

سجل في الكورس

القوانين الخفية للمزاد الإعلاني

كيف يعمل نظام المزاد في فيسبوك — ولماذا إعلان منافسك يربح بالرغم من أنك دفعت أكثر

المفهوم في سطر

عندما تشغل إعلاناً على فيسبوك، أنت تشارك في **مزاد علني (Auction)** في كل مرة يتوفر فيها موضع إعلاني. الفائز ليس من دفع أكثر — بل من حقق **أعلى قيمة إجمالية (Total Value)** التي تحتسب من: المبلغ الذي عرّضت به (Bid) × جودة الإعلان (Quality) × احتمالية التفاعل (Engagement Rate). فيسبوك يُفضّل الإعلانات التي تحقق تجربة مستخدم جيدة — حتى لو كان العرض أقل.

1 معادلة المزاد — كيف يُحتسب الفائز؟

المعادلة: الفائز = العطاء (Bid) × الجودة (Quality) × التفاعل (Engagement).
مثال: إعلان منافس بعطاء \$0.40 وجودة 10 وتفاعل 9 ← $9 \times 10 \times 0.40 = 36$ نقطة.
إعلانك بعطاء \$0.50 لكن الجودة 5 والتفاعل 4 ← $4 \times 5 \times 0.50 = 10$ نقاط فقط.

2 العوامل الثلاثة المؤثرة

العامل	الوزن	كيف تحسّنه
العطاء (Bid)	المبلغ الذي ترغب بدفعه	ضع عطاء تنافسياً بناءً على توصيات فيسبوك
الجودة (Quality)	مدى ملاءمة الإعلان للجمهور	تصميم احترافي، نص دقيق، صلة بالجمهور
التفاعل (Engagement)	نسبة النقر والمشاهدة	استهداف دقيق، محتوى جذاب، CTA قوي

3 استراتيجيات الفوز في المزاد

- 1. **حسن جودة الإعلان:** جودة أفضل = تكلفة أقل. استثمر في التصميم والنص قبل رفع العطاء.
- 2. **استهدف بدقة:** الجمهور المناسب يزيد التفاعل ويخفض التكلفة إجمالاً.
- 3. **اختبر أنواع العطاءات:** فيسبوك يقدم Low Cost (أقل تكلفة) Target Costg (تكلفة مستهدفة) Bid Capg (سقف عطاء).
- 4. **لا تدفع أكثر مما يجب:** أحياناً عطاء أقل مع جودة عالية يفوز على عطاء أعلى بجودة متوسطة.

4 مثال توضيحي — المقارنة

الجودة تغلب الكمية — إعلان أفضل يربح بعطاء أقل

إعلان عادي (خاسر)

- العطاء: \$0.60
- الجودة: 4/10
- التفاعل: 3/10
- النقاط: 7.2

إعلان ممتاز (فائز)

- العطاء: \$0.40
- الجودة: 9/10
- التفاعل: 8/10
- النقاط: 28.8

م مصطلحات أساسية

المصطلح بالعربية	بالإنجليزية	المعنى
المزاد الإعلان	Ad Auction	نظام تنافسي يحدد أي إعلان يظهر في أي موضع
العطاء	Bid	المبلغ الذي ترغب في دفعه لكل نتيجة (نقرة/ظهور)
جودة الإعلان	Ad Quality	مدى احترافية التصميم وملاءمته للجمهور المستهدف
التفاعل	Engagement Rate	نسبة الأشخاص الذين يتفاعلون مع الإعلان
القيمة الإجمالية	Total Value	ناتج معادلة المزاد (عطاء × جودة × تفاعل)

⚠ أخطاء شائعة يجب تجنبها

- 1 **رفع العطاء أولاً بدون تحسين الجودة:** بدل رفع العطاء، حاول تحسين الإعلان أولاً — جودة أعلى = تكلفة أقل.
- 2 **استهداف واسع جداً:** جمهور غير مناسب = تفاعل منخفض = خسارة المزاد حتى بعطاء مرتفع.

☆ النقطة الذهبية

المزاد الإعلاني هو **السر الخفي الذي يحدد نجاح أو فشل حملاتك**. المفتاح ليس في دفع أكثر — بل في **تحسين الجودة والتفاعل**. إعلان ممتاز بعطاء منخفض يربح دائماً على إعلان ضعيف بعطاء مرتفع. استثمر وقتك في تحسين الإعلان قبل رفع الميزانية — هذا هو الطريق الذكي لتوفير المال وزيادة النتائج.