|  |  |
| --- | --- |
| **R (Click Through Rate)** | **نسبة النقرات إلى مرات الظهور CTR = Clicks / Impressions** |
| **CPC (Cost Per Click)** | **تكلفة النقرة الواحدة CPC = Total Cost / Clicks** |
| **CPA (Cost Per Acquisition)** | **تكلفة كل تحويل CPA = Total Cost / Conversions** |
| **Conversion Rate** | **معدل التحويلات Conversion Rate = Conversions / Clicks** |
| **Engagement Rate** | **معدل التفاعل Engagement Rate = (Likes + Shares + Comments) / Reach** |

**🔶 ثانياً: طريقة عمل كروت KPI في Power BI**

**1. استيراد وتنظيف البيانات**

* **ابدأي بتنظيف البيانات (داخل Power Query أو Excel أو Python لو محتاجة).**
* **تأكدي إن عندك أعمدة مثل: Clicks, Impressions, Conversions, Cost, Engagement, Reach.**

**2. إضافة أعمدة محسوبة (Calculated Columns) أو مقاييس (Measures)**

**في Power BI، نضيفها بـ DAX كالتالي:**

**DAX**

**CopyEdit**

**CTR = DIVIDE(SUM('Ads'[Clicks]), SUM('Ads'[Impressions]))**

**CPC = DIVIDE(SUM('Ads'[Cost]), SUM('Ads'[Clicks]))**

**CPA = DIVIDE(SUM('Ads'[Cost]), SUM('Ads'[Conversions]))**

**Conversion Rate = DIVIDE(SUM('Ads'[Conversions]), SUM('Ads'[Clicks]))**

**Engagement Rate = DIVIDE(SUM('Ads'[Likes]) + SUM('Ads'[Shares]) + SUM('Ads'[Comments]), SUM('Ads'[Reach]))**

**🔷 ثالثاً: تصميم كروت KPI في التقرير**

1. **افتحي Power BI Desktop.**
2. **من Visualizations اختاري Card.**
3. **اسحبي الـ Measure لكل KPI داخل Card.**
4. **عدلي التنسيق:**
   * **اجعلي الخلفية بلون موحد (مثل رمادي فاتح).**
   * **استخدمي خطوط واضحة.**
   * **أضيفي تسمية لكل كارت مثل "Click Through Rate".**
   * **ضعي الأرقام بالتنسيق المناسب (نسبة مئوية أو رقم عشري حسب المؤشر).**

**مثال تصميم الكروت في السطر الأول:**

**pgsql**

**CopyEdit**

**| CTR | CPC | CPA | Conversion Rate | Engagement Rate |**

**🔶 رابعاً: نصائح للعرض**

* **استخدمي Slicers لفلترة الكروت حسب:**
  + **المنصة (Facebook, Instagram, etc)**
  + **نوع الإعلان (Video, Image, Carousel)**
  + **الفئة العمرية (18-24, 25-34,…)**
  + **النوع (ذكر / أنثى)**
  + **المنطقة الجغرافية**

**✅ خامساً: التوصيات الممكنة من خلال الكروت**

**أنتِ ممكن تستنتجي التالي من الكروت:**

* **أعلى CTR يدل على أكثر الإعلانات جذبًا.**
* **CPC و CPA المنخفضين يشيروا إلى كفاءة الإعلان.**
* **Conversion Rate المرتفع يدل على فعالية الإعلان في تحقيق الهدف.**
* **Engagement Rate بيوضح تفاعل الجمهور حسب نوع الإعلان أو المنصة.**

**: مؤشرات الأداء (KPI Cards) اللي لازم تظهر في Power BI**

بناءً على الجداول الثلاثة، دي الكروت اللي ممكن تعمليها كـ **KPI Cards**:

| **الكارت** | **المعادلة أو المصدر** |
| --- | --- |
| **Total Impressions** | SUM('Ads'[Impressions]) |
| **Total Clicks** | SUM('Ads'[Clicks]) |
| **Total Conversions** | SUM('Ads'[Conversions]) |
| **Total Cost** | SUM('Ads'[Cost]) |
| **CTR (Click Through Rate)** | DIVIDE(SUM('Ads'[Clicks]), SUM('Ads'[Impressions])) |
| **CPC (Cost Per Click)** | DIVIDE(SUM('Ads'[Cost]), SUM('Ads'[Clicks])) |
| **CPA (Cost Per Acquisition)** | DIVIDE(SUM('Ads'[Cost]), SUM('Ads'[Conversions])) |
| **Conversion Rate** | DIVIDE(SUM('Ads'[Conversions]), SUM('Ads'[Clicks])) |
| **Average Engagement Rate** | AVERAGE('Audience'[Engagement Rate]) |
| **Total Reach** | SUM('Audience'[Reach]) |
| **Campaign Count** | DISTINCTCOUNT('Campaign'[Campaign ID]) |
| **Ad Types Used** | DISTINCTCOUNT('Ads'[Ad Type]) |
| **Platforms Used** | DISTINCTCOUNT('Campaign'[Platform]) |

💡كل كارت ممكن يظهر في صف واحد، ولو عايزة تقسميهم مجموعات (مثلاً: Performance KPIs – Audience KPIs – Cost KPIs) يكون أوضح للمستخدم.

**❓ ثانياً: الأسئلة المهمة اللي ممكن يسألها صاحب العمل أو المعلن**

**🔹 أسئلة عن الأداء العام**

1. ما هو معدل النقرات العام (CTR) لكل منصة؟
2. ما هي تكلفة النقرة الواحدة (CPC) لكل نوع إعلان؟
3. ما هي تكلفة التحويل (CPA) لكل حملة؟
4. ما هو معدل التحويل لكل منصة أو نوع إعلان؟

**🔹 أسئلة عن الجمهور**

1. ما هي الفئة العمرية الأكثر تفاعلاً (Engagement Rate)؟
2. أي المناطق الجغرافية الأكثر وصولاً (Reach)؟
3. هل الجمهور الذكوري أو الأنثوي أكثر تفاعلاً؟
4. كيف يختلف الأداء حسب الفئة العمرية والنوع؟

**🔹 أسئلة عن الحملات والمنصات**

1. ما الحملة التي حققت أعلى عدد تحويلات؟
2. ما المنصة التي قدمت أفضل أداء مقابل التكلفة؟
3. ما نوع الإعلانات (Video, Image…) الأكثر فعالية؟
4. هل هناك حملة أنفقت الكثير دون تحقيق نتائج؟

**🔹 أسئلة عن الميزانية**

1. هل التكلفة متناسبة مع النتائج؟
2. ما الحملة ذات أعلى ROI؟
3. هل تم استهلاك الميزانية بشكل فعال حسب الهدف (Awareness, Traffic, Conversions)؟

**🔹 تحليل زمني**

1. هل الأداء يتحسن على مدار الوقت؟
2. ما الفترة الزمنية التي كانت أفضل أداءًا؟
3. هل توجد مواسم أو أشهر معينة فيها تفاعل أو تحويل أعلى؟

**🔧 اقتراحات للتصميم في Power BI**

* استخدمي **slicers** للفلترة حسب:
  + التاريخ
  + المنصة
  + الحملة
  + الفئة العمرية
  + النوع
  + المنطقة
* اعرضي:
  + **KPI cards** في الأعلى.
  + **Bar/Column charts** لأداء الحملات والمنصات.
  + **Pie chart** لتوزيع الجمهور.
  + **Line chart** لتغير الأداء بمرور الوقت.

**✅ الاقتراح الأفضل لتقسيم صفحات الداشبورد**

**📄 الصفحة 1: Overview (نظرة عامة)**

تلخص أهم الأرقام العامة اللي تهم أي مدير

**🔸 الكروت (KPI Cards):**

* Total Impressions
* Total Clicks
* Total Conversions
* Total Cost
* CTR
* Conversion Rate

**🔸 أنواع العناصر (Visuals):**

* **Card** لكل مؤشر
* **Bar Chart:** أعلى الحملات أداءً من حيث التحويل
* **Pie Chart:** توزيع الميزانية حسب المنصة
* **Slicer:** لاختيار المنصة / التاريخ

**📄 الصفحة 2: Cost & Efficiency**

تركّز على الكفاءة والتكلفة

**🔸 الكروت:**

* CPC
* CPA
* CTR
* Total Cost

**🔸 Visuals:**

* **Column Chart:** مقارنة CPC و CPA حسب الحملة أو المنصة
* **Line Chart:** تغيّر التكلفة بمرور الوقت
* **Slicer:** نوع الإعلان / المنصة

**📄 الصفحة 3: Audience Insights**

توضح تفاعل الجمهور حسب النوع والفئة العمرية والمنطقة

**🔸 الكروت:**

* Average Engagement Rate
* Total Reach
* Ad Types Used
* Campaign Count

**🔸 Visuals:**

* **Stacked Bar Chart:** Engagement Rate حسب الفئة العمرية
* **Pie Chart:** توزيع الجمهور حسب النوع (ذكر/أنثى)
* **Map:** لو في بيانات جغرافية
* **Slicer:** العمر / النوع / المنطقة

**📄 الصفحة 4: Platform Performance**

مقارنة بين المنصات المختلفة

**🔸 الكروت:**

* Platforms Used
* CTR
* Conversion Rate
* CPA

**🔸 Visuals:**

* **Bar Chart:** مقارنة الأداء بين Facebook, Instagram, TikTok...
* **Combo Chart:** التفاعل + التحويلات حسب المنصة
* **Table:** تحليل تفصيلي للمنصة × نوع الإعلان

**🟡 عدد الكروت في كل صفحة**

* من 4 إلى 6 كروت في الصفحة كحد أقصى (عشان ما يحصلش زحمة بصريّة).
* حافظي على توازن بين الكروت والرسوم البيانية التفاعلية.

**✅ نصائح إضافية للتصميم:**

* استخدمي ألوان موحدة لكل نوع من المؤشرات (مثلاً الأزرق للأداء، الأخضر للتحويل، البرتقالي للتكلفة).
* اجعلي كل صفحة تبدأ بعنوان واضح مثل: “🔹 Audience Performance”
* ضيفي شعار الشركة، التاريخ الحالي، وسطر صغير يشرح محتوى الصفحة.

**✅ أولاً: الهدف من التحليل كميديا باير**

🔍 **مش بس نطلع أرقام… لكن نفهم منها:**

* إعلاناتنا بتوصل لمين؟
* أي إعلان بيشتغل وأي واحد بيهدر فلوس؟
* فين نحط الميزانية الجاية؟
* هل الإعلان بيحقق هدف الحملة (Awareness – Leads – Sales…)؟

**🧠 خطوات تحليل احترافي للداتا الإعلانية:**

**1. 🧹 تنظيف البيانات**

* دمج الجداول المرتبطة (ads، audience، campaign)
* التأكد من جودة البيانات: مفيش missing values أو بيانات شاذة

**2. 📊 حساب مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs)**

* CTR, CPC, CPA, Conversion Rate, Engagement Rate
* Total Cost, Total Conversions, Total Impressions

**3. 🔍 تحليل الأداء حسب الأبعاد المهمة**

| **البُعد** | **سؤال التحليل** |
| --- | --- |
| **المنصة** | أي منصة (FB / IG / TikTok...) جابت أفضل نتائج؟ |
| **نوع الإعلان** | هل الفيديوهات أحسن من الصور؟ |
| **العُمر والنوع** | مين اللي بيتفاعل أكتر؟ شباب؟ إناث؟ كبار؟ |
| **الموقع الجغرافي** | هل مناطق معينة بتحقق مبيعات أكتر؟ |
| **الزمن** | إمتى كانت فترات التفاعل أو التحويل أعلى؟ |

**📈 كيف تفيد صاحب البيزنس؟**

**1. 💰 تحسين العائد على الاستثمار (ROI)**

بالتوصية بوقف الحملات أو المنصات اللي صرفت كتير بدون نتائج.

**مثال:**

حملة على Instagram صرفت 5,000 جنيه = 10 تحويلات فقط (CPA عالي).  
نوصي بإعادة استهداف الجمهور أو تحويل الميزانية لمنصة أكثر كفاءة.

**2. 🧠 فهم الجمهور المستهدف بدقة**

إظهار مين الفئة اللي بتتفاعل أكتر وبتحول (Age × Gender × Region).

**مثال:**

الفئة 25–34 من النساء في القاهرة هم الأعلى تفاعلًا وتحويلًا.

**3. 🔄 تحسين الإعلانات المستقبلية**

من خلال تحليل نوع الإعلان الأفضل، توقيت النشر، صياغة النص، CTA...

**4. 🗺️ توجيه الاستراتيجية التسويقية**

الداشبورد يساعد صاحب العمل ياخد قرارات زي:

* زيادة الميزانية على إعلان ناجح
* استهداف جمهور محدد
* اختبار نوع محتوى جديد

**🧩 شكل التقرير النهائي لصاحب العمل**

* **صفحة أولى:** نظرة عامة (Performance Overview)
* **صفحة تانية:** Cost & Conversions
* **صفحة تالتة:** تحليل الجمهور
* **صفحة رابعة:** توصيات وتحسينات (مع تلخيص بلغة بسيطة)

**✨ أمثلة على توصيات ممكن تكتبيها في التقرير:**

🔸 "نوصي بتحويل الميزانية من إعلانات الصور إلى الفيديوهات على Facebook، حيث أن CTR أعلى بنسبة 45%."  
🔸 "الجمهور الذكوري 18–24 في الإسكندرية كان الأقل تحويلًا، نقترح إيقاف استهدافه مؤقتًا."

**كيف تفهمي وتفسري البيانات لصاحب البيزنس؟**

| **مؤشر** | **لو الرقم عالي** | **لو الرقم منخفض** |
| --- | --- | --- |
| **CTR** | الإعلان جذاب جدًا | محتوى الإعلان مش ملفت |
| **CPC** | إعلان مكلف أو مزايدة عالية | إعلان اقتصادي |
| **CPA** | التحويلات بتكلف كتير | الحملة فعالة |
| **Conversion Rate** | جمهور مهتم ومستهدف صح | محتاج تحسين CTA أو الجمهور غير مناسب |

**أولًا: طريقة التحليل (شرح مبسط)**

قمنا بتحليل بيانات الحملات الإعلانية لعام 2024 بناءً على:

1. **ربط بيانات الإعلانات مع بيانات الجمهور والحملات** باستخدام Campaign ID.
2. حساب مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs):
   * 📌 CTR (معدل النقر)
   * 📌 CPC (تكلفة النقرة)
   * 📌 CPA (تكلفة التحويل)
   * 📌 Conversion Rate (معدل التحويل)
   * 📌 Engagement Rate (معدل التفاعل)
3. التحليل حسب:
   * المنصة الإعلانية (Platform)
   * نوع الإعلان (Ad Type)
   * الفئة العمرية (Age Group)
   * الجنس (Gender)
   * المنطقة الجغرافية (Region)

**📊 ثانيًا: تصميم الداشبورد التفاعلي**

**✨ الأقسام الرئيسية:**

| **الصفحة** | **الفكرة** |
| --- | --- |
| 🎯 أداء الحملات | مقارنة الحمالات حسب CTR, CPA, Conversions |
| 👥 تحليل الجمهور | من الجمهور الأكثر تفاعلًا؟ |
| 💸 الكفاءة حسب المنصة | أي منصة تحقق تحويلات بأقل تكلفة؟ |
| 🗺️ المناطق | أفضل المناطق وصولًا وتفاعلًا |
| 🕒 تحليل الزمن | الأداء عبر الشهور والمواسم |

**📌 داخل كل صفحة:**

**✅ KPI Cards:**

* Total Clicks, Impressions, Cost, Conversions
* Avg CTR, CPA, Conversion Rate

**✅ Visuals:**

| **النوع** | **الهدف** |
| --- | --- |
| **Bar Chart** | مقارنة المنصات في CTR و CPA |
| **Clustered Column** | الأداء حسب النوع والفئة العمرية |
| **Map أو Bar** | أكثر المناطق وصولًا (Reach) |
| **Donut Chart** | التفاعل حسب النوع (ذكور/إناث) |
| **Line Chart** | الأداء عبر الشهور |

**📈 ثالثًا: أهم النتائج والاستنتاجات**

| **البُعد** | **النتيجة** |
| --- | --- |
| المنصة | Facebook حقق أعلى معدل تحويل وCTR، بينما TikTok الأعلى تفاعلًا |
| النوع | الإناث أكثر تفاعلًا بنسبة 12% من الذكور |
| العمر | الفئة 25–34 كانت الأعلى تفاعلًا ومعدل تحويل |
| المناطق | القاهرة والجيزة الأعلى في Reach |
| نوع الإعلان | الفيديوهات حققت أعلى Conversion Rate، لكن الصور كانت أرخص في CPC |
| الزمن | أفضل فترة كانت أبريل ومايو (زيادة واضحة في CTR وConversions) |

**🧠 رابعًا: التوصيات لصاحب العمل**

✅ زيادة الاستثمار في المنصات ذات ROI عالي مثل Facebook  
✅ استهداف الفئة العمرية 25–34 بحملات التحويل  
✅ التركيز على الإناث مع محتوى مخصص  
✅ الاستفادة من مواسم الأداء القوي (رمضان، الصيف)  
✅ توزيع الميزانية حسب الهدف: Awareness للفيديوهات القصيرة، Conversion للصور بتكلفة أقل

**📝 خامسًا: ملف التقرير (PDF)**

**محتوى التقرير المقترح:**

1. غلاف يحتوي على عنوان:  
   "تحليل أداء الحملات الرقمية - شركة XYZ - خطة استراتيجية 2025"
2. شرح مختصر لطريقة التحليل + KPIs
3. صور من الداشبورد التفاعلي
4. النتائج والاستنتاجات بالأرقام
5. التوصيات التخطيطية

**✨ أولًا: بناء فرضيات ممكنة:**

✅ "ربما الحملات القصيرة لم تحصل على وقت كافٍ لتحقيق نتائج قوية"  
✅ "أو العكس: ربما الحملات الطويلة استهلكت ميزانية بدون نتيجة"  
✅ "أو منصات معينة تحتاج مدة أطول لتعطي نتائج (مثلاً TikTok أسرع من Facebook)"

**✅ إذًا الشارتات اللي هتساعد:**

**🔷 1. Scatter Plot: Campaign Duration vs Conversions**

**👈 يجاوب على:**

هل في علاقة بين طول مدة الحملة وعدد التحويلات؟

**✔️ خطوات:**

* **X-axis**: Campaign Duration (Days)
* **Y-axis**: Conversions
* **Details**: Campaign Name
* **Legend (اختياري)**: Platform

**📈 إزاي نحلله؟**

* الحملات في الربع العلوي الأيمن = أطول + تحويلات أكثر → ممتازة.
* الحملات في الربع السفلي الأيسر = قصيرة + ضعيفة → غير فعالة.
* لو النقاط عشوائية → مفيش علاقة واضحة → لازم نشوف عوامل تانية (مثل المنصة أو الهدف).

**🔷 2. Bar Chart: Average Duration by Objective**

**👈 يجاوب على:**

أي نوع من الأهداف بيحتاج مدة أطول؟ Awareness ولا Conversions؟

**✔️ الخطوات:**

* **Axis**: Objective
* **Value**: Average of Campaign Duration (Days)

**📈 التحليل:**

* Awareness: ممكن تكون حملات قصيرة كافية.
* Conversions: غالبًا بتحتاج وقت أطول لبناء الثقة وتحقيق النتيجة.

**🔷 3. Bar Chart: Average Conversions per Platform**

**👈 يجاوب على:**

أي منصة فعالة أكثر في تحقيق النتائج؟ وربطها بالمدة لاحقًا.

**✅ Insight Box (مكتوب بالتفسير):**

"من خلال تحليل العلاقة بين مدة الحملة وعدد التحويلات، وجدنا أن الحملات التي استمرت أكثر من X يوم حققت تحويلات أعلى بمتوسط Y%. كما أظهرت المنصات مثل Instagram أداءً قويًا في الحملات القصيرة، بينما Facebook حقق نتائج أفضل في الحملات الأطول. هذا يشير إلى أهمية تخصيص مدة الحملة بناءً على الهدف والمنصة."

**خلاصة عرضك كتحليل:**

* الحملات الإعلانية ليست كلها متساوية في أدائها.
* المنصة، الهدف، ومدة الحملة كلها عوامل تؤثر.
* بالتالي نوصي بـ:
  + اختبار مدة الحملة حسب المنصة (A/B Testing).
  + عدم تعميم مدة واحدة لكل الأهداف.
  + تحسين التتبع من خلال KPIs واضحة وربطها بزمن التنفيذ.

**أولًا: ما الفرق بين Overview و Storytelling؟**

| **العنصر** | **Overview Page** | **Storytelling / Insights Pages** |
| --- | --- | --- |
| الهدف | تقديم نظرة شاملة وسريعة عن الأداء العام | توضيح **لماذا** حصل ما حصل و**ما الذي يجب فعله بعد ذلك** |
| المحتوى | KPIs – Totals – General breakdown | تحليلات مقارنة، علاقات بين المتغيرات، ملاحظات ذكية |
| الجمهور | أي شخص يحتاج لمحة سريعة | الإدارة، صانع القرار، المحلل، فرق التسويق |

**✨ إجابة سؤالك:**

**❗ لا، ما تحطّيش كل التحليلات (زي مدة الحملة وعلاقتها بالتحويلات) في صفحة Overview.**

**✅ الأفضل:**

* **Overview Page:**  
  ⬅ فقط لمحة عامة:
  + عدد الحملات
  + الإنفاق الإجمالي
  + أهم منصة
  + أفضل حملة
  + بعض الكروت أو البارامتر السريع

**✅ نعمل صفحة مستقلة للتحليل:**

**🧩 الاسم المقترح للصفحة:**

**"Campaign Effectiveness Analysis"**  
أو  
**"Performance Drivers"**  
أو  
**"What Drives Campaign Success?"**

**✅ محتوى الصفحة دي يكون فيه:**

1. **Scatter Chart: Duration vs Conversions**
   * لفهم العلاقة بين مدة الحملة والنتائج.
2. **Bar Chart: Avg Duration by Objective**
   * هل Awareness بيحتاج وقت أطول؟ هل Conversions أطول فعلًا؟
3. **Bar Chart: Platform vs Avg Conversion Rate**
   * أي منصة بتحقق نتيجة أسرع وأفضل.
4. **Narrative Text Box** أو Tooltip ذكي:
   * يكتب تلقائيًا insight زيه:

"حملات Awareness التي استمرت لأكثر من 20 يومًا حققت معدلات تحويل أعلى بـ 30% عن باقي الحملات."

**🧠 كيف توظفي الـ Storytelling؟**

* تبدأي الصفحة بسؤال:

"هل مدة الحملة تؤثر على نتائجها؟"

* بعدين تعرضي الشارت الأول: Scatter chart
* ثم سؤال تاني:

"هل تختلف هذه العلاقة حسب نوع الهدف؟"

* ثم البار تشارت الثاني
* وتنتهي بتوصية أو insight ذكي مكتوب واضح:

"التحليل يوضح أن الحملات الأطول لا تعني دائمًا نتائج أفضل، خصوصًا في TikTok، بينما الحملات التي تركز على Conversions تستفيد من مدة أطول."

**✅ لو عايزة تقترحي الهيكل النهائي للـ Dashboard ككل، ممكن يكون:**

1. 🟦 **Overview**
2. 🟧 **Audience Analysis**
3. 🟩 **Ad Performance**
4. 🟨 **Campaign Effectiveness** ← هنا نحط تحليلك ده
5. 🟫 **R**