MERCURY

دورة أخصائي التسويق الالكتروني: تحسين البحث والإعلانات المدفوعة والبريد وقياس التحويلات

4 – 8 يوليو 2027

كوالا لامبور (ماليزيا)

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

دورة أخصائي التسويق الالكتروني: تحسين البحث والإعلانات المدفوعة والبريد وقياس التحويلات

المرجع: 99739_120492 **التاريخ:** 4 – 8 يوليو 2027 **المكان:** كوالا لامبور (ماليزيا) **الرسوم:** Euro 4600

دورة أخصائي التسويق الالكتروني دورة تدريبية عملية مدتها أسبوع لمن ينفذون الحملات الرقمية بأنفسهم. تتدرب فيها على تحسين محركات البحث، وإعلانات البحث المدفوعة، وإعلانات وسائل التواصل، والتسويق بالبريد الإلكتروني، وقياس التحويلات، على حسابات وحملات تجريبية. وتعود بخطة الحملة الرقمية وقياسها لمنتج أو خدمة تعمل عليها. وتقدم هذه الدورة من ميركوري للتدريب.

نبذة عن الدورة

تنفق فرق كثيرة ميزانيات إعلانية دون أن تعرف أي قناة جلبت العميل، لأن التتبع غير مضبوط والقنوات تدار منفصلة. لمتابعة الدورة يجب أن تعمل في التسويق أو المبيعات وأن تستخدم المواقع ومنصات التواصل بثقة. وتتدرب على حاسوب ببناء حملات وقراءة نتائجها خطوة بخطوة.

لمن هذه الدورة

- المسؤولون عن تنفيذ الحملات الإعلانية المدفوعة وإدارة ميزانياتها
- المسؤولون عن موقع المؤسسة وظهوره في نتائج البحث
- المسؤولون عن حسابات وسائل التواصل والمحتوى المنشور عليها
- المسؤولون عن قوائم العملاء ورسائل البريد الإلكتروني ومتابعة العملاء المحتملين
- المسؤولون عن تقارير أداء التسويق الرقمي للإدارة

لا تناسب هذه الدورة مديري التسويق الذين يبحثون عن الاستراتيجية التسويقية وتقسيم السوق والتخطيط السنوي، فالأنسب لهم دورة في التخطيط التسويقي، ولا المبرمجين الذين يبنون المواقع تقنيا، فالأنسب لهم دورة في تطوير المواقع.

الكفاءات المستهدفة

- تحسين محركات البحث: تختار الكلمات المفتاحية وتحسن صفحات الموقع لتظهر لمن يبحث عن خدمتك
- إعلانات البحث المدفوعة: تبني حملة منظمة في Google Ads وتضبط الميزانية والمزايدات
- إعلانات وسائل التواصل: تستهدف جماهير مخصصة في Meta Ads وتختبر الإعلانات
- التسويق بالبريد الإلكتروني: تبني سلسلة رسائل تلقائية ترعى العميل المحتمل حتى الشراء
- قياس التحويلات: تضبط التتبع في Google Tag Managerg GA4 وتعرف مصدر كل عميل
- تحسين الحملات بالبيانات: تنقل الميزانية إلى القنوات الأعلى عائدا بناء على الأرقام

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

ما ستتمكن من إنجازه

بنهاية الدورة ستتمكن من:

- انطلاقا من صفحة خدمة على موقعك، إعداد قائمة كلمات مفتاحية وتعديل العنوان والوصف والمحتوى لمحركات البحث
- باستخدام Google Ads، بناء حملة بحث بمجموعات إعلانية وكلمات سلبية وميزانية يومية محددة
- بالنظر إلى وصف العميل المستهدف، إعداد حملة في Meta Ads بجمهور مخصص وإعلانين للمقارنة
- انطلاقا من قائمة عملاء محتملين، كتابة سلسلة من ثلاث رسائل بريد تلقائية بهدف واضح لكل رسالة
- باستخدام Google Tag Manager، ضبط حدث تحويل في GA4 والتحقق من وصوله قبل إطلاق الحملة
- بالنظر إلى تقرير أداء أسبوعي، مقارنة تكلفة العميل المحتمل بين القنوات وإعادة توزيع الميزانية

محتوى الدورة

اليوم 1: مسار العميل الرقمي وتحسين البحث

- مسار العميل الرقمي من الانتباه حتى الشراء ودور كل قناة
- البحث عن الكلمات المفتاحية ونية الباحث
- تحسين الصفحات من العنوان والوصف والمحتوى والروابط الداخلية
- سرعة الصفحات وملاءمتها للهاتف وأثرها في الظهور
- متابعة الظهور والنقرات في Google Search Console

اليوم 2: إعلانات البحث المدفوعة

- بنية الحساب والحملات والمجموعات الإعلانية في Google Ads
- أنواع مطابقة الكلمات والكلمات السلبية
- كتابة نصوص الإعلانات وملحقاتها
- استراتيجيات المزايدة وضبط الميزانية اليومية
- صفحات الهبوط وعلاقتها بجودة الإعلان

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

اليوم 3: إعلانات وسائل التواصل والبريد الإلكتروني

- أهداف الحملات وهيكلها في Meta Ads
- الجماهير المخصصة والمشابهة وبكسل التتبع
- اختبار الإعلانات والتصاميم واختيار الفائز
- بناء قوائم البريد وتقسيمها حسب الاهتمام
- سلاسل الرسائل التلقائية ورعاية العملاء المحتملين

اليوم 4: القياس والتحليل

- أحداث التحويل وإعدادها في GA4
- ضبط الوسوم والمشغلات في Google Tag Manager
- معلمات تتبع الروابط وتسمية الحملات
- تقارير الاكتساب ومصادر الزيارات ونماذج الإسناد
- مؤشرات تكلفة العميل المحتمل ومعدل التحويل والعائد من الإنفاق الإعلاني

اليوم 5: التطبيق العملي لحملة رقمية

- تمرين تحسين صفحة خدمة لمحركات البحث
- تمرين بناء حملة بحث وحملة تواصل لمنتج واحد
- تمرين ضبط تتبع التحويل والتحقق منه
- قراءة تقرير أداء وقرار إعادة توزيع الميزانية
- استكمال خطة الحملة الرقمية وقياسها

دراسات الحالة والتمارين

فيما يلي أنشطة مقترحة خلال الدورة.

- دراسة حالة: متجر إلكتروني للأثاث ينفق معظم ميزانيته على قناة واحدة، فتحلل مصادر المبيعات وتقترح توزيعا جديدا.
- دراسة حالة: عيادة أسنان تتلقى زيارات كثيرة وحجوزات قليلة، فتراجع صفحة الهبوط وتتبع الحجز.
- تمرين: معهد تدريب يريد متابعة من سجلوا اهتمامهم، فتكتب سلسلة رسائل بريد تلقائية.
- تمرين: شركة خدمات عقارية تطلق حملة بحث، فتبني المجموعات الإعلانية وتحدد الكلمات السلبية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

ما ستعود به إلى عملك

تعود بخطة الحملة الرقمية وقياسها، مبنية على منتج أو خدمة تعمل عليها. وتستخدمها خلال شهرك الأول للعودة إلى العمل لضبط التتبع على موقعك، وإطلاق حملة تجريبية بميزانية محدودة، ومراجعة أول تقرير أداء مع مديرك.

- قائمة الكلمات المفتاحية وخطة تحسين الصفحات
- هيكل حملة البحث وحملة وسائل التواصل وميزانيتهما
- سلسلة رسائل البريد التلقائية
- خطة التتبع ومؤشرات التقرير الأسبوعي

إجابات سريعة عن الأسئلة الشائعة

ما الذي أحتاج إلى معرفته قبل دورة أخصائي التسويق الالكتروني؟

يجب أن تعمل في التسويق أو المبيعات وأن تستخدم المواقع ومنصات التواصل بثقة. ولا يلزم أن تكون قد أدرت حملة مدفوعة من قبل، فالأدوات تشرح من البداية على حسابات تجريبية.

بم تختلف دورة أخصائي التسويق الالكتروني عن دورات التخطيط التسويقي؟

تركز دورات التخطيط التسويقي على الاستراتيجية وتقسيم السوق والخطة السنوية. أما هذه الدورة فتنفيذية، تبني فيها الحملات بيدك على منصات البحث والتواصل والبريد، وتضبط قياسها وتقرأ نتائجها.

أيهما أنسب لشركتي إعلانات البحث أم إعلانات وسائل التواصل؟

تناسب إعلانات البحث من يبحث العميل عن خدمته بالاسم، وتناسب إعلانات وسائل التواصل بناء الاهتمام لدى جمهور لا يبحث بعد. والقرار يبنى على تكلفة العميل المحتمل المقاسة في كل قناة.

ماذا أعود به من دورة أخصائي التسويق الالكتروني؟

تعود بخطة الحملة الرقمية وقياسها، وتشمل قائمة الكلمات المفتاحية وهيكل حملتي البحث والتواصل وسلسلة البريد التلقائية وخطة التتبع ومؤشرات التقرير الأسبوعي.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

لمديرك

بعد الدورة سيتمكن الموظف من تحسين صفحات الموقع لمحركات البحث، وبناء حملات بحث وتواصل وبريد بميزانيات مضبوطة، وقياس مصدر كل عميل وتكلفته. ويعود بخطة الحملة الرقمية وقياسها، ويستخدمها أولا لضبط التتبع على الموقع وإطلاق حملة تجريبية بميزانية محدودة.

training@mercury-training.com
www.mercury-training.com