



مقياس: هندسة وتصميم الإعلان

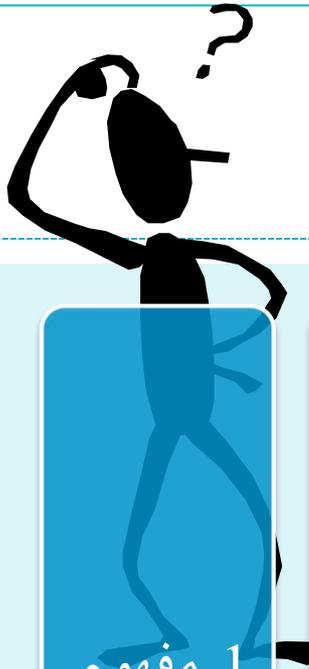
السنة الأولى ماستر تسويق
د-قطاف فيروز



✕ الفصل الرابع:

✕ الإعلان الرقمي

محاوّر المحاضرة :



1- مفهوم
الإعلان
الرقمي

2-
عوامل
ظهور
الإعلان
الرقمي

3-متطلبات
تطبيق
الإعلانات
الرقمية

4-مزايا
الإعلان
الرقمي

5-
تحديات
الإعلان
الرقمي

6-
الوسائل
الرقمية
للإعلان

1- مفهوم الاعلان الرقمي:

4

Digital advertising is a marketing strategy that involves launching advertisements through online channels, like websites, social media, search engines, and more, to promote your brand and products or services.

ويعرف الإعلان الرقمي بأنه «الجهود التي يدفع عنها مقابل مادي وذلك لعرض الأفكار أو السلع أو الخدمات بالوسائط الرقمية، ويفصح فيها عن شخصية المعلن».



• الاعلانات الرقمية هي أحد أدوات التسويق الرقمي.

• فما هو الفرق بين التسويق الرقمي والتسويق التقليدي؟؟؟؟؟

الفرق بين التسويق الرقمي والتقليدي:



التسويق التقليدي	التسويق الرقمي
أكثر تكلفة	وسيلة فعالة من حيث التكلفة للترويج لمنتج ما
يوفر اتصالاً أحادي الاتجاه بين المعلن والجمهور.	يوفر اتصالاً ثنائي الاتجاه بين المعلن والجمهور.
أكثر جدارة بالثقة، فهو استراتيجية تسويق قديمة	تعتمد درجة الجدارة بالثقة على المحتوى وموثوقية القناة
الوصول إلى جمهور محدود	الوصول إلى جمهور كبير
يقتصر على مناطق جغرافية محددة	يمكن الترويج للمنتجات دولياً
معدل تحويل منخفض	معدل تحويل مرتفع
نتائج غير قابلة للقياس	نتائج قابلة للقياس
لا يمكن تقسيم الجمهور إلى شرائح صغيرة اعتماداً على عوامل مثل الاهتمام والسلوك والعمر وما إلى ذلك.	يمكن إرسال رسائل مخصصة إلى الجمهور بناءً على أعمارهم واهتماماتهم وسلوكهم وما إلى ذلك.
أقل مرونة من حيث التعديل	درجة عالية من المرونة من حيث التعديل
لا يوفر التسويق التقليدي طريقة للتفاعل المباشر بين المعلن والجمهور	يوفر التسويق الرقمي طرقاً سهلة للتفاعل المباشر بين المعلن والجمهور
يستغرق وقتاً أطول لبناء العلامة التجارية	يستغرق التسويق الرقمي وقتاً أقل في بناء العلامة التجارية

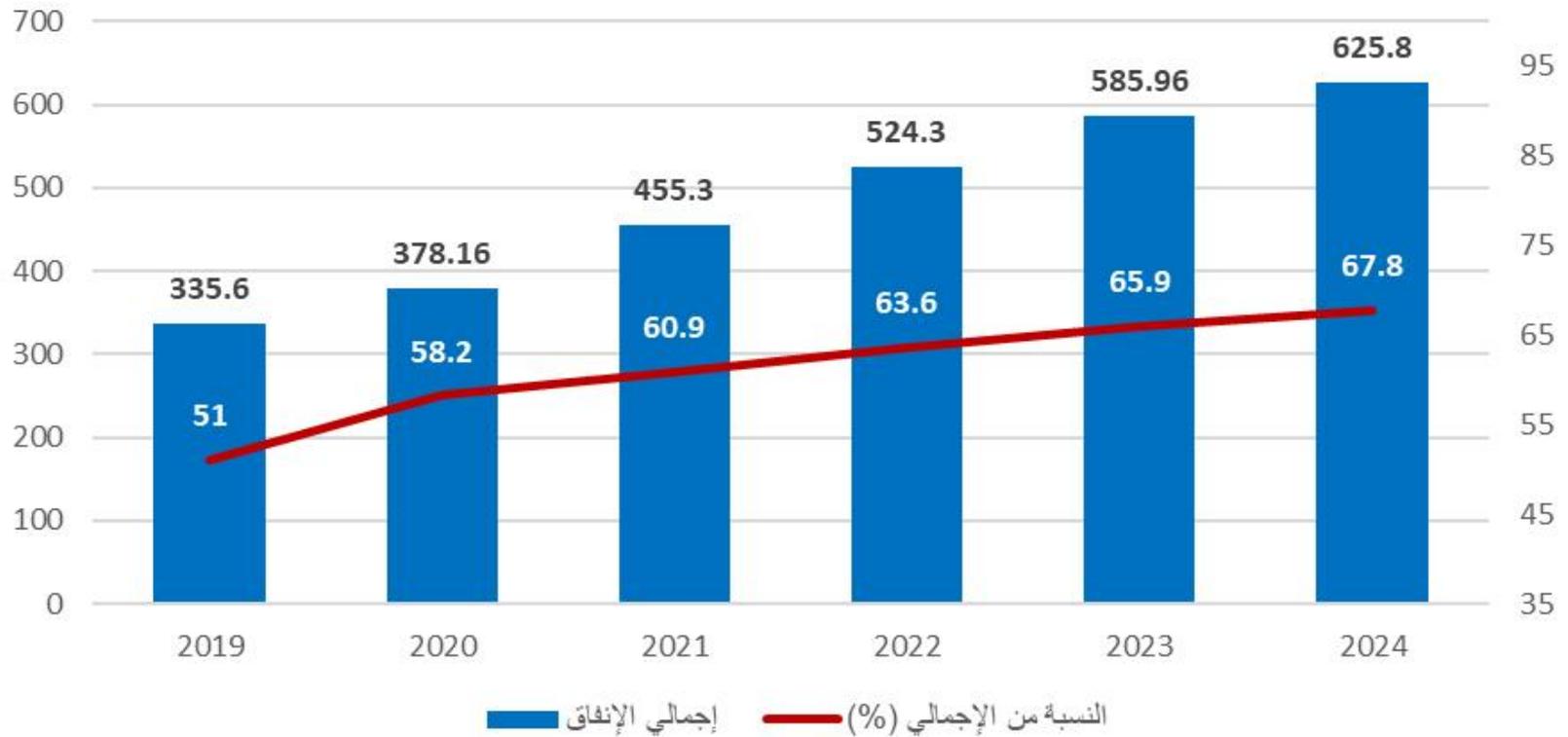


• إن الإعلانات عبر الانترنت أشبه ما تكون بالشريط الإعلاني الصغير والتي تأخذ شكلا معيناً يظهر في أعلى الشاشة وأسفلها، وهو ما يطلق عليه (Advertising Banners)

الأشرطة الإعلانية: تستخدمها المنظمات لعرض الإعلان ولها عدة أساليب للنشر: النشر مقابل رسوم، النشر المجاني، أسلوب التبادل.



شكل: تطور الانفاق على الإعلانات الرقمية عالمية خلال الفترة (2019 - 2024)



2- عوامل ظهور الإعلان الرقمي:



- الزيادة العددية لأجهزة الحاسب بالمنازل.
- التزايد المستمر في أعداد البرامج التي تسهل عملية الدخول لشبكة الانترنت.
- قلة شروط النشر والإعلان.
- اتساع حجم الشبكة وكفاءتها.
- اتساع حجم سوق التجارة العالمي.

3-متطلبات تطبيق الإعلانات الرقمية:



- توفير بيئة اتصالية تفاعلية:
- خلق تواجد إلكتروني عبر الانترنت:

4- مزايا الإعلان الرقمي:



- 1. استهداف دقيق للجمهور المستهدف
- 2. تكلفة منخفضة مقارنة بالحملات التقليدية
- 3. قابلية القياس والتتبع بدقة عالية
- 4. مرونة في تعديل وتحسين الحملات
- 5. تفاعل مباشر مع الجمهور
- 6. انتشار سريع وواسع

5-تحديات الاعلان الرقمي:

12

- 1.المنافسة الشديدة في السوق الرقمي
- 2.الحاجة المستمرة لتحديث المحتوى
- 3.تحديات الخصوصية وحماية البيانات
- 4.التغيرات المستمرة في خوارزميات المنصات

6- الوسائل الرقمية للإعلان:



الوسائل الرقمية **digital media** هي الوسائل التي يتم ترميزها ويمكن عرضها أو توزيعها أو تخزينها على الأجهزة الالكترونية الرقمية.



التسويق عبر البريد الالكتروني

الوسائل الرقمية للإعلان:



التسويق بوسائل التواصل الاجتماعي



التسويق بالهاتف المحمول

الوسائل الرقمية للإعلان:

• التسويق بالموقع الإلكتروني



• التسويق عبر محركات البحث



