

اعمل ايه؟ أولاً: مبدأ عام قبل ما تزود أي شانيل دي قاعدة نخطها على Omnichannel طيب دلوقتي لو عاوز أطبق ستراتييجي ال حقيقية، ولا هتبوط العيلة value الحيطه) ● الشانيل الجديدة لازم تدخل “غريبة شوية عن العيلة” الأول. ● عشان تشوف هل ليها ● Budget & Audience جديدة الخطوة 1: اعزل الشانيل الجديدة Channel عملي تضيف بيه Framework: كلها. ثانياً مختلفة KPIs ليه؟ الخطوة 2: حدد. CAPI events أو UTM tags كويس بال tagged مختلفة أو مشابهة بس Audience ليه؟ لأن مش كل قناة. Time on Site. ● بس. ● ممكن تبص على Purchase Rate للشانيل دي ● مش لازم تحكم عليها بال Last على الأقل بـ Attribution مساعدة مش اكرر. الخطوة 3: اربط ال top funnel ممكن تبقى، direct response دورها كويس، بس مش Awareness على الاثنين. ● لو الشانيل دي بتفتح Monitoring مع بعض ● يعني تعمل First Click و Click Top Funnel ممكن يبقى قوي جداً في Snapchat بتقفل البيعة، مش معناه انها وحشة. زي ما لسه قايلين من شوية أسرع أو journey كملوا Journey Impact الخطوة 4: قيس الـ Last Click Conversion. لكن ضعيف جداً في Awareness بقى أقل؟ frequency of touchpoints بقى أقل؟ ● هل time to convert لأ؟ ● هل