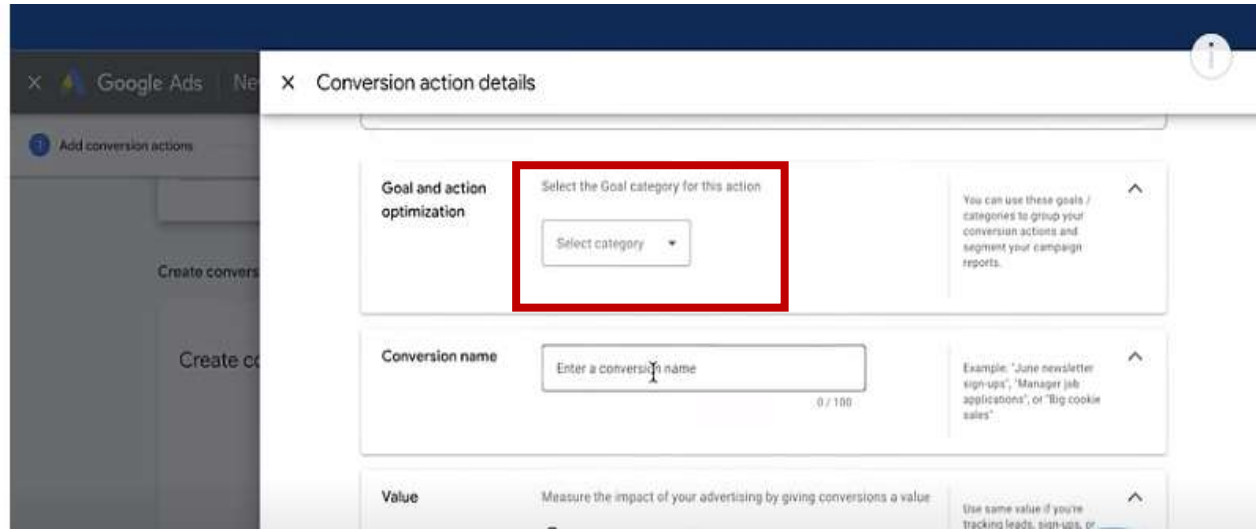
- أول شيء سنفعله هو الضغط على Add conversion action Manually ثم عرض الصفحة Page View للصفحة الأولى.



تتبع التحويلات

Conversions Tracking

- نختار هنا عرض الصفحة لأن هذا ما يفعله العميل ونحن نريد متابعته. ولكن هناك ستجد العديد من الاختيارات الأخرى.



Google Ads | Conversion action details

1 Add conversion actions

Create conversion action

Create conversion action

Goal and action optimization

Select the Goal category for this action

Select category

You can use these goals / categories to group your conversion actions and segment your campaign reports.

Conversion name

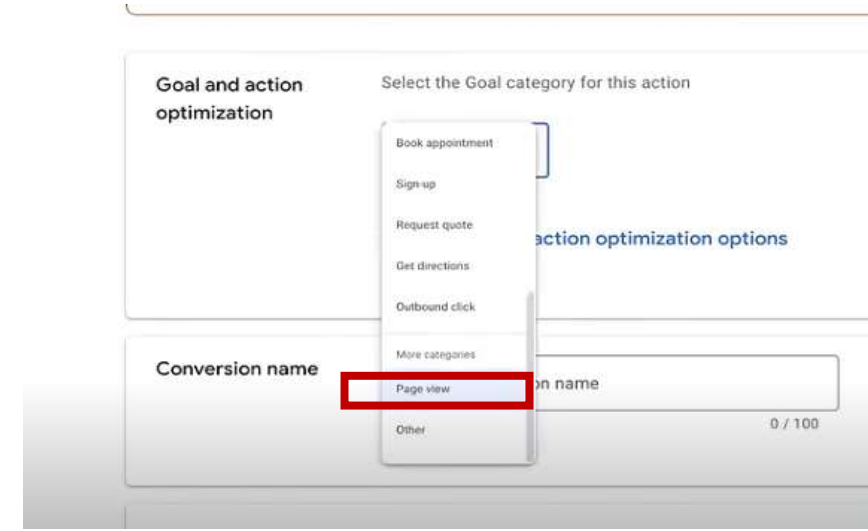
Enter a conversion name

Example: "June newsletter sign-ups", "Manager job applications", or "Big cookie sales"

Value

Measure the impact of your advertising by giving conversions a value

Use same value if you're tracking leads, sign-ups, or...



Goal and action optimization

Select the Goal category for this action

Book appointment

Sign up

Request quote

Get directions

Outbound click

More categories

Page view

Other

Conversion name

Enter a conversion name

Example: "June newsletter sign-ups", "Manager job applications", or "Big cookie sales"

Value

Measure the impact of your advertising by giving conversions a value

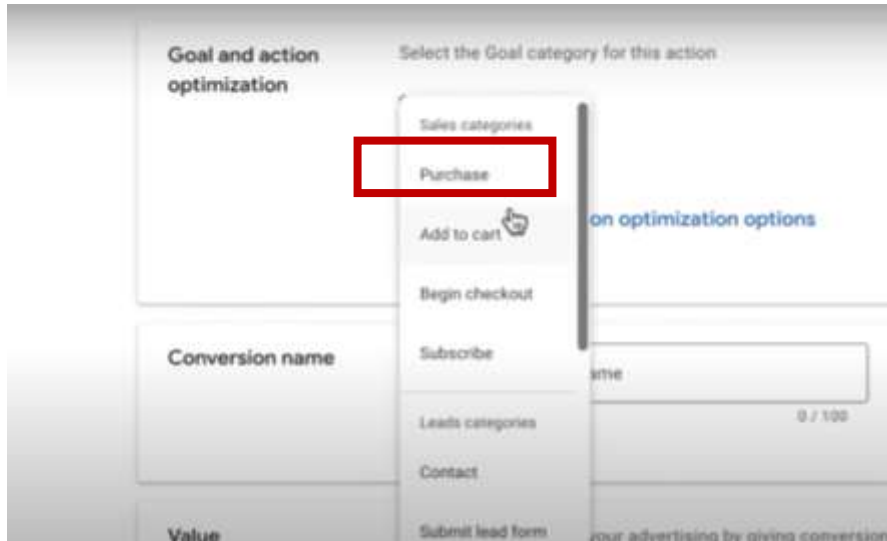
Use same value if you're tracking leads, sign-ups, or...

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

- إذا كنت تدير موقعاً للتجارة الإلكترونية e-commerce website على سبيل المثال، فبدلاً من النموذج الذي يتعين على شخص ما إرساله Submit والضغط على هذا الزر Claim now، فسيتم تغيير هذا الزر للشراء الآن Buy now



- فربما كنت تباع كتاباً إلكترونياً e-book أو حتى كتاباً مادياً Physical book مقابل سعر 5 دولارات، فيكون التحويل هنا يمثله كل عملية شراء Purchase conversion
- وكذلك مع باقي الاختيارات أو الاحتمالات المتاحة.

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

- سنقوم باختيار الاسم لهذا لتحويل وليكن "Test Pageview Conversion"

Conversion action optimization options

Conversion name 18 / 100

Value

Example: "Jun sign-ups", "Ma applications", "sales"

Measure the impact of your advertising by giving conversions a value

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

Value Measure the impact of your advertising by giving conversions a value

☐ Use the same value for each conversion

☐ Use different values for each conversion

☒ Don't use a value for this conversion action (not recommended)

Not recommended for most conversions because a value helps you measure the impact of your ads. With this choice, the conversion value is always 0.

Count Select how many conversions to count per click or interaction

☒ Every

Recommended for purchases because every purchase is valuable.

☐ One

Recommended for leads, sign-ups, and other conversions because only

If someone clicks your ad and completes 2 separate purchases on different occasions, 2 conversions are recorded.

[Learn more](#)

Value Measure the impact of your advertising by giving conversions a value

☒ Use the same value for each conversion

Each time a conversion happens, the same value is recorded.

Enter the value that should be used for this conversion action

US Dollar (USD \$) 1

☐ Use different values for each conversion

☐ Don't use a value for this conversion action (not recommended)

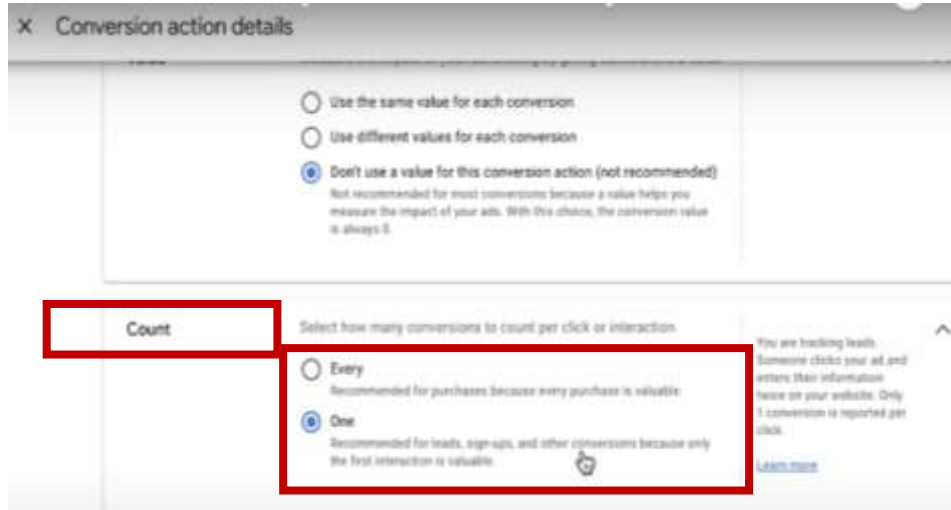
- ثم القيمة Value لكن لن نستخدمها هنا مع هذا التحويل إذا كنا نتتبع كتاب إلكتروني مجاني e-book إذا كنت مثلاً تباع الكتاب مقابل 1 دولار، سنقوم بوضعها في القيمة كما هو موضح.

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

- يعد العدد Count الآن مهماً للغاية ويكون على حسب نوع المنتج أو الخدمة التي تبيعها.
- على سبيل المثال هنا، الكتاب المجاني e-book، نريد فقط حساب تحويل واحد One Conversion لكل شخص يملأ النموذج Submit the form ولا نريد أن نحصل على تحويلات متكررة من الشخص نفسه لأنه لا يهمنا ولا يمثل أي إضافة، فنختار One
- ولكن إذا كنا ندير متجرًا للتجارة الإلكترونية e-commerce store ، فسنحسب كل عملية بيع فردية نحصل عليها وكل عملية شراء من قبل نفس الشخص، فنختار Every



تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

• قم بالإعدادات التالية لأفضل النتائج..

The screenshot displays the 'Conversion action details' interface for a manual conversion. It features three main sections for setting conversion windows:

- Click-through conversion window:** A dropdown menu is set to '30 days', highlighted with a red box. The text indicates conversions can happen days after an interaction.
- Engaged-view conversion window:** A dropdown menu is set to '3 days', highlighted with a red box. The text prompts the user to select how long to track conversions after a video engagement.
- View-through conversion window:** A dropdown menu is set to '1 day', highlighted with a red box. The text explains that a person may see an ad and convert later, known as a view-through conversion.

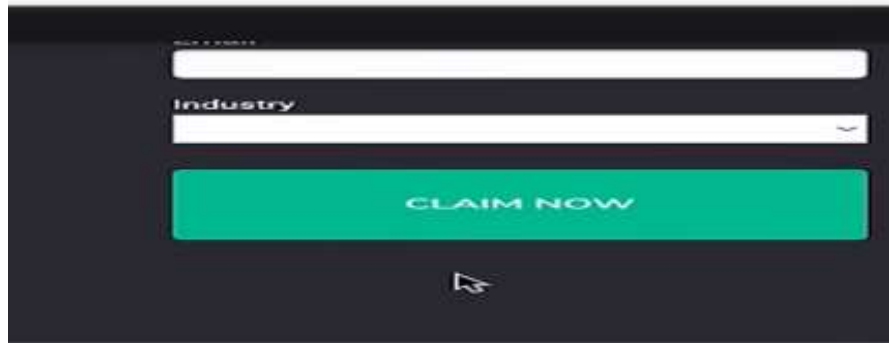
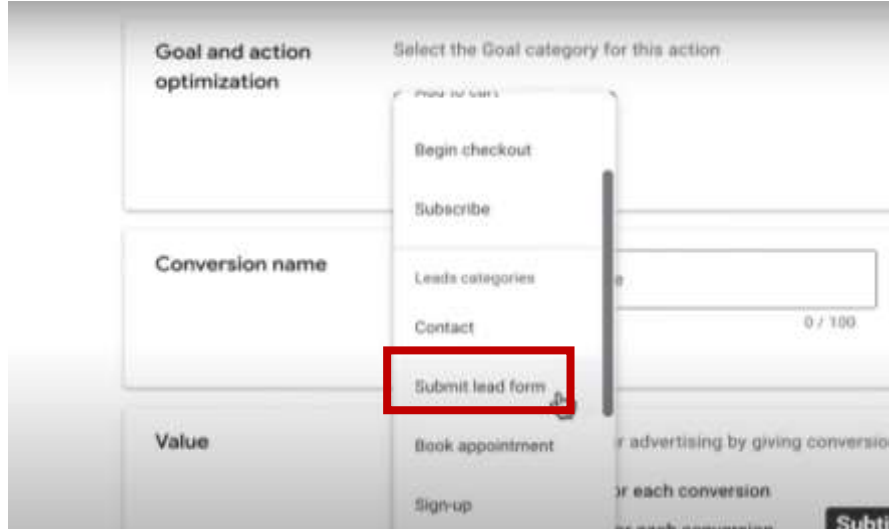
Each section includes a 'Learn more' link and an expand/collapse arrow.

تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

- التحويل الثاني Second Conversion هو للصفحة الثانية عندما يصل الأشخاص إلى صفحة شكراً لك Thank you page وبدلاً من عرض الصفحة Page view هذه المرة سأقول إن هذا الشخص قد أرسل نموذج عميل محتمل Submit lead form
- من الواضح أنهم أتوا إلى هذه الصفحة لأنهم قاموا بملء النموذج المقدم، لذلك سنقوم بتصنيف هذا على أنه إرسال نموذج العميل المحتمل Submit lead form



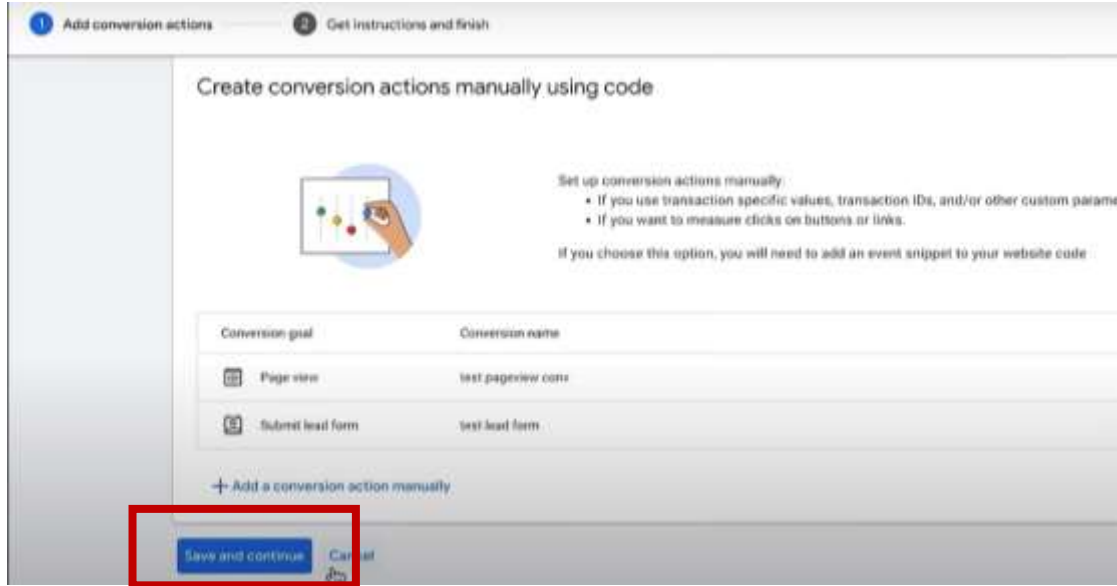
تتبع التحويلات

Conversions Tracking

التحويل اليدوي Manual Conversion

• دعنا نختار Submit lead form

• ثم نقوم بالحفظ بالضغط على
Save and Continue



1 Add conversion actions 2 Get instructions and finish

Create conversion actions manually using code

Set up conversion actions manually:

- If you use transaction specific values, transaction IDs, and/or other custom parameters
- If you want to measure clicks on buttons or links.

If you choose this option, you will need to add an event snippet to your website code.

Conversion goal	Conversion name
Page view	test pageview conversion
Submit lead form	test lead form

+ Add a conversion action manually

Save and continue Cancel



المحاضرة الثامنة

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

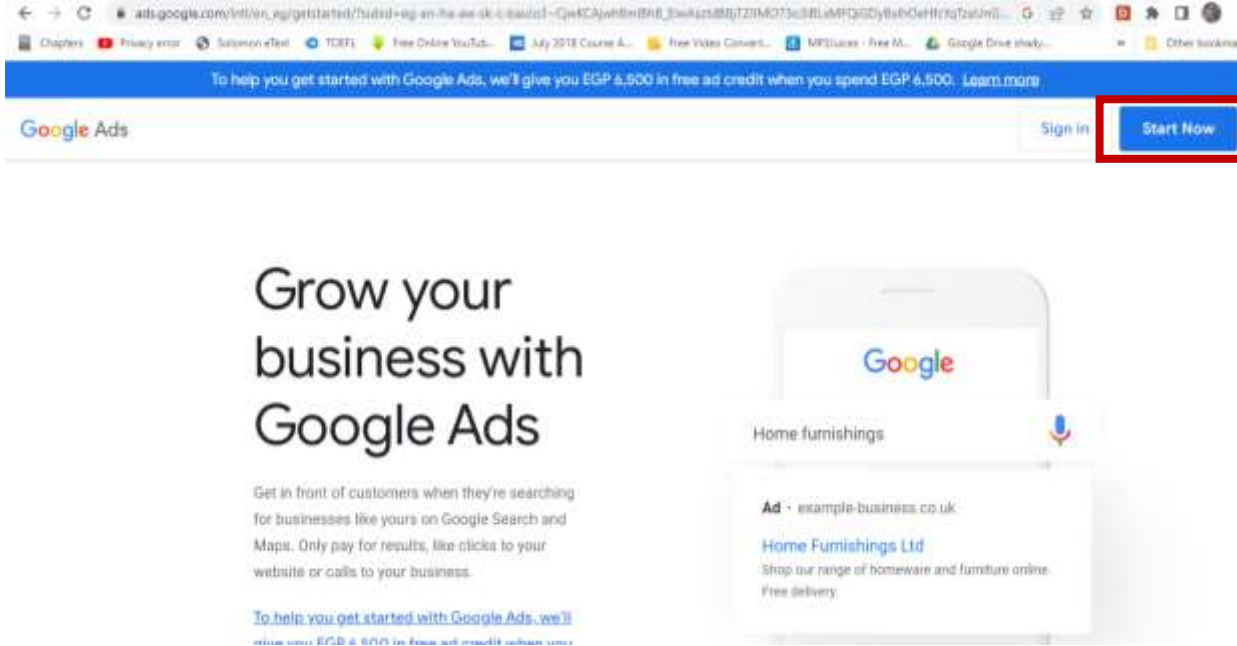
Running ads on Youtube



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

إطلاق الحملة الأولى على Google

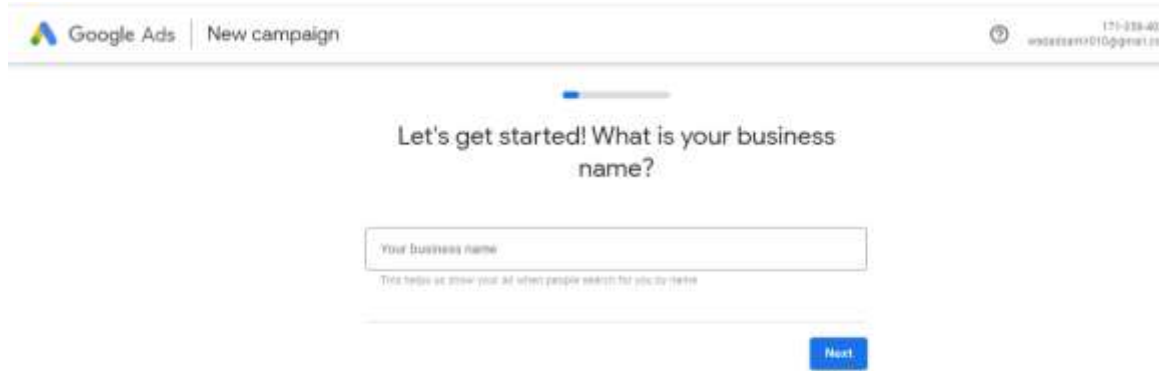


- أولاً، عليك التسجيل في حساب Google AdWords وأفضل طريقة للقيام بذلك هي الانتقال إلى عنوان الموقع التالي: ads.google.com سيأخذك للصفحة الواضحة أمامك.. اضغط على Start Now

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

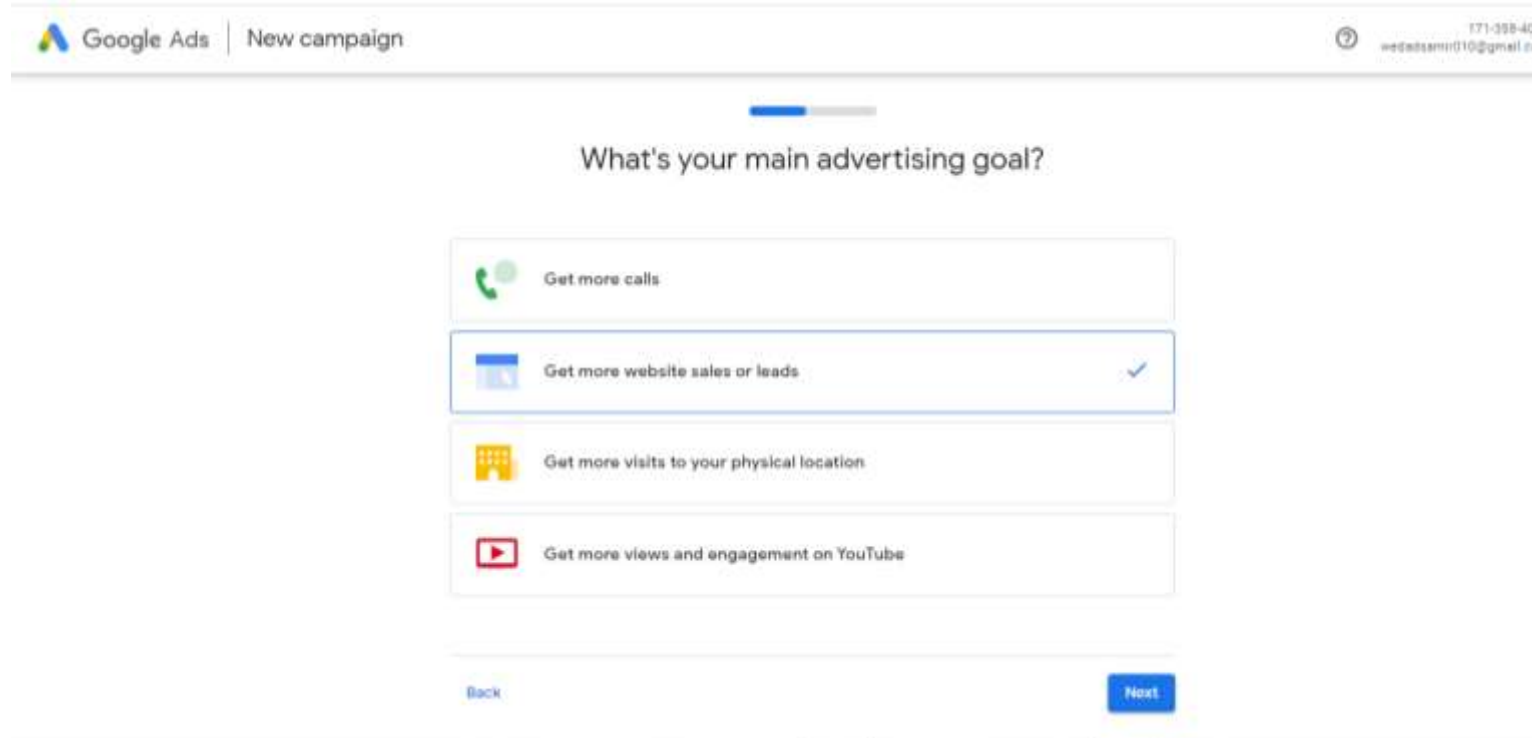
- الآن قم بإدخال جميع المعلومات المطلوبة منك لإنشاء الحساب، والتي تعتبر تجربة ذاتية تحتاج بياناتك الشخصية أو بيانات نشاطك.



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- استمر في إدخال البيانات بدقة..



Google Ads | New campaign

171-398-403
wedassamr10@gmail.com

What's your main advertising goal?

☐ Get more calls

☒ Get more website sales or leads

☐ Get more visits to your physical location

☐ Get more views and engagement on YouTube

Back Next

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- يظهر هنا اهتمام جوجل بخطوة التحليلات ويطلب إعدادها إذا لم تكن معدّة..

Google Ads | New campaign

? wedadsamir@

We didn't find Google Analytics on your website. Set it up now to get a clear picture of your ad performance.



- ✦ Understand your visitor engagement
- ~ Measure and monitor results
- 📈 Optimize for better performance
- 🎯 Make data-driven decisions

[Back](#)

[Skip for now](#)

[Get Started](#)

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- سيطلب منك إعداد الميزانية باختيار أحد الاختيارات المتاحة أو إعدادها بنفسك..

Google Ads | Start reaching more people

Select a budget option

Currency: Egyptian Pound (EGP)

EGP15.40 daily average - EGP66.0 monthly max
Get an estimated 80-150 ad clicks each month

Recommended for you

EGP61.60 daily average - EGP1,875 monthly max
Get an estimated 330-760 ad clicks each month

EGP193.80 daily average - EGP3,880 monthly max
Get an estimated 1,100-2,380 ad clicks each month

Enter your own budget

Select a budget option

Enter your own budget

Currency: Egyptian Pound (EGP)

EGP61.6 daily average - EGP1,875 monthly max
Get an estimated 330-760 ad clicks each month

Typical competitor budgets

You only pay for clicks on your ad. Some days you might spend less than your daily average, and on others you might spend more. But over the month you won't pay more than your monthly max. [Learn about](#)

Back Next

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- ثم سيطلب منك إعداد وسيلة الدفع.. لاحظ أن الكروت المدفوعة مسبقا لا يتم قبولها من جانب جوجل..

Google Ads | New campaign

Wedad Harb وداد حرب
Individual profile for Play and YouTube
Payments profile ID: 0545-1532-2872

Payment method

All the Google products that share this payments profile will be able to use this payment method. If that's not what you want, create a new payments profile.

Card number: 5210 3801 0189 3973  05 / 27

Unable to complete transaction: prepaid cards can't be used

Cardholder name
WEDAD SAMIR KORANI

Nasr Street, Nasr City, Nasr City, Cairo Governorate

Automatic payments

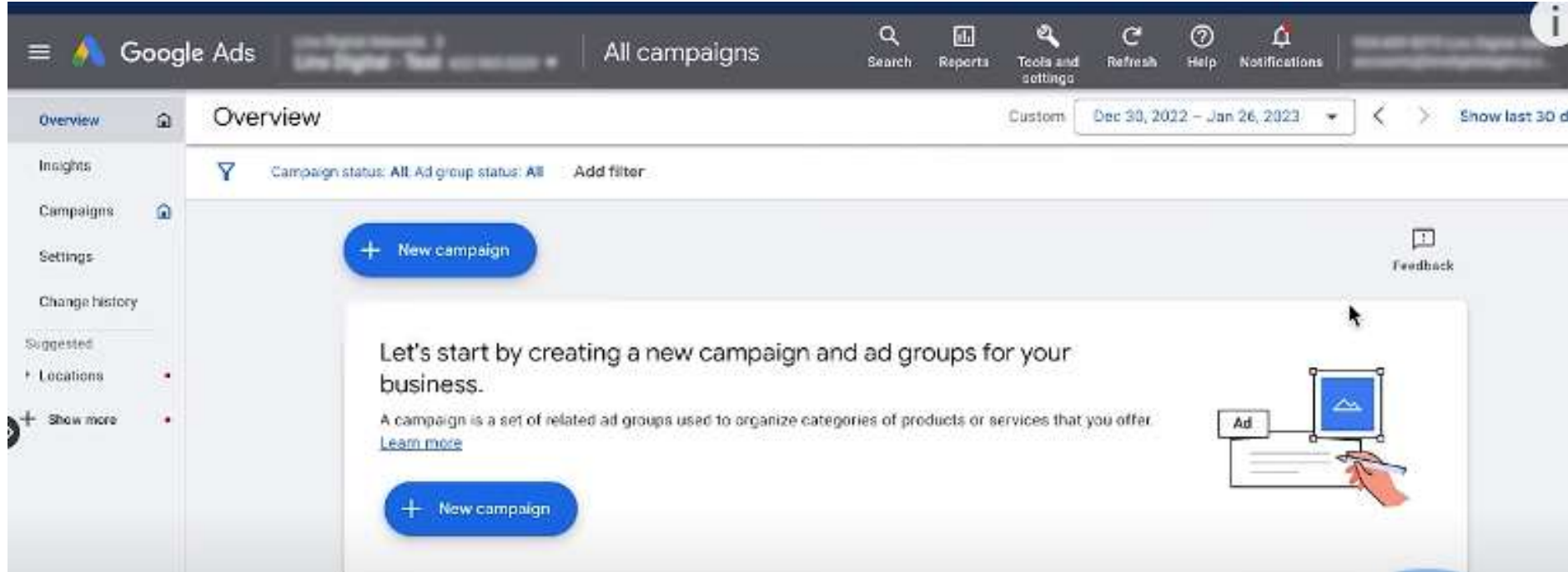
After you add or select a payment method it's charged automatically, typically monthly. [Learn](#)

By continuing, you agree to the [Google Ads Terms](#).

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- في نهاية الإعدادات، سيتم نقلك إلى صفحة تبدو تماماً مثل هذه الصفحة..



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

What's your campaign objective?

Choose your objective

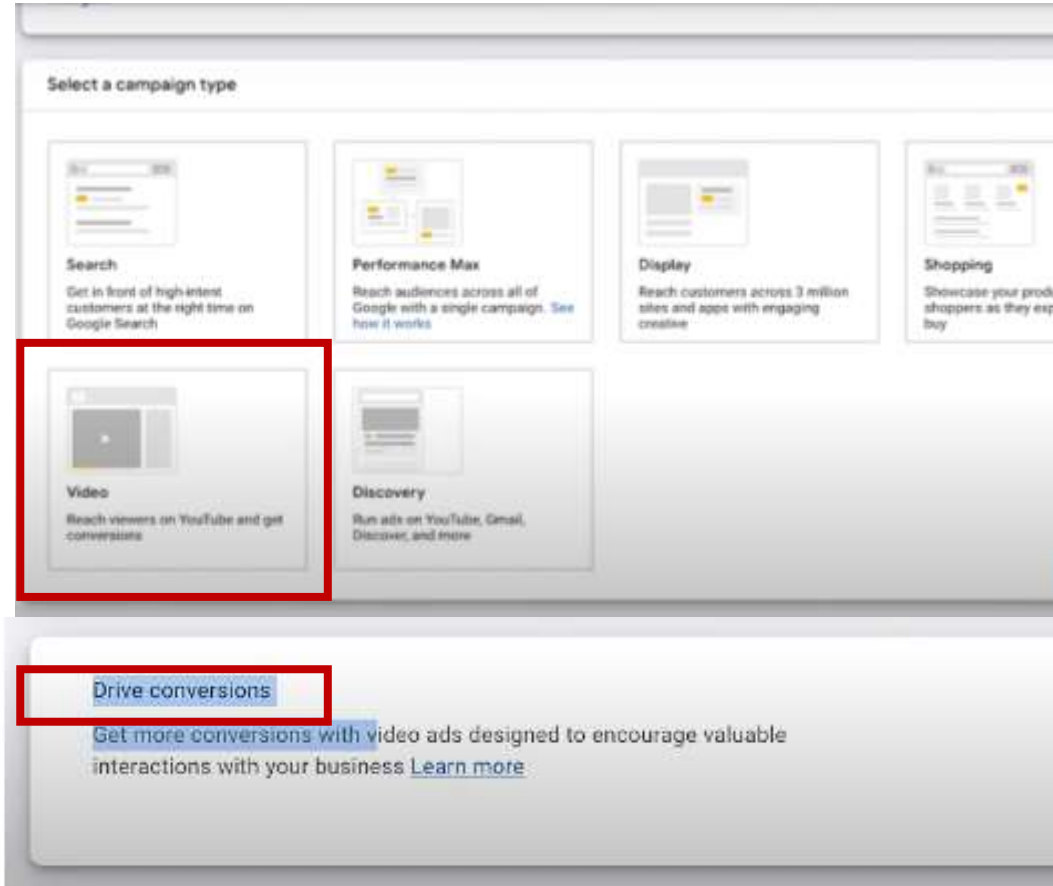
Select an objective to tailor your experience to the goals and settings that will work best for your campaign

 Sales Drive sales online, in app, by phone, or in store	 Leads Get leads and other conversions by encouraging customers to take action	 Website traffic Get the right people to visit your website	 Product and brand consideration Encourage people to products or services
 Brand awareness and reach Reach a broad audience and build awareness	 App promotion Get more installs, engagement and pre-registration for your app	 Local store visits and promotions Drive visits to local stores, including restaurants and dealerships.	 Create a campaign goal's guidance Choose a campaign without a recommendation on your objective.

- سيظهر أهداف الحملة للاختيار.
- لو أخذنا نفس المثال أن هدفنا الوصول إلى العميل المهتم بالأنواع المختلفة والمتخصصة من الأهمية الرياضية.
- سنبدأ بحملة lead magnet ونقوم بإعداد free PDF كما فعلنا أثناء Conversion tracking ونقوم باختيار Lead Objective
- سنقوم بتحسين العملاء المحتملين optimizing for leads

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube



- ثم حدد نوع الحملة.
- بالطبع بالنسبة لإعلانات اليوتيوب سنقوم باختيار الفيديو..
- مرة أخرى، سيكون هدفنا هو زيادة التحويلات Drive conversions، فنحن نريد أن يعطينا أكبر عدد ممكن من الأشخاص عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بهم، للتسجيل للحصول على ملف PDF المجاني، الذي يساعد الأشخاص على إنقاص الوزن من خلال الجري على سبيل المثال.

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

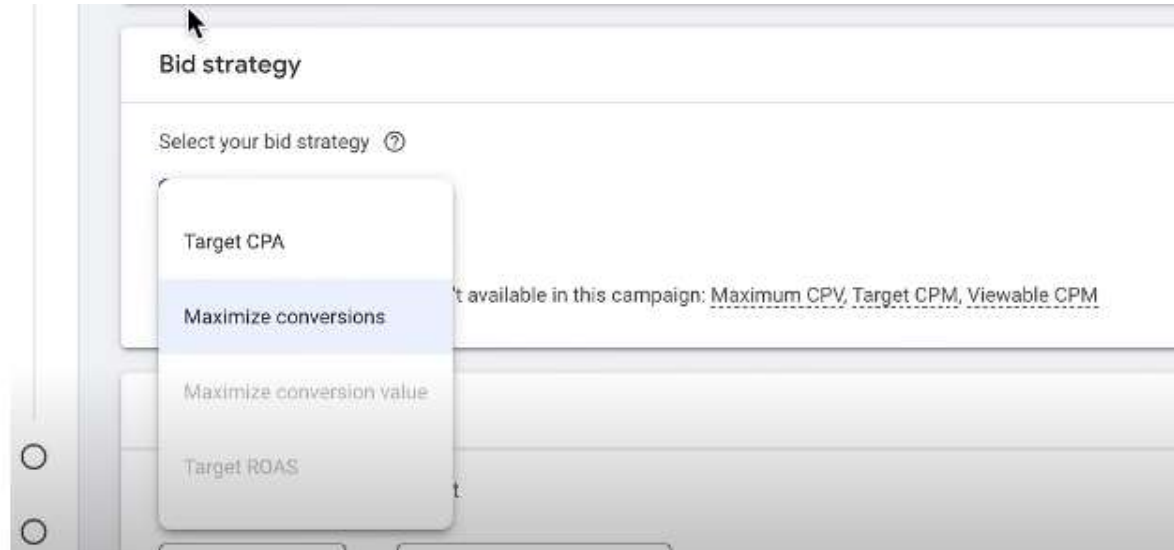
- ثم نذهب إلى الإعدادات الرئيسية كاسم الحملة.
- ثم اختيار الموقع الجغرافي المراد استهدافه.
- ثم اختيار اللغة.

The screenshot shows the 'General settings' section of a Google Ads campaign. Red boxes highlight the following elements:

- Top bar:** Type: Video campaign, Goal: Leads, Subtype: Drive conversions.
- Campaign name:** LD - new emails - lead copy - US 35&under - ad 1.
- Locations:** United States (selected).
- Languages:** English (selected).

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

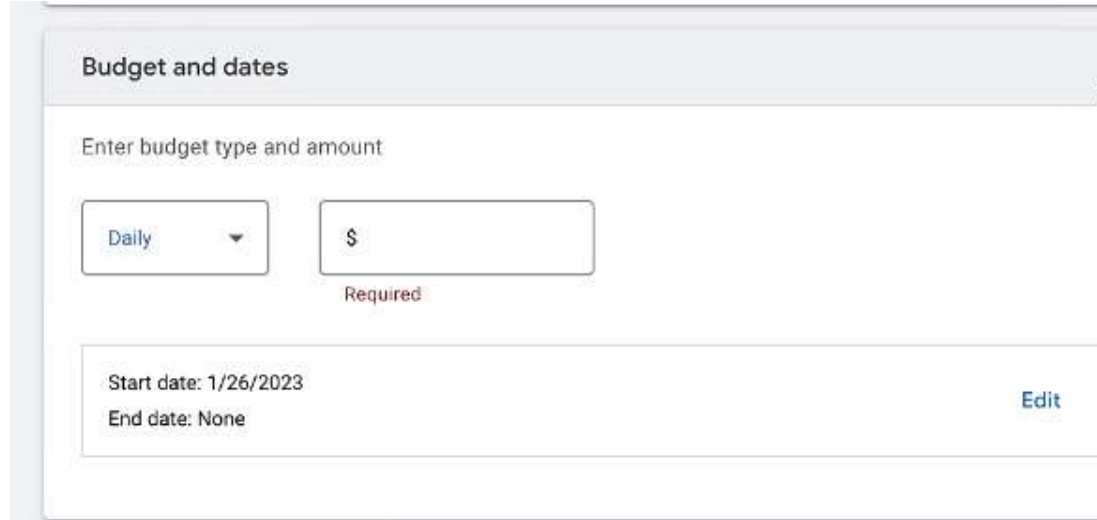
Running ads on Youtube



- ثم نصل إلى Bid Strategy ونقوم باختيار Maximize conversion حيث أننا نحاول الحصول على أكبر عدد ممكن من e-mails للعملاء المحتملين.

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

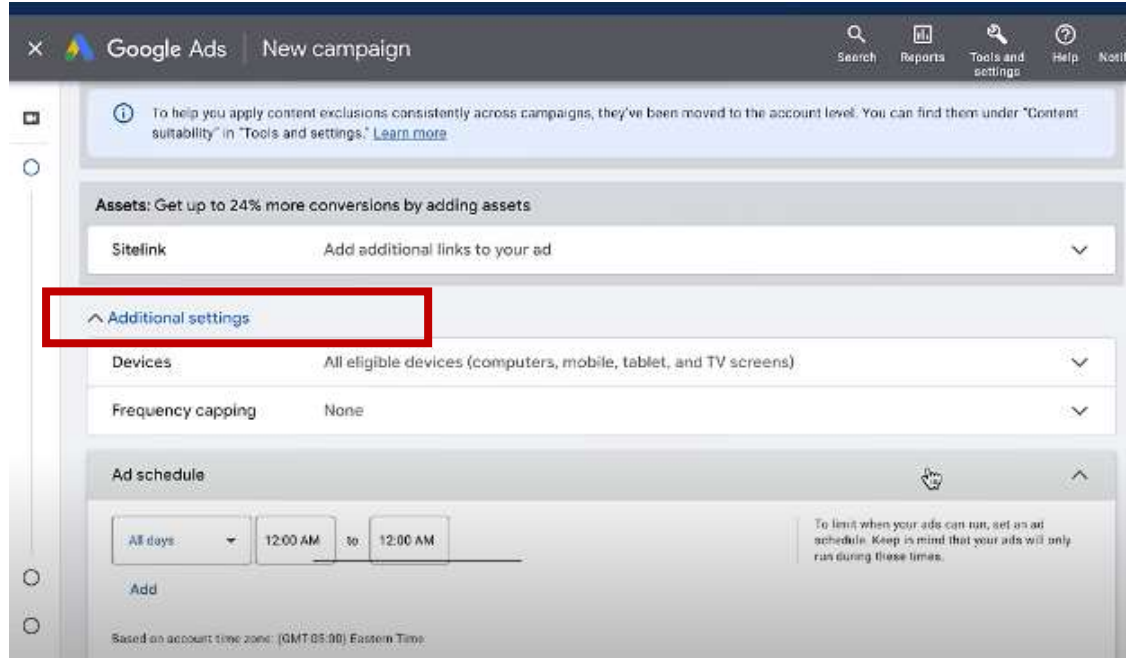


The screenshot shows the 'Budget and dates' section of a YouTube Ads campaign setup. It includes a header 'Budget and dates', a prompt 'Enter budget type and amount', a dropdown menu set to 'Daily', a text input field with a dollar sign '\$' and a 'Required' error message below it, and a section for dates with 'Start date: 1/26/2023' and 'End date: None'. An 'Edit' link is located to the right of the date information.

- سيكون هذا جزءاً مهماً جداً بالنسبة لك لتحديد مقدار الأموال التي تريد إنفاقها على حملاتك؟
- سيكون هذا Subjective للغاية اعتماداً على السرعة التي تريدها للحصول على النتائج.
- أيضاً سنقوم باختيار فترة الحملة التسويقية، متى تبدأ ومتى تنتهي.

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube



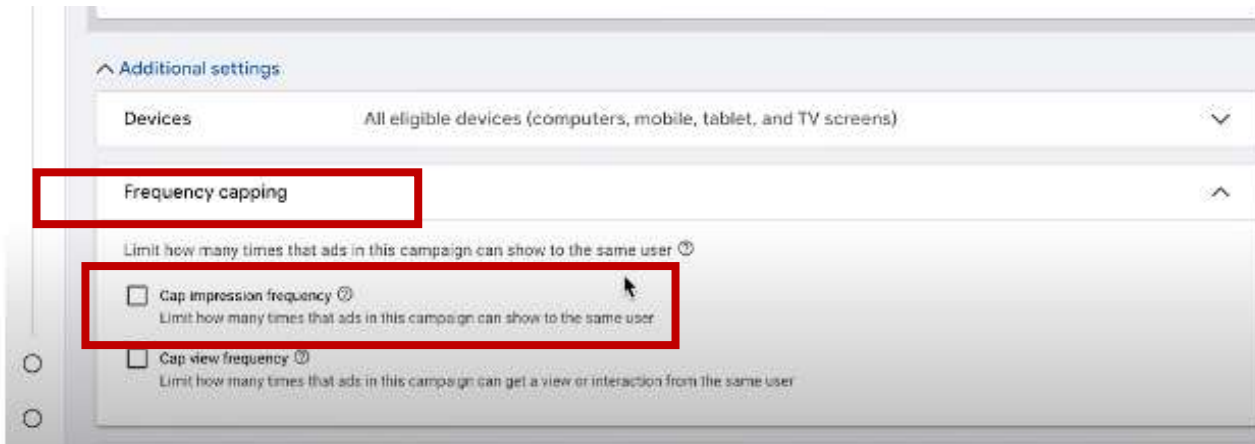
- سنذهب إلى إعدادات إضافية Additional settings
- يمكنك إعداد أوقات معينة يظهر فيها إعلانك
- في حالة Lead generation لا نحتاج لأوقات محددة، يمكنه الظهور طوال الوقت

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

أيضاً تحت الإعدادات الإضافية Additional settings

- يوجد اختيار يسمى Frequency capping وهو يضمن أن الشخص الذي يشاهدك لا يرى إعلانك مراراً وتكراراً، لذلك سنقوم بتحديد عدد مرات الظهور cap impression frequency

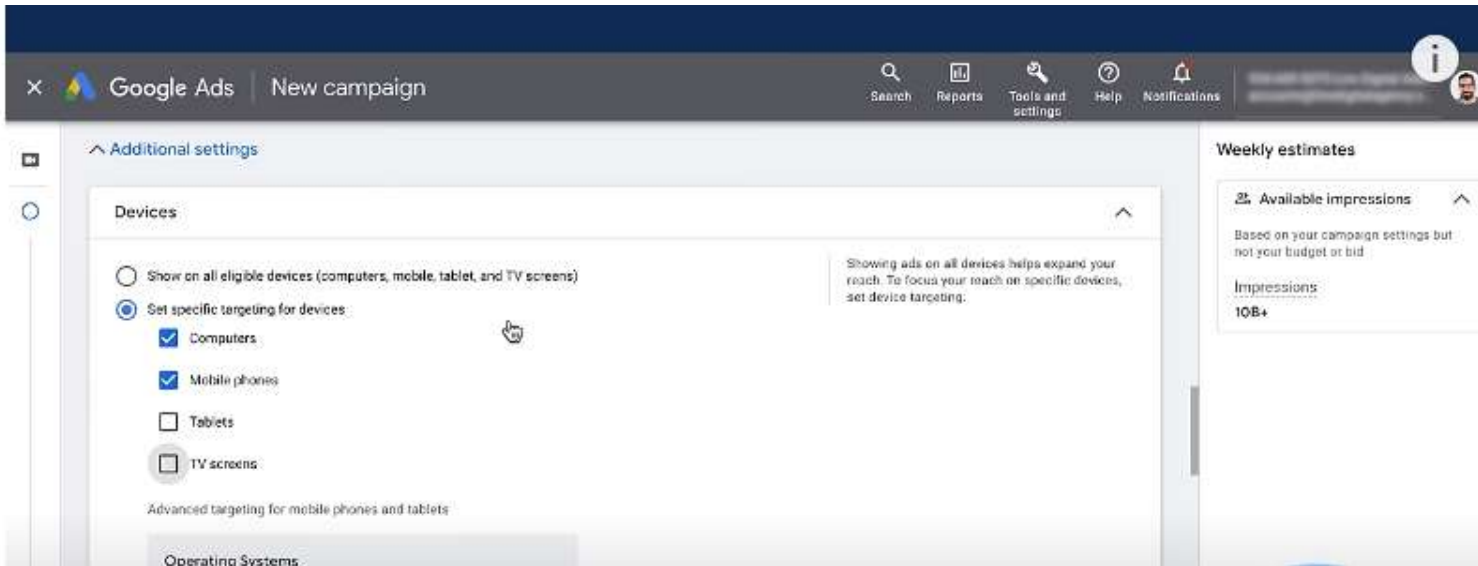


تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

أيضاً تحت الإعدادات الإضافية Additional settings

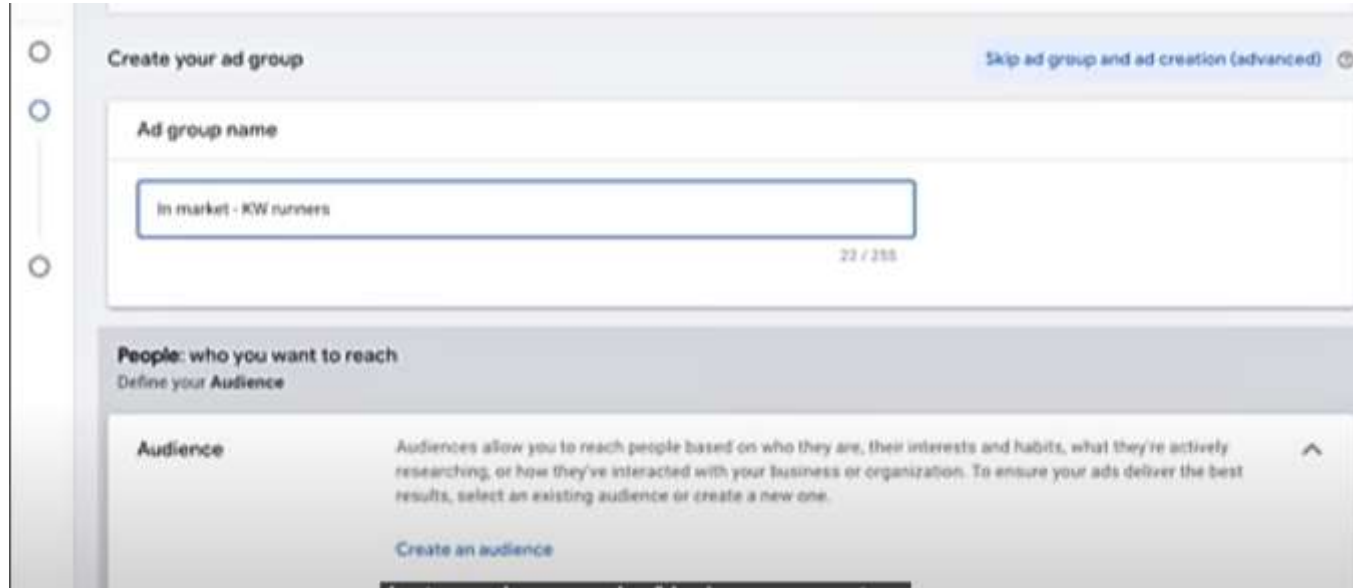
- يمكنك اختيار نوع الجهاز الذي يستخدمه العميل والذي سيظهر عليه الإعلان.
- يوجد اختياريين هنا Tablets & TV screen لا يُستخدموا أثناء حملات Conversions ويفضل الالتزام ب
Mobiles and Computers



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- نذهب إلى إعداد Ad Group
- نعطيه اسم خاص بها مثل In market keyword runners



Create your ad group [Skip ad group and ad creation \(advanced\)](#)

Ad group name

In market - KW runners 22 / 255

People: who you want to reach
Define your Audience

Audience

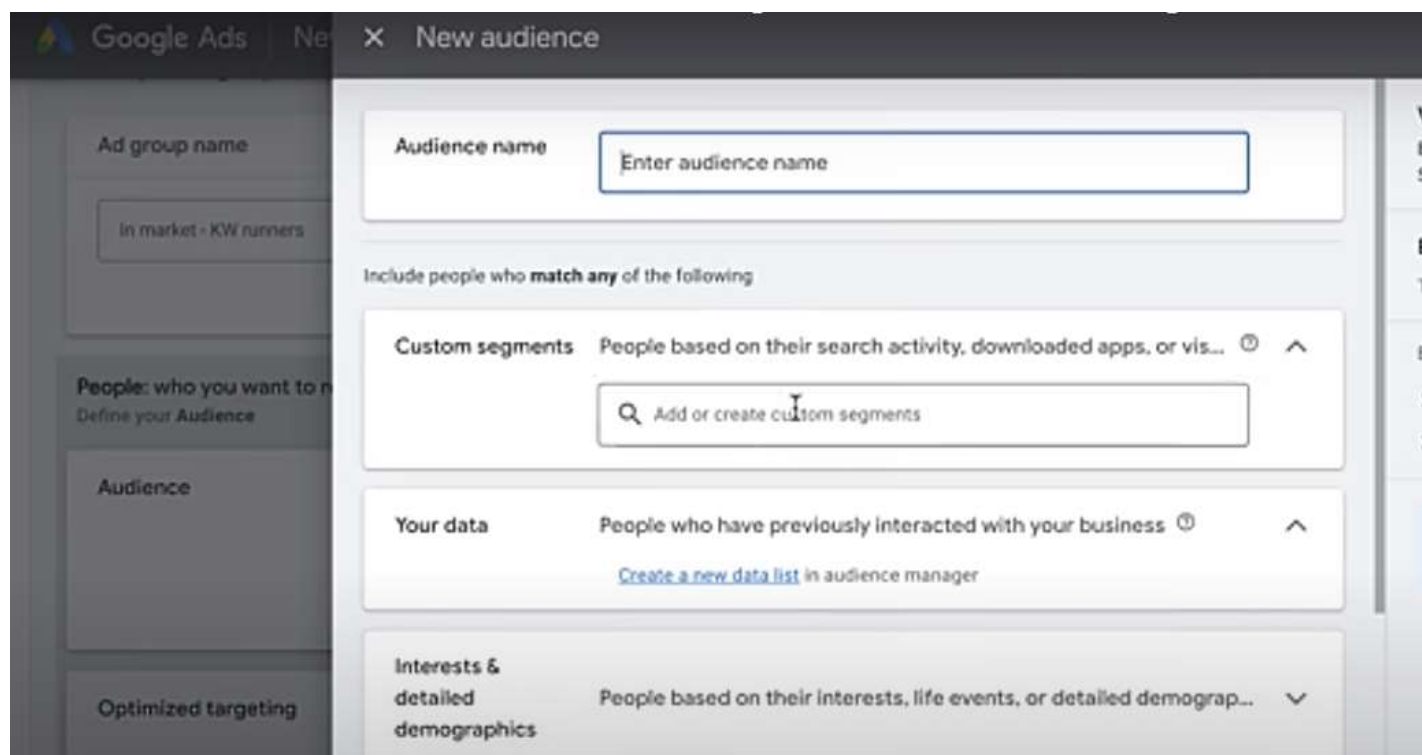
Audiences allow you to reach people based on who they are, their interests and habits, what they're actively researching, or how they've interacted with your business or organization. To ensure your ads deliver the best results, select an existing audience or create a new one.

[Create an audience](#)

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- ثم تأتي مرحلة الاستهداف ونقوم بإعدادها كما تعلمنا في المحاضرات السابقة..

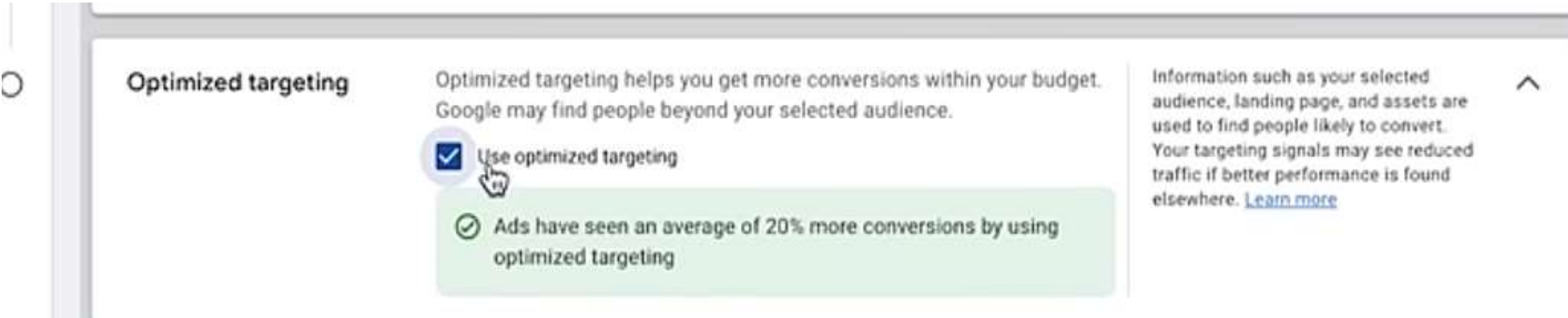


تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

تحسين الاستهداف Optimized targeting

- هذه ميزة جديدة تطرحها Google وما زلنا لا نعرف كيف ستعمل على حساب الإعلان الخاص بك.
- إذا كنت ترغب في اختبارها، يمكنك إنشاء حملة منفصلة مع الاحتفاظ بجميع الإعدادات مماثلة للحملة الأصلية تماماً حتى يمكنك معرفة ما قد يضيفه هذا الاختيار الجديد إلى حملتك.

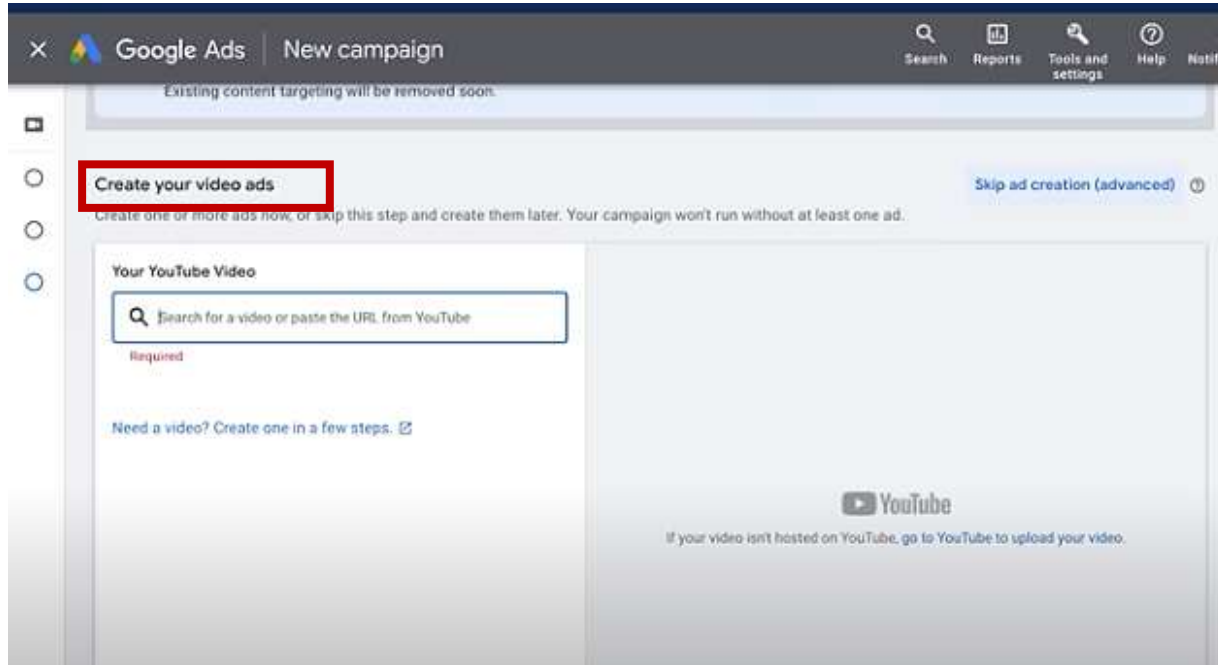


تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

الإعدادات المتقدمة Advanced targeting

نحن ننتقل الآن إلى إعدادات متقدمة، حيث ننتقل إلى مستوى قسم الإعلان أو مستوى القناة التي سنقوم بالإعلان من خلالها، حيث يمكننا بالفعل تشغيل وإنشاء الفيديو الخاص بنا الذي سيشاهده الأشخاص المستهدفين Create your video ad.



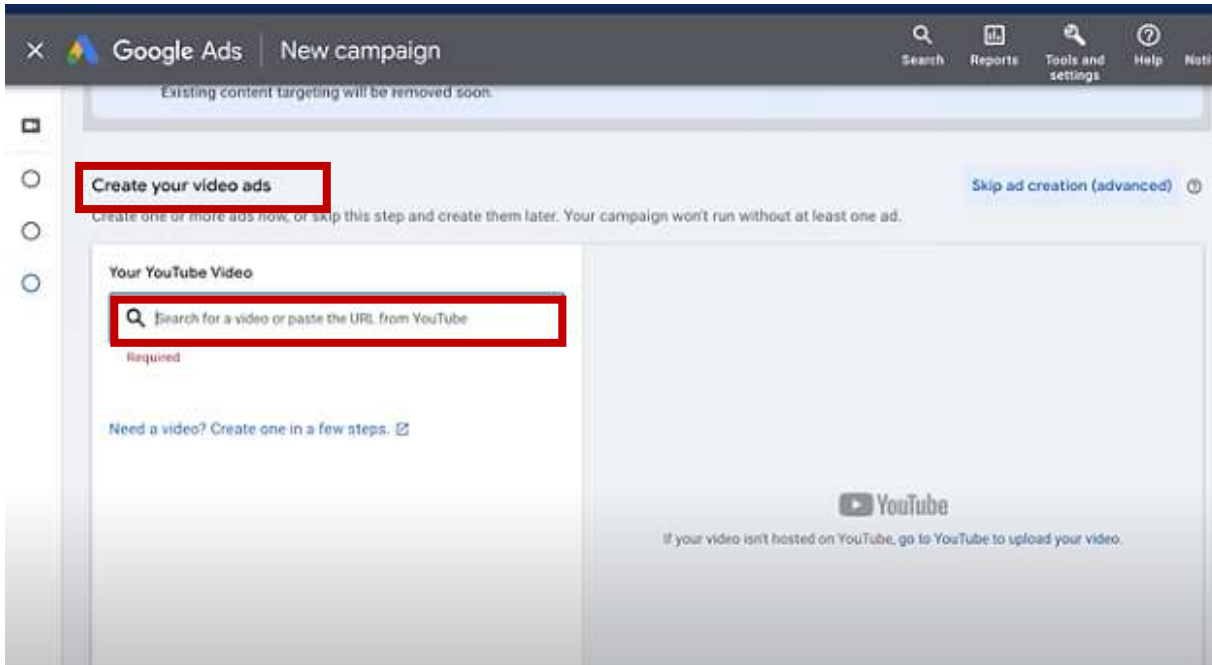
تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- ما يمكنك فعله بشكل أساسي إعداد وتشغيل أي مقطع فيديو youtube واحد تريده، وتحميله على قناة youtube

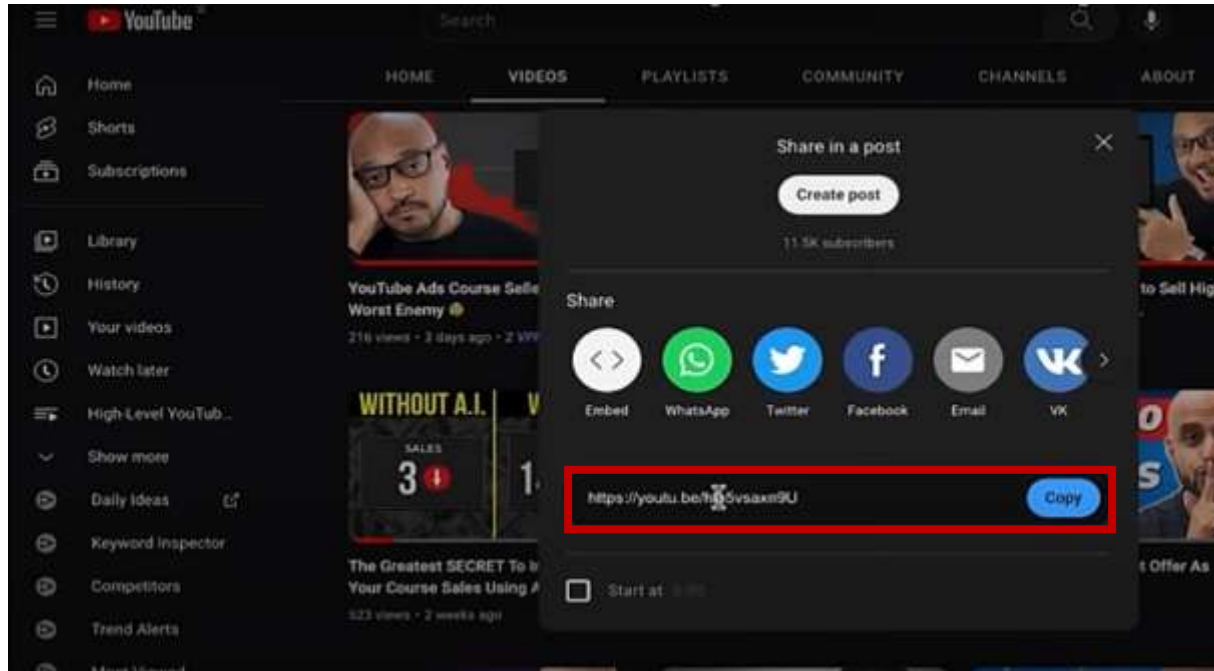
- يمكنك أيضاً تحميله على مقاطع الفيديو غير المدرجة Unlisted وهذا يفضل هنا

- الحصول على عنوان URL الخاص بهذا الفيديو ولصقه هنا في المكان المخصص له.



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

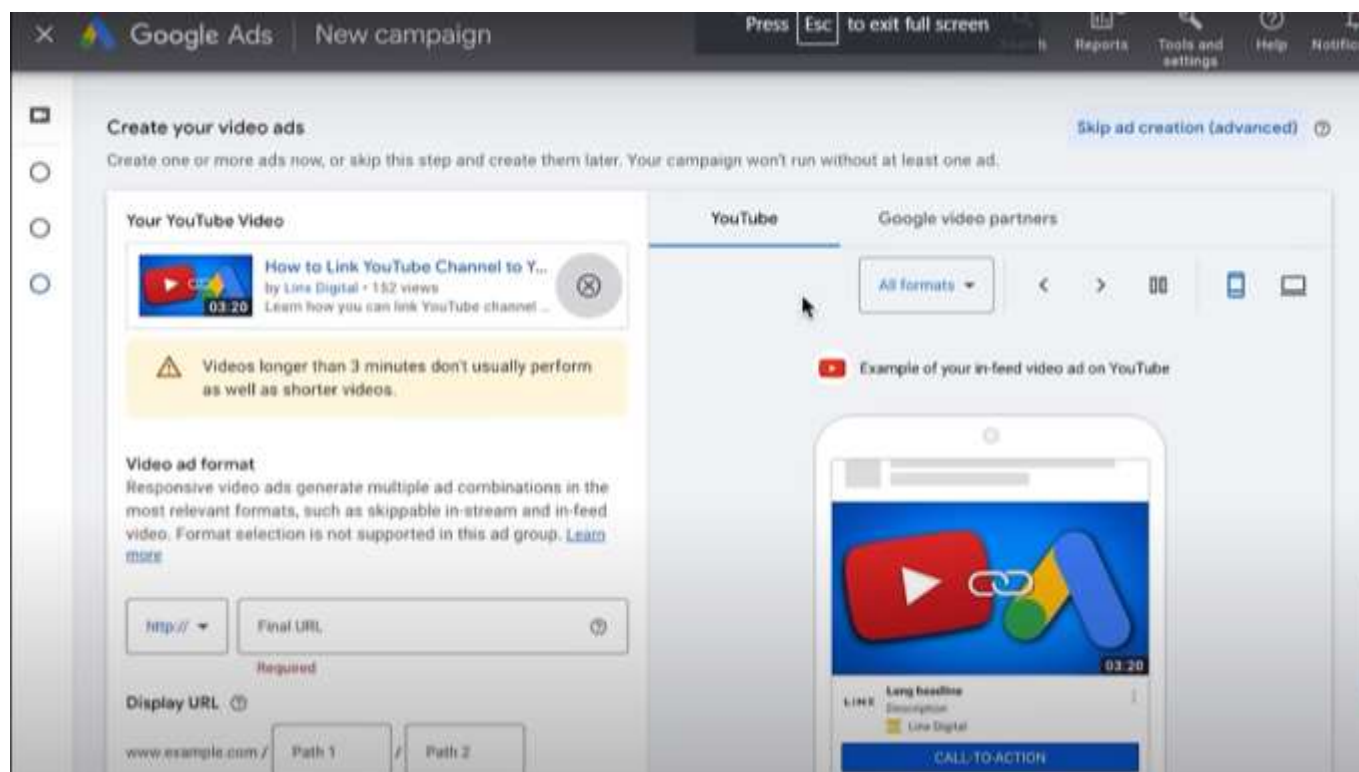


- للحصول على اللينك الخاص بالفيديو URL، قم بالذهاب إلى الفيديو والضغط على مشاركة Share ثم نسخ الرابط الذي يظهر أمامك Copy.
- تعود إلى الصفحة السابقة Create your video ad وتقوم بلصقه.

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- سيظهر بهذا الشكل، وهذا هو الإعلان الذي سنقوم بتمويله.



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

○ Video ad format
○ Responsive video ads generate multiple ad combinations in the most relevant formats, such as skippable in-stream and in-feed video. Format selection is not supported in this ad group. [Learn more](#)
○

https:// Final URL ?
Required

Display URL ?
www.example.com / Path 1 / Path 2
0 / 15 0 / 15

Call-to-action ?
Required 0 / 10

Headline ?

Preview ad on YouTube [↗](#)
To preview your ad on YouTube mo

- هناك تفاصيل مهمة حول الإعلان ..
- أولاً إلى أين سيذهب هذا الإعلان بالضبط، لذا دعنا نضع اللينك الخاص بالقناة المستهدفة.
- يكتب بهذه الطريقة www.digitalmarketing.com/peak

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- ثانياً نختار الأكشن الذي نريد أن يقوم العميل بالضغط عليه call to action
مثلاً Get PDF أو learn more

The image displays two screenshots of the Google Ads interface, specifically the 'Call-to-action' field. In the top screenshot, the 'Call-to-action' field is set to 'Learn more' and is highlighted with a red box. In the bottom screenshot, the 'Call-to-action' field is set to 'Get PDF' and is also highlighted with a red box. Both screenshots show the 'Final URL' as 'linxdigitalagency.com/peak' and the 'Display URL' as 'linxdigitalagency.com / Path 1 / Path 2'. The 'Call-to-action' field is labeled 'Call-to-action' and 'Learn more' or 'Get PDF'. The 'Call-to-action' field is highlighted with a red box. The 'Call-to-action' field is labeled 'Call-to-action' and 'Learn more' or 'Get PDF'. The 'Call-to-action' field is highlighted with a red box.

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- ثم نقوم بوضع عنوان داخلي "لا يظهر في الإعلان" Headline
- ثم ما يسمى Long headline

The screenshot shows the YouTube Ad Editor interface. On the left, there are several input fields for ad components. The 'Headline' field, containing the text 'Grab this pdf', and the 'Long headline' field, containing the text 'Talk to the experts', are both highlighted with red rectangular boxes. Above the 'Headline' field is a 'Call-to-action' field with the text 'Get PDF'. Below the 'Long headline' field is a 'Text' field with the text 'Talk to the experts'. To the right of these fields, there are character counts: '7 / 10' for the headline, '13 / 15' for the long headline, and '19 / 90' for the text field. On the right side of the interface, there is a 'Preview ad on YouTube' button with an external link icon, and a note that says 'To preview your ad on YouTube mob'. At the bottom of the interface, there is a 'Talk to the experts' button and a text field with the text 'e 8 Figure Results With YouTube Advertising'. The bottom right corner shows a character count of '61 / 70'.

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

Upload an image

Ad name
Ad #1

5 / 255

Previews shown here are examples and don't include all combinations. Your ad may show on new formats that focus on conversions.

Ad creation

+ New video ad

Responsive video ad

Ad #1

Responsive video ad

03:20

Create campaign Cancel

- ثم نذهب إلى Ad URL options
- نختار Autogenerated campaign banner
- نكتب اسم للإعلان وليكن Ad #1
- نضغط على create campaign

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- ستظهر لك الصفحة النهائية.. مبروك حملتك الإعلانبة جاهزة الآن للانطلاق.

Congratulations! Your campaign is ready.

Review your campaign settings

 Jan 26, 2023 – No end date	Campaign objective Leads	Bid strategy Maximize conversions
 United States		
 English		

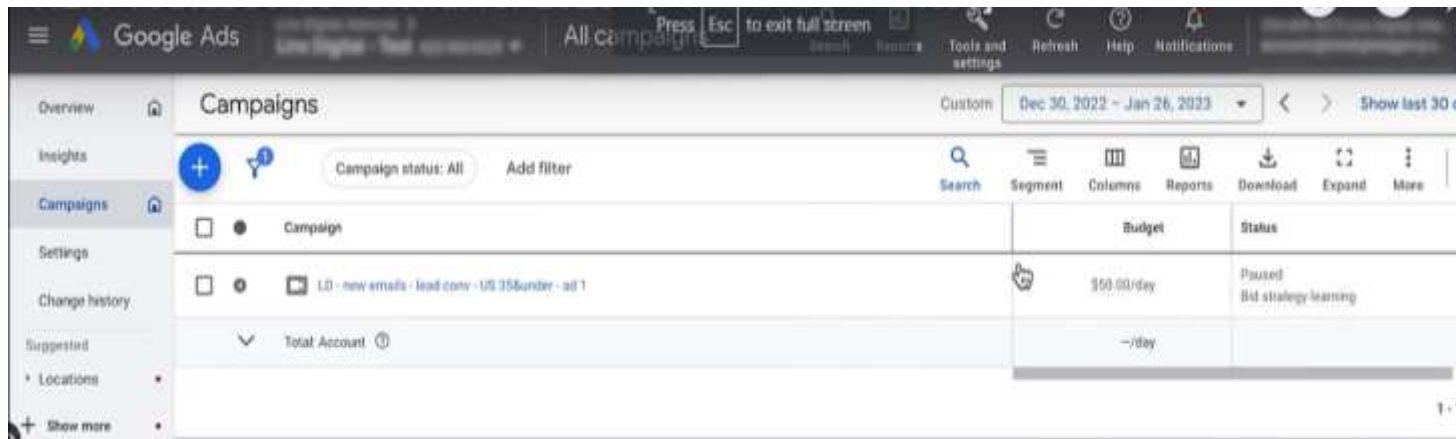
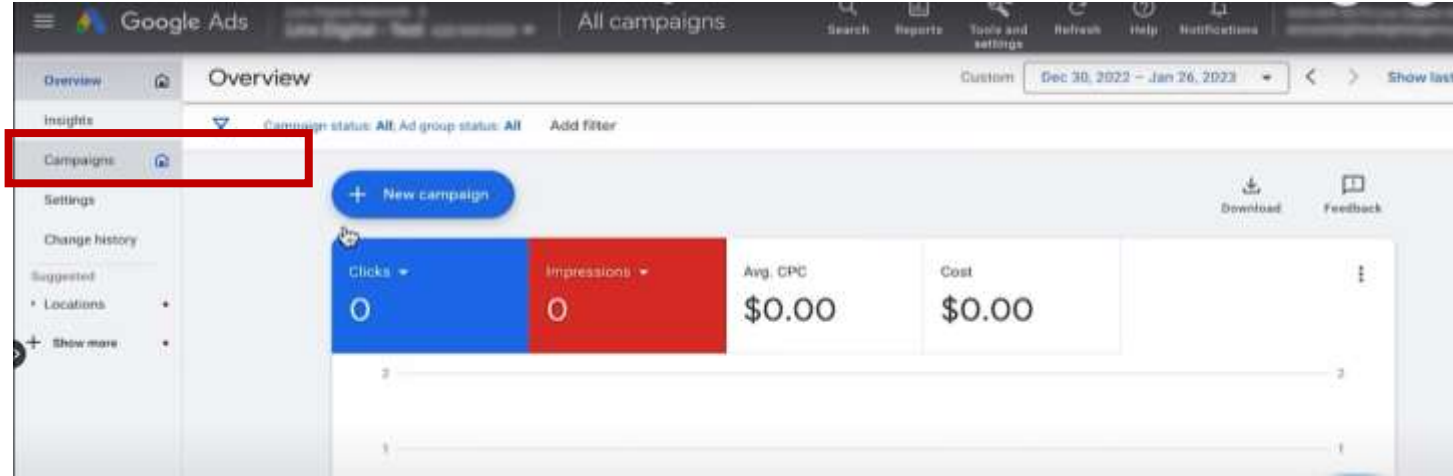
1 Ad Groups 1 Ads

Continue to campaign

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

- تعود مرة أخرى إلى لوحة التحكم الرئيسية.. ونضغط على Campaigns لتستطيع رؤية حملتك بعد أن يتم مراجعتها reviewed by google



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube

نصيحة

لا تقم أبداً بمسح حملة إعلانية سابقة، لأنك ستخسر كل المعلومات التي تم التوصل إليها من خلالها وستفقد جزء من تجربتك مع جوجل.



تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube



النصائح والحيل.. Tips & tricks

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube



- أحد التغييرات الكبيرة التي حدثت بالفعل خلال الفترة القصيرة الماضية مع إعلانات Youtube هو أن أداء حسابك الإعلاني يعتمد حقاً على أداء إعلاناتك، مما يعني أن إعلاناتك أو مقطع الفيديو الفعلي الخاص بك يكون أكثر تأثيراً من مقدار الأموال المدفوعة على إعلانات يوتيوب
- إذن أكثر ما تحتاجه الآن هو المحتوى المبتكر creative content

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

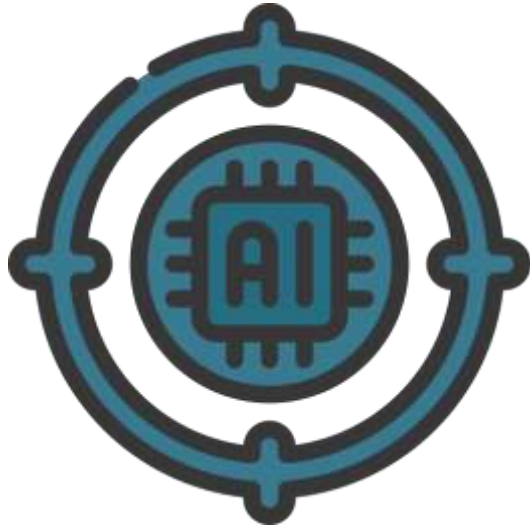
Running ads on Youtube



- من المهم للغاية الآن أن نتعرف بالفعل على كيفية إنشاء إعلان فيديو فعال حقاً
- لأن الحقيقة هي أنه يمكنك الحصول على عرض رائع، ويمكن أن يكون لديك استهداف رائع وهيكل حملة رائع، ولكن إذا لم يكن لديك فيديو جيد، فلن تحقق أي نجاح للأسف

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube



- هذا لأن Google تتجه نحو المزيد من استهداف الذكاء الاصطناعي AI
- وكما ذكرنا سابقاً، فإن جوجل تحاول التخلص من الكلمات الرئيسية المحددة Specific Keywords والمواضع المعينة المستهدفة Placement targeting والمزيد من الاستهدافات.
- ذلك لإعطاء القوة لخوارزميات Google والسماح لها بمعرفة مكان العثور على عملائنا خاصة في بدايات حسابات الإعلانات عندما لا يكون لدينا الكثير من البيانات.

تشغيل الإعلانات على يوتيوب

Running ads on Youtube



- نعتقد حقاً أنه في عام 2023 وما بعده، الإبداع سيكون ملكاً، حيث ستحصل على شئ جديد مع إعلانات Youtube حيث لا تحتاج إلى إعداد أي حملات أو اختيار استهدافك، يمكنك فقط وضع الفيديو الخاص بك والسماح لجوجل أن تفعل الشيء الذي تريده هي.
- ستجد Google عملائك بناءً على عدم استهداف أي معلومات على الإطلاق وهذا ما سنحصل عليه في القريب العاجل.. فأهلاً بالتكنولوجيا.



المحاضرة التاسعة

ملخص هذه الدورة التدريبية

Outputs of this Course

بعد هذه الدورة ستكون قادرا على:

- معرفة معنى استخدام يوتيوب للترويج والإعلان وما هي أشهر المصطلحات المستخدمة للتسويق على يوتيوب ومعرفة كيفية التعامل مع أدوات جوجل الشهيرة.
- ستتعرف على أهداف الحملات الإعلانية على يوتيوب وفوائد كل حملة على حدة.
- ستتعرف على كيفية بناء هيكل إعلاني كامل على يوتيوب.

ملخص هذه الدورة التدريبية

Outputs of this Course

بعد هذه الدورة ستكون قادراً على:

- ستتعرف أيضاً على كيفية إنشاء التحويلات وقياسها لمعرفة مدى نجاح حملاتك الإعلانية.
- ستتعرف على آخر تحديثات 2023 فيما يتعلق بالإعلان على يوتيوب وكيفية استهداف العملاء حالياً.
- وأخيراً ستتعلم خطوة بخطوة، كيفية إنشاء حملة إعلانية يدوياً على يوتيوب من الألف للياء.



شكراً لكم