

# رمضان 2023 على سناب شات الملابس والإكسسوارات



## رمضان على سناب شات. تفاعل أكثر، نمو 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 في أي وقت من اليوم خلال رمضان في السعودية وذلك لتمكين مستخدميها من القيام بكل شيء على منصة واحدة. من الدردشة والخرائط إلى اكتشاف أماكن جديدة، ومشاهدة المحتوى الرمضاني المميز، ومشاركة اللحظات الهامة مع العائلة والأصدقاء.

### منصة الأضواء



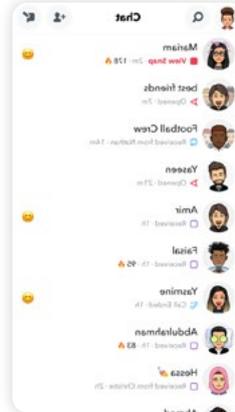
### القصص



### الكاميرا



### الدردشة



### الخرائط



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

**220 مليون**

في المتوسط، تفاعل مستخدمو ومستخدمات سناب شات مع عدسات سناب أكثر من 220 مليون مرة يوميًا في السعودية<sup>3</sup>

**89%**

من مستخدميها ومستخدمات سناب شات يقولون إنه التطبيق الذي يشاركون من خلاله أهم لحظاتهم واحتفالاتهم<sup>3</sup>

**10 مليار**

في المتوسط، بلغ عدد مشاهدات القصص يوميًا على سناب شات في السعودية 10 مليار مشاهدة<sup>3</sup>

# يقدم الواقع المعزز تجارب رمضان جديدة كلياً

%89

يقولون إن عدسات سناب شات للواقع المعزز  
والفلترات تجعل الاحتفالات تبقى في الذاكرة أكثر<sup>4</sup>

تجارب تُذكر أكثر

%87

يقولون إن تجربة عدسات التسوق من سناب شات  
جعلتهم أكثر ميولاً لشراء المنتجات للاحتفال<sup>4</sup>

تسوق أكثر

98%

من مستخدمي ومستخدمات سناب شات  
يقولون إن الواقع المعزز في سناب شات يجعل  
الاحتفالات أفضل<sup>4</sup>

متعة أكثر

%89

يقولون إن عدسات سناب شات للواقع المعزز  
والفلترات تجعل الاحتفالات أسهل للمشاركة أكثر<sup>4</sup>

مشاركة أكثر

%90

يقولون إن عدسات الواقع المعزز وفلاتر سناب شات  
تجعل الاحتفال أكثر متعة مقارنة بما يمكنهم فعله  
في التطبيقات الأخرى<sup>4</sup>

## ما الذي يهتم به متسوقو الملابس والاكسسوارات من الرجال والنساء خلال الشهر الفضيل؟

الحاجة  
للشراء

%25

تُعد الملابس والكماليات منتجات  
شخصية يتم شراؤها بشكل رئيسي  
للاستعمال اليومي أو للعناية  
بالنفس. حوالي 25% منها يتم  
شراؤها كهدايا أو للترعة.<sup>5</sup>

مصدر  
الإهام

يميل المستهلكون الباحثون عن الشراء  
إلى منصات التواصل الاجتماعي  
للحصول على الإهام والتعرف على  
أحدث الصيحات. مقارنة بجميع  
المنصات الأخرى، يُعد كل من سناب  
شات وإنستغرام المصدرين الرئيسيين  
للتفاعل والحصول على معلومات  
موثوقة.<sup>5</sup>

التخطيط  
لعمليات الشراء

3 من 4

في حين يتم شراء الملابس والكماليات أحياناً  
بشكل عفوي، يتم التخطيط لثلاثة أرباع  
عمليات الشراء قبل أسبوع على الأقل،  
مما يجعل التفاعل مع المستهلكين مبكراً  
أمراً ضرورياً.<sup>5</sup>

طريقة  
الشراء

عندما يُقرر المستهلكون السعوديون  
شراء الملابس أو الكماليات خلال شهر  
رمضان، فمن المرجح أن يجروا عملية  
الشراء عبر الإنترنت أو المتجر بشكل  
متساوٍ.<sup>5</sup>



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 | إنستغرام = 3,155 QSM3.1. بناءً على تجربتك وتجربتك خلال شهر رمضان 2022، مع أي المنصات تربطون وترتبون البيانات التالية.

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) | سن: إلى أي مدى يصف كل مما يلي سناب شات؟

05 دراسة 2022 من Ipsos بعنوان Reimagining Ramadan، بتكليف من شركة سناب | قاعدة الدراسة، العدد = 255، مستخدمو ومستخدمات تطبيقات التواصل الاجتماعي والتواصل في المملكة العربية السعودية