

أولاً: ملخص أداء الحملات الإعلانية



الحملة الأولى: Reach & Engagement

- الفترة: من 29 أكتوبر إلى 6 نوفمبر
- إجمالي المشاهدات: 152.8 ألف
- إجمالي الوصول: 120.3 ألف
- عدد التفاعلات (Post Engagements): 62,929
- إجمالي الإنفاق: 427.91 ج.م.
- تكلفة التفاعل الواحد: 0.01 ج.م (ممتاز جداً)

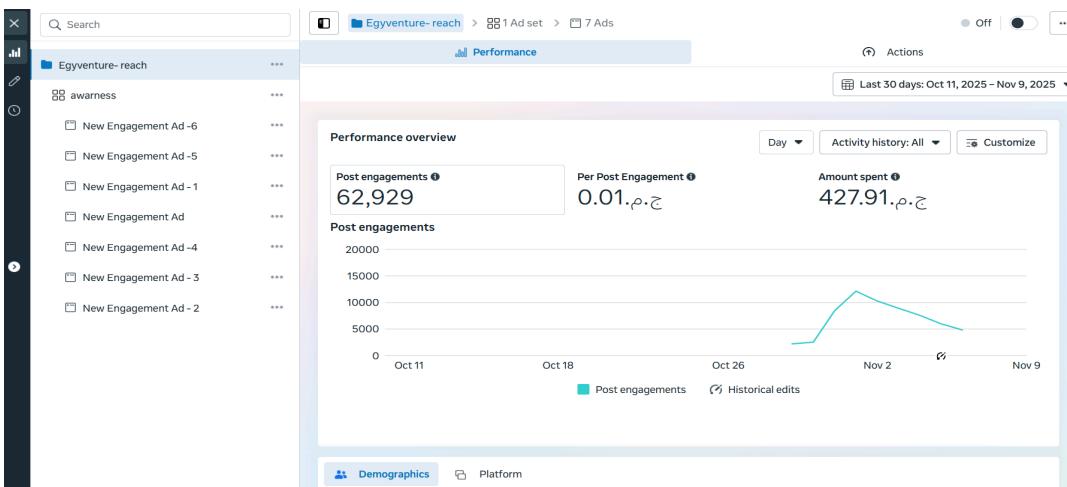
التحليل:

أداء الحملة قوي جداً من حيث التفاعل مقابل التكلفة، وده يدل على إن المحتوى جذاب للجمهور المستهدف. الزيادة كانت واضحة من يوم 2 إلى 6 نوفمبر، وده معناه إن الإعلان كان في ذروته خلال آخر أيام الحملة.

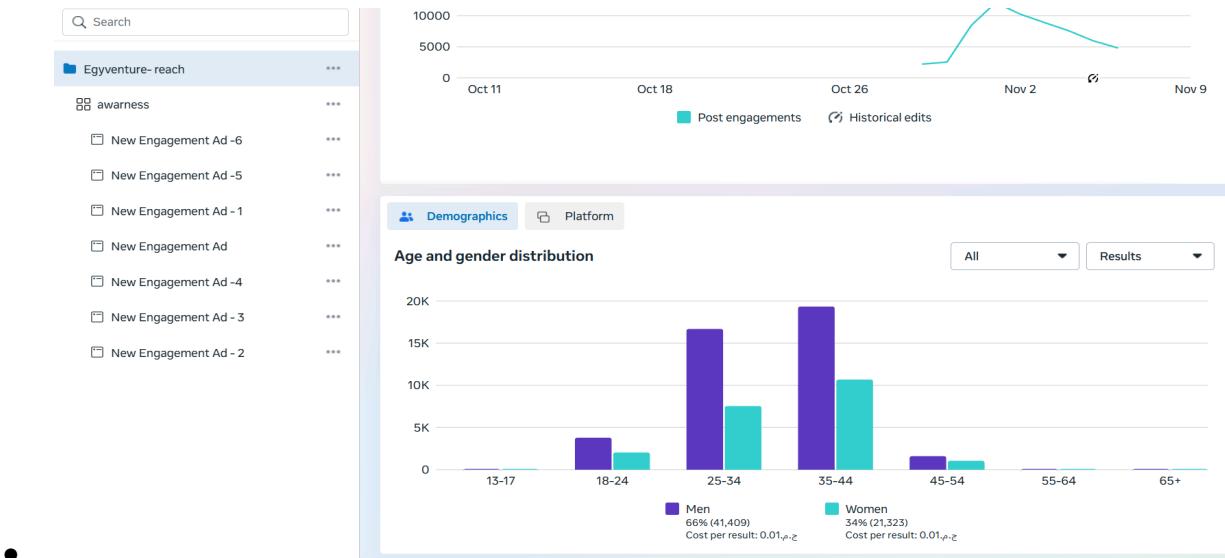
توزيع الفئة المستهدفة حسب السن والجنس:

- الذكور: 66% (41,403 تفاعل)
- الإناث: 34% (21,523 تفاعل)
- الفئة العمرية الأقوى: 34-44 سنة ثم 25-35 سنة

ده معناه إن المحتوى بيناسب فئة الشباب الناضج (موظفين أو مهتمين بالسفر والثقافة).



"حققنا أكثر من 62,000 تفاعل في أقل من أسبوع بتكلفة 0.01 جنيه فقط لكل تفاعل 🎉"



" الجمهور الأساسي من 25 إلى 44 سنة، وده بيأك إن المحتوىوصل بالضبط للفئة اللي كنا مستهدفينها"

◆ الحملة الثانية : Page Likes / Follows ◆

- الفترة: من 29 أكتوبر إلى 6 نوفمبر
- عدد المتابعين الجدد: 966
- إجمالي الإنفاق: 430 ج.م
- تكلفة المتابع الواحد: 0.45 ج.م

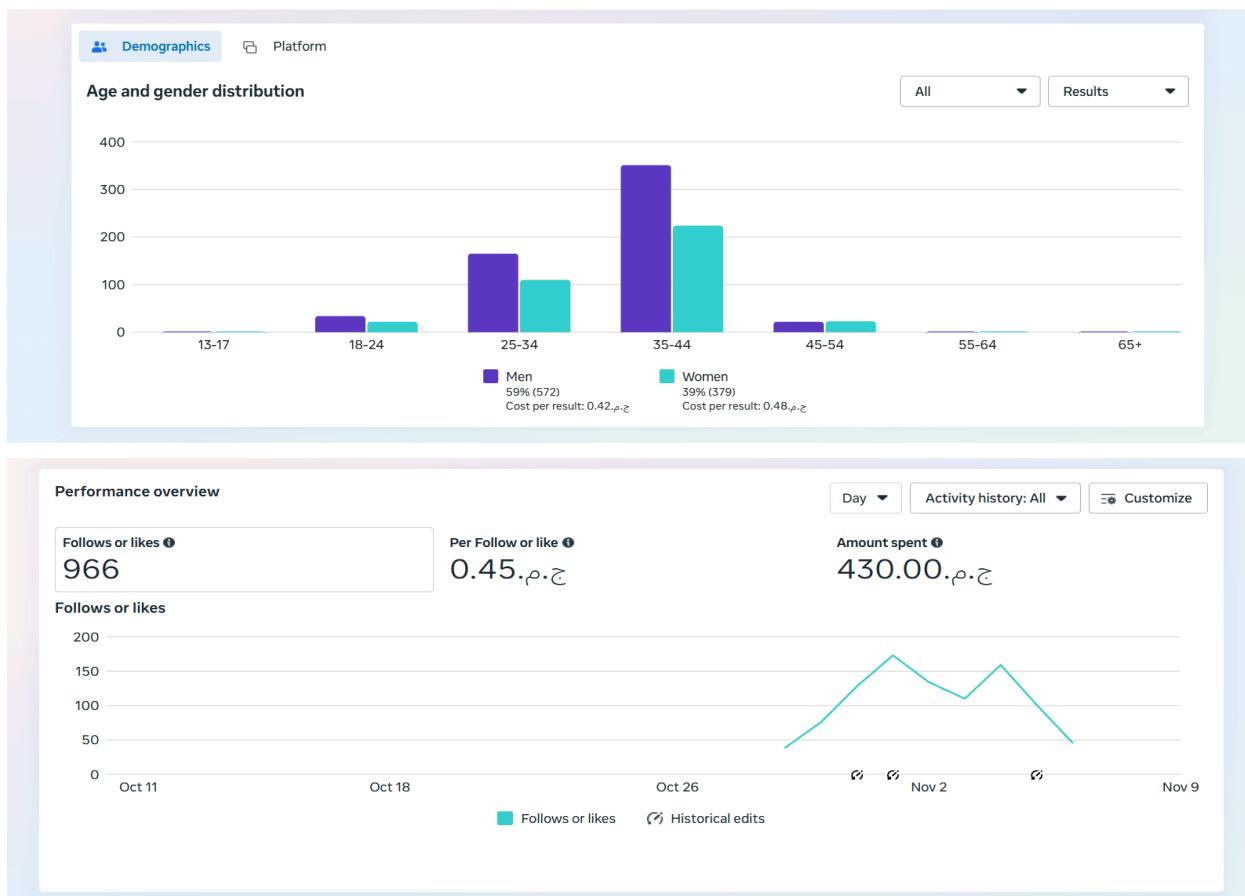
التحليل:

دي نتيجة ممتازة جدًا لتكلفة المتابع، أقل من المتوسط العام في السوق (اللي غالباً بيكون من 0.8 إلى 1.2 ج.م).

الحملة ساعدت الصفحة توصل لـ 1.2 K متابع على فيسبوك و 14 على إنستجرام.

توزيع الفئة المستهدفة:

- الذكور: ٪56
- الإناث: ٪44
- أقى فئة عمرية: 35-44 سنة



"انضم لينا أكثر من 900 متابع جديد خلال أسبوع 🔥 تكلفة المتابع الواحد أقل من 0.5 جنيه، وده من أعلى نسب الكفاءة اللي حققناها لحد دلوقتي."

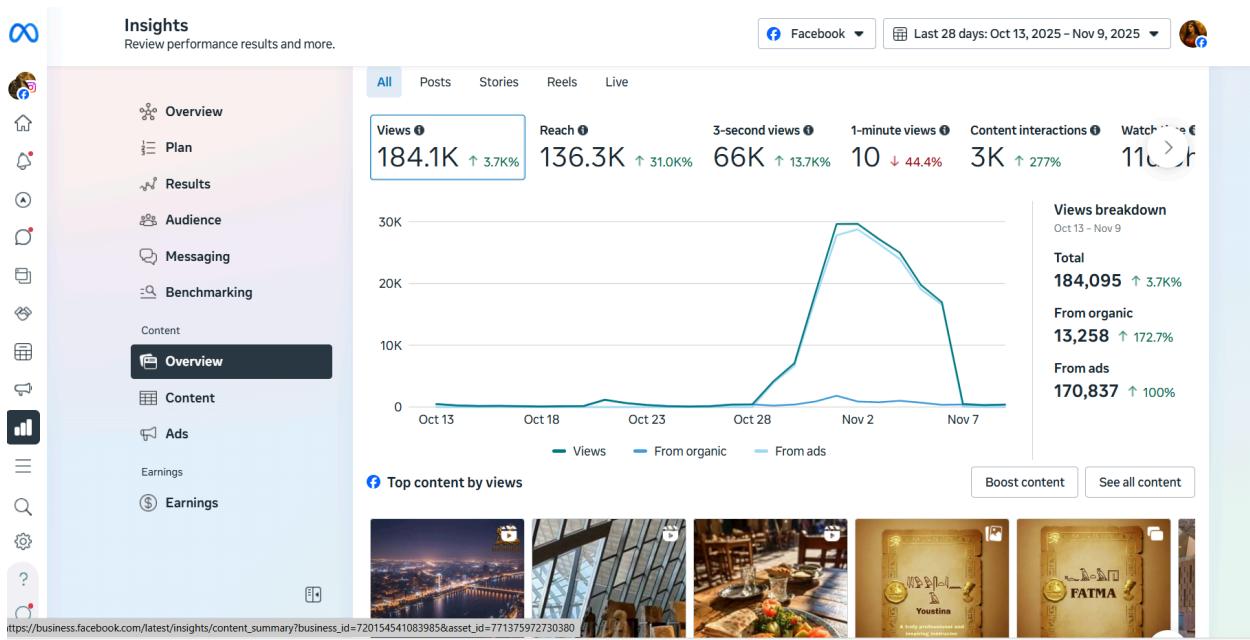
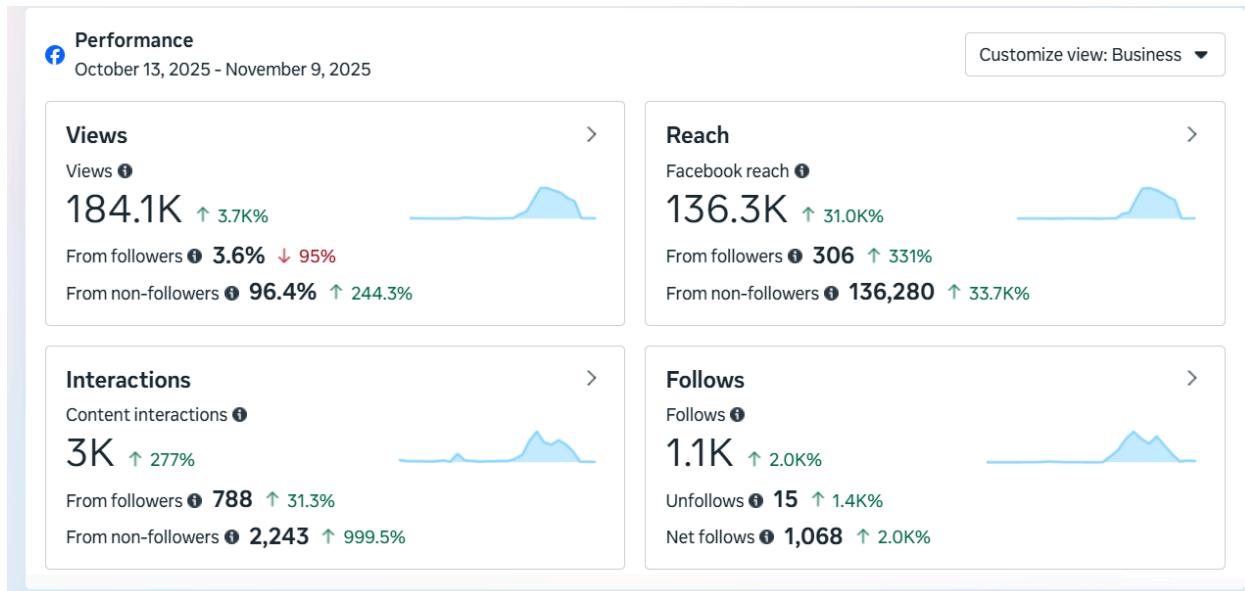
الأداء العام لصفحة Egyventure (13 أكتوبر - 9 نوفمبر)



المؤشر	القيمة	نسبة التغير
عدد المشاهدات	184.1K	3.7% ↑
الوصول	136.3K	31% ↑
التفاعلات (interactions)	3K	277% ↑
المتابعين الجدد	1.1K	2% ↑
نسبة المتابعين من الإعلانات	96% من غير المتابعين الأصليين	👍

التحليل العام:

الحملات الإعلانية أحدثت نمواً ملحوظاً في التفاعل والوصول، خصوصاً من جمهور جديد، وده بيؤكد نجاح الحملات في التوسيع والوصول لمتابعين جدد مهتمين فعلاً بالمحتوى.



"نموا كبير في الأداء"
136 ألف شخص شافوا المحتوى، والتفاعلات زادت 3 أضعاف، ومعظم التفاعل من جمهور جديد تماماً!

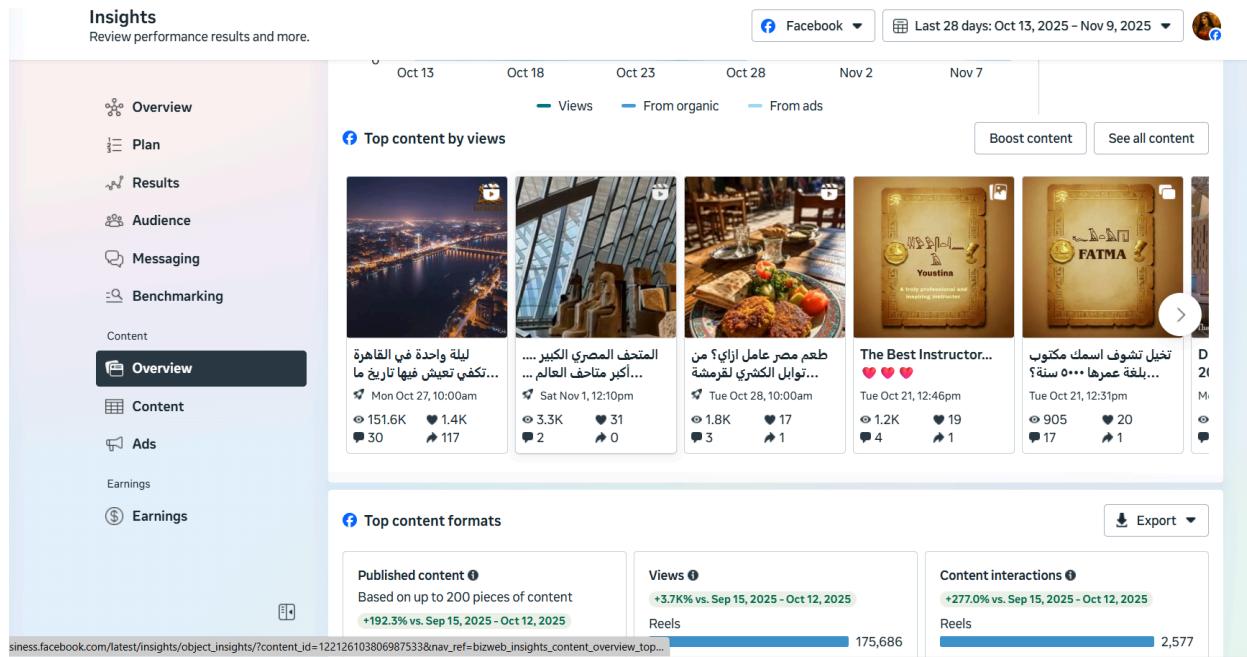
تحليل أفضل المحتويات (Top Content)

• **أفضل المنشورات أداء:**

1. بوست "ليلة في القاهرة" – 151K مشاهدة، 1.4 K تفاعل
2. بوست افتتاح المتحف المصري الكبير 3.3 الف مشاهده و 33 تفاعل
3. بوست "طعم مصر عامل ازاي" – K 1.8 مشاهدة
4. بوست "الأسماء باللغة المصرية القديمة" – K 1.1 مشاهدة

الملاحظة:

الفيديوهات والـ Reels حققت أفضل نتائج في المشاهدات والتفاعل (175 ألف مشاهدة - زيادة 52% عن الفترة السابقة). بينما الصور الثابتة كان أداؤها متواضع مقارنة بالفيديوهات.



"الفيديوهات كانت نجمة الحملة
محتوى Reels لوحده حق 175 ألف مشاهدة و 2.5 ألف تفاعل خلال أقل من شهر."

النحوثيات القادمة



- التركيز على Reels والفيديو القصير لأنها جابت أعلى تفاعل وأفضل تكلفة.
- زيادة الميزانية اليومية بنسبة 20% للحملات الأعلى أداءً (Page Likes و Engagement).
- استخدام محتوى مخصص للفترة 25-44 سنة (أسلوب عملی، بصری، فيه طابع مصری حضاري).
- تشغيل حملة Awareness موسعة للوصول لجمهور جديد قبل موسم ديسمبر/يناير.
- تجربة حملة Conversion مرتبطة برابط الموقع أو نموذج حجز إذا كان الهدف جذب عملاء.
- إضافة CTA واضحة في كل إعلان (احجز الآن - اكتشف التجربة - شوف الفيديو).