

# بروتوكول تشخيص الأرقام (Campaign Diagnostics Protocol)

**الهدف:** مساعدة المتدرب على قراءة أرقام الإعلانات كطبيب يقرأ التحاليل، واتخاذ قرارات غير عاطفية.

“الأرقام ليست نتائج صامته.. بل هي أعراض تشخص لك مكان المرض!”

● **العَرَض:** نقرات كثيرة (High Clicks) + تحويل/مبيعات شبه معدومة (Low Conv).

**التشخيص والعلاج:** الإعلان جذاب لكن صفحة الهبوط ضعيفة أو السعر غير منطقي. 📱

(حسن تجربة ما بعد النقر).

● **العَرَض:** تكلفة نقرة عالية جداً (High CPC) + نسبة نقر منخفضة (Low CTR).

**التشخيص والعلاج:** الإعلان ممل، الخطاب البصري ضعيف، أو الاستهداف خاطئ تماماً. 📱

(قم بتغيير المحتوى الإبداعي فوراً).

● **العَرَض:** أرقام المنصة الاعلانية ممتازة، ولكن لا توجد مبيعات في المتجر الفعلي.

**التشخيص والعلاج:** مشكلة في دقة التتبع (Pixel/CAPI)، أو أن المبيعات وهمية وتسجل 📱

مرتين. (راجع قسم التأمين والتتبع).

**الإجراء القيادي (North Star Action):**

ما هو المقياس الأهم (KPI) الذي سنراقبه هذا الأسبوع؟ [.....]