

التسويق والإعلان على تيك توك

التسويق والإعلان على تيك توك أمر لا بد منه، خاصة عندما أصبح أكثر ملاءمة لجميع أنواع الأجهزة الذكية والأعلى نموًا في عدد المستخدمين حول العالم. سيستغرق من خلال هذا الكورس على أخيه التسويق والإعلان على منصة تيك توك، وكيف تعمل الإعلانات وعملات المزار على هذه المنصة، وكيف تد حملة إعلانية ناجحة وكيف تدير أداء الحملة، بحيث توفس التسويق والإعلان على تيك توك التعريف بالمنتج، بداية من إنشاء أدوات حساب أرباحك، وصولاً إلى إنشاء حملة إعلانية من الصفر إضافة إلى تعلم العديد من الإعدادات المتقدمة التي توفرها المنصة لتحقيق أفضل النتائج في الحملات الإعلانية.

المقدمة

لماذا يجب علينا التسويق والإعلان على تيك توك؟

- لأن العالم على الاستثمار في التسويق على تيك توك يعتبر الأعلى مقارنة بمنتجات التواصل الاجتماعي الأخرى، بالإضافة إلى العديد من المزايا الأخرى.
- بعد مستخدمو تطبيق تيك توك من أهم الشرائح العمرية التي تتنافس عليها الشركات والمعلنين.
- تختلف الخوارزميات على تيك توك عن باقي المنصات الأخرى.

لماذا نخشى مزايا لإعلانات المدفوعة وتعلم طريقة التسويق والإعلان على تيك توك مع وجود مثل هذه الخوارزميات؟

إحصائيات مهمة عن منصة تيك توك

- أكثر من مليار تنزيل حول العالم
- التطبيق الأكثر تحميلًا على نظام iOS وأندرويد
- أكثر من 700 مليون مستخدم نشط شهريًا حول العالم
- منح في أكثر من 155 دولة
- المستخدمون يهيمون أكثر من 13 ساعة يوميًا على التطبيق
- بعض الإحصائيات تبرزت عن قضاء المستخدمين أكثر من 52 دقيقة يوميًا على تطبيق تيك توك
- 9 من كل 10 مستخدمين يستخدمون التطبيق عدة مرات يوميًا
- عدد المستخدمين الإناث 49.6% والرجال 50.4%
- أعمار مستخدمي تيك توك زادت بسرعة كبيرة في الفترة الأخيرة، واستحوذت لاخص في المراهقين، مع زيادة متنامية في من نريد أعمارهم على الـ 30 عامًا.
- أعمار 41% من المستخدمين تتراوح بين 16 و24 عامًا
- شركات كثيرة حققت من خلال الإعلانات على تيك توك نتائج كبيرة، وعائدًا على الاستثمار أكثر من راتبه مقارنة بمنتجات أخرى.
- الإعلانات الأقل سعرًا مقارنة بغيرها من حيث الترويج

كيف تظهر الإعلانات لمستخدمي تيك توك؟

- الإعلانات على تيك توك تعمل بنظام المزار مثل باقي المنصات الإعلانية والمزارز بالإعلانات هي المتنافسين من المنصات الدعا لبناء المستخدمين الموجودين على هذه المنصات بالطريقة ذاتها كالتسويق التقليدي، الأهم سعرًا يجعل على العمل الأعلى جودة من حيث النتائج.
- ولكن السعر ليس العامل المؤثر الوحيد في المزار، فحجود الإعلان قد تؤثر في المناقصة بالمزارز، وكلما زاد التفاعل على الإعلان وصل إلى مزيد من المستخدمين، مماثلة أقل مقارنة بغيره من الإعلانات.
- كلما زاد عدد المعلنين والاستهداف على نفس الأشخاص زادت معها المناقصة، وارتفعت تكلفة الإعلان.
- هناك معايير أخرى تؤثر على المزار وتطور الإعلان للجمهور المستهدف مثل معيار جودة الإعلان ومدى التفاعل.
- المناقصات على تيك توك ليست كبيرة حتى الآن مقارنة بمنتجات أخرى مثل فيسبوك وانستجرام.
- فكرة المزار على المنصات الإعلانية تعتمد على التأشير على العامل النفسي للمعلنين لجعلهم على تقديم عروض أسعار أعلى.

كيف يعمل المزار بإعلانات تيك توك؟

- الزوار الذين يرون الإعلان على تيك توك يمكنهم من التفاعل مع الإعلان، والتعليق، ومشاركة الفيديو، والتفاعل مع المحتوى.
- الزوار الذين يرون الإعلان على تيك توك يمكنهم من التفاعل مع الإعلان، والتعليق، ومشاركة الفيديو، والتفاعل مع المحتوى.
- الزوار الذين يرون الإعلان على تيك توك يمكنهم من التفاعل مع الإعلان، والتعليق، ومشاركة الفيديو، والتفاعل مع المحتوى.
- الزوار الذين يرون الإعلان على تيك توك يمكنهم من التفاعل مع الإعلان، والتعليق، ومشاركة الفيديو، والتفاعل مع المحتوى.
- الزوار الذين يرون الإعلان على تيك توك يمكنهم من التفاعل مع الإعلان، والتعليق، ومشاركة الفيديو، والتفاعل مع المحتوى.

إعداد حساب إعلاني على تيك توك

- منصة تيك توك للأعمال
- منصة تيك توك للأعمال
- منصة تيك توك للأعمال
- منصة تيك توك للأعمال
- منصة تيك توك للأعمال

هيكلة الحملة الإعلانية

- تكون هيكلة الحملة الإعلانية على منصة تيك توك من عدة مستويات: الحملة، والمجموعة الإعلانية، والإعلان.
- مستوى الحملة هو الأكثر أهمية لأنه يستلزم من خلاله الهدف الإعلاني المناسب للحملة الإعلانية.
- من خلال مستوى الحملة تستطيع تفعيل خاصية Split Test وتحديد مزايا الحملة كلها.

مستوى الحملة

- مستوى الحملة هو الأكثر أهمية لأنه يستلزم من خلاله الهدف الإعلاني المناسب للحملة الإعلانية.
- من خلال مستوى الحملة تستطيع تفعيل خاصية Split Test وتحديد مزايا الحملة كلها.

مستوى الإعلان

- على مستوى الإعلان يتم تجهيز وتصميم الإعلان
- يمكن استخدام مقاطع فيديو أو صور في الإعلان
- على مستوى الإعلان يتم تجهيز وتصميم الإعلان
- توفر منصة تيك توك العديد من الأدوات لصناعة المحتوى المرئي بأكثر من طريقة رائعة.

تعليم أداء الحملة

الأرقام التي يجب أن ننظر إليها لتعليم أداء الحملة

اختيار الحملة الإعلانية

- اختيار الحملة الإعلانية من خلال تفعيل خاصية Create Split Test
- توفر المنصة ثلاث طرق لاختيار الحملة الإعلانية: الاستهداف، والتخصيصات الإعلانية، وعرض الأسعار والتخصيص.

إنشاء جمهور محدد وجمهور مشابه

- الجمهور المخصص Custom Audience: عبارة عن قوائم تضم الأشخاص الذين زاروا موقعنا الإلكتروني أو طبقنا على الهواتف الذكية أو المعلنين والمتابعين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بنا.
- الجمهور المشابه Lookalike Audience: عبارة عن قوائم تضم جمهورًا يشبه جمهورنا وعائلتنا الجانبيين سواء كانوا زوارًا لموقعنا الإلكتروني أو متابعين ومتابعين على حسابات مواقع التواصل الاجتماعي.
- التجاوير المخصصة والمماثلة: تعبر عن أقوى طرق استهداف الجمهور على منصة تيك توك.
- إنشاء قوائم للجمهور المخصص: المنصة توفر أكثر من طريقة لإنشاء قوائم للجمهور المخصص.

كيف نشهد النكسل على تيك توك؟

- تعريف النكسل: هو كود يبرهن يتم نسخه في الموقع الإلكتروني، ويستخدم كإداة تتبع البيانات من خلال فهم الإجراءات التي يتخذها الأشخاص على موقع الويب.
- عندما يزور شخص ما موقعك ويتخذ إجراء معينًا - مثل إتمام عملية شراء أو الاشتراك في القائمة البريدية - يتم تشغيل النكسل ويتم من خلاله تسجيل هذا الإجراء.
- وبهذه الطريقة نستطيع من الوصول أدك النكسل مرة أخرى من خلال الإعلانات المدفوعة.
- نستطيع إنشاء نكسل تيك توك على Google Tag Manager

عنا بعد إزّا كانت الحملة تعمل بشكل جيد / لا بشكل جيد

- يمكن أن نحسن أداء الحملة من خلال توسيع نطاق نطاق المراقبة بشكل تدريجي
- بدلاً من زيادة المراقبة يمكن أن نستخدم خاصية Bid Strategy للتخسيس من أداء الحملة
- توسيع نطاق الاستهداف أحد طرق التحسين بالحملة الإعلانية
- يمكن تحسين نتائج الحملة من خلال تعيين مزيد من الخصائص Automated Creative Optimization من الطرق الجديدة لتحسين نتائج الحملة الإعلانية
- مؤشر الأداء CTR يعتبر من أهم مؤشرات تقييم الأداء
- التعليقات الاستهوانية والموااسر والأعجاب قد تؤثر على نتائج الحملة الإعلانية
- زيادة المناقصات على المنصة الإعلانية من ضمن العوامل التي تؤثر على تكلفة نتائج الإعلان
- الاستهداف غير الصحيح يؤثر على نتائج الحملة

الدعم والمساعدة على تيك توك

- يوجد فيديوهات مخصصة للتشرح والأسهل على المراجع
- من مرآا البرنامج أنه يجمع دعم في قوي على عكس المنصات الأخرى.

مستوى المجموعة الإعلانية

- يجب علينا قبل أن بدأ في خطوات الاستهداف على أي منصة إعلانية أن نحدد شخصية العمل المتناسي المناقصة لمبروتها وأهدافها الإعلانية.
- داخل مستوى المجموعة الإعلانية العديد من الإعدادات أهمها: الميزانية والجدولة، وطريقة المزار المستخدمة.
- تحدد في هذه الخطوة مواقع ظهور الإعلان
- مراجعة التحسين الإبداعي للصفحة على منطوق الفيديو وتصور والموسيقى الإعلانية
- الاستهداف على تيك توك ينقسم إلى ثلاثة أجزاء: الجمهور، والخصائص الديموغرافية، والخصائص والسلوكيات
- المزار واستراتيجيات عرض الأسعار
- العديد من الميزات بالإضافة لطريقة توزيع الميزانية سواء بشكل قياسي أو سريع