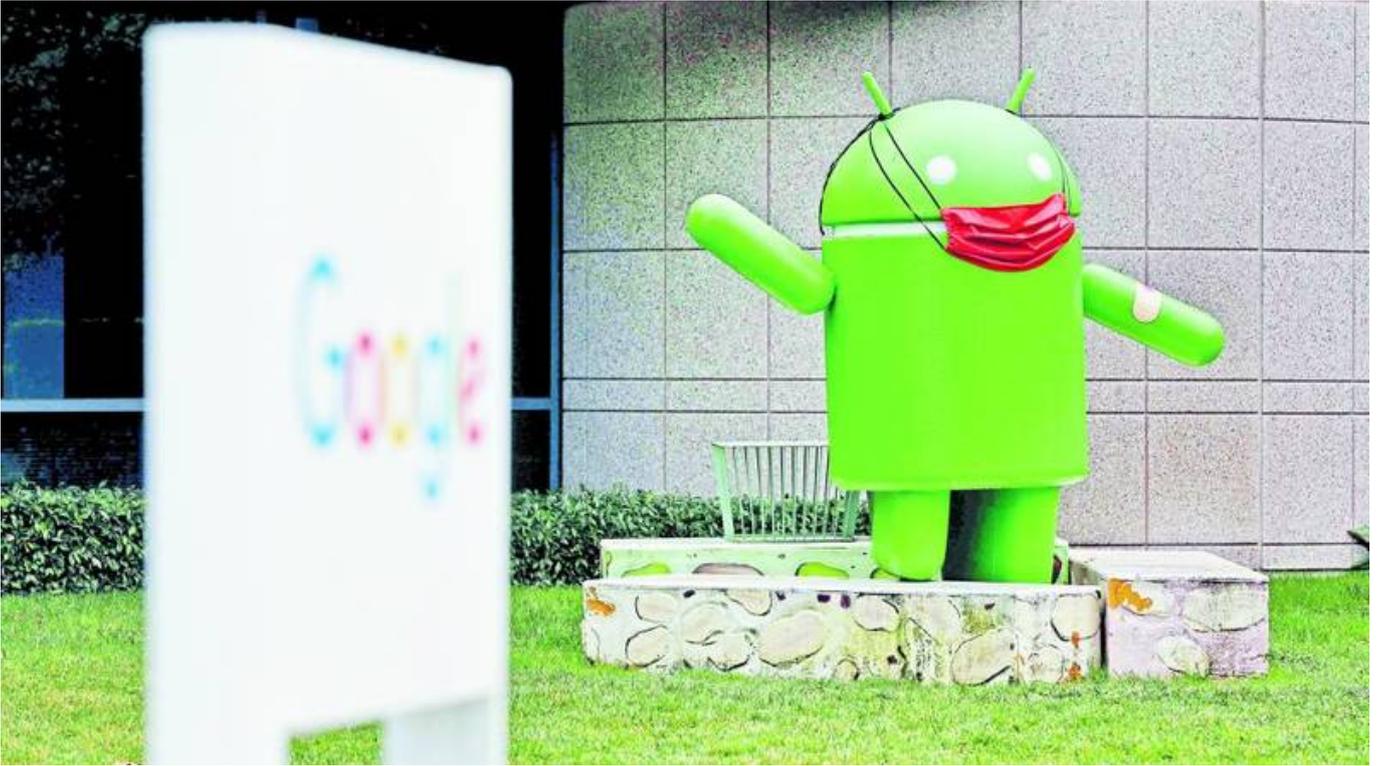


## «أدوات جديدة للبحث التسويقي في «جوجل»



أعلنت «جوجل» عن طرح أدوات تنافسية جديدة تُسهل عمليات البحث التسويقي عبر الإنترنت على التجار والمستهلكين استناداً إلى الأسعار وتكاليف الشحن ومعلومات الإرجاع وغيرها. تأتي هذه الخطوة بعد أن قدّرت جوجل أن المستهلكين يتسوقون عبر أنظمتها الأساسية في البحث والخرائط ويوتيوب أكثر من مليار مرة يومياً. ويركز فريق الإعلانات في الشركة على تكوين تجارب إعلانية أكثر ثراءً لمرحلة التسوق كاملة، من الإلهام إلى الشراء مع الحصول على المعلومات الصحيحة للمستهلكين عبر الأنظمة الأساسية للمنصة. وذلك بحسب تينا وياند، مديرة إعلانات البيع بالتجزئة في جوجل. تهدف الأدوات الجديدة إلى مساعدة التجار على الوصول إلى المتسوقين الذين يجولون في أنظمة جوجل كل يوم، من خلال ميزات متعددة بما في ذلك بطاقة نقاط تجربة التسوق، وقياس تحويل القوائم المجانية، وإحصاءات الأسعار التنافسية، وتفصيل الشحن والمرتجات. وتهدف أداة التسعير، المبنية على التعلم الآلي، إلى مساعدة التجار على تحديد ما إذا كانت أسعار منتجاتهم تنافسية بالقدر الكافي، وتقديم اقتراحات سعرية لكل منتج يبيعه، وما هو التأثير المتوقع لتغيرات الأسعار في عائداتهم، جنباً إلى جنب مع عدد مرات الظهور والنقرات والتحويلات المتوقعة وإجمالي الربح.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.