

الدليل المختصر لمقاسات الإعلانات

كل حدود النصوص ومقاسات الصور والفيديو والمناطق الآمنة وقواعد الرفض في 10 منصات إعلانية، في دليل واحد قابل للطباعة.



SPONSORED RESULTS

Headline	30/30
Headline	27/30
Description	88/90
Path	15/15
Sitelink	25/25
Callout	19/25

[قائمة تحقق لأسباب الرفض](#)[مخططات المناطق الآمنة](#)[10 منصات](#)[PDF من 23 صفحة](#)

المحتويات

3	كيف تستخدم هذا الدليل	
4	Instagram و Meta: Facebook	01
7	Google Search	02
9	Performance Max و Demand Gen و Google Display	03
11	YouTube	04
13	TikTok	05
14	LinkedIn	06
15	X	07
16	Snapchat	08
17	Pinterest	09
18	Microsoft Ads	10
19	مقارنة بين المنصات	11
21	قبل الإطلاق	12
22	المصادر	13

Instagram و Meta: Facebook

تنشر Meta نوعين من الأرقام. الحدود القصوى (من Marketing API) تخبرك بما يقبله الحقل. و"توصيات النص" تخبرك أين يُقطع النص. اكتب على التوصية.

حدود النصوص

الحقل	الحد الأقصى	يظهر قبل القطع	ملاحظة
النص الأساسي (Primary text)	1,024	125 (Facebook Feed: 50–150)	تنصح Meta بـ 1–3 أسطر. حتى 5 خيارات لكل إعلان
العنوان (Headline)	255	40 (Facebook Feed: 27)	حتى 5 خيارات
الوصف (Description)	255	25	قد لا يظهر؛ فلا تضع فيه شيئاً أساسياً. لا يُستخدم على Instagram
الوسوم (Hashtags)	30 لكل نص	—	Instagram
الدعوة لاتخاذ إجراء (Call to action)	قائمة محددة مسبقاً	—	يستخدم Instagram زر Learn more إن لم تحدد زراً

الحدود 1,024 / 255 / 255 مصدرها Marketing API لخيارات النص المرنة والديناميكية. ولا تنشر Meta حداً مستقلاً لـ Ads Manager. وعلى Facebook Feed في الجوال، لا تعرض إعلانات الفيديو بهدف Awareness (ولا بأهداف الوصول، ومشاهدة الفيديو 2 ثانية، ومرات الظهور، والتفاعل مع المنشور) أي عنوان أو وصف أو زر CTA.

الطول الموصى به حسب موضع الظهور

موضع الظهور	النص الأساسي	العنوان	الوصف
Facebook Feed	150–50	27	25
Instagram Feed	125	40	لا يُستخدم
Facebook Stories	125	40	—
Instagram Stories	125	غير مذكور	—
Facebook Reels	40	55	—
Instagram Reels	44	غير مذكور	—
Facebook Feed في Carousel	80	20 لكل بطاقة	18 لكل بطاقة
Marketplace	125	40	30
Right column (الكمبيوتر فقط)	غير مذكور	40	—

الصور والفيديو

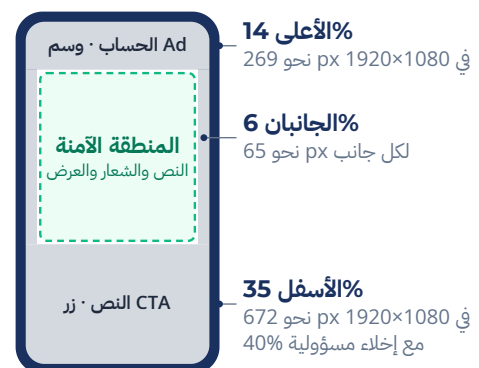
موضع الظهور	النسبة	المقاس المقترح (px)	الحد الأدنى	أقصى حجم · مدة
صورة Facebook Feed	4:5	1800×1440	عرض 600 px	MB 30
فيديو Facebook Feed	4:5	1800×1440	120×120	GB 4 · من 1 ثانية إلى 241 دقيقة
صورة Instagram Feed	4:5	1800×1440	عرض 500 px	MB 30
فيديو Instagram Feed	9:16	1920×1080	عرض 250 px	GB 4 · من 1 ثانية إلى 60 دقيقة
صورة Stories	9:16	2560×1440	عرض 500 px	MB 30
فيديو Stories	9:16	2560×1440	عرض 250 px	Facebook 4 · 120 ثانية · Instagram 60 دقيقة
فيديو Reels	9:16	2560×1440	Instagram: عرض 250 px لما دون 30 ثانية، و500 px من 30 ثانية	Facebook 4 · GB بلا حد أقصى · Instagram 15 دقيقة
بطاقة Carousel	1:1	—	1080×1080	2–10 بطاقات · صورة MB 30 · فيديو GB 4
Marketplace	1:1	1200×1200	—	MB 30 · فيديو 241 دقيقة

موضع الظهور	النسبة	المقاس المقترح (px)	الحد الأدنى	أقصى حجم - مدة
Right column	91:1.1 أو 1:1	—	133×254	الكمبيوتر فقط

- **النسب المقبولة:** يقبل Facebook Feed النسب 91:1.1 و 16:9 و 1:1 و 4:5 (بهامش تسامح 3%)؛ ولا يقبل 9:16. وتتراوح صور Instagram Feed بين 91:1.1 و 4:5 (بهامش تسامح 1%).
- **الملفات:** الصور JPG أو PNG؛ والفيديو MP4 أو MOV أو GIF (في Instagram Reels: MP4 أو MOV). مواصفات الفيديو: H.264، وبكسلات مربعة، ومعدل إطارات ثابت، ومسح تدريجي (progressive)، وصوت AAC ستيريو بمعدل 128 kbps أو أكثر.
- **Facebook Feed على الكمبيوتر** يعرض الفيديو بنسبة 1:1، لذا قد يظهر فيديو 4:5 بأشرطة سوداء على الجانبين.
- **Carousel:** اجعل كل البطاقات بالنسبة نفسها. على Instagram يجب أن تكون بطاقات الفيديو 1:1 وأن تتراوح مدتها بين 1 ثانية و 2 دقيقة (Facebook Feed: حتى 240 دقيقة).
- **تقسيم Stories:** يعرض Facebook الفيديو حتى 15 ثانية كاملاً ويقسم الأطول إلى بطاقات؛ ويبدأ Instagram التقسيم من 16 ثانية.

المناطق الآمنة في Reels وStories

أبقِ النصوص والشعارات والعروض خارج أعلى 14% وأسفل 35% و6% من كل جانب.
صورة الحساب ووسم Ad وزر الإغلاق في الأعلى؛ والنص المرافق وزر CTA يغطيان الأسفل.
إعلانات Reels التي تحمل إخلاء مسؤولية تحتاج إلى إبقاء أسفل 40% خالياً.
فيديو 9:16 في Instagram Feed يتبع الآن المنطقة الآمنة نفسها. أما إعلانات 1:1 و 4:5 على Instagram فأبقى الحافة السفلية والحافتين الجانبيتين خالية من العناصر الأساسية.
مفتاح Safe Zone guardrail في Ads Manager يعرض هذه الأشرطة كطبقة صفراء فوق التصميم.



Meta: Stories وReels

النماذج الفورية (Instant forms) لإعلانات العملاء المحتملين

الحقل	الحد الأقصى	ملاحظة
عنوان المقدمة (Intro headline)	60	نموذج Rich creative: 45
نقطة في المقدمة (تخطيط القائمة)	80 لكل نقطة	
النظرة العامة في Rich creative	81	المزايا: 57 لكل ميزة، ومن 1 إلى 3 مزايا
الأسئلة	15 إجمالاً	1 على الأقل. Prefill، اختيار من متعدد، إجابة قصيرة، أسئلة شرطية، محدد مواقع المتاجر، موعد
عنوان شاشة الإكمال (Completion headline)	60	
نص زر الإكمال	60	زر "View file" يقبل PDF أو JPEG أو PNG حتى 10 MB، بعرض 1080 px

حين تختلف صفحات META

- **عنوان Facebook Feed:** 27 في Ads Guide، و 40 في مقال المساعدة العام. نعتد 27.
- **الصورة المفردة في Instagram Feed:** 4:5 في Ads Guide، و 1:1 في أحد مقالات المساعدة. نعتد 4:5.
- **مدة فيديو Facebook Stories:** 3 دقائق في Ads Guide، و 120 ثانية في مقال مساعدة. نعتد 120 ثانية.
- **المنطقة الآمنة السفلية لفيديو Facebook Stories:** صفحة إرشادات واحدة تقول 20% (340 px)؛ وكل الصفحات الأخرى تقول 35%. نعتد 35%.
- **بطاقات Carousel على Instagram:** يسمح Ads Guide بـ 10؛ وتقول وثائق API إن أول 5 فقط تظهر. ضع أقوى 5 بطاقات أولاً.
- **صورة Marketplace:** 1080×1080 على الأقل في صفحة، و 1200×1200 في أخرى. نعتد 1200×1200.
- **سياسة الخصوصية في النموذج الفوري:** مطلوبة لتشغيل إعلان العملاء المحتملين في صفحة، واختيارية في أخرى. اعتبرها مطلوبة.

أسباب الرفض والتغييرات الأخيرة

ما يُحظر أو يُرفض

- **وسم الإعلان:** يُستبدل "Sponsored" بوسم أصغر هو "Ad" على Facebook وInstagram، تدريجياً.

- إعلانات Instagram Reels التي تحمل موسيقى مرخصة (استخدم صوتاً أصلياً أو Meta Sound Collection)، أو مؤثرات الوجه والكاميرا، أو صور GIF، أو وسوم



AdvanSEM

— ADVANCE YOUR MARKETING —

Advance your marketing.

advansem.com • info@advansem.com