



دورة الإعلانات الخارجية والشاشات الرقمية: امتياز المواقع الإعلانبة والبيع البرمجي وقياس الجمهور

2027 أبريل 16 – 12

لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن



دورة الإعلانات الخارجية والشاشات الرقمية: امتياز المواقع الإعلانية والبيع البرمجي وقياس الجمهور

المرجع: 1844_27970 التاريخ: 12 - 16 أبريل 2027 المكان: لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن الرسوم: SAR 23000

مقدمة:

دورة الإعلانات الخارجية والشاشات الرقمية دورة تمتد 5 أيام، تتناول امتياز المواقع الإعلانية والبيع البرمجي للشاشات الرقمية خارج المنزل وقياس الجمهور، وهي موجهة لوحداث ملاك الوسائط الخارجية وجهات منح الامتياز ومخططي الإعلان الخارجي في الوكالات، وتنتهي بإعداد خطة تشغيل شبكة الإعلان الخارجي وتعظيم عائدها لمنظمة محل دراسة. فكثر من الشبكات يدار بعقود امتياز فضفاضة وسجلات تراخيص وسلامة ناقصة ودورات عرض تباع بالتقدير وأرقام جمهور يرفضها المشترون، فتبقى مواقع ثمينة شاغرة أو مسعرة بأقل من قيمتها. ويتولى المشاركون إدارة المساحات الخارجية أو بيعها أو تخطيطها، ويعملون على ملفات حالة تضم عقود الامتياز وسجلات المواقع. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة.

أهداف الدورة:

- تصنيف مخزون الإعلانات الخارجية حسب الصيغة ونوع الموقع والبيئة المحيطة وتقييم الأداء الحالي لكل موقع
- صياغة شروط استحواذ المواقع وعقود الامتياز الإعلان بينود واضحة للإيجار وتقاسم الإيراد والمدة وإعادة الموقع إلى حالته
- متابعة تراخيص المنشآت الإعلانية وسجلات الفحص وضوابط السلامة للوحات وأثاث الشوارع والشاشات الرقمية على الطرق
- جدولة شبكات الشاشات الرقمية الخارجية عبر نظام إدارة المحتوى باستخدام دورات العرض والفترات وحصة الوقت وفترات اليوم
- بيع المساحات الرقمية عبر القنوات المباشرة والبيع البرمجي DOOH بأسعار دنيا وأنواع صفقات ومحفزات بيانات
- تسعير المواقع الخارجية بالاستناد إلى قياس الجمهور وإدارة عائد الأصول عبر قرارات الإشغال والسعر ومحفظة المواقع

الفئة المستهدفة:

- وحدات ملاك الوسائط المسؤولة عن محافظ مواقع اللوحات وأثاث الشوارع ووسائل النقل
- وحدات إدارة الامتياز في الجهات العامة التي تطرح مواقع الإعلان الخارجي وترسيها وتشرف عليها
- وحدات المبيعات والتسويق التي تبيع المساحات الإعلانية الخارجية الثابتة والرقمية للمعلنين
- وحدات تشغيل شبكات الشاشات التي تدير المحتوى والعرض وإثبات البث في شبكات DOOH
- وحدات تخطيط الإعلان الخارجي في الوكالات التي تختار المواقع وتقيم أدلة الجمهور والسعر

محاوّر الدورة:

اليوم 1: مشهد الإعلانات الخارجية وتقييم محفظة المواقع

- تصنيف صيغ الإعلان الخارجي OOH على الطرق وأثاث الشوارع ووسائل النقل
- اقتصاديات اللوحات الثابتة مقابل الشاشات الرقمية ودورة حياة الأصل
- بناء سجل المواقع ببيانات الموقع ودرجة الرؤية واتجاه الواجهة
- سلسلة القيمة بين مالك الوسيلة وجهة الامتياز والوكالة
- خط الأساس لإشغال المحفظة الحالية والإيراد لكل واجهة

اليوم 2: امتياز المواقع والتراخيص وسلامة المنشآت الإعلان

- وثائق طرح الامتياز ومعايير تقييم العروض
- بنود عقد الامتياز للإيجار وتقاسم الإيراد ومدة العقد
- عقود إيجار المواقع من الملاك وخطوات التفاوض على حق المرور
- ملفات ترخيص المنشآت حسب المقاس والإضاءة والتباعد وتصنيف المنطقة
- قائمة فحص الأعمدة الأحادية والجسور الإعلان مع مراجعة أحمال الرياح

اليوم 3: تشغيل شبكات الشاشات الرقمية وجدولة المحتوى

- إعداد نظام إدارة المحتوى لتشغيل الشاشات المتصلة بالشبكة
- تخطيط طول دورة العرض وعدد الفترات وحصة الوقت
- فترات اليوم ومحفزات الإعلان الديناميكي من الطقس والفعاليات
- ضوابط مدة الثبات والانتقال وشدة الإضاءة لشاشات الطرق
- سجلات إثبات البث وتقارير متابعة جاهزية الشاشات

اليوم 4: البيع البرمجي وقياس الجمهور وإشكالات العائد

- منصات جانب العرض للبيع البرمجي DOOH ومضاعفات مرات الظهور
- أساليب تقدير الجمهور من بيانات التنقل المعدلة بدرجة الرؤية
- العد المجهول الهوية بالكاميرات وتصميم ضمانات الخصوصية
- نماذج قوائم الأسعار والأسعار الدنيا وتسعير الباقات
- إدارة العائد عبر الإشغال والسعر والمساحات غير المباعة

اليوم 5: دراسة حالة: خطة تشغيل شبكة الإعلان الخارجي وتعظيم عائدها

- مراجعة سجل مواقع مالك الوسيلة وعقود الامتياز في الحالة
- قائمة إجراءات فجوات التراخيص وسلامة المنشآت في الحالة
- جدول دورة عرض الشاشات وتوزيع البيع البرمجي في الحالة
- أدلة الجمهور ومراجعة قائمة الأسعار في الحالة
- استكمال خطة تشغيل شبكة الإعلان الخارجي وتعظيم عائدها

المهارات التي ستكتسبها:

- تحليل محفظة المواقع الخارجية
- هيكلية عقود الامتياز الإعلاني
- إدارة تراخيص المنشآت الإعلانية
- فحص سلامة اللوحات الإعلانية
- جدولة دورات عرض الشاشات
- البيع البرمجي للشاشات الرقمية
- تقدير جمهور الإعلان الخارجي
- تحسين عائد المساحات الإعلانية

لماذا تحضر هذه الدورة:

- إعداد خطة تشغيل شبكة الإعلان الخارجي وتعظيم عائدها لمنظمة محل دراسة ورفعها إلى المدير التجاري ومالك الامتياز لاعتمادها
- تحديد المواقع التي تجدد أو تحول إلى شاشات رقمية أو يعاد تسعيرها أو يتخلى عنها عند حلول موعد تجديد الامتياز أو الإيجار
- تجنب المنشآت غير المرخصة وحوادث السلامة والفترات الشاغرة على الشاشات وأرقام الجمهور التي يرفضها المشترون أثناء التفاوض
- نقل نموذج سجل المواقع وجدول دورات العرض وطريقة بناء قائمة الأسعار إلى فرق المبيعات والتشغيل والتخطيط

الخاتمة:

بعد العودة إلى العمل يعرض المشارك خطة تشغيل شبكة الإعلان الخارجي وتعظيم عائدها على المدير التجاري ومالك الامتياز أو الأصل ورئيس تشغيل الشاشات. ويعتمدون عليها في إقرار المواقع التي تجدد أو تحول إلى الرقمي أو يتخلى عنها، وطريقة توزيع دورات العرض بين البيع المباشر والبيع البرمجي، وأدلة الجمهور التي يستند إليها كل سعر. وبعد أول فترة بيع كاملة وفق الخطة، تراجع الوحدة الإشغال لكل واجهة وحالة التراخيص والفحص وفجوات إثبات البث والأسعار المحققة مقارنة بالمستهدفات.

الأسئلة الشائعة:

ما الذي يحتاجه المشارك قبل دورة الإعلانات الخارجية والشاشات الرقمية؟

يحتاج المشارك إلى خبرة في إدارة مواقع الإعلان الخارجي أو الشاشات الرقمية أو بيعها أو الإشراف عليها أو تخطيطها، مع إلمام بمصطلحات أساسية مثل مرات الظهور وقوائم الأسعار. ويساعده إحضار قائمة مواقع أو مقتطف من عقد امتياز أو جدول دورة عرض بعد إخفاء البيانات الحساسة على تطبيق الأساليب على مخزونه.

بم تختلف دورة الإعلانات الخارجية والشاشات الرقمية عن دورة تخطيط الحملات الإعلانية والوسائط؟

تتناول هذه الدورة تشغيل المخزون الإعلاني الخارجي ذاته: استحواذ المواقع وترخيصها وجدولة الشاشات وبيع الفترات وتسعيرها من أدلة الجمهور. أما دورات تخطيط الحملات فتحدد توزيع ميزانية المعلن على القنوات، وتعنى دورات الإعلان البرمجي على الويب بمزادات الإعلانات المصورة على الإنترنت.

كيف يقاس جمهور الإعلانات الخارجية والشاشات الرقمية؟

يقدر الجمهور من بيانات التنقل والموقع وعدادات حركة المرور والمشاة ونمذجة الرؤية التي تراعي مسافة المشاهدة وزاويتها. وتضيف بعض الشاشات الرقمية عدا مجهول الهوية بالكاميرات لمدة التوقف مع حذف البيانات الشخصية، وتدعم مرات الظهور الناتجة التسعير والبيع البرمجي.

ماذا يعود به المشارك من دورة الإعلانات الخارجية والشاشات الرقمية؟

يعود المشارك بخطة تشغيل شبكة الإعلان الخارجي وتعظيم عائدها لمنظمة محل دراسة، تضم سجل المواقع ومراجعة عقود الامتياز وقائمة إجراءات التراخيص والسلامة وجدول دورة العرض وتوزيع البيع البرمجي وقائمة أسعار معدلة، قابلة للتكيف مع شبكته.