

قبل ان تقوم بعمل الاعلان الممول يجب ان يكون لك موقع الكترونى او صفحة هبوط يذهب اليها العملاء عند النقر على الاعلان لاتخاذ اجراء ايجابى مثل التسجيل او الشراء او طلب خدمة يجب ان تضع الاهداف الذكية التى يجب تحقيقها عند عمل الاعلان الممول حيث يجب ان تكون هذه الاهداف محددة ويمكن قياسها ويمكن تحقيقها فى اطار زمنى محدد SMART Objectives بعد ذلك تقوم بعمل مايسمى بالعميل المثالى Target Persona و الذى يتوفر به كل المواصفات التى تحقق اهدافك اذا تفاعل معك هذا العميل ايجابى و ذلك عن طريق تحديد الفئة العمرية و الجنس و المنطقة الجغرافية و النشاطات و الميول الشخصية و الهوايات و الدخل بعد ذلك تختار استراتيجيات تحقيق هذه الاهداف و منها : أختيار المنصة المناسبة لعمل الاعلان الممول مثل شبكات التواصل الاجتماعى فيس بوك و انستاجرام و تويتر و اليوتيوب او عن طريق جوجول ادز على المواقع التى تتميز بنسبة مشاهدات عالية مثل المواقع الاخبارية و المتاجر الالكترونية يتم اختيار المحتوى و هو اما ان يكون مدونة او صورة لها عنوان او فيديو احترافى و نشره على المنصة المختارة يتم عمل الاعلان عن طريق مدير الاعلانات بالمنصة و يتم توجيه الاعلان الى الجمهور المستهدف و الذى يشمل السن و الجنس و النطقة الجغرافية و الميول الشخصية و النشاطات و الاحداث و الهوايات يتم اختيار الوقت المناسب لنشر الاعلان و يفضل فى الصباح الباكر او بعد المغرب و اليوم المناسب للنشر و يفضل الخميس و الجمعة و السبت يتم تحديد قيمة الاعلان و ذلك ينعكس على عدد الجمهور المستهدف لانه كلما زاد عدد الجمهور المستهدف زادت قيمة الاعلان و يتم تحويل الدفع الى العملة المحلية و يتم الدفع عن طريق كروت الائتمان أهم من عمل الاعلان بنجاح هو تحليل ما بعد الاعلان من ارقام عدد المشاهدين و عدد المرتبطين و عدد من اخذ رد فعل ايجابى و متابعة هذه العملاء عن طريق عمل قاعدة بيانات يمكن من خلالها التواصل مع هؤلاء العملاء عن طريق البريد الالكترونى او الواتساب