رمضان 2023 على سناب شات

توصيل الطعام

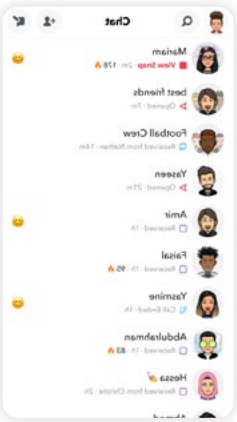
رمضان على سناب شات. تفاعُل أكثر، نُمو أكبر

سناب شات هو المكان الأنسب للوصول لجمهوركم بشكل ملحوظ من خلال توفير تجارب ممتعة ومؤثرة طوال رحلة المستهلك/ المستهلكة.

سناب شات هو التطبيق الأكثر استخداماً[1] في أي وقت من اليوم خلال رمضان في السعودية وذلك لتمكين مستخدميه من القيام بكل شيء على منصّة واحدة. من الدردشة والخرائط إلى اكتشاف أماكن جديدة، ومشاهدة المحتوى الرمضاني المميز، ومشاركة اللحظات الهامة مع العائلة والأصدقاء.

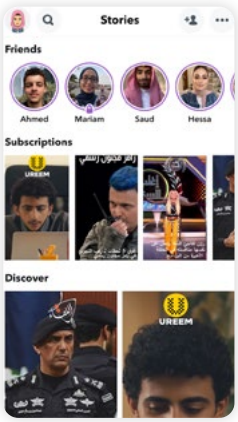
الخرائط

الدردشة



الكاميرا

القصص



منصة الأضواء

يُعتبر سناب شات كجزء من ثقافة رمضان وعادات مستخدمي ومستخدمات التطبيق خلال الشهر

10 مليار

في المتوسط، بلغ عدد مشاهدات القصص يومياً على سناب شات في السعودية 10 مليار مشاهدة[3]

%89

من مستخدمي ومتسخدمات سناب شات يقولون إنه التطبيق الذي يشاركون من خلاله أهم لحظاتهم واحتفالاتهم[3]

220 مليون

في المتوسط، تفاعل مستخدمو ومستخدمات سناب شات مع عدسات سناب أكثر من 220 مليون مرة يوميًا في السعودية[3]

يُقدم الواقع المعزز تجارب رمضانية جديدة كلياً

%89
يقولون إن عدسات سناب شات للواقع المعزز والفلاتر تجعل الاحتفالات تبقى في الذاكرة أكثر[4]

تجارب تُذكر أكثر

%87
يقولون إن تجربة عدسات التسوق من سناب شات جعلتهم أكثر ميولاً لشراء المنتجات للاحتفال[4]

تسوق أكثر

98%
من مستخدمي ومستخدمات سناب شات يقولون إن الواقع المعزز في سناب شات يجعل الاحتفالات أفضل[4]

مشاركة أكثر

%89
يقولون إن عدسات سناب شات للواقع المعزز والفلاتر تجعل الاحتفالات أسهل للمشاركة أكثر[4]

متعة أكثر

%90
يقولون إن عدسات الواقع المعزز وفلاتر سناب شات تجعل الاحتفال أكثر متعة مقارنة بما يمكنهم فعله في التطبيقات الأخرى[4]

ما الذي يهتم به مستهلكو ومستهلكات توصيل الطعام خلال الشهر الفضيل؟

التخطيط لعمليات الشراء

باستثناء الفعاليات المُخططة مُسبقًا، يتم طلب الطعام في لحظتها أو في اليوم نفسه. الطبيعة العفوية لطلبات الطعام مهمة جدًا لفتح الشهية.[5]

الحاجة للشراء

%70

من طلبات توصيل الطعام تكون للاستهلاك اليومي، فيما تم طلب حوالى 30% منها كنوع من العناية بالذات.[5]

طريقة الشراء

3 من 10

تتم معظم طلبات توصيل الطعام عبر الإنترنت، ولكن 3 من كل 10 عمليات شراء ما تزال تُستلم في المتاجر/ المطاعم خلال رمضان.[5]

مصدر الإلهام

1 من 2

فيما يتعلق بإعلانات توصيل الطلبات خلال رمضان، تُعد الإعلانات على سناب شات أكثر تفاعلًا وذات مصداقية أعلى وتوفر إلهامًا أكبر للشراء، مقارنةً بجميع المنصّات الأخرى.[5] وهذا السبب يشعر نصف مستخدمي سناب شات بأنهم أكثر استعدادًا لطلب الطعام بعد مشاهدة إعلان على المنصة.[6]

01 دراسة Nielsen لعام 2022 حول السلوكيات الإعلامية خلال شهر رمضان، بتكليف من شركة سناب. | قاعدة أساس الدراسة: عدد مستخدمي ومستخدمات سناب شات = 101 (2,376 مشاركة في اليوميات الرقمية)

02 دراسة من Ipsos لعام 2022 بعنوان Reimagining Ramadan بتكليف من شركة سناب | قاعدة الدراسة سناب شات السعودية = 568 | فيسبوك = 423 | تيك توك = 527 | إنستاغرام = 555 QSM3.1.1. بناءً على تجربتكم وتجربتكن خلال شهر رمضان 2022، مع أي المنصات تربطون وتربطن البيانات التالية.. بيان: جزء من عادات وتقاليد رمضان

03 بيانات سناب شات الداخلية 1 أبريل - 7 مايو 2022

04 دراسة إن آر جي 2022 بتكليف من شركة سناب. | قاعدة الدراسة: مستخدمو ومستخدمات سناب شات (العدد = 978) | س: إلى أي مدى يصف كل مما يلي سناب شات؟

05 دراسة 2022 من Ipsos بعنوان Reimagining Ramadan، بتكليف من شركة سناب | قاعدة الدراسة، العدد = 258، مستخدمي ومستخدمات تطبيقات التواصل الاجتماعي والتواصل في المملكة العربية السعودية

06 دراسة 2022 من Ipsos بعنوان Reimagining Ramadan، بتكليف من شركة سناب | قاعدة الدراسة، العدد = 258، مستخدمو ومستخدمات تطبيقات التواصل الاجتماعي والتواصل في المملكة العربية السعودية | Q8 بالتفكير في هذه الفئة، يُرجى الإشارة إلى العبارة التي تنطبق على كل منصّة رقمية (الإجراءات مشاهدة الإعلانات: 48% نقر وشراء)