

ربط Claude مع Meta Ads MCP

حوّل Claude إلى مساعد إعلاني يقرأ أداء حسابك الإعلاني، يقترح تحسينات، يكتب أفكار إعلانات، ويجهز لك خطط اختبار وتحسين من داخل المحادثة.

إعلانات فيسبوك وإنستغرام

MCP

Claude Connectors

Meta Ads

إذا كنت تريد بناء موقع إلكتروني أو تطبيق احترافي، أو تريد تطبيق الذكاء الاصطناعي في عملك، تواصل معي:

info@taha-ai.com

الهدف

تربط Claude بحسابك الإعلاني حتى يقرأ البيانات ويقترح قرارات أفضل.

الرابط

تستخدم رابط MCP الرسمي الخاص بإعلانات Meta.

النتيجة

تحليل، أفكار إبداعية، تقارير، وتحسينات ببرومبتات بسيطة.

ما هو Meta Ads MCP؟

MCP اختصار لـ Model Context Protocol. فكرته ببساطة: يربط أداة ذكاء اصطناعي مثل Claude بخدمة خارجية مثل Meta Ads، بحيث يستطيع Claude قراءة البيانات أو تنفيذ إجراءات حسب الصلاحيات التي تعطيها له.

ماذا يعني هذا عملياً؟

- Claude يقدر يقرأ معلومات الحملات، المجموعات الإعلانية، الإعلانات، الميزانيات، والنتائج.
- تقدر تطلب منه تحليل الأداء بلغة طبيعية بدل ما تدخل وتفحص الأرقام بنفسك.
- تقدر تطلب منه اقتراح تغييرات على الميزانية، الاستهداف، الكرياتييف، أو النص الإعلاني.
- في بعض الحالات، ومع الصلاحيات المناسبة، يقدر ينفذ تعديلات مباشرة داخل الحساب.

مهم: لا تتعامل معه كأنه مدير إعلانات مستقل 100%. هو مساعد قوي، لكن القرارات الإعلانية تحتاج مراجعتك، خصوصاً الميزانيات والتعديلات المباشرة.

رابط MCP المستخدم في الرابط

<https://mcp.facebook.com/ads>

الفوائد الأساسية للربط

1. تحليل أسرع

بدل ما تفتح Ads Manager وتقرأ كل الأرقام، اسأل Claude: أين المشكلة؟ ما الحملة الأفضل؟ ماذا أوقف؟

2. تحسين النتائج

يقدر يقارن CTR وCPC وCPA وROAS ويقترح أين ترفع الميزانية أو تخفضها.

3. أفكار إعلانات

يكتب لك Hooks، نصوص إعلانية، زوايا بيع، UGC scripts، وأفكار كرياتيف بناءً على المنتج.

4. تقارير جاهزة

اسأله يعطيك ملخص يومي أو أسبوعي: ماذا حدث؟ لماذا؟ وما القرار التالي؟

أفضل استخدام له

الاستخدام	متى تستخدمه؟
مراجعة الأداء	بعد تشغيل الحملات لمدة يومين إلى سبعة أيام.
تحسين الميزانية	عندما لا تعرف أي حملة تستحق زيادة الصرف.
تحليل الكرياتيف	عندما عندك أكثر من إعلان وتريد تعرف لماذا واحد أفضل من الثاني.
توليد أفكار	قبل إطلاق حملة جديدة أو اختبار منتج جديد.

قبل ما تبدأ: المتطلبات

تحتاج إلى:

- حساب Claude يدعم Connectors أو Custom Connectors.
- حساب Meta/Facebook مربوط بمدير الأعمال أو الحساب الإعلاني.
- صلاحية وصول للحساب الإعلاني الذي تريد تحليله أو تعديله.
- متصفح تكون مسجل فيه دخولك إلى Facebook/Meta.
- رابط MCP الصحيح: <https://mcp.facebook.com/ads>

تنبيه: إذا لم تظهر لك خيارات Custom Connector أو Connectors، قد يكون السبب أن الميزة غير متاحة في خطتك أو لم تصل لحسابك بعد.

اختيار الصلاحيات

عند الربط، قد تظهر لك إعدادات مثل السماح دائماً أو طلب الموافقة قبل تنفيذ أي إجراء. للمبتدئين، الأفضل اختيار الموافقة اليدوية أولاً حتى ترى بالضبط ماذا سيفعل Claude قبل أي تغيير.

اقتراح عملي: ابدأ بـ "Ask every time" أو أي خيار مشابه، ثم انتقل إلى "Always allow" فقط بعد أن تثق في طريقة استخدامك للأداة.

المتطلبات

طريقة الربط خطوة بخطوة

1. افتح Claude

ادخل على حسابك في Claude من المتصفح.

2. ادخل إلى Customize

من القائمة الجانبية اختر Customize.

3. افتح Connectors

ادخل على Connectors حتى تظهر لك قائمة الأدوات المربوطة.

4. اختر Add Custom Connector

اضغط على علامة + أو Add Custom Connector حسب الواجهة التي تظهر لك.

5. سمّ الرابط

اكتب اسم واضح مثل: Meta Ads.

6. الصق رابط MCP

<https://mcp.facebook.com/ads>

7. Skip Advanced Settings

إذا لم تكن تحتاج إعدادات متقدمة، تخطّ هذه المرحلة واضغط Add.

8. اربط حساب Meta

اضغط Connect، ثم Continue، ثم Save حتى يكتمل الربط.

ماذا تفعل بعد الربط؟

بعد أن يظهر Meta Ads داخل Connectors، افتح محادثة جديدة في Claude واطلب منه استخدام الاتصال.

، وحلل أداء حسابي الإعلاني خلال آخر 7 أيام Meta Ads استخدم اعطني:

- أفضل الحملات أداءً
- أسوأ الحملات أداءً
- سبب انخفاض النتائج إن وجد
- ماذا أوقف؟ ماذا أزيد؟ ماذا أختبر؟
- خطة تحسين واضحة للأسبوع القادم

ابدأ دائماً بالقراءة قبل التعديل

لا تبدأ بطلب تعديل الميزانيات مباشرة. أول خطوة هي التحليل. بعدها اطلب خطة. وبعدها قرر هل تسمح له بالتنفيذ أو لا.

ترتيب الاستخدام الصحيح

- تحليل الحساب.
- تحديد المشاكل.
- اقتراح تحسينات.
- مراجعة التغييرات المقترحة.
- تنفيذ التغييرات بعد موافقتك.

بعد الربط

برومبتات جاهزة للاستخدام

1. تحليل سريع للحساب

الخاص بي خلال آخر 7 أيام Meta Ads حلل حساب.
ركز على: CPM, CTR, CPC, CPA, ROAS.
قل لي أين يتم حرق الميزانية، وأين توجد أفضل فرصة للتحسين.

2. تحسين حملة حالية

راجع الحملة التي اسمها [اسم الحملة].
اعطني 5 تعديلات عملية لتحسين النتائج بدون زيادة الميزانية.
رتب التعديلات حسب التأثير المتوقع.

3. أفكار كرياتيف جديدة

بناءً على أفضل الإعلانات أداءً، اكتب لي 10 أفكار كرياتيف جديدة.
وسبب توقع نجاحها، CTA، الفكرة البصرية، نص الإعلان، Hook: لكل فكرة أعطني

4. قرار الميزانية

قارن بين كل الحملات النشطة.
قل لي أي حملة تستحق زيادة الميزانية، وأي حملة يجب إيقافها، وأي حملة تحتاج اختبار جديد.

كيف تستخدمه لتحسين النتائج؟

المشكلة	ما تسأل Claude؟	القرار المحتمل
CTR منخفض	ما السبب المحتمل لانخفاض CTR؟	تغيير Hook أو الصورة أو أول 3 ثواني في الفيديو.
CPC مرتفع	هل المشكلة من الاستهداف أو الكرياتيف؟	اختبار جمهور جديد أو نسخة إبداعية جديدة.
CPA مرتفع	أين يحدث الهدر في الفunnel؟	تحسين صفحة الهبوط أو إيقاف إعلان ضعيف.
ROAS منخفض	هل المشكلة من العرض أو المنتج أو الإعلان؟	تغيير العرض، الباندر، السعر، أو الرسالة.

قاعدة مهمة

لا تحكم على الإعلان من رقم واحد. اقرأ CTR مع CPC مع CPA مع ROAS. أحياناً إعلان CTR حقه منخفض لكنه يجيب مبيعات أفضل، والعكس صحيح.

برومبت للتحليل العميق

Media Buyer. لا تعطيني نصائح عامة. حلل الأرقام كخبير.
حدد السبب الأكثر احتمالاً للمشكلة، ثم أعطني قراراً واضحاً:
Scale / Pause / Test / Duplicate / Change Creative.

أفكار استخدام متقدمة

تقرير يومي

اطلب ملخص يومي لأداء الحملات وما الذي تغير منذ أمس.

مكتبة إعلانات

اطلب منه بناء جدول بالأفكار الفائزة حسب Hook، زاوية البيع، والجمهور.

خطة اختبار

اطلب خطة أسبوعية لاختبار 5 كرياتيفات و3 زوايا بيع و2 جماهير.

مراجعة قبل الإطلاق

قبل تشغيل حملة جديدة، اطلب منه مراجعة البنية والميزانية والرسالة.

برومبت تقرير أسبوعي

Meta Ads اعطني تقريراً أسبوعياً عن

قسم التقرير إلى:

- ماذا نجح؟
- ماذا فشل؟
- لماذا تغيرت النتائج؟
- أفضل 3 قرارات للأسبوع القادم
- أكبر خطر يجب الانتباه له

برومبت خطة اختبار

ابن لي خطة اختبار لمدة 7 أيام لحملة [اسم المنتج]

زوايا إعلانية، 3 جماهير، توزيع ميزانية، ومعايير واضحة لإيقاف أو توسيع الإعلان 5 Hooks، أريد: 5

استخدامات متقدمة

الأخطاء التي يجب تجنبها

1. السماح بالتعديل المباشر من البداية

إذا كنت مبتدئاً، لا تجعل Claude يعدل كل شيء تلقائياً قبل أن تفهم قراراته.

2. تغيير الميزانية بسرعة

لا ترفع أو تخفض الميزانية بشكل عشوائي. اطلب منه سبب القرار ونسبة التغيير المقترحة.

3. الاعتماد على AI وحده

Claude يساعدك في القراءة والتحليل، لكنه لا يعرف كل شيء عن المنتج، الهوامش، المخزون، وخدمة العملاء.

4. استخدام رابط غير موثوق

الحسابات الإعلانية حساسة. لا تلصق MCP URLs عشوائية من تعليقات أو مواقع غير معروفة.

أفضل إعداد للمبتدئ: اجعل Claude يقرأ ويقترح فقط. وافق يدوياً على أي تعديل له علاقة بالميزانية أو إيقاف الحملات أو إنشاء حملات جديدة.

قائمة تحقق سريعة

الخطوة	تم؟
فتحت Claude ودخلت على Customize.	☐
دخلت على Connectors.	☐
اخترت Add Custom Connector.	☐
كتبت الاسم: Meta Ads.	☐
لصقت الرابط: https://mcp.facebook.com/ads	☐
ربطت حساب Facebook/Meta.	☐
اخترت صلاحيات آمنة في البداية.	☐
اختبرت أول برومبت تحليل قبل أي تعديل.	☐

أفضل أول أمر بعد الربط

واقراً أداء الحساب خلال آخر 7 أيام فقط Meta Ads استخدم
لا تعدل أي شيء الآن
اعطني تشخيصاً واضحاً لأكثر 3 مشاكل وأكبر 3 فرص

قائمة تحقق

الخلاصة

ربط Claude مع Meta Ads MCP يعطيك مساعداً إعلانياً داخل المحادثة. قوته ليست فقط في تنفيذ الأوامر، بل في قراءة البيانات وتحويلها إلى قرارات واضحة.

استخدمه بهذه الطريقة:

- حلل قبل أن تعدل.
- اطلب سبب كل قرار.
- راجع أي تغيير في الميزانية قبل تنفيذه.
- استخدمه لإنتاج أفكار إعلانات واختبارات جديدة.
- اجعله يكتب لك تقارير أسبوعية مختصرة.

الرابط مرة أخرى

<https://mcp.facebook.com/ads>

إذا كنت تريد بناء موقع إلكتروني أو تطبيق احترافي، أو تريد تطبيق الذكاء الاصطناعي في عملك، تواصل معي:

info@taha-ai.com