



Mohamed Achibane

نظام عملي لتشغيل إعلانات فيسبوك مربحة

contact@mohamedachibane.com

Dec 2025



2026

Prepared by :
Smartec Web Services

Written By :
Mohamed Achibane

جدول المحتويات

- 01 لماذا تفشل أغلب إعلانات فيسبوك
- 02 أصلح العرض قبل أن تلمس الإعلانات
- 03 توقّف عن التخمين انسخ ما يعمل بالفعل
- 04 أنشئ إعلانات لا تموت بعد 7 أيام
- 05 استخدم الصيغ التي تحبها Meta الآن
- 06 دع الذكاء الاصطناعي يقوم بالاستهداف
- 07 تهيئة البيكسل مفتاح التوسّع الخفي
- 08 الإعلانات عالية الإنتاج
- 09 العلامة الشخصية = تكلفة اكتساب أقل
- 10 إعلانات فيسبوك ليست خطأ



Smartec web Services

Mohamed Achibane

Founder & CEO
Smartec Web Services



خبرة عملية طويلة في تصميم التطبيقات، إدارة الخوادم والبنية التحتية، دمج حلول الذكاء الاصطناعي، واستراتيجيات النمو الرقمي، ويتميز بقدرته على تحويل الأفكار المعقدة إلى منتجات وخدمات عملية تحقق قيمة حقيقية وإيرادات مستدامة. تشمل مجالات تخصصه أنظمة إنشاء المحتوى بالذكاء الاصطناعي، الإعلانات البرمجية، أتمتة إدارة علاقات العملاء (CRM)، تحسين التجارة الإلكترونية، واستراتيجيات التوسع متعدد الأسواق.

رائد أعمال تقني وخبير استراتيجيات رقمية وبناء أنظمة الذكاء الاصطناعي، يتمتع بخبرة تزيد عن 15 عامًا في مجالات تقنية المعلومات، التسويق الرقمي، الأتمتة، وبناء نماذج أعمال رقمية قابلة للتوسع. يشغل محمد منصب المؤسس لشركة Smartec Web Services، وهي شركة دولية تقدم حلول الاستضافة السحابية، البنية التحتية الرقمية، التسويق الرقمي، وأنظمة الأتمتة المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

إلى جانب الجانب التنفيذي، يركز على نقل المعرفة والشفافية وبناء القيمة طويلة الأمد، حيث يشارك خبراته العملية في قيادة الأعمال، الذكاء الاصطناعي، والعمل عبر الإنترنت بأسلوب واقعي بعيد عن التهويل أو الوعود الوهمية، بهدف تمكين الأفراد والشركات من بناء نجاح رقمي مستدام.



Mohamed Achibane

لماذا تفشل أغلب إعلانات فيسبوك

01

معظم الناس لا يخسرون أموالهم في إعلانات فيسبوك بسبب نقص "الحيل". بل يخسرون لأنهم يبدؤون الإعلانات قبل أن يكون النظام جاهزاً.

01

إعلانات فيسبوك اليوم لم تعد تعتمد على:

- حيل الاستهداف
 - تصاميم فاخرة
 - اهتمامات سرية
- بل تعتمد على تغذية ذكاء Meta الاصطناعي بالإشارات الصحيحة ليقوم بعمله.

02

هذا الدليل يشرح نظامًا قابلاً للتكرار استُخدم لإدارة حملات تبدأ من 100 دولار يوميًا وحتى أكثر من 10,000 دولار يوميًا، مع التركيز على الأساسيات التي تُحدث فرقًا حقيقيًا:

- خفض تكلفة الألف ظهور (CPM)
- رفع معدل النقر (CTR)
- توسيع الحملات بثبات بدون حشو. فقط خطوات قابلة للتنفيذ.



Mohamed Achibane

02 أصلح العرض قبل أن تلمس الإعلانات

لماذا العرض هو كل شيء

العرض القوي:

- يخفض الـ CPM
- يرفع الـ CTR
- يجعل خوارزمية Meta تعمل لصالحك

العرض الضعيف:

- يرفع الـ CPM
- يقتل الـ CTR
- يجعل التوسع شبه مستحيل
- فيسبوك لا يكافئ الجهد.
- بل يكافئ تفاعل السوق.
- إذا توقف الناس، قرؤوا، نقرؤوا، وحولوا → Meta تدفع إعلانيك بقوة.

01

ماذا يعني "عرض مقنع" فعليًا؟

العرض المقنع ليس:

- تخفيصًا
- قائمة مزايا
- صفحة هبوط جميلة فقط

العرض المقنع:

- يحل مشكلة واحدة ملحة
- يبرز النتائج لا الخصائص
- مختلف أو أفضل بوضوح من المنافسين

اسأل نفسك:

- ما الألم الذي يشعر به العميل الآن؟
- ما النتيجة التي يريدونها بأسرع وقت؟
- لماذا حلّي أسهل، أسرع، أو أكثر أمانًا؟

02

إطار بناء العرض (قابل للتنفيذ)

استخدم هذا الهيكل حرفيًا:

1. مشكلة واحدة ملحة
2. - هل تعاني من عدم تحقيق مبيعات عبر إعلانات فيسبوك؟
3. نتيجة واضحة
4. - حملات مربحة خلال 14 يومًا
5. زاوية فريدة
6. - دون تعقيد القتل أو تصاميم مكلفة
7. تقليل المخاطرة
8. - ضمان، إثبات اجتماعي، نتائج حقيقية

03



Mohamed Achibane

توقّف عن التخمين، انسخ ما يعمل بالفعل

03

01

استخدم مكتبة إعلانات Meta (ذكاء مجاني)
مكتبة إعلانات Meta تُمكنك من:

- مشاهدة إعلانات المنافسين النشطة
- تحديد الإعلانات التي تعمل منذ مدة طويلة
- تحليل الخطافات والزوايا والرسائل

لماذا هذا مهم؟
الشركات لا تُشغّل إعلانات خاسرة لأشهر.
إذا كان الإعلان نشطًا منذ أسابيع أو أشهر:
➔ فغالبًا هو إعلان مربح.

02

كيفية البحث التنافسي بشكل صحيح
خطوات عملية:

1. الدخول إلى مكتبة إعلانات Meta
2. البحث عن 3 منافسين على الأقل
3. التصفية حسب:
 - الإعلانات النشطة
 - إعلانات الفيديو أولاً
4. راقب:
 - الإعلانات الأطول تشغيلًا
 - الرسائل المتكررة
 - الخطافات المشتركة بين العلامات

03

أعد المزج – لا تنسخ حرفيًا
أنت لا تسرق إعلانات.
أنت تفك الأنماط الناجحة.
طريقة المزج:

- خطاف من منافس A
- زاوية من منافس B
- دعوة لاتخاذ إجراء من منافس C

هذه الخطوة وحدها قد توقّر آلاف الدولارات من الاختبارات الفاشلة.



Mohamed Achibane

أنشئ إعلانات لا تموت بعد 7 أيام

04

01

معادلة الإعلان الثلاثية المثبتة
كل إعلان عالي الأداء يتبع هذا الهيكل:
1. الخطاف (Hook) - يوقف التمرير
2. القيمة (Value) - تبني القناة
3. الدعوة للإجراء (CTA) - تدفع للفعل
Meta تعاقب الإعلانات المكررة.
مهمتك هي تدوير العناصر لا إعادة بناء الإعلان من الصفر.

02

كيفية إنشاء تنويعات لا نهائية (خطة عملية)

لكل إعلان، أنشئ:

- 3 إلى 5 خطافات
- 2 إلى 3 محتويات رئيسية
- 2 إلى 3 دعوات لاتخاذ إجراء

مثال:

- خطاف A + محتوى C + B + CTA
 - خطاف C + محتوى B + A + CTA
- دع Meta تختبر التركيبات تلقائيًا.

✖ النتيجة:

- إرهاق إعلاني أقل
- CPM أكثر استقرارًا
- إعلانات تعيش أطول

03

قاعدة التحسين الأسبوعي

كل أسبوع:

- أوقف أسوأ 20-30%
 - ضاعف الأفضل أداءً
 - جدّد الخطافات فقط
- هذا يحمي الأداء أثناء التوسّع.



Mohamed Achibane

استخدم الصيغ التي تحبها META الآن

05

المحتوى الخام يتفوق على المصقول (غالبًا)
الإعلانات شديدة الاحتراف:

- تبدو بيعية
- تطلق مقاومة
- تكلف أكثر
- ما يعمل أفضل:
- فيديوهات سيلفي
- مقاطع بأسلوب TikTok
- لقطات خلف الكواليس
- محتوى يشبه UGC
- الناس تثق في الحقيقي لا الكامل.

01

صيغ عالية الأداء للاختبار

- فيديوهات شرح سريعة بالسيلفي
- قصص قصيرة في شكل Carousel
- قبل / بعد
- تصاميم عاطفية بسيطة
- إعلانيك يجب أن يبدو محتوى... لا إعلانًا. 📌

02



Mohamed Achibane

دع الذكاء الاصطناعي يقوم بالاستهداف

06

لماذا فشل الاستهداف القديم
تكديس الاهتمامات أصبح قديمًا.
Meta تريد:

- جماهير واسعة
 - إشارات تحويل قوية
 - بيانات نظيفة
- دورك ليس التحكم الدقيق في الاستهداف.
دورك هو تغذية الخوارزمية ببيانات صحيحة.

01

إعداد التتبع الإجباري
إذا لم يكن لديك ما يلي، توقّف فورًا:

- Facebook Pixel
 - Conversion API (CAPI)
 - تتبّع من جهة الخادم (Server-side)
- السبب:

- iOS يمنع تتبع المتصفح
 - البيكسل وحده غير كافٍ
 - CAPI يعيد قوة الإشارات
- بدون هذا، Meta تعمل وهي "عمياء".

02



Mohamed Achibane

تهيئة البيكسل، مفتاح التوسّع الخفي

07

ما هي تهيئة البيكسل فعليًا؟
Meta تتعلم من سلوك التحويل.
عندما ترى:

- مشتريات
 - عملاء محتملين مؤهلين
 - أحداث حقيقية ومتكررة
- فهي تبحث بقوة عن أشخاص مشابهين.
بيانات سيئة = تحسين سيئ
بيانات جيدة = توسّع أرخص

01

كيفية تهيئة البيكسل بشكل صحيح
قواعد أساسية:

- حسّن على تحويلات حقيقية
 - تجنب الأحداث منخفضة الجودة
 - لا تعيد تشغيل الحملات باستمرار
 - اترك مرحلة التعلم تستقر
- ✦ فكّر في البيكسل كطالب.
علمه بوضوح... أو سيتعلم الدرس الخطأ.

02



Mohamed Achibane

الإعلانات عالية الإنتاج

08

الإعلانات عالية الإنتاج قد تنجح:

- Squatty Potty
- Lumi
- علامات تعتمد السرد الإبداعي

01

لكن:

- تكلفة مرتفعة
 - مخاطرة عالية
 - استقرار أقل
- استخدمها بعد نجاح الأساسيات.

02



Mohamed Achibane

العلامة الشخصية = تكلفة اكتساب أقل

09

الإعلانات التي يظهر فيها شخص حقيقي:

- تبني الثقة أسرع
- ترفع CTR
- تحسّن الاستجابة لـ CTA

01

لا تحتاج أن تكون مشهورًا.

تحتاج أن تكون موثوقًا وحاضرًا.

✦ الناس تشتري من أشخاص، لا من شعارات.

02



Mohamed Achibane

الخلاصة: إعلانات فيسبوك ليست حظًا

10

الإعلانات المربحة ليست:

- حيل
- أسرار
- أزرار خفية

01

بل هي:

- عروض قوية
 - أنماط مثبتة
 - بيانات نظيفة
 - تنفيذ مستمر
- أعطِ Meta ما تحتاجه... وستتولى التوسّع عنك.

02



Mohamed Achibane

قائمة التحقق النهائية (قبل إطلاق أي إعلان)

10

العرض

- مشكلة واحدة ملحة
- نتيجة واضحة
- زاوية فريدة
- تقليل المخاطرة

البحث

- تحليل 3 منافسين أو أكثر
- تحديد الإعلانات الطويلة التشغيل
- استخراج الخطافات والزوايا

الإعلانات

- 5-3 خطافات
- 3-2 محتويات
- عدة CTA
- صيغ خام ضمن الاختبار

التتبع

- تثبيت البيكسل
- تفعيل CAPI
- التحقق من الأحداث

التحسين

- تحسين أسبوعي
- إيقاف الخاسرين
- توسيع الربحين




Mohamed Achibane


Contact Us

 **Phone**

+212 661 05 69 08

 **Social Media**

 @MohamedWebMaster

 @Mohamed.Achibane

 **Email**

contact@mohamedachibane.com

 **Website**

www.mohamedachibane.com