

التسويق والإعلان على تيك توك

Marketing and Advertising on TikTok



سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- لماذا يجب علينا التسويق والإعلان على تيك توك؟
- كيف تظهر الإعلانات لمستخدمي تطبيق تيك توك؟
- كيف يعمل المزاد على المنصة؟
- إنشاء حملة إعلانية من الصفر
- كيف نقيم أداء الحملات الإعلانية؟
- إعدادات متقدمة في إعلانات تيك توك
- ماذا تفعل إذا كانت الحملة تعمل بشكل جيد / لا تعمل بشكل جيد؟
- ملخص الكورس

أهداف الكورس

Course Objectives

- استخدام منصة تيك توك في عملية التسويق والإعلان.
- التعرف على أشكال الإعلانات التي تظهر للمستخدمين وكيف يعمل المزاد على المنصة.
- تعلم كيفية إعداد حملة إعلانية ناجحة على منصة تيك توك وكيفية تقييم أداء الحملة.
- تعلم العديد من الإعدادات المتقدمة التي توفرها المنصة للوصول إلى أفضل النتائج في الحملات الإعلانية.
- معرفة ما يجب فعله سواء كانت الحملة تعمل بشكل جيد أو لا تعمل بشكل جيد.



المحاضرة الأولى

المقدمة

Introduction

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- نظرة عامة على الكورس
- لماذا يجب علينا التسويق والإعلان على تيك توك؟
- كيف تظهر الإعلانات لمستخدمي تيك توك؟
- كيف يعمل المزاد بإعلانات تيك توك؟
- Course Overview
- Why we should advertise on TikTok?
- How do ads appear to users on TikTok?
- How does the auction work with TikTok ads?



نظرة عامة على الكورس

Course Overview

نظرة عامة على الكورس

Course Overview

- سنتعرف من خلال الكورس على أهمية التسويق والإعلان على منصة تيك توك، وكيف تعمل الإعلانات وعمليات المزاد على هذه المنصة، وكيفية إنشاء حملات إعلانية ناجحة وطريقة تقييم أداء الحملة.
- يحتوى كورس التسويق و الإعلان على تيك توك التعريف بالمنصة، بداية من إنشاء وإعداد حساب إعلاني وطريقة استخدامه، وصولاً إلى إنشاء حملة إعلانية من البداية حتى النهاية، إضافة إلى تعلم العديد من الإعدادات المتقدمة التي توفرها المنصة لتحقيق أفضل النتائج في الحملات الإعلانية.

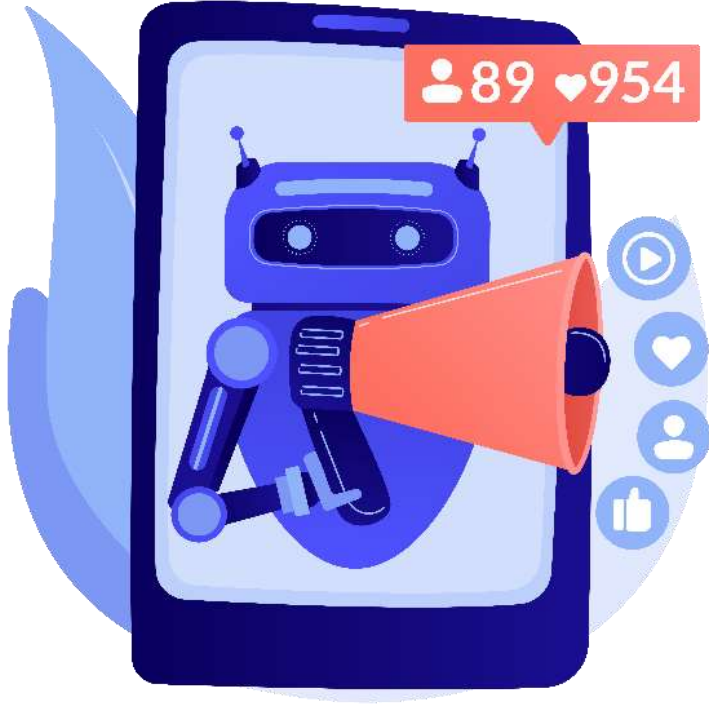
لماذا يجب علينا التسويق والإعلان على تيك توك؟
Why we should advertise on TikTok?

لماذا يجب علينا التسويق والإعلان على تيك توك؟ Why we should advertise on TikTok?

تعتبر منصة تيك توك من أفضل فرص التسويق الرقمي في الوقت الحالي بسبب زيادة قاعدة المستخدمين في الفترة الأخيرة بشكل كبير جداً، وأيضاً لأن العائد على الاستثمار في التسويق على تيك توك يعتبر الأعلى مقارنة بمنصات التواصل الاجتماعي الأخرى، بالإضافة إلى العديد من العوامل الأخرى التي سنتعرف عليها في الإحصاءات التالية.



يعد مستخدمو تطبيق تيك توك من أهم الشرائح العمرية
التي تتنافس عليها الشركات والمعلنين.

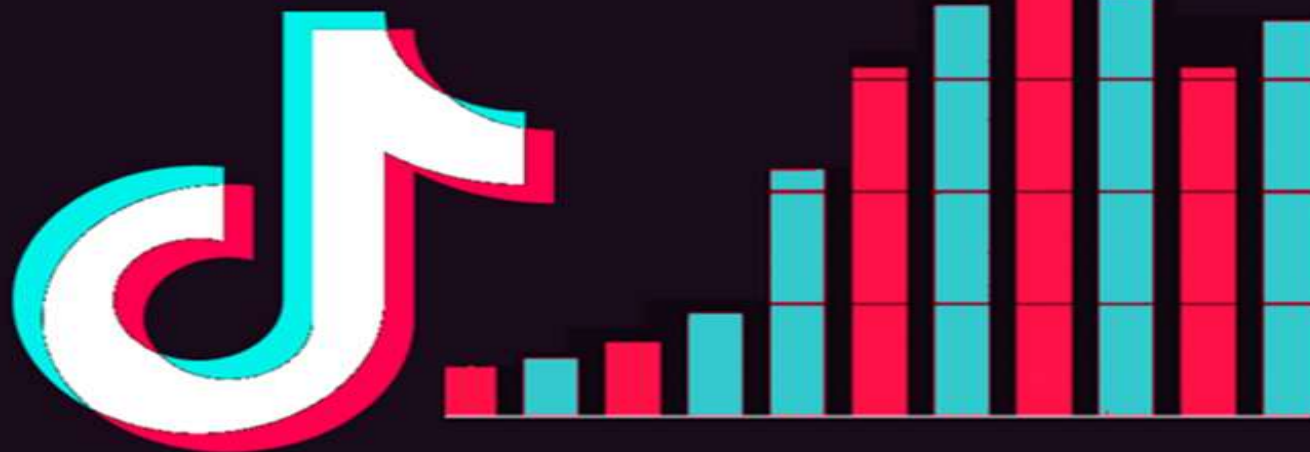


تختلف الخوارزميات على تيك توك عن باقي المنصات الأخرى.



لماذا نخصص ميزانية للإعلانات المدفوعة ونتعلم طريقة التسويق
والإعلان على تيك توك مع وجود مثل هذه الخوارزميات؟

TikTok Statistics



إحصاءات مهمة عن منصة تيك توك

OBERLO

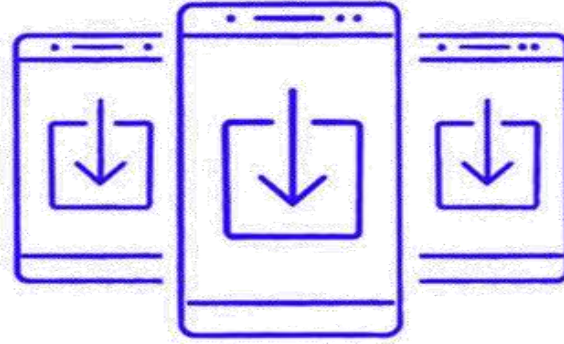
TikTok Downloads

The TikTok app has
been downloaded over

2 BILLION

times on the App Store
and Google Play.

(SensorTower, 2020)



أكثر من ملياري تنزيل حول العالم

Top Apps Worldwide for July 2021 by Downloads (Non-Game)



Overall Downloads	App Store Downloads	Google Play Downloads
1 TikTok	1 TikTok	1 Facebook
2 Facebook	2 YouTube	2 TikTok
3 Instagram	3 Instagram	3 Instagram
4 Messenger	4 WhatsApp	4 Messenger
5 WhatsApp	5 Facebook	5 WhatsApp
6 Snapchat	6 Taobao	6 Snapchat
7 ZOOM	7 Google Maps	7 ZOOM
8 Telegram	8 Messenger	8 Google Meet
9 CapCut	9 CapCut	9 Telegram
10 Google Meet	10 Gmail	10 WhatsApp Business

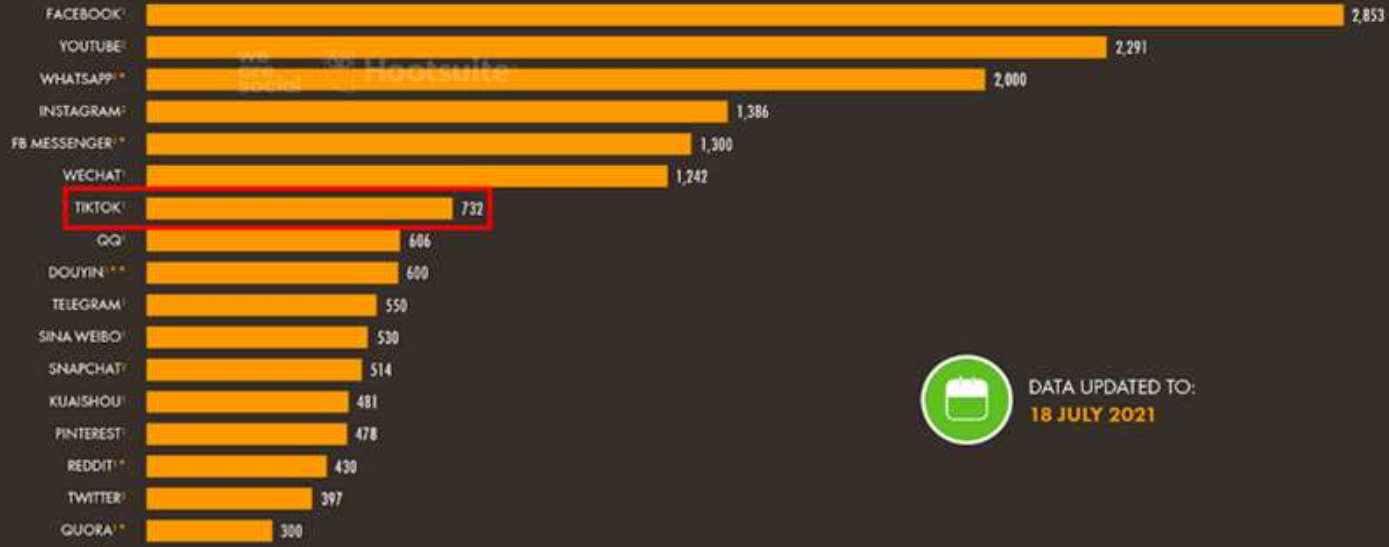
Note: Does not include downloads from third-party Android stores in China or other regions. TikTok includes downloads of Douyin.

التطبيق الأكثر تحميلاً على نظام IOS وأندرويد

JUL
2021

THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

THE LATEST GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS) FOR A SELECTION OF THE WORLD'S TOP SOCIAL MEDIA PLATFORMS*



DATA UPDATED TO:
18 JULY 2021

75

SOURCES: KPIVOS ANALYSIS (JUL 2021), BASED ON DATA PUBLISHED IN: (1) COMPANY STATEMENTS AND EARNINGS ANNOUNCEMENTS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE AD TOOLS.
NOTES: USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. PLATFORMS IDENTIFIED BY () HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER NUMBERS IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES WILL BE LESS RELIABLE. (**) FIGURE USES THE REPORTED DAILY ACTIVE USER FIGURE, SO MONTHLY ACTIVE USER FIGURE IS LIKELY HIGHER.

we
are
social

Hootsuite

أكثر من 700 مليون مستخدم نشط شهرياً حول العالم

OBERLO

TikTok Goes International



TikTok is available in

155
countries.

(Appttrace, 2019)

متاح في أكثر من 155 دولة

JAN
2021

TOP SOCIAL AND VIDEO STREAMING APPS BY TIME SPENT

RANKINGS OF THE TOP SOCIAL MEDIA AND VIDEO STREAMING MOBILE APPS ON ANDROID PHONES, BASED ON TOTAL CUMULATIVE TIME SPENT IN 2020

TOP SOCIAL MEDIA MOBILE APPS BY GLOBAL CUMULATIVE TIME SPENT*

#	SOCIAL MEDIA APP	AVE. TIME PER USER
01	FACEBOOK	19.5 HOURS / MONTH
02	WHATSAPP	19.4 HOURS / MONTH
03	INSTAGRAM	10.3 HOURS / MONTH
04	TIKTOK	13.3 HOURS / MONTH
05	FACEBOOK MESSENGER	2.7 HOURS / MONTH
06	TWITTER	5.6 HOURS / MONTH
07	LINE	10.6 HOURS / MONTH
08	TELEGRAM	2.9 HOURS / MONTH
09	VK	13.9 HOURS / MONTH
10	WHATSAPP BUSINESS	9.3 HOURS / MONTH

TOP VIDEO STREAMING MOBILE APPS BY GLOBAL CUMULATIVE TIME SPENT*

#	VIDEO STREAMING APP	AVE. TIME PER USER
01	YOUTUBE	23.2 HOURS / MONTH
02	MX PLAYER	7.6 HOURS / MONTH
03	NETFLIX	7.0 HOURS / MONTH
04	HOTSTAR	4.5 HOURS / MONTH
05	AMAZON PRIME VIDEO	3.7 HOURS / MONTH
06	YOUTUBE GO	9.5 HOURS / MONTH
07	TWITCH	5.1 HOURS / MONTH
08	JIOTV	2.5 HOURS / MONTH
09	YOUTUBE KIDS	6.2 HOURS / MONTH
10	VOOT	4.2 HOURS / MONTH

94

SOURCE: APP ANNI (JAN. 2021). SEE [STATEOFMOBILE2021.COM](https://stateofmobile2021.com) FOR MORE DETAILS. NOTE: RANK ORDER BASED ON THE TOTAL CUMULATIVE TIME THAT ANDROID USERS AROUND THE WORLD SPENT USING EACH MOBILE APP RESPECTIVE TO OTHER APPS IN EACH CATEGORY THROUGHOUT THE WHOLE OF 2020. *ADVISORIES: ONLY INCLUDES DATA FOR ANDROID PHONE DEVICES. DOES NOT INCLUDE DATA FOR CHINA. DOES NOT INCLUDE NEWS APPS OR SPORTS STREAMING APPS.

we
are.
social

Hootsuite

المستخدمون يقضون أكثر من 13 ساعة شهرياً على التطبيق

OBERLO

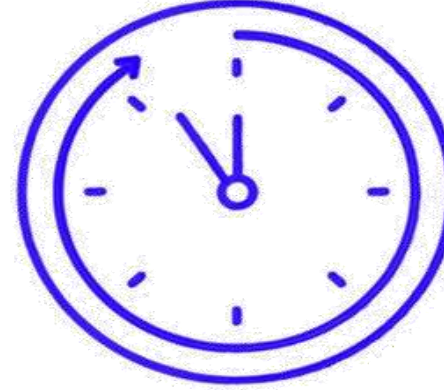
Average Time Spent on TikTok Daily

TikTok users spend
an average

52 MINUTES

per day on the app.

(BusinessofApps, 2019)



بعض الإحصاءات تتحدث عن قضاء المستخدمين أكثر من 52 دقيقة
يومية على تطبيق تيك توك

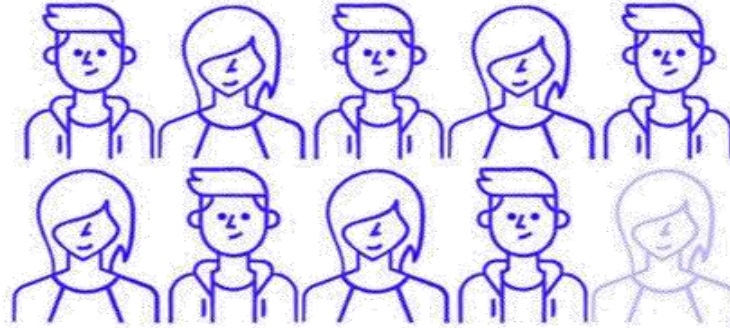
OBERLO

Nine out of Ten TikTok Users
Use the App Multiple Times Daily

90%

of all TikTok users
access the app **on**
a daily basis.

(Tiktok, 2019)



9 من كل 10 مستخدمين يستخدمون التطبيق عدة مرات يومياً

JUL
2021

TIKTOK OVERVIEW

ESSENTIAL HEADLINES FOR TIKTOK USE AROUND THE WORLD

MONTHLY ACTIVE
TIKTOK USERS*
AROUND THE WORLD



732
MILLION

ACTIVE TIKTOK USERS
COMPARED TO THE TOTAL
POPULATION AGED 13+



11.9%

NUMBER OF NEW TIKTOK
APP INSTALLS AROUND THE
WORLD IN JUNE 2021*



57
MILLION

FEMALE USERS AS A
PERCENTAGE OF TOTAL
FEMALE AND MALE USERS*



49.6%

MALE USERS AS A
PERCENTAGE OF TOTAL
FEMALE AND MALE USERS*



50.4%

144

SOURCES: TIKTOK FOR BUSINESS DECK (APR 2021); APP INSTALL DATA FROM SENSORTOWER (JUL 2021); GENDER SHARE DATA FROM GWI (EST. 2021). *NOTES: DOES NOT INCLUDE DROPPED. DE GWI DATA FOR CHINA. GENDER DATA ONLY REPRESENTS USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM FOR MORE DETAILS. *ADVISORY: "USER" FIGURES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. + COMPARABILITY ADVISORY: DATA ON THIS CHART ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS FOR OTHER PLATFORMS INCLUDED IN THIS REPORT.

we
are
social

Hootsuite

عدد المستخدمين الإناث 49.6% والرجال 50.4%

TikTok users by age

More than 1 in 10 TikTok users are older adults, as of March 2021.

- 10 to 19 years old, 25%
- 20 to 29, 22.4%
- 30 to 39, 21.7%
- 40 to 49, 20.3%

Source: App Ape via Statista

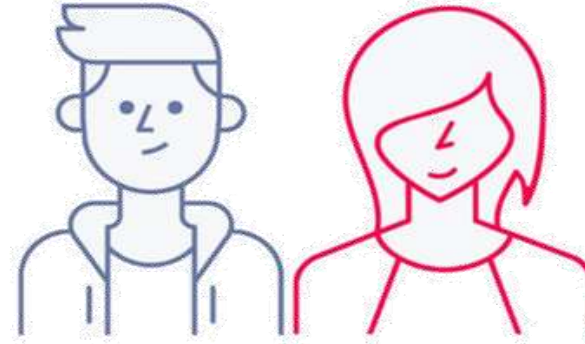
أعمار مستخدمي تيك توك زادت بسرعة كبيرة في الفترة الأخيرة،
وأصبحت لا تنحصر في المراهقين، مع زيادة متنامية في من تزيد
أعمارهم على الـ 30 عاماً.

TikTok App Conquers the Teens of the World

41%

of Tik Tok
users are aged
between 16
and 24.

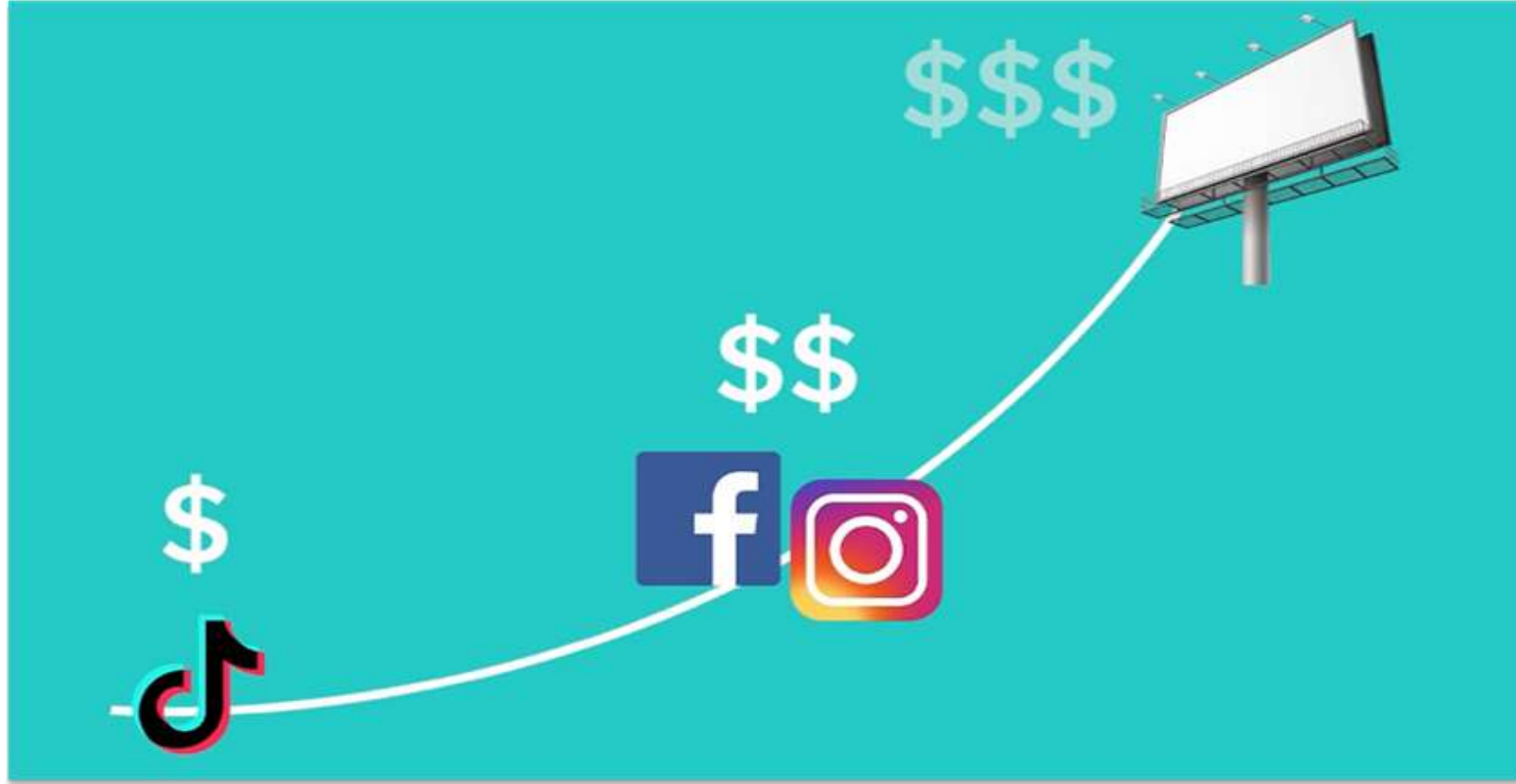
(Globalwebindex, 2019)



أعمار 41% من المستخدمين تتراوح بين 16 و 24 عاما



شركات كثيرة حققت من خلال الإعلانات على تيك توك نتائج كبيرة،
وعائداً على الاستثمار أكثر من رائع مقارنة بمنصات أخرى.



الإعلانات الأقل سعراً مقارنة بغيرها من حيث النتائج



كيف تظهر الإعلانات لمستخدمي تيك توك؟

How do ads appear to users on TikTok?



Our Product Portfolio

- Reservation Ads -



TopView



Brand Takeover

+



In-Feed Ads



Branded Hashtag Challenge



Branded Effect

جميع الحقوق محفوظة - إعمل بزنس

TopView

Brand Takeover

In-Feed Ads

Branded Hashtag Challenge

Branded Effects



TopView

A video first format that presents your brand on the best and unmissable placement of TikTok, capturing full user attention with sight, sound and narrative.

- Leading access to user attention – showcase your brand on TikTok's most premium real estate.
- Up to 60 seconds of full-screen and long-form video, with auto-play and sound.
- Distraction-free viewing grabbing 100% user attention.



TopView **Brand Takeover** In-Feed Ads Branded Hashtag Challenge Branded Effects



Brand Takeover

Immediately hook user attention with full-screen static or dynamic display, delivering strong visual impact for your brand.

- Capture user attention through a full-screen visual experience.
- Multiple creative format options with static or dynamic display.
- Both 3 second JPG and 3-5 second video supported.

TopView

Brand Takeover

In-Feed Ads

Branded Hashtag Challenge

Branded Effects



In-Feed Ads

Tell your brand story like a TikTok creator by integrating video content into users' "For You" feed.

- Appear in "For You" feed with up to 60-second of auto-play video with sound.
- Users can 'like', 'comment', 'share', 'follow', 'shoot videos with the same music' etc.

TopView

Brand Takeover

In-Feed Ads

Branded Hashtag Challenge

Branded Effects



Branded Hashtag Challenge

A one-of-a-kind engagement format that taps into user passion for creation and expression. Delivering strong brand awareness with a level of engagement that goes far beyond a simple click.

- Invite all users to participate and create content around your campaign theme, with all UGC aggregating in the hashtag challenge page.
- 3 to 6 day package options with supporting media placements, creative guidance and seamless setup.
- Average engagement rate of 8.5% through likes, comments and shares.

TopView

Brand Takeover

In-Feed Ads

Branded Hashtag Challenge

Branded Effects



Branded Effects

Dial up the fun with tailor-made sharable stickers, filters, and special effects. Unleash the potential of your creativity and watch its popularity grow.

- A creative and fun visual experience that engages with the camera-first generation.
- Uniting users around the world with visual languages that can span time, place and culture.



كيف يعمل المزاد بإعلانات تيك توك؟

How does the TikTok ads auction process works?



المزايدة على منصة تيك توك للأعمال

كيف يعمل المزاد بإعلانات تيك توك؟

How does the TikTok ads auction process works?

- الإعلانات على تيك توك تعمل بنظام المزاد مثل بقية المنصات الإعلان، والمزاد بالإعلانات يعني التنافس بين المعلنين لجذب انتباه المستخدمين الموجودين على هذه المنصات بالطريقة ذاتها كالمزاد التقليدي، الأعلى سعراً يحصل على العميل الأعلى جودة من حيث النتائج.
- ولكن السعر ليس العامل المؤثر الوحيد في المزاد، فجودة الإعلان قد تؤثر في المنافسة بالمزاد، وكلما زاد التفاعل على الإعلان وصل إلى مزيد من المستخدمين بتكلفة أقل مقارنة بغيره من الإعلانات.



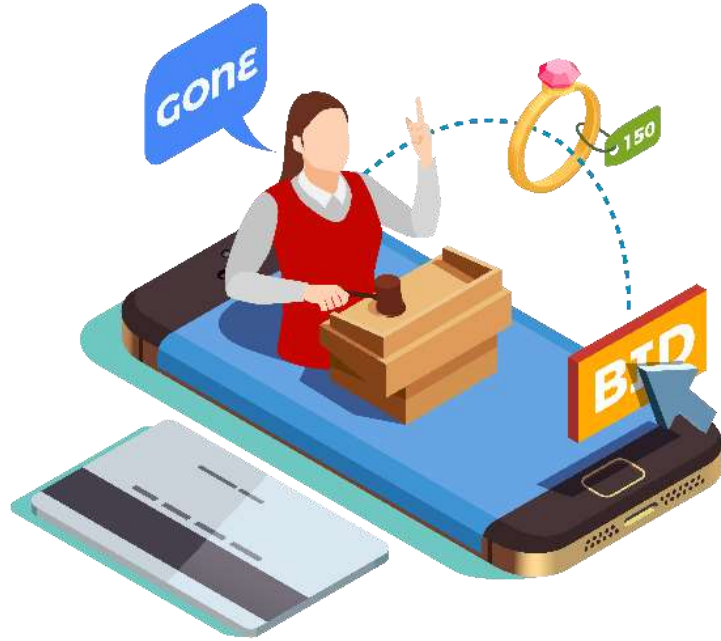
كلما زاد عدد المعلنين والاستهداف على نفس الأشخاص
زادت معها المنافسة، وارتفعت تكلفة الإعلان.



هناك معايير أخرى تؤثر على المزاد وظهور الإعلان للجمهور المستهدف
مثل معيار جودة الإعلان ومعدل التفاعل.



المنافسة على تيك توك ليست كبيرة حتى الآن مقارنة بمنصات أخرى مثل فيسبوك وانستجرام



فكرة المزاد على المنصات الإعلانية تعتمد على التأثير على العامل النفسي للمعلنين لتحفزهم على تقديم عروض أسعار أعلى.



المحاضرة الثانية

الحملات الإعلانية على تيك توك

Advertising campaigns on TikTok

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- إعداد حساب إعلاني على تيك توك
- هيكل الحملة الإعلانية
- مستوى الحملة
- مستوى المجموعة الإعلانية
- مستوى الإعلان
- إنشاء حملة من الصفر
- تقييم أداء الحملة
- Setup Ads Manager Account
- Campaign structure
- Campaign level
- Ad group level
- Ad level
- Creating a campaign from scratch
- Campaign performance evaluation

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives

- إعداد حساب إعلاني على منصة تيك توك.
- التعرف على عناصر الحملة الإعلانية وهيكلها، والأهداف الإعلانية التي توفرها المنصة للمعلنين.
- معرفة كيفية اختيار الهدف الإعلاني المناسب.
- إنشاء حملة من الصفر وتقييم أداء حملتنا الإعلانية.



إعداد حساب إعلاني على تيك توك Setup Ads Manager Account



TikTok For Business Apps Inspiration Resources Support English Contact Us Log In Get Started

Don't Make Ads. Make a Connection.

Get Started

TikTok For Business is where you can unleash your brand's creative side. A fully immersive no judgement world where there's an audience for every voice.

No matter how big or small your business, no matter what you're making or selling, we believe your brand deserves to be discovered here.

واجهة منصة تيك توك للأعمال

TikTok For Business



English

Need help?

Hi,

Create an Account

Country/Region

Edit

United States

Time Zone

(UTC-05:00) America/New_York

Business Name

Legal Name of Business

Phone

US +1

Phone

Currency

USD

TikTok Ads Program Terms

Last Updated: June 23, 2020

Welcome to TikTok Ads! Before you participate in the TikTok Ads Program (as defined below), please read the terms below carefully, as you will be required to provide your consent to these terms before proceeding.

☐ By clicking here, you confirm you have read and understood and agree to TikTok Ads Program Terms , TikTok Ads Platform Payment Terms , Advertising Guidelines and TikTok Data Sharing Agreement.

Currently only businesses can register for TikTok For Business.

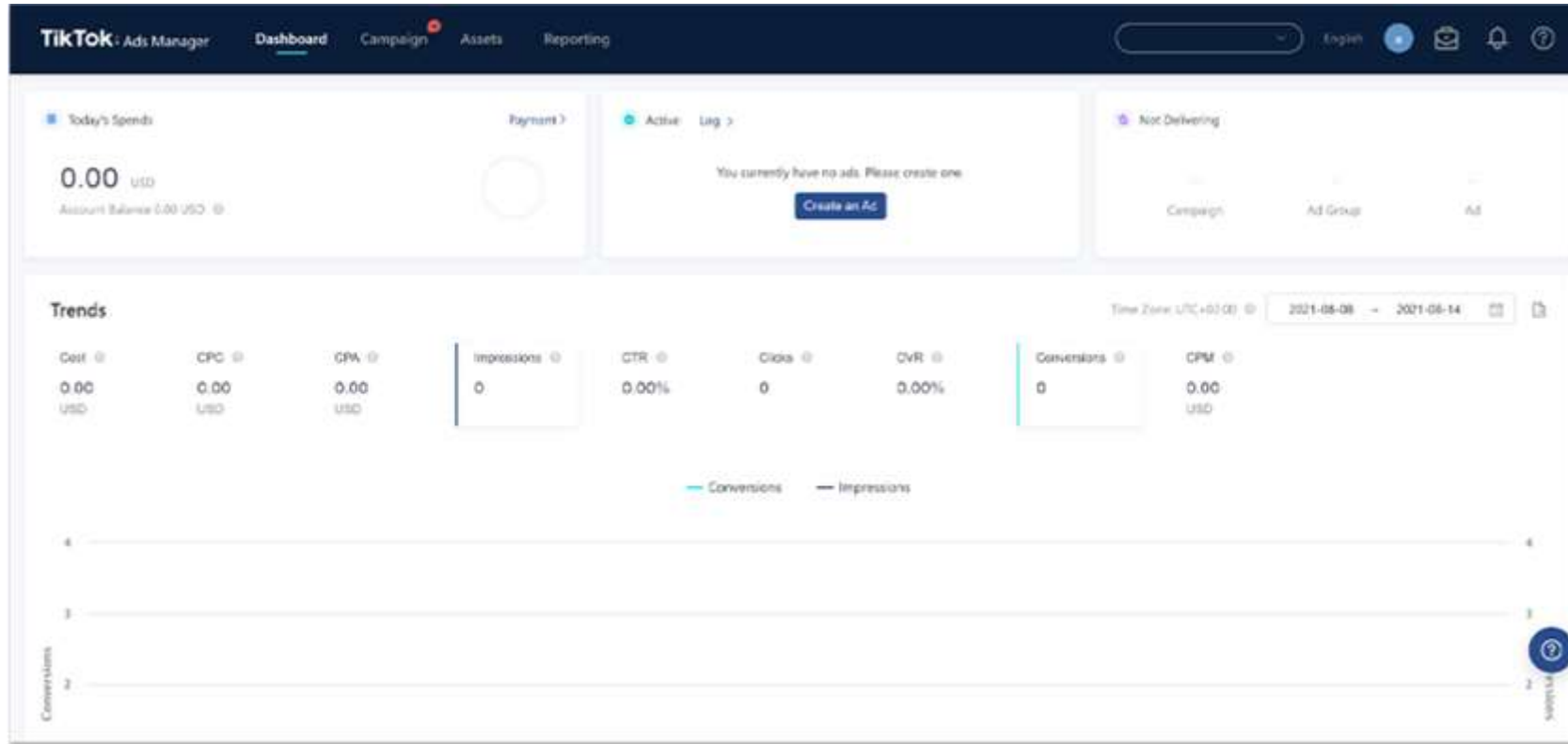
Register

©2020 TikTok For Business

Terms

Privacy

واجهة منصة تيك توك للأعمال

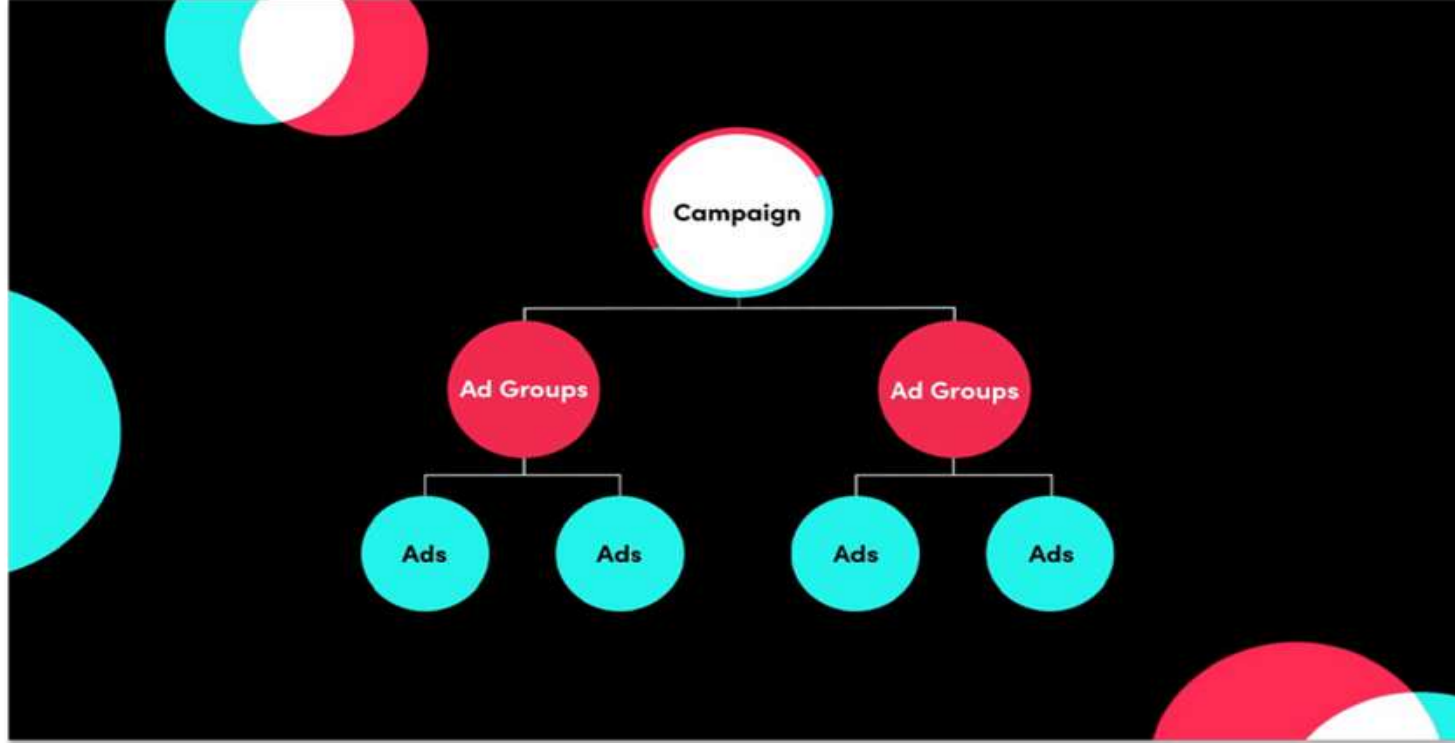


الحساب الإعلاني لمنصة تيك توك

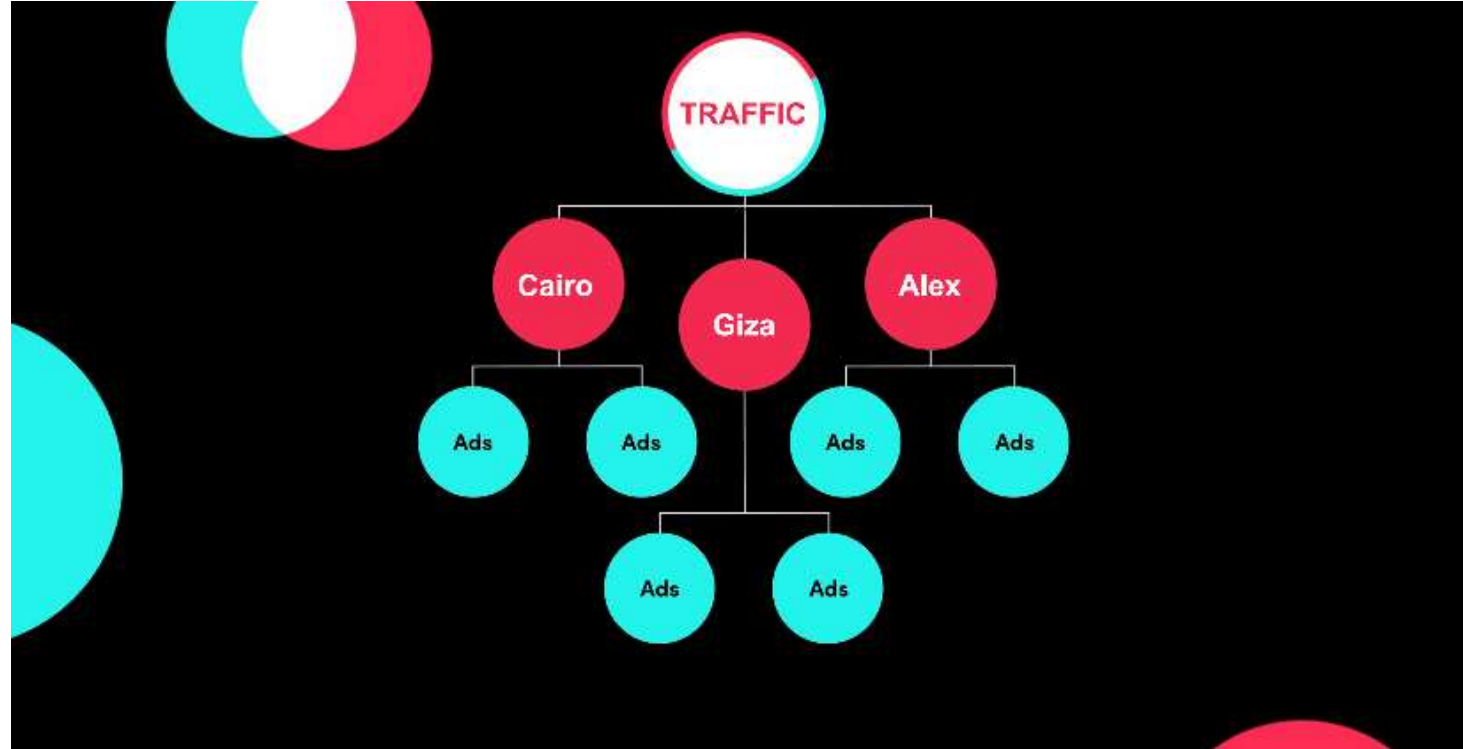


هيكل الحملة الإعلانية

Campaign structure



يتكون هيكل الحملة الإعلانية على منصة تيك توك من عدة مستويات:
الحملة، والمجموعة الإعلانية، والإعلان

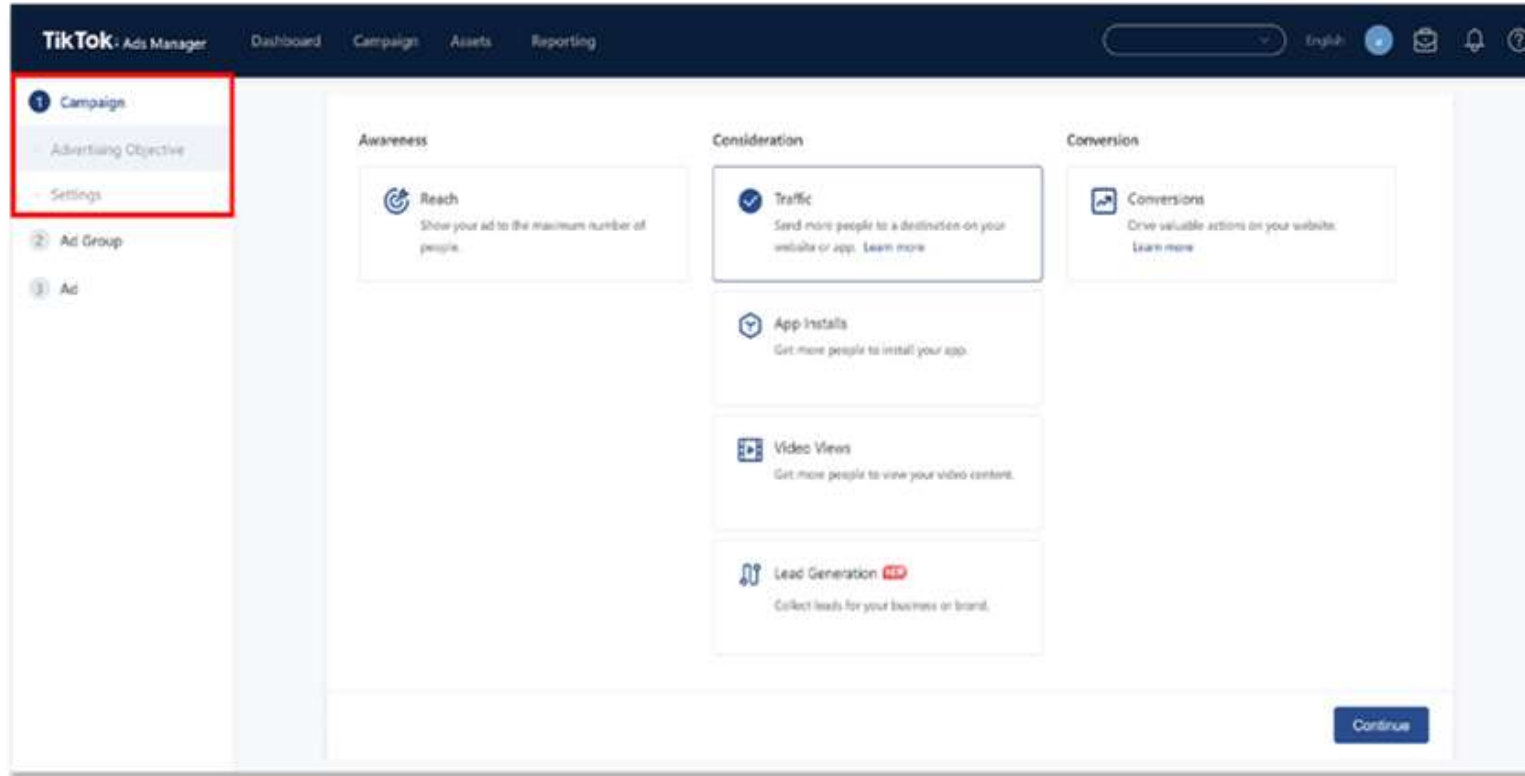


مثال توضيحي



مستوى الحملة

Campaign level



مستوى الحملة هو الأكثر أهمية لأننا سنختار من خلاله
الهدف الإعلاني المناسب للحملة الإعلانية



من خلال مستوى الحملة نستطيع تفعيل خاصية Split Test وتحديد ميزانية الحملة كلها



مستوى المجموعة الإعلانية

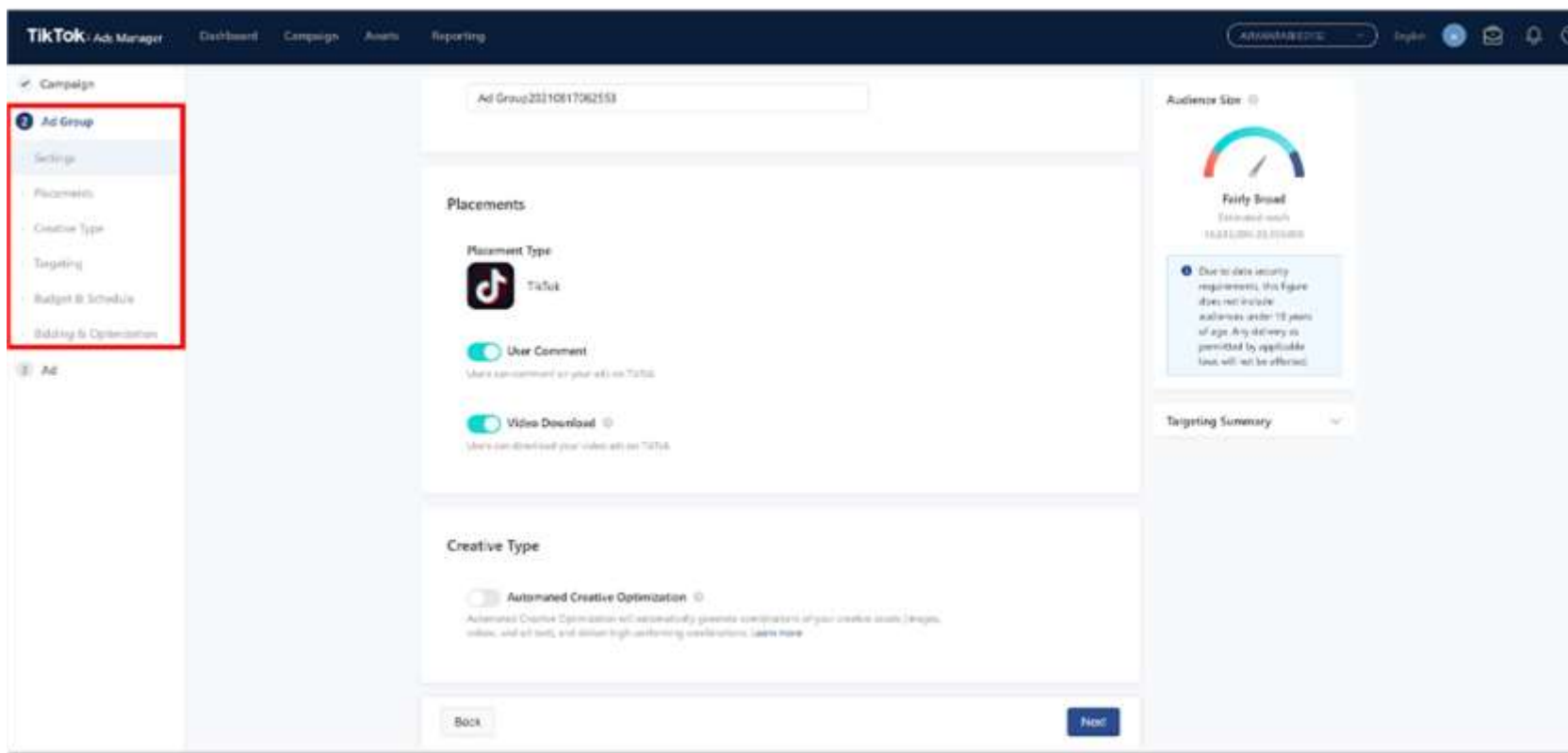
Ad group level

مستوى المجموعة الإعلانية

Ad group level



يجب علينا قبل أن نبدأ في خطوات الإستهداف على أي منصة إعلانية أن نحدد شخصية العميل المثالي المناسبة لمشروعنا ولهدفنا الإعلاني.



داخل مستوى المجموعة الإعلانية العديد من الإعدادات أهمها: الاستهداف التفصيلي، وتحديد الميزانية والجدولة، وطريقة المزاد المستخدمة.

Placements

Placement Type

- ☐ Automatic Placement
Automatically show your ads across supported placements. [Learn more](#)
- ☒ Select Placement
Manually choose your targeting placement. [Learn more](#)

☒  TikTok

☐  News Feed App Series
TopBuzz/BuzzVideo/News Republic/Bebe

☐  Pangle
Premium global publisher network, available in some regions.
[See More](#)



☒ User Comment
Users can comment on your ads on TikTok.

☒ Video Download
Users can download your video ads on TikTok.

نحدد في هذه الخطوة مواضع ظهور الإعلان



Creative Type

☐ Automated Creative Optimization ⓘ

Automated Creative Optimization will automatically generate combinations of your creative assets (images, videos, and ad text), and deliver high-performing combinations. [Learn more](#)

ميزة التحسين الإبداعي التلقائية على مقاطع الفيديو
والصور والنصوص الإعلانية



Targeting

- ▶ Audience ⓘ
- ▶ Demographics
- ▼ Interest & Behavior
Target users based on their interests or behaviors.
 - + **Add Interests**
Target users based on the videos they're interested in on TikTok.
 - + **Add Behaviors: Video Interactions**
Target users based on how they've interacted with videos on TikTok.
 - + **Add Behaviors: Creator Interactions**
Target users based on how they've interacted with creators on TikTok.
- ▶ Device

الاستهداف على تيك توك ينقسم إلى ثلاثة أجزاء:
الجمهور، والخصائص الديموغرافية، والاهتمامات والسلوكيات

Budget & Schedule

Budget

Daily Budget

At least 20

USD

Schedule

2021-08-14 20:34



Time Zone: UTC+02:00

☒ Run Continuously

Your ad group will run continuously after the scheduled start time.

Dayparting

All Day

Select Specific Time

تحديد الميزانية والجدولة

Bidding & Optimization

Optimization Goal

Click

Bid Strategy



Bid Cap

Keep your average cost around or lower than your bid.



Lowest Cost

Maximize your number of results



Show More Options

المزاد واستراتيجيات عرض الأسعار

⌵ Hide Options

Billing Event ⓘ

6-Second Video Views (CPV)

Delivery Type ⓘ

☒ Standard

Your budget will be distributed across the scheduled ads delivery time.

☐ Accelerated

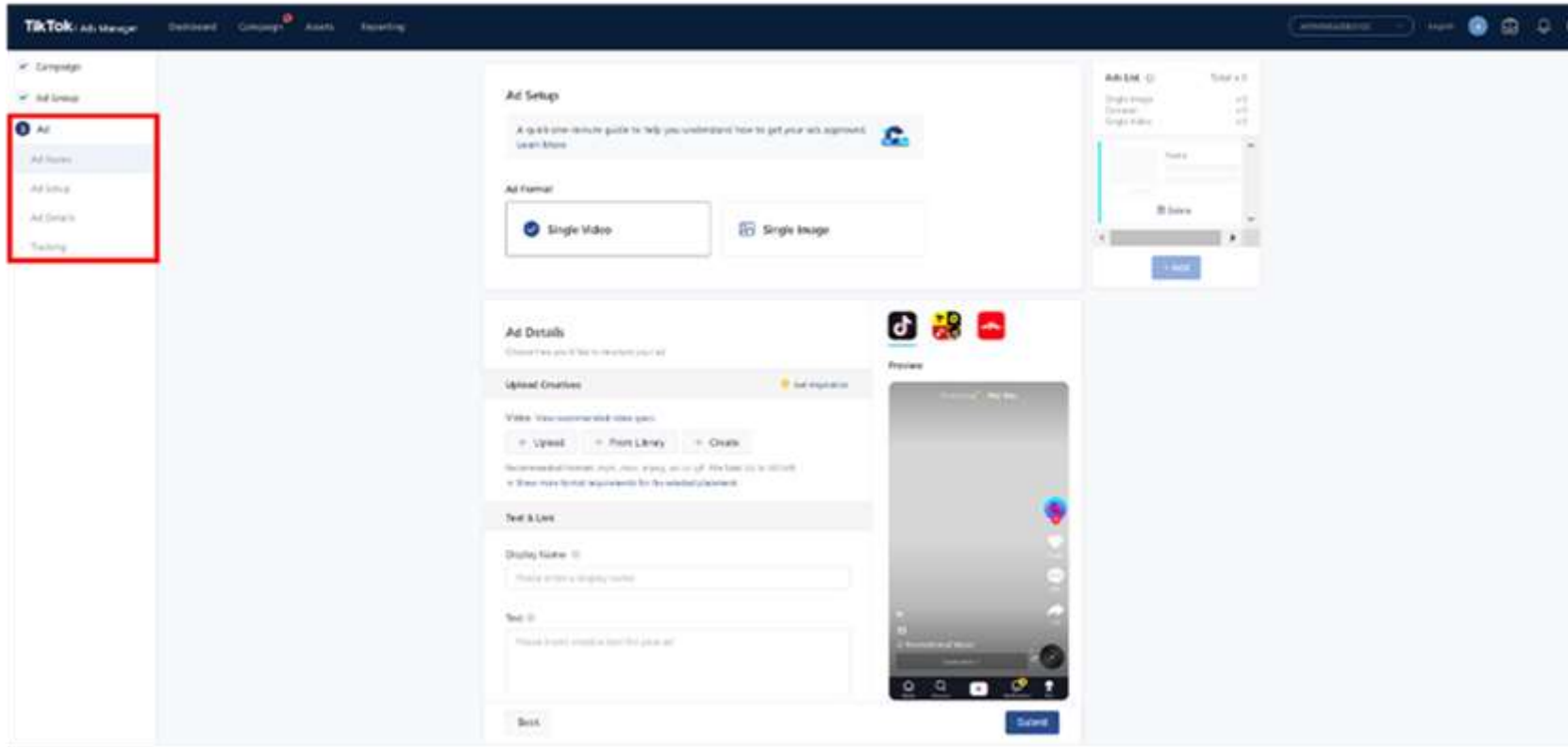
Spend your budget and get results as quickly as possible.

المزيد من الخيارات الإضافية لطريقة توزيع الميزانية
سواء بشكل قياسي أو سريع



مستوى الإعلان

Ad level



على مستوى الإعلان يتم تجهيز وتصميم الإعلان



Ad Setup

A quick one-minute guide to help you understand how to get your ads approved.
[Learn More](#)



Ad Format

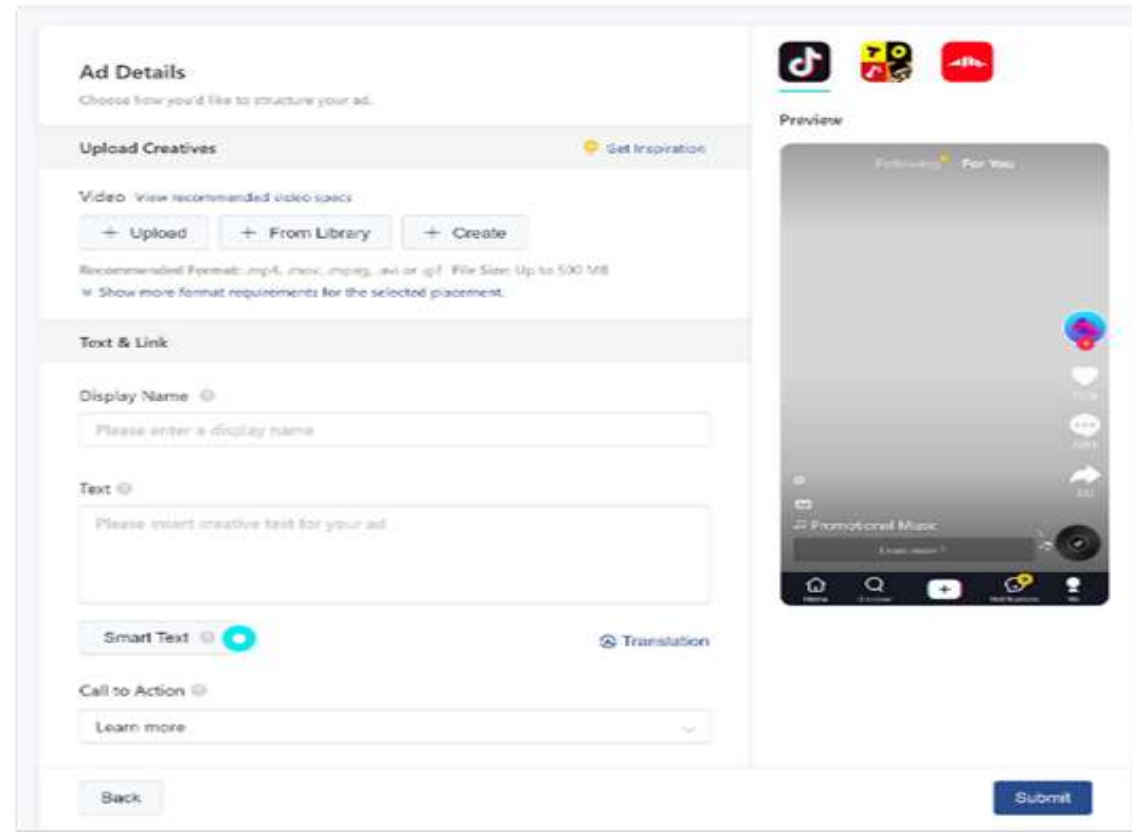


Single Video

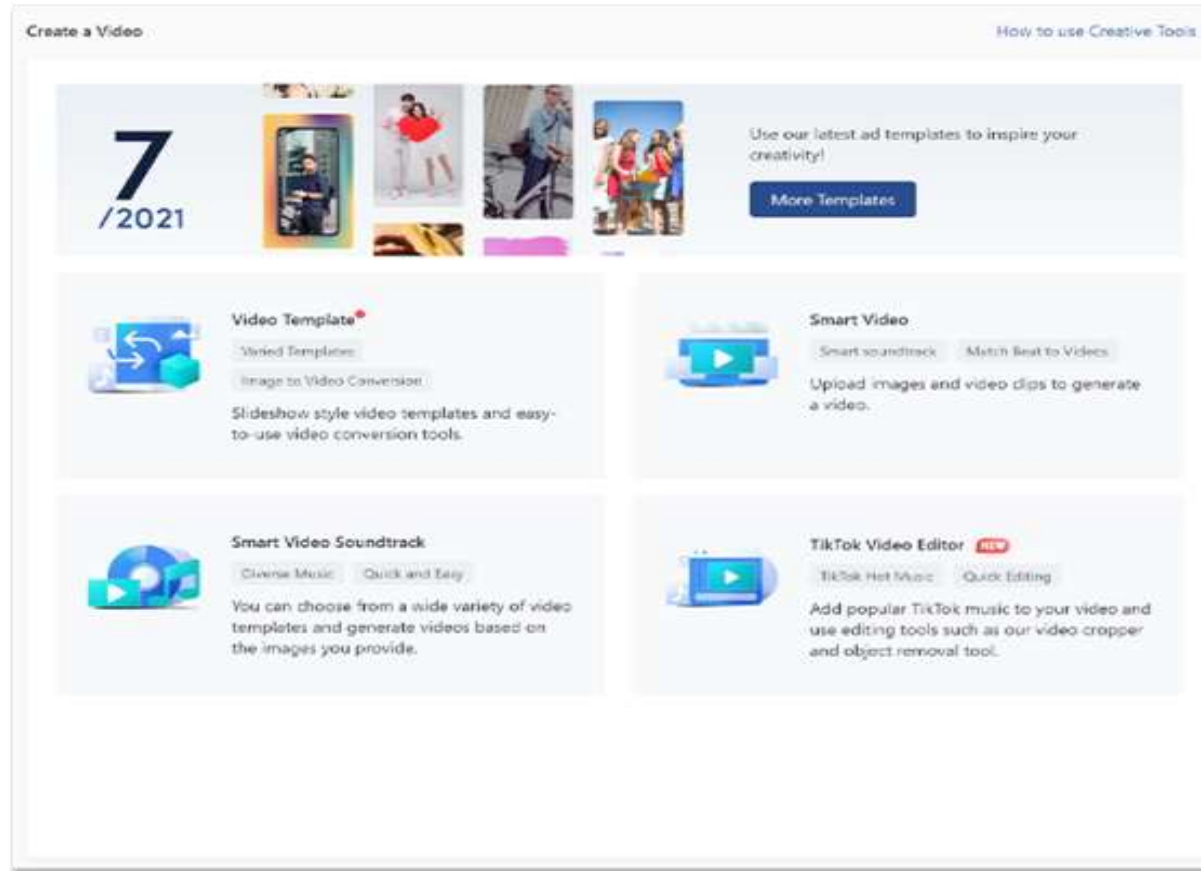


Single Image

يمكن استخدام مقاطع فيديو أو صور في الإعلان



جميع الحقوق محفوظة - إعمل بيزنس



توفر منصة تيك توك العديد من الأدوات لصناعة المحتوى المرئي
بأكثر من طريقة رائعة.



إنشاء حملة من الصفر

Creating a campaign from scratch



سننفذ في هذا الجزء من الكورس كل ما تعلمناه لإعداد حملة إعلانية على منصة تيك توك من الصفر.



تقييم أداء الحملة

Campaign performance evaluation

TikTok Ads Manager Dashboard Campaign Library Reporting

+ Filters Search for name or ID Time Zone: UTC+0200 2020-07-21 - 2020-07-28

Campaign Ad Group Ad

Create Edit

Default Columns 20/page 1 Export

	On/Off	Campaign	Status	Advertising Objective	Budget	Total Cost	CPC	CPM	Impressions	Clicks	CTR
	☐	Campaign-A	Not delivering Account not approved	Traffic	50.00 USD Total	0.00 USD	0.00 USD	0.00 USD	0	0	0%

في نهاية هذا الجزء من الكورس سنفهم الأرقام التي يجب أن ننظر إليها
لتقييم أداء الحملة



المحاضرة الثالثة

إعدادات متقدمة في إعلانات تيك توك

Advanced settings in TikTok ads

سيتم تناول النقاط التالية في هذه الدورة التدريبية:

- Split Test A/B
 - Create a custom audience and a lookalike audience
 - How To Create a Pixel on TikTok?
 - What to do if the campaign is working well /not working well?
 - Support and help on TikTok
 - Course Summary
- اختبار الحملة الإعلانية
 - إنشاء جمهور مخصص وجمهور مشابه
 - كيف ننشئ البكسل على تيك توك؟
 - ماذا تفعل إذا كانت الحملة تعمل بشكل جيد / لا تعمل بشكل جيد؟
 - الدعم والمساعدة على تيك توك
 - ملخص الكورس

أهداف المحاضرة

Lecture Objectives

- التعرف على الطرق التي توفرها المنصة لاختبار الحملة الإعلانية.
- معرفة طريقة إنشاء جمهور مخصص وجمهور مشابه.
- التعرف على طريقة إنشاء بكسل تيك توك.
- معرفة ماذا علينا أن نفعل سواء كانت الحملة الإعلانية تعمل بشكل جيد أو لا تعمل بشكل جيد.
- التعرف على طريقة التواصل مع دعم تيك توك.



اختبار الحملة الإعلانية

Split Test A/B

Settings

Campaign Name

Traffic20210910182606

Create Split Test NEW



Get more insights into your ads by A/B testing your strategy.

We'll show your split test to 2 separate audiences to give you data-driven results.



1. Complete the ad group and ad settings for your control



2. Select a variable and create your test ad group



3. View results for insights into your strategy

Budget



No Limit

اختبار الحملة الإعلانية من خلال تفعيل خاصية Create Split Test

Setup

Split Test Variable

Creative

Targeting

Creative

Bidding & Optimization

توفر المنصة ثلاث طرق لاختبار الحملة الإعلانية:
الاستهداف، والتصميمات الإبداعية، وعرض الأسعار والتحسين



إنشاء جمهور مخصص وجمهور مشابه

Create a custom audience and a lookalike audience

إنشاء جمهور مخصص وجمهور مشابه

Create a custom audience and a lookalike audience

الجمهور المخصص Custom Audience

عبارة عن قوائم تضم الأشخاص الذين زاروا موقعنا الإلكتروني أو تطبيقنا على الهواتف الذكية أو المعجبين والمتابعين على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بنا.

الجمهور المشابه Lookalike Audience

عبارة عن قوائم تضم جمهوراً يشبه جمهورنا وعملائنا الحاليين سواء كانوا زواراً لموقعنا الإلكتروني أو معجبين ومتابعين على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي.



ال جماهير المخصصة والم شابهة تعتبر من أقوى طرق استهداف الجمهور
على منصة تيك توك

Create a Custom Audience

Select an audience type



Customer File

Upload a customer file to match your customers with people on our platform. The matches will be used to create an audience.



Engagement

Create a list of people who saw, clicked, or engaged with your content.



App Activity

Create a list of people who downloaded your app, or took specific actions, such as making a purchase.



Website Traffic

Use TikTok Pixel to create a list of people who visited or took specific actions on your website.



Lead Generation

Create a list of people who viewed or submitted an instant form in a lead generation ad.

المنصة توفر أكثر من طريقة لإنشاء قوائم للجمهور المخصص



كيف ننشئ البكسل على تيك توك؟

How To Create a Pixel on TikTok?

كيف ننشئ البكسل على تيك توك؟

How To Create a Pixel on TikTok?

تعريف البكسل:

- هو كود برمجي يتم نسخه في الموقع الإلكتروني، ويستخدم كأداة تجمع البيانات من خلال فهم الإجراءات التي يتخذها الأشخاص على موقع الويب.
- عندما يزور شخص ما موقعك ويتخذ إجراءً معيناً - مثل إتمام عملية شراء أو الاشتراك في القائمة البريدية؛ يتم تشغيل البكسل ويتم من خلاله تسجيل هذا الإجراء.
- وبهذه الطريقة سنتمكن من الوصول لذلك الشخص مرة أخرى من خلال الإعلانات المدفوعة.



Create Pixel

Pixel Name

Installation Type



Manually install pixel code

You can paste the pixel code into your website manually.

[Learn more](#)



Install pixel code by 3rd party tool

Connect your site using one of our partners including Shopify and Google Tag Manager.

By clicking Next, I agree to the [TikTok Business Products \(Data\) Terms](#)

نستطيع إنشاء بكسل تيك توك بطريقة يدوية أو من خلال أدوات
مثل Google Tag Manager



ماذا تفعل إذا كانت الحملة تعمل بشكل جيد / لا تعمل بشكل جيد؟

What to do if the campaign is working well / not working well?



- سنتعلم في هذا الجزء من الكورس ماذا علينا أن نفعل إذا كانت الحملة جيدة وأداؤها رائع، وأيضاً ماذا علينا أن نفعل إذا كانت الحملة لا تعمل بشكل جيد.
- سنتعرف على الأخطاء التي يجب أن نتفادها، والأرقام التي يجب أن نركز عليها في حملاتنا الإعلانية.

يمكن أن نحسن أداء الحملة من خلال توسيع وزيادة نطاق الميزانية بشكل تدريجي



Bidding & Optimization

Optimization Goal ?

Conversion

Bid Strategy ?

☒ Cost Cap

Keep your average cost per result lower than your bid.

USD/Conversion

☐ Lowest Cost

Maximize your number of results.

 Show More Options

بدلاً من زيادة الميزانية يمكن أن نستخدم خاصية Bid Strategy
للتحسين من أداء الحملة

▼ Demographics

Location ⓘ

Clear All

Cairo ×

Giza Governorate ×

🔍 Search for or select a location

The actual ads delivery may vary depending on the supported locations of different placements.

[Learn more](#)

Gender

No Limit

Male

Female

Age

No Limit

13-17

18-24

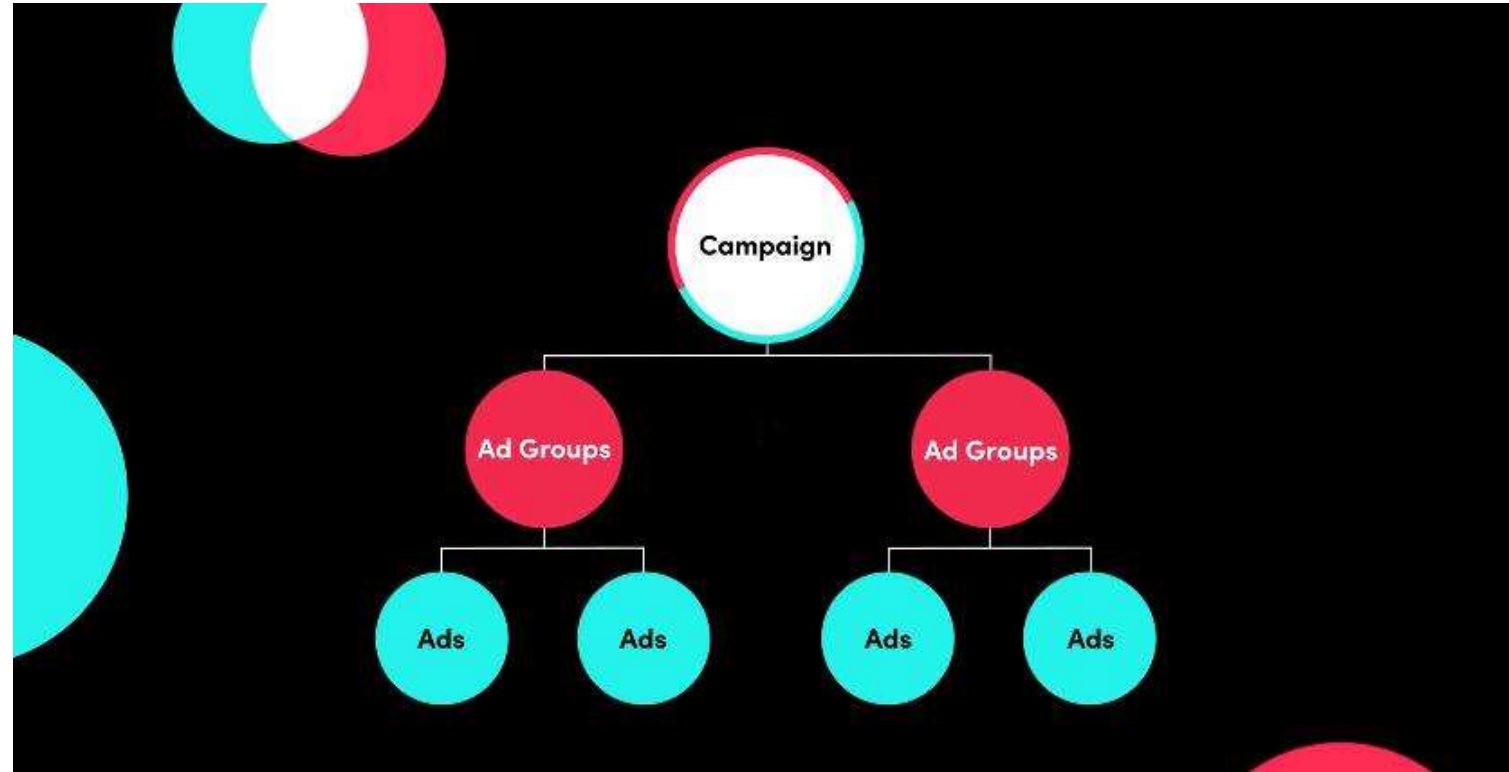
25-34

35-44

45-54

55+

توسيع نطاق الاستهداف أحد طرق التحسين بالحملات الإعلانية



يمكن تحسين نتائج الحملة من خلال تضمين مزيد من الإعلانات



Creative Type

☐ Automated Creative Optimization [?](#)

Automated Creative Optimization will automatically generate combinations of your creative assets (images, videos, and ad text), and deliver high-performing combinations. [Learn more](#)

خاصية Automated Creative Optimization
من الطرق الجيدة لتحسين نتائج الحملة الإعلانية



Status	Budget	Total Cost ↕	CPC ↕	CPM ↕	Impressions ↕	Clicks ↕	CTR ↕	Conversions ↕	CPA ↕	CVR ↕
● Inactive Campaign Inactive	No Limit	50.00 USD	0.00 USD	0.33 USD	150,983	28,823	19.09%	0	0.00 USD	0%

مؤشر الأداء CTR يعتبر من أهم مؤشرات تقييم الأداء



التقلبات الأسبوعية والمواسم والأعياد قد تؤثر
على نتائج الحملة الإعلانية



زيادة المنافسة على المنصة الإعلان من ضمن العوامل
التي تؤثر على تكلفة ونتائج الإعلان.

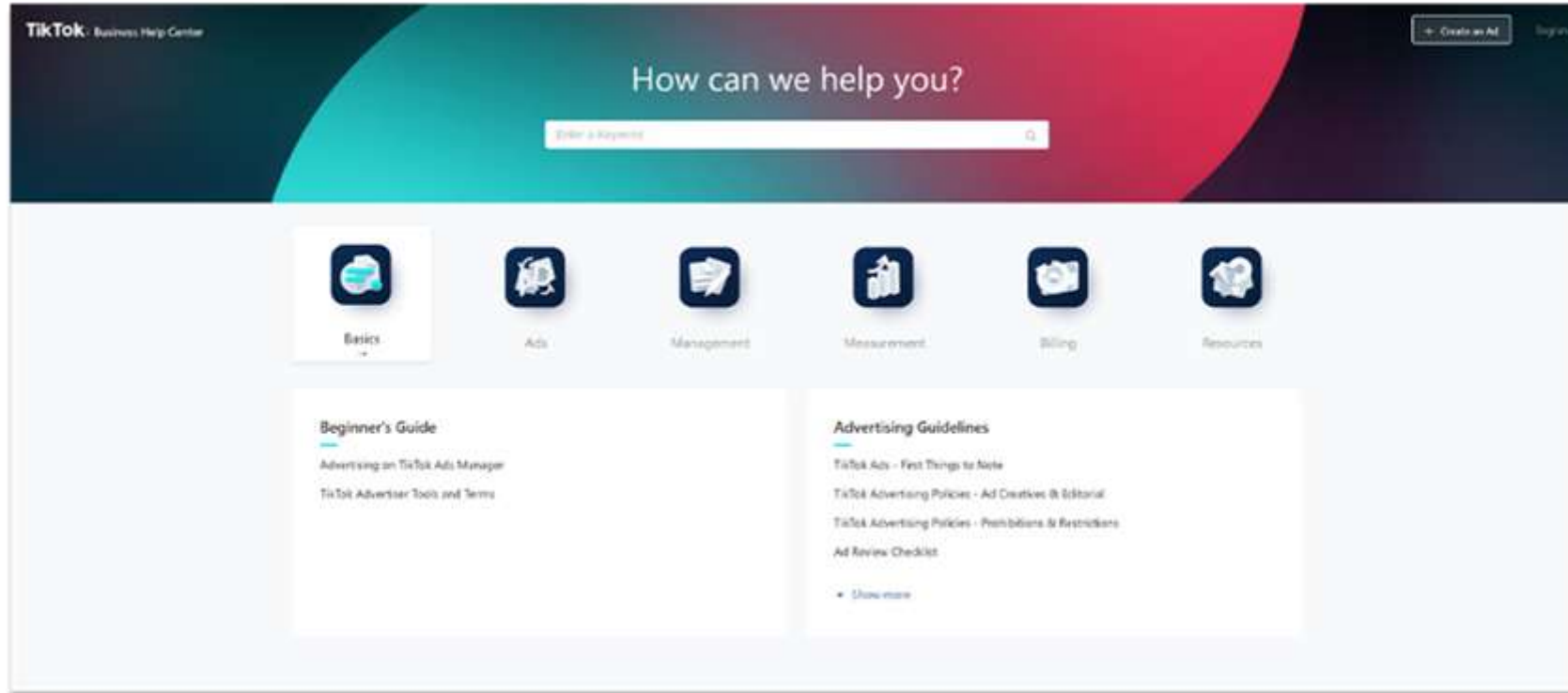


الاستهداف غير الصحيح يؤثر على نتائج الحملة



الدعم والمساعدة على تيك توك

Support and help on TikTok



منصة تيك توك توفر عدة طرق لتقديم الدعم والمساعدة



ملخص الكورس

Course Summary

ملخص الكورس

Course Summary

- أهمية إعلانات تيك توك في التسويق والإعلان.
- أشكال الإعلانات التي تظهر للمستخدمين وطريقة المزاد على المنصة.
- كيف ننشئ ونستخدم حساباً إعلانياً على تيك توك؟
- كيف نُعد حملة إعلانية ناجحة من الصفر؟ وكيف نقيم أداء الحملة؟
- كيف نستخدم الإعدادات المتقدمة بالحساب الإعلاني لتحقيق أفضل النتائج؟
- ماذا علينا أن نفعل سواء كانت الحملة تعمل بشكل جيد أو لا تعمل بشكل جيد؟

شكراً لكم