CONCEPT

تحسين محركات البحث وإعلانات جوجل: التسويق عبر محركات البحث في النتائج المجانية والمدفوعة

11 – 15 أكتوبر 2027

برشلونة - فندق أربع نجوم في حي إيكسامبلا



تحسين محركات البحث وإعلانات جوجل: التسويق عبر محركات البحث في النتائج المجانية والمدفوعة

المرجع: 14485_477 **التاريخ:** 11 – 15 أكتوبر 2027 **المكان:** برشلونة - فندق أربع نجوم في حي إيكسامبلا **الرسوم:** SAR 23500

مقدمة:

يحدد تحسين محركات البحث وإعلانات جوجل ما إذا كانت المؤسسة تظهر لحظة بحث العميل عن خدماتها، لكن فرقا كثيرة تدير البحث المجاني والمدفوع في مسارين منفصلين، فتدفع مقابل كلمات تتصدر فيها صفحاتها أصلا وتغفل عمليات البحث باللغة العربية. ثم تهدر أخطاء الزحف وبطء الصفحات والحملات ضعيفة البناء جهد المحتوى وميزانية الإعلان معا. تدرب هذه الدورة من كور كونسبت المسوقين الرقميين على تهيئة المواقع للزحف والفهرسة والترتيب، وعلى بناء حملات بحث في إعلانات جوجل تحقق التحويلات. ويعد المشاركون خطة تسويق عبر محركات البحث تضم خريطة كلمات مفتاحية ثنائية اللغة وورقة بناء حملة البحث.

أهداف الدورة:

- تشخيص مشكلات الزحف والفهرسة والترتيب في الموقع باستخدام Google Search Console وتدقيق الظهور في نتائج البحث
- البحث عن الكلمات المفتاحية بالعربية والإنجليزية وتجميعها حسب نية الباحث في خريطة مرتبطة بالصفحات المقصودة
- تحسين عناوين الصفحات ومحتواها والبيانات المنظمة ومؤشرات Core Web Vitals وخرائط الموقع ووسوم hreflang لتصبح الصفحات ثنائية اللغة قابلة للزحف والترتيب
- هيكلة حسابات إعلانات جوجل بمجموعات إعلانية موضوعية وأنواع مطابقة وكلمات مفتاحية سلبية واستراتيجية عروض أسعار مناسبة
- رفع نقاط الجودة وأداء الإعلانات من خلال ملاءمة الإعلان وأصوله وتجربة الصفحة المقصودة
- إعداد خطة تسويق عبر محركات البحث توزع الميزانية بين SEO والبحث المدفوع وتتضمن بناء حملة بحث مع تتبع التحويلات

الفئة المستهدفة:

- وظائف التسويق الرقمي المسؤولة عن الظهور في نتائج البحث المجانية والمدفوعة
- وظائف الإعلانات المدفوعة والتسويق بالأداء التي تنشئ حملات إعلانات جوجل وتديرها
- وظائف المواقع الإلكترونية والمحتوى التي تنشر الصفحات بالعربية والإنجليزية وتحدثها
- وظائف التجارة الإلكترونية التي تدير قوائم المنتجات وقنوات البيع عبر الإنترنت
- وظائف التسويق في المنشآت الصغيرة والمتوسطة التي تدير نشاط البحث داخليا

محاور الدورة:

اليوم 1: آليات عمل محركات البحث وتدقيق الظهور في نتائج البحث

- الزحف والفهرسة وعرض النتائج: كيف يكتشف Googlebot الصفحات ويخزنها
- النتائج المجانية مقابل الإعلانات المدفوعة: دور SEO وSEM في صفحة النتائج
- مراجعة تقريري فهرسة الصفحات والأداء في Google Search Console
- توجيهات ملف robots.txt ووسوم canonical ومعالجة الصفحات المكررة
- نموذج تدقيق خط الأساس للظهور في النتائج المجانية والمدفوعة

اليوم 2: البحث عن الكلمات المفتاحية ونية الباحث ومبادئ الترتيب

- تصنيف نية البحث: معلوماتية وتنقلية وتجارية ومعاملاتية
- اكتشاف الكلمات المفتاحية باستخدام Google Keyword Planner وGoogle Trends
- صيغ الاستعلامات العربية: أشكال الكتابة والمفردات المحلية والبحث بالحروف اللاتينية
- تجميع الكلمات المفتاحية ومصفوفة ربط الموضوعات بالصفحات
- إشارات الروابط في PageRank وممارسات القبعة البيضاء وعقوبات مخططات الروابط

اليوم 3: تحسين الصفحات والتحسين التقني والبحث المحلي عمليا

- تحسين عنصر العنوان والوصف التعريفي وتسلسل العناوين الفرعية
- التحقق من ترميز البيانات المنظمة باختبار النتائج المنسقة Rich Results Test
- مؤشرات Core Web Vitals: تشخيص LCP وINP وCLS باستخدام PageSpeed Insights
- العرض على الأجهزة المحمولة وخرائط موقع XML ووسوم hreflang للمواقع العربية الإنجليزية
- مراجعة ملف الروابط الخارجية وتحسين الملف التجاري في Google Business Profile للبحث المحلي

اليوم 4: هيكلة إعلانات جوجل واستراتيجيات عروض الأسعار ونقاط الجودة

- بنية حساب إعلانات جوجل والحملات والمجموعات الإعلانية حسب الموضوع
- أنواع المطابقة الواسعة والعبارية والتامة مع قوائم الكلمات المفتاحية السلبية المشتركة
- عروض الأسعار الذكية: Target CPA وTarget ROAS وزيادة التحويلات إلى أقصى حد
- تشخيص نقاط الجودة: نسبة النقر المتوقعة وملاءمة الإعلان وتجربة الصفحة المقصودة
- إعلانات البحث المتجاوبة وأصول الإعلان ونظرة عامة على حملات Shopping وPerformance Max

اليوم 5: مختبر بناء حملات البحث وخطة التسويق عبر محركات البحث

- مختبر: خريطة كلمات مفتاحية ثنائية اللغة لموقع تجزئة أو خدمات مهنية
- مختبر: بناء حملة بحث في إعلانات جوجل بمجموعاتها وكلماتها السلبية وأصولها
- مختبر: إعداد إجراءات التحويل بعلامة Google واستيراد الأحداث الرئيسية من GA4
- ورقة توزيع الميزانية بين SEO والإعلانات المدفوعة وفق حصة الظهور المدفوع والترتيب المجاني
- عرض خطة التسويق عبر محركات البحث ومراجعتها مع الزملاء

المهارات التي ستكتسبها:

- تدقيق الظهور في نتائج البحث
- تحليل نية البحث
- رسم خرائط الكلمات المفتاحية ثنائية اللغة
- تشخيص التحسين التقني للمواقع
- تحسين الظهور في البحث المحلي
- هيكلة حملات البحث المدفوع
- اختيار استراتيجيات عروض الأسعار
- تحسين جودة الإعلانات

لماذا تحضر هذه الدورة:

- العودة بخطة تسويق عبر محركات البحث وخريطة كلمات مفتاحية ثنائية اللغة وورقة بناء حملة بحث معدة لموقع المشارك
- التوقف عن الدفع مقابل نقرات على كلمات تتصدرها الصفحات في النتائج المجانية وتوجيه الإنفاق إلى الفجوات
- الوصول إلى طلب البحث بالعربية الذي تغفله قوائم الكلمات الإنجليزية وحدها
- العمل المباشر على Search Console وKeyword Planner وPageSpeed Insights وواجهة إعلانات جوجل مع زملاء من قطاعات متعددة

الخاتمة:

يحقق البحث نتائج أقوى حين يخطط للنشاط المجاني والمدفوع من خريطة كلمات مفتاحية واحدة. تنتقل الدورة من طريقة زحف محركات البحث إلى الصفحات وفهرستها وترتيبها، إلى البحث عن الكلمات المفتاحية وفق نية الباحث بالعربية والإنجليزية، ثم إلى تحسين الصفحات والتحسين التقني والبحث المحلي، فهيكلة حسابات إعلانات جوجل وأنواع المطابقة وعروض الأسعار ونقاط الجودة. ويخصص اليوم الأخير لمختبرات عملية تنتهي بخطة تسويق عبر محركات البحث وخريطة كلمات مفتاحية ثنائية اللغة وورقة بناء حملة يمكن للفرق إطلاقها وتطويرها.