CORE CONCEPT

دورة شبكات إعلانات التجزئة: بيع المساحات الإعلانية على الموقع وخارجه وعلى شاشات المتاجر

26 – 30 يوليو 2027

باريس - فندق أعمال على الضفة اليمنى

دورة شبكات إعلانات التجزئة: بيع المساحات الإعلانية على الموقع وخارجه وعلى شاشات المتاجر

المرجع: 1944_28954 **التاريخ:** 26 – 30 يوليو 2027 **المكان:** باريس - فندق أعمال على الضفة اليمنى **الرسوم:** SAR 23500

مقدمة:

دورة شبكات إعلانات التجزئة وبيع المساحات الإعلانية على الموقع وخارجه وعلى شاشات المتاجر دورة تمتد أسبوع لفرق التجارة في متاجر التجزئة والتجارة الإلكترونية ومتاجر البقالة وفرق التسويق التجاري لدى الموردين، وتنتهي بإعداد خطة إطلاق شبكة إعلانات التجزئة وخطتها التجارية. فكثير من المتاجر تفوت إيرادات إعلانية أو تخسر ثقة الموردين حين تبيع الإعلانات الممولة وشاشات الفروع وشرائح المتسوقين دون خريطة واضحة للمساحات أو بطاقة أسعار أو منهج قياس أو قواعد للشراكة. ويدير المشاركون عادة التجارة الرقمية أو علاقات الموردين أو ميزانيات الإعلان، ويتدربون عبر دراسات حالة على بيانات متاجر. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة.

أهداف الدورة:

- تقييم نموذج عمل إعلانات التجزئة ومصادر إيراداتها وخيارات تشغيلها المتاحة للمتجر أو مشغل السوق الإلكتروني
- تحويل مساحات الإعلانات الممولة للمنتجات والإعلانات المصورة على الموقع وجماهير خارج الموقع وشاشات الفروع إلى باقات قابلة للبيع
- بناء شرائح جمهور المتسوقين من بيانات برامج الولاء والمعاملات وتحديد قواعد غرف البيانات النظيفة لمطابقة بيانات الموردين
- وضع بطاقة أسعار تعتمد التسعير بالنقرة CPC وبالألف ظهور CPM والباقات مع حدود الإنفاق الدنيا وفئات استثمار الموردين
- قياس الحملات بإسناد المبيعات المغلق الحلقة ومبيعات العملاء الجدد للعلامة واختبارات المجموعة الضابطة لقياس الأثر الإضافي
- إعداد خطة إطلاق شبكة إعلانات التجزئة وخطتها التجارية مع قواعد حوكمة الموردين وتقارير الشركاء

الفئة المستهدفة:

- المديرون التجاريون في متاجر التجزئة والتجارة الإلكترونية المسؤولون عن خطوط الإيراد الإعلاني الجديدة ودخل الموردين
- مديرو مبيعات إعلانات التجزئة ومديرو الحسابات المسؤولون عن بيع المساحات وتجديد استثمارات الموردين
- مديرو الفئات في البقالة والسلع العامة المسؤولون عن الموازنة بين قرارات الرفوف والعروض الترويجية والإعلان
- مديرو بيانات العملاء وبرامج الولاء المسؤولون عن شرائح المتسوقين والموافقات وتفعيل الجماهير
- مديرو التسويق التجاري وتسويق المتسوقين لدى الموردين المسؤولون عن تخطيط الإنفاق الإعلاني لدى المتاجر وتبريره

محاور الدورة:

اليوم 1: نماذج عمل إعلانات التجزئة وجاهزية الشبكة

- تعريف شبكة إعلانات التجزئة عبر المواقع والتطبيقات والفروع
- مقارنة مصادر الإيراد الإعلاني بدخل الموردين التجاري والهامش
- الشبكة المملوكة مقابل خيارات التشغيل عبر مالك وسائط خارجي
- خط أساس حركة المتسوقين من زيارات البحث وأعداد زوار الفروع
- تقييم جاهزية الشبكة باستخدام بطاقة قدرات المتجر

اليوم 2: هيكلة المساحات الإعلانية على الموقع وخارجه وداخل الفروع

- مواضع الإعلانات الممولة للمنتجات في بحث المتجر وصفحات الفئات
- الإعلانات المصورة على الموقع والاستحواذ على الصفحة الرئيسية ومواضع التطبيق
- توسيع الجمهور خارج الموقع إلى منصات التواصل والفيديو والويب المفتوح
- تخطيط شبكة الشاشات الرقمية داخل الفروع وجدولة المحتوى
- تصميم كتالوج المساحات وورقة مواصفات صيغ الإعلانات

اليوم 3: بيانات المتسوقين وشرائح الجمهور وتسعير الشبكة

- تهيئة بيانات الولاء والمعاملات لبناء شرائح جمهور المتسوقين
- قواعد المطابقة في غرف البيانات النظيفة والاستعلامات المسموحة للموردين
- سجلات الموافقة وضوابط إخفاء الهوية في استهداف المتسوقين
- بناء بطاقة الأسعار بالتسعير CPC وCPMs والباقات الثابتة
- فئات استثمار الموردين وحدود الإنفاق الدنيا وخطط الأعمال المشتركة

اليوم 4: القياس المغلق الحلقة والأثر الإضافي وحوكمة الموردين

- إسناد المبيعات المغلق الحلقة بربط مشاهدة الإعلان ببيانات السلة
- تقارير العائد على الإنفاق الإعلاني ومبيعات العملاء الجدد للعلامة
- تصميم اختبار المجموعة الضابطة لقياس المبيعات الإضافية
- تعارض ميزانيات الدعم التجاري والإعلان مع إدارة الفئات
- ميثاق حوكمة شركاء الموردين وجودة الإعلانات وتسوية النزاعات

اليوم 5: دراسة حالة لإطلاق شبكة إعلانات التجزئة

- خريطة مساحات متجر الحالة واختيار شرائح الجمهور
- بطاقة أسعار متجر الحالة ومقترح باقات الموردين
- قراءة نتائج الأثر الإضافي لحملة الحالة وقرارات التحسين
- التفاوض على خطة الأعمال المشتركة مع مورد الحالة وحزمة التقارير
- استكمال خطة إطلاق شبكة إعلانات التجزئة وخطتها التجارية

المهارات التي ستكتسبها:

- رسم خريطة مساحات إعلانات التجزئة
- تقسيم جمهور المتسوقين
- تصميم حالات استخدام غرف البيانات النظيفة
- تسعير بطاقات الأسعار الإعلانية
- تحليل الإسناد المغلق الحلقة
- تصميم اختبارات الأثر الإضافي
- التفاوض الإعلاني مع الموردين
- حوكمة إعلانات التجزئة

لماذا تحضر هذه الدورة:

- تسليم خطة إطلاق شبكة إعلانات التجزئة وخطتها التجارية إلى المدير التجاري وقيادة التجارة الإلكترونية
- تحديد المواضع على الموقع وخارجه وداخل الفروع التي تجمع في باقات وتسعر وتعرض على كل فئة من الموردين
- تجنب نزاعات الموردين وهدر أموال الدعم التجاري وادعاءات المبيعات غير الموثوقة الناتجة عن حملات بلا قياس أو حوكمة
- تزويد فرق الفئات والبيانات والمبيعات بنماذج بطاقات الأسعار وتعريفات الشرائح وصيغ تقارير الأثر الإضافي

الخاتمة:

بعد العودة إلى العمل يعرض المشارك خطة إطلاق شبكة إعلانات التجزئة وخطتها التجارية على المدير التجاري ومسؤول التجارة الإلكترونية وقيادة إدارة الفئات. وتعتمد الإدارة عليها في إقرار المواضع المطروحة للبيع وبطاقة الأسعار وقواعد بيانات المتسوقين وميثاق الحوكمة المتفق عليه مع الموردين. وبعد أول ربع سنة من الحملات المباعة، تقارن الوحدة نتائج الأثر الإضافي ومعدلات تجديد الموردين بما ورد في الخطة، ثم تعدل الباقات أو الأسعار أو مناهج القياس التي قصرت عن الهدف.

الأسئلة الشائعة:

ما الذي يحتاجه المشارك قبل دورة شبكات إعلانات التجزئة؟

يحتاج المشارك إلى خبرة عملية في تجارة التجزئة أو التجارة الإلكترونية أو بيانات العملاء أو التسويق لدى الموردين. ويساعده إحضار قائمة بالمواضع الرقمية الحالية أو عينة من شرائح ولاء مجهلة أو تقرير حملة حديثة لمورد على ربط دراسة الحالة وخطة الإطلاق بمؤسسته.

بم تختلف دورة شبكات إعلانات التجزئة عن دورات البيع في الأسواق الإلكترونية أو الشراء البرمجي للإعلانات؟

تخاطب هذه الدورة المتجر الذي يملك حركة المتسوقين ويبيع الإعلانات، لا البائع الذي يعرض منتجاته ولا الوكالة التي تشتري الوسائط عبر منصات التداول. وتركز على تصميم المساحات والتسعير وبيانات المتسوقين والأثر الإضافي وحوكمة الموردين.

لماذا تعتمد شبكات إعلانات التجزئة على القياس المغلق الحلقة والأثر الإضافي؟

لأن المتجر يستطيع ربط مشاهدة الإعلان بالمشتريات الفعلية في بيانات معاملاته، فيتوقع الموردون دليلا على المبيعات. وتفصل اختبارات المجموعة الضابطة المبيعات التي سببها الإعلان عن المبيعات التي كانت ستحدث دونه، فتحمي مصداقية الأسعار ومعدلات التجديد.

ماذا يعود به المشارك من دورة شبكات إعلانات التجزئة؟

يعود المشارك بخطة إطلاق شبكة إعلانات التجزئة وخطتها التجارية، وفيها كتالوج المساحات وشرائح الجمهور وبطاقة الأسعار ومنهج القياس وميثاق حوكمة الموردين، جاهزة للمراجعة من القيادة التجارية.