

د. نائل القطاطي

تقنيات التسويق:

الإسناد

14 مارس 2022

nqtati@iugaza.edu



startupswithoutbord • Following ...



startupswithoutborders للعربية 🇸🇦

21.5% of startups fail in the first year and 30% fail in the second year, according to Investopedia. Could marketing be one of the reasons they fail? This is what our next episode of the #WEDNESDAYLIVE IG show is all about. 🗣️

Next Wednesday, tune into our Instagram Page at 6PM Cairo - 5PM CET to get inspired by Nael Qtati and Nader Aljorf (ARABIC interview).

Nael is a digital marketing and consumer behavior lecturer at IUG, senior marketing manager at Raseed, MSc digital marketing from Loughborough University London, and



Liked by noor.m7md_ and others

16 HOURS AGO



Add a comment...

Post



Nael Qtati

يمنع نسخ أو استخدام أو تعديل أي محتوى
من هذه المادة بدون موافقة خطية

أهداف المحاضرة

1. التعرف على مصادر الزيارات في الويب
2. التعرف على الإسناد وأهميته في التسويق
3. التعرف على العوامل المؤثرة في الإسناد
4. التعرف على نماذج الإسناد المستخدمة في التسويق

أهداف المحاضرة

1. التعرف على مصادر الزيارات في الويب
2. التعرف على الإسناد وأهميته في التسويق
3. التعرف على العوامل المؤثرة في الإسناد
4. التعرف على نماذج الإسناد المستخدمة في التسويق

الإِسْنَادُ والإِحَالَةُ

مصادر الزيارات في الويب

- البحث الغير مدفوع
- البحث المدفوع
- الإحالات
- السوشل ميديا
- زيارات من البريد الإلكتروني
- الزيارات المباشرة
- حملات إعلانية



python course



All

Images

Videos

Books

News

More

Tools

بحث مدفوع

Ad · <https://www.pluralsight.com/>

Online Python Course: Python for Beginners | Pluralsight

Take your tech skills to the next level. Get 33% off for a limited time! Expert-Led **Courses**. Free Trial. Hands-on Learning. Mobile Apps. Skill Assessments. Brands: Cisco, Microsoft.

Learning Paths

Custom-curated learning paths to help you develop the right skills.

Free 10-day Trial

Try Pluralsight Skills for free! Build in-demand skills

Ad · <https://www.teamtreehouse.com/python>

Python Development Techdegree - TreeHouse Python Online...

We're here to help you learn to code **Python** fast and find a better job.

Ad · <https://www.coursera.org/>

Data Science in Python Course - Coursera® Official Site

Apply statistical, machine learning, text analysis, and social network analysis techniques

Ad · <https://www.educative.io/>

Python Quickstart for Experienced Programmers - Free Interactive

Python developers are in high demand. Level up with our fundamental & advanced **courses**

بحث غير مدفوع

<https://www.codecademy.com> › catalog › language › p...

Python Courses & Tutorials | Codecademy

Beginner friendly **courses** · Visualize Data with **Python** · Analyze Data with **Python** · Analyze Financial Data with **Python** · Build Chatbots with **Python** · Fundamental ...

أهداف المحاضرة

1. التعرف على مصادر الزيارات في الويب
2. التعرف على الإسناد وأهميته في التسويق
3. التعرف على العوامل المؤثرة في الإسناد
4. التعرف على نماذج الإسناد المستخدمة في التسويق

رحلة شراء عبر الإنترنت



ما هو الإسناد في التسويق؟

الإسناد هو عملية تعيين قيمة للإجراءات الفردية التي تؤدي إلى نتيجة معينة. في التسويق، تسمح تقنيات الإسناد في التسويق بتعيين قيمة تساعد الشركات على معرفة القنوات والحملات وأنواع المحتوى والاستراتيجيات التي كان لها أكبر أثر على نجاح عمليات التسويق.

أهمية الإسناد في التسويق

- تحسين أفضل عائد على الاستثمار الإعلاني
- تحسين كفاءة المصروفات التسويقية
- تحسين عمليات تصميم وتطوير المنتجات الرقمية
- تحسين المحتوى الإعلاني وطرق تصاميم الحملات الإعلانية

تحسين التسويق

تحسين التسويق هو عملية تحسين الجهود التسويقية للشركة في محاولة لتعظيم نتائج النشاطات التسويقية. يتم تنفيذ تحسين التسويق على كل تكتيك تسويقي فردي مستخدم، بالإضافة إلى تحسين ملائمة هذه التكتيكات في استراتيجية التسويق ككل.

فترة الإسناد

فترة الإحالة (أو فترة التحويل) هي فترة زمنية محددة يمكن للناشر خلالها الادعاء بأن نقرة أو مرة ظهور أدت إلى التحويل. على سبيل المثال، يحدد معلن فترة إحالة مدتها سبعة أيام. إذا نقر المستخدم على إعلان الناشر وقام بالشراء في غضون ذلك الوقت، يتلقى هذا الناشر قيمة هذا التحويل.

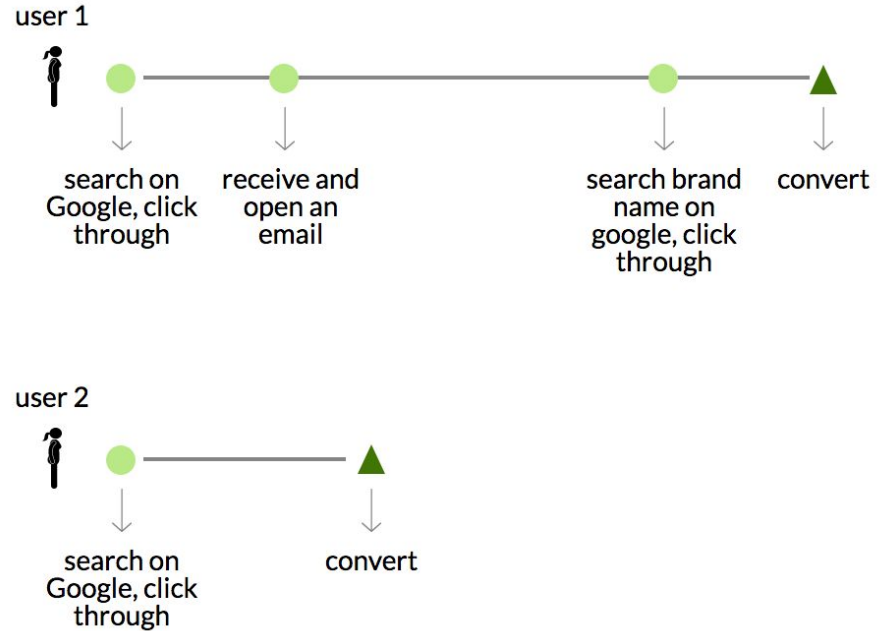
التحديات التي تواجه أنظمة الإسناد

- التحيز القائم على الارتباط
الاعتقاد بأن أحد الإجراءات التي قام بها العميل هو السبب في إجراء آخر
- التحيز في السوق
الاعتقاد أن العميل قام بعملية الشراء بسبب نشاط تسويقي
- تحيز المخزون الرخيص
الاعتقاد بأن الإعلانات الرخيصة كانت سبباً في مبيعات كبيرة في حين أن المنتج معروض بسعر أقل
- تحيز الإشارة الرقمية
الانحياز باتجاه المبيعات الرقمية مقارنة بالمبيعات الاوفلاين بسبب سهولة قياسها
- العلامة التجارية والسلوك
الاعتقاد بأن عملية الشراء تحدث بدون إعطاء أي قيمة للبراند وتأثيرها على المستهلك

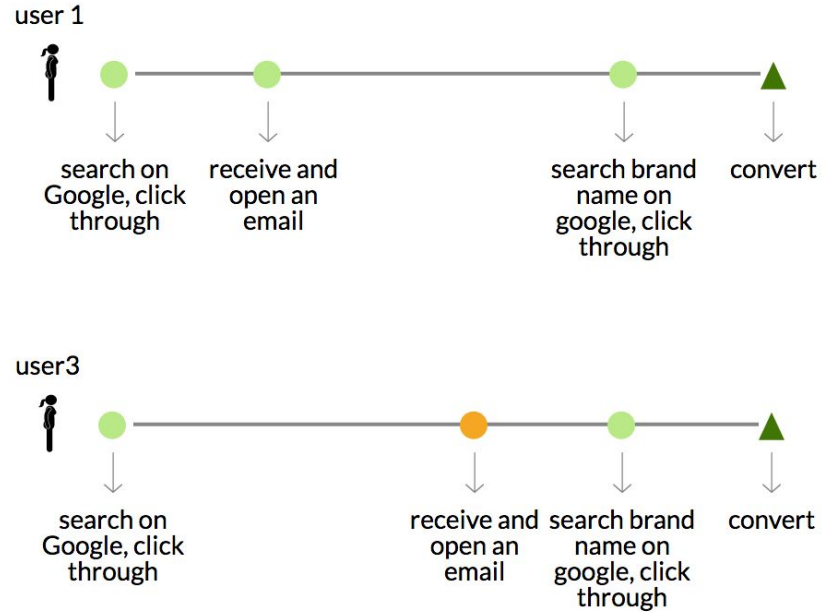
أهداف المحاضرة

1. التعرف على مصادر الزيارات في الويب
2. التعرف على الإسناد وأهميته في التسويق
3. التعرف على العوامل المؤثرة في الإسناد
4. التعرف على نماذج الإسناد المستخدمة في التسويق

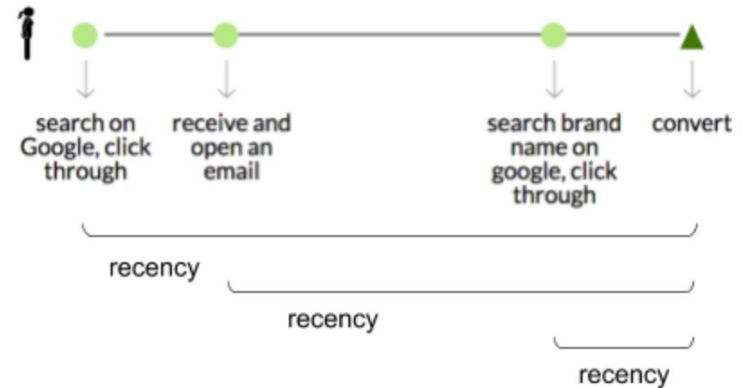
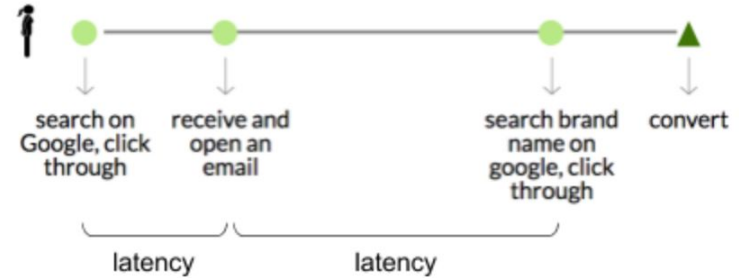
العوامل المؤثرة في الإسناد: التكرار



العوامل المؤثرة في الإسناد: وقت الاستجابة



العوامل المؤثرة في الإسناد: الحادثة

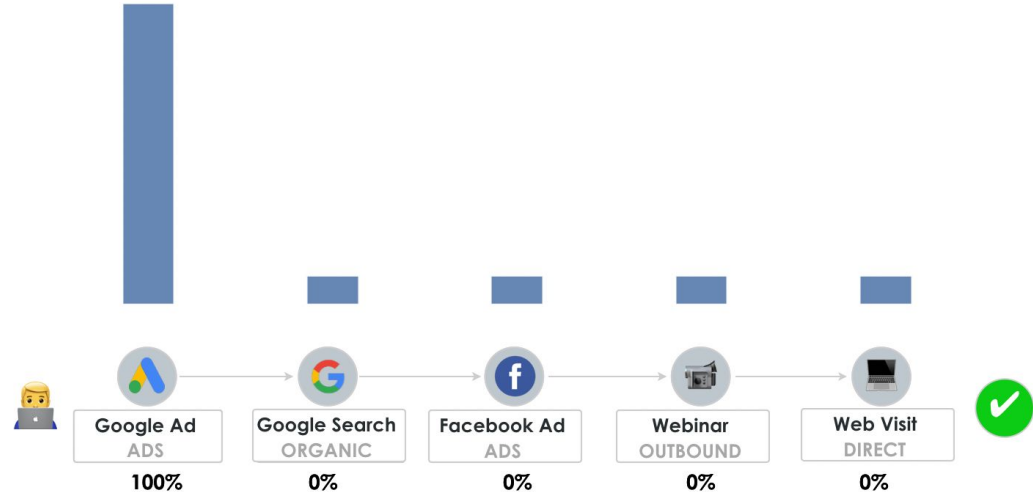


أهداف المحاضرة

1. التعرف على مصادر الزيارات في الويب
2. التعرف على الإسناد وأهميته في التسويق
3. التعرف على العوامل المؤثرة في الإسناد
4. التعرف على نماذج الإسناد المستخدمة في التسويق

نماذج الإسناد: أول لمسة

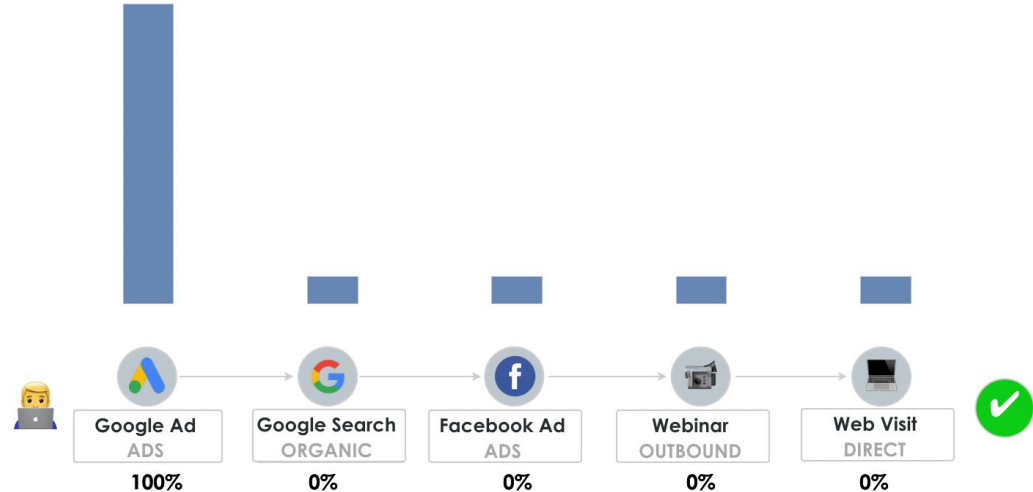
تعتبر من نماذج اللمسة الواحدة وتفترض أن المستهلك تحول بسبب الإعلان الأول الذي صادفه. لذلك، فإنه يعطي القيمة كاملة 100% لنقطة الاتصال الأولى، بغض النظر عن الرسائل الإضافية التي يتم عرضها لاحقًا.



نماذج الإسناد: أول لمسة

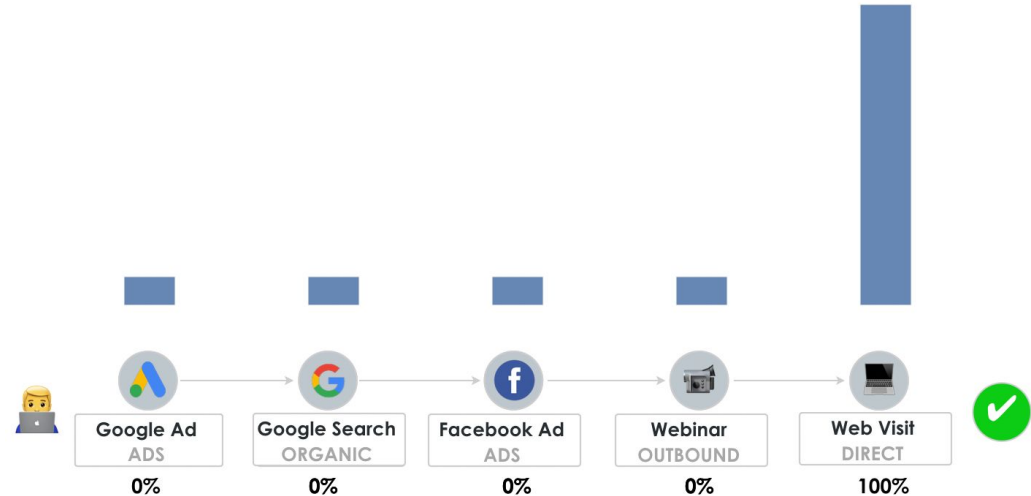
المزايا: سهولة في القياس وتساعد المسوق في معرفة أول قناة تفاعل معها العميل، توجه المسوق للاستثمار في هذه القناة عبر حملات التعريف بالعلامة التجارية.

العيوب: لا تعبر بالضرورة عن الشكل الحقيقي لتأثير كل القنوات التسويقية في قرار العميل في الشراء.



نماذج الإسناد: آخر لمسة

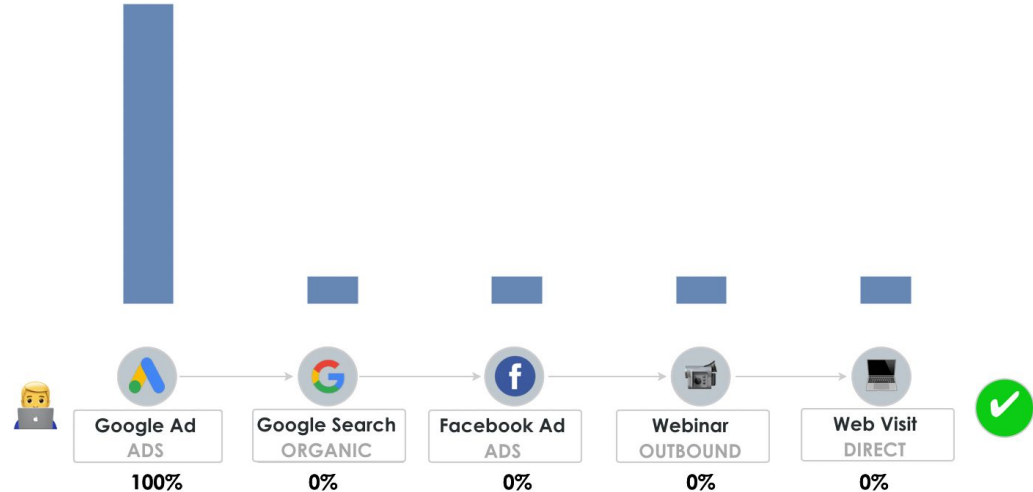
تعتبر من نماذج الللمسة الواحدة وتفترض أن المستهلك تحول بسبب آخر إعلان صادفه. لذلك، فإنه يعطي القيمة كاملة 100% لنقطة الاتصال الأخيرة بغض النظر عن الرسائل الإضافية التي تم عرضها مسبقاً.



نماذج الإسناد: آخر لمسة

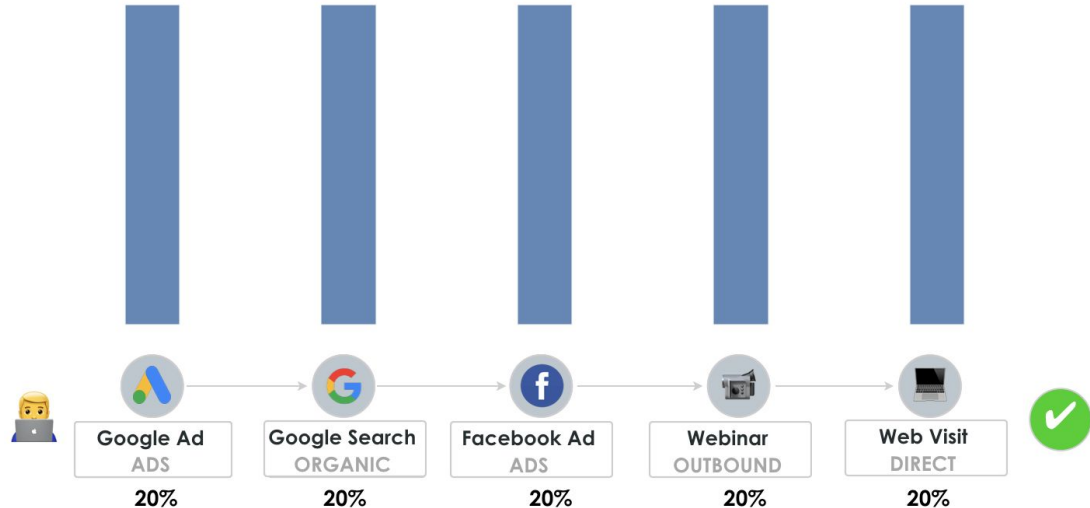
المزايا: سهولة في القياس وتساعد المسوق في معرفة القناة التي كان لها التأثير النهائي في الشراء، توجه المسوق للاستثمار في هذه القناة عبر حملات التحويل والشراء.

العيوب: لا تعبر بالضرورة عن الشكل الحقيقي لتأثير كل القنوات التسويقية في قرار العميل في الشراء.



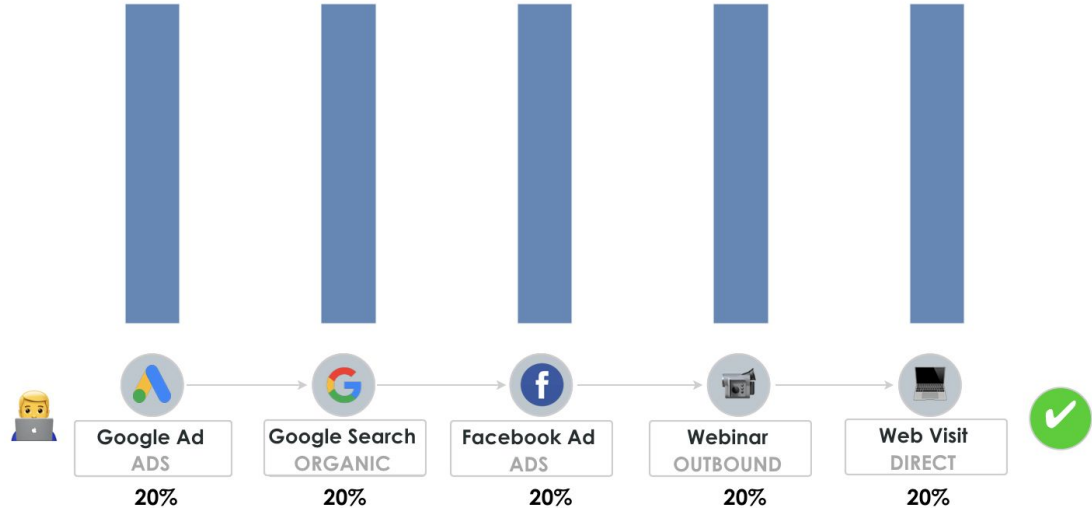
نماذج الإسناد: الخطي

تعتبر من نماذج اللمسات المتعددة وتفترض أن المستهلك تحول بسبب كل الإعلانات التي صادفته. لذلك، فإنه يقوم بإسناد قيمة التحويل لكل قنوات التسويق التي قامت بالترويج للعميل بشكل متساوي.



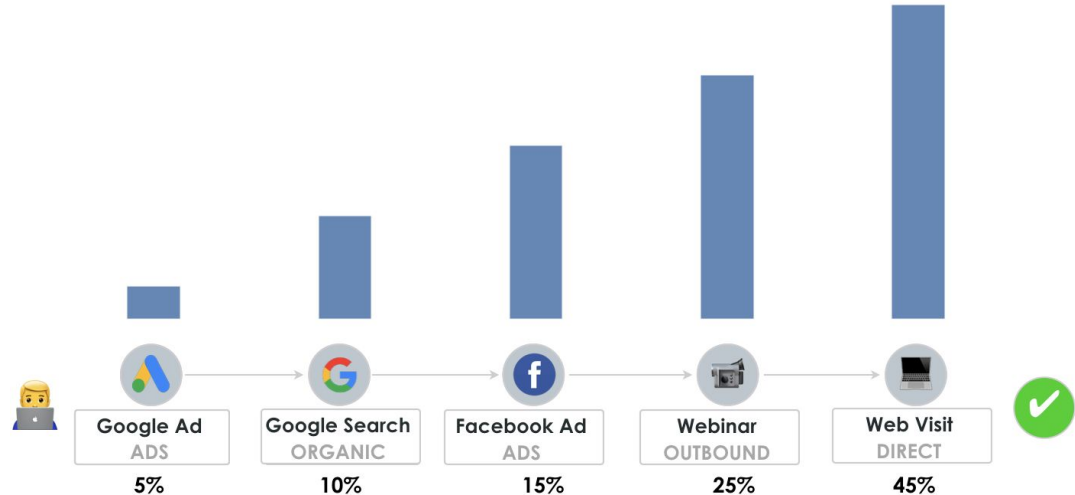
نماذج الإسناد: الخطي

المزايا: تعطي صورة كاملة ومكتملة عن كل القنوات التي شاركت في تحويل العميل.
العيوب: كل القنوات تحصل على نفس القيمة في التحويل.



نماذج الإسناد: زمن الاضمحلال

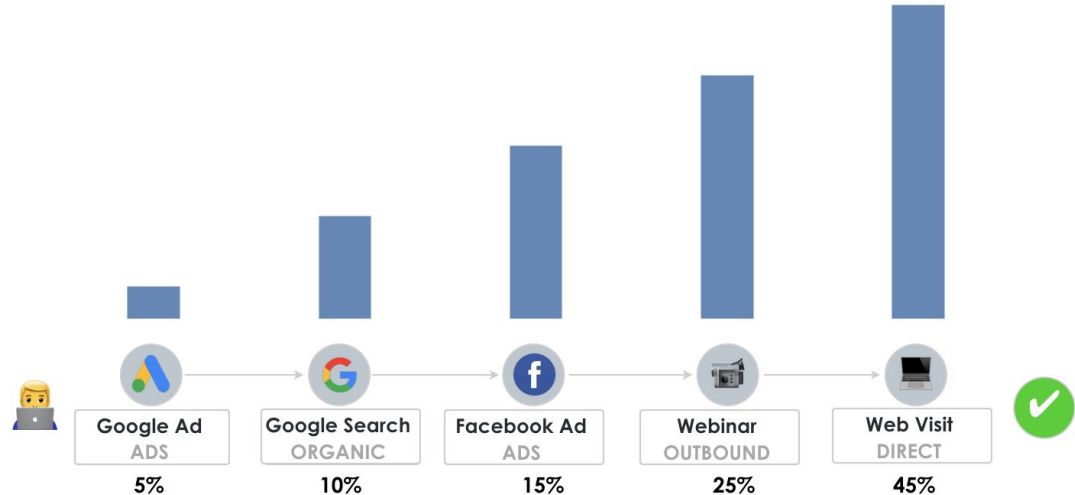
تعتبر من نماذج اللمسات المتعددة وتعطي قيمة أكبر للمسات الأقرب إلى التحويل وبالتالي تحصل آخر نقطة على أعلى قيمة وأول لمسة على أقل قيمة من الإسناد.



نماذج الإسناد: زمن الاضمحلال

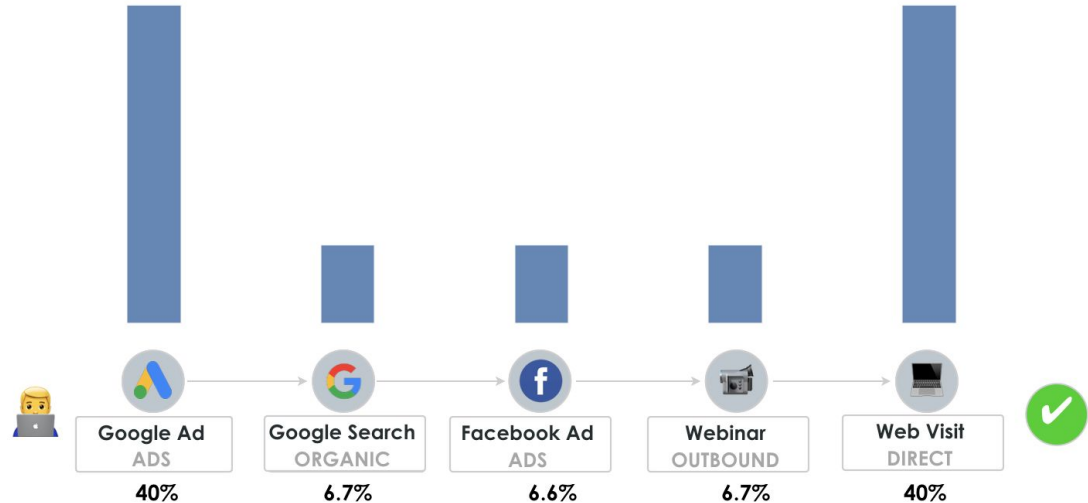
المزايا: توزيع عادل لقيمة الإحالة أو الإسناد خصوصاً في حالة رحلات البيع الطويل حيث تصبح الأهمية للتفاعلات الأخيرة مقارنة بالتفاعلات الأولى مع العميل.

العيوب: من الممكن أن تؤثر على المسوق لتحسين التسويق تجاه القنوات التي ساهمت مؤخراً في التحويل.



نماذج الإسناد: حرف U

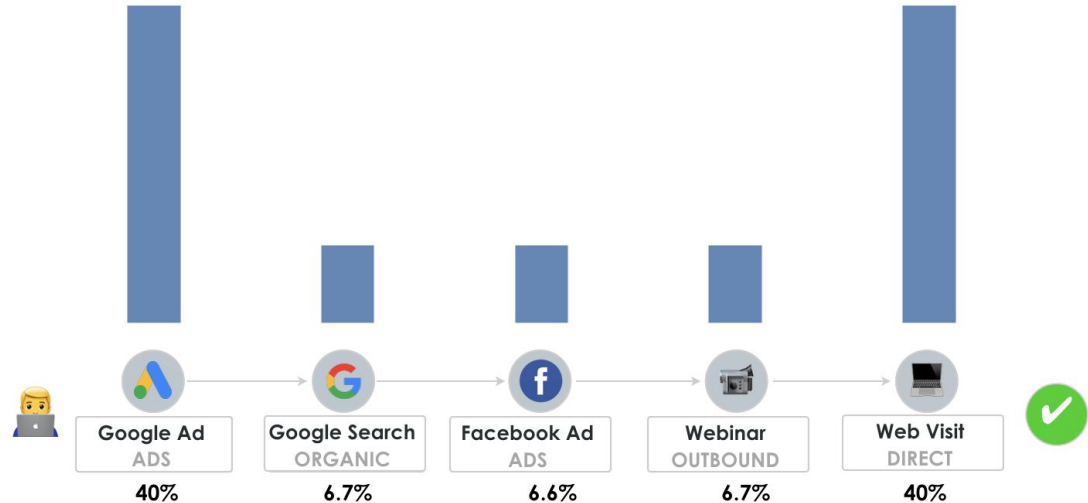
تعتبر من نماذج اللمسات المتعددة وتفترض أن اللمسة الأولى والأخيرة هما الأهم في عملية التحويل وبناء على ذلك تعطي كل منهما ما قيمته 40% وتعطي 20% لكل النقاط والقنوات بينهما. هذا النموذج هو عبارة عن دمج لنموذج اللمسة الأولى واللمسة الأخيرة سوياً.



نماذج الإسناد: حرف U

المزايا: يساعد المسوق في معرفة القنوات التي ساهمت في معرفة المنتج أو الشركة وكذلك القنوات التي ساهمت في التحويل بشكل مباشر.

العيوب: 20% لكل القنوات ما بين اللمسة الأولى والأخيرة من الممكن أن يكون توزيع غير عادل للإسناد.



نماذج الإسناد: حرف W

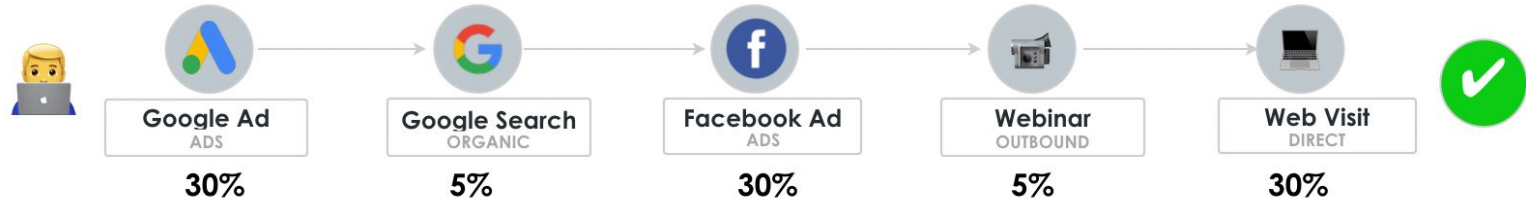
تعتبر من نماذج اللمسات المتعددة وتفترض أن اللمسة الأولى والأخيرة هما الأهم في عملية التحويل، كما تفترض أيضاً أن أحد النقاط في المنتصف لها دور كبير في التحويل بسبب أن الزائر تحول إلى Lead.



نماذج الإسناد: حرف W

المزايا: تساعد المسوق في إعطاء فرصة أكبر لمنتصف الرحلة للتأثير في توزيع الإسناد بدلاً من الاعتماد على النقاط الأولى والأخيرة فقط.

العيوب: هذا النموذج غير ضروري في حال كون رحلة الشراء قصيرة.



نماذج الإسناد: المخصصة

تعتبر من نماذج اللمسات المتعددة ويتم تطويرها بشكل مخصص لرحلات شراء خاصة بالشركات الكبيرة ويتم توزيع الأوزان مسبقاً بناءً على أهميتها التسويق ودورها في تحويل الزائر إلى عميل.



نماذج الإسناد: المخصصة

المزايا: الأكثر دقة وعملية لحساب قيم الإسناد.

العيوب: الأكثر تعقيداً وصعوبة في التطوير التقني.



أسئلة

1. ما هو الإسناد في التسويق
2. أذكر خمس مصادر للزيارات في الويب
3. ما هي العوامل المؤثرة في الإسناد
4. ما الفرق بين الإسناد بأول لمسة وآخر لمسة
5. ما هي التحديات التي تواجه تقنيات الإسناد
6. أذكر خمسة نماذج للإسناد

شكراً

1. (15) *Attribution 101 | LinkedIn*. (n.d.). Retrieved March 15, 2022, from <https://www.linkedin.com/pulse/attribution-101-victoria-zhang/>
2. *Attribution Modeling 101: Finding the Source of Truth*. (n.d.). AdRoll. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.adroll.com/blog/attribution-modeling-101>
3. *Attribution Models: The Complete Guide for Beginners*. (n.d.). Retrieved March 15, 2022, from <https://www.pixelme.me/blog/attribution-models>
4. early 2000s, I. also on S. H. F. | S. E. | P. H. at eCommerce F. S. has entrepreneurship in his D. S. in the, VisionPros.com, S. achieved eBay P. S. status which propelled him to become a founding partner of, Lens, A. C., startup, eyewear retailer F. years later through a successful exit from that, Currently, he embarked on his next journey into digital strategy for direct-to-consumer brands, Shopify, S. is a S. M. S. M. at, Identify, W. H. H. B. to, navigate, Online, A. G., edge, in-store T. maintain his competitive, Partners, S. also hosts the top-rated twice-weekly podcast eCommerce F. H. interviews S., Strategy, S. M. E. W. S. the L. M., tactics, platforms, Apps, M.-H., efficiencies, that assist S. brands to improve, Revenue, P. G., & Loyalty, T. B. L. C. (2021, August 16). *Attribution 101: What Every Brand Needs To Understand*. <https://hawkemedia.com/insights/marketing-attribution-101/>
5. Evolution, M. (n.d.). *What is Marketing Attribution? A Complete Guide | Marketing Evolution*. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.marketingevolution.com/marketing-essentials/marketing-attribution>
6. *Marketing Attribution 101 | Marin Software Blog*. (n.d.). Retrieved March 15, 2022, from <https://www.marinsoftware.com/blog/marketing-attribution-101>
7. Marketing Attribution 101: Essential to Understanding Ad Spend. (2021, April 6). *Bigeye*. <https://www.bigeyeagency.com/marketing-attribution-101-essential-to-understanding-ad-spend/>
8. Wainwright, C. (n.d.). *A Breakdown of All Your Website's Traffic Sources (What Means What?)*. Retrieved March 15, 2022, from <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33986/a-breakdown-of-all-your-website-s-traffic-sources-what-means-what.aspx>
9. *What is an attribution window? Why is it important? | Adjust*. (n.d.). Retrieved March 15, 2022, from <https://www.adjust.com/glossary/attribution-window/>
10. *What is Marketing Optimization*. (n.d.). Marketing Automation and Call Tracking. Retrieved March 15, 2022, from <https://www.marketingoptimizer.com/marketing-optimization/>