



العودة إلى المدارس على Snapchat



يصل Snapchat إلى...

٩٠٪ ٦٢٪

من الذين تتراوح أعمارهم بين ١٣ و٢٤ عاماً في المملكة العربية السعودية.^٢ وأمهاً.٢

٩٣٪

من مستخدمي Snapchat يستخدمون التطبيق للتسوق بمناسبة موسم العودة إلى المدارس.^١

المنصة المفضلة في كل مرحلة من مراحل رحلة التسوق

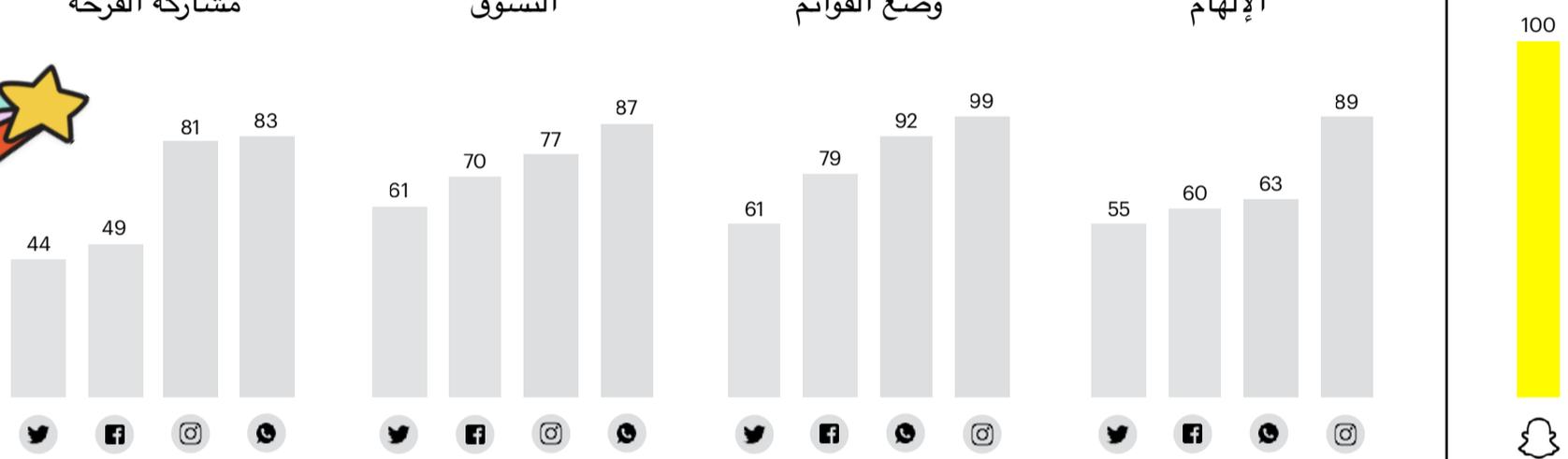
استخدام منصات التواصل خلال دورة الاحتفال، مقارنة للمؤشرات الإحصائية القائمة مع Snapchat (أعلى ٤)؛

مشاركة الفرحة

التسوق

وضع القوائم

الإلهام



تؤخذ توصيات الشراء على محمل الجد.

من مستخدمي Snapchat أخبروا أصدقاءهم/أسرتهم بشأن مشترياتهم بمناسبة موسم العودة إلى المدارس.^٦

تقريباً ٥٠٪

من الأطفال كان لهم تأثير في إجمالي إنفاق الوالدين خلال موسم العودة إلى المدارس.^٥

٨٠٪

التجارة الإلكترونية والواقع المعزز؛ هذا بالتأكيد ما فعله متسوقو موسم العودة إلى المدارس.

٧١٪

من مستخدمي Snapchat من الطلاب يهتمون باستخدام الواقع المعزز "لتجربة" المنتجات قبل شرائها.^٨

٩٤٪

أظهرت التفاعلات مع المنتجات بتقنية الأبعاد الثلاثة/الواقع المعزز معدل تحول أعلى بنسبة ٩٤٪ من المنتجات التي لم تستخدم الأبعاد الثلاثة/الواقع المعزز.^٧

يُحفز الواقع المعزز الترويج

بفعالية وعلى نطاق واسع؛ وهذا

ما يتوق إليه المتسوقون.

باستخدامها عند التسوق بمناسبة موسم العودة إلى المدارس Snapchat والآن نود أن نعرض لكم بعض الطرق المختلفة التي يمكن للناس الاستفادة من Snapchat T2. قاعدة المشاركين: العدد= ١٢٠٠ من مستخدمي Snap Inc. للأبحاث لعام ٢٠٢١، العودة إلى المدارس، بتكليف من Crowd DNA ٢٠٢١. يرجى اختيار الطرق التي من المرجح أن تستخدمها للاستفادة من Snapchat. ٢. بيانات صادرة من مدير الإعلانات في Snap للربع الرابع من عام ٢٠٢٠. تم حساب النسب المئوية عن طريق قسمة مدى الوصول القابل للتوجيه على أرقام التعداد ذات الصلة. ٣. بيانات Global Web Index لعام ٢٠٢١. قاعدة المشاركين: مستخدمي Snapchat في المملكة العربية السعودية + الإمارات العربية المتحدة، عدد المشاركين= ١٢٢٠٠٤. Crowd DNA للأبحاث لعام ٢٠٢١، العودة إلى المدارس، بتكليف من Snap Inc. D/C2/P2. ذكرت أن منصات أو تطبيقات التواصل لعبت دوراً في مساعدتك على اكتشاف/البحث عن معلومات مفصلة للمنتج ومقارنة المنتجات/اتخاذ قرار النهائي لشراء المنتج. أي من منصات أو تطبيقات التواصل التالية استخدمتها؟ E2a. ذكرت أنك أجريت عملية شرائك على منصات أو تطبيقات التواصل. أي من منصات أو تطبيقات التواصل التالية استخدمتها للقيام بما يلي؟ ٤. V4. بخصوص كل المنتجات التي اشتريتها بمناسبة العودة إلى المدارس في الأشهر الـ ٦ الماضية، كم أنفقت على مشترياتك تقريباً؟ V2a/b/c/d. يرجى إخبارنا بما إذا كنت قد اشتريت أيًا مما يلي في الأشهر الـ ٦ الماضية. يرجى تدكير أننا مهتمون فقط بالمنتجات التي اشتريتها خصيصاً بمناسبة موسم العودة إلى المدارس. V3. أي من المنتجات التالية التي اشتريتها كنت أنت صاحب القرار الأساسي في شرائها؟ عبارة "صاحب القرار الأساسي" تعني أنك كنت مسؤولاً عن اختيار المنتج وشرائه. V9. كم أنفقت لشراء [INSERT PRODUCT] (باستثناء تكاليف الشحن)؟ E2a. ذكرت أنك شاركت ما اشتريته على منصات أو تطبيقات التواصل. أي من منصات أو تطبيقات التواصل التالية استخدمت للقيام بما يلي؟ قاعدة المشاركين: مستخدمي Snapchat من الطلاب الذين استخدموا منصات التواصل (عدد المشاركين= ٣٦٧) مجلة Harvard Business Review & Shopify ٧. كيف يُعيد الواقع المعزز تعريف البيع بالتجزئة خلال الوباء؟ ٧ أكتوبر ٢٠٢٠. استبيان Snap Inc. لمستخدمي Snapchat في الكليات والمدارس الثانوية. المملكة المتحدة والولايات المتحدة: من ٨ فبراير إلى ١٣ فبراير ٢٠٢٠. المملكة العربية السعودية: من ٢٤ أبريل إلى ٢٨ أبريل. كندا: من ١٦ فبراير إلى ١٩ فبراير ٢٠٢٠. يُعرّف طلاب المدارس الثانوية بأنهم المستخدمون الذين تتراوح أعمارهم بين ١٣ و١٨ عاماً والذين يخططون للاتحاق بالمدرسة الثانوية في خريف عام ٢٠٢٠. يُعرّف طلاب الكليات بأنهم المستخدمون الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و٢٥ عاماً والذين يخططون للاتحاق بالكلية في خريف عام ٢٠٢٠. تخضع بيانات الفئة العمرية والموقع إلى قيود. راجع <https://businesshelp.snapchat.com/en-US/a/audience-size-tool> للاطلاع على التفاصيل. سؤال: "هل أنت مهتم "بتجربة" المنتجات الجديدة باستخدام تقنية الواقع المعزز قبل أن تشتريها (مساحيق التجميل أو الملابس أو غير ذلك)؟". المملكة المتحدة = ١٤٦٧ مُجيباً، المملكة العربية السعودية = ١٣١٩ مُجيباً، الولايات المتحدة = ٧٢٠ مُجيباً، كندا = ١٩٢٥ مُجيباً.

قائمة تحقق مستلزمات العودة إلى المدارس



الاستفادة من مقاطع الفيديو وإستراتيجية الواقع المُعزَّز



X2

معدل الفعالية مقارنةً باستخدام إعلانات Snap وحدها. 2

٪٣١

من الوصول المتزايد عند إضافة تجربة عدسات الواقع المُعزَّز إلى حملة إعلان Snap. ١



اكتسب مؤيدين للعلامة التجارية خلال لحظة احتفال ما بعد الشراء.



بادر بتحفيز الترويج من خلال اتخاذ إجراءات على موقعك الإلكتروني أو تطبيقك.



استفد من الواقع المُعزَّز من أجل تحفيز الترويج بفعالية من خلال تجربة المنتجات.



كن طرفاً في المحادثة من خلال تحفيز استكشاف العلامة التجارية عبر كاميرا وفيديو Snapchat.