



المقدمة

بعد الانتهاء من الحملة الرئيسية بكافة نشاطاتها الفرعية يجب قياس مدى التقدم في الهدف الذي قامت الحملة لأجله، وما الأهداف التي تم تحقيقها سواء على المدى القريب أو التي يأمل القاصون على الحملة بتحقيقها على المدى البعيد

الحملة الاعلانية

هي الحملات التي يقوم بعملها على الانترنت لنجاح شركتك ووصول منتجك لعدد كبير من المهتمين بالمجال الخاص بك واستهدفهم بدقو ومسانعهم

Main Online Advertising Agencies in Egypt

Promomedia

Sherouk, El Watan, al masry el yom, El yom el 7

Connect Ads

yallakora, masrawy, msn, skype, twitter

Sarmady

filgoal, contact cars, filfan

اهمية الحملات الاعلانية لشركتك

- سهولة الوصول إلى العملاء المستهدفين
- سهولة قياس النتائج والتحكم بها
- زيادة المبيعات
- تساعد على بناء العلامة التجارية
- بناء قاعدة عملاء جدد
- زيادة اشتهار وانتشار موقعك الالكتروني

انواع الاعلانات الالكترونية

- الاعلانات النصية Text ads
- الاعلانات الصورية والبنرات الاعلانية Display Ads or Banner
- الاعلانات المنبثقة Pop up Ads
- اعلانات الفيديو Video Ads
- اعلانات محرك البحث SEA :Search Engine Advertising
- اعلانات الشبكات الاجتماعية Social Media Advertising
- اعلانات البريد الالكتروني E. mail Advertising

خطوات نجاح الحملات الالكترونية

- الهدف العام من الحملة
- الجمهور المستهدف
- اهتمامات الجمهور المستهدف
- الحملات الفرعية
- طرق الوصول
- شركاء الحملة
- المصاعب
- تقيم الحملات

تبدأ كل حملة بهدف مثل تسليط الضوء على حق من حقوق الانسان

يمكن تقسيم الجمهور على حسب العمر او اناث او ذكور

تشية تقيم لاحتياجات الشريحة المستهدفة

حملات تحفل خطأيا موجه او رسالة مباشرة

حملات تعتمد على تفاعل الجمهور

اساليب توصيل الحملات الفرعية الي الجمهور

الجهات والاشخاص التي تتعامل مع الحملات ويكون جزء من التحضير والاطلاق

الاشخاص التي تتعامل مع الحملات الفرعية او الجهات الاعلامية

كيفية تقيم الحملة

نوع ميداني وهو في حال وجود نشاطات ميدانية

نوع الالكتروني

Facebook
Twitter
Instagram
Google
YouTube

تكلفة وصول الاعلان للشخص الواحد Cost per point CPP

استقصاء الرئايين

موظفي خدمة الوائين

Click Through Rates (CTR):

Conversation Rate

عدد الاشخاص الذين قاموا بالنجاح Action الى عدد النقرات على الاعلان

تتبع فئات من المؤشر لقياس أداء الاعلانات الالكترونية

العرض

- عددالتفاعلات
- عددت الاعلانات المرئية
- عددمشاهدات الاعلانات
- زمن العرض

التحويلات

- معدلات النقر
- معدلات التحويل
- معدلا التحويل لما بعد المشاهدة
- معدلات التحويل لما بعد النقر

نسبة زوار الموقع

- عدد الزيارات
- عدد الصفحات التي تم مشاهداتها
- طول البزارة
- معدلات ترك الموقع

الاشتراكات

- التفاعل
- عدد الاشتراكات
- معدلات الاشتراك
- معدلات الترتكبه

وسائل الاعلام

- معدل النقاط الاجمالي
- التغطية المحفوظه
- معدلات التغطية
- معدل تكرار الرسائل

التوزيع

- المبيعات الاضافيه المستحدثة
- الارباح المستحدثة
- معدل التحويل الرئيسي
- العائد على التكرار وحجم الشراء
- حركه البيع بالتجزئه الناتجه عن الويب

الاختيار

- عائدات الوعي العام
- عائدات العلامة التجارية
- نوايا الشراء
- العائد على الترتكبه

ماهي اكثر انواع الاعلان فاعلية

مؤشر النقرات هو الاكثر استخداما لانه سهل

التأثير الايجابي على طلبات الشراء

تحسين صورة العلامة التجارية

قياس تأثير الحملات عبر الانترنت على المبيعات دون اتصال

اصبح الانترنت مؤثرا مثل التليفزيون في عامل الشراء

بوتر الانترنت بشكل متزايد على سلوك المستهلك واستراتيجيات الشراء

الخاتمة

تعلمت من هذا الكورس مقدمة عن الاعلان عبر الانترنت اهمية الاعلان على الانترنت أنواع الاعلانات عبر الانترنت تقيم الاعلان عبر الإنترنت

- معدلات التفاعل
- اوقات التفاعل
- معدل التوسع
- معدل مشاهدة الفيديو
- معدل مشاهدة الفيديو كاتلا
- وقت مشاهدة الفيديو
- الانشطة على شبكة التواصل الاجتماعي