



التدريبية: لإدارة إعلانات جوجل الاحترافية

لزيادة الأرباح الدورة

يونيو ٢٦ ٢٠٢٦ - ٢٢

برشلونة - \*

للشخص الواحد) € ٥٧٠٠

Ref: #MAR1097\_196817





## مقدمة الدورة التدريبية / لمحة عامة:

أساسياً لنمو الأرباح الشديدة، لم تعد إعلانات جوجل مجرد أداة للوصول إلى في عالم الأعمال الرقمي الذي يتسم بالتنافسية  
الدورة التدريبية المتكاملة التي تأخذك من واستدامة الأعمال. يقدم Big Ben Training Center العملاء، بل أصبحت محركاً  
تم تصميم إدارة حملات إعلانات جوجل، مع التركيز بشكل أساسي المفاهيم التأسيسية إلى الاستراتيجيات المتقدمة في هذه  
وأفكار رواد المجال مثل الخبير هذا البرنامج ليكون دليلك الشامل، مستنداً إلى أحدث على الهدف النهائي، وهو زيادة الربحية.  
على يؤكد على أهمية الموازنة بين استهداف الجمهور الأكاديمي بييري مارشال (Perry Marshall)، الذي الممارسات العالمية  
لتصل إلى فهم عميق لسلوك الاستثمار (ROI) استتعلم كيف تتجاوز مجرد الحصول والرسالة الإعلانية لتحقيق أقصى عائد  
حملاتك الإعلانية لتحويل الميزانية الإعلانية إلى العملاء، وتحليل البيانات بدقة، وتحسين كل عنصر في على النقرات والظهور،  
وتمكينك للأدوات، بل هي ورشة عمل استراتيجية تهدف إلى بناء أرباح حقيقية وملموسة. هذه الدورة ليست مجرد شرح  
لضمان التفوق في السوق، من اتخاذ قرارات إعلانية ذكية ومبنية على البيانات عقلية تسويقية تركز على النتائج المالية،

## لأ الفئات المستهدفة / هذه الدورة التدريبية مناسبة



- مدراء التسويق ورؤساء الأقسام
- أخصائيو التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية
- رواد الأعمال وأصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة
- مدراء المنتجات والعلامات التجارية
- المسؤولون عن تطوير الأعمال والمبيعات
- المحللون الماليون الذين يقيمون الإنفاق التسويقي
- خريجو كليات إدارة الأعمال والتسويق والاتصالات
- تجارية كل من يرغب في احترام الإعلان الرقمي لتحقيق أهداف

## القطاعات والصناعات المستهدفة:

- قطاع التجزئة والتجارة الإلكترونية
- قطاع الخدمات المهنية والاستشارية
- القطاع العقاري والتطوير العمراني
- قطاع الرعاية الصحية والمستشفيات
- قطاع التعليم والتدريب والمؤسسات الأكاديمية
- قطاع السياحة والضيافة والفنادق
- قطاع التكنولوجيا والبرمجيات كخدمة (SaaS)
- لزيادة الوعي والتأثير الهيات الحكومية والمؤسسات غير الربحية التي تسعى

## الأقسام المؤسسية المستهدفة:



- أقسام التسويق الرقمي
- أقسام المبيعات وتوليد العملاء المحتملين
- إدارات تطوير الأعمال والتخطيط الاستراتيجي
- أقسام تحليل البيانات وذكاء الأعمال
- إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي
- الإدارة العليا المسؤولة عن مراقبة الأداء المالي

## أهداف الدورة التدريبية:

### أتقن المهارات التالية: بنهاية هذه الدورة التدريبية، سيكون المتدرب قد

- صافي الأرباح: تطوير استراتيجيات إعلانية متكاملة تركز على زيادة
- أقصى عائد على الإنفاق الإعلاني ((ROAS) إدارة الميزانيات الإعلانية بكفاءة عالية لتحقيق
- الأنواع الأكثر ربحية: إجراء أبحاث معمقة للكلمات المفتاحية واختيار
- النقر إلى الظهور ((CTR) كتابة نصوص إعلانية جذابة ومقنعة ترفع من نسبة
- وزيادة ظهور الإعلانات: تحسين نقاط الجودة بشكل منهجي لخفض تكلفة النقرة
- لزيادة ولاء العملاء: تطبيق استراتيجيات تجديد النشاط التسويقي المتقدمة
- جوجل المتقدمة لاتخاذ قرارات مستنيرة: تحليل بيانات الحملات الإعلانية باستخدام تقارير
- للإعلانات على المبيعات: إعداد وتتبع التحويلات بدقة لقياس الأثر الفعلي
- لتعزيز كفاءة الحملات: استخدام استراتيجيات عروض الأسعار الذكية والأتمتة

## منهجية الدورة التدريبية:



العملي المكثف، لضمان الدورة على منهجية تدريبية تجمع بين المعرفة يعتمد Big Ben Training Center في تقديم هذه مباشرة في أعمالهم. تتجاوز الدورة الأسلوب اكتساب المشاركين للمهارات الحقيقية التي يمكنهم النظرية العميقة والتطبيق من خلال القائم على المشاركة. سيتم عرض دراسات حالة واقعية التقليدي في الشرح، لتركز على التعلم التفاعلي تطبيقها تطبيقية يقومون من إعلانات جوجل، مع تحليل استراتيجياتها بشكل مفصل. لشركات نجحت في تحقيق نمو هائل في الأرباح مما يسمح لهم بارتكاب الأخطاء والتعلم خلالها بإنشاء وإدارة حملات إعلانية حقيقية داخل سيشارك المتدربون في ورش عمل جلسات عصف ذهني جماعية لتطوير حلول إعلانية مبتكرة، منها تحت إشراف وتوجيه مباشر. كما تتضمن المنهجية بيئة آمنة، بل من خلال بناء وتقديم توصيات مخصصة. نحن نؤمن بأن احتراف إعلانات وجلسات تغذية راجعة فردية لتحليل أداء كل مشارك التي تضمن تحويل المعرفة إلى نتائج القدرة على التفكير الاستراتيجي والتحليلي، وهذا هو جوجل لا يأتي من حفظ الأدوات، قابلة للقياس. جوهر منهجيتنا

## خريطة المحتوى التدريبي (محاور الدورة التدريبية):

### الوحدة الأولى: أساسيات إعلانات جوجل الاستراتيجية



- لنمو الأعمال، مقدمة في التسويق عبر محركات البحث (SEM) وأهميته
- المجموعة الإعلانية، الإعلان، فهم بنية حساب إعلانات جوجل (الحساب، الحملة،
- تستخدم كل منهما الفرق بين شبكة البحث والشبكة الإعلانية ومتى
- بحث الكلمات المفتاحية المتقدم وتحديد نية الباحث.
- الميزانية، فهم أنواع مطابقة الكلمات المفتاحية وتأثيرها على
- مقدمة في نقاط الجودة وأهميتها في خفض التكاليف.
- إنشاء أول حملة إعلانية على شبكة البحث خطوة بخطوة.

## عروض الأسعار الوحدة الثانية: صياغة الإعلانات الفعالة وتحسين

- (for Ads) فن كتابة النصوص الإعلانية المقنعة (Copywriting)
- لزيادة مساحة الإعلان وجاذبيته، استخدام الإضافات الإعلانية ((Ad Extensions
- تطبيق مبادئ الإعلانات المتجاوبة على شبكة البحث.
- وتلقائية، فهم استراتيجيات عروض الأسعار المختلفة (يدوية
- مثل تعظيم النقرات والتحويلات، مقدمة في عروض الأسعار الذكية ((Smart Bidding
- تحليل المنافسين وفهم استراتيجياتهم الإعلانية.
- معدلات التحويل، أفضل الممارسات لتصميم صفحات الهبوط التي تزيد من

## الإعلانية وإعلانات الفيديو الوحدة الثالثة: إتقان الحملات على الشبكة

- استكشاف إمكانيات شبكة جوجل الإعلانية ((GDN
- (الجمهور، السياق، المواضيع)، خيارات الاستهداف المتقدمة على الشبكة الإعلانية
- تصميم إعلانات صورية وبانرات إعلانية فعالة.
- أساسيات إعلانات الفيديو على منصة يوتيوب.
- وكيفية استخدامها، أنواع إعلانات الفيديو ((TrueView, Bumper Ads
- أقصى تأثيراً استراتيجيات استهداف الجمهور على يوتيوب لتحقيق
- قياس أداء حملات الفيديو والشبكة الإعلانية.



## الوحدة الرابعة: تتبع الأداء والتحليل المتقدم

- أهمية تتبع التحويلات وكيفية إعدادها بشكل صحيح.
- (Analytics) ربط حساب إعلانات جوجل مع جوجل أناليتكس (Google).
- جوجل، قراءة وفهم التقارير الأساسية في منصة إعلانات.
- إنشاء تقارير مخصصة لتحليل الأداء العميق.
- (Rate, ROAS) فهم المقاييس الرئيسية (CTR, CPC, Conversion).
- وتأثيرها على تقييم الحملات، مقدمة في نماذج الإحالة (Attribution Models).
- للتخطيط المستقبلي، استخدام أداة مخطط الأداء (Performance Planner).

## الوحدة الخامسة: الاستراتيجيات المتقدمة والأتمتة

- الكلاسيكية والديناميكية. (Remarketing) تطبيق استراتيجيات تجديد النشاط التسويقي.
- البحث (RLSA) لزيادة الدقة، استخدام قوائم تجديد النشاط التسويقي لإعلانات.
- (Lookalike Audiences) استخدام الجماهير المخصصة والجماهير المشابهة.
- لتوفير الوقت والجهد، مقدمة في القواعد التلقائية (Automated Rules).
- تخصيص لا محدودة، استخدام النصوص البرمجية (Ad Scripts) لإمكانيات.
- اختبار A/B المنهجي للإعلانات وصفحات الهبوط.
- التسويق، استشراف مستقبل إعلانات جوجل والذكاء الاصطناعي في.

## الأسئلة المتكررة:

### التسجيل في الدورة؟ ما هي المؤهلات أو المتطلبات اللازمة للمشاركين قبل

لا توجد شروط مسبقة.

### الإجمالي لساعات الدورة التدريبية؟ كم تستغرق مدة الجلسة اليومية، وما هو العدد



العدة إلى ٢٠-٢٥ بمعدل يومي يتراوح بين ٤ إلى ٥ ساعات، تشمل فترات تمتد هذه الدورة التدريبية على مدار خمسة أيام، ساعة تدريبية، راحة وأنشطة تفاعلية، ليصل إجمالي

## سؤال للتأمل:

جذري مفهومنا عن عائد العميل الكاملة، بدلاً من التركيز على النقرة كيف يمكن لمواءمة استراتيجية إعلانات جوجل مع رحلة الاستثمار (ROI) الأخيرة فقط، أن تغير بشكل

ما الذي يميز هذه الدورة عن غيرها من الدورات؟



الأخرى على شرح على الهدف النهائي للأعمال التجارية، وهو الربحية. ما يميز هذه الدورة التدريبية هو تركيزها المطلق ونسبة الظهور، فإننا نتعمق أكثر من واجهة منصة إعلانات جوجل وشرح المقاييس السطحية مثل بينما تركز العديد من الدورات وليس فقط كمسوق رقمي. ستتعلم كيفية ربط كل ذلك بكثير. تم تصميم المحتوى ليعلمك كيف تفكر كمدير عدد النقرات عملية من السوق ملموسة في قائمة الدخل. نحن نبتعد عن الشروحات ريال يتم إنفاقه على الإعلانات بنتيجة مالية استثمار الشركات لعائد استثماري استثنائي. المحلي والعالمي، مع تحليل دراسات حالة تركز على النظرية الجامدة ونغوص في أمثلة السوق. نحن نقوم على التفاعل والتطبيق العملي، حيث Center المنهجية التي نتبعها في BIG BEN Training كيفية تحقيق من استخدام هذه الأدوات لا نقدم لك الأدوات فقط، بل نقدم لك الإطار الفكري ستعمل على مشاريع حقيقية تحاكي تحديات مما يمنحك ميزة تنافسية حقيقية ومستدامة. لاتخاذ قرارات إعلانية تساهم مباشرة في نمو أرباحك والاستراتيجي الذي يمكنك شركتك،