

عنوان التقرير: تقرير مشروع التسويق الرقمي لماركة - وكالة العراق ضمن الفترة 203/5/18 Lelas 2023/12/31

مقدمة:

في هذا التقرير، نقدم نظرة عامة على أداء حملات التسويق الرقمي لوكالة ليلاس العراق خلال الفترة 2023/12/31 - 2023/5/18 .

النتائج

الصرف والعائد

الميزانية التسويقية:

بلغت الميزانية التسويقية التي تم إنفاقها خلال فترة المشروع 16,000 دولارًا أمريكيًا.

المبيعات:

بلغت المبيعات التي تم تحقيقها خلال فترة المشروع 97,741 دولارًا أمريكيًا.

ال ROMI:

% خلال فترة المشروع 610 (ROMI) بلغ العائد من الاستثمار في التسويق (أي أن كل 1 دولار تم استثماره في حملة التسويق عاد بمقابلته 6.1 دولار)

العملاء:

العملاء المحتملين

إرتفع عدد العملاء المحتملين الجدد الذي تم الوصول إليهم خلال فترة المشروع ليصل إلى 12,606 عميلاً. العملاء المحتملين هم الأشخاص الذين أخذوا إجراء مباشر نحو الشراء, مثل التواصل مع فريق المبيعات لطلب منتج ما أو الدخول لصفحة منتج على الموقع الإلكتروني بقصد الشراء, ومن المحتمل أنهم إشتروا بالفعل أو أنهم كانوا على وشك الشراء حتى منعهم (سبب ما عن ذلك)

معدل التحويل

. % إرتفع معدل التحويل خلال فترة المشروع ليصل إلى 31.5 (معدل التحويل هو معدل تحويل العملاء المحتملين إلى عملاء حاليين/مشتريين)

العملاء المهتمين

إرافع عدد العملاء المهتمين الذي تم الوصول إليهم خلال فترة المشروع ليصل إلى 641,099 عميلاً. العملاء المهتمين هم الأشخاص الذين أبدوا إهتمامهم بالعلامة التجارية أو بمنتجاتها من خلال تفاعلهم مع الإعلانات أو زيارتهم للموقع الإلكتروني للشركة, ومن المحتمل أنهم (سيصبحون عملاء حاليين/مشتريين في المستقبل)

بيانات أساسية

الوصول

ارتفع عدد الأشخاص الذين شاهدوا إعلاناتنا خلال فترة المشروع ليصل إلى
شخص 13,636,689

مرات الظهور

ارتفع عدد مرات ظهور إعلاناتنا خلال فترة المشروع ليصل إلى 37,905,527 مرة

عدد زيارات الموقع الإلكتروني

ارتفع عدد زيارات الموقع الإلكتروني خلال فترة المشروع ليصل إلى 209,559 زيارة

عدد المحادثات التي تم بدؤها عبر السوشال ميديا

ارتفع عدد المحادثات التي تم بدؤها عبر السوشال ميديا خلال فترة المشروع ليصل إلى
محادثة 9,800

عدد المتابعين الجدد على السوشال ميديا

ارتفع عدد المتابعين الجدد في السوشال ميديا خلال فترة المشروع ليصل إلى 48,218 متابعًا

الحملة النشاط

فيما يلي قائمة بالحملة التي تم إعدادها خلال فترة المشروع

رقم	هدف الحملة	الحالة	عدد الإعلانات النشاط	المنصة
1	حملة إعلانية بهدف المبيعات على الموقع الإلكتروني	متوقف	4/4	مينا
2	حملة إعلانية بهدف المبيعات على الموقع الإلكتروني	متوقف	1/1	مينا
3	حملة إعلانية بهدف المبيعات على الموقع الإلكتروني	متوقف	15/15	مينا
4	حملة إعلانية بهدف المبيعات على الموقع الإلكتروني	متوقف	15/15	مينا
5	حملة إعلانية بهدف الرسائل	نشطة	9/19	مينا
6	حملة إعلانية بهدف الرسائل	نشطة	7/7	مينا
7	حملة إعلانية بهدف الرسائل	نشطة	20/29	مينا
8	حملة إعلانية بهدف زيارات الموقع	متوقف	14/14	مينا
9	حملة إعلانية بهدف زيارات انستغرام	نشطة	5/5	مينا
10	حملة إعلانية بهدف زيادة متابعين فيسبوك	متوقف	7/7	مينا
11	حملة إعلانية بهدف الوعي بالعلامة التجارية	نشطة	12/12	مينا
12	حملة إعلانية بهدف إعادة إستهداف	نشطة	6/15	مينا
13	حملة اعلانية بهدف تفاعل اعلان عن نقطة بيع كربلاء	متوقف	1/1	مينا
14	حملة إعلانية بهدف زيارات الموقع الإلكتروني	متوقف	7/7	سناب شات
15	حملة إعلانية GDN	متوقف	12/12	غوغل
16	حملة إعلانية GDN	متوقف	33/33	غوغل
17	حملة إعلانية نتائج بحث غوغل	متوقف	3/3	غوغل
18	حملة إعلانية نتائج بحث غوغل	متوقف	3/3	غوغل
19	حملة إعلانية نتائج بحث غوغل	متوقف	3/3	غوغل
20	حملة إعلانية نتائج بحث غوغل	متوقف	3/3	غوغل
21	حملة إعلانية بهدف الوعي	متوقف	7/7	يوتيوب
22	حملة إعلانية بهدف زيارات الموقع الإلكتروني	متوقف	7/7	يوتيوب

المنتجات التي نعلن عنها

فيما يلي قائمة بالمنتجات التي نعلن عنها خلال فترة المشروع

رقم	اسم المنتج	عدد الإعلانات النشطة	عدد المحادثات التي تم بدؤها عبر الرسائل
1	Pinky	5	3767
2	Pinky + Body	2	81
3	Privy	3	2294
4	Prime	5	1331
5	Navy	6	331
6	Navy + Rhythm	1	429
7	Cucuk	3	35
8	Fur	3	510
9	Golden	7	112
10	Bordo	2	51
11	85 ml	2	269
12	Leylak	1	65
13	Pour	1	81
14	Voyage	1	139
15	Lili	2	83
16	Babylon-Fur	2	67
17	colors	1	20
18	Arts (الفنون)	1	19
19	Babylon	1	16
20	Rhythm	2	19
21	Ochen Deep	3	12
22	Greedy Love	1	4
23	Musk + Body Splash	1	3
24	Otentik	1	1
25	Zaya	1	2
26	Grand Epic Road	1	1
27	Video	3	3
28	Motif	1	1
29	Zain Oud Bakhoor	1	-
30	Bordo Bakhoor	1	-
31	Musk	1	-
32	Grand Soul	1	-
33	Descent	1	-

:التحليل

تشير هذه النتائج إلى أن حملات التسويق الرقمي لوكالة ليلاس العراق كانت ناجحة في تحقيق أهدافها. فقد أدى زيادة عدد الإعلانات على مختلف منصات السوشال ميديا و غوغل ويوتيوب والتنوع في المحتوى الإعلاني الى زيادة الوعي بالعلامة التجارية وارتفاع مستوى المبيعات عن طريق بيع العملاء ازدد بعد اخذهم من المنافسين وإعادة بيع العملاء الحاليين للماركة

:التوصيات

بناءً على هذه النتائج، نوصي بإجراء التغييرات التالية لزيادة النتائج المحققة من حملات التسويق الرقمي لوكالة ليلاس العراق

- زيادة الاستثمار في الإعلانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث شهدت هذه القنوات ارتفاعاً في معدلات التحويل.
- زيادة الإستثمار في الإعلانات عبر يوتيوب ,حيث أن كان لهذه المنصة دور كبير في زيادة الوعي بالعلامة التجارية والتأثير في قرار الشراء/الطلب عن طريق السوشال ميديا.
- التعامل مع البلوغرز بشكل مستمر لتجديد المحتوى الإعلاني بشكل دائم والتشجيع على الشراء.
- تدريب فريق المبيعات بشكل مستمر لرفع معدل تحويل العملاء المحتملين الى عملاء .
حاليين/مشتريين

الختامة:

نعتقد أن هذه التوصيات ستساعد وكالة ليلاس العراق على تحقيق أهدافها التسويقية في المستقبل بتكلفة أقل وعائد أعلى.