



سناب شات يجمع العائلة والأصدقاء في الشهر الفضيل

يتمحور شهر رمضان المبارك حول العلاقات والتواصل والعبادة، ويتوجه خلاله الناس إلى منصة سناب شات للحصول على الإفهام ومشاركة عمليات الشراء والتقاط الذكريات.¹

جذب المزيد من العملاء إلى أعمالكم

#1

يأتي سناب شات في المرتبة الأولى لكونه جزءاً من ثقافة رمضان.⁴

10B

في المتوسط، شاهد مستخدمو سناب شات أكثر من 10 مليارات قصة يوميًا في المملكة العربية السعودية.³

89%

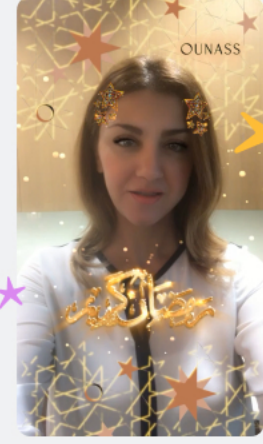
أكد 89% من مستخدمي سناب شات أنهم يتشاركون في سناب شات اللحظات الأكثر أهمية أثناء الاحتفال.²

نصائح لتوسيع أعمالكم خلال شهر رمضان

تُعتبر مراقبة جهود التسويق أثناء شهر رمضان طريقة رائعة للتواصل مع العملاء المحتملين. من المهم انطلاق حملة سناب شات باستخدام التصميم والبيانات والأهداف المناسبة - خاصة عند تشغيل الإعلانات خلال وقت مُخصص للعائلة والعبادة على نحو مكثف.

التصميم المناسب

- يُفضل التركيز على رسالة رئيسية واحدة، وتضمين دعوة واضحة لاتخاذ إجراء وتكون مخصصة للجمهور.
- نوصي بإعلانات فيديو تتراوح مدتها من 5 إلى 10 ثوانٍ. ونوصي بإعداد إعلانين أو ثلاثة من إعلانات الفيديو لكل مجموعة إعلانية، وإعلان قصة لكل مجموعة.
- تُعتبر الصور التي تعكس قيمة العائلة والتواصل أمرًا بالغ الأهمية.
- كما يُمكن صياغة رسائل مناسبة لفئات عمرية/جنس محدد.
- ويُحبذ تبديل التصميمات كل أسبوعين أو 3 أسابيع لعدم إفراط استخدام التصميم.



البيانات المناسبة

- يُمكن تسخير إمكانيات Snap Pixel لقياس تأثير الإعلانات وتحسين الحملات.
- توجد البيانات الأكثر صلة في منصة إدارة الإعلانات وتحديدًا بصفحة إدارة الإعلانات لتتبع مؤشرات الأداء الرئيسية.
- يُمكن إنشاء شرائح الجمهور المُخصص للاستفادة من بيانات Snap Pixel و/أو قوائم العملاء بحيث تستطيع إنشاء حملات مُستهدفة بدقة.
- يُفضل زيادة الميزانية عند استهداف شرائح جمهور أكبر.
- يُفضل الانتظار من 3 إلى 5 أيام قبل تحديث الحملة حتى يستقر أداء الإعلان.



الأهداف المناسبة

- تتطلب كل فترة من فترات رمضان أهدافًا محددة - مثل زيادة الوعي (قبل رمضان) أو زيادة المبيعات عبر الإنترنت (خلال رمضان).
- يُمكن استهداف مستخدمي سناب شات محددين أو استبعاد شرائح الجمهور حسب الهدف.
- ويُمكن زيادة عروض الأسعار للوصول إلى الجمهور المستهدف بفعالية.
- ونوصي بتعديل عروض الأسعار بنسب صغيرة من 10 إلى 20%.
- يُفضل التخطيط لأهداف الإعلان خلال الاحتفال بعيد الفطر، حيث ينصب التركيز على الاحتفالات.



التخطيط لحملة رمضان

يقدم سناب شات مجموعة من أشكال الإعلان الجذابة للتواصل مع عملائكم المستهدفين. تُعتبر إعلانات الصورة أو الفيديو الواحد وإعلانات القصة وإعلانات التشكيلة نقاط انطلاق رائعة لإطلاق الإعلان بسرعة على سناب شات.

Snapchat Brings People Together During Ramadan

The holy month of Ramadan is about relationships and spiritual connection. And Snapchat is the go-to platform for people to get inspired, share purchases, and capture memories.¹



Connecting More Customers to your Business

89%

89% of Snapchatters say Snapchat is where they share their most meaningful moments when celebrating.²

10B

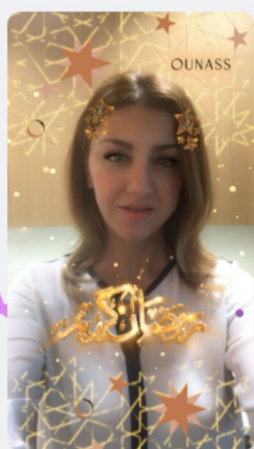
On average, Snapchatters viewed over 10 billion Stories each day in Saudi Arabia.³

#1

Snapchat is the #1 platform for being part of the Ramadan culture.⁴

Tips for Growing Your Business During Ramadan

Observing Ramadan in your marketing efforts is a great way to connect with potential customers. It's crucial that your Snapchat campaign hits the mark with the right creative, data, and objective — particularly when running ads during a time dedicated to family and intense spiritual introspection.



The Right Creative

- Focus on one key message, and include a clear call to action that's localized for your audience.
- We recommend 5-10 second Video Ads. Additionally, we recommend 2-3 Video Ads per Ad Set, with one Story Ad for each set.
- Imagery that communicates the value of family and connection is critical.
- Craft your messaging for specific gender/age groups.
- Rotate creatives every 2-3 weeks to avoid creative fatigue.

The Right Data

- Harness the capabilities of Snap Pixel to measure the impact of your ads and optimize your campaigns.
- Find your most relevant data in Snapchat Ads Manager on the Manage Ads page to track your KPIs.
- Build Custom Audiences to put data from the Snap Pixel and/or your customer lists to work so you can create highly targeted campaigns.
- Increase your budget when targeting larger audiences.
- Wait 3-5 days between campaign updates so your ad performance can normalize.



The Right Objectives

- Each stage of Ramadan requires specific objectives—like increasing awareness (pre-Ramadan) or boosting online sales (during Ramadan).
- Target specific Snapchatters or exclude audiences based on your objective.
- Maximize your bids to reach the target audience effectively.
- Make bid adjustments in small 10-20% increments.
- Map out your ad goals during the post-Ramadan Eid celebration, when the focus is on spirituality.



Plan Your Ramadan Campaign

Snapchat offers a suite of captivating ad formats to connect with your target customer. Single Image or Video Ads, Story Ads, and Collection Ads are great starting points for quickly launching an ad on Snapchat.

¹ 2022 Ipsos Reimagining Ramadan Study commissioned by Snap Inc. | Base Snapchat Saudi = 568 | Facebook = 423 | TikTok = 527 | Instagram = 555 QSM3.1.1 Based on your experience during Ramadan 2022, with which platforms would you associate the following statements. Statement: Part of Ramadan customs & traditions
² 2022 NRG study commissioned by Snap Inc. | Base: Snapchatters (n=978) | Q: How well does each of the following describe Snapchat?
³ Snapchat internal data April 1st - May, 7 2022
⁴ 2022 Ipsos Reimagining Ramadan Study commissioned by Snap Inc. | Base Snapchat Saudi = 568 | Facebook = 423 | TikTok = 527 | Instagram = 555 QSM3.1.1 Based on your experience during Ramadan 2022, with which platforms would you associate the following statements. Statement: Part of Ramadan customs & traditions