تقرير الحملات المدفوعة

September 21-30



مقدمة

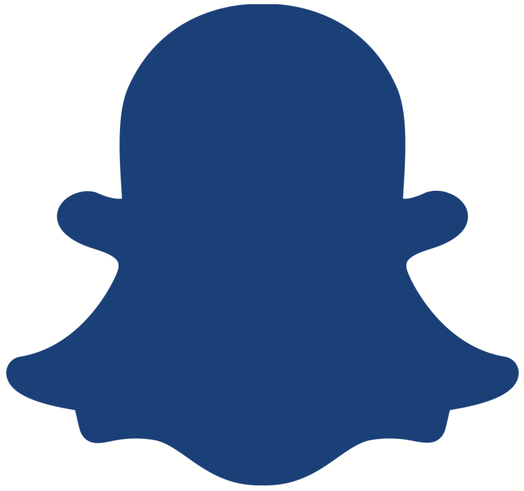
بسم الله الرحمن الرحيم

- نشر الوعي بعلامة "إيراد العقارية".
- تحويل الوعي إلى اهتمام ينعكس بفتح المستخدم لصفحة العرض.
- تحويل اهتمام المستخدمين بعد دخولهم لصفحة العرض إلى أحد مكاني وصول وهما:
  - نموذج تعبئة معلومات شخصية.
  - تواصل مباشر عبر "واتساب".

أهداف أخرى مثل:

- التأكد من رفع فاعلية الحملات وذلك من خلال الصرف المتزن للميزانية.
- الوصول إلى الجمهور المستهدف الذي يمكن تحويله إلى عملاء دون غيره من الجماهير.

سناب شات



لمحات
في سناب شات

حققت حملات سناب شات ولله الحمد معايير صرف ممتازة وذلك بالنظر إلى حجم المنافسة في سوق الإعلان أثناء الفترة المحددة وخصوصاً في اليوم الوطني.

إضافة إلى ذلك، جلبت حملات سناب شات مستويات وعي جيدة لدى المستخدمين بالعلامة التجارية "إيراد العقارية".

الوعي
في سناب شات

١٦٢,٢٦٣ مشاهدة

محسوبة بطريقة: عدد مرات الإعادة X عدد المستخدمين.



٧٢,٤٩٢ مستخدم

عدد مستخدمي المنصة الذين تم الوصول لهم بالحملات.



الوعي
في سناب شات

2.238 مرة إعادة

تكرار الإعلان للمستخدم الواحد طول فترة الحملات الإعلانية.



من الجدير بالذكر...

أن الحملات ركزت على استهداف الجمهور القابل تحويله إلى عملاء فقط وذلك لرفع فاعلية الحملات، حيث كان الاستهداف كالآتي:

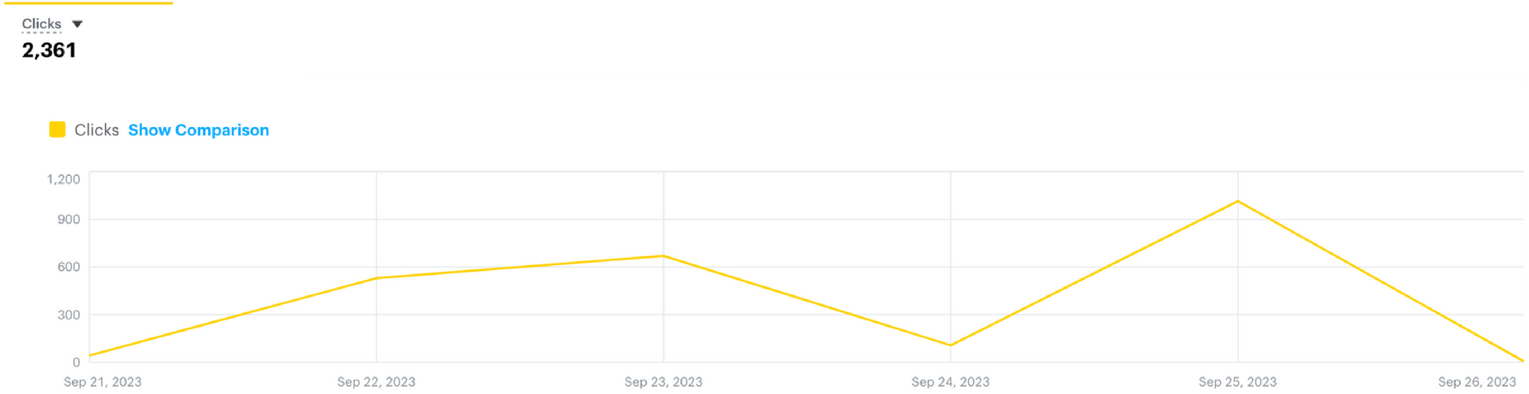
- المنطقة الشرقية
- الأعمار: ٢٠ - ٥٠+
- اللغات: العربية، الإنجليزية
- أسلوب الحياة: مستثمرون ورواد أعمال، مهتمون بالادخار، متسوقون في علامات تجارية فاخرة

حيث تم الاستهداف يومياً من الساعة ٥ عصراً - ٢ فجراً وذلك لعدم مشاهدة الحملات أثناء أوقات الدوام الرسمي.

الاهتمام
في سناب شات

2,361 نقرة مهتمة

*عندما تتم نقرة إلى صفحة العرض فإنها تحتسب كنقرة مهتمة بالعرض.



قد لا تؤثر الحملات بشكل عاجل على قرار المستخدمين المهتمين، ولكن قد تؤثر على قراراتهم لاحقاً عند الرغبة في شراء منتج من منافس آخر في نفس فئة المنتج المعلن له.

تيك توك



لمحات
في تيك توك

حققت حملات تيك توك رقماً قياسياً ولله الحمد في كلا معياري CPM و CPC وذلك انعكس إيجاباً على فاعلية الحملات في الصرف المتزن للميزانية المخصصة.

إضافة إلى ذلك، كانت حملات تيك توك هي الأعلى تأثيراً وذلك في أرقام المشاهدات وأعداد الذهاب إلى صفحة العرض.

الوعي
في تيك توك

٩٦١,٤٦٨ مشاهدة

محسوبة بطريقة: عدد مرات الإعادة X عدد الوصول



الاهتمام
في تيك توك

٢٠٥,٠١٤ نقرة مهتمة

محسوبة بعدد النقرات على صفحة العرض.



الاهتمام
في تيك توك

من الجدير بالذكر أيضاً...

أن الحملات ركزت بشكل كبير على استهداف الجمهور القابل تحويله إلى عملاء وذلك لرفع فاعلية الحملات، حيث كان الاستهداف كالآتي:

- المنطقة الشرقية
- الأعمار: ٢٥ - ٥٥+
- اللغات: العربية، الإنجليزية
- الاهتمامات: اهتمامات استثمارية، اهتمامات عقارية، اهتمامات بالمنتجات الفاخرة، اهتمامات بالفلل السكنية.

بعدد ٤٨ اهتمام مسجل،
و ٥٨ هاشتاق متعلق بهذه المواضيع تم استهدافه.

حيث تم الاستهداف يومياً من الساعة ٥ عصراً - ٢ فجراً وذلك لعدم مشاهدة الحملات أثناء أوقات الدوام الرسمي.

صفحة العرض



صفحة العرض

تم التركيز في تصميم صفحة العرض على:

سهولة الاستعمال (تصميم بسيط).

سهولة الوصول للمستخدم (رابط بسيط).





١
الإعلان

linktr.ee/eradakar



٢
العرض

نموذج جمع بيانات



٣
الوصول

احصائات

صفحة العرض

- المشاهدات الإجمالية
- المشاهدات الغير مكررة (مستخدمون)
- النقرات الإجمالية
- النقرات غير المكررة (مستخدمون)
- معدل النقر بالنسبة للمشاهدات



نقرات الوصول إلى نموذج تعبئة المعلومات — ↓ 423 clicks

نقرات الوصول إلى "واتساب" الأول — ↑ 552 clicks

نقرات الوصول إلى "واتساب" الثاني — ↓ 307 clicks

توصية: وجود موقع الكتروني خاص بالمؤسسة يزيد من احتمالية المستخدمين لنقر الروابط، وذلك لارتفاع ثقتهم بالمواقع المخصصة.

الخلاصة



إجمالاً
في جميع المنصات

١,١٢٣,٧٣١ مشاهدة

٧٢,٤٩٢ مستخدم

*في منصة سناب شات فقط.

٢٠٧,٣٧٥ نقرة مهتمة

توصية: بعد النظر إلى الأرقام، تعد منصة تيك توك المكان الأفضل لإعلانات مؤسسة إيراد العقارية.

شكراً لكم...