



واجهة API التحويلات

فهم المنظومة المتطورة وحلول البيانات المتاحة للحكومة
والمنظمات غير الهادفة للربح

الأجنحة

منظومة الإعلانات المتطورة

01

بدء استخدام بيكسل Meta

02

ما المقصود بواجهة API التحويلات؟

03

بدء استخدام واجهة API التحويلات

04

أفضل الممارسات لتحقيق أقصى أداء ممكن

05

الأسئلة المتكررة

06



واجهة API التحويلات



منظومة الإعلانات المتطورة

المستقبل يبدأ الآن

نفذت المنصات سياسات وقيود جديدة لإزالة البيانات التي تحدد الهوية وضم البيانات التي تتم مشاركتها مع الأنشطة التجارية.

يستمر سلوك المستخدم في التطور مع تزايد عدد الأشخاص الذين يختارون عدم مشاركة بياناتهم الشخصية مع المواقع والتطبيقات.

دخلت سياسات البيانات في جميع أنحاء العالم حيز التنفيذ، وتلوح دائمًا سياسات جديدة في الأفق.

لسنوات، تحدثنا عن التغييرات القادمة في المنظومة. وشهدنا بالفعل تأثير تلك التغييرات وننتظر المزيد منها.

تستعد Meta للتغيرات في هذا المجال منذ سنوات



أدوات البيانات

يظل الجمع بين واجهة API التحويلات من Meta وبيكسل Meta واحدة من أفضل الممارسات.



حلول الأداء

تعمل حلول الذكاء الاصطناعي مثل Advantage+ من Meta على تحقيق النتائج المرجوة.



الذكاء الاصطناعي وإعداد النماذج

تعمل هذه البرامج على سد الفجوات عندما تكون البيانات مفقودة أو غير مكتملة.



وسائل حماية الخصوصية

استثمرت Meta نحو 5.5 مليار دولار أمريكي في برنامجنا الصارم بشأن الخصوصية.

تعد مسؤولية البيانات وخصوصيتها أمراً بالغ الأهمية لمنظمتك - ولنا أيضاً

نحن نستثمر في ثلاثة مبادئ أساسية عندما يتعلق الأمر بالإعلانات.



التعاون مع شركاء الصناعة لبناء
نظام إعلاني قوي

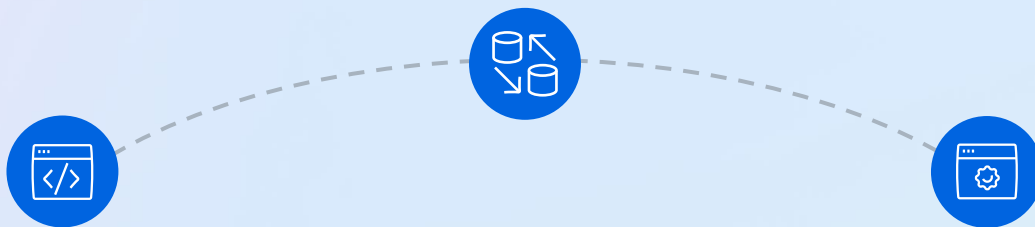


منح الأشخاص التحكم والشفافية
بشأن كيفية استخدام بياناتهم



دمج الممارسات المسؤولة ذات الصلة
بالبيانات في تصميم منتجاتنا الإعلانية

الحصول على صورة كاملة لتفاعلات مجتمعك من خلال استخدام أدوات Meta للأعمال



البيكسل

واجهة API التحويلات

جمع كل القطع معًا لضمان تغطية كاملة على مستوى
مختلف القنوات لبيانات أداء الإعلانات والقياس الخاصة
بك.

بدء استخدام



بيكسل Meta



بيكسل Meta

رمز برمجي لموقعك على الويب يتيح لك القياس والتحسين وإنشاء جماهير لحملاتك الإعلانية.

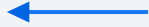
يتم تشغيل البيكسل عند قيام أي شخص باتخاذ إجراء على موقعك على الويب. على سبيل المثال، التسجيل في خدمة حكومية أو مجرد الوصول إلى الموقع.



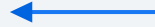
تربط العديد من المنظمات اليوم نشاط موقعها على الويب باستخدام بيكسل Meta



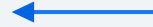
منصة الإعلانات



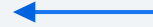
حدث الويب من بيكسل Meta



متصفح الويب



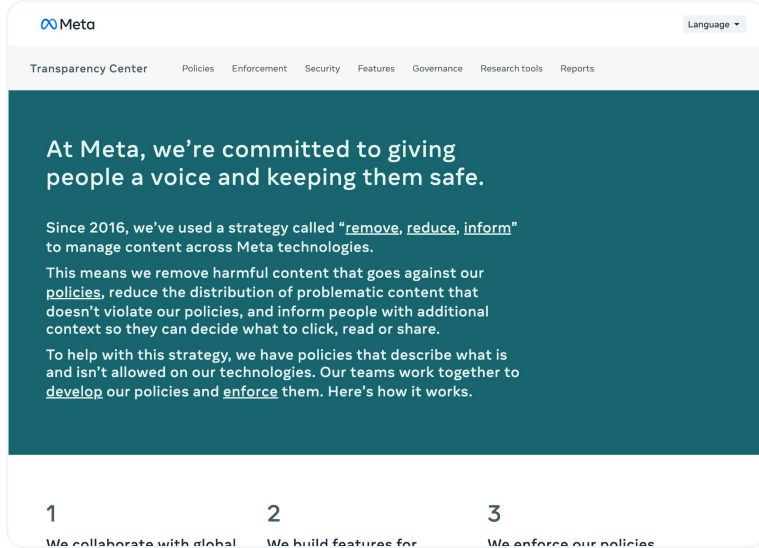
موقع الويب



الجمهور

- مشاهدة الصفحة المقصودة
- تسجيل الاشتراك
- التسجيل
- التبرع

وجوب موافقة جميع المعلنين على شروط أدوات Meta للأعمال



تحدد كيفية اختيار المنظمات استخدام الميزات والمعلومات التي تتم مشاركتها. ✓

تتطلب على المنظمات توفير الشفافية والتحكم المناسبين لمستخدميها والحصول على موافقة في الدوائر القضائية التي تشترط ذلك بموجب القانون. ✓

تصف المتطلبات الإضافية للمعلومات الحساسة التي يمكن مشاركتها مع Meta. ✓

تشارك الشروط التكميلية للدوائر القضائية التي تفرض متطلبات إضافية لمشاركة البيانات. ✓

للتعرف على المزيد: [مركز الشفافية من Meta](#)؛ [شروط أدوات Meta للأعمال](#)؛ [الشروط السارية في ولايات محددة](#) 



ما المقصود بواجهة API
التحويلات؟

ما المقصود بواجهة API التحويلات؟

تقوم واجهة API التحويلات، وهي إحدى أدوات Meta للأعمال، بإنشاء اتصال مباشر بين بياناتك التسويقية وتقنيات Meta.

يساعدك ذلك على استخدام بياناتك التسويقية الخاصة لتحسين استهداف الإعلانات، وتقليل التكلفة لكل نتيجة، ورؤية صورة أكثر اكتمالاً لنتائج الحملة الإعلانية، مع احترام خصوصية الأشخاص.

تعتمد فعاليتيه على التقنية المستخدمة في المتصفح حالياً

بيكسل Meta

عمليات التفاعل في موقع الويب



تفاعلات جمهورك

قنوات

التطبيق

المتجر الفعلي

موقع الويب

المراسلة

الخادم أو نظام إدارة علاقات العملاء

واجهة API التحويلات

تقنيات Meta

من أجل الاستهداف والقياس والتحسين

بيانات التسويق

العميل المحتمل

الدردشة

المكالمة الهاتفية

البريد الإلكتروني

وغير ذلك الكثير

التحويل

13%

متوسط التحسّن الذي تحقق على صعيد التكلفة لكل نتيجة للمعلنين الذين يستخدمون بيكسل Meta وقاموا بإعداد واجهة API التحويلات.

واجهة API التحويلات

أداة أعمال أساسية لمشاركة البيانات
من Meta.



التحكم في البيانات التي تشاركها.



تحسين أداء الإعلانات وخفض
تكاليفها.



الحصول على صورة أشمل لأنشطتك
التسويقية.



تبسيط إعداد مشاركة البيانات
متعددة القنوات.

بدء استخدام



واجهة API التحويلات

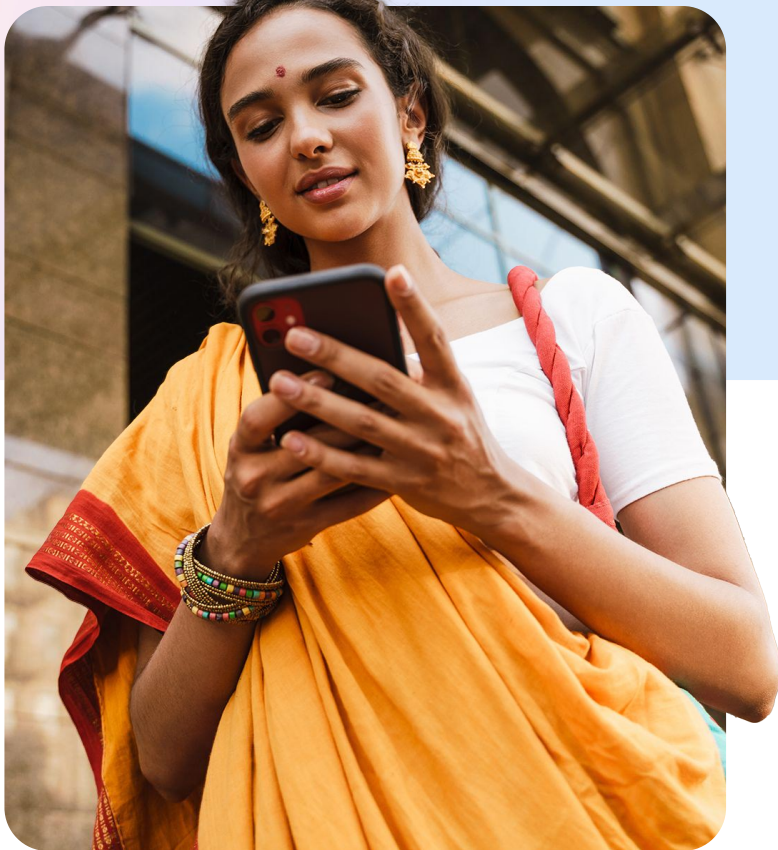


تهيئة منظمتك لاستخدام واجهة API التحويلات

- ✓ فهم النتائج التي يمكنك تحقيقها من خلال استخدام واجهة API التحويلات.
- ✓ اختيار طريقة الإعداد الخاصة بك والتأكد من توفر الموارد التي نحتاج إليها.
- ✓ وضع أصحاب المصلحة في الاعتبار وإشراكهم في مرحلة مبكرة.
- ✓ وضع جدول زمني يراعي موافقات أصحاب المصلحة وطريقة الإعداد الخاصة بك.
- ✓

لتتعرف على المزيد: [تهيئة منظمتك لاستخدام واجهة API التحويلات](#)





فهم النتائج التي يمكنك تحقيقها من خلال استخدام واجهة API التحويلات

✓ تم تصميم واجهة API التحويلات لإنشاء اتصال مباشر بين بياناتك التسويقية وأنظمة Meta التي تساعد على تحسين استهداف الإعلانات وخفض التكلفة لكل نتيجة وقياس النتائج.

للتعرف على المزيد: [تهيئة منظمتك لاستخدام واجهة API التحويلات](#)



اختيار طريقة الإعداد المفضلة الخاصة بك والتأكد من توفر الموارد التي تحتاج إليها

تتوفر لدى المنظمات بمختلف أحجامها موارد متنوعة لدعم واجهة API التحويلات.

اختر طريقة تناسب احتياجاتك.

الدمج المباشر

يمكنك تخصيص دمج واجهة API التحويلات من خلال إعدادها بنفسك من خلال الوصول المباشر إلى الرمز البرمجي الأساسي للخادم لديك.

حلول الشركاء

يمكنك الحصول على دعم من Meta Business Partners - يمكنك التعرف على المزيد عن Meta Business Partners [هنا](#)

بوابة واجهة API التحويلات

خيار خدمة ذاتية لا يحتاج إلى كتابة رموز برمجية يمكن تنفيذه خلال أقل من ساعة.

يوصى بهذا الخيار للمعلنين الذين لديهم هيكل إعلانية داخلية معقدة يديرها فريق داخلي من المطورين.

أفضل اختيار للمعلنين الذين يستفيدون بالفعل من هذه الشراكات للحد من تكاليف الصيانة والتكاليف الفنية الخاصة بهم.

مثالية لأي مععلن، لا سيما أولئك الذين لا يمكنهم الاستثمار في الموارد التقنية الكبيرة.

ضع أصحاب المصلحة في الاعتبار وأشركهم في مرحلة مبكرة



✓ قد يستغرق الأمر بعض الوقت للحصول على موافقة أصحاب المصلحة، لذلك نوصي بالتواصل مع أصحاب المصلحة في مرحلة مبكرة.

✓ قد يشمل ذلك فريق التسويق لديك، ومتخذي القرار على المستوى التنفيذي، والمستشار القانوني، والمطورين والفرق التكنولوجية، وفرق القياس والتحليلات.

للتعرف على المزيد: [تهيئة منظمتك لاستخدام واجهة API التحويلات](#)



وضع جدول زمني لعملية الدمج يراعي موافقات أصحاب المصلحة وطريقة الإعداد الخاصة بك

✓ إعداد واجهة API التحويلات. تذكر أن كل طريقة إعداد تتطلب قدرًا مختلفًا من الوقت. قم بإجراء مقارنة بين خيارات إعداد واجهة API التحويلات.

✓ اختبار اتصال البيانات.

✓ الحصول على موافقة أصحاب المصلحة.

✓ إشراك الفريق الفني وشريك الحلول، إذا دعت الحاجة.

✓ التحضير لإجراء مراجعة إضافية للالتزاماتك المتعلقة بالامتثال التي تفرضها قوانين حماية البيانات والحصول على موافقة فريقك القانوني على مشاركة البيانات. يخضع استخدام ومشاركة البيانات من أدوات Meta للأعمال لشروط أدوات Meta للأعمال، ولشروط منصتنا، حسب الاقتضاء.



واجهة API التحويلات



أفضل الممارسات لتحقيق أقصى
أداء ممكن

اتبع أفضل الممارسات التالية للمساعدة على تحقيق أقصى أداء ممكن قبل حملتك الإعلانية التالية

01

جودة مطابقة الأحداث

يمكن أن يتراوح هذا المؤشر، الذي يتوفر فقط لأحداث الويب، بين 0 و10. شارك معلمات معلومات الجمهور ذات القيمة العالية لتحسين المطابقة.

02

التكرار

قم بتنفيذ اتصال بين المتصفح وال خادم وشارك نفس الأحداث في كل من الطريقتين.

03

إلغاء التكرار

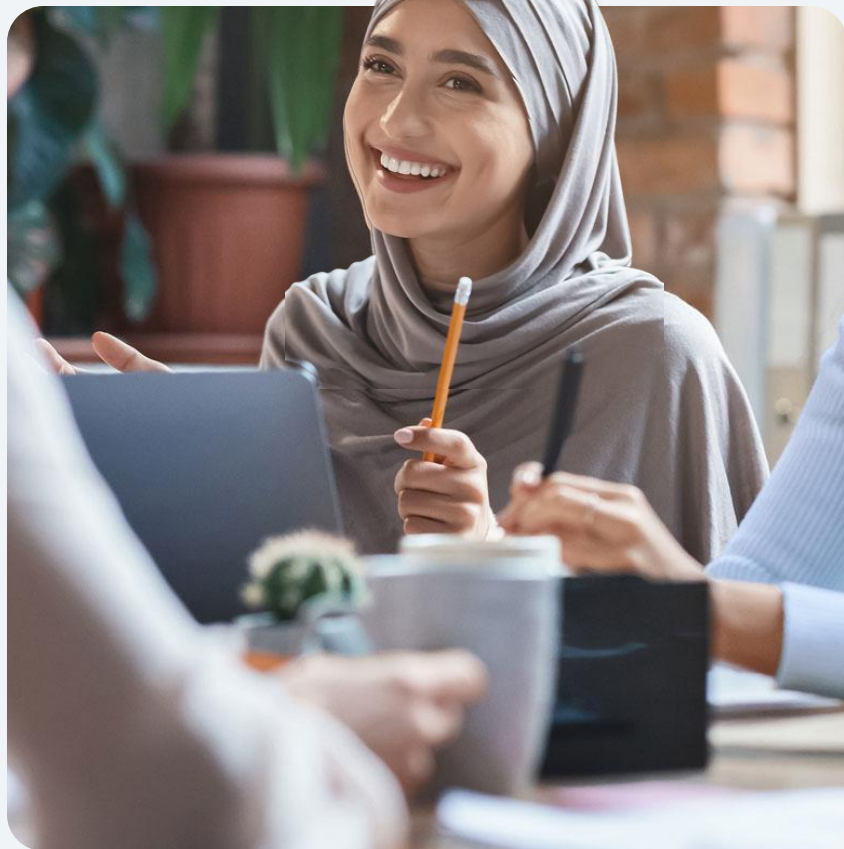
تحقق بانتظام من إلغاء تكرر الأحداث المتكررة. وأضف المزيد من مفاتيح إلغاء التكرار إذا لزم الأمر.

04

حادثة البيانات

شارك الأحداث في أقرب وقت ممكن من الوقت الفعلي.





ما المقصود بمطابقة الأحداث باستخدام واجهة API التحويلات؟

تشير مطابقة الأحداث إلى عملية ربط الإجراءات التي يتخذها الأشخاص على الإنترنت بحملات إعلانية تسويقية أو نقاط تفاعل معينة.

تحاول عملية المطابقة في أدوات **Meta** للأعمال مطابقة الأحداث مع الأشخاص باستخدام تقنيات **Meta**.

إذا لم يتمكن نظامنا من مطابقة الأحداث الخاصة بك، فقد يتأثر أداؤك وقد لا تكون التقارير مكتملة.



أهمية تحسين مطابقة الأحداث

← توسيع نطاق جمهورك

تساعد مشاركة معلومات الجمهور على ربط الإجراءات المتخذة في موقعك على الويب بالأشخاص على مستوى تقنيات Meta مما يتيح لأنظمتنا المساعدة في العثور على أشخاص مشابهين لهم.

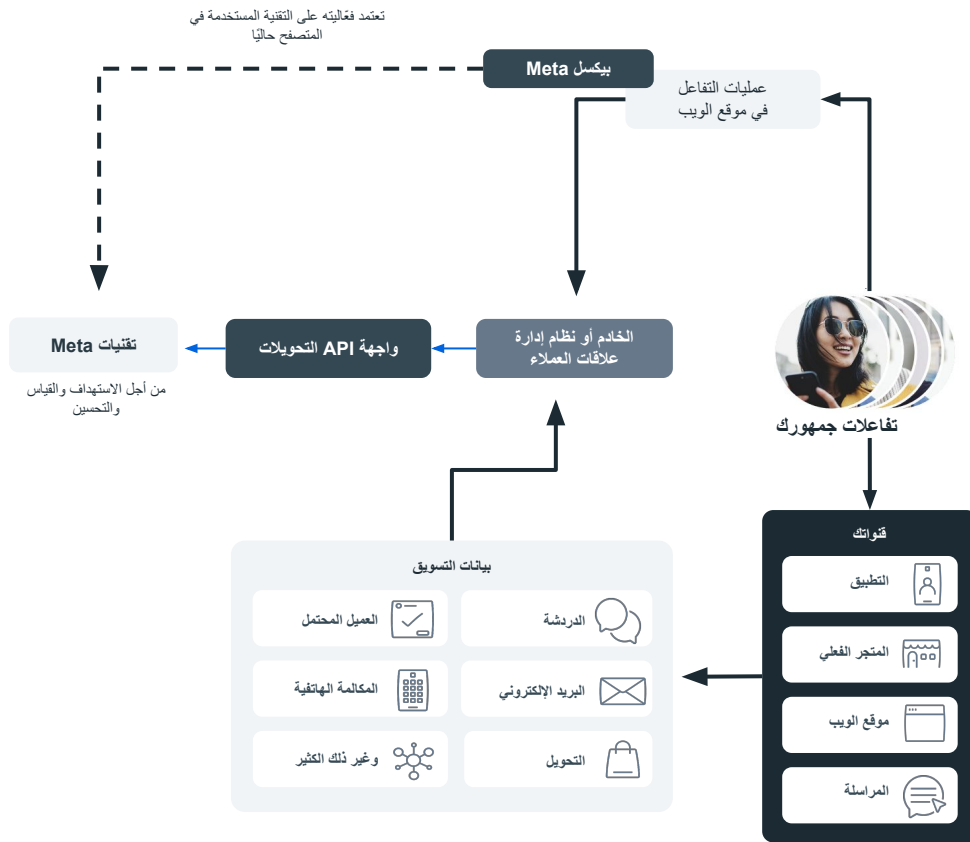
← تحسين الإسناد

تساعد مشاركة البيانات في ربط أحداث الويب بالتفاعل مع إعلانك الأصلي لتتمكن من الحصول على رؤية دقيقة لكيفية تحقيق النتائج.



ما المقصود بالإعداد المتكرر؟

هو ما يحدث عند استخدام واجهة API التحويلات جنبًا إلى جنب مع بيكسل Meta، ومشاركة الأحداث ذاتها على مستوى هاتين الأدوات.



أفضل الممارسات



← تنفيذ إعداد متكرر لكل الأحداث.

← مشاركة نفس عدد الأحداث، أو أكثر،

باستخدام واجهة API التحويلات، على

نفس النحو المتبع مع بيكسل Meta.



ما سبب أهمية الإعداد المتكرر؟

⬅ ربط المزيد من وحدات البيكسل والأحداث بواجهة API التحويلات يعني أن لديك بيانات أكثر للارتقاء بمستوى قياس إعلاناتك وتحسينها.



للتعرف على المزيد: [أفضل الممارسات لواجهة API التحويلات](#)





ما المقصود بإلغاء التكرار؟

إذا تأكدنا من تلقي الأحداث نفسها وأنها بالتالي مكررة، يمكننا الاحتفاظ بحدث واحد وتجاهل باقي الأحداث. وهذا ما يطلق عليه إلغاء التكرار.

أفضل الممارسات



تحقق بانتظام من إلغاء تكرار الأحداث المتكررة. واستهدف تحقيق معدل إلغاء تكرار مرتفع.



ما سبب أهمية إلغاء التكرار؟

يساعد إلغاء التكرار على ضمان توفير التقارير والأداء الأمثل. ⬅





ما المقصود بحدثة البيانات؟

← تعني أنه لا يوجد أي تأخير تقريباً من وقت وقوع أحداثك إلى وقت مشاركتها مع Meta.

← التأخير هو متوسط الوقت الذي يستغرقه حدوث الإجراء وإرساله إلى Meta.

أفضل الممارسات

شارك أحداثك في الوقت الفعلي أو أقرب شيء إلى الوقت الفعلي.



ما سبب أهمية حادثة البيانات؟

كلما أسرعنا في مشاركة الأحداث مع Meta، استطاع نظام عرض الإعلانات تقييم احتمالية اتخاذ الشخص للإجراء المطلوب بطريقة أفضل بعد رؤية إعلانك.

يساعدك ذلك على:

← تشغيل الإعلانات يتم تحسينها بشكل أفضل من خلال الحصول على بيانات في الوقت الفعلي لتحديث جمهورك.

← عرض نتائج الحملة الإعلانية في وقت أقرب إلى الوقت الفعلي في مدير الإعلانات من Meta.



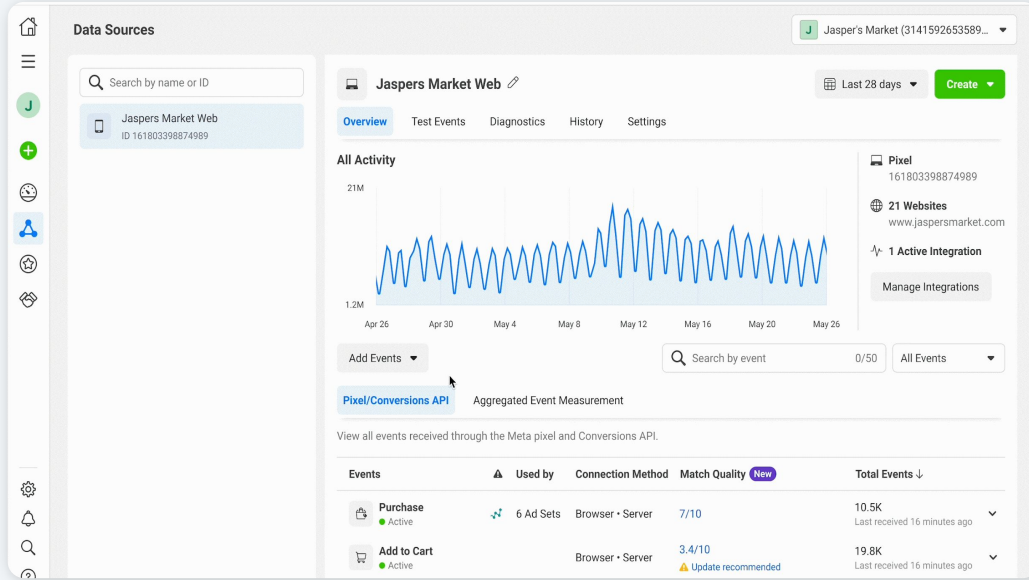
كيف يمكنني التحقق من التحويلات الإضافية التي تم تسجيلها؟

هذه هي حصة تحويلاتك التي تم قياسها نتيجة لدمج واجهة
API التحويلات خلال آخر 7 أيام.

← انتقل إلى مدير الأحداث من Meta.

← انقر على علامة التبويب مصادر البيانات.

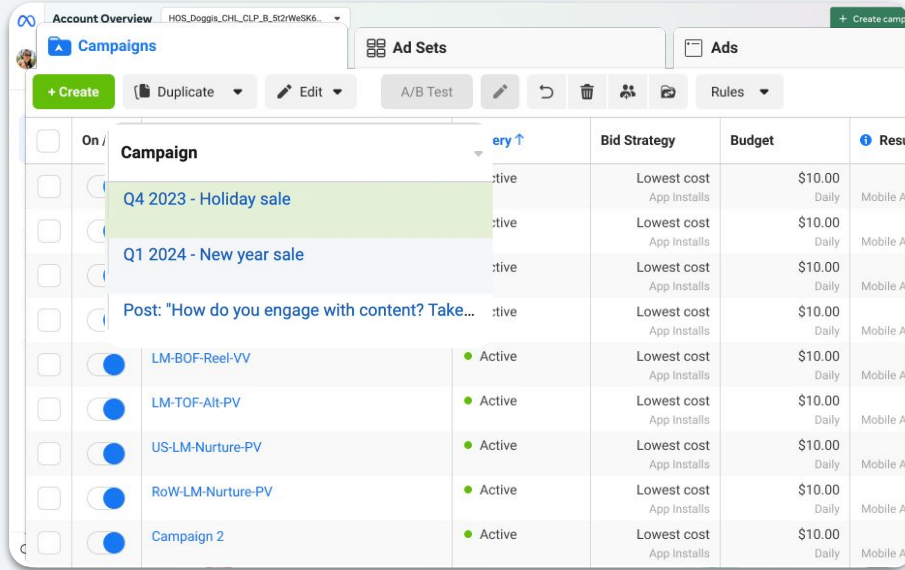
← حدد أحد الأحداث لتوسيعه والإطلاع على النسبة المئوية في
الزاوية العلوية اليمنى.



للتعرف على المزيد: [حول التحويلات الإضافية التي تم تسجيلها](#)



الرجوع سريعًا إلى التحويلات الإضافية التي تم تسجيلها في مدير الإعلانات



On /	Campaign	Bid Strategy	Budget	Results
☐	Q4 2023 - Holiday sale	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap
☐	Q1 2024 - New year sale	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap
☐	Post: "How do you engage with content? Take...	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap
☒	LM-BOF-Reel-VV	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap
☒	LM-TOF-Alt-PV	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap
☒	US-LM-Nurture-PV	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap
☒	RoW-LM-Nurture-PV	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap
☒	Campaign 2	Lowest cost App Installs	\$10.00 Daily	Mobile Ap

← انتقل إلى مدير الإعلانات.

← مرر مؤشر الماوس فوق الجانب الأيمن من الشاشة ثم انقر على الحملات الإعلانية.

← حدد حملتك الإعلانية.

← انقر على أيقونة عرض المخططات في السطر أو في الجانب الأيسر من الشاشة. يتم فتح صفحة أداء إعلاناتك.

للتعرف على المزيد: [حول التحويلات الإضافية التي تم تسجيلها](#)



الملخص

✓ تقوم واجهة API التحويلات، وهي إحدى أدوات Meta للأعمال، بإنشاء اتصال مباشر بين بياناتك التسويقية وتقنيات Meta.

✓ يمكن أن تساعد واجهة API التحويلات على تحسين الاستهداف، وخفض التكلفة لكل نتيجة، وتوفير صورة كاملة عن نتائج الحملة الإعلانية مع احترام خصوصية الأشخاص في الوقت ذاته.

✓ تهيئة منظمتك لاستخدام واجهة API التحويلات:

- فهم النتائج التي يمكنك تحقيقها من خلال استخدام واجهة API التحويلات.
- اختيار طريقة الإعداد.
- وضع أصحاب المصلحة في الاعتبار وإشراكهم في مرحلة مبكرة.
- وضع جدول زمني يراعي موافقات أصحاب المصلحة وطريقة الإعداد الخاصة بك.

✓ بمجرد تنفيذ واجهة API التحويلات، لا تنس اتباع أفضل الممارسات لتحقيق أقصى أداء ممكن.

واجهة API التحويلات



الأسئلة المتكررة

هل يجب عليّ إزالة بيكسل Meta من موقعي على الويب في حالة استخدام واجهة API التحويلات؟

لا، حيث تتمثل طريقة التنفيذ الموصى بها في استخدام واجهة API التحويلات بالإضافة إلى بيكسل Meta (أي جنبًا إلى جنب معه)، حيث يزيد ذلك من أداء المعلنين إلى الحد الأقصى على تقنيات Meta وذلك على مستوى الاستهداف والتحسين والقياس. ضع في اعتبارك أن الإعداد المتكرر يتطلب إلغاء تكرار الحدث. يمكن العثور على مزيد من المعلومات في مركز مساعدة الأعمال من Meta.

قد يقرر بعض المعلنين استخدام واجهة API التحويلات وحدها (دون بيكسل Meta)، وتحديدًا لما تتمتع به من قدرة محسّنة على التحكم في البيانات المرسلة إلى تقنيات Meta ومتى يتم إرسالها. ضع في اعتبارك أنه قد توجد مفاضلات بشأن الأداء يجب مراعاتها عند إزالة بيكسل Meta.

كيف يمكن المقارنة بين واجهة API التحويلات وبيكسل Meta؟

كما هو الحال بالنسبة إلى بيكسل Meta، تتيح واجهة API التحويلات للمعلنين إمكانية تجميع ومشاركة بيانات جماهيرهم من أجل تعيين الاستهداف لحملاتهم الإعلانية على تقنيات Meta وتحسينها وقياس أدائها.

تشابه أحداث واجهة API التحويلات — مع الأحداث القياسية والمخصصة لموقع الويب من بيكسل Meta — ويجب التفكير فيها بنفس الطريقة. على سبيل المثال، أحداث واجهة API التحويلات:

- يتم استخدامها لأنواع تحسين الإعلانات ذاتها التي يتم استخدام أحداث موقع الويب من بيكسل Meta لها (مثل تحسين التحويل، وتحسين القيمة)
- تظهر على جميع الواجهات التي تظهر بها أحداث موقع الويب من بيكسل Meta (مدير الإعلانات، ومدير الأحداث، والنشاط خارج تقنيات Meta، وما إلى ذلك)

ما المزايا التي تقدمها واجهة API التحويلات مقارنة ببيكسل Meta؟

تعمل واجهة API التحويلات من خلال مشاركة البيانات مباشرة من الخوادم التي يستخدمها المعلن، بينما يعتمد بيكسل Meta على متصفحات الويب للقيام بذلك، ومن ثم يكون الاعتماد عليها أقل كفاءة.

توفر واجهة API التحويلات للمعلنين تحكمًا أكبر من البيكسل في تحديد البيانات التي يشاركونها وتوقيت مشاركتها.

توفر واجهة API التحويلات للمعلنين رؤية أوضح لتفاعلات مقدمي الدعم عبر كامل مسار التحويل لمؤيديهم مقارنة بالبيكسل الذي يوفر رؤية لأحداث الويب فقط.

مقارنة عمليات إعداد واجهة API التحويلات

الدمج المباشر	حلول الشركاء	بوابة واجهة API التحويلات
مجانيًا	تعتمد التكلفة على الشريك	رسوم التخزين السحابي
مطور	تعتمد الموارد المطلوبة على الشريك	مسؤول التسويق (يوصى بقدر بسيط من دعم تكنولوجيا المعلومات أو المطورين)
يتطلب البنية الأساسية اللازمة لإرسال أحداثك إلى Meta في الوقت الفعلي	تعتمد متطلبات الإعداد الأخرى على الشريك	تتطلب موفر خادم سحابي (تدعم حاليًا Amazon Web Services و Google Cloud Platform)
موقع الويب، البريد الإلكتروني، مكالمة هاتفية، المتجر الفعلي (على أرض الواقع)، دردشة مع النشاط التجاري، من إنشاء النظام، تطبيق الهاتف المحمول، وغيرها	تعتمد مصادر الأحداث على الشريك	كل الأحداث
قابل للتكوين	تعتمد خيارات التكوين على الشريك	الأحداث التي تتم مشاركتها من خلال بيكسل Meta تتم مشاركتها أيضًا من خلال بوابة واجهة API التحويلات ويتم تلقائيًا إلغاء تكرارها
قابل للتكوين	تعتمد خيارات التكوين على الشريك	المعلومات التي تتم مشاركتها من خلال بيكسل Meta تتم مشاركتها أيضًا من خلال بوابة واجهة API التحويلات



الملحق

منظمة اليونيسيف في الأرجنتين

قامت منظمة اليونيسيف في الأرجنتين بتنفيذ واجهة API التحويلات بهدف زيادة التبرعات.

قامت منظمة اليونيسيف في الأرجنتين بتنفيذ واجهة API التحويلات لأحداث التحويل الرئيسية، مثل التبرعات، وأصبحت الآن قادرة على قياس تأثير حملات جمع التبرعات الخاصة بها على التبرعات التزايدية من خلال دراسات تحسين التحويل، وهي عبارة عن أحد حلول القياس التي توفرها Meta. قُسمت دراسة تجريبية الجمهور بشكل عشوائي إما إلى مجموعة اختبارية (مُعَرَّضة للإعلان) أو مجموعة قياسية (غير مُعَرَّضة للإعلان) وحسبت إحصائياً الفرق في التحويلات الناتجة عن كل من المجموعتين.

أظهرت دراسة تحسين التحويل أن المجموعة الاختبارية المُعَرَّضة للحملة الإعلانية قدمت تبرعات أكثر بنسبة 41.7% مقارنة بالمجموعة القياسية غير المُعَرَّضة للحملة الإعلانية. حققت الحملة 499 تبرعاً إضافياً، مما يعني أن منظمة اليونيسيف يمكنها الاستمرار في توسيع نطاق هذه الاستراتيجية الإعلانية.



← نسبة تداخل إلغاء التكرار لديك أقل من 50% أو تغطية مفتاح إلغاء التكرار لديك أقل من 70% لأحداث الخادم أو المتصفح.

← إعداد إلغاء التكرار لديك بحاجة إلى تحسين، ولكنك تستخدم دمج شركاء لا يوفر لك إمكانية التحكم في إلغاء التكرار.

← لم نتلق أي تحويلات إضافية تم تسجيلها خلال آخر 7 أيام.

← لم نتلق الحدث من خلال كل من واجهة API التحويلات والبيكسل خلال آخر 7 أيام.

← عدد الأحداث التي تم تلقيها من بيكسل Meta أعلى أو أقل بكثير من عدد الأحداث التي تم تلقيها من واجهة API التحويلات.

← عدد التحويلات منخفض للغاية.

← جودة مطابقة الأحداث لديك بحاجة إلى تحسين.

← نسبة التحويلات الإضافية التي تم تسجيلها لديك بلغت 5% أو أقل.

استكشاف مشكلات التحويلات الإضافية التي تم تسجيلها وحلها

في بعض الحالات، قد لا تتوفر نتائج تحويلاتك الإضافية التي تم تسجيلها في مدير الأحداث أو مدير الإعلانات.