

# مشروع تحليل الحملات الرقمية التسويقية

المشروع يهدف إلى تقييم أداء الحملات التسويقية الرقمية عبر المنصات, المناطق الجغرافية, الأجهزة, وسلوك المستخدم مع التركيز على تحقيق اعلى عائد على الإنفاق الإعلاني وتحسين تجربة المستخدم .

## أداء الإيرادات والأرباح

إجمالي الإنفاق كان ٤ مليون دولار, إجمالي الإيرادات ٢٠ مليون دولار أما الأرباح فهي ١٥,٨٥ دولار مما يشير إلى كفاءة عالية في استثمار الميزانية الإعلانية وتحقيق عائد قوي مقابل كل دولار مُنفق .

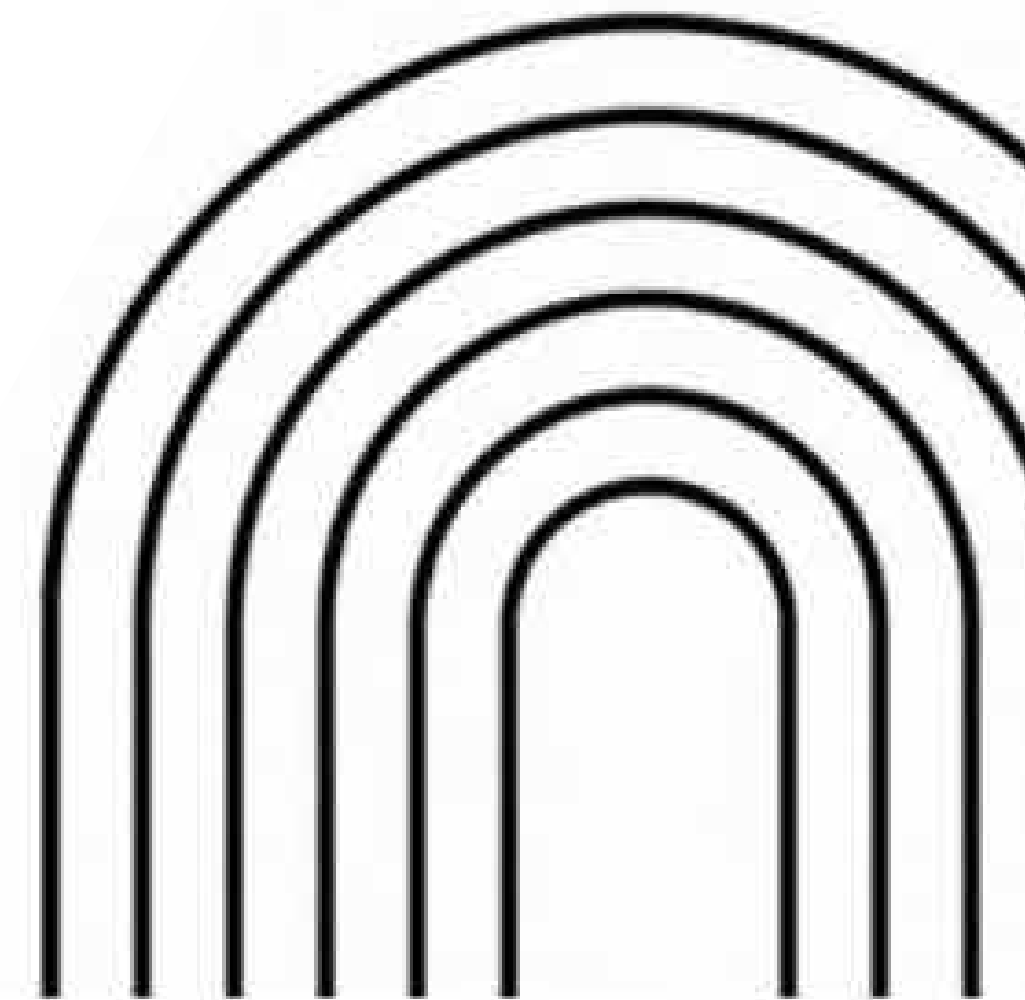
اظهر التحليل أن Google Ads والسوق الأمريكي هما الأعلى من حيث الإيرادات والأرباح بينما كان الأداء مستقرًا على مدار السنة دون تقلبات حادة .  
بينت البيانات أن الفئات العمرية ٢٥-٣٤ هلى الأكثر تفاعلًا وأن سرعة تحميل الصفحات تؤثر بشكل مباشر على معدل الإرتداد خاصة أجهزة الهواتف المحمولة .  
بناءً على كل ذلك تبرز فرص واضحة لزيادة الأرباح من خلال التوصيات التالية

- 1/ زيادة الميزانية على Google Ads والسوق الأمريكي لإرتفاع العائد منهما .
- 2/ تحسين سرعة تحميل الصفحات خاصة على الهواتف المحمولة لتقليل Bounce Rate.
- 3/ تحسين صفحات الهبوط لمنصات Tiktok و Instagram.
- 4/ التركيز على الفئة العمرية 25-34 في الإستهداف.
- 5/ تنفيذ إختبار A/B على الحملات متوسطة الأداء لتحسين معدل النقر على الإعلان (CTR) وتقليل تكلفة النقر على الإعلان (CPC) وإعتماد الأعلى أداءً.

أُعد بواسطة :

**إيناس عبدالرحيم**

**ولاء عبدالحفيظ**





# Digital Marketing Campaign Analysis Project

This project aims to evaluate the performance of digital marketing campaigns across platforms, geographic regions, devices, and user behavior, with a focus on achieving the highest return on ad spend and improving user experience.

## Revenue & Profit Performance

The total ad spend reached \$4 million, generating \$20 million in revenue and \$15.85 million in profit, indicating high efficiency in budget utilization and a strong return for every dollar spent.

The analysis showed that Google Ads and the US market delivered the highest revenues and profits, while performance remained stable throughout the year without significant fluctuations.

The data also revealed that the 34–25 age group was the most engaged, and that page load speed has a direct impact on bounce rate, especially on mobile devices.

Based on these insights, clear opportunities to increase profitability emerge through the following **Recommendations:**


Increase budget allocation to Google Ads and the US market due to their higher returns.

Improve page load speed, particularly on mobile devices, to reduce bounce rate.

Optimize landing pages for TikTok and Instagram platforms.

Focus targeting efforts on the 34–25 age group.

Conduct A/B testing on medium-performing campaigns to improve Click-Through Rate (CTR) and reduce Cost Per Click (CPC), then adopt the highest-performing version.



Prepared By  
**Enas Abdelraheem**  
**Walaa Abdelhafeez**

