

إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

مرحلة جديدة في الإعلان: الفيسبوك

التعلم الآلي
(بكسل)

عدد المستخدمين
ما يقارب 2 مليار

المصدر الأفضل

ميزانية
صغيرة

المنصات الإعلانية للشركة

الفوائد

تعلم آلي أكثر فعالية
جمهور أوسع
الجمهور المشاركة
استهداف أوسع
السلوك الشرائي
الفئة العمرية

العيوب

تجربة المستخدم مهمة جدا
قواعد إعلانية صارمة
قيود حساب الإعلان
مساحة إعلانية كبيرة جدًا
تشبع المستخدمين مع الإعلان



الفوائد

قواعد الإعلان غير صارمة
قيود أقل على حساب الإعلان
تكلفة النقرة أرخص
إعلانات الحالة فعالة للغاية
منافسة أقل
التسويق المؤثر

العيوب

صغر سن المستخدمين
سلوك الشراء أقل بكثير
وقت الانتباه منخفض جدًا
الجمهور غير مهتم بالإعلان



الهاتف و الكمبيوتر

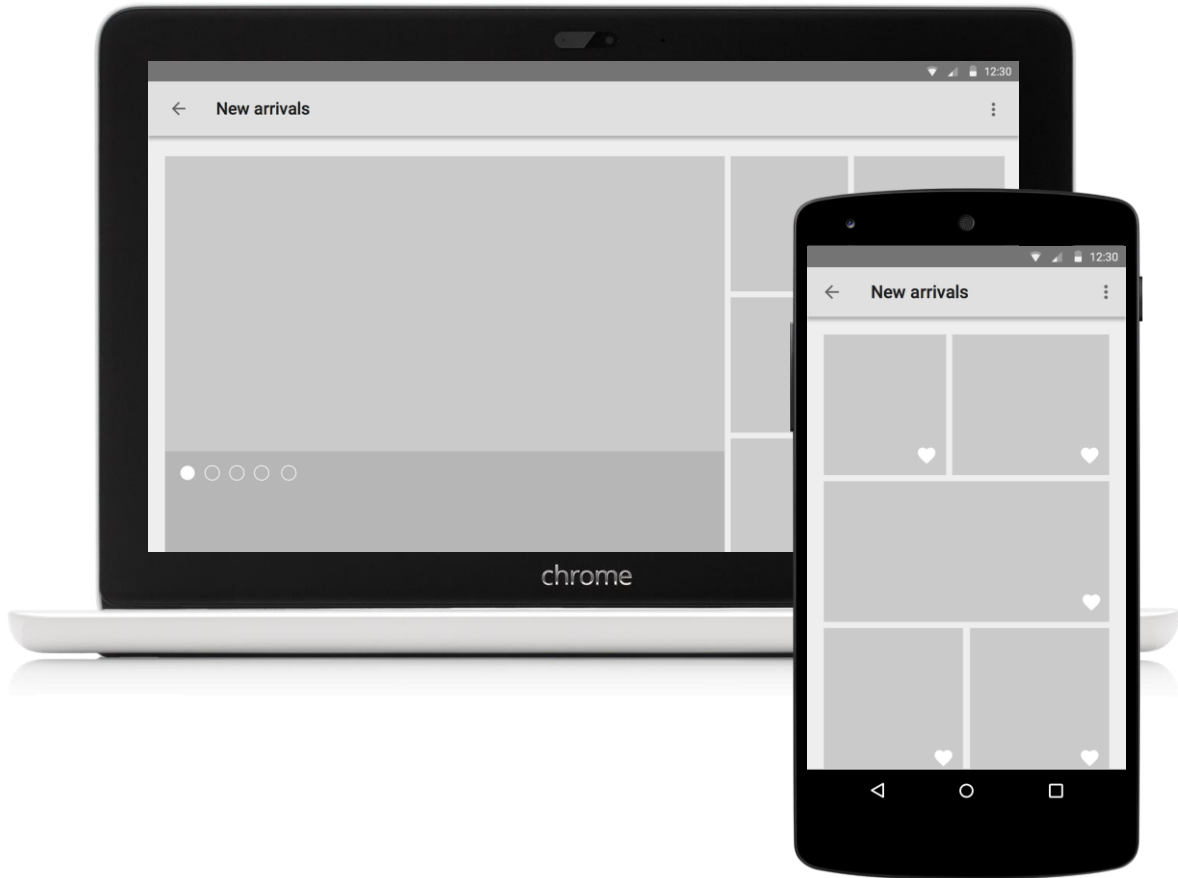
50% من الإنترنت يتم استخدامه من الهاتف

50% من المستخدمين ينظرون إلى هواتفهم عندما يستيقظون

تطبيقات الوسائط الاجتماعية هي التطبيقات الأكثر استخدامًا بنسبة 39%

مواقع الويب الغير المتوافقة مع الجوّال تؤدي إلى فقدان المستخدم بنسبة 48%

49% من المستخدمين يقومون باستخدام الأجهزة المحمولة للتسوق



سير عمل الإعلان

الفيسبوك والانستغرام

نفس سير العمل

| | | |
|------------------|---|-------------------|
| صفحة الفيسبوك | ➔ | معرض الأعمال |
| مدير اعمال | ➔ | مكتب الإدارة |
| حسابات الإعلانات | ➔ | الإدارة والموظفين |



قم بإنشاء حساب الإعلان

في الصفحة الرئيسية لمدير الأعمال ، يمكنك رؤية حساباتك الإعلانية وصفحاتك المرتبطة بمدير الأعمال.

قم بإنشاء مدير أعمال

إذا كنت صاحب شركة ، أدخل معلومات عملك. أما إن كنت شخصيا ، معلوماتك الشخصية كافية.

قم بإنشاء صفحة الفيسبوك

يجب أن يحمل نفس اسم علامتك التجارية وموقع الويب الخاص بك

ابدأ بميزانية صغيرة

انتبه إلى مؤشر الثقة في الفيسبوك ، وزد الميزانية ببطء ، السرعة كارثة

أضف محتوى مفيد لصفحتك

قم بإضافة بعض المحتوى قبل الإعلان

قم بإضافة طريقة دفع

بطاقة ائتمان أو بطاقة سحب آلي أو بطاقة مسبقة الدفع ، طريقة دفع بديلة!

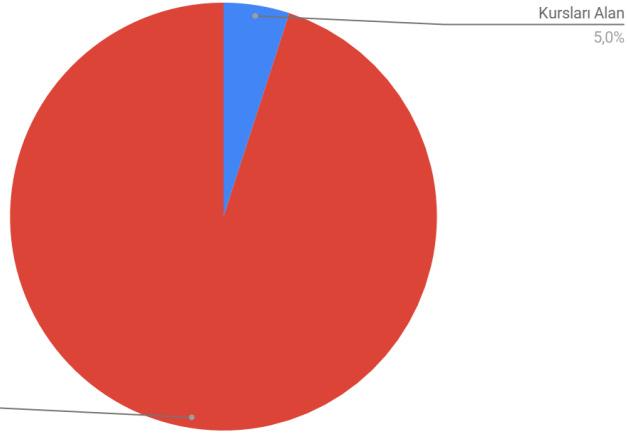
لإنشاء مدير أعمال

<https://business.facebook.com/overview>

للاتصال بالصفحة الرئيسية لمدير الأعمال

<https://business.facebook.com>

Reklamcıların Dağılımı

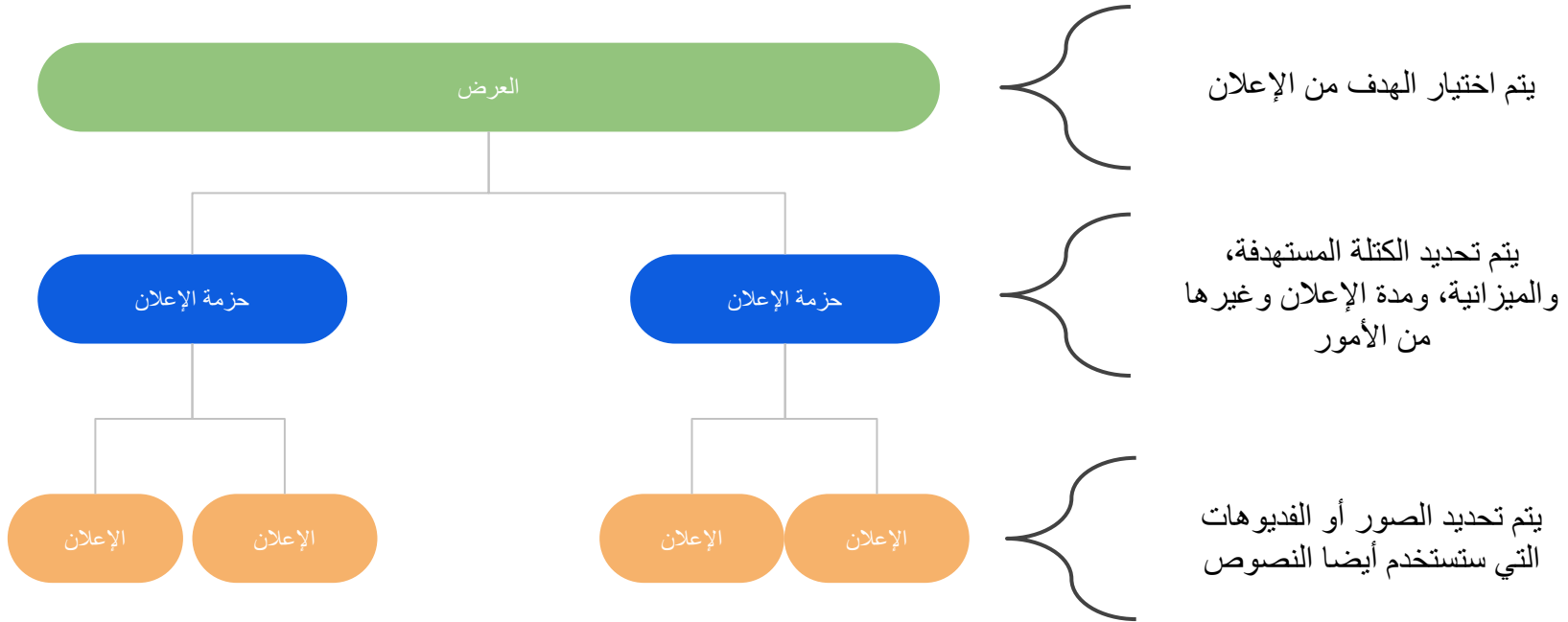


5% من الإعلانات فقط يقومون بالإطلاع على الدورات التعليمية من خلال الرابط أدناه
كن من بين هؤلاء الأشخاص

<https://www.facebook.com/business/learn/courses>

ألية الإعلان في الفيسبوك

يتكون إعلان الفيسبوك من 3 خطوات



الهدف من الإعلان

العرض

ما هدفك التسويقي؟ مساعدة اختيار هدف

| التحويل | الاهتمام | الوعي |
|---|--|---|
| عمليات التحويل  | الزيارات  | الوعي بالعلامة التجارية  |
| مبيعات الكتالوج  | التفاعل  | الوصول  |
| زيارات المتجر  | عمليات تثبيت التطبيق  | |
| | مشاهدات الفيديو  | |
| | تجميع بيانات العملاء المحصلين  | |
| | الرسائل  | |

الحملة الإعلانية 

قناة إعلانية خاصة
الهدف

الحساب الإعلاني 

إنشاء جديد

المجموعة الإعلانية 

الجمهور

المواضع

الميزانية والجدول الزمني

الإعلان 

الهرية

إغلاق

الكتلة المستهدفة

حزمة الإعلان

حجم الجمهور

نطاق الجمهور الذي حددته "عام" إلى حد ما.



الوصول المحتمل: ٣٩,٠٠٠,٠٠٠ من الأشخاص

النتائج اليومية التقديرية

الوصول

1,3K - 3,7K

صعدت هذه التقديرات إلى عوامل مثل بيانات الحملة الإعلانية السابقة والميزات التي أدخلتها وبيانات السوق. ويتم توفير الأرقام حتى يمكنك التعرف على أداء ميزانيتك، ولكنها مجرد تقديرات ولا تضمن تحقيق النتائج المرجوة.

هل كانت هذه التقديرات مفيدة؟

الجمهور

حدد الأشخاص الذين تريد أن يشاهدوا إعلانك. تعرف على المزيد

إشياء جديدة استخدام الجمهور المحفوظ

الجمهور المخصصة

أضف جمهورًا مخصصًا أو مشابهًا تم إنشاؤه سابقًا

استعداد | إنشاء جديد

المواقع

مصر

العمر

+65 - 18

الجنس

كل الفئات الجنسية

الاستهداف التفصيلي

كل المعلومات الديموغرافية والإحصائيات والسلوكيات

اللغات

كل اللغات

عرض خيارات إضافية

الحملة الإعلانية

فئة إعلانية عامة
الهدف

الحساب الإعلاني

إشياء جديدة

المجموعة الإعلانية

الجمهور
المواضع
الميزانية والجدول الزمني

الإعلان

إشياء

تحديد المكان الذي تريد أن يظهر إعلانك به

حزمة الإعلان

- ✓ فلة إعلانية خاصة
- ✓ الهدف

الحساب الإعلاني

- ✓ إنشاء جديد

المجموعة الإعلانية

- الجمهور
- المواضع
- الميزانية والجدول الزمني

الإعلان

- البهيرة

المواضع

يمكنك عرض إعلاناتك على الأشخاص المناسبين في الأماكن المناسبة.

المواضع التلقائية (موصى بها)

يمكنك استخدام المواضع التلقائية لزيادة ميزانيتك إلى أقصى حد ومساعدتك في عرض إعلاناتك على مزيد من الأشخاص. وسيخصص نظام العرض فيسبوك ميزانية مجموعة الإعلانات عبر مواضع متعددة أسهلًا إلى مكان أفضل أداء محتمل. [تعرف على المزيد](#)

المواضع البهيرة

يمكنك اختيار أماكن عرض إعلاناتك يدويًا. فكلما زادت المواضع التي تختارها، زادت فرصك للوصول إلى جمهورك المستهدف وتحقيق أهدافك التجارية. [تعرف على المزيد](#)

عناصر التحكم في التخصيص والإنفاق

يمكنك تحديد المبلغ الذي تريد إنفاقه والموعد الذي تفضل ظهور إعلاناتك خلاله.

التخصيص من أجل عرض الإعلان 1 تسمين محل تكرر الإعلان

مبلغ التحكم في التكلفة 1 لا تحتوي استراتيجيتك عرض أسعار "أقل تكلفة" على مراقبة تكاليف.

نطاق الجمهور الذي
حددته "عام" إلى حد ما.



الوصول المحتمل: 3٩,٠٠٠,٠٠٠ من الأشخاص 1

النتائج اليومية التقديرية

الوصول 1

1.3K - 3.7K

تساعد هذه التقديرات إلى عوامل مثل بيانات الحملة الإعلانية السابقة والميزانية التي أدخلتها وبيانات السوق. ويتم توفير الأرقام حتى يمكنك التعرف على أداء ميزانيتك، ولكنها مجرد تقديرات ولا تضمن تحقيق النتائج المرجوة.

هل كانت هذه التقديرات مفيدة؟

التحكم في الميزانية والإنفاق

حزمة الإعلان

حجم الجمهور

تطابق الجمهور الذي حددته "عام" إلى حد ما

الوصول الممثل: ٣٩٠,٠٠٠,٠٠٠ من الأشخاص

النتائج اليومية التقديرية

الوصول

1.3K - 3.7K

مسند ثقة التقديرات إلى عوامل مثل بيانات الحملة الإعلانية السابقة والميزانية التي أنفقتها وبيانات السوق. ويتم توفير الأرقام حتى يمكنك التعرف على أداء ميزانيتك، ولكنها مجرد تقديرات ولا تضمن تحقيق النتائج المرجوة.

هل كانت هذه التقديرات مفيدة؟

عناصر التحكم في التحسين والإنفاق

يمكنك تحديد المبلغ الذي تريد إنفاقه والموعد الذي تفضل ظهور إعلاناتك خلاله.

التحسين من أجل عرض الإعلان 1 تعيين معدل تنكر الإعلان

مبلغ التحكم في التكلفة 1 لا تحتوي استراتيجيتنا عرض أسعار "أقل تكلفة" على مراقبة تكاليف. سيهدف فيسبوك إلى تحقيق أعلى قيمة لتحسين معدل تنكر الإعلان وإنفاق الميزانية بالكامل.

الجدول الزمني 1 تشغيل مجموعة الإعلانات باستمرار بدءًا من اليوم

تعيين تاريخ بدء وتاريخ انتهاء

عرض خيارات إضافية

حدود إنفاق المجموعة الإعلانية 1 لم تتم إتباع أي شيء

الحملة الإعلانية

3 فئة إعلانية خاصة ✓

الهدف ✓

الحساب الإعلاني

إشياء جديد ✓

المجموعة الإعلانية

الجمهور

المواقع

الميزانية والجدول الزمني

الإعلان

من المفيد البدء بميزانية منخفضة وزيادتها تدريجيًا.
بصفتك معلمًا جديدًا، يجب أن لا يكون أكثر من 100 ليرة
تركي. ربما قد يتم تقييد حساب الإعلان.

صورة الإعلان

الإعلان

Kimlik

İşletmenizin reklamınızda nasıl temsil edileceğini seçin.

Facebook Sayfası

Facebook Sayfanız veya Instagram hesabınızla bağlantı kurarsanız, reklamlarınız [bir Facebook Sayfası oluşturabilirsiniz](#).

صفحتنا على الفيسبوك ، والتي هي
عرض أعمالنا. عندما يتم عرض
إعلاناتنا ، سيرى المستخدمون اسم
صفحتنا

Evren Özen

Instagram Hesabı

Seçilen sayfaya bağlı bir Instagram hesabı yok. Instagram reklamınız Facebook Sayfa adının ve profil resminin yanı sıra açıklama ve takipçi sayısı gibi detayları da kullanacak. [bir Instagram Hesabı ekleyebilirsiniz.](#)

يمكن تحديد التنسيق الدوار لعرض
منتجات أو خدمات متعددة في نفس الوقت

عند الترويج لموقع ويب أو منتج أو خدمة
واحدة ، يجب تحديد صورة أو مقطع
فيديو واحد

ينشر المنتج أو الخدمة التي تروج لها في
نافذة مفتوحة حديثاً مع محتويات متعددة.

Format

Reklamınızı nasıl göstermek istediğinizi seçin.



Dönen Format

2 veya daha fazla kaydırılabilir görsel veya video



Tek Görsel veya Video

Tek görsel veya video ya da birden fazla görsel içeren bir slayt gösterisi



Koleksiyon

Tam ekran bir mobil deneyim olarak açılan bir grup içerik

تم اختيار الصورة
تم كتابة النص
تم اختيار الصفحة
مثال عن إعلان يلفت الإنتباه

Metin ve Bağlantılar

Reklamınızın metnini ve bağlantılarını oluşturun. Daha Fazla Bilgi Alın

Ana Metin ⓘ

Pazarlama ve satış yapmanın tek yolu işlek bir caddeye dükkan açmak değil. Kirasız, stopajsız ve vergisiz dijital dükkanın getirdiği kar tam 5 kat daha yüksek.

Başlık (isteğe bağlı) ⓘ

Buraya Tıkla

Açıklama (isteğe bağlı) ⓘ

Sosyal medya reklamları

Yönlendirme Hedefi

-  İnternet Sitesi
-  Facebook Etkinliği

İnternet Sitesi Adresi (URL) ⓘ

URL Önizlemesini Gör

www.mywebsite.com

Bir URL Parametresi Oluşturun

Görünen Bağlantı (isteğe bağlı) ⓘ

Reklamınızda göstermek istediğiniz bağlantıyı girin

Eylem Çağrısı ⓘ

Fiyat Al ▼

Mobil Haber Kaynağı

Düzenle



Evren Özen

Sponsorlu · 



Pazarlama ve satış yapmanın tek yolu işlek bir caddeye dükkan açmak değil. Kirasız, stopajsız ve vergisiz dijital dükkanın ...Devamını Gör



OWNWEBSITE.COM

Buraya Tıkla

Sosyal medya reklamları

FIYAT AL



Beğen



Yorum Yap



Paylaş

روابط مفيدة

<https://www.facebook.com/ads/library> - مكتب الإعلانات في الفيسبوك

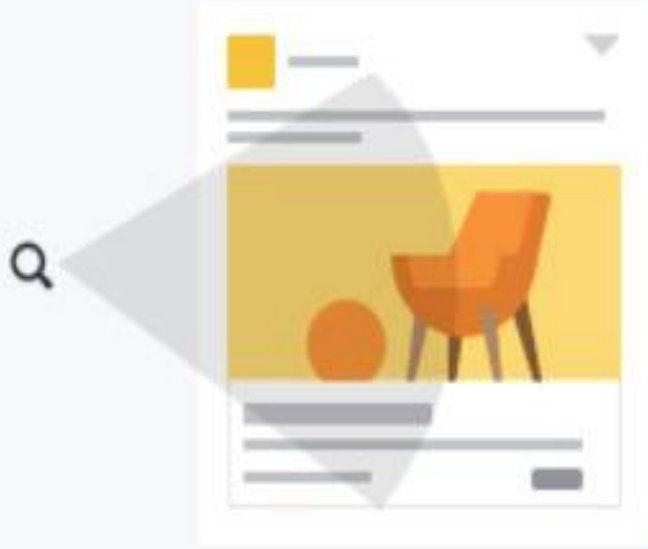
<https://www.facebook.com/business/learn> - دورات تعليمية مجانية حول طريقة القيام بالإعلان

<https://www.facebookblueprint.com/student/catalog> - دورات تعليمية متقدمة في مجال الإعلان

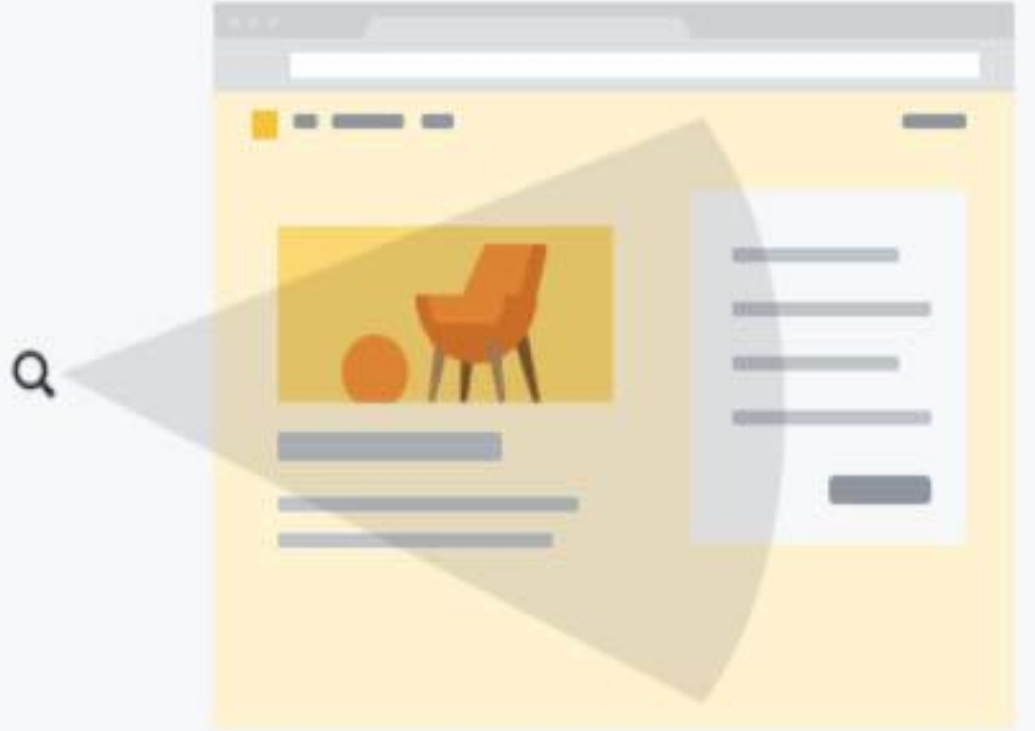
<https://www.facebook.com/policies/ads/> مبادئ الإعلان في الفيسبوك

عملية مراجعة الإعلانات

الإعلان



موقع الويب



الأخطاء الشائعة

العرق، الدين ، المعتقدات ، العمر ، التوجه والممارسات الجنسية، الهوية الجنسية والإعاقة والصحة (بما في ذلك الصحة الجسدية أو العقلية) ، الوضع المالي أو العضوية النقابية أو السجل الإجرامي أو الاسم المباشر أو غير المباشر

استخدام محتوى غير مناسب في الإعلان

رابط موقع إلكتروني غير فعال

استخدام نصوص كثيرة في الصور

باستخدام عبارات خاطئة ، وتضليل المستخدم ، ما وعد به في نص الإعلان لا يتداخل مع المحتوى الموجود على موقع الويب

عدم موافقة الإعلان
تقييد وصول الإعلان للصفحة الحالية
تقييد حساب الإعلان
تقييد مدير الأعمال
تقييد الوصول الإعلاني للحساب الاجتماعي

معلومات التواصل

إيفرن أوزن

<https://www.facebook.com/evrenozenn>

<https://www.linkedin.com/in/evrenozengram/>