

دليل سناپ شات للإعلانات خلال موسم التسوق لعام 2024

عندما نتحدث عن سناپ شات فنحن نتحدث عن التأثير. التأثير الحقيقي. وفي الواقع فإن 88% من مستخدمي ومستخدمات سناپ شات يتفقون بأن تفاعلاتهم على المنصة تساهم بشكل كبير عند اتخاذ قرارات الشراء¹، وهذا ما يجعل سناپ شات المنصة الأمثل للعلامات التجارية التي تريد توسيع قاعدة عملائها وزيادة مبيعاتها عبر حملاتٍ تستفيد من زخم مواسم التسوق في نهاية العام. هذا الدليل هو خريطةكم للنجاح.

حققوا نتائج طوال الموسم مع استراتيجيات إعلانية لحملاتٍ تشمل مسار التسوق كاملاً

نوصي بإطلاق حملاتكم الخاصة بموسم التسوق مبكراً لتتمكنوا من التواصل مع المتسوقين طوال رحلة الشراء. وفيما يلي قائمة مرجعية شهرية لتحقيق نتائج مثالية.

سبتمبر - أكتوبر

ابدأوا حملاتكم مبكراً لزيادة الوعي.

- ابدأوا مبكراً لتفاعلات فعالة وفرصة نمو المبيعات. لقد صرح 89% من مستخدمي ومستخدمات سناپ شات بأن مشاهدة العروض الترويجية بشكل متكرر تشجعهم على الشراء¹.
- استفيدوا من كتالوج المنتجات ومن رمز Snap Pixel لتصحح عملية بناء الإعلانات آلية ولتحسين الإجراءات الأكثر أهمية لنشاطكم التجاري.
- عليكم إعداد رمز Snap Pixel لتتبع الأحداث على موقعكم الإلكتروني وإحالة تلك الأحداث إلى حملتكم.
- تحققوا من كتالوج المنتجات في منصة "إدارة الإعلانات" وتأكدوا من فعالية الحملة.

الاثنين الإلكتروني

بلاك فرايدي

يوم العزاب

نوفمبر

كثفوا من إعلاناتكم لاستهداف المتسوقين الباحثين عن الخصومات.

- ركزوا على التخفيضات والتوفير في إعلاناتكم بمناسبة يوم العزاب وبلاك فرايدي والإثنين الإلكتروني. يخطط 93% من مستخدمي ومستخدمات سناپ شات للشراء خلال موسم التخفيضات هذا العام¹.
- اجذبوا انتباه المتسوقين الباحثين عن هدايا للمناسبات باستخدام محتوى الأنوكستج أو من خلال تسليط الضوء على آراء العملاء في إعلاناتكم. اشرحوا ما يجعل منتجاتكم هدايا رائعة!

ديسمبر

تفاعلوا مع المستخدمين الذين يتسوقون خلال نهاية الموسم

- قسموا جمهوركم بناءً على اهتمامات أو إجراءات محددة اتخذوها أثناء زيارتهم لموقعكم.
- ركزوا على التخفيضات في رسائلكم.
- ابدأوا بالتخطيط لحملات ما بعد الموسم للوصول إلى المتسوقين المتأخرين أو الذين لم يقوموا بالشراء منذ فترة.

العام الجديد

ما بعد الموسم

استفيدوا من كفاءة التكلفة للإعلانات فترة ما بعد الموسم

- راقبوا أداء الإعلانات وعدلوا بناءً على النقرات والمبيعات وعمليات التحميل.
- أوقفوا الرسائل الخاصة بموسم التسوق مؤقتاً واستخدموا تصاميم تُسلط الضوء على البدايات الجديدة وعلى قيمة منتجكم.
- اجذبوا العملاء المتأخرين من خلال حملات إعادة الاستهداف.

أفضل الممارسات لنجاح الإعلانات

1. ابدأوا من البيانات

حللوا بيانات الحملات السابقة لتحديد ما يهّم جمهوركم أكثر - كصور معينة ورسائل واستهداف ومواقع معينة للإعلانات.



2. خصصوا الميزانية المناسبة للنجاح

استفيدوا من انخفاض تكلفة الإعلانات عن طريق بدء الحملات مبكراً، وخططوا لميزانية إضافية خلال المناسبات مثل يوم العزاب وبلاك فرايدي والاثنين الإلكتروني.

3. فكّروا مثل المستخدم

صمموا إعلاناتكم لتصبح شبيهة بما يُنشئه المستخدمون والمستخدمات. عادة ما تشبه الإعلانات الأفضل أداءً على سناپ شات المحتوى المجاني. ولا تنسوا تصميم إعلانكم عامودياً ليتلاءم مع شاشة الجوال.

4. ركّزوا على رسالة واحدة

اذكروا الهدف الرئيسي في الصورة الأولى من إعلانكم وقللوا مقدار النص المستخدم. إذا كان لديكم أكثر من رسالة فعليكم تجربة تصميمات مختلفة.

هل تحتاجون إلى مساعدة إضافية في حملاتكم الخاصة بموسم التسوق؟

فلنتواصل معاً لمناقشة التفاصيل.