



Masahat
Altamkin
Marketing

دراسة حالة مطعم

سيريه جوه الحارة

Meta و Google كيف عالجنا مشكلة قلة الطلبات عبر حملات إعلانية على

مساحات التمكين للتسويق — MT Marketing

التحدي

قلة الطلبات رغم وجود المطعم في السوق

عدد الطلبات قبل الحملة

7

طلبات فقط خلال الفترة

قبل الحملة (CPC) تكلفة النقرة

ريال 10.31

الأثر

إنفاق إعلاني مرتفع مقابل نتائج ضعيفة، وفرص مبيعات ضائعة يوميًا بسبب ضعف استهداف الحملات وارتفاع تكلفة الوصول للعميل.

الحل

Meta و Google حملة إعلانية مدمجة على

الميزانية

ريال 9,000

إجمالي الإنفاق الإعلاني على المنصتين

المنصات

Google + Meta

استهداف مزدوج للبحث والسوشيال ميديا

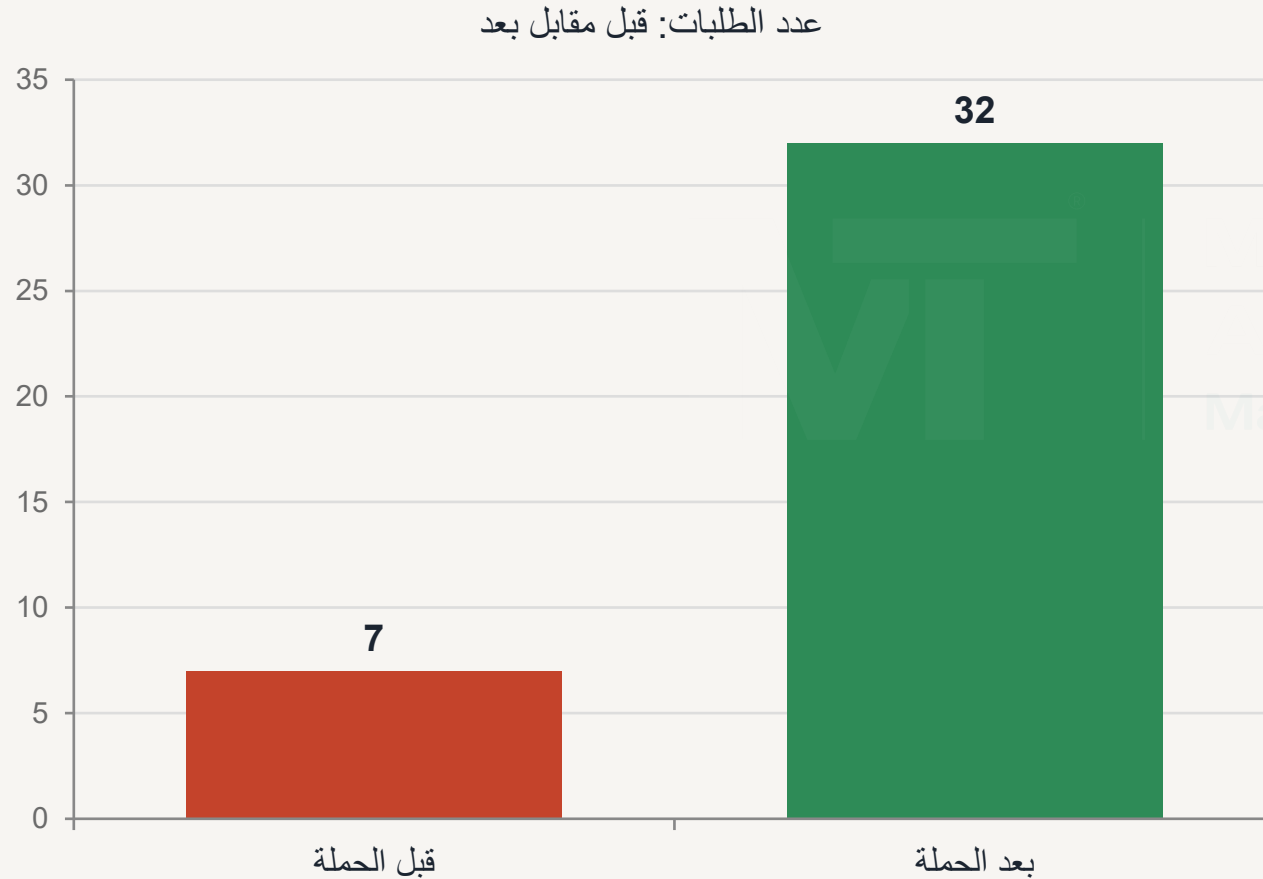
الهدف

زيادة الطلبات

معالجة ضعف الطلبات وخفض تكلفة الاستحواذ

تم بناء الحملات على أساس تحسين الاستهداف الجغرافي والديموغرافي، وضبط الكلمات المفتاحية والجمهور لتقليل الهدر الإعلاني وزيادة نسبة التحويل إلى طلبات فعلية.

+357% قفزة في عدد الطلبات بنسبة

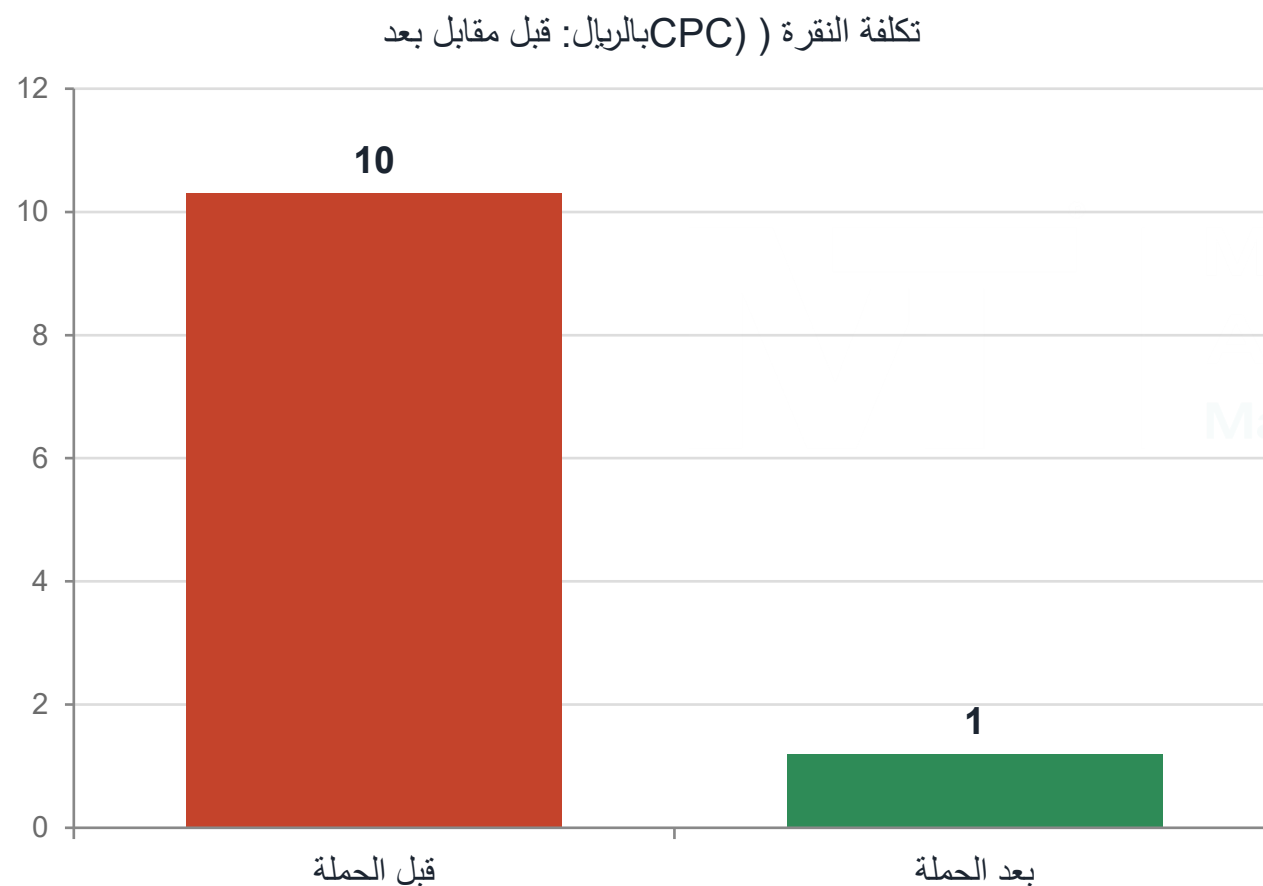


نسبة النمو في الطلبات

+357%

ارتفع عدد الطلبات من 7 طلبات في اليوم إلى 32 طلب بعد
صرف 9000 ريال من الحملة

88% انخفاض تكلفة النقرة بنسبة



توفير في تكلفة النقرة

-88.4%

انخفضت تكلفة النقرة من 10.31 ريال الى 1.22 ريال، ما يعني وصولاً أرخص وأكثر كفاءة لعدد أكبر من العملاء المحتملين بنفس الميزانية.

نتائج ملموسة من ميزانية محدودة

9,000

ريال ميزانية الحملة

+357%

نمو في عدد الطلبات

-88%

انخفاض تكلفة النقرة

من خلال إعادة هيكلة الاستهداف والحملات، تحول مطعم سيريه جوه الحارة من طلبات شبه معدومة إلى نمو حقيقي وقابل للقياس خلال فترة زمنية قصيرة.