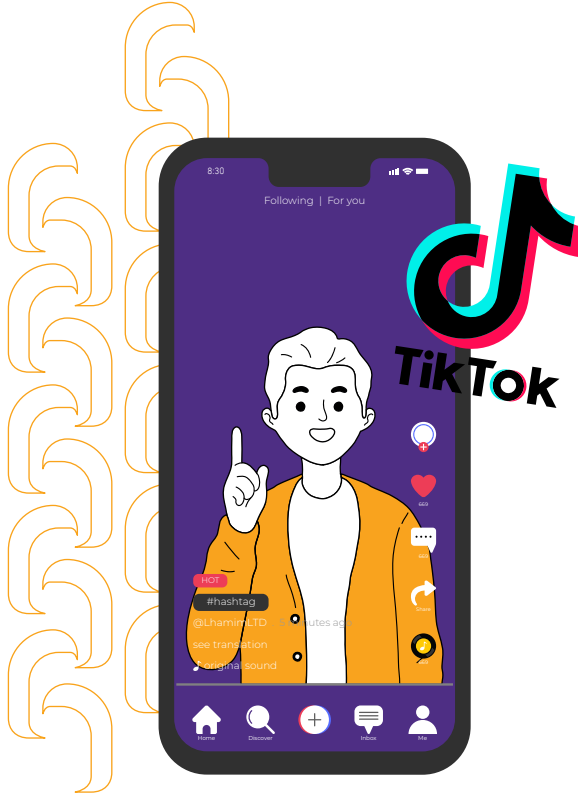




# كيف تختار الإعلان المناسب لعلامتك التجارية في تيك توك

شرح كامل من شركة لهاميم للتسويق، لمواضع الإعلان في تيك توك

# المحتويات

طرق الفوترة  
والحساب

مواضع  
الإعلان

الاختيار الأنسب لأهداف  
حملتك في تيك توك

إحصائيات  
تھمك

الكل يقدر يقول إن تيك توك حابر من المنصات القوية  
والجديدة في الإعلان، وتأثيره ملحوظ على كثير من  
العلامات التجارية، وأعداد المستخدمين جالس يزيد يوم  
بعد يوم والمسوقين متجهين له في الإعلانات بقوة ..

خلونا نبدأ في الإحصائيات



# الإحصائيات تقّول

80 مليون مستخدم نشط يومياً.

تعتبر تيكток منصة مناسبة للإعلان إذا كان استهدافك للفئة العمرية ما بين 17 إلى 29 سنة وفعاليتها ممتازة بشكل كبير.

77%

من المستخدمين يعتقدون أنها تزيد الإبداع ومهارات التواصل لديهم

38%

جودة المستخدمين من المنصات الأخرى

16

مرة متوسط دخول المستخدم على المنصة

76

دقيقة متوسط جلوس المستخدم على المنصة

17 - 29

أكثر مستخدمي هذه المنصة

50%

معدل التفاعل أعلى من المنصات الأخرى

45%

زيادة المستخدمين للمنصة عن السنة الماضية



# طريقة حساب التكلفة للإعلان في تيك توك

فيه أربع طرق اعتمدت عليها تيك توك:

التكلفة مقابل النقرة

CPC

التكلفة مقابل النقرة المحسنة

oCPC

التكلفة مقابل الألف ظهور

CPM

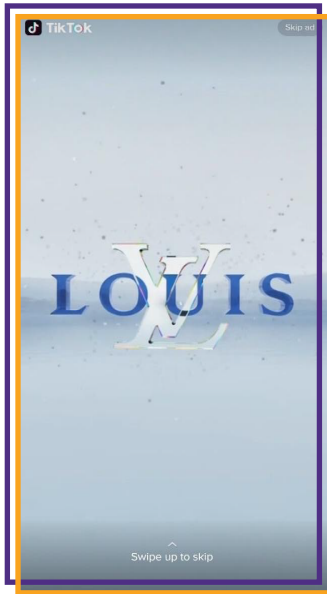
التكلفة مقابل المشاهدة

CPV



# طيب وير وكيف راح يطلع إعلاني؟

الموضع الأول: والذي يعتبر أفضل موضع هو الي يطلع لك أول ماتفتح تيكток وقبل تسوي أي شيء ويعتبر هو الأعلى في التسعير.



- 100% نسبة المشاهدة لأي شخص يفتح التطبيق ويكون لمدة 24 ساعة بس.
- يصلح لأي علامة تجارية تحتاج زيادة الوعي awareness.
- تقدر تتخطاه ويوصل إلى دقيقة كاملة.

## الموضع الثاني: خلال تصفحك الطبيعي



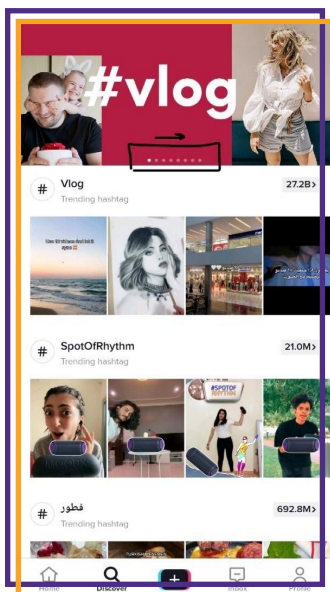
- مناسب لظهور منتجك بشكل أكبر ودقيق.
- يناسب في التحويل (البيع).
- مدته توصل إلى دقيقة كاملة.
- يدعم التكلفة: مقابل النقرة، المشاهدة، الألف ظهور.
- مبني على تسعيرتين، المزايدة والحزب المسبق للمستخدمين.

## الموضع الثالث: العدسات (الفلاتر المصممة والمملوكة لعلامتك التجارية)



- مخصص لأكثر من عشرين منطقة في الوجه البشري للتفاعل.
- يدعم ثلاثي وثنائي الأبعاد برضو الواقع الافتراضي.
- يساهم في تشجيع عملائك على استخدام العدسات الخاصة فيك.
- مناسب للعلامات التجارية الرياضية والصحة والجمال.

## الموضع الرابع: زي الترنڊ في تويتر تقريباً، لما تروح صفحة البحث والهاشتاقات الترنڊ تحصلها في أعلى الصفحة.



- مسموح بـ 6 علامات تجارية تعلن في نفس الوقت وفكرتها مثل الكارسل في انستقرام عدة إعلانات وتمر في حالة احتجت تشوف الإعلان الي بعده.
- يكون ما بين 3 إلى 6 أيام.

## برضو تقدر تعمل ترويج منشور حالي في صفحتك على تيك توك ويكون على شكلين أساسيين

- عن طريق تيك توك للأعمال ويكون عبر إضافة المنشور عبر سبارك أد (spark AD).
- عن طريق صفحتك الشخصية وإنك تضغط على ترويج.

## بعدة أهداف منها:

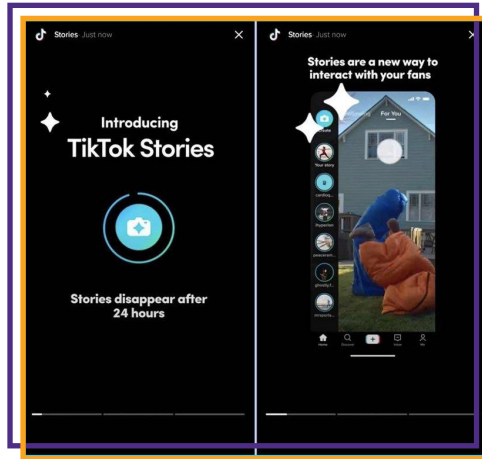
زيادة مشاهدات  
المنشور

زيادة الزيارة  
لموقعك الإلكتروني

زيادة  
المتابعين

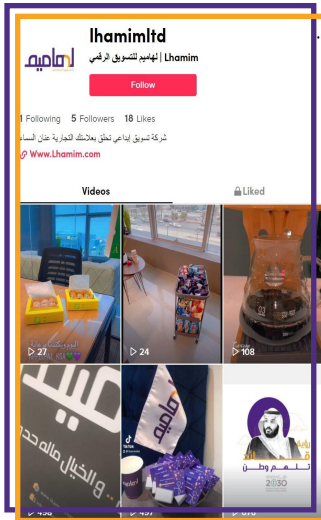
هذا النوع يفضل استخدامه اذا كنت تحتاج زيادة التفاعل على صفحتك ومنشوراتك الي تعتقد بأنها قيمة بس ما لاقت المشاهدات أو التفاعل المتوقع

وفي وقت ما تويتر انسحبت من الفلييت، نشرت تيك توك تحديث أخير لدخولها عالم الـ (story) وتنافس فيه سناش بشت بشكل أساسي وانستقرام .. هذا التحديث أعطى طابع جاذب واستقرار أكثر للمنصة ويساهم في إنه يرفع المحتوى الإبداعي لصناع المحتوى وظهور محتواهم بشكل أكبر وأوسع.



# طيب وش أفضل أوقات النشر في تيك توك

- من الساعة 7:00 م إلى 10:00 م
- الساعة 1:30 م
- الساعة 12:00 ص



- طيب تعرفون وش الأهم من هذا كله؟
- أنك تصنع محتوى لعلامتك التجارية بشكل بسيط وإبداعي ويلاصق فئتك المستهدفة.
- ماهو شرط يكون لعملائك المستهدفين ممكن يكون للموظفين وبناء بيئة تفاعلية داخلية ( اتصال داخلي).



أن لكل منصة جمهورها وأثر هذي المنصة على سلوكياتهم  
وتصرفاتهم، لذلك لازم تدرس المنصة والفئة المستهدفة  
وموضع الإعلان داخل المنصة ومنتجك برضو قبل تطلق أي حملة.

شكراً يا لهاميم على القراءة

قدم لكم من

**لهاميم**  
للتسويق الرقمي

شركة سعودية الفكرة والمنبع، عالمية التوجه والقدرات، كان ميلادنا في  
العام 2017 من أجل سد الفجوات الخدمية في مجالات التسويق والإبداع،  
ولتقديم خدمات بمستوى جديد لم يُجرب، بطموح مواهبنا الحماسية وخبرات  
مختصينا أصحاب التاريخ العريق.



[www.lhamim.com](http://www.lhamim.com)



0563767833



LhamimLTD