

سجل في الكورس

حساب عائد الإنفاق الإعلاني (ROAS)

المؤشر الأسرع لقياس إيرادات الحملة مقابل ميزانيتها الإعلانية

المفهوم في سطر

مؤشر **ROAS** يقيس كم إيراداً عاد إليك مقابل كل دولار أو وحدة نقدية أنفقتها في الإعلانات؛ وهو من أهم محددات نجاح الحملات المباشرة.

1 ما هو ROAS؟

- هو اختصار لـ **Return On Ad Spend** (عائد الإنفاق الإعلاني).
- إذا أنفقت 1000 دولار وجلب الإعلان مبيعات بقيمة 5000 دولار، فإن قيمة الـ ROAS هي 5.

2 المعادلة الأساسية والرياضية

المعادلة: **ROAS = إيرادات الحملة الإعلانية / تكلفة الحملة الإعلانية**مثال: إيرادات بقيمة \$10,000 وتكلفة إعلانية \$2,000 ← $10,000 / 2,000 = 5$ (كل دولار إعلاني أعاد 5 دولارات إيرادات).

3 دليل تفسير قيمة ROAS

قيمة المؤشر	التفسير والتحليل المالي المباشر
أقل من 1	خسارة مالية مباشرة: الإيرادات المحققة أقل مما صرفته على المنصات الإعلانية.
تساوي 1	نقطة تعادل ظاهري: ما تم إنفاقه يعادل ما تم تحصيله كإيراد (دون احتساب التكاليف الأخرى).
أكبر من 1	إيرادات إيجابية: الإعلان يجلب مبيعات بقيمة أكبر من كلفته الإعلانية.
2 فما فوق	أداء جيد جداً: كل دولار إنفاق يعود بضعفه أو أكثر كإيراد مباشر للمشروع.

4 هل ROAS = 1 يعني الفشل المطلق؟

- ليس بالضرورة؛ فقد يكون العميل الذي كسبته بتكلفة تعادل قيمته مستعداً للشراء مجدداً بدون إعلانات (يرتبط بـ LTV).
- لكن للتقييم المالي اللحظي للمبيعات، يجب أخذ هامش ربح المنتج بالاعتبار.

5 كيف ترفع وتحسن عائد ROAS؟

- تخفيض التكاليف:** إيقاف الإعلانات والمجموعات الإعلانية الضعيفة وتوجيه الميزانية للأفضل.
- تحسين التحويل:** تحسين صفحة الهبوط، وتطوير نصوص الإعلانات وتصميم الصور لزيادة المبيعات بنفس الإنفاق.
- الاستهداف الذكي:** تضيق نطاق الحملة على المدن أو الفئات الأكثر شراءً.

6 أمثلة عملية لحساب ROAS

الحالة	إيرادات الإعلان	تكلفة الإعلان	الحساب المالي	قيمة ROAS
متجر ملابس A	5,000\$	800\$	800 / 5000	6.25
متجر أدوات B	2,645\$	1,320\$	1320 / 2645	2.00
حملة تجريبية C	900\$	1,200\$	1200 / 900	0.75

م مصطلحات أساسية

المصطلح بالعربية	بالإنجليزية	المعنى
عائد الإنفاق الإعلاني	ROAS	مقياس إيرادات المبيعات الناتج عن كل دولار يُصرف على الحملات الإعلانية
إيرادات الحملة	Campaign Revenue	إجمالي قيمة المبيعات التي يمكن تتبعها ونسبها للحملة مباشرة
نقطة التعادل	Break-even Point	المرحلة التي تتساوى فيها التكاليف مع الإيرادات دون ربح أو خسارة
صافي الربح	Net Profit	المال المتبقي بعد طرح جميع تكاليف المنتجات والتشغيل والإعلان

⚠️ أخطاء شائعة يجب تجنبها

- 1 **الخلط بين ROAS وصافي الربح:** ف ROAS يقيس الإيراد الخام؛ إذا كان هامش ربح منتجك 10%، ف $ROAS = 2$ خاسر.
- 2 **مقارنة المنصات بشكل سطحي:** نسيان تتبع قنوات المبيعات بدقة يؤدي لنسب الإيرادات للمنصة الخاطئة.
- 3 **إهمال أثر هامش الربح:** المنتجات ذات الهوامش الضيقة تحتاج ROAS مرتفع جداً لتصل لربحية حقيقية.

☆ النقطة الذهبية

ROAS يخبرك هل الإعلان يعيد المال، لكنه لا يخبرك وحده هل المشروع مربح. اربطه دائماً بهامش الربح وقيمة العميل الدائمة قبل اتخاذ قرار التوسع أو الإيقاف.