

# Data Analysis (Track 1)

Confidential - C3

## : المشكلة المطروحة

المتخصصة في التسويق الرقمي أطلقت عددًا من الحملات الإعلانية على منصات التواصل الاجتماعي خلال عام 2024 بهدف XYZ شركة زيادة التفاعل وتحقيق أهداف مختلفة (الوعي، الترافيك، التحويلات). لكن الإدارة الحظت تباينًا كبيرًا في نتائج الحملات، ووجود صعوبات في : تتبع الأداء بدقة بسبب

- تشتت البيانات في أكثر من مصدر
- عدم وجود مؤشرات واضحة لقياس النجاح
- ضعف في فهم سلوك الجمهور حسب الفئات العمرية والمنصات

## : مهمتك كمحلل بيانات

(بهدف Audience – Ads – Campaigns) تحليل بيانات الحملات الإعلانية لعام 2024 من خلال الملفات المتوفرة

- تنظيف البيانات وتنظيمها
- ربط قواعد البيانات ببعضها
- (مثل KPIs) احتساب مؤشرات الأداء الرئيسية

CTR – CPC – CPA – Conversion Rate – Engagement Rate

: تحليل الأداء حسب

المنصة الإعلانية، نوع الإعلان، الفئات العمرية والجنس، المناطق الجغرافية

: تصميم داشبورد تفاعلي يوضح

الجمهور الأكثر تفاعلًا، المنصة الأكثر كفاءة من حيث التكلفة الحملات الأعلى أداءً،

: مختصر يتضمن PDF تقديم تقرير

شرح مبسط لطريقة التحليل، أهم النتائج والاستنتاجات، توصيات مبنية على التحليل تُستخدم في التخطيط الاستراتيجية 2025

تاريخ التسليم النهائي: 1 يونيو

2025

- تحليلي لداشبورد رابط Power BI أو Google Data Studio

:يحتوي على PDF ملف -

ملخص التحليل

KPIs

الاستنتاجات والتوصيات