



تقرير مواقع التواصل الإجتماعي

٢٠١٩

التقرير الأكثر شمولية حول
وسائل التواصل الاجتماعي في
الشرق الأوسط

APCO
worldwide®



Crowd Analyzer



تقرير مواقع التواصل الإجتماعي

٢٠١٩

تواصل وسائل التواصل الاجتماعي تغيير محيطنا بطرق عديدة. من وجهة نظر مهنية، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي المجال العام الذي يلجأ إليه العملاء لبناء محتوى خاص بهم والبحث عن منتجات وخدمات جديدة ونشر تعليقاتهم وملاحظاتهم أمام الجمهور الذي يهتمهم التواصل معه.

من هذا المنطلق أضحت التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من استراتيجية أي شركة تتطلع للوصول إلى مزيد من العملاء وتحسين ما تقدمه من منتجات وخدمات. تحتل منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على وجه التحديد مكانة هامة للغاية عندما يتعلق الأمر باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. لذا يهدف هذا التقرير إلى إمدادك برؤية شاملة عن مختلف منصات التواصل الاجتماعي، بقطاعاتها المختلفة وكذلك بيانات المستخدمين وخلفياتهم الديموغرافية والموضوعات التي تهتمهم.

لماذا قررنا وضع هذا التقرير؟

تعاونت شركة كراود أنالايزر مع APCO و Hootsuite العالميتين لوضع أكثر التقارير شمولاً حول وسائل التواصل الاجتماعي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. الهدف من التقرير هو أن يصبح مرجعاً للعاملين في مجال وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق وأبحاث السوق وغيرها من التخصصات.

مع التدفق الهائل للمحتوى الخاص بالتسويق عبر الإنترنت، تسعى جهات التسويق إلى الحصول على المعلومات الصحيحة. نشعر بهذا الجهد المبذول ونقدره. لذلك قمنا بالعمل على هذا التقرير. كنا حريصين على تغطية كافة القطاعات التي بمقدورها أن تستفيد من رؤى وسائل التواصل الاجتماعي.

ما الذي يمكنك توقعه من هذا التقرير؟

حرص فريقنا على امداد القراء بأكثر الأرقام دقة. بالإضافة إلى المصدقية، ستعرف إحصائيات مثل اللغة المستخدمة ونسبة المشاركة من الجنسين وتحليل الانطباعات والموقع الجغرافي فيما يتعلق بكافة القطاعات مثل قطاع السيارات والاتصالات والتمويل والبنوك والمدفوعات الإلكترونية والنقل التشاركي والإعلام والتسويق الإلكتروني، بالإضافة إلى تغطية خاصة لموسم الحج وشهر رمضان وكذلك تحليل للمؤثرين في السعودية والإمارات ومصر..

ستحصل أيضاً على تحليل خاص لمنصات التواصل الاجتماعي مثل انستاجرام وتويتر وفيسبوك وسناب تشات يمكنك من امتلاك فهم أفضل لبيانات واهتمامات مستخدمي هذه المنصات في الإمارات والسعودية ومصر.

التقرير الأكثر شمولاً حول وسائل التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط

المؤثرين في الشرق الأوسط

١٩١

١٩٢	السعودية
١٩٦	الإمارات
٢٠٠	مصر

عن تقرير مواقع التواصل الاجتماعي ٢٠١٩

٢٠٣

٢٠٣	الجهات الواضحة للتقرير
٢٠٤	المنهجية
٢٠٥	تعريف المصطلحات المستخدمة

جدول المحتويات

أقسام إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي

٩

١١	إنستغرام
١٧	فيسبوك
٢٣	تويتر
٢٩	سناپ شات
٣٥	لينكدإن
٣٨	إحصاءات تويتر

تحليل الصناعات

٤١

٤٣	قطاع الاتصالات
٧٥	قطاع السيارات
٨٣	قطاع المال
٩٩	مجال القنوات التلفزيونية والمحتوى حسب الطلب
١٢١	قطاع تكنولوجيا المدفوعات
١٣٥	التجارة الإلكترونية
١٤٧	قطاع البنوك
١٥٧	قطاع النقل التشاركي
١٧٣	تحليل خاص لموسم الحج
١٨٠	رمضان ٢٠١٨

قسم ١

أقسام إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي

في قسم إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي نوفر أهم الإحصاءات التي تهدف إلى مساعدة أي مسوق على فهم الجمهور المستهدف بشكل أفضل وكذلك استيعاب احتياجات واهتمامات العملاء المحتملين. لم تُستخرج هذه البيانات من أداة كراود آناليزر. استخرجت إحصاءات فيسبوك وانستاجرام من شبكة جمهور فيسبوك. استخرجت إحصاءات لينكد إن من أداة حملات لينكد إن. استخرجت إحصاءات سناب شات من حساب أعمال سناب شات. بيانات تويتر تشاركها معنا تويتر.



إنستجرام في ٢٠١٨



لطالما تمتعت السعودية بميل إلى اظهار هوية وطنية قوية، لذا ليس من المستغرب أن يفضل مستخدمو الإنترنت في المملكة استخدام اللغة العربية معظم الوقت. توضح الأرقام أن مستخدمي إنستجرام في السعودية يفضلون اللغة العربية حيث ارتفع عدد مستخدمي اللغة العربية بنسبة ٣٥% تقريبا من ٧,٦ مليون إلى ١٠ مليون بينما ارتفع عدد مستخدمي الإنجليزية بنسبة ٣% فقط! يتعاطى كل من المستخدمين الذكور والإناث في البلاد مع وسائل التواصل الاجتماعي بقوة مع ارتفاع قدره ٣ ملايين للذكور (من ٤,٩ مليون إلى ٨ ملايين) وارتفاع ٢ مليون للإناث (من ٢,٦ مليون إلى ٤,٦ مليون).

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٣,٨ مليون
مستخدمو اللغة العربية ١٠ مليون

المستخدمين النشطين
١٣ مليون

العمالة الوافدة من الذكور
١,٣ مليون



العمالة الوافدة
١,٨ مليون



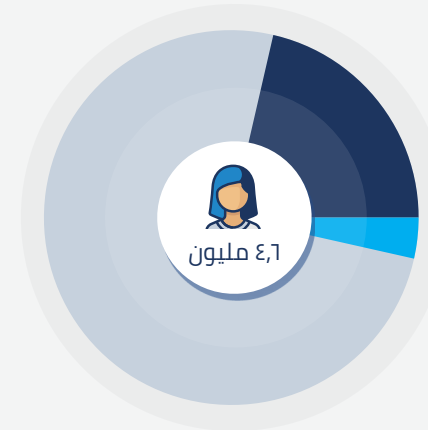
جيل X
٢,٨ مليون



العمالة الوافدة من الإناث
٤٩٠ ألف

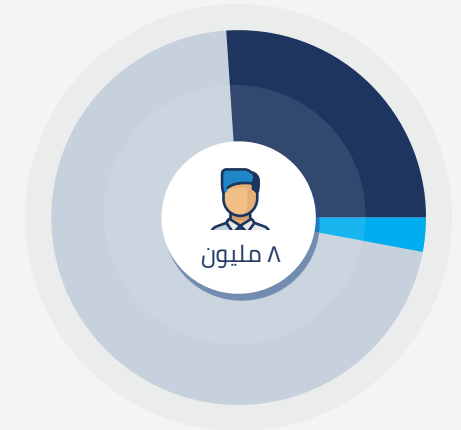


جيل الألفية
٩,٦ مليون



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● اخرين

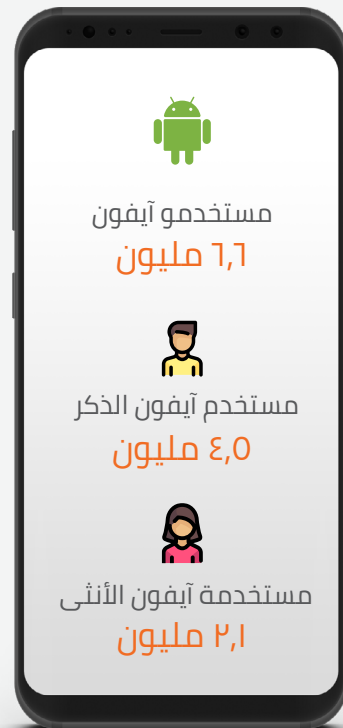
٩٤٠ ألف
٣,٠ مليون
١٦٠ ألف



● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● اخرين

١,٨ مليون
١,٠ مليون
١٠٠ ألف

الاهتمامات والهوايات



مقارنة أبل مع اندرويد



يعتمد مستخدمو إنستجرام المصريون أكثر على أندرويد، حيث يبلغ عدد مستخدمي إنستجرام على أندرويد ١٠ ملايين مستخدم في حين أن مستخدمي إنستجرام على أجهزة آبل في حدود ١,٩ مليون فقط. مع ذلك يبدو أن مستخدمي مقارنة آبل وأندرويد يرتفعون بمعدل مماثل مع اكتساب مقارنة آبل ٢٠٠ ألف مستخدم إضافي هذا العام، في حين تمكن أندرويد من اجتذاب ٣٠٠ ألف مستخدم جديد. بالنسبة لشركة آبل، يشكل كل من الذكور والإناث نسبة مرتفعة من الزيادة أما بالنسبة لأندرويد فجاءت الزيادة بشكل أساسي من الإناث.

أهم اهتمامات مستخدمي فيسبوك المصريين هذا العام كانت الموضة والموسيقى والسفر! ما يفسر زيادة عدد المستخدمين المهتمين بالأزياء من ٨,٦ مليون إلى ١٠ ملايين. لكون مصر تعد مركزاً ثقافياً، تعد الموسيقى أحد أهم اهتمامات المصريين مع مستخدمين جدد بلغ عددهم مليوني شخص هذا العام. حب الاستكشاف هو أيضاً جزء من الهوية المصرية وهو ما يفسر أن ٢ مليون من المستخدمين الإضافيين يبدون الاهتمام بالسفر هذا العام!

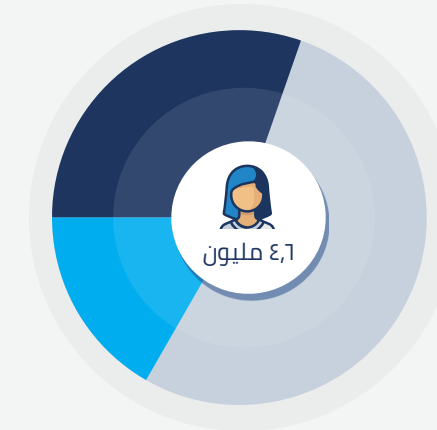
إنستجرام في ٢٠١٨



مع اكتساب إنستجرام لشعبية كبيرة مؤخراً فليس من المستغرب أن نجد زيادة في مستخدميه باللغة العربية بنسبة ١٠%، حيث ارتفع عددهم من ١٠ مليون إلى ١١ مليون مقارنة بزيادة قدرها ٥% في قاعدة المستخدمين باللغة الإنجليزية من ٤,٢ مليون إلى ٤,٧ مليون. ينقسم مستخدمو إنستجرام المصريون بشكل متساو بين الذكور والإناث، حيث يبلغ عدد المستخدمين الذكور ٦,٥ مليون والإناث ٤,٦ مليون.

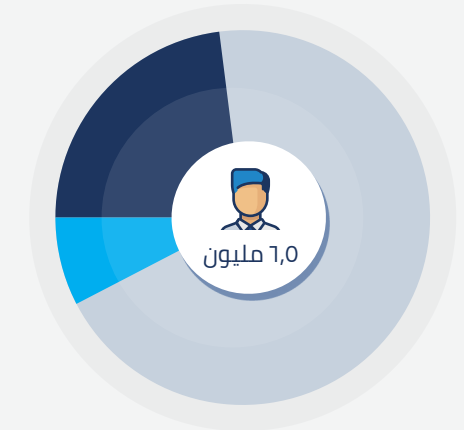
المستخدمين النشطين
١١ مليون

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٤,٧ مليون
مستخدمو اللغة العربية ١١ مليون



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخريين

٨٠٠ ألف
٣,٢ مليون
٥٩٠ ألف



● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

١,٢ مليون
٤,٦ مليون
٧٠٠ ألف

الاهتمامات والهوايات



مقارنة آبل مع اندرويد



ينقسم مستخدمو إنستجرام في الإمارات بالتساوي بين آبل و أندرويد. لدى مقارنة أبل ٢ مليون مستخدم و أندرويد ٢,٣ مليون. لكن النظامين لا ينموان بوتيرة واحدة حيث اكتسبت مقارنة أبل ٢٠٠ ألف مستخدم هذا العام بينما اكتسب نظام أندرويد ١٠٠ ألف مستخدم جديد. ينسب نمو مستخدمي إنستجرام من مقارنة أبل إلى الذكور والإناث بشكل متساوٍ في حين ترجع معظم الزيادة في نظام أندرويد للمستخدمين الذكور.

شهدت الإمارات زيادة كبيرة في اهتمام مستخدمي إنستجرام بالموضة والموسيقى والسفر. بالنسبة للأزياء نرى ارتفاعاً من ٢,٢ مليون إلى ٣,٢ مليون مستخدم. بوصفها مركزاً لحفلات موسيقية عالمية، تعد الموسيقى من أهم اهتمامات مستخدمي الإمارات، حيث ارتفع عدد المهتمين بالموسيقى من ٢ مليون إلى ٣,١ مليون. بالنسبة للسفر فقد شهدنا زيادة بمقدار ٨٠٠ ألف من ٢,٢ مليون إلى ٣ ملايين مستخدم ما يشير إلى اهتمام المقيمين في دولة الإمارات بالسفر سواء لأغراض العمل أو السياحة.

الاهتمامات والهوايات



مقارنة أبل مع اندرويد



إنستجرام في ٢٠١٨

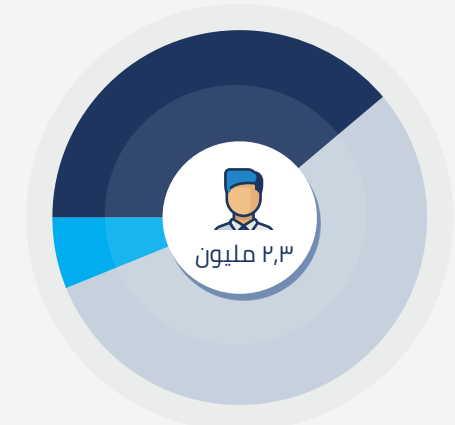
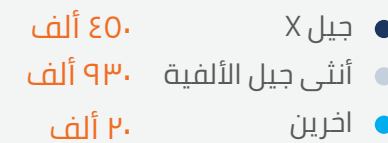
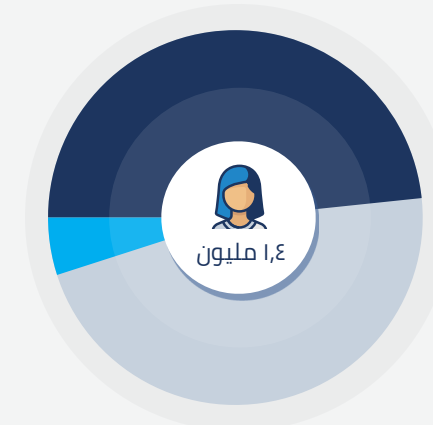


تختلف الأرقام في الإمارات عن السعودية ومصر حيث يفوق عدد المستخدمين باللغة الإنجليزية عدد المستخدمين باللغة العربية بشكل كبير، حيث يصل عددهم إلى ٢,٩ مليون مستخدم مقابل ١,٥ مليون مستخدم للعربية. مع ذلك، فإن كلا اللغتين تكتسب مستخدمين جدد هذا العام، حيث زاد عدد مستخدمي اللغة الإنجليزية بمقدار ٣٠٠ ألفاً بينما زاد عدد مستخدمي العربية بمقدار ٤٠٠ ألف. تبدو هذه الأرقام منطقية في ظل بيئة متعددة الثقافات مثل الإمارات. بإمكاننا أيضاً ملاحظة أن عدد جيل الألفية على الإنترنت يفوق عدد جيل X بـ ٢,٥ مليون مستخدم مقارنة بـ ١,١ مليون مستخدم لجيل X.

المستخدمين النشطين

٣,٧ مليون

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٢,٩ مليون
مستخدمو اللغة العربية ١,٥ مليون



يبدو أن مستخدمي فيسبوك السعوديين يميلون إلى حد كبير لصالح أندرويد. على الرغم من زيادة مستخدمي نظامي أندرويد وأبل بمعدلات متماثلة تصل إلى ٢٠% تقريبًا، إلا أن نظام أندرويد هو من حقق تقدمًا في هذا السوق. زاد مستخدمو فيسبوك على أندرويد من ١١ إلى ١٣ مليون مستخدم؛ في حين كانت زيادة مستخدمي مقارنة أبل أقل بكثير بالمقارنة من ٣,١ مليون إلى ٣,٨ مليون مستخدم.

اهتمام مستخدمي فيسبوك السعودي ينمو بشكل ملحوظ في ثلاثة مجالات رئيسية هي: السفر والطعام واللياقة البدنية. وتأتي الزيادة الأكثر وضوحًا من جهة محبي السفر، حيث لاحظنا زيادة في قاعدة المستخدمين بمقدار ٥ أضعاف، فارتفع عددهم من ٢,٧ إلى ١٤ مليونًا ممن يهتمون اهتمامًا بالسفر. نرى زيادة كبيرة كذلك في عدد المهتمين بالطعام حيث ارتفع عددهم من ٤ مليون إلى ٨,٧ مليون مستخدم؛ وأخيرًا محبي الموسيقى الذين ارتفعوا من ٥,٣ مليون إلى ٩,٦ مليون.

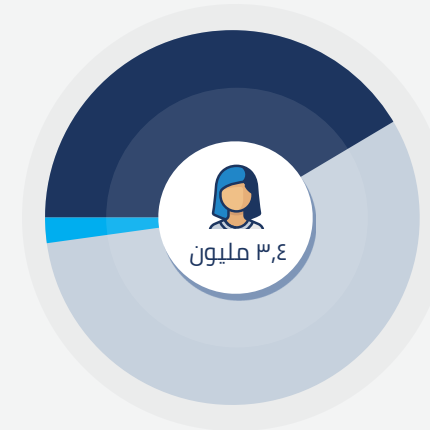
فيسبوك في ٢٠١٨



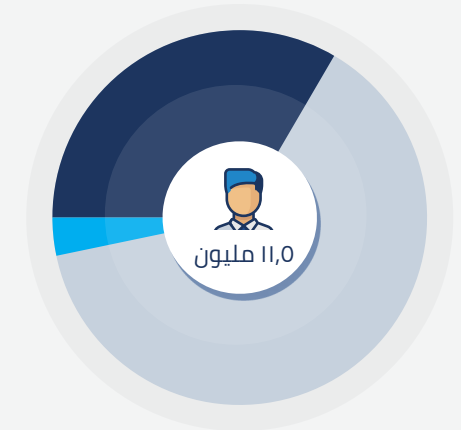
مقارنة بأرقام العام الماضي، ظلت السمات الديموغرافية للمستخدم في السعودية على فيسبوك كما هي إلى حد ما. ارتفع عدد مستخدمي اللغة الإنجليزية والعربية بمعدل متواضع لكن متماثل. (لا يمكننا تقديم المزيد من التفاصيل لأن الأرقام غير منتظمة). ما يمكن ملاحظته أيضًا هو تناقص أعداد المستخدمين من جيل الألفية مع تغير في الأرقام لصالح زيادة عدد مستخدمي الجيل X الذي شهد زيادة بنسبة ٢٠%.

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٩,٥ مليون
مستخدمو اللغة العربية ٧,٩ مليون

المستخدمين النشطين
١٥ مليون



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخريين



● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

الاهتمامات والهوايات



مقارنة أبل مع اندرويد



يبدو أن نظام أندرويد يهيمن بشكل شبه كامل على السوق المصري بـ ٣٦ مليون مستخدم في حين أن نظام مقارنة آبل لديه ٢,٩ مليون مستخدم فقط. لا يبدو أن هذا سيتغير في المدى المنظور حيث ارتفع عدد مستخدمي أندرويد من ٣٢ مليوناً في العام الماضي إلى ٣٦ مليوناً، في حين ارتفع عدد مستخدمي آبل من ٢,٧ مليون في العام الماضي إلى ٢,٩ مليون فقط. في حين يشكل الذكور الجزء الأكبر من مستخدمي أندرويد، ساهم كلا الجنسين بزيادة لكل منهما قدرها ٢ مليون في عدد مستخدمي آبل.

تبيّن اهتمامات مستخدمي فيسبوك في مصر ثلاث اتجاهات متنامية: السفر والموسيقى والطعام. تضاعف عدد المستخدمين المهتمين بالسفر من ١٦ مليوناً إلى ٣١ مليون بينما شهدت الموسيقى والطعام زيادة تقريبية بنسبة ٨٠% من ١٥ مليوناً إلى ٢٦ مليون و١٥ مليوناً إلى ٢٧ مليون على التوالي. هذه الزيادة الكبيرة في هذه المجالات الثلاثة تشكل صورة أوضح لتوجهات المستهلك المصري تساعد المسوقين والشركات على بناء استراتيجيات عملهم.



فيسبوك في ٢٠١٨

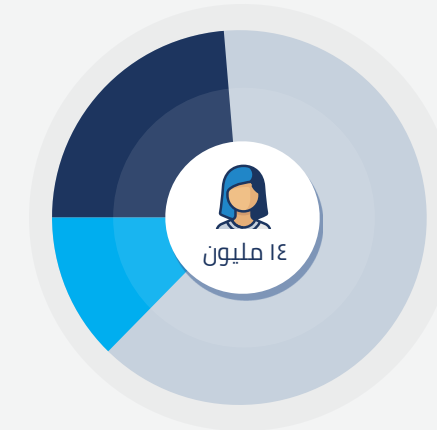


مع زيادة الاعتماد على التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت هذه المنصات أكثر شمولاً يوماً بعد يوم. حققت مصر أكبر زيادة مؤثرة في المستخدمين النشطين مقترية من زيادة بنسبة ٢٠% في قاعدة مستخدمي فيسبوك من ٣٣ مليون إلى ٣٩ مليوناً. تفوق مستخدمو اللغة العربية بشكل كبير على مستخدمي الإنجليزية بزيادة من ٣٢ مليون إلى ٣٩ مليون و٨ مليون إلى ١١ مليون على التوالي. هذا يدل على إلى حد اكتسبت وسائل التواصل الاجتماعي شعبية وأصبحت تصل إلى الجميع.

المستخدمين النشطين

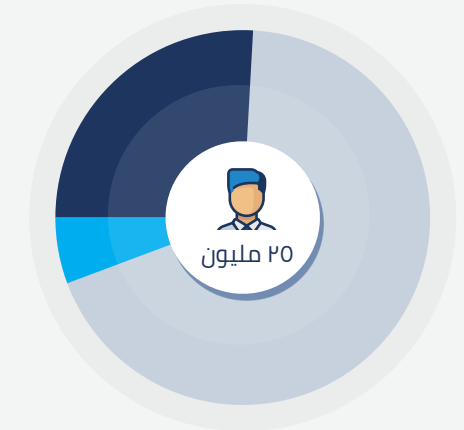
٣٩ مليون

مستخدمو اللغة الإنجليزية ١١ مليون
مستخدمو اللغة العربية ٣٩ مليون



● جيل X
● أثنى جيل الألفية
● آخريين

٢,٨ مليون
٩,٢ مليون
٢ مليون



● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

٦,٣ مليون
١٦ مليون
٢,٧ مليون

في ظل عدم وجود تغييرات كبيرة عن العام الماضي، يظل أندرويد هو النظام المفضل لمعظم مستخدمي فيسبوك في الإمارات مع أكثر من ٧ ملايين مستخدم أندرويد مقابل ٢,١ مليون مستخدم آبل. المستخدمين الذكور شكلوا النسبة الأكبر من مستخدمي أندرويد بأكثر من ٥,٥ مليون مستخدم.

تشهد الإمارات زيادة ملحوظة في اهتمام مستخدمي الإنترنت باللياقة البدنية والغذاء والموضة. تماشيا مع الاتجاه العالمي في الاهتمام باللياقة البدنية والرياضة ونمط الحياة الصحي شهدت فئة المهتمين بهذا المجال زيادة من ٣ مليون إلى ٤,٨ مليون مستخدم. مع التنوع الفريد في الجنسيات والأذواق، تعتبر الإمارات مركزا للمهتمين بالطعام، ما يفسر الزيادة في عدد مستخدمي الإنترنت المهتمين بالطعام من ٣,٩ مليون إلى ٦ مليون. أخيرا ولكون التسوق ومراكز التسوق من عوامل الجذب السياحي الرئيسية في البلاد فلا غرابة في أن ترى ارتفاعا في عدد المهتمين بالأزياء من ٥,٦ مليون إلى ٧,١ مليون.

الاهتمامات والهوايات



مقارنة أبل مع اندرويد



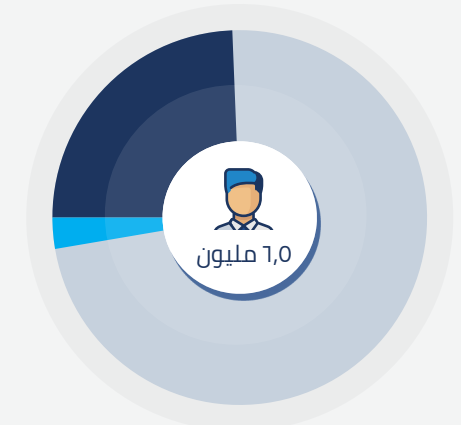
فيسبوك في ٢٠١٨



لم تشهد الإمارات أي زيادة ملحوظة في قاعدة المستخدمين النشطة. يبدو أن الإمارات هي الدولة الوحيدة في هذه المقارنة التي يستخدم الغالبية العظمى من مستخدمي فيسبوك فيها اللغة الإنجليزية بنسبة تصل إلى ٨٥% تقريبا من قاعدة المستخدمين ككل.

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٧,٩ مليون
مستخدمو اللغة العربية ٢,٣ مليون

المستخدمين النشطين
٨,٨ مليون



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخرين

● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخرين

الموسيقى والطعام تشكّلان أهم اهتمامات المستخدمين السعوديين على تويتر فيما يبدو. تضاعف عدد المهتمين بالطعام من ٧٥٥ ألفاً إلى ١,٥ مليون، ما يعكس تناميًا للفرص المتعلقة بهذا المجال هناك. ارتفع عدد المهتمين بالموسيقى من ٥ إلى ٧,٤ مليون هذا العام.

الاهتمامات والهوايات



مقارنة أبل مع اندرويد



تويتر في ٢٠١٨



السعودية هي صاحبة أكبر عدد من مستخدمي تويتر في الشرق الأوسط، ارتفع عددهم بشكل ملحوظ في العام ٢٠١٩ من ١١ إلى ١١,٧ مليون. ارتفع عدد مستخدمي تويتر بالعربية بنسبة تقريبا من ٣ إلى ٦,٢٩ مليون حيث أن السوق السعودي يبدو فيه بوضوح الاعتزاز بالهوية الوطنية. ارتفع عدد مستخدمي تويتر بالإنجليزية كذلك من ٦٣٣ ألفاً إلى ١,٩ مليون. جيل X ينضمون إلى تويتر بسرعة كبيرة حيث ارتفع عددهم عليه بنسبة ٣٠% من ٩٠٠ ألف مستخدم في ٢٠١٨ إلى أكثر من ٣ ملايين هذا العام.

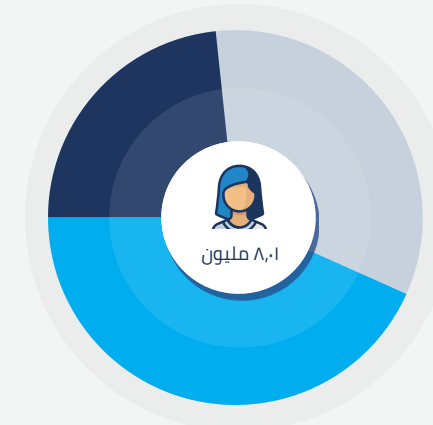
المستخدمين النشطين
١١,٢٧ مليون

مستخدمو اللغة الإنجليزية
١,٩٦ مليون

مستخدمو اللغة العربية
٦,٢٩ مليون

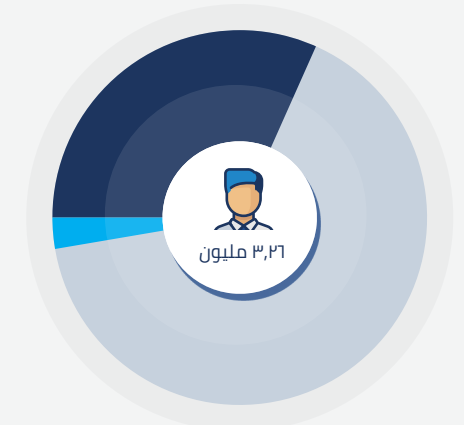
جيل الألفية
٦,٠٣ مليون

جيل X
٣,١٣ مليون



● جيل X
● أثنى جيل الألفية
● آخريين

٢,٧٢ مليون
٤,٧٢ مليون
٥٧٠ ألف

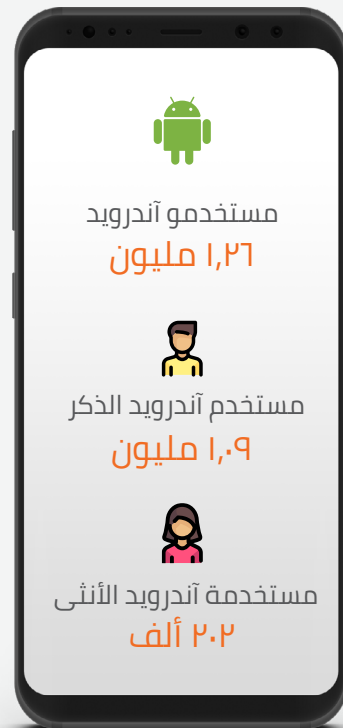


● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

٤٢٨ ألف
١,٣ مليون
١,٥٣ ألف

ازداد اهتمام المستخدمين المصريين بمجالين أساسيين: الطعام والسفر. ارتفع نشاط محبي الطعام من ٦٠ ألف إلى ٤٠٠ ألف. بينما ازداد اهتمام محبي السفر بتويتر أكثر من ٣ أضعاف مقارنة بـ ٢٠١٨، من ١٩٩ ألف مستخدم في ٢٠١٨ إلى ٧٦٠ ألف هذا العام.

الاهتمامات والهوايات



مقارنة أبل مع اندرويد



تويتر في ٢٠١٨



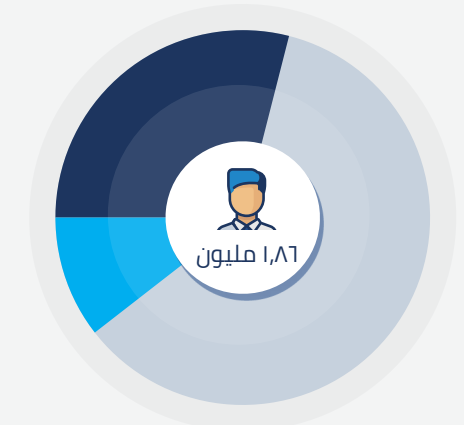
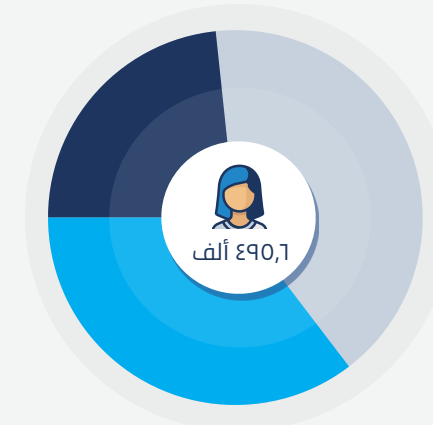
شهدت مصر ارتفاعاً بنسبة ١٨% في عدد المستخدمين النشطين خلال ٢٠١٩ ليرتفع عددهم إلى ٢,٥٦ مليون. شهد عدد مستخدمي تويتر بالإنجليزية ارتفاعاً بنحو ٣٦% - من ٤٢٠ ألف مستخدم إلى ٥٧٠ ألف. يتزايد عدد المستخدمين الذكور بشكل واضح. ليرتفع عددهم من مليون في ٢٠١٨ إلى ١,٢٦ مليون في ٢٠١٩. جيل الألفية شكلوا غالبية هذه الزيادة حيث ارتفع نشاطهم في التغريد بشكل كبير من ٦٨٨ ألف إلى ١,٣٢ مليون.

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٥٧٢ ألف
مستخدمو اللغة العربية ١,٢٦ مليون

المستخدمين النشطين
٢,٣٦ مليون

جيل الألفية
١,٣٢ مليون

جيل X
٦٨٨ ألف



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخرين

● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخرين

مجال اللياقة البدنية هو المسيطر على اهتمامات المستخدمين في الإمارات. ارتفع عدد المهتمين باللياقة البدنية من ٣٦٠ ألف إلى مليون مستخدم هذا العام. شهد مجال الموسيقى أيضًا ارتفاعًا بمقدار ٥٠% من مليون إلى ١,٥ مليون مستخدم يستعملون تويتر لإرضاء شغفهم بالبحث عن معلومات تتعلق بالموسيقى.

الاهتمامات والهوايات



مقارنة أبل مع اندرويد



تويتر في ٢٠١٨



ارتفع عدد مستخدمي تويتر في الإمارات بنسبة ١٥% عن العام الماضي ليصل إلى ٢,٣ مليون مستخدم. يزداد الاهتمام بتويتر بين المستخدمين الذكور بشكل خاص حيث زاد عددهم بنسبة ٥٠% من مليون إلى ١,٥ مليون هذا العام. يبدو كذلك ان جيل X هو الأكثر انضمامًا إلى تويتر هذا العام حيث ارتفع عددهم بنسبة ٦٠% ليصل إلى ٨٢٢ ألف. بينما شهد عدد مستخدمي جيل الألفية ارتفاعًا بنسبة ٢٢% ليصل عددهم إلى ١,٢ مليون.

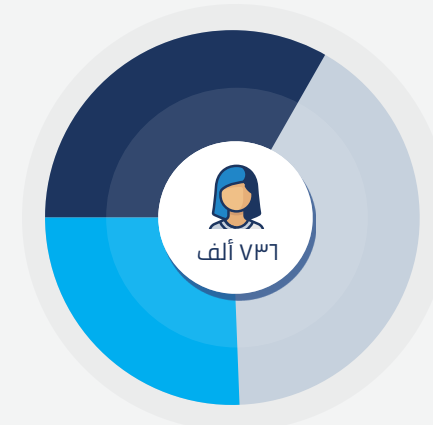
مستخدمو اللغة الإنجليزية ٩٧٤ ألف
مستخدمو اللغة العربية ٧٦٢ ألف

المستخدمين النشطين
٢,٣ مليون

جيل الألفية
١,٢٢ مليون

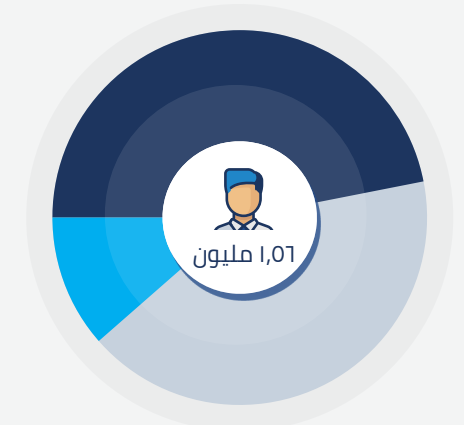


جيل X
٨٢٢ ألف



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخريين

١٧٤ ألف
٣٩٠ ألف
١٧٢ ألف



● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

٦٥٥ ألف
٧٩٩ ألف
١٠٦ ألف

يبدو أن مستخدمي آبل في السعودية بدون اهتمامًا أكبر بسات شات من مستخدمي أندرويد. زاد مستخدمو سبات شات عبر آبل من ٧,٥ مليون إلى ٩ مليون بينما انخفض مستخدمو أندرويد من ٥ مليون إلى ٤,١ مليون. ساهم كل من الذكور والإناث في الزيادة في قاعدة مستخدمي آبل، وارتفع عدد الذكور من ٣,٢ مليون إلى ٤,١ مليون في حين زاد عدد المستخدمين الإناث من ٣,٧ مليون إلى ٤,٩ مليون.

معظم المستخدمين أظهرت اهتمامًا أقل على سبات شات مقارنةً بالعام الماضي، إلا أن بعض المجالات ما زالت تشهد ارتفاعًا، محبي الألعاب الإلكترونية ومحبي الطعام كانوا على رأس القائمة. زاد عدد المستخدمين المهتمين بالألعاب من ٢,٨ مليون إلى ٣,٤ مليون في حين ارتفع عدد عشاق الطعام من ٢,٢ مليون إلى ٢,٥ مليون. انخفضت بقية مجالات الاهتمام عن العام الماضي إما بسبب انخفاض عدد المستخدمين ككل أو لأن الناس ببساطة يستخدمون سبات شات للتصوير فقط دون اهتمام كبير بتتبع مجالات معينة.

سبات شات في ٢٠١٨



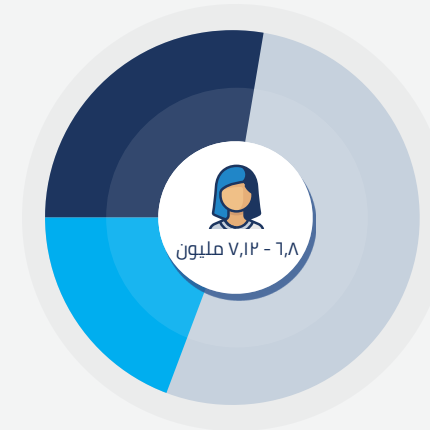
يبدو أن سبات شات هو منصة التواصل الأكثر شعبية في السعودية. حيث يضم في السعودية ١٣ مليون مستخدم نشط مقارنة بـ ٣ ملايين في مصر و٥ مليونين في الإمارات

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٢,٤ - ٢,٤٦ مليون
مستخدمو اللغة العربية ١٢,٩ - ١٣,٤٥ مليون

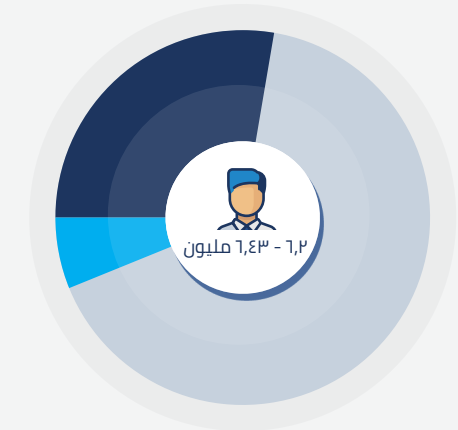
المستخدمين النشطين
١٣,٨ مليون

جيل الألفية
٨,٨ - ٩,١٢ مليون

جيل X
٣,١ - ٣,٢٣ مليون



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخريين



● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

الاهتمامات والهوايات



مقارنة آبل مع اندرويد



شهد مستخدمو سناب شات على كل من أندرويد وآبل انخفاضاً في أعدادهم، انخفض مستخدمو آبل من ٦٠٠ ألف إلى ٤٨٠ ألف بينما شهدت أعداد مستخدمي أندرويد انخفاضاً أكبر من ٢ مليون إلى ٧٨٠ ألف، بالنسبة لأندرويد كانت الإناث السبب الأساسي وراء هذا الانخفاض حيث انخفض عددهن من ١,١ مليون إلى ٥٧٠ ألف.

أظهر مستخدمو سناب شات المصريون اهتماماً بثلاثة مجالات أساسية هي: الأخبار ونمط حياة المرأة والأزياء! يعتمد عدد كبير من مستخدمي سناب شات عليه لمعرفة آخر الأخبار، حيث أن ٦٠٠ ألف من ١,٢ مليون مستخدم متابعين للأخبار، أي ما يقرب من نصف المستخدمين! كما أظهر المستخدمون اهتماماً بنمط حياة السيدات، ٥٧٠ ألف مستخدم وهو ما لا يتغير الدهشة، حيث إن مستخدمي سناب شات الإناث يمثلون ضعف عدد مستخدمي سناب شات الذكور. وأخيراً، أظهر المستخدمون من كلا الجنسين اهتماماً كبيراً بالموضة مع ٥٧٠ ألف مستخدم يتابعون أخبار الموضة والأناقة.

الاهتمامات والهوايات



مقارنة آبل مع اندرويد



سناب شات في ٢٠١٨



توزع مستخدمو سناب شات في مصر بشكل متساو بين الإنجليزية والعربية. حيث يبلغ عدد مستخدمي الإنجليزية ٩٠٠ ألف بينما يبلغ عدد مستخدمي العربية ١,٠٨ مليون. بالنسبة لتوزيع الجنسين، نجد أن مستخدمي سناب شات من الإناث أكثر، حيث يبلغ عددهم ٣ أضعاف عدد الذكور.

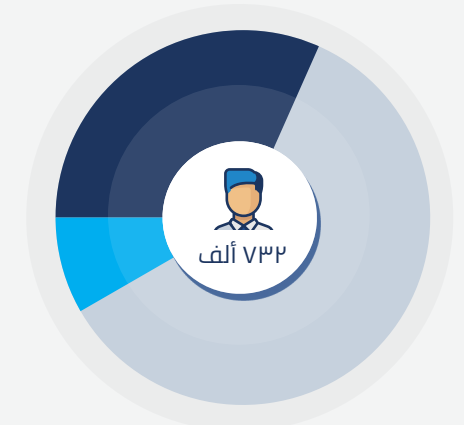
المستخدمين النشطين ٣,٥ مليون

مستخدمو اللغة الإنجليزية ٨٧٠ - ٩٠٠ ألف

مستخدمو اللغة العربية ١,٠ - ١,٠٨ مليون

جيل الألفية
٨٧٠,٠٠٠ - ٩٠٠,٠٠٠

جيل X
١٨٠,٠٠٠ - ١٨٧,٥٠٠



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخريين

١١٢,٥٠٠ - ١٠٥,٠٠٠
٥٧٠,٠٠٠ - ٥٤٠,٠٠٠
١,٥٧ - ١,٥٣ مليون

● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

٧٢,٠٠٠ - ٦٩,٠٠٠
٣٣٠,٠٠٠ - ٣١٥,٠٠٠
٣٤٨,٠٠٠ - ٣٣٠,٠٠٠

مستخدمو سناب شات عبر آبل في الإمارات أكثر اهتماماً بالتطبيق من مستخدمي أندرويد. ارتفع عدد مستخدمي سناب شات آبل من ١,١ مليون إلى ١,٣٥ مليون بينما انخفض مستخدمي سناب شات على أندرويد من ٦٥٠ ألفاً إلى ٥١٠ ألفاً. تشارك الذكور والإناث الزيادة في قاعدة مستخدمي سناب شات، وارتفع عدد الذكور من ٤٧٥ ألفاً إلى ٦٠٠ ألفاً بينما زاد عدد الإناث من ٦٠٠ ألف إلى ٧٥٠ ألفاً.

أظهر مستخدمي سناب شات الإمارات اهتمامهم بثلاثة مجالات رئيسية هي: الرياضة والموسيقى ونمط حياة المرأة! يستخدم عدد كبير من مستخدمي سناب شات التطبيق لمتابعة أحدث الأخبار الرياضية، حيث يتضح أن مليوناً من مستخدمي التطبيق الـ ١,٩ مليون هم من محبي الرياضة أي أكثر من ٥٠% من المستخدمين! كما يُظهر المستخدمون اهتماماً بالموسيقى، ٨١٠ ألف منهم على وجه التحديد. وأخيراً، أظهر المستخدمون اهتماماً قوياً بأسلوب حياة المرأة بـ ٥٧٠ ألفاً، وهو أمر غير مستغرب، حيث تشكل النساء أكثر من نصف المستخدمين.

الاهتمامات والهوايات



مقارنة آبل مع أندرويد



سناب شات في ٢٠١٨



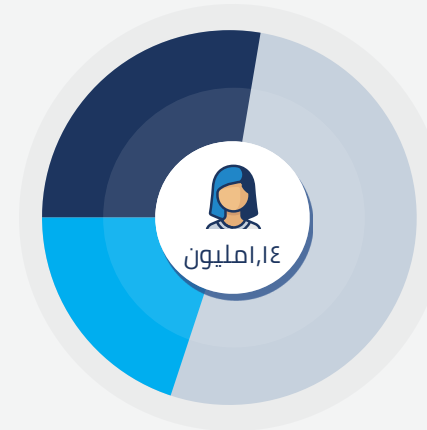
يبدو أن الإمارات هي الدولة الوحيدة التي لم تتعرض فيها قاعدة مستخدمي سناب شات إلى انخفاض ملحوظ، حيث انخفض عددهم من ٢ مليون إلى ١,٩ مليون. ينقسم المستخدمون بالتساوي بين كلتا اللغتين حيث يستخدم اللغة الإنجليزية مليوناً بينما يستخدم العربية ١,٢٧٥ مليون. أما فيما يتعلق بالمشاركة بين الجنسين، فإن الأرقام تظل غير بعيدة حيث يبلغ عدد الذكور ٨٤٠ ألف مستخدم بينما يبلغ عدد الإناث ١,٠٥ مليون مستخدم.

مستخدمو اللغة الإنجليزية ١,٢ - ١,٢٧٥ مليون
مستخدمو اللغة العربية ١,٣٥ - ١,٢٧٥ مليون

المستخدمين النشطين
٢,٠ مليون

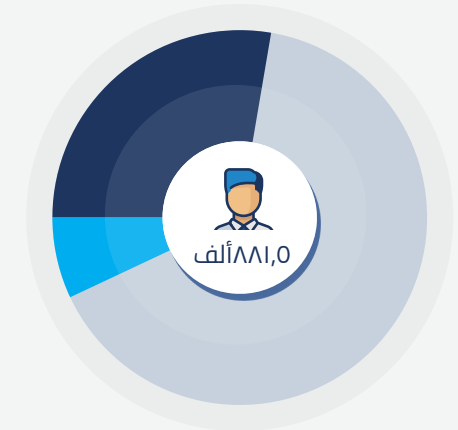
جيل الألفية
١,٢٥ مليون - ١,٢ مليون

جيل X
٥٤٠ ألف - ٥١٠ ألف



● جيل X
● أنثى جيل الألفية
● آخريين

٢٨٥ ألف - ٣٠٠ ألف
٦٣٠ ألف - ٦٦٠ ألف
٢٢٥ ألف - ٢٨٠ ألف



● جيل X
● ذكر جيل الألفية
● آخريين

٢٢٥ ألف - ٢٤٠ ألف
٥٤٠ ألف - ٥٧٠ ألف
١١٦,٥ ألف - ١٧١,٥ ألف



شهد لينكد إن في مصر زيادة بمقدار نصف مليون مستخدم هذا العام.

المستخدمين النشطين ٣,٦ مليون

أنثى ١,٤ مليون
ذكر ٢,٠٦ مليون

المديرين
٢٠٠ ألف

أصحاب الخبرة
٧٢٠ ألف

VP
٥٣ ألف

رؤساء الأقسام
٩٣ ألف

الشركاء
٦,٩ ألف

CXO
٨٥ ألف

الملاك
٥٧ ألف



شهد لينكد إن في السعودية زيادة في عدد المستخدمين بنصف مليون مستخدم هذا العام. جاءت الزيادة بشكل رئيسي من ارتفاع عدد المستخدمين الذكور من ١,٩ مليون إلى ٢,١ مليون مستخدم.

المستخدمين النشطين ٣,٥ مليون

أنثى ٤٣٠ ألف
ذكر ٢,١ مليون

المديرين
٢٣٠ ألف

أصحاب الخبرة
٦٤٠ ألف

VP
٤١ ألف

رؤساء الأقسام
٨٨ ألف

الشركاء
٥,٩ ألف

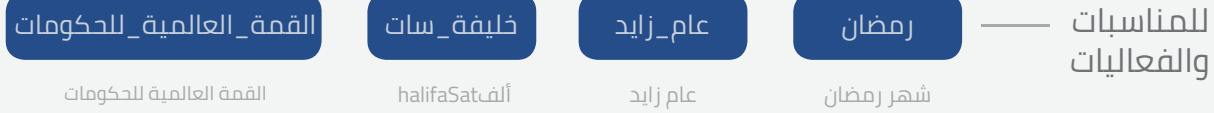
CXO
٢٨ ألف

الملاك
٢٩ ألف

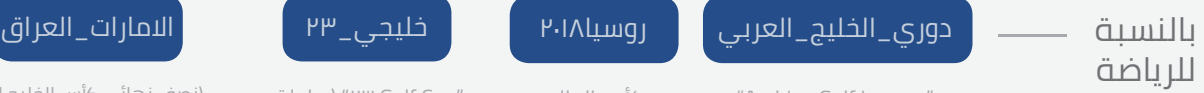
إحصاءات تويتر



أعلى الوسومات (في اللغة العربية)



في قائمة أكثر وسومات المناسبات انتشار يتصدر شهر رمضان المبارك القائمة يليه "عام زايد". عام زايد هو مناسبة تذكارية تحيي ذكرى المغفور له الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان الأب المؤسس لدولة الإمارات.



(نصف نهائي كأس الخليج التي أقيمت عام ٢٠١٨). جرت المباراة في ٢ يناير. فازت الإمارات

"بطولة" ٢٣ Gulf Cup كرة قدم هامة في منطقة الخليج

كأس العالم في روسيا

"Arabian Gulf League" دوري كرة القدم للمحترفين في الخليج

أما بالنسبة لأهم الوسومات الرياضية، فقد احتل دوري الخليج العربي المحلي المركز الأول يليه أحد أهم فعاليات كرة القدم لعام ٢٠١٨؛ كأس العالم في روسيا.

أهم المنشئز - أكثر الحسابات ذكرا



عندما يتعلق الأمر بأكثر أندية كرة القدم شعبية في الإمارات، نجد أن نادي العين يتصدر القائمة يليه نادي الوحدة.

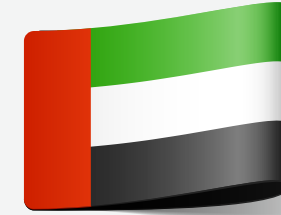
أعلى التغريدات في الإمارات

أعلى تغريدة في الإمارات (من حيث عدد مرات إعادة التغريد) كانت للشيخ محمد بن راشد

من خلال التواجد القوي لشيخ الإمارات على الإنترنت، حضورهم المؤثر وعدد المتابعين لهم، من الطبيعي أن نجد تغريدة الشيخ محمد هي الأعلى في الإمارات.

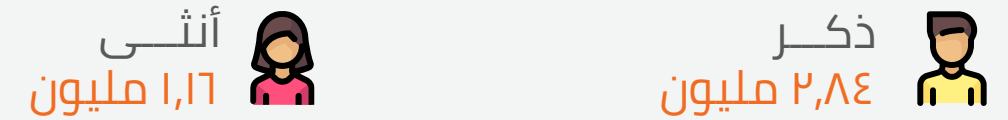


لينكد إن في ٢٠١٨



شهد لينكد إن الإمارات ارتفاع عدد المستخدمين من ٣,٥ مليون إلى ٣,٩ مليون. جاءت الزيادة الرئيسية من ارتفاع عدد المستخدمين الذكور من ٢ مليون إلى ٢,٢ مليون مستخدم.

المستخدمين النشطين ٤ مليون



المديرين
٣١٠ ألف

أصحاب الخبرة
٩٣٠ ألف

VP
١٠٠ ألف

رؤساء الأقسام
١٦٠ ألف

الشركاء
٢١ ألف

CXO
٥٥ ألف

الملاك
٦٤ ألف



أعلى الوسومات (باللغة العربية)

كيكي	kcamexico	premiosmtv	teenchoice	iheartawards	بالنسبة للترفيه
رقصة كيكي من دريك التي حققت انتشاراً كبيراً	جوائز اختيارات Nickelodeon Mexico Kids	جوائز جيل الألفية من MTV	جوائز اختيارات المراهقين	حفلة جوائز موسيقية في الولايات المتحدة	

لم يعد اهتمام المصريين بالمسابقات والمهرجانات الدولية للجوائز خافياً، بعض الهاشجات التي حصلت على تفاعل كبير كانت فعاليات مثل جوائز iheartawards وجوائز اختيارات المراهقين.

أعلى المنشنز: أكثر الحسابات ذكراً

ChelseaFC	FCBarcelona	pyramidsfc	LFC	ZSCOfficial	AlAhly	أكثر حسابات أندية كرة القدم المصرية ذكراً
نادي رياضي إنجليزي	نادي كرة قدم إسباني	نادي رياضي مصري	نادي ليفربول الإنجليزي	نادي كرة قدم مصري	نادي رياضي مصري	

ليس مفاجئاً أن تكون أندية الأهلي والزمالك ذات الشعبية على مستوى البلاد أندية كرة القدم المحلية الأكثر ذكراً

Hegazi	AhmedFathi	midoahm	MoSalah	أكثر حسابات الرياضيين المصريين ذكراً
لاعب كرة قدم مصري يلعب في المنتخب المصري	لاعب كرة قدم مصري يلعب للنادي الأهلي وللمنتخب المصري	لاعب كرة قدم مصري	محمد صلاح - لاعب كرة قدم مصري	

يتمتع مليون MoSalah بشعبية محلية ودولية جارفة لذا يأتي على رأس الحسابات الرياضية الأكثر ذكراً، يحل ميدو في المركز الثاني بعد عودته إلى دائرة الضوء هذا العام!



أعلى تغريدة في مصر

أعلى تغريدة في مصر (من حيث عدد مرات إعادة التغريد) كانت لمحمد صلاح

مع تمتعه بنجومية وشهرة غير مسبوقه، من الطبيعي أن يحصل "مومو" على أكثر عدد من إعادة التغريد في مصر!



أعلى الوسومات (باللغة العربية)

الحج	يوم_عرفه	اليوم_الوطني_٨٨	رمضان	للمناسبات
الحج	يوم عرفه، مناسبة إسلامية	العيد الوطني الـ ٨٨	شهر رمضان	

الهوية الدينية والوطنية للسعودية واضحة جداً حيث يحتل شهر رمضان المبارك واليوم الوطني السعودي الصدارة كأهم الوسومات

النصر_الباطن	الاهلي_الهلل	النصر_الاهلي	الهلل_الاتحاد	بالنسبة لمباريات كرة القدم
مباراة النصر والباطن	مباراة الأهلي والهلل	مباراة النصر والأهلي	مباراة الهلال والاتحاد	

السعوديون مشجعون متحمسين للأندية المحلية حيث تكون أعلى الوسومات دائماً من نصيب الأندية المحلية

أهم المنشنز - أكثر الحسابات ذكراً

alwehdaclubi	ALAHLI_FC	ittihad	AlNassrFC	Alhila_FC	أكثر أندية كرة القدم السعودية ذكراً
الحساب الرسمي لنادي الوحدة	نادي الأهلي لكرة القدم بجدة	الحساب الرسمي لنادي الاتحاد السعودي	نادي النصر السعودي لكرة القدم بالرياض	نادي الهلال السعودي لكرة القدم بالرياض	

عندما يتعلق الأمر بأندية كرة القدم المفضلة للسعوديين، نجد أن نادي الهلال يتصدر القائمة يليه نادي النصر!

M_Abdullah_٩	omaralsomah	٧٢٠	SamiAlJaber	أكثر حسابات اللاعبين ذكراً في السعودية
لاعب معتزل كان يلعب لنادي النصر	لاعب في نادي الأهلي السعودي	لاعب كرة قدم معتزل	لاعب كرة قدم معتزل من السعودية	

على الرغم من اعتزاله لا تزال شهرة وشعبية سامي الجابر مرتفعة حيث يتصدر القائمة.

أعلى تغريدة في السعودية

كانت أعلى تغريدة في السعودية (من حيث عدد اعادة التغريد) من نصيب الملك سلمان

الملك والأمراء في السعودية من بين أكثر اللاعبين شهرة وتأثيراً على الإنترنت، فليس من المفاجئ أن تكون تغريدة الملك سلمان هي أعلى التغريدات من حيث عدد مرات إعادة التغريد في المملكة.



قسم ٢

تحليل القطاعات

في هذا القسم سوف تطلع على الكثير من الرؤى و البيانات عن مختلف القطاعات في الشرق الأوسط والمنطقة العربية. تضمن هذه القطاعات، قطاع الاتصالات، قطاع النقل التشاركي، قطاع الأموال، قطاع الإعلام، قطاع السيارات و المزيد من القطاعات التي تهتمك. كما أننا أضفنا هذا العام المزيد من البيانات عن المواسم الخاصة، مثل شهر رمضان الفضيل والحج.



حجم مشاركة الجنسين في السعودية ومصر

الرجال السعوديون كانوا الأكثر نشاطاً في بلدانهم، في حين كانت الحسابات التجارية في مصر هي الأكثر مشاركة. الإناث كانوا الأقل نشاطاً في مصر، بينما لم تكن الحسابات التجارية نشطة في المملكة العربية السعودية.



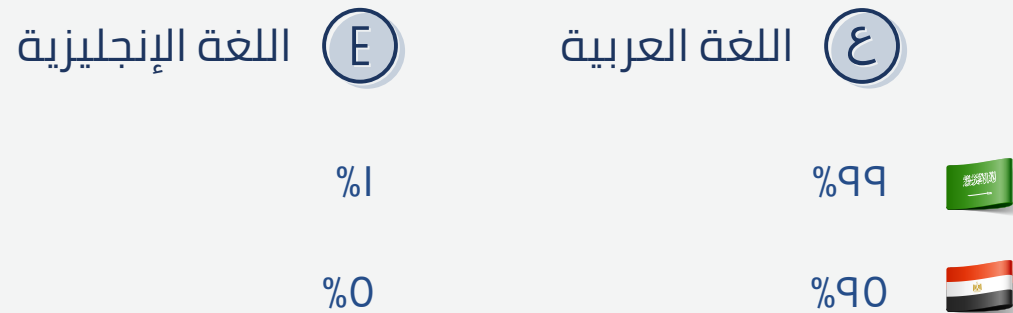
ما الانطباعات التي عبر عنها المستخدمون في كل بلد؟

عادة ما يكون الحياد هو الانطباع المسيطر. من خلال القاء نظرة على مجال الاتصالات، يمكننا القول أنه كان للبلدين نصيبهما من الشكاوى حول قطاع الاتصالات. مع ذلك بدأ المستخدمون السعوديون أكثر رضا عن شركات الاتصالات لديهم من المصريين الذين عبر ٥% منهم فقط عن انطباع إيجابي تجاه تلك الشركات.



ما اللغة التي فضل مستخدمو كل بلد استعمالها؟

أغلب المحتوى جاء بالعربية، من المعروف أن مستخدمي الإنترنت السعوديين والمصريين يفضلون نشر المحتوى على الإنترنت باللغة العربية.



قطاع الاتصالات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

فترة الرصد
١٠ أشهر

الدول المتابعة
السعودية ومصر

منصات التواصل المتابعة

بني هذا التحليل على استفسارات البحث لشركات الاتصالات السعودية والمصرية على تويتر وفيسبوك وانستغرام وكذلك المدونات والمنتديات والمواقع الاخبارية والحسابات الرسمية على فيسبوك وتويتر.

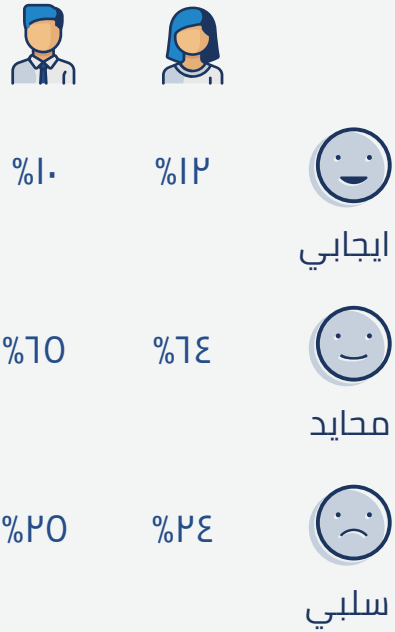
يعتمد هذا القسم على تحليل قطاع الاتصالات في كل من السعودية ومصر خلال العام ٢٠١٨. يتضمن الجزء الأخير من هذا القسم مقارنة عميقة بين أنشطة شركة زين في عامي ٢٠١٧ و ٢٠١٨.

التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*

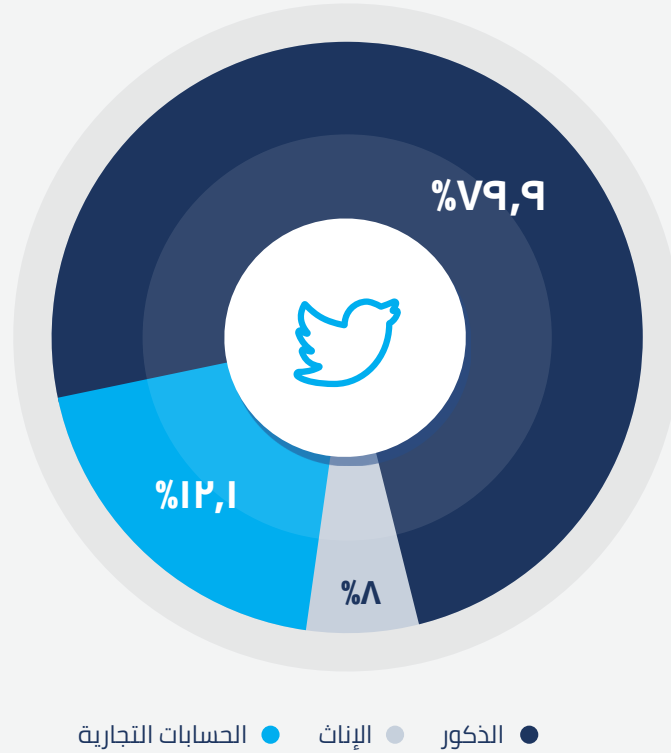


ما الذي عبر عنه الجنسين؟

عادة ما يكون المحتوى المحايد هو الأعلى، خاصة في مجال الاتصالات. يقوم المستخدمون عبر الإنترنت بنشر طلبات بحث على منصات التواصل الاجتماعي، ما يؤدي إلى جعل المحتوى المحايد هو الشائع.



التحليل الديموغرافي للمستخدمين (تويتر فقط)



من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟

الذكور والإناث السعوديون كانوا أكثر نشاطاً من المصريين. مع ذلك كانت نسبة مساهمة المرأة المصرية في المحتوى الأنثوي أكبر من مساهمة الذكور المصريين في "المحتوى الذكوري".



ترتيب شركات الاتصالات في كل من السعودية و مصر

أكثر شركات الاتصالات نشاطًا على الإنترنت بناء على حجم تفاعل المستخدمين على صفحاتها

تستند القائمة التالية على رصد العلامات التجارية التي كانت موضوع أعلى الأنشطة على الإنترنت، بما في ذلك المحتوى الذي يقدمه المستخدم وكذلك المنشورات والتفاعلات الخاصة بالشركات نفسها.

السعودية	مصر
STC	فودافون مصر
32%	42%
موبايلي	المصرية للاتصالات
32%	33%
زين	اتصالات
18%	17%
جاوي	أورانج مصر
1%	8%

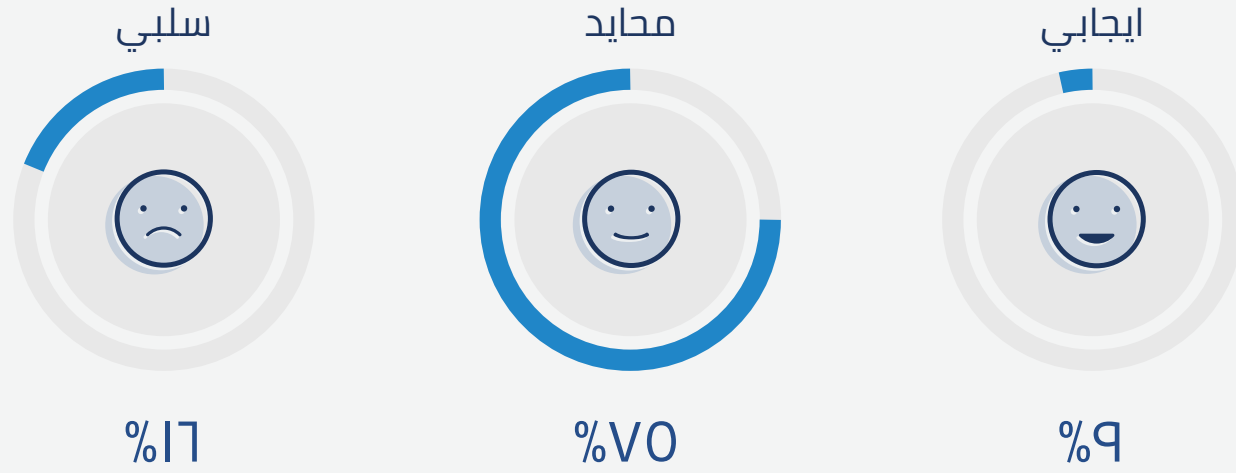
أكثر شركات الاتصالات نشاطًا بناء على المحتوى الذي يتشاركه المستخدمون

استنادًا إلى نشاط المستخدمين، وضعنا الترتيب التالي اعتمادًا على حصة كل شركة من المحتوى الخاص بالمستخدمين وما حصلوا عليه من إعجابات.

السعودية	مصر
STC	فودافون مصر
48%	42%
موبايلي	المصرية للاتصالات
29%	3%
زين	اتصالات
17%	18%
جاوي	أورانج مصر
1%	10%

تحليل الانطباعات تحليل عام (مع استثناء إعادة التغريد)

الحياد كان هو المسيطر، يليه المحتوى السلبي ثم الإيجابي.



الانطباعات لدى الجنسين

الذكور كانوا الأكثر إسهاماً في جميع المضامين العاطفية. الحسابات التجارية، كالعادة، لم تظهر أي انطباع في محتواها.

سلبية	محايد	إيجابي
91,6%	17,3%	89,7%
8,4%	6,3%	10,3%
	26,4%	

اللغات المستخدمة لكل من الانطباعات المعبر عنها (مع استثناء إعادة التغريد)

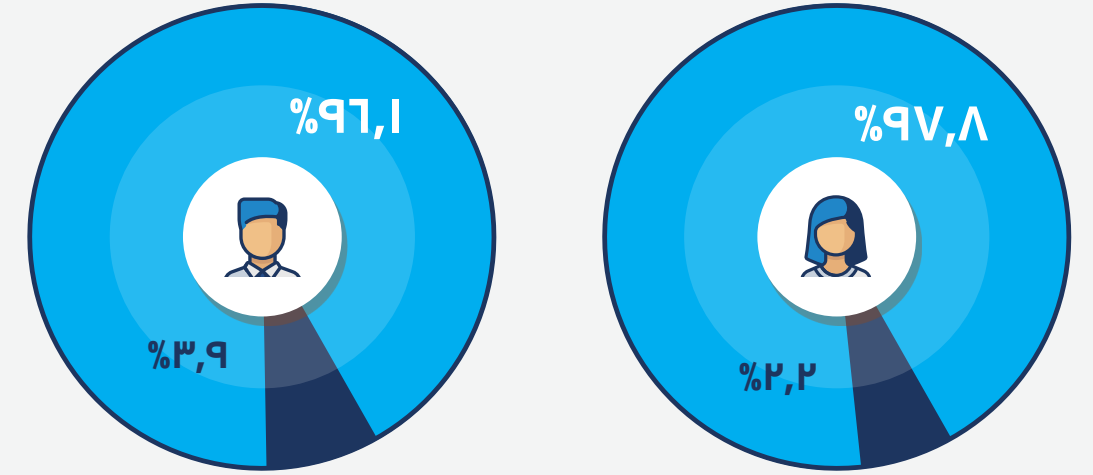
كُتِبَ أغلب المحتوى عبر جميع الانطباعات باللغة العربية. مع ذلك يمكننا ملاحظة أن أقلية كبيرة من المحتوى المحايد والإيجابي نُشِرَ باللغة الإنجليزية.

سلبية	محايد	إيجابي
99,3%	91,47%	91,89%
0,7%	3,03%	3,11%

اللغة العربية (ع)
اللغة الإنجليزية (E)

ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

اللغة العربية. فضل مستخدمو الإنترنت في كلا البلدين استخدام اللغة العربية في التعامل مع شركات الاتصالات الخاصة بهم أو تقديم شكاوى بشأنها أو الثناء على خدماتها..



● اللغة العربية ● اللغة الإنجليزية

أعلى 5 علامات تجارية بالنسبة للذكور والإناث (بحسب تويتز وجنس المستخدم)

طلبات البحث وحسابات مواقع التواصل (مع استثناء الإعجابات)

الإناث	الذكور
34%	43%
33%	20%
13%	10%
12%	1%
8%	1%

توزيع المستخدمين من حيث اللغة

ساهم الذكور بأكثر من ٨٠% من المحتوى العربي. كانت الحسابات التجارية أكثر نشاطًا في اللغة الإنجليزية من العربية، بينما أسهم الذكور بحوالي ٦٣,٧% من المحتوى الإجمالي للغة الإنجليزية.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	الذكور
٦٣,٧%	٨٠,٤%	
١١,٢%	٧,٧%	الإناث
٢٠,١%	١١,٩%	الحسابات التجارية

كيف استخدمت كل لغة في التعبير عن الانطباعات؟

سيطر المحتوى المحايد على المحتوى باللغتين. ارتاح المستخدمون أكثر للتعبير عن انطباعاتهم السلبية باللغة العربية.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	محايد
٨٦%	٧٣%	
١٠%	٩%	إيجابي
٤%	١٨%	سلبى

أعلى ٥ علامات تجارية ذكرا بالنسبة لكل لغة

تم وضع هذا التصنيف للعلامات التجارية وفقاً لعدد المنشور لها والتفاعلات التي تلقاها عبر الإنترنت وعلى حساباتها على المنصات المختلفة.

الذكور (E)	الإناث (ع)
٢٠%	٢٣%
١٩%	٢٠%
١٨%	١٨%
١٠%	١٢%
١٣%	٩%

اسهام كل دولة من ناحية الانطباعات

Saudis had the highest contribution of all the الانطباعات and محايد al content, followed by مصر.

الدولة	إيجابي	محايد	سلبى
	٠,٢٠%	٠,٢٧%	٠,٢٧%
	٠,٢٦%	٠,٦٠%	٠,٩٣%
	٠,٨%	٠,٧٨%	٠,٧٨%
	٠,٥٤%	٢٢,٨٥%	٢٢,٥٢%
	٩,٢٧%	٧٣,٣٦%	٧٣,٤٧%
	٨٧,٦٧%		

أعلى ٥ علامات تجارية بالنسبة للانطباعات

طلبات البحث وحسابات مواقع التواصل (الانطباعات مع استثناء إعادة التغريد)

السلبى	المحايد	الإيجابي
٣٧%	٣٢%	٢٧%
٢٦%	٢٨%	٢٣%
١٨%	٢٣%	١٨%
١١%	١٠%	١٧%
٨%	٧%	١٠%



أعلى منشورات العلامات التجارية تويتر



#1

الاتصالات السعودية @STC_KSA

رجعنا لكم بالمسابقات السهلة والسريعة
فولو + ريتويت وبتدخل معنا السحب
على 6 أجهزة ذكية 8
5000 ريتويت = جهاز
10000 ريتويت = جهازين
20000 ريتويت = ثلاثة أجهزة
إذا وصلنا لعدد الريتويت المطلوب بنبدأ
السحب على الفائزين

شارك واربح
فولو + ريتويت وبتدخل
معنا السحب

6:05 PM - 10 Jul 2018

15,515 Retweets 4,841 Likes

6.7K 16K 4.8K

٤,٨ ألف



١٦ ألف



٦,٧ ألف



أعلنت شركة الاتصالات السعودية عن مسابقة
لمتابعيها تطلب فيها منهم إعادة تغريد هذه
التغريدة، وبناءً على عدد إعادة التغريد توزع
هواتف آيفون كهدية بعد إجراء قرعة لتحديد
الفائزين.

أعلى المنشورات

تويتر + فيسبوك / العلامات التجارية وغير
العلامات التجارية

أعلى منشورات العلامات التجارية تويتر



#3

Mobily | موبيلي @Mobily Follow

مضبط خويك دايم؟
هالمره ضبّط كل اخويك

فولو ولايك وريتويت
ومنشن 4 من اخويك في هاشتاق
#هدايا_موبيلي
وادخلوا السحب لربح 5 أجهزة XS



10:04 PM - 9 Oct 2018

6,215 Retweets 5,812 Likes

23K 6.2K 5.8K

0,8 ألف



23 ألف



6,2 ألف



شركة الاتصالات السعودية تقدم 0 هواتف آيفون هدية بعد إجراء قرعة لاختيار الفائزين من بين متابعي حسابها وذلك شرط أن يقوموا بعمل اعجاب وإعادة تغريد لهذه التغريدة ومنشن لـ 4 من أصدقائهم.

أعلى منشورات العلامات التجارية تويتر



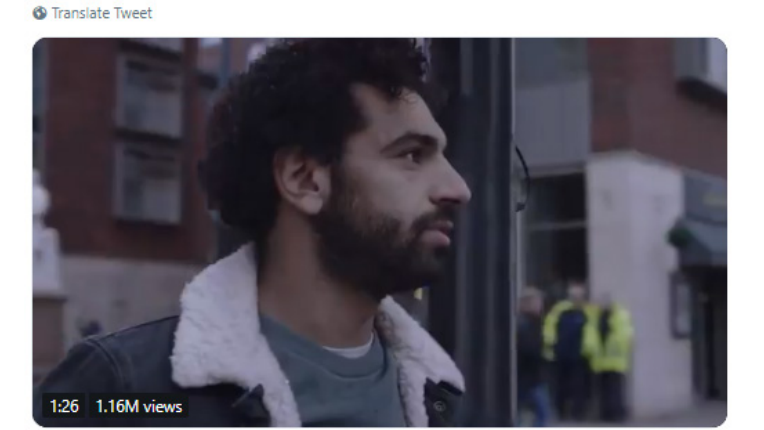
#2

Vodafone Egypt @VodafoneEgypt Following

محمد صلاح رد فينا الروح

خلانا نصدق إننا لما بنتجمع على حاجة بتبقى اقوى
من اي حاجة!

فودافون الشبكة رقم 1
#رقم_1_بيجمعنا



11:03 PM - 14 Mar 2018

2,991 Retweets 11,682 Likes

210 3.0K 12K

12 ألف



3,0 ألف



210



إعلان لشركة فودافون يظهر فيه
النجم المصري محمد صلاح

أعلى منشورات العلامات التجارية فيسبوك



#2

Orange
17 May 2018 · 🌐

جارك أقرب واحد ليك بس بعيد عنك... أورانج السنادي متقربك من جيرانك
اشحن انت و جيرانك و كل حبايبك نفس الكارت اكثر من مره و خليه يلف مصر كلها.
رمضان كريم عليك و علينا كنا
#جاري_يا_جاري

See Translation



Ali Ghozlan and 1M others 37K Comments 131,848 shares 32M views

Like Comment Share

١ مليون



٣٧ ألف



١٣١,٨٤٨



إعلان لشركة أورانج المصرية جمعت فيه
عدد من النجوم الشباب كجزء من حملتها
الرمضانية.

أعلى منشورات العلامات التجارية فيسبوك



#1

Etisalat Misr
19 May 2018 · 🌐

زي ما كل الناس دي مش بتبهر ... اخدا كمان مش بتبهر في رمضان السنة دي!
الشحنة بـ ١٠ جنيه أو أكثر ممكن تشحنها ٢٨ مرة تانية .. ١٤ ليك و ١٤ لحبايبك
اشحن وكلم #٠١١ واختار هدية رمضان وعشان تستخدم الشحنات الإضافية كلم #٠١١*٢٨ بعد الشحن
أو زور <http://spr.ly/6180D5li4>
#اخدا_مش_تبهر_شحنة_رمضان_مع_اتصالات
Shereen Reda - علي الحجاز | Samira Said Ahmed Fahmi Nelly Karim
Ali-Elhaggar Mohamed Ramadan

See Translation



966K 40K Comments 51,867 shares 42M views

Like Comment Share

٩٦٦ ألف



٤٠ ألف



٥١,٨٦٧



نشرت شركة اتصالات مصر إعلاناً لها يجمع
أهم النجوم في مصر كجزء من حملتها
الترويجية في شهر رمضان.

أعلى منشورات المستخدمين

تويتر (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن مع استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



1#

Amr Diab @amrdiab Following

اطلب #٤٤٠* و خليك أول واحد يسمع أغاني ألبوم #عمرو_دياب_الجديد "#كل_حياتي" انتاج @NayForMedia فقط على @VodafoneEgypt

2:29 AM - 26 Jul 2018

1,241 Retweets 14,378 Likes

558 1.2K 14K

Tweet your reply

١٤ ألف



٥٥٨



١,٢ ألف



النجم المصري الكبير عمرو دياب ينشر في تغريدة له خدمة جديدة حصرياً من فودافون تتيح لمتابعيه الاستماع إلى أغنيات ألبومه الجديد.

أعلى منشورات العلامات التجارية

فيسبوك



3#

Vodafone Egypt with Mohamed Salah. Paid partnership ·

محمد صلاح رد فينا الروح
خلانا نصدق إننا لما بتلجمع على حاجة بتبقى أقوى من أي حاجة!
فودافون الشبكة رقم 1 See more ...

870K 22K Comments 57,728 shares 28M views

Like Comment Share

Write a comment...

٨٧٠



٢٢K



٥٧,٧٢٨



إعلان لشركة فودافون يظهر فيه النجم المصري محمد صلاح

أعلى منشورات المستخدمين

تويتر (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن مع استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



#٣

SBA هيئة الإذاعة والتلفزيون @SBAGovSA

Follow

@STC_KSA. بعد أن قرأت تغريدة تركي آل الشيخ (صكها رأسها)، هل تحتكر دوري الأمير محمد بن سلمان للمحترفين، وتخسر رضا السعوديين، وربما اشتراكاتهم، أم تستهدي بالله، وتقول لأبو ناصر تم؟ ترى ويأتي عليك أحسن من ويأتي منك يا STC... طيعو شوري!
@Turki_alalshikh
#ترانا_جاهزين



١,٤ ألف



١,٥ ألف



٤,٦ ألف



تتساءل هيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية في هذه التغريدة عما إذا كانت شركة STC ستجواب مع شكوى تركي آل الشيخ بشأن احتكارها لدوري الأمير محمد بن سلمان أم لا ويعرضون أنفسهم لخسارة العديد من المشتركين.

أعلى منشورات المستخدمين

تويتر (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن مع استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



#٢

عبدالعزیز الخضيری @ABD

Follow

iPhone Xs
iPhone Max

تقدر تاخذه اقساط \$
أو تبدل جهازك القديم (ايفون مدى الحياة) أو تشتري بباقة ٣٩٩ ريال من #زين_السعودية

اطلبه اليوم واستلمه يوم ٢١
bit.ly/2pdyhit

زين أفضل مكان تاخذ منه الايفون؟
متابعين @ZainKSA
شاركوا على #ابل_مع_زين
ويمكن يطلع جهازك علي



8:58 PM - 16 Sep 2018

4,710 Retweets 1,018 Likes

4.6K 4.7K 1.0K

١,٠ ألف



٤,٦ ألف



٤,٧ ألف



بالتعاون مع شركة زين في السعودية نشر عبد العزيز الخيزري تغريدة توضح للمتابعين الطرق المختلفة التي يمكنهم من خلالها الحصول على هاتف آيفون، سواء عبر التقسيط أو عبر استبدال هواتفهم القديم أو عبر الاشتراك في باقة الـ ٣٩٩ ريال من شركة زين السعودية

أعلى منشورات المستخدمين

فيسبوك (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن مع استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



٢#

Pepsi is with Vodafone Egypt.
15 June 2018 · 🌐

هي دي أقوى لمة #فوتنا في لمتنا
Mohamed Salah

See Translation

58K 864 Comments 2,727 shares 4.5M views

Like Comment Share

٥٨ ألف



٨٦٤



٢,٧٢٧



نجم الكرة المصري محمد صلاح يظهر في إعلان مشترك بين فودافون وبيبسي

أعلى منشورات المستخدمين

فيسبوك (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن مع استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



١#

Pepsi is with Vodafone Egypt.
13 June 2018 · 🌐

جه وقت الجد ولا نلم الليلة
#فوتنا في لمتنا
Mohamed Salah

See Translation

106K 1.9K Comments 4,546 shares 10M views

Like Comment Share

١٠٦ ألف



١,٩ ألف



٤,٥٤٦



نجم الكرة المصري محمد صلاح يظهر في إعلان مشترك بين فودافون وبيبسي

أعلى منشورات المستخدمين

تويتر (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن دون استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



#١

وولو٦
 @rblrlzlsls_phuT
 #هوعا_يماج #يعيس همسا نه هيجهتبا
 قيعهعسا قينليها ةلنقاا نلدا يعوعاا رلقا متيب
 ... لالجه
 نحمية قيفلنلهاا تلةلباا تانيممبا رلقناا لهأ
 ةد رقبك نل لهأ ناليتشلاا
 نلنيسا يملببة لهلعج يعيس هلاا نللفه



١٩ ألف



٦,٩ ألف



٣٤ ألف



تركي آل الشيخ يعلن أن دوري الأمير محمد بن سلمان سيبت مجاناً على القناة الرياضية السعودية

أعلى منشورات المستخدمين

فيسبوك (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن مع استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



#٣

CBC Egypt
 3 April 2018 · 🌐

شيكابالا وسارة قصة حب من أول نظرة
 #صاحبة_السعادة | Telecom Egypt

See Translation

22K 574 Comments 693 shares 1.3M views

Like Comment Share

٢٢ ألف



٥٧٤



٦٩٣



نجم الكرة المصري شيكابالا يتحدث عن قصة حبه في برنامج إسعاد يونس على شاشة CBC مصر

أعلى منشورات المستخدمين

تويتر (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن دون استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



#3

هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات @CITC_SA

قرر مجلس إدارة #هيئة_الاتصالات تعليق خدمات شركة موبايلي للعملاء الجدد (المفوترة، مسيقة الدفع) وذلك لعدم وفائها بالتزاماتها في نسبة سعودة الصف التنفيذي الأول التابع لرئيس الشركة ... citc.gov.sa/ar/mediacenter

6:09 PM - 7 Oct 2018

4,601 Retweets 1,592 Likes

681 4.6K 1.6K

Tweet your reply

حملة الدكتوراه @Phds_SA · 8 Oct 2018

Replying to @CITC_SA

هل بدأت #موبايلي تكتيك #السعودة_الوهمية؟! تعيين سعودي كرئيس تنفيذي تقادياً لقرار تعليق الخدمات مع استمرار الرئيس التنفيذي الأجنبي الحالي كمستشار له!! إذا لم يحدث تغيير جذري في الرواتب الشهرية لكلا الشخصين، فما هذا القرار إلا استغلالاً ومراوغة. #هيئة_الاتصالات @Mobily

1,6 ألف



181



1,6 ألف



مجلس إدارة هيئة الاتصالات يعلن عن تعليق خدمات شركة موبايلي حتى تلتزم الشركة بنسبة السعودة في الصف التنفيذي الأول

أعلى منشورات المستخدمين

تويتر (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن دون استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



#2

تركي آل الشيخ @Turki_alalshikh

على stc غداً وبشكل عاجل عقد مؤتمر توضح فيه طريقة النقل التلفزيوني ... غير معقول ... بقي ٤٨ ساعة والناس تبي تفهم ... ويجب ان تكون هناك وسيلة مجانية وبدون تأخير للمشاهدة ...!

10:30 PM - 28 Aug 2018

20,748 Retweets 15,206 Likes

9.6K 21K 15K

Tweet your reply

نغم الحروف @Na1qm · 29 Aug 2018

Replying to @Turki_alalshikh

ياتركي الناس تحتاج لك وقفه تنهى امور النقل وانت راعبها انت الذي تقدر ولك سطوه ولا نشوف احب غيرك يجاريه

16 15K

ياسمين بيزيد @yazan55766 · 29 Aug 2018

Replying to @Turki_alalshikh

تبي تحف ارسل طولك ووزنك عبر الخاص

10 ألف



1,6 ألف



21 ألف



تركي آل الشيخ يعلن عن مؤتمر صحفي عاجل تغطيه STC

أعلى منشورات المستخدمين

فيسبوك (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن دون استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



٢#

Abo Treka Lovers
29 April 2018 · 🌐

محمد صلاح إتحاد الكرة عَقَله وحط صورته على الطائفة التي تنتقل المنتخب لكاس العالم ويجوار صورته تم وضع شعار شركة We للاتصالات راعي اتحاد الكرة محمد صلاح موقع عقد رعاية مع شركة فودافون للاتصالات والعقد يفرض ع اللاعب دفع عرامة كام مليون جنيه لو شارك في اي حملة دعائية لاي شركة منافسة او تم استغلال لصورته حتى ،، دلوقت اللاعب مطالب بدفع الغرامة او مقاضاه اتحاد الكرة لدفع الغرامة بدلا منه اتحاد الكرة طلب من الشركة الراعية التي بدورها طلبت من شركة we سداد الغرامة يقال إن شركة we بيرأسها لواءات وجنرالات سابقين اللي عملوا وذن من طين وذن من عجين وقالوا ماهو معاه فلوس كثير بيقا يدفع هو !!!

اللاعب مؤدب وبيستحي برفع قضية على اتحاد الكرة ده في الوقت اللي محافظ الغربية بيطالب من ابوه كل شوية تبرعات من محمد لصالح المحافظة ده في الوقت بردوا اللي الدولة ارعته للتبرع بخمسة مليون جنيه لستدوق تحيا مصر والتصوير مع الرئيس والا هنطلبك للتجديد وننتهي مسيرتك الاحترافية . ده نموذج لاسان مصري مكافح نجح برة مصر والدولة بتحاب فيه ومش عاوزه تسيبه لدرجة انه نشر صورته امبارح وهو حاضط ايده على رقبته يقولهم فيها اتخفتت 🙄

See Translation

Mohamed Salah @MoSalah · 7m



٢٧ ألف



٣,٩ ألف



٢٤,٢٢٠



صفحة لمعجبي أبو تريكة، النجم المصري الكبير، تتحدث عن الأزمة الشهيرة لصورة محمد صلاح. حين وضعت صورته في إعلان لشركة WE المصرية للاتصالات في حين يملك اللاعب عقداً مع منافستها فودافون.

أعلى منشورات المستخدمين

فيسبوك (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن دون استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم لحساب العلامة التجارية (@)



١#

القدس - alquds
57 mins · 🌐

شاهد إعلان شركة زين الكويتية، اجرا إعلان يتناول رمضان من زوايا عقلت او استغفقت عنها الأمة لسنوات.. حينما يكون الإعلان رسالة..

#نتنظر_في_القدس



رمضان كريم
Ramadan Kareem

41K 1.8K Comments 36,519 shares

Like Comment Share

٤١ ألف



١,٨ ألف



٣٦,٥١٩



نشرت شركة زين اعلاناً أثار الجدل يروي قصة طفل عربي يطلب تناول الإفطار في القدس. قامت صفحة القدس بمشاركة الإعلان وأثنت على فكرته.

أهم المؤثرين من حيث التفاعل تويتر (مع استثناء العلامات التجارية)

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع الاتصالات

الذكور

٣#

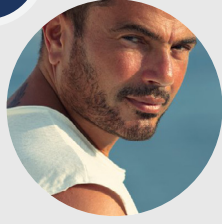


Abdullah_iApp

١٢,٧٣ ألف تفاعل



٢#

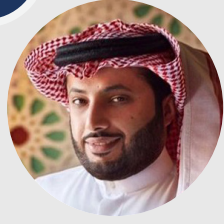


عمرو دياب

٣٩,٨٨ ألف تفاعل



١#



تركي آل الشيخ

٩١,٧٠ ألف تفاعل



أعلى منشورات المستخدمين فيسبوك (مع استبعاد العلامات التجارية ومنشورات المنافسين) لكن دون استخدام المنشئ إلى اسم المستخدم حساب العلامة التجارية (@)



٣#

Nancy Ajram added a new photo to the album The Voice Kids 2. 31 January 2018 · Facebook Creator ·

أنا ولجي وجورج معتمدین علیکم ٢٠ لجي رقم ٢١ لتيصويت، أرسل رقم المشترك المفضل لديك برسالة نصية إلى الرقم المرادف ليبدك Etisalat 4133 - du الإمارات / . mobility 640053 - zein 745512 - seoudية / 95459 مصر 2304 asia call 2267 - zain 4258 - korek 2188 - العراق / zain 96999 - viva 50649 الكويت / تونس : عمان 85115 / 90424 البحرين 94588 - batelco 94588 - viva 98886 - zain 94040 او اتصل على أحد الأرقام التالية: دولي 008821622774101 تريا ليدان 0088216900124 تريا مصر #622# ORANGE

See Translation



٤٠ ألف



٢,٥ ألف



٢٢٨

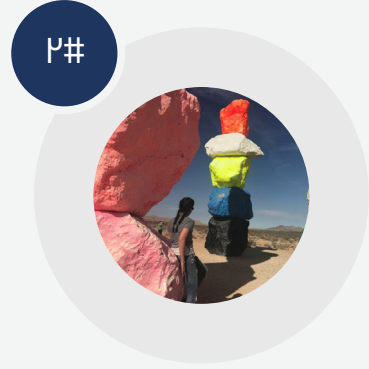


النجمة اللبنانية نانسي عجرم عضوة التحكيم في برنامج ذا فويس كيدز تنشر صورة لها مع فريقها من الأطفال

أهم المؤثرين من حيث التفاعل تويتر (مع استثناء العلامات التجارية)

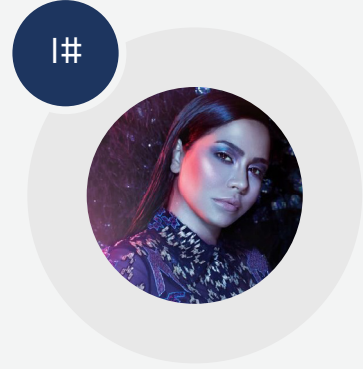
قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع الاتصالات

الإناث



Rawan_AlZamil

٣,٧٨ ألف
تفاعل



شيرين عبد الوهاب

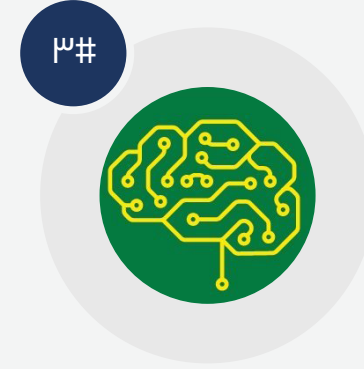
٨,٩١ ألف
تفاعل



أهم المؤثرين من حيث التفاعل تويتر (مع استثناء العلامات التجارية)

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع الاتصالات

الحسابات التجارية



AjelNews٢٤

١٠,٧٦ ألف
تفاعل



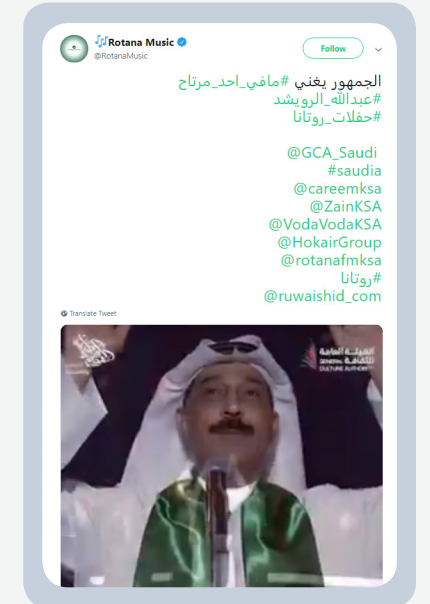
في الجول

١٧,٧٩ ألف
تفاعل



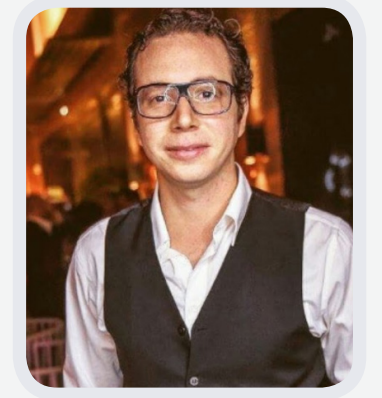
روتانا ميوزيك

٢٨ ألف
تفاعل



أول أداة عربية لرصد وتحليل وسائل التواصل الاجتماعي

رصد ومراقبة ملايين المحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر و إنستغرام و فايسبوك و يوتيوب و المواقع الإلكترونية و المنتديات و المدونات و مواقع الأخبار



أمير شرارة

منتج وسائط رقمية / مدير مشروعات رقمية
شركة إعمار - الإمارات

ما هي اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

١. التسويق عبر الفيديو

يعتبر التسويق عبر الفيديو الأسلوب الأسرع نموًا. في استطلاع أجرته Wyzowl.com يتضح أنه في عام ٢٠١٨ استخدمت ٨١% من الشركات الفيديو في استراتيجيات التسويق الخاصة بها، بينما كانت النسبة ٦٣% في عام ٢٠١٧. ترى العديد من الشركات أن التسويق عبر الفيديو يزيد من فرص نجاحها. ما هي توقعات ٢٠١٩؟ سوف تمثل مشاهدات الفيديو جزءًا كبيرًا من زيارات مستخدمي الإنترنت. خاصية البحث الحي بالذات في ازدهار متسارع. تشير الكثير من الأدلة إلى استنتاج مفاده أن مقاطع الفيديو الحية توفر معدل استبقاء للمستخدم أعلى بكثير من تلك المسجلة.

٢. الدردشة الروبوتية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي

أصبح الذكاء الاصطناعي موضوع الساعة. خاصية الدردشة الروبوتية هي أحد أكثر الأشكال المعروفة والمنفذة على نطاق واسع للذكاء الاصطناعي. بصرف النظر عن الموقع الذي يتصفحونه أو الجهاز الذي يستخدمونه أصبحت ميزة الدردشة الحية شيئًا يتوقع العملاء رؤيته دائمًا. عند استخدامها بشكل صحيح - أي إرسال الرسائل التلقائية حين لا تكون موجودا للرد عليها بنفسك- تمكن هذه الخاصية شركتك من الترحيب بالزائرين على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع. عبر الإجابة على أسئلتهم، وفي نهاية المطاف، جذب العملاء المستهدفين.

٣. البحث الصوتي

'مرحبًا جوجول' واحدة من كل ٥ عمليات بحث باستخدام الهاتف المحمول تتم باستخدام البحث الصوتي، ما يعني أن حوالي ١٢% من جميع عمليات البحث على جوجول (٤٢٠ مليون بحث) عبارة عن استعلامات صوتية عبر الهاتف. كيف يؤثر البحث الصوتي على استراتيجيات تحسين محركات البحث؟ يجب أن يتأقلم المسوقون الرقميون مع تنامي نسبة البحث الصوتي في محركات البحث. اختيار الكلمات نفسها أصبح يدل على الغرض منه، هل هو بهدف البحث أم بنية الشراء. يتضح هذا في الفرق بين قول 'أفضل متاجر الأغذية العضوية' في محرك البحث أو أن تكون أكثر تحديداً فتقول 'مرحبًا جوجول، أخبرني بأفضل متجر للأغذية العضوية في دبي، الإمارات' عبر البحث الصوتي. تبقى نقطة مهمة هنا، كيف سيتماسى المحتوى الخاص بك مع المعايير المتغيرة التي تحدد الترتيب الذي تظهر عليه نتائج البحث؟

٤. قصص استاجرام

اكتسبت قصص استاجرام شعبية كبيرة مؤخرًا وارتفع مستوى التفاعل معها سواء عبر التفاعل الطبيعي أو المدفوع. في يونيو ٢٠١٨، تجاوز عدد مستخدمي استاجرام المليار مستخدم شهريًا، واجتذبت قصص استاجرام ما يقرب من ٤٠٠ مليون مستخدم ما سيجعلها أساسية عند وضع أية استراتيجية لوسائل التواصل الاجتماعي لعام ٢٠١٩.

٥. توسع مجال التسويق الشخصي

أصبح العملاء يتوقعون من العلاقات التجارية تكييف العروض الخاصة بها والخصومات بحيث تناسب تطلعاتهم واحتياجاتهم. للتجاوب بنجاح مع هذا التوقع، سيتوجب على الشركات العمل على بناء حملات إعلانية دقيقة في استهدافها للعملاء المحتملين عبر منصات التواصل الاجتماعي. سوف تستمر المنصات الاجتماعية في تحسين أساليب استهداف العملاء المحتملين مع تزايد الطلب على المحتوى الشخصي.



حجم مشاركة الجنسين في السعودية والإمارات ومصر

من خلال تحليل الدول الأعلى مشاركة وهي السعودية والإمارات ومصر، يتبين لنا أن الرجال السعوديين كان لهم الاسهام الأكبر في الحديث عن السيارات في بلدهم. تجاوزت المرأة المصرية بشكل ملحوظ أنشطة الحسابات التجارية المصرية.



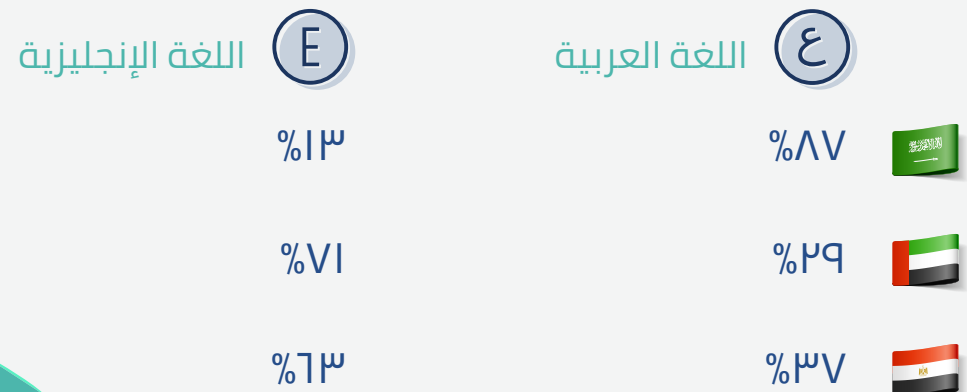
ما الانطباعات التي عبر عنها المستخدمون في كل بلد؟

جاء معظم المحتوى محايداً في أكبر ٣ بلدان، تبعه في الحجم المحتوى الإيجابي. مع ذلك يمكننا ملاحظة أن المستخدمين في مصر شكلوا نسبة أعلى من المحتوى السلبي حول صناعة السيارات.



ما اللغة التي فضل مستخدمو كل بلد استعمالها؟

تنصدر السعودية دائماً في المحتوى العربي. غالباً ما يفضل المستخدمون السعوديون استخدام اللغة العربية للتعبير عن انطباعاتهم أو آرائهم. في حين فضل معظم المستخدمين في الإمارات ومصر استخدام الإنجليزية للتكلم عن صناعة السيارات. ضع في اعتبارك أن هذه الأرقام لا تمثل سوى صناعة واحدة فلا يمكننا مثلاً استنتاج أن المصريين يفضلون استخدام اللغة الإنجليزية بشكل عام.



قطاع السيارات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا



فترة الرصد
١٠ أشهر

المناطق المتابعة
منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

منصات التواصل المتابعة
تويتر وفيسبوك وانستغرام والمدونات والمنتديات والأخبار
١٨ علامة تجارية مختلفة من السيارات، ١٢ حساباً رسمياً على
فيسبوك و١٧ حساباً رسمياً على تويتر.

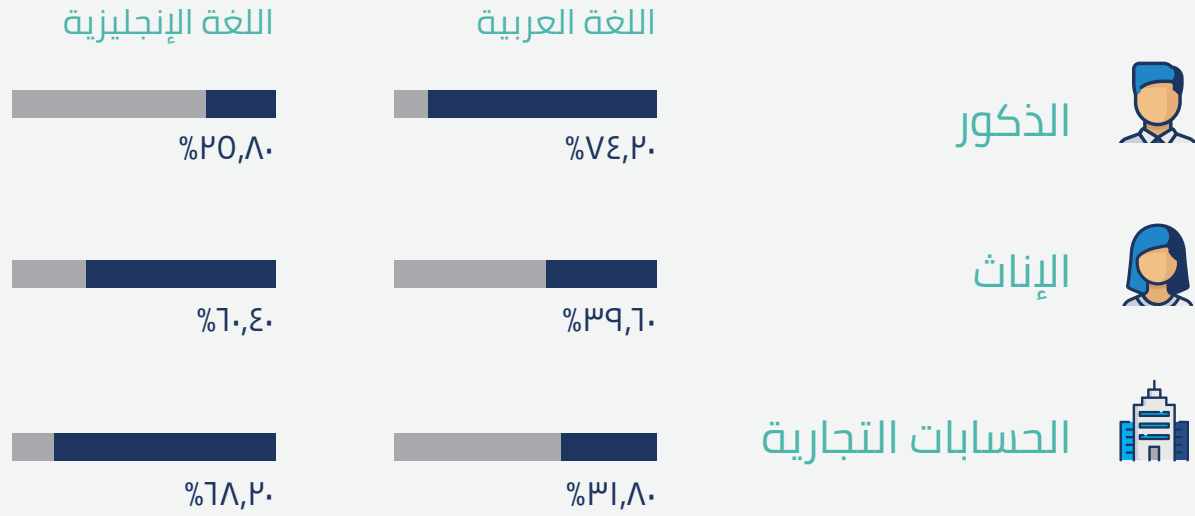
يعتمد هذا القسم على تحليل ما قاله المستخدمون حول صناعة السيارات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا خلال عام ٢٠١٨.

التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*

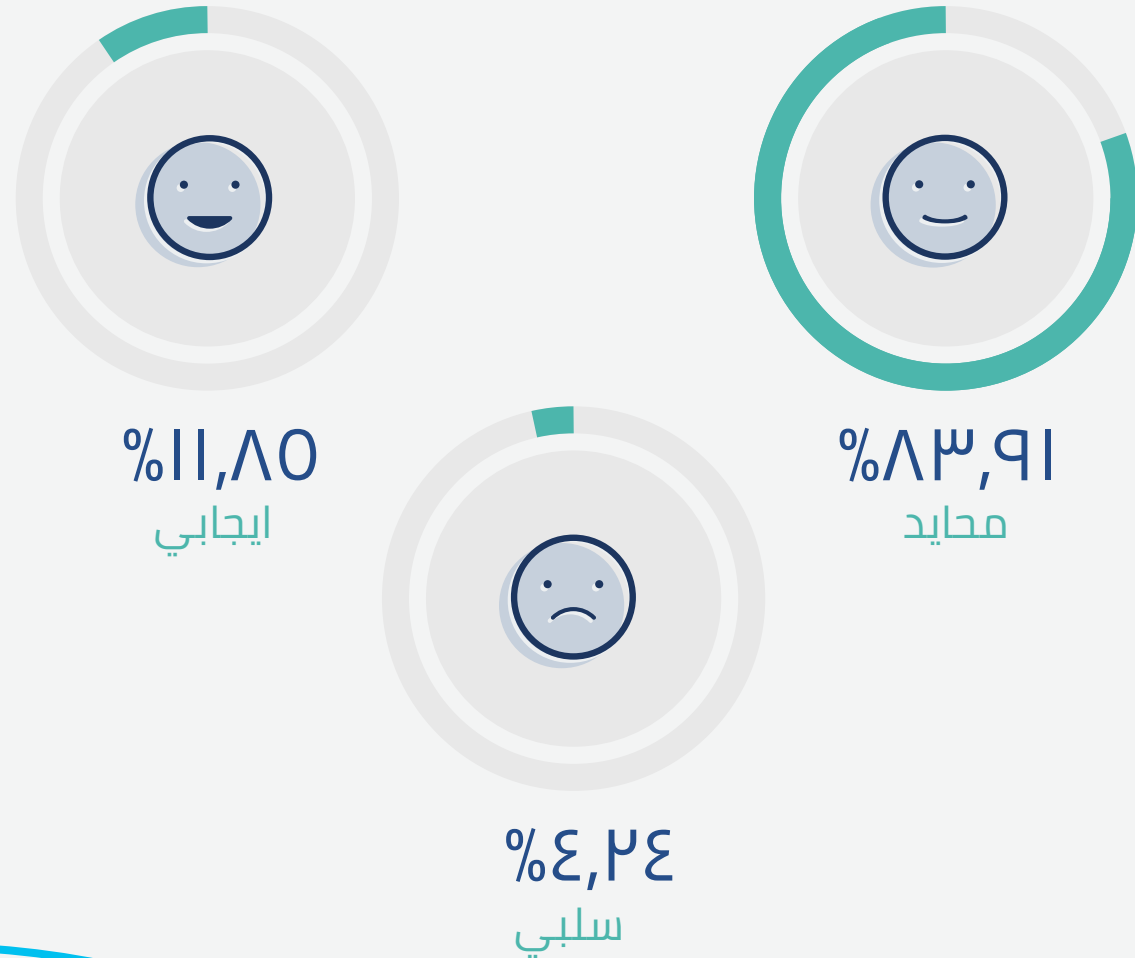


ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

فضل المستخدمون الذكور استخدام اللغة العربية. بينما فضلت حسابات الإناث والحسابات التجارية استخدام اللغة الإنجليزية.



تحليل الانطباعات

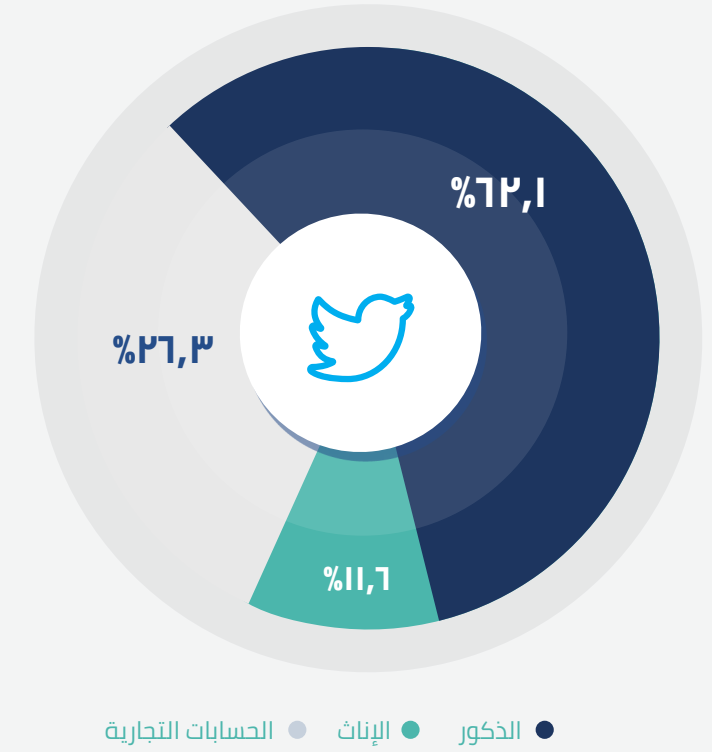


التحليل الديموغرافي للمستخدمين

(تويتر فقط)

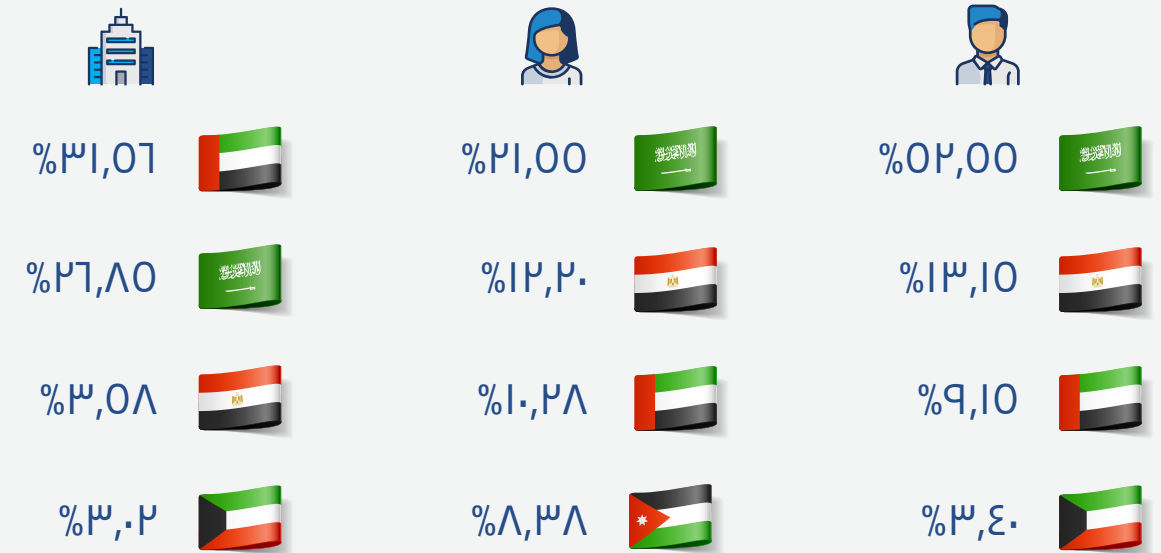
ما الذي عبر عنه الجنسين؟

أبدى المستخدمون من الذكور والإناث نفس القدر تقريبا من الحياد بالنسبة لصناعة السيارات. ربما كان الإناث أقل تعبيراً عن ملاحظاتهم السلبية، أو لم تكن لديهم أية ملاحظات سلبية.



من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟

جاءت مشاركة الحسابات التجارية في دولة الإمارات أعلى عند مقارنتها بالحسابات التجارية في كل من السعودية ومصر، حيث كانت نسبة مشاركتها أعلى من الذكور والإناث.



تحليل عام للغة



توزيع المستخدمين من حيث اللغة

كان الذكور أكثر المستخدمين نشاطًا في كلا اللغتين. سيطر الذكور على الغالبية العظمى من المحتوى العربي بنسبة 82% من النقاش، في حين أنهم ساهموا بـ 80.8% فقط من المحتوى الإنجليزي.

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	الذكور
82.3%	40.8%	الذكور
1.8%	16.8%	الإناث
10.9%	37.6%	الحسابات التجارية

كيف استخدمت كل لغة في التعبير عن الانطباعات؟

جاء معظم الحديث حيادياً، وحل الحديث الإيجابي ثانياً بينما كان المحتوى السلبي أقلهم.

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	محايد
78.91%	83.9%	محايد
14.1%	13.1%	إيجابي
6.99%	3.0%	سلبي

الانطباعات لكلا الجنسين

لم تعبر الحسابات التجارية كالعادة عن أية انطباعات في محتواها. كان الذكور هم الأكثر مشاركة في النقاش الإيجابي والسلبي، ولكن جاءوا في المرتبة الثانية بعد الحسابات التجارية من ناحية الحياد.

محايد	إيجابي	سلبي
40.0%	82.7%	87.6%
7.0%	17.3%	12.6%
47%		

ما اللغة التي استخدمت في التعبير عن كل من هذه الانطباعات؟

كانت اللغة العربية هي السائدة في التعبير عن جميع الانطباعات. استخدمت اللغة العربية أكثر بشكل ملحوظ في الشكاوى.

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	محايد	إيجابي	سلبي
04.0%	40.0%	04.0%	07.9%	74.9%
	40.0%	42.1%	42.1%	20.1%

اسهام كل دولة من ناحية الانطباعات

جاءت السعودية متقدمة في جميع الانطباعات. مصر كانت ثاني أكبر مساهم باستثناء الانطباعات المحايدة حيث حلت الإمارات محلها. الافتراض الأرجح هو أن الحسابات التجارية الموجودة في دولة الإمارات كانت نشطة للغاية، ما رفع النسبة المئوية لمشاركة الدولة بشكل ملحوظ.

الإمارات	السعودية	مصر	قطر	إيجابي
47.0%	14.6%	9.7%	6.2%	إيجابي
37.9%	11.1%	17.0%	4.0%	محايد
46.2%	10.7%	1.4%	0.1%	سلبي

CELEBRATING



years

THE LEADING COMMUNICATIONS CONSULTANCY IN MENA

Proudly celebrating our 35th anniversary in 2019, APCO Worldwide's story in the Middle East began to unfold in 2006. Today, our 200+ employees and four offices are a testament to our rising growth and commitment to the MENA region.

APCO
worldwide®

celebrating
35
years

حسام سلطان

مدير قسم التواصل الاجتماعي
1000heads



كان العام الماضي مليئاً بالأحداث بالنسبة لعمالقة التكنولوجيا في سيليكون فالي، وخاصة فيسبوك. شهدنا العديد من حالات الفشل المتعلقة بالأمن وحماية الخصوصية في فيسبوك على مدار العام ما كان أحد أسباب تطبيق "النظام الأوروبي لحماية البيانات" عبر الاتحاد الأوروبي في أبريل الماضي. حدث أمر آخر لم يتسبب بنفس الضجة، ولكن بالتأكيد كان شديد الأهمية، ألا وهو ابرام جوجل وماستركارد صفقة سرية تسمح للمعلنين بتتبع ما إذا كانت إعلاناتهم عبر الإنترنت أدت إلى عمليات بيع مباشر في متاجر في الولايات المتحدة. بدأت المنصات الالكترونية وخاصة منصات التواصل الاجتماعي تشديد إجراءاتها الأمنية أكثر من أي وقت مضى، والعمل بسرعة على الغاء امتيازات سابقة سهلت للمعلنين استهداف المستخدمين.

كان لكل ما سبق تأثير كبير على سلوك وثقافة المستخدمين عبر الإنترنت. في عام ٢٠١٩، من المحتمل أن نشهد المزيد من التغييرات الكبيرة التي سيكون لها دورها أثر على القرارات التي يتخذها المسوقون. بدأ المستخدمون بالفعل في اللجوء إلى الرسائل الخاصة والقنوات المحمية لاستعراض المحتوى ومشاركته، وسيستمررون في ذلك خلال عام ٢٠١٩. سيصبح المحتوى الترفيهي ضرورياً أكثر لجذب انتباه المستخدم على المنصات العامة. قد لا يحافظ ذلك على مشاركتهم، حيث إننا نشهد استهلاكاً بمعدل أقل للمحتوى على المنصات الاجتماعية. يتعاطى المستخدمون مع المحتوى بمعدلات أقل بكثير من ذي قبل، ومع ذلك، من المرجح أن يجذب المحتوى الترفيهي انتباههم لفترة كافية. مشاهدة مقاطع الفيديو ASMR مرتفعة جداً. السبب؟ أنها ترفيهية فقط.

رغم ما سبق سيكون مفاجئاً أن تحقق الإعلانات على منصات الرسائل نتائج فارقة إذا ظلت جودة الإعلانات والمحتوى الترويجي على ما هي دون تغيير. فكر في الأمر بهذه الطريقة، يهرب المستخدمون من المحتوى الترويجي الخالص، لذا لن يؤدي تغيير المكان الذي تضع فيه إعلانك إلى خفض حدة هروبهم في عام ٢٠١٩.

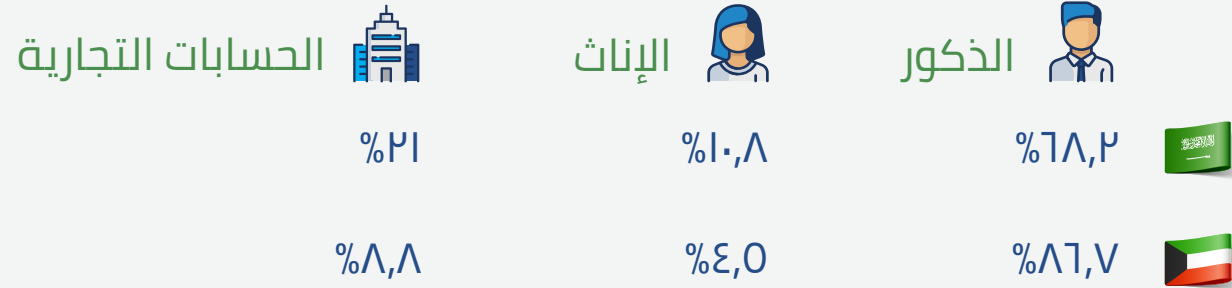
ستبدل منصات التواصل الاجتماعي على الأرجح مزيداً من الجهد في عام ٢٠١٩ للعمل بشكل أقرب مع شركات الإعلانات. قد يعوضهم هذا عن غياب البيانات الموثوقة عن المستخدمين، سوف يبني تعزيز هذه العلاقة المزيد من الثقة بين المنصات الاجتماعية والعلامات التجارية، من خلال شركات الإعلانات.

ختاماً، سوف تستمر ألعاب الهاتف المحمول في الانتشار مع ارتفاع عدد مستخدمي الهواتف الذكية. تقول مجلة فوربس أن هناك أكثر من ٢,١ مليار ممارس لألعاب المحمول حول العالم. وفقاً للأبحاث التي أجرتها On Device Research و AdColony، يتراوح متوسط وقت اللعب في الإمارات والسعودية ومصر بين لاعبي الهواتف المحمولة بين ١٠ و ٤٠ دقيقة يوميًا، ما يجعلها تنافس بشدة على نسبة كبيرة من الوقت الذي يقضيه المستخدمون بشكل عام أمام الشاشات مجتمعة، والذي يقارب الـ ٣,٨ ساعة يوميًا في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا.

لا تتنافس العلامات التجارية مع بعضها البعض فحسب، بل إنها تتنافس أيضًا مع مصادر الترفيه الأخرى. المحتوى الترفيهي سيكون هو فرس الرهان في ٢٠١٩.

حجم مشاركة الجنسين في السعودية والكويت

كان الذكور هم المسيطرون والأكثر نشاطًا في مجال المال في الشرق الأوسط في عام ٢٠١٨، تليهم الحسابات التجارية ثم الإناث



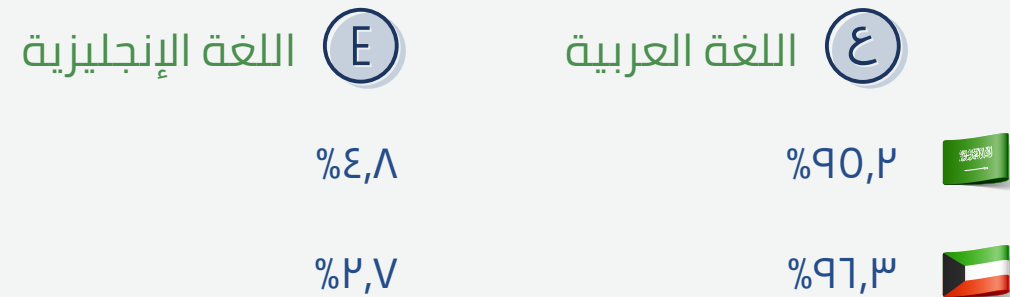
ما الانطباعات التي عبر عنها المستخدمون في كل بلد؟

في معظم الأحيان يهيمن الحياد على المحتوى عبر الإنترنت ما لم تكن هناك أزمة ما. في الوقت نفسه، أعرب الكويتيون عن محتوى سلبي أكثر من الإيجابي، بينما بدأ السعوديون أكثر رضا عن القطاع المالي في بلدهم.



ما اللغة التي فضل مستخدمو كل بلد استعمالها؟

من المعروف أن كلا البلدين يفضل استخدام لغته الأم في نشر المحتوى على الإنترنت أو التفاعل معه. لذا كانت غالبية المحتوى باللغة العربية.



قطاع المال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا



فترة الرصد
١٠ أشهر

المناطق المتابعة
منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

منصات التواصل المتابعة
يعتمد هذا التحليل على رصد طلبات البحث بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا على تويتر وفيسبوك واستagram والمدونات والمنتديات والأخبار.

يعتمد هذا القسم على تحليل القطاع المالي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا خلال عام ٢٠١٨، بما في ذلك تحليل أهم بلدين، السعودية والكويت.

تغطي طلبات البحث المواضيع التالية

- التأمين على الحياة
- تأمين السفر
- القروض (بالعربية والإنجليزية)

- حسابات التوفير
- التأمين على السيارات/المركبات
- التأمين الصحي

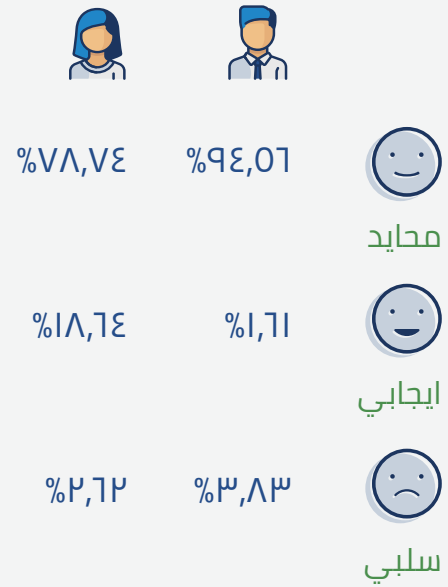
- بطاقات الائتمان (بالعربية والإنجليزية)
- إدارة الثروة
- الحسابات البنكية

التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*

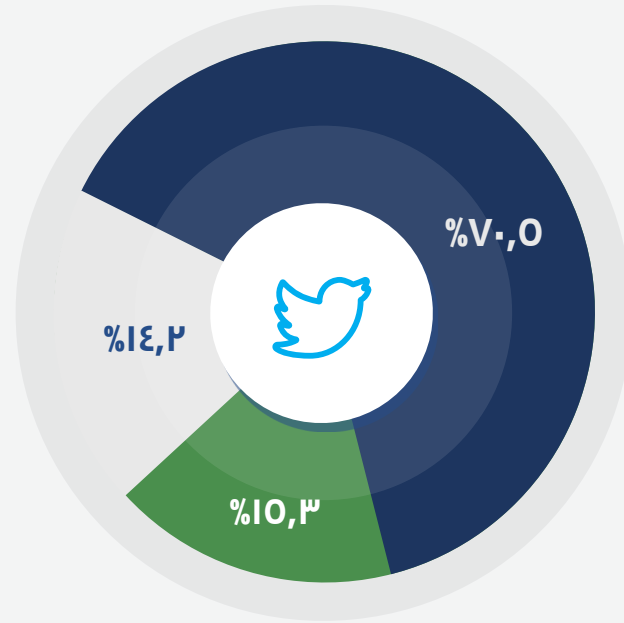


ما الذي عبر عنه الجنسين؟

سيطر الحياد على المحتوى، إلا أن الإناث بدوا أكثر رضا من الذكور عن القطاع المالي.



التحليل الديموغرافي للمستخدمين* (تويتر فقط)



الذكور ● الإناث ● الحسابات التجارية

من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟

تعد السعودية من أكثر الدول نشاطًا على تويتر. لذا فإنها عادة ما تحتل المرتبة الأولى في الأنشطة والتفاعلات عبر الإنترنت.



ما هي مواضيع القطاع المالي التي شغلت المستخدمين في الكويت والسعودية؟

يهتم معظم مستخدمي الإنترنت في الكويت والسعودية بالقروض، حيث كان الموضوع الأكثر ذكرًا وجاذبية لهم.



نظرًا لعلبة موضوع القروض على المحتوى، فقد قررنا استثناءه، لنقدم لك رؤية أكثر وضوحًا حول اهتمامات المستخدمين عبر الإنترنت.



تحليل عام للانطباعات

غلب الانطباع المحايد على أغلب المحتويات، تبعه الانطباع الإيجابي ثم السلبي.



الانطباعات لكلا الجنسين

عادة ما تنشر الحسابات التجارية غالبية المحتوى المحايد. الذكور كانوا المساهم الرئيسي في جميع الانطباعات. مع ذلك، جاءت مساهمات الإناث في المحتوى العاطفي أعلى قليلاً من مساهماتهم في المحتوى المحايد.

نوع الانطباع	الذكور	الإناث
سلبي	93,2%	1,8%
إيجابي	93,4%	1,1%
محايد	70%	20,1%

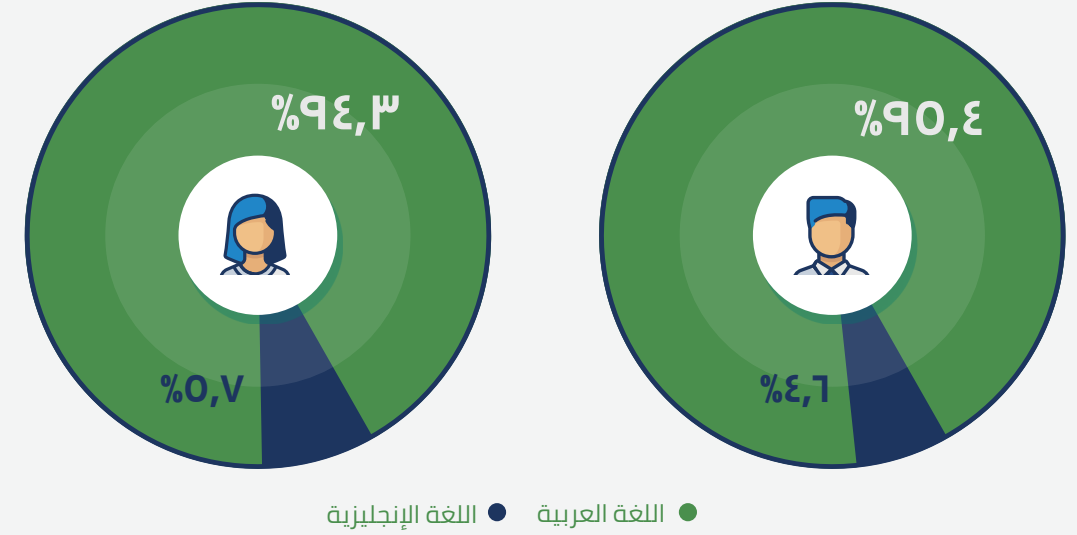
ما اللغة التي استخدمت في التعبير عن كل من هذه الانطباعات؟

كانت اللغة العربية هي الأكثر استخداماً للتعبير عن الانطباعات لكن نسبة أكبر من المحتوى السلبي كانت بالإنجليزية.

نوع الانطباع	العربية	الإنجليزية
سلبي	92,9%	7,1%
إيجابي	98,0%	1,0%
محايد	97%	3%

ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

نظراً لأن السعودية والكويت ومصر كانت أكثر الدول نشاطاً، جاء استخدام اللغة العربية لكل من الذكور والإناث أكثر من الإنجليزية لأن هذه الدول تفضل التغريد والمشاركة باللغة العربية.



أهم 3 مواضيع ناقشها الذكور والإناث والحسابات التجارية

القروض كانت هي أكثر المواضيع التي تم الحديث عنها فيما يتعلق بالقطاع المالي. يبدو أن الشركات تقوم بعمل جيد من ناحية تقديم محتوى يتجاوب مع اهتمامات المستخدمين ويركزون على القروض في المحتوى الذي يقدمونه.

الموضوع	الذكور	الإناث	الحسابات التجارية
القروض	91%	89,2%	88%
الحسابات البنكية	0%	4%	7%
إدارة الثروة	2%	3,7%	3%

بعد استبعاد القروض من المهم جداً معرفة اهتمامات المستخدمين عبر الإنترنت بعد استثناء الموضوع المسيطر على النقاش، القروض.

الموضوع	الذكور	الإناث	الحسابات التجارية
الحسابات البنكية	2%	40%	01%
إدارة الثروة	23%	34%	22%
بطاقات الائتمان	19%	16%	9%

تحليل عام للغة



توزيع المستخدمين من حيث اللغة

توضح هذه الأرقام من المستخدمين سيتفاعل مع المحتوى المالي بكل لغة. ساهمت الحسابات التجارية بشكل أكبر في المحتوى باللغة الإنجليزية

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	الجنس
40.0%	7.7%	الذكور
0.1%	14.2%	الإناث
49.6%	10.1%	الحسابات التجارية

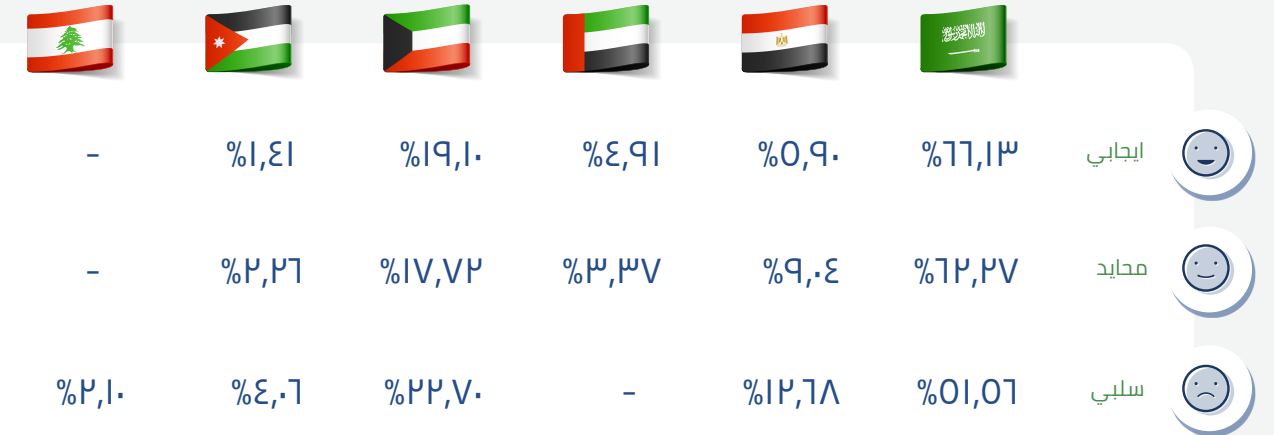
كيف استخدمت كل لغة في التعبير عن الانطباعات؟

هل كان المستخدمون أكثر راحة في التعبير عن انطباعاتهم بلغة واحدة أكثر من الأخرى؟ بالنسبة لقطاع المال فإن اللغة الإنجليزية كانت أقل استخداماً من العربية في التعبير عن المحتوى الإيجابي.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	التعبير
8%	1%	سلبية
8%	17%	إيجابي
86%	81%	محايد

اسهام كل دولة من ناحية الانطباعات

السعودية كانت البلد الأكثر مساهمة في جميع الانطباعات والمحتوى المحايد.



أعلى 0 موضوعات من حيث الانطباعات

حقيقة أن القروض كانت أكثر المواضيع التي يتم الحديث عنها، لا تعني بالضرورة شيئاً جيداً، حيث كانت أكبر مصدر للمحتوى السلبي أيضاً.



بعد استبعاد القروض أبدى المستخدمون المزيد من الانطباعات بشأن مناقشة الحسابات البنكية وكذلك بطاقات الائتمان. تركز المحتوى المحايد في الغالب على إدارة الثروة.



أعلى المنشورات تويتر



#

joj @vi_joz [Follow](#)

اخوي مهندس ميكانيكي عاطل من اربع سنوات وجرب مشاريع كثيرة وقدر الله مانج فيها ،اضطر ياخذ قرض ويبدأ بمشروع جديد (كوفي) وحببت افاجاه بدعم بمساعدتكم وفرعتكم وافرحه واليوم كان الإفتتاح ✨ بمدينة جده حي الحمدانية

Translate Tweet

11:00 PM - 23 Aug 2018

23,679 Retweets 15,132 Likes

2.1K 24K 15K

١,٥ ألف



٢,١ ألف



٢٤ ألف



مستخدمة تحاول جذب الزبائن إلى مقهى شقيقها، الذي يموله من خلال قرض.

أهم ٥ مواضيع تمت مناقشتها في كل لغة

يبدو أن مستخدمي الإنترنت الذين يفضلون نشر المحتوى باللغة الإنجليزية كانوا أقل اهتمامًا بالقروض وأكثر اهتمامًا بإدارة الثروة.

اللغة الإنجليزية



إدارة الثروة	68%
القروض	12%
بطاقات الإئتمان	9%

اللغة العربية



القروض	96.3%
Ban ألف Account	2%
بطاقات الإئتمان	0.14%

تحليل اضافي المواضيع الأكثر مناقشة (حصتها من الحديث)

الحسابات البنكية	2%
بطاقات الإئتمان	1%

القروض	90%
إدارة الثروة	0%

بعد استبعاد القروض

بطاقات الإئتمان	8%
حسابات التوفير	0%

إدارة الثروة	07%
الحسابات البنكية	22%

أعلى المنشورات تويتر



#٣

Khaled Bahah خالد بحاح  [Follow](#)

3/3 تقديم قروض أو هبات سيؤجل الإنهيار، لكن لن ينهيه.
فالأدوات التي أنتجت هذا الحال ستعيدنا إليه، حاجتنا لسلطة دولة وطنية مُبتكرة من رأس الهرم الى أدناه، تفعل العجلة الاقتصادية والعسكرية والسياسية قبل فوات الأوان.
اللهم ارزقنا قيادة راشدة، وحقها بالبطانة الصالحة.

[#بحاح](#)

Translate Tweet

1:07 PM - 18 Jan 2018

769 Retweets 2,434 Likes

277 769 2.4K

Tweet your reply

عباس الضالعي @abbasaldhalei · 18 Jan 2018
Replying to @KhaledBahah

جربناك
لاداعي للنصائح

Translate Tweet

29 54

2020 @2020_aboziad · 19 Jan 2018
جربنا وطلع رجل شريف وصادق وخرجتوه لانه لا يمشى مع متطلباتكم يا سرق

Translate Tweet

٢,٤ ألف



٢٧٧



٧٦٩



نائب الرئيس اليمني ورئيس الوزراء يعلق على قانون مطبق حديثا ويقدم النصائح للحكومة.

أعلى المنشورات تويتر



#٢

Muna AbuSulayman منى  [Follow](#)

#شهر العسل... الناس تنبسط كم ساعة و انت تدفع ربع مرتبك سنين.. لازم نرجع البساطة فى الاحتفالات ..و إذا فى فلوس للاحتفال اعطيها العرسان بطريقة استثمار أو عقار، عيب الفرحة ليلة و ليلة و العرسان يرجعون على شقة ايجار

Translate Tweet

3:26 AM - 3 Jan 2018

4,321 Retweets 2,743 Likes

447 4.3K 2.7K

Tweet your reply

حسين الشيخ @HusseinAlshiekh · 7 Jan 2018
Replying to @abusulayman @3zizmansouri

بالفعل هذا الصحيح ولابد للعروس مساعدة عريسها فى ذلك فعليها يقع العائق الأكبر خصوصا مع وجود صديقات يحضنها على التذير وإن على حساب الاستدانة.

Translate Tweet

3

ابو خالد القم البلوى @d13741374 · 3 Jan 2018
Replying to @abusulayman

نعم هذا الخطأ الفادح والمصيبة الأكبر لدى محدودى الدخل اكثر.مجتمعنا يحتاج إعادة صياغة لثقافتنا تبدأ من : (مدارسنا، منابرالجمع، منتدياتنا) وعلى الاعلام ان يبرز بعض الحفلات المبسطة ويناقش ايجابياتها مقارنة بسلبيات حفلات "البذخ، والرياء".

٢,٧ ألف



٤٤٧



٤,٣ ألف

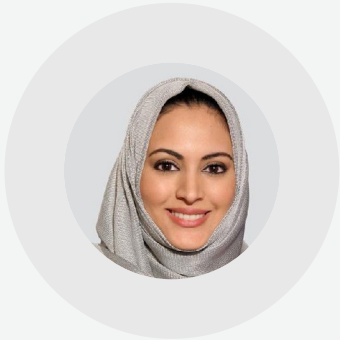


الشخصية السعودية المعروفة منى أبو سليمان تحذر من الاقتراض لتمويل حفلات الزفاف الكبيرة وشهر العسل.

أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

أئمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن القطاع المالي

البنات



@abusulayman

٧,٩٢ ألف
تفاعل



الحسابات التجارية



@AjelNews24

٥,٤٧ ألف
تفاعل



@redfksa

١٢,٢٨ ألف
تفاعل



أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

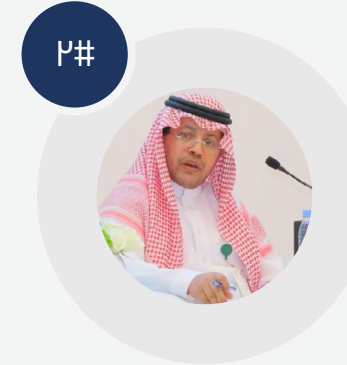
أئمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن القطاع المالي

الذكور



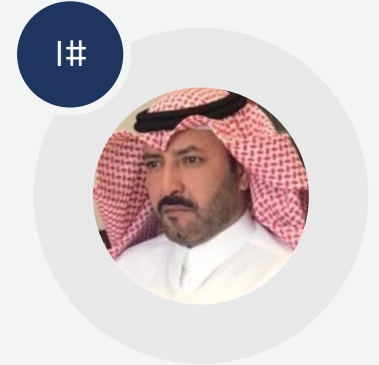
@salempzahran05

٦,٣٤ ألف
تفاعل



@Dr_Alwathnani

٩,٩٤ ألف
تفاعل



@askarIs

١٦,٩٦ ألف
تفاعل



محمد عنابة

مقدم إذاعي وتلفزيوني



عن المؤثرين في منطقة الشرق الأوسط

مجال المؤثرين مثير للاهتمام بشكل خاص. تتزايد أهمية التسويق عبر المؤثرين منذ فترة في منطقة الشرق الأوسط، هناك الكثير مما نحن في حاجة لاستيعابه وتعلمه بشأن هذا المجال. كلما اجتمعت بالمسؤولين عن علامة تجارية أو شركة تتطلع إلى استخدام خدمات المؤثرين للوصول إلى المزيد من العملاء المحتملين، أدركت على الفور وجود ثغرات كثيرة في فهمهم وتقييمهم للمؤثرين. بعض الشركات لا تدرك أهمية المؤثرين على مجال معين فقط. لقد صدمت عندما علمت أن الكثيرين ما زالوا يقيمون المؤثرين بناء على عدد متابعيهم بغض النظر عن طبيعة هذا العدد من المتابعين وصحة الرقم.

على الرغم من أن منصات التواصل الاجتماعي تبذل الكثير من الجهد في محاولة التحقق من صحة عدد المتابعين الحقيقيين للصفحات، إلا أن العديد منهم لا يزالون يشتركون المتابعين. بالنسبة لي الأمر بسيط جداً، إذا كان بوسعك الربط بين مؤثر ما على وسائل التواصل الاجتماعي ومجال معين، وشرح ما يفعله بوضوح، حينها يمكنك اعتباره مؤثر.

وسائل التواصل الاجتماعي في ٢٠١٨، المنشورات VS. القصص

لاحظنا في عام ٢٠١٨ أن القصص تفوق التفاعل أكثر من المنشورات. حتى عندما تستخدم الشركات المؤثرين للترويج لخدماتها ومنتجاتها، فإنها تطلب منهم نشر القصص بدلاً من المنشورات. على الرغم من أنها أقل تفاعلية، إلا أن الجمهور عبر الإنترنت يرتبط أكثر بالقصص ويشعر بأنها جزء من تسلسل الأحداث يرتبطون به.

ما الذي يمكننا توقعه في ٢٠١٩؟

تزداد الحاجة إلى بذل المزيد من الجهد للحفاظ على جودة المحتوى المرئي. حقيقة أن الهواتف المحمولة أصبحت أكثر تطوراً سمحت للمستخدمين بمشاهدة المسلسلات والقصص عبر شاشات أكثر وضوحاً. يجب أن يشجع هذا التحدي المؤثرين على قضاء المزيد من الوقت في العمل على ما يقدمونه من محتوى بحيث يمتدحون المشاهدين أفضل جودة ترضيهم.

جوناثان بويسر

مدير الخدمات القانونية PWC، Global Intelligence



كان عام ٢٠١٨ ذو أهمية خاصة، تحديداً في الشرق الأوسط، حيث أدرك الناس أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون العامل الفيصل الذي قد يمكن شركاتهم من النمو من حيث التسويق والتسويق عبر المؤثرين. أعتقد أن الشركات في أمريكا الشمالية قد أدركت هذا مبكراً، لكن سوق الشرق الأوسط شهد هذا العام الكثير من الأشخاص الذين يحاولون الاستفادة من التسويق عبر المؤثرين، خاصة مع بروز أهمية استراتيجياتهم. أعتقد أن عام ٢٠١٨ كان عام استراتيجياتهم، في دبي والشرق الأوسط كان موقع المؤثرين من عملية التسويق مركزياً ومؤثراً.

أحدث توجه تسويقي تابعته عن كثب في عام ٢٠١٨ هو استخدام متاجر التجارة الإلكترونية لاستراتيجياتهم في بيع السلع. لاحظت أن العديد من الحسابات تضع علامة السعر على بضائعهم وينقرة من المستخدم سيتم إعادة توجيهه إلى موقع المتجر واتمام شراء ما شاهده بالضبط على استراتيجياتهم؛ بالنسبة لي كان هذا مذهلاً. يضيف هذا الاتجاه بالتأكيد نكهة جديدة للتسويق الإلكتروني والتسويق عبر استراتيجياتهم.

أعتقد أننا في عام ٢٠١٩ سنشهد ظهوراً أكثر للمؤثرين في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. أعتقد أننا سنشهد المزيد من المؤثرين والكثير من متاجر التجارة الإلكترونية التي تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي في البيع وتمكن المستخدمين من النقر على البضائع التي يحبونها ونقلهم إلى المواقع الإلكترونية الخاصة بها لإتمام عملية الشراء على الفور.

ما أعتقد أنه سيستمر في التصاعد في عام ٢٠١٩ هو ميل العلامات التجارية أكثر نحو التسويق عبر المؤثرين ليصبحوا أداة التسويق الأساسية بدلاً من الطرق التقليدية على منصات التواصل. أرى أن العلامات التجارية ستوجه ميزانياتها بشكل مختلف لعام ٢٠١٩ وحتى عام ٢٠٢٠؛ بدلاً من الإنفاق التقليدي لـ ٣٠% على تسويق استراتيجياتهم، أعتقد أننا سنرى ارتفاعاً يصل إلى حوالي ٤٠% في تسويق استراتيجياتهم والتسويق عبر فيسبوك. أعتقد باستمرار عن استراتيجياتهم لأنني أشعر بأنه هو المكان الذي يجب أن تنتقل إليه الشركات للبيع. تويتر مناسب للتعبير عن علامتك التجارية، سناب شات مفيد لتظهر للناس ما تفعله. لكن فيسبوك واستراتيجياتهم، بالتحديد منذ الاندماج بينهما، لم يتوقف التطوير بهما عامًا بعد عام، وأصبحت المكان المناسب للتسويق في رأيي!

حجم مشاركة الجنسين في السعودية ومصر والإمارات

ساهم المستخدمون الذكور بمعظم المحتوى المنشور في البلدان الثلاثة. كان للحسابات التجارية نصيب كبير من المحتوى في الإمارات مقارنة بالسعودية ومصر.



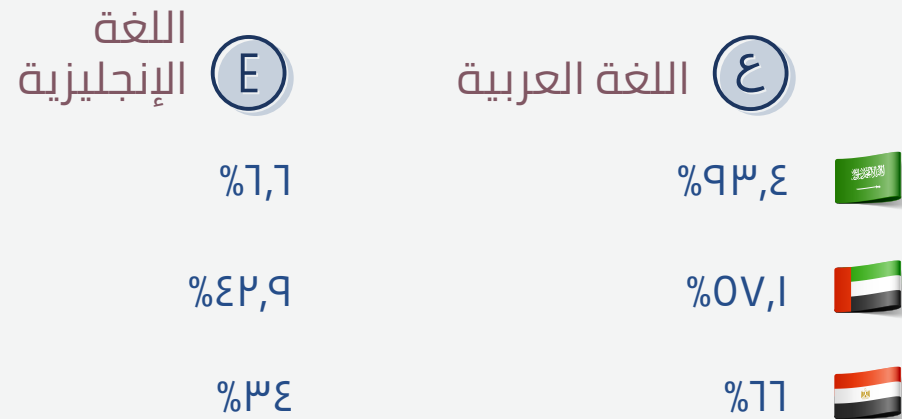
ما الانطباعات التي عبر عنها المستخدمون في كل بلد؟

سيطرت الانطباعات المحايدة على المحتوى في البلدان الثلاثة التي خضعت للرصد، تلتها الانطباعات الإيجابية ثم السلبية.



ما اللغة التي فضل مستخدمو كل بلد استعمالها؟

غالبية المحتوى القادم من السعودية كان باللغة العربية. 66% من محتوى مصر باللغة العربية، في حين أن 07,1% من المحتوى القادم من الإمارات جاء بالعربية.



مجال القنوات التلفزيونية و المحتوى حسب الطلب في 2018



فترة الرصد
١٠ أشهر

المناطق المتابعة
منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

منصات التواصل المتابعة
يعتمد هذا التحليل على رصد طلبات البحث على تويتر وفيسبوك وانستغرام والمحتويات والمنتديات والأخبار بالإضافة إلى الحسابات على فيسبوك وتويتر.
التفاعلات:
DubaiOne: طلب بحث واحد، حساب فيسبوك واحد، حساب تويتر واحد.
MBCP: طلب بحث واحد، حساب فيسبوك واحد، حساب تويتر واحد.
Netflix: طلب بحث، حساب فيسبوك واحد، حساب تويتر واحد.

التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*



ما الذي عبر عنه الجنسين؟

كان للذكور والإناث نفس الموقف تجاه القنوات التلفزيونية والمحتوى التلفزيوني حسب الطلب، فقد عبر كلاهما عن انطباع محايد في الغالب، تلاه انطباع إيجابي ثم سلبي.



من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟

كان الرجال السعوديون هم الأكثر نشاطًا بين جميع المستخدمين الذكور في المنطقة. الإناث السعوديات والمصريات كن نشيطات للغاية، لكن لم تحصل أي منهن على الغالبية العظمى من النساء رغم أن النساء السعوديات يحتلن الصدارة.

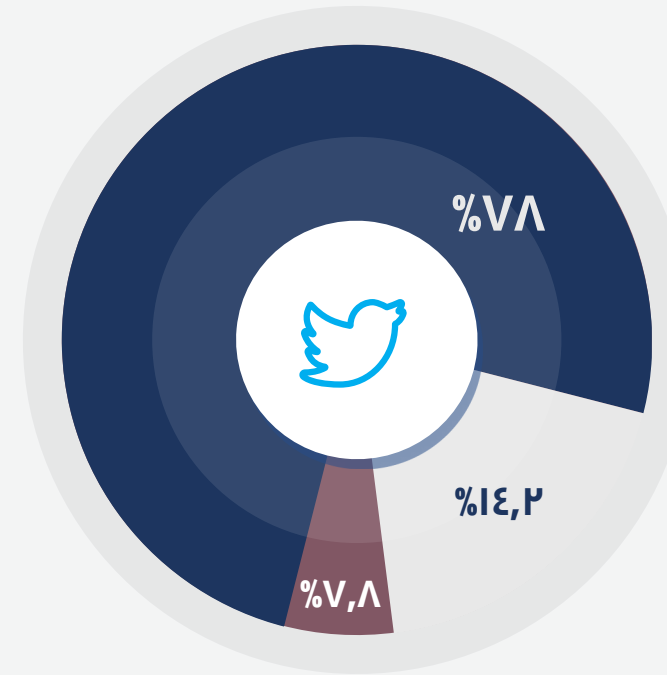


ما الأكثر شعبية في كل بلد؟ المحتوى حسب الطلب أم القنوات التلفزيونية؟

حصل المحتوى التلفزيوني حسب الطلب على أكبر عدد من المشاركات في السعودية والإمارات. كان المستخدمون المصريون أكثر اهتمامًا بالنشر حول القنوات التلفزيونية.



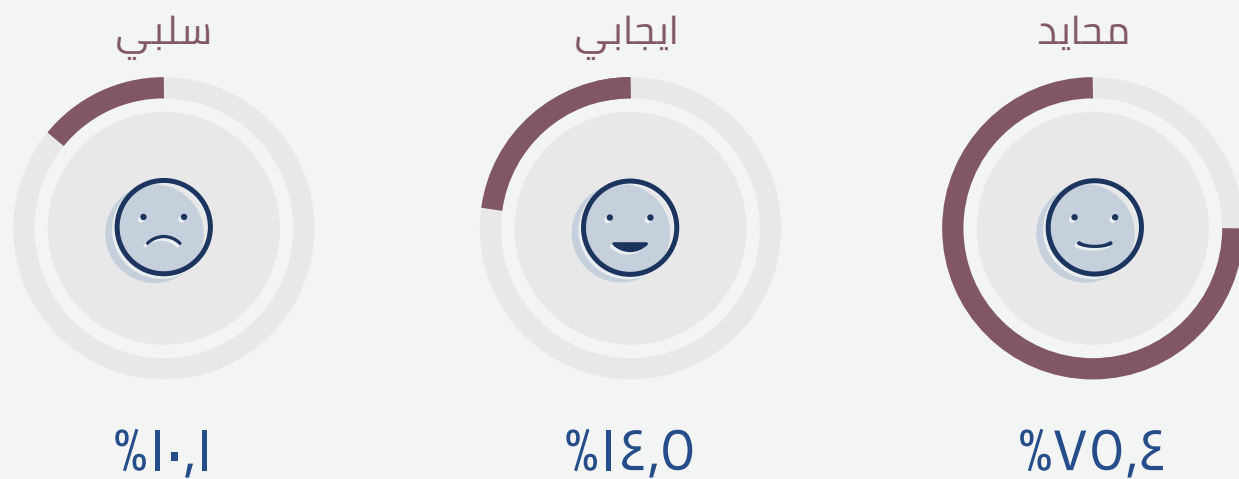
التحليل الديموغرافي للمستخدمين* (تويتير فقط)



● الذكور ● الإناث ● الحسابات التجارية

تحليل عام للانطباعات

(مع استبعاد إعادة التغريد)



الانطباعات لدى الجنسين

لا تعبر الحسابات التجارية، كعادتها، عن أي انطباعات من خلال التغريدات. سيطر المستخدمون الذكور على كل من المحتوى العاطفي والمحايد.

سلبية	ايجابي	محايد	
84.3%	82.3%	73.1%	♂
10.7%	17.7%	13.1%	♀
		13.8%	🏢

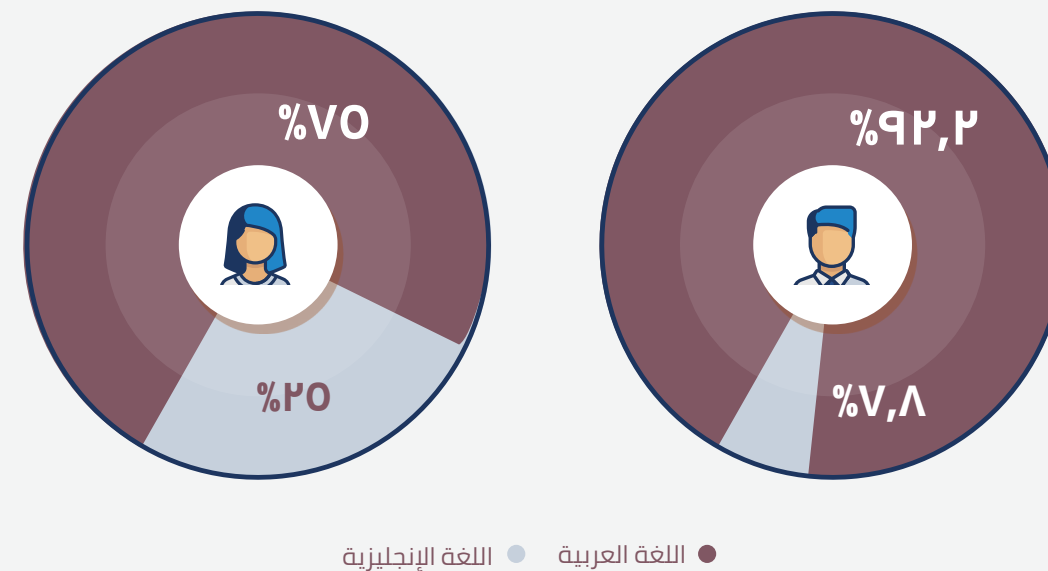
ما اللغة التي استخدمت في التعبير عن الانطباعات؟

استخدم عدد أقل من المستخدمين اللغة الإنجليزية للشكوى أو التعبير عن ردود فعل سلبية عن أولئك الذين أعربوا عن انطباعات إيجابية أو محايدة.

سلبية	ايجابي	محايد	
90.8%	81.0%	88%	ع
4.2%	13.0%	12%	ع

ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

فضل الذكور والإناث على حد سواء المشاركة باللغة العربية، شكلت اللغة الإنجليزية حوالي 20% من مشاركات الإناث.



تفضيلات الجنسين بين القنوات التلفزيونية والمحتوى التلفزيوني حسب الطلب

جاءت النسبة المئوية للذكور الذين شاركوا في نقاشات حول المحتوى حسب الطلب أعلى بكثير من الإناث.

الذكور	الإناث	المحتوى حسب الطلب
73%	93%	
27%	7%	القنوات التلفزيونية

توزيع المستخدمين حسب اللغة (تويتر)

سيطر المستخدمون الذكور على المحتوى باللغتين. جاءت مساهمة الإناث في المحتوى بالغة الإنجليزية مرتفعة نسبياً مقارنة بمساهمتهن في المحتوى باللغة العربية.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	
الذكور	الذكور	٨١,٧%
الإناث	الإناث	١١%
الحسابات التجارية	الحسابات التجارية	٧,٣%
		٦١,٢%
		٣٢,٣%
		٦,٠%

كيف استخدمت كل لغة للتعبير عن الانطباعات؟

بدأ المستخدمون أكثر راحة في مشاركة ملاحظاتهم السلبية باللغة العربية بدلاً من اللغة الإنجليزية.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	
محايد	محايد	٧٢,٤٩%
إيجابي	إيجابي	١٤,٢٦%
سلبى	سلبى	١٣,٢٥%
		٧٥,٧١%
		١٨,٢٤%
		٦,٠٠%

العلامات التجارية الأكثر ذكراً في كل لغة

حصلت القنوات التلفزيونية على أعلى نسبة من المحتوى العربي والإنجليزي. مع ذلك بدأ المستخدمون أكثر اهتماماً بالتحدث عن المحتوى حسب الطلب باللغة الإنجليزية، حيث جاء ٤٩% من المحتوى بالغة الإنجليزية عن المحتوى حسب الطلب.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	
المحتوى حسب الطلب	المحتوى حسب الطلب	٢٨%
القنوات التلفزيونية	القنوات التلفزيونية	٧٢%
		٤٩%
		٥١%

الانطباعات في كل دولة (تويتر)

سيطر المستخدمون السعوديون على المحتوى في جميع الانطباعات من خلال مساهمتهم بحوالي ٥٠% من المحتوى الإيجابي والسلبى والحيادي على التوالي.



توزيع الانطباعات بالنسبة للموضوعات محل المتابعة

تعلق معظم المحتوى السلبى بالمحتوى حسب الطلب. حصلت القنوات التلفزيونية على غالبية المحتوى الإيجابي والمحايد.



التحليل حسب اللغة



تحليل إضافي

DUBAI ONE
في ٢٠١٧ مقارنة بـ ٢٠١٨

(إجمالي طلبات البحث + فيسبوك + تويتر والحسابات الاجتماعية)

٢٠١٨	٢٠١٧
٢٠,٥٩ ألف +٢%	١٩,٧٥ ألف
٤٠٢,٧٧ ألف -٢٨%	٧١١,٢٧ ألف

كيف كان انطباع المستخدمين؟ (مع استبعاد إعادة التغريد)

٢٠١٨	٢٠١٧
٧٦% محايد 😊	٧٥,١% محايد 😊
١٨% إيجابي 😄	٢٠,٧% إيجابي 😄
١,٨% سلبي 😞	٤,٢% سلبي 😞

من شارك في النقاش؟ (تويتر)

٢٠١٨	٢٠١٧
٤٣,٧% الذكور 🧑	٤١,٨% الذكور 🧑
١٠,٤٥% الإناث 🧑	٢٩,٢% الإناث 🧑
١١,٧% الحسابات التجارية 🏢	٢٩% الحسابات التجارية 🏢

أعلى ٥ دول في كل لغة (تويتر)

ساهمت السعودية بغالبية المحتوى العربي، بينما ساهمت الإمارات بغالبية المحتوى بالغة الإنجليزية. فيما حلت مصر في المركز الثاني لكليهما.

اللغة الإنجليزية (E)	اللغة العربية (ع)
٢٩,١٩% 🇸🇦	١٥,٨٤% 🇸🇦
٢٦,٢١% 🇪🇬	١٣,٦٥% 🇪🇬
١٧,٢٥% 🇸🇦	٥,٩٠% 🇸🇦
١٢,٥٧% 🇸🇦	٤,٦٣% 🇸🇦
٣,٤٢% 🇸🇦	١,٧٩% 🇸🇦

العلامات التجارية الأكثر نشاطًا (حسب حصتها من المشاركات)
(مجموع الحسابات الاجتماعية وطلبات البحث)

بشكل عام، كان مستخدمي الإنترنت أكثر اهتمامًا بالنشر حول القنوات التلفزيونية أكثر من المحتوى حسب الطلب.

المحتوى حسب الطلب ٣١% القنوات التلفزيونية ٦٩%

حسابات فيسبوك الأكثر نشاطًا في هذا المجال

من خلال رصد حسابات فيسبوك لبعض اللاعبين الرئيسيين في كلا القطاعين، اتضح أن صفحات القنوات التلفزيونية أكثر نشاطًا من صفحات المحتوى حسب الطلب.

المحتوى حسب الطلب ٨% القنوات التلفزيونية ٩٢%

أكثر الحسابات نشاطًا على تويتر

صفحات المحتوى حسب الطلب أكثر نشاطًا على تويتر حيث حصلت على ٧٢% من المشاركات.

المحتوى حسب الطلب ٧٢% القنوات التلفزيونية ٢٨%

مشاركة الجنسين

٢٠١٨

٢٠١٧

الذكور	الإناث	الحسابات التجارية	الذكور	الإناث	الحسابات التجارية
٤٣,٤%	٢٣,٦+	٣٠,١-	٢,١٥ ألف	١,٤٦ ألف	٢,١٩ ألف
٦,٤-	٤٨,٩%	٧,٦%			

أعلى الدول (الشرق الأوسط)

٢٠١٨

٢٠١٧

البحرين	السعودية	الكويت	البحرين	السعودية	الكويت
٢,٦٠+	١,٨٤-	٢,٩٨-	٥٥,٨٣%	٨,٤٧%	٥,٥٦%
٥٨,٤٨%	٢,٦٢%	٢,٥٨%			
			٤,٤٦%	٣,٢٥%	

الحسابات على فيسبوك

النشاط

٢٠١٨

٢٠١٧

المنشئ	تفاعل	المنشئ	تفاعل
٢,٤٤ ألف	٦٩,٨٥ ألف	٢,٢٦ ألف	٧٣,٤٠ ألف
٦,٢+	٤,٨-		

من أين جاءت جميع المشاركات؟ (تويتر) و (الشرق الأوسط)

٢٠١٨

٢٠١٧

البحرين	السعودية	الكويت	البحرين	السعودية	الكويت
٣٧,٢٦%	١,٢٥+	٠,٣+	٣٧,٧٨%	١٩,٢٠%	٨,٨٩%
٠,٥٢-	٢٠,٤٥%	٢,٩٩+			
	٩,١٩%	٢,٦-	٢,٣٩%	٢,٣١%	

حساب Dubai One على تويتر

النشاط

٢٠١٨

٢٠١٧

المنشئ	تفاعل	المنشئ	تفاعل
٣,٥٦ ألف	٤٥,٦٣ ألف	٤,٨٠ ألف	٣١,٥٢ ألف
٠-	٦+		

الانطباعات (مع استبعاد إعادة التغريد)

٢٠١٨

٢٠١٧

محايد	ايجابي	سلبي	محايد	ايجابي	سلبي
٢,١+	١,٨-	٠,٣-	٨٨,٨%	٨,٦%	٢,٦%
٩٠,٩%	٦,٨%	٢,٣%			

مشاركة الجنسين

المحتوى حسب الطلب

الذكور	79,8%
الإناث	11,8%
الحسابات التجارية	8,4%

القنوات التلفزيونية

الذكور	66,4%
الإناث	30%
الحسابات التجارية	3,6%

أعلى المناطق (تويتر) و (الشرق الأوسط)

المحتوى حسب الطلب

السعودية	1,36%
الإمارات	13,71%
البحرين	10,32%
قطر	0,13%
الكويت	4,24%

القنوات التلفزيونية

السعودية	00,19%
السعودية	19,08%
الإمارات	10,22%
البحرين	2,74%
الكويت	2,42%

حساب تويتر

النشاط

المحتوى حسب الطلب

المنشئ	20,37 ألف
تفاعل	408,88 ألف

القنوات التلفزيونية

المنشئ	8,08 ألف
تفاعل	229,37 ألف

الانطباعات (مع استبعاد الإعجابات)

2018

محايد	83,3%	1,0+
إيجابي	11,3%	2,8-
سلبي	0,4%	1,3+

2017

محايد	81,8%
إيجابي	14,1%
سلبي	4,1%

مزيد من التحليل

(قنوات تلفزيونية مع المحتوى حسب الطلب)

النشاط (إجمالي طلبات البحث + فيسبوك وتويتر والحسابات الاجتماعية)

المحتوى حسب الطلب

المنشئ	206,02 ألف
تفاعل	0,00 مليون

القنوات التلفزيونية

المنشئ	74,14 ألف
تفاعل	13,84 مليون

الانطباعات (مع استبعاد إعادة التغريد)

المحتوى حسب الطلب

محايد	70,81%
إيجابي	13,07%
سلبي	11,12%

القنوات التلفزيونية

محايد	70%
إيجابي	17%
سلبي	8%

حسابات فيسبوك

النشاط

المحتوى حسب الطلب




المنشئ ٣٣.
تفاعل ٩٣٨,٥٨ ألف

القنوات التلفزيونية




المنشئ ٥,٣٨ ألف
تفاعل ١٠,٩٠ مليون

الانطباعات

المحتوى حسب الطلب




محايد  %٨٢,٩٥
ايجابي  %١١,٦٣
سلبي  %٥,٤٢

القنوات التلفزيونية




محايد  %٧٦,١١
ايجابي  %١٦,٠٤
سلبي  %٧,٨٥

الانطباعات مع استبعاد إعادة التغريد

القنوات التلفزيونية




محايد  %٧٨,٢
ايجابي  %١٣,٣
سلبي  %٨,٥

المحتوى حسب الطلب




محايد  %٧٣,٣٥
ايجابي  %١٣,٥٤
سلبي  %١٣,١١

مشاركة الجنسين

القنوات التلفزيونية

الذكور  %٧٠
الإناث  %٢٧,٢
الحسابات التجارية  %٢,٨

المحتوى حسب الطلب

الذكور  %٨٩,٥
الإناث  %٩
الحسابات التجارية  %١,٥

أكثر الدول نشاطا (الشرق الأوسط)

القنوات التلفزيونية

 %٢٩,٥٠
 %٢٤,٢١
 %٢٣,٤٧
 %٦,٣٦
 %١,٨٤

المحتوى حسب الطلب

 %٧١,١١
 %٨,٣٧
 %٥,٠٢
 %٥
 %٢

أعلى المشاركات تويتر



ثابت @ThbtY

تريد" بد أفضل 20 مسلسل على موقع نتفليكس Netflix ننصحك بمشاهدتها..

4:19 AM - 11 Jul 2018

2,283 Retweets 27,980 Likes

302 2.3K 28K

ThbtY @ThbtY · 11 Jul 2018

20 -
مسلسل "Safe"
عن أب يكشف أسرار غامضة عن الاشخاص المقربين له بعد أن بدأ بالبحث عن ابنته المفقودة ، جميل جداً تخلصه بجلسه واحده

18 53 1.1K

ThbtY @ThbtY · 11 Jul 2018

19 -
مسلسل "La Mante"
قصير من 6 حلقات عن فائزة متسلسلة بعد 25 سنة من أعتقالها تعرض المساعدة في حل سلسلة من جرائم القتل التي يرتكبها مقلد لها.

٢٨ ألف



٢,٣ ألف



٣.٢



أعلى المشاركات تويتر



ريما الأرسقراطيّة @reemasub

ما اخذ وقتي الا هالمسلسل يجنن يجنن اول مره اتابع شي كذا وادمن عليه لدرجه كل يوم احلم فيهم و بالاحداث اللي صارت وافكر فيهم كني معهم اشععل عاطفتي 🥰❤❤❤ اسباني 13 حلقه على نتفليكس

6:04 AM - 3 Jul 2018

162 Retweets 5,951 Likes

110 162 6.0K

٦,٠ ألف



١٦٢



١١٠

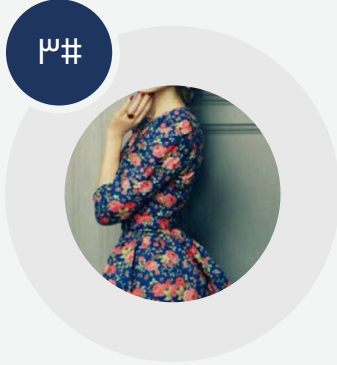


عبر المستخدمة عن اعجابها بمسلسل اسمه Morocco على نتفليكس.

أكثر المؤثرين تويتر

هذه قائمة بأعلى المستخدمين حصولاً على التفاعلات في مجال الإعلام.

البنات



٣#

@Ghada1622

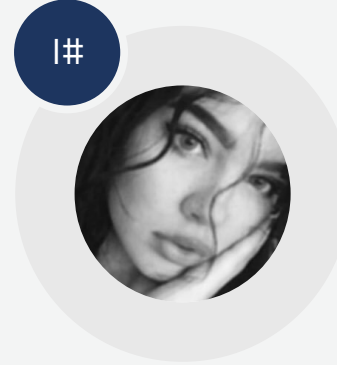
٨,٣٧ ألف
تفاعل



٢#

@ScoopWithRaya

٩,٠٨ ألف
تفاعل



١#

@Cat_7777

١٠,٤٦ ألف
تفاعل



ذكر خاص (المناسبات) (إن وجدت)

١٨ أبريل

١٨٢,٤٥ ألف
تفاعل

٣,٤١ ألف
منشن

الحدث الرئيسي في ذلك اليوم كان عرض مسلسل La Case De Papel المعروف أيضاً باسم "البروفيسور" على شبكة نتفلكس. يبدو أن الشخصية المحبوبة في المسلسل "برلين" مات في نهاية الموسم الثاني، ما دفع المشاهدين إلى التعبير عن غضبهم على تويتر. في نفس اليوم، أعلن أن هذه الشخصية ستعود في الموسم الثالث، الذي أعلن عن بدء عرضه في ٢٠١٩ في ذلك اليوم أيضاً.



Netflix MENA
@NetflixMENA

Follow

أكبر عملية سرقة لم تنته بعد.

#البروفيسور الجزء الثالث يعرض في 2019 فقط على Netflix.

Translate Tweet



11:14 AM - 18 Apr 2018

5,961 Retweets 7,653 Likes

1.6K 6.0K 7.7K

٧,٧ ألف

٦,٠ ألف

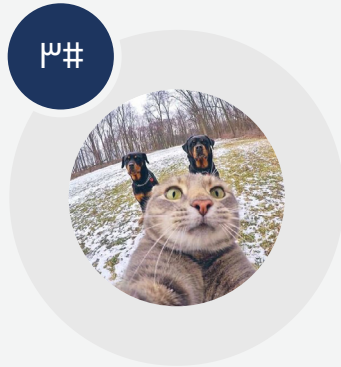
١,٦ ألف



اكثر المؤثرين تويتر

هذه قائمة بأعلى المستخدمين حصولاً على التفاعلات في مجال الإعلام.

الذكور



٣#

@brayan_brz

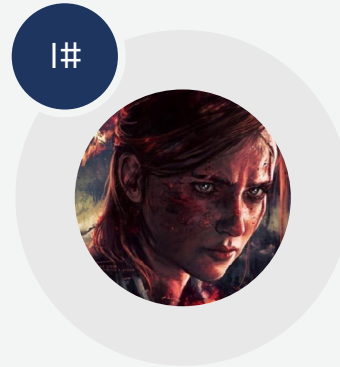
٣٤,٥٧ ألف
تفاعل



٢#

@3bo9x1

٥٤,٢٢ ألف
تفاعل



١#

@Thbtly

٨١,٧٦ ألف
تفاعل



اكثر المؤثرين تويتر

هذه قائمة بأعلى المستخدمين حصولاً على التفاعلات في مجال الإعلام.

الحسابات التجارية



٣#

@CinemaGuide

٣٨,٩٦ ألف
تفاعل



٢#

@MosaïqueMov

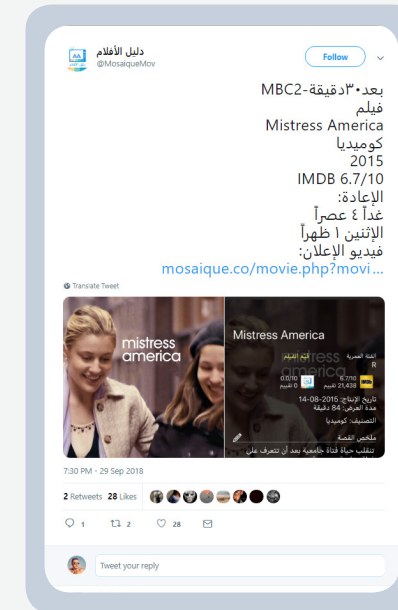
٤١,٤٧ ألف
تفاعل



١#




@celebsArabic

٤٦,٤٧ ألف
تفاعل



حجم مشاركة الجنسين في كل دولة

كانت الحسابات التجارية هي الأكثر مشاركة في الإمارات، في حين تصدر المستخدمون الذكور في السعودية ومصر.

الحسابات التجارية	الإناث	الذكور	
٨٣,٩%	٤,٠%	١١,٦%	
١٠,٣%	٤,٤%	٨٥,٣%	
٠,٦%	٠,٠%	٨٨,٩%	




ما الانطباعات التي عبر عنها المستخدمون في كل بلد؟

بدأ المستخدمون السعوديين غير راضين بعض الشيء عن مجال تكنولوجيا المدفوعات حيث جاء ١١% من محتوهم سلبياً، مقارنة بنسبة ٤,٦% فقط جاءت ايجابية. كان الحياد هو السائد في معظم المحتوى.

سلبى	ايجابي	محايد	
٠,٤١%	٢,٦٠%	٩٦,٩٩%	
١١,٠%	٤,٠%	٨٤%	
٢,٧%	٤,٣%	٩٣%	

ما اللغة التي فضل مستخدمو كل بلد استعمالها؟

خلفا لباقي القطاعات، فضل المستخدمون في قطاع تكنولوجيا المدفوعات أن ينشروا المحتوى باللغة الإنجليزية بدلاً من العربية. السعودية كان لديها أعلى نسبة في اللغة العربية شكلت ٣٢,٩% من المحتوى المكتوب باللغة العربية.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	
٩٦,٩%	٣,١%	
٦٧,١%	٣٢,٩%	
٨٩,٦%	١٠,٤%	

قطاع تكنولوجيا المدفوعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا



فترة الرصد
١٠ مليون onths

المناطق المتابعة
منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

منصات التواصل المتابعة

يستند هذا التحليل إلى طلبات بحث حول كلمات مفتاحية تتعلق بقطاع تكنولوجيا المدفوعات، بالإضافة إلى طلبات بحث ترصد بعض العلامات التجارية الرائدة في مجال تكنولوجيا المدفوعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. عينة تمثيلية دقيقة مكونة من ١٥ حساب تويتر رسمي لعلامات تجارية في مجال تكنولوجيا المدفوعات في منطقة الشرق الأوسط.

يستند هذا القسم إلى تحليل ما قاله المستخدمون حول قطاع تكنولوجيا المدفوعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا خلال عام ٢٠١٨.

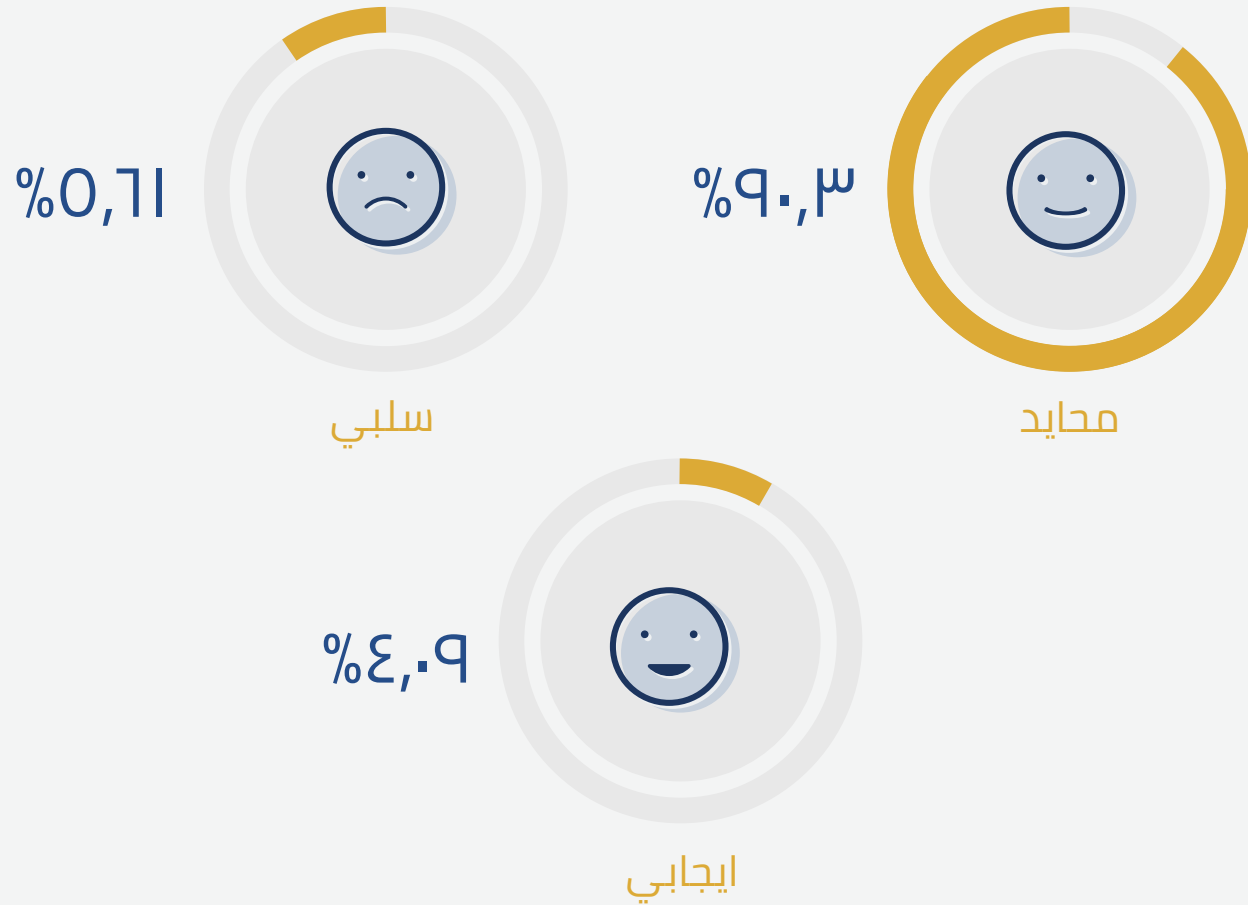
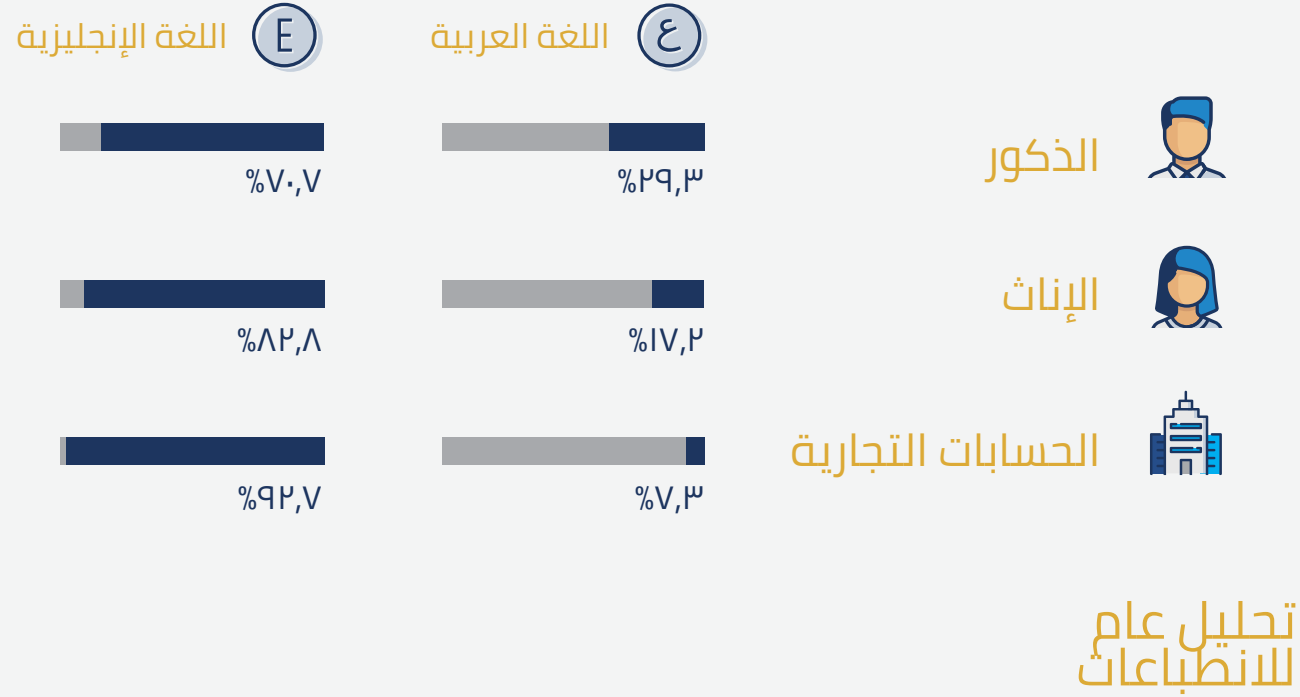
التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*



الدول الأكثر نشاطاً

ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

فضل كافة المستخدمين النشر باللغة الإنجليزية. مع ذلك يمكننا ملاحظة أن المستخدمين الذكور يهتمون باستخدام اللغة العربية أكثر من الإناث ومن الحسابات التجارية، على التوالي.



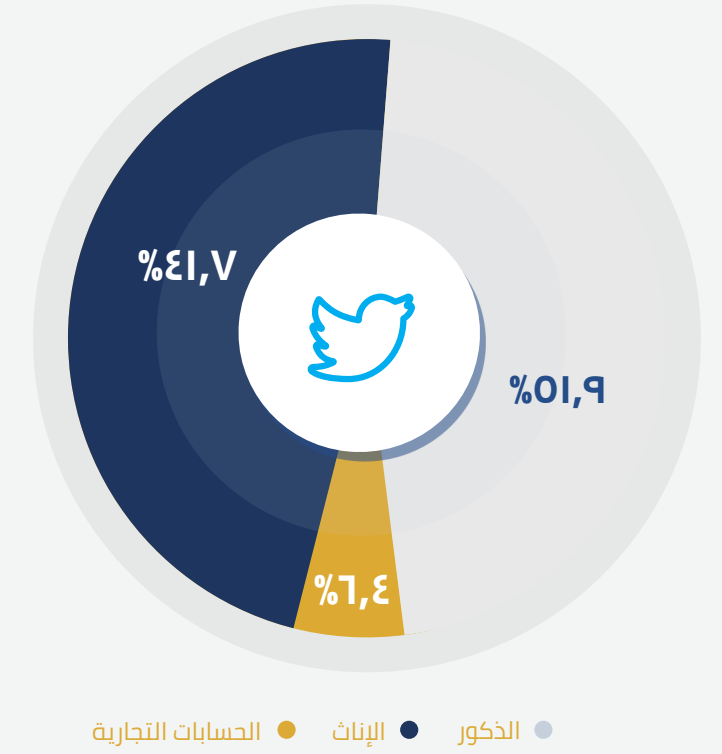
ما الذي عبر عنه الجنسين؟

على الرغم من أنها فجوة صغيرة جداً، إلا أن المستخدمين من الإناث والذكور عبروا عن محتوى سلبي أكثر من المحتوى الإيجابي، بينما أعربت الأغلبية الساحقة عن انطباع محايد.



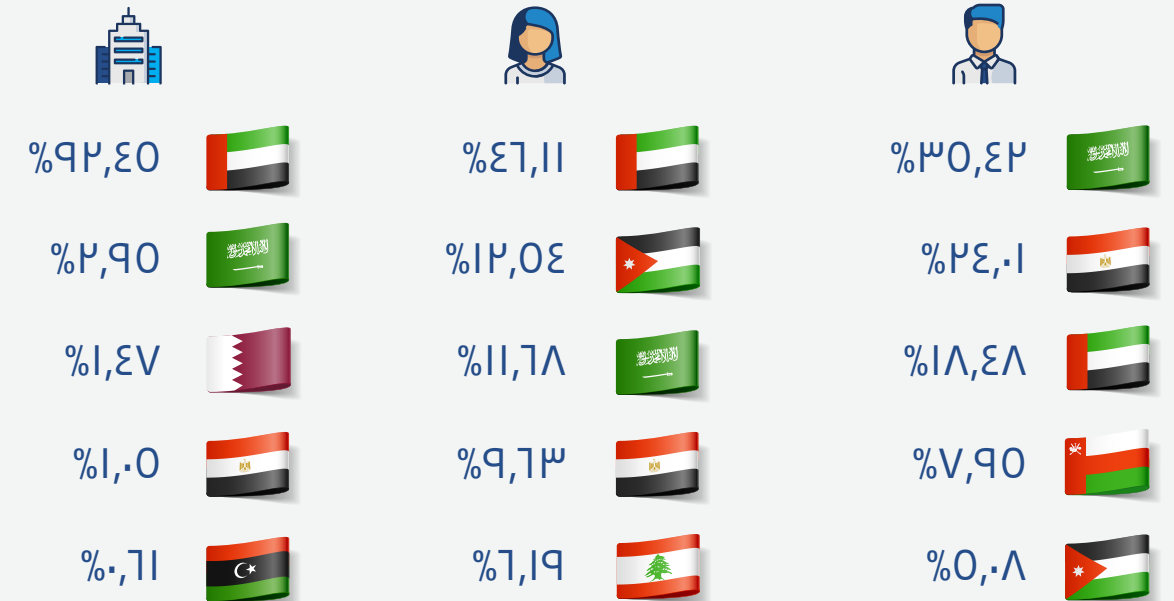
التحليل الديموغرافي للمستخدمين

(تويتر فقط)*



من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟

كان الذكور من السعوديين الأكثر نشاطاً، وظهر أن الإناث الإماراتيات الأكثر نشاطاً بين النساء العرب، بينما كانت الحسابات التجارية في الإمارات هي الأكثر نشاطاً في المجمل.



تحليل عام للغة



توزيع المستخدمين من حيث اللغة

استحوذ المستخدمون الذكور على أغلب المحتوى باللغة العربية، بينما سيطرت الحسابات التجارية على المحتوى باللغة الإنجليزية.

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	الجنس
71,0%	30,1%	الذكور
1,6%	1,6%	الإناث
22,1%	0,8%	الحسابات التجارية

كيف استخدمت كل لغة في التعبير عن الانطباعات؟

جاء معظم المحتوى من اللغتين محايدا. تم التعبير عن المحتوى السلبي باللغة العربية أكثر

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	التعبير
82,2%	91,0%	محايد
0,1%	3,3%	إيجابي
12,7%	0,0%	سلبي

الانطباعات لكلا الجنسين

المستخدمون الذكور كانت لهم الأغلبية في التعبير عن كافة الانطباعات. لم تبد الحسابات التجارية أي ميل عاطفي، بينما كان نصيبها من المحتوى المحايد ٤٠%.

الجنس	إيجابي	محايد	سلبي
الذكور	96,4%	02,7%	9%
الإناث	3,1%	7%	4%
الحسابات التجارية	-	40,3%	-

ما اللغة التي استخدمت في التعبير عن كل من هذه الانطباعات؟

أولئك الذين نشرنا محتوى محايد فضلوا استخدام اللغة الإنجليزية. معظم المحتوى السلبي جاء باللغة العربية. جاء حوالي ٤٨,٧% من المحتوى الإيجابي باللغة الإنجليزية.

التعبير	إيجابي	محايد	سلبي
ع	01,3%	37,1%	93,9%
E	48,7%	12,4%	1,1%

اسهام كل دولة من ناحية الانطباعات

جاء معظم المحتوى المحايد من الإمارات ومصر. استحوذ المستخدمون السعوديون والمصريون على كل من المحتوى الإيجابي والسلبي. السعوديون شكلوا ٧٥% من المحتوى السلبي.

الدولة	إيجابي	محايد	سلبي
الإمارات	23,18%	30,19%	4,10%
السعودية	34,91%	23,39%	70,84%
مصر	30,40%	26,97%	16,74%
قطر	4,09%	3,70%	0,93%
البحرين	2,13%	-	0,48%
الكويت	-	3,77%	-
العمان	-	-	0,46%

أعلى المنشورات تويتر

من حسابات وسائل التواصل



#1

Business Dubai @BusinessDubai

Follow

As the world's fastest growing emerging economies embrace mobile payment at staggering pace, #Dubai-founded @bridgtheapp is leading the way for innovative fintech solutions bit.ly/2Oz6ODo #Fintech

1:03 5.46M views

12:18 PM - 2 Aug 2018

843 Retweets
5,544 Likes

73
843
5.5K

Tweet your reply

0,0 ألف



٨٤٣



٧٣



شاركت Business Dubai عبر تغريدة مقالاً عن الاقتصاديات التي تشجع الدفع عبر الهاتف

الحسابات الأكثر نشاطاً على تويتر

سداد كانت الأكثر نشاطاً بين شركات تكنولوجيا المدفوعات المختلفة، تبعها Payfort ثم Bridgtheapp



%٢٣



%٢٧



%٩



%٢٢



%0

أعلى المنشورات تويتر

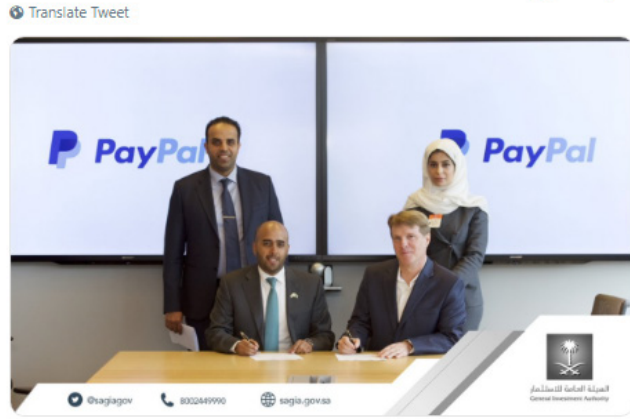
من حسابات وسائل التواصل



#٣

الهيئة العامة للاستثمار
@SAGIAgov

بحضور معالي محافظ #هيئة_الاستثمار
@GovernorAlOmar وقعت شركة PayPal
ونظام المدفوعات الوطني سداد @SADAD
ومدى @mada مذكرة تفاهم إستراتيجي،
تهدف لتمكين المنشآت المتوسطة والصغيرة
من دخول الأسواق العالمية في مجال التجارة
الإلكترونية



9:33 PM - 5 Apr 2018

257 Retweets 147 Likes

17 257 147

١٤٧



٢٥٧



١٧



بحضور معالي محافظ #هيئة_الاستثمار @GovernorAlOmar
وقعت شركة PayPal ونظام المدفوعات الوطني سداد @SADAD
ومدى @mada مذكرة تفاهم إستراتيجي تهدف لتمكين المنشآت
المتوسطة والصغيرة من دخول الأسواق العالمية في مجال التجارة
الإلكترونية.

أعلى المنشورات تويتر

من حسابات وسائل التواصل



#٢

سداد | SADAD
@SADAD

مجد وعلياء على #مدى 88 عام
#اليوم_الوطني88
#سداد

Translate Tweet



7:38 PM - 20 Sep 2018

416 Retweets 642 Likes

22

416

642

٦٤٢



٤١٦



٢٢



تحية من شركة سداد بمناسبة اليوم
الوطني السعودي

أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن المدفوعات الإلكترونية

الحسابات التجارية



٣#

@9cnewsuae

٣,٠٨ ألف
تفاعل



٢#

@BusinessDubai

٦,٠٠ ألف
تفاعل



١#

@ProductToken

٩١,٥٣ ألف
تفاعل



أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن المدفوعات الإلكترونية

الذكور



٣#

@RAlexJimenez

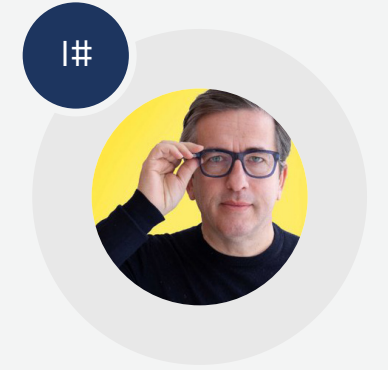
٤,٧٥ ألف
تفاعل



٢#

@stedas

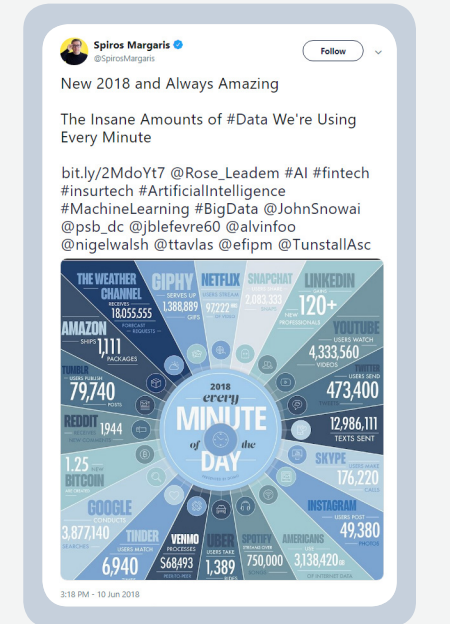
٦,٢٤ ألف
تفاعل



١#

@SpirosMargaris

٦٦,٣٥ ألف
تفاعل



محمد الشريف

مدير الأبحاث وخدمات القيمة المضافة
كراود آناليزر



شهدنا في العام ٢٠١٨ تزايد الإقبال على المحتوى المرئي، وفي عام ٢٠١٩ نتوقع أن يكون المستخدمون أكثر انتقائية فيما يتعلق بالمحتوى الذي يختارون متابعته. تغير أسلوب التسويق من خلال المؤثرين كثيرا حيث لم يعد تصنيف المؤثرين يتم باحتساب عدد المتابعين لديهم، ولكن بعدد التفاعلات التي يتلقونها من الجمهور المستهدف.

أرى أنه يجب على العلامات التجارية الاستفادة من قوة تأثير البث الحي للفيديو بشكل أكبر في استراتيجيات المحتوى الخاصة بها. يعد البث الحي أحد أكثر أنواع المحتوى تفاعلية. ينبغي أن تركز العلامات التجارية في عام ٢٠١٩ بشكل أكبر على جودة المحتوى والانطباعات المتوقعة من كل مقطع فيديو بدلاً من التركيز على مجرد إنتاج مقطع فيديو. يحب الناس البث الحي لأن الجمهور يتشارك من خلاله لحظات حقيقية مع العلامات التجارية، وليس مجرد مقطع فيديو مر بالكثير من مراحل التعديل. لهذا يزداد الاعتماد على فيسبوك وانستاجرام بسبب خدمة البث المباشر. في بعض الأحيان يكون تقديم بث حي من كواليس إحدى الفعاليات أكثر نجاحا في اسعاد العملاء واكتساب ولائهم من مقطع الفيديو الرسمي للحدث نفسه.

سلطان سلمان

مدير إقليمي للعلاقات العامة ووسائل التواصل الاجتماعي
جاكوار لاند روفر الشرق الأوسط وشمال إفريقيا



ما هي توقعاتك لوسائل التواصل الاجتماعي خلال ٢٠١٩؟

من المتوقع أن تنمو منصات الواقع الافتراضي والواقع الاصطناعي بوتيرة أسرع في عام ٢٠١٩. حيث ستكون سببا لظهور أنواع جديدة من المحتوى في العام المقبل. ستظهر مقاطع المحتوى التفاعلية مثل المنشورات ثلاثية الأبعاد و tap to hold , وسيزيد عدد تطبيقات الـ Newsfeed أيضا لأنها نجحت في تحقيق الكثير من التفاعل للعلامات التجارية في عام ٢٠١٨ والكثير من المشاركات بين

المستخدمين.

من المتوقع أيضا أن يصبح لمحتوى العلامات التجارية تأثير أفضل في عام ٢٠١٩، مع استخدام الترفيق المبدئية في المحتوى بطريقة أكثر ذكاء.

كيف تغيرت وسائل التواصل الاجتماعي في عام ٢٠١٨؟

أصبح جذب انتباه المستهلكين والمستخدمين للعلامات التجارية على منصات التواصل الاجتماعي أكثر صعوبة حيث انخفضت فترة تركيز المستخدم وتوقف المحتوى الطويل عن تحقيق النتائج المرجوة. اتجهت العديد من العلامات التجارية إلى تقديم محتوى مدته ١٠ ثوان أو أقل. كادت خوارزمية فيسبوك الجديدة أن تنهي امكانية الوصول العضوي إلى المستخدمين في عام ٢٠١٨، حيث لاحظت جميع العلامات التجارية انخفاضا كبيرا في حجم الوصول والتفاعل العضوي. لهذا تزداد حاجة العلامات التجارية إلى الاعتماد على خطط تواصل اعلامي واستراتيجيات ترويج أفضل.

واصل التسويق عبر المؤثرين نموه، واضطر العديد من المؤثرين لمخاطبة متابعيهم بشأن طبيعة تعاونهم مع العلامات التجارية ومدى صدق ما يقدمونه من محتوى. قدمت معظم منصات التواصل الاجتماعي ميزات جديدة جيدة، مثل خاصية الأسئلة والأجوبة على قصص انستاجرام، تلفزيون انستاجرام وقصص ماسنجر التي تتضمن استطلاعات الرأي على فيسبوك.

ما هي أساليب التسويق الجديدة التي ظهرت في ٢٠١٨؟

في عام ٢٠١٨ بدا أن جميع العلامات التجارية تقريبا متحمسة للانخراط في الاتجاهات والنقاشات ذات الصدى لضمان القرب من الجمهور والتواصل معه. أصبح الاستماع الاجتماعي وفهم طريقة تفكير متابعي العلامات التجارية أولوية متزايدة للجميع.

ظهر العديد من الأساليب الجديدة لتعزيز التفاعل مع المنتج والميزات المتقدمة مثل خاصية البحث الصوتي مع Siri و Alexa , أو التسوق بالتجزئة في المتاجر الرقمية التي أصبحت أكثر انتشارا في ٢٠١٨.

ما الذي سوف يستمر في الانتشار خلال عام ٢٠١٩؟

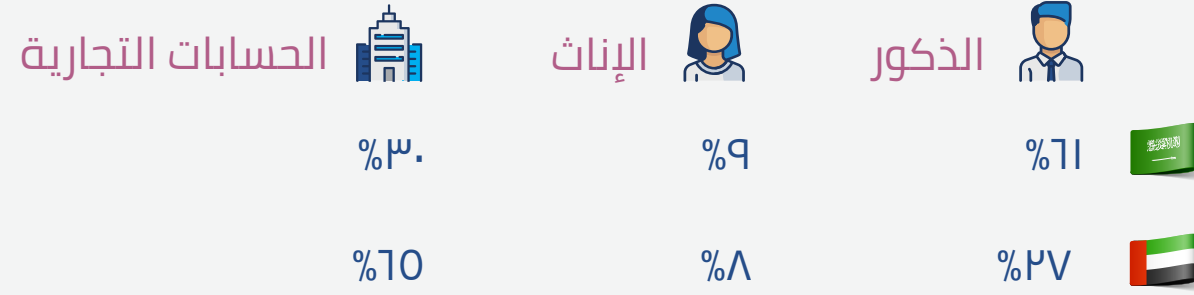
تتحمس المنتجات والعلامات التجارية شيئا فشيئا لتقديم "تجربة". لا أحد يبيع منتجًا بعد الآن، ترغب جميع العلامات التجارية في تقديم تجربة، وأنا لا أرى هذا سيتغير في عام ٢٠١٩، لكنني أعتقد أنه سيكون عامل التمييز الرئيسي بين نجاح بعض العلامات التجارية وفشل أخرى وفي جميع المجالات.

يتطور التسويق عبر المؤثرين في مجالات محددة بشكل أسرع من التسويق عبر المؤثرين في إطار عام. يرتبط الناس أكثر بالمؤثرين الذين يركزون على مجالات بعينها ويتمتعون بمصداقية بينما يتعدون شيئا فشيئا عن المؤثرين الذين يملكون عددا ضخما من المتابعين وينشرون الكثير من المنشورات الدعائية الممولة.

هناك اتجاه آخر صاعد وهو قضاء وقت مفيد على التطبيقات. تحاول انستاجرام وغيرها الكثير من المنصات مثل فيسبوك التركيز على تقديم تجربة "ذات معنى" عن طريق إضافة ميزة تمكنك من ضبط فترة زمنية محددة لتواجدك في التطبيق أو طلب الحصول على تنبيه عند مرور عدد معين من الدقائق.

حجم مشاركة الجنسين في السعودية والإمارات (تويتر فقط) أعلى بلدين

كان المستخدمون السعوديون الذكور هم الأكثر نشاطًا، في حين كانت الحسابات التجارية هي الأكثر نشاطًا في الإمارات.



ما الانطباعات التي عبر عنها المستخدمون في كل بلد؟

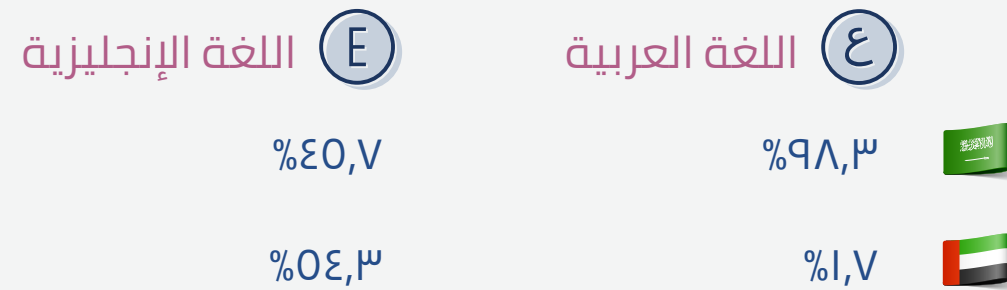
(تويتر فقط)

كما هو متوقع، شكلت المشاركات المحايدة معظم المحتوى في كلا البلدين، تلاها المحتوى الإيجابي ثم السلبي.

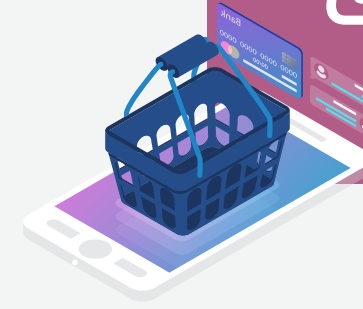


ما اللغة التي فضل مستخدمو كل بلد استعمالها؟ (تويتر فقط)

جاء كل المحتوى تقريبًا من السعودية بالعربية. في الإمارات، شكلت الإنجليزية ٥٤,٣% من المحتوى.



التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط و شمال أفريقيا



فترة الرصد
١٠ أشهر

فترة الرصد
١١ شهرًا

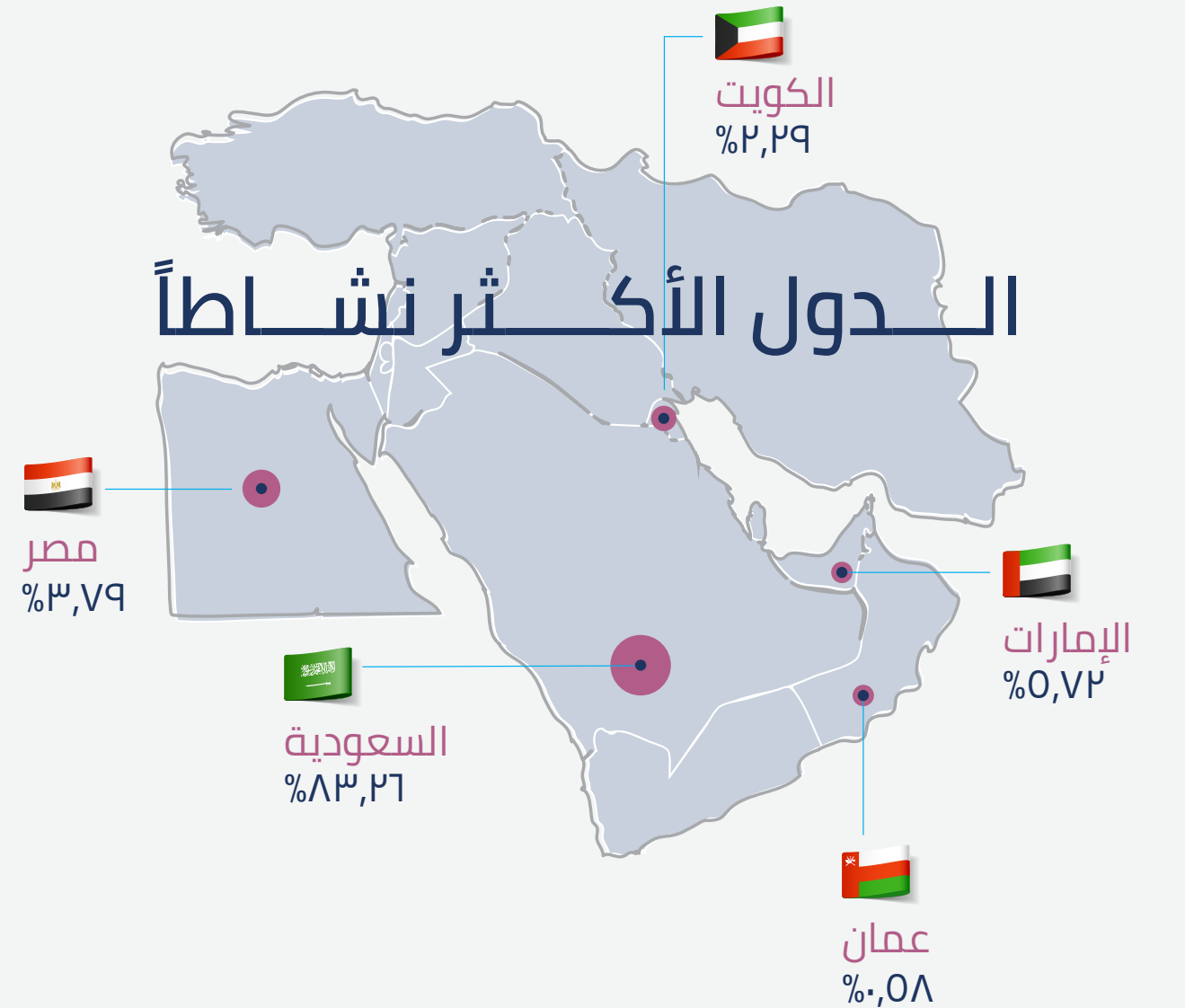
المناطق المتابعة
السعودية ومصر

المنصات المتابعة
طلبات البحث:

تويتر وفيسبوك وانستاجرام والأخبار والمدونات والمنتديات.

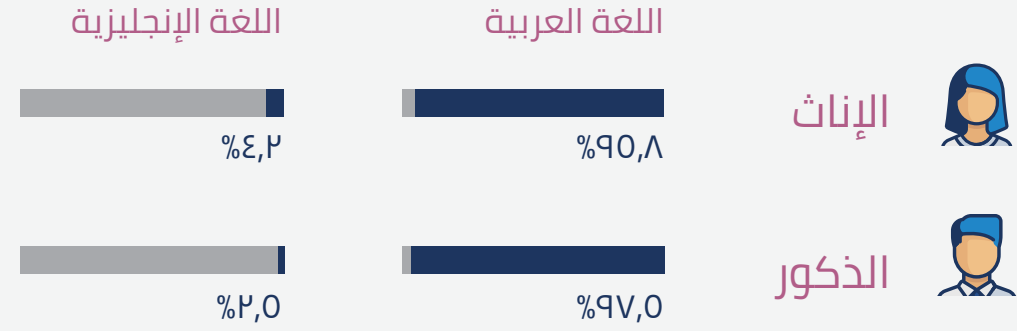
الحسابات الاجتماعية:
فيسبوك وتويتر مع استبعاد انستاجرام

التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*



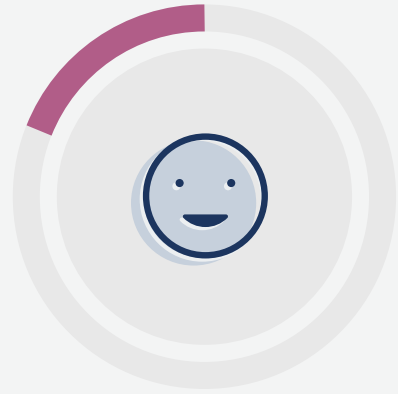
ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟ تويتر والجنسين

فضل غالبية المستخدمين العربية في نشر محتوهم عن مجال التجارة الإلكترونية.

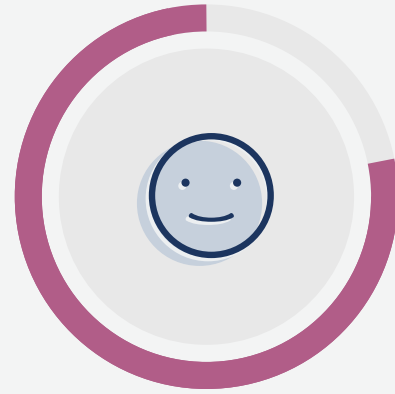


تحليل عام للانطباعات

مع استبعاد إعادة التغريد



14% ايجابي



79% محايد



7% سلبي

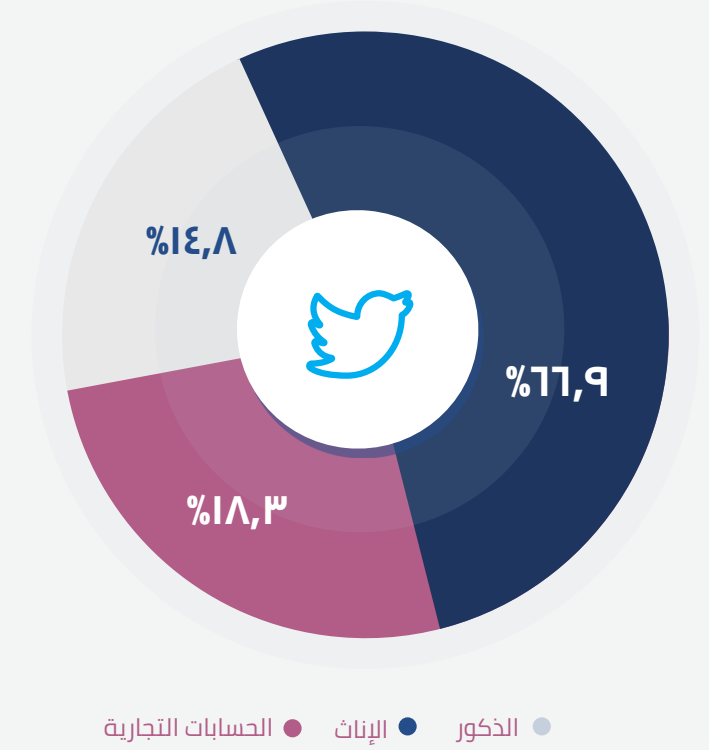
ما الذي عبر عنه كلا الجنسين؟

عبرت المستخدمين الإناث عن محتوى سلبي أكثر من الإيجابي. بدأ المستخدمون الذكور راضين عن مجال التجارة الإلكترونية. جاء محتوهم الإيجابي كثاني أعلى نسبة بعد المحتوى المحايد الذي كان مهيمناً على المشاركات النسائية أيضاً.



التحليل الديموغرافي للمستخدمين

تويتر فقط

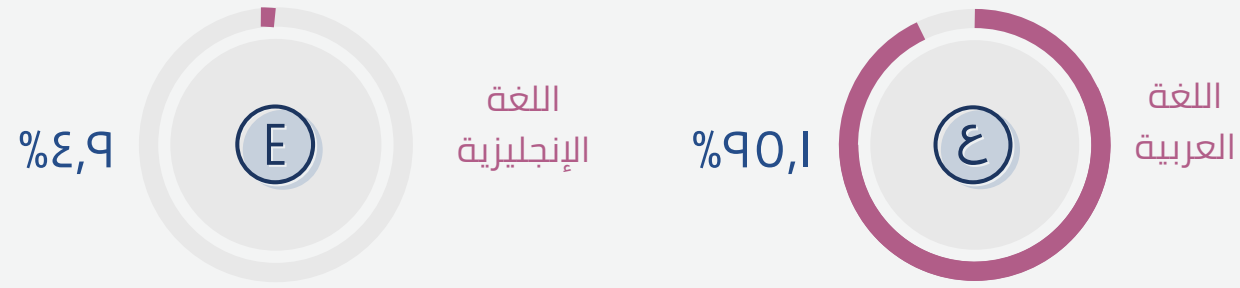


من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟

سيطر الذكور والإناث السعوديون على معظم المشاركات. المصريون كانوا ثاني أكبر مساهم.



تحليل عام للغة



توزيع المستخدمين من حيث اللغة تويتر

توزيع المستخدمين من حيث اللغة: ساهم المستخدمون الذكور بمعظم المشاركات بالعربية بينما جاءت معظم المشاركات بالإنجليزية من الحسابات التجارية

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	الذكور
33,1%	18,1%	
12,7%	10%	الإناث
3,7%	16,4%	الحسابات التجارية

كيف استخدمت كل لغة في التعبير عن الانطباعات؟

كان المحتوى المحايد هو المسيطر، بينما المحتوى السلبي هو الأقل على مستوى المشاركات في العربية والإنجليزية

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية	محايد
81,32%	70,91%	
11,07%	10,93%	إيجابي
2,11%	8,11%	سلبي



الانطباعات لكلا الجنسين

الذكور بدوا الأكثر نشاطًا حيث سيطروا على معظم المحتوى وعبروا عن انطباعات مختلفة. كالعادة، لم تنشر الحسابات التجارية أي محتوى يعبر عن الانطباعات.

سلبي	إيجابي	محايد	
80,2%	83,6%	3,1%	الذكور
19,8%	16,4%	9,3%	الإناث
		37,6%	الحسابات التجارية

ما اللغة التي استخدمت في التعبير عن كل من هذه الانطباعات؟

مع استبعاد إعادة التغريد والانطباعات كانت اللغة العربية هي المسيطرة على كل المحتوى العاطفي.

سلبي	إيجابي	محايد	ع
94,8%	98,1%	92,1%	
0,2%	1,9%	7,9%	E

اسهام كل دولة من ناحية الانطباعات

الانطباعات وتويتر واستبعاد إعادة التغريد

سيطرت السعودية على معظم المحتوى في التعبير عن الانطباعات المختلفة. تبعتهما الإمارات بالنسبة للمحتوى المحايد والإيجابي، وتلتها مصر في المشاركات السلبية. يبدو أن المستخدمين المصريين يفضلون التعبير عن شكواهم على وسائل التواصل الاجتماعي.

الإمارات	السعودية	السودان	مصر	البحرين	إيجابي
0,14%	1,24%	8,18%	3,27%	84,0%	
0,14%	1,24%	8,18%	3,27%	84,0%	محايد
0,0%	1,34%	3,94%	0,41%	81,0%	سلبي

أهم المنشورات تويتر

مستخدمين يذكرون اسم العلامة التجارية



٢#

عبدالعزیز الخضيري @ABD Follow

لجميع الأشخاص المهتمين بالشراء من الموقع الشهير "نمشي" namshi.com هذا كود خصم جديد: HAMD115 فعال من 16 إلى 19 يوليو 🗓️ تضعونه في خانة "قسمة الشراء" وبالعافية عليكم ❤️

- رتويت للتغريدة وأكون شاكر ومقدر لكم 🌹

Translate Tweet

شانيل شانيل
عطر انجوست بلاتينيوم للرجال - 100 مل ر.س. 530
عطر الور هومي سبورت - 50 مل ر.س. 315

11:28 PM - 15 Jul 2018

5,704 Retweets 1,038 Likes

1.5K 5.7K 1.0K



١,٠ ألف



١,٥ ألف



٥,٧ ألف

عبدالعزیز الخضيري يعلن عن كود للخصومات من نمشي

أهم المنشورات تويتر

مستخدمين يذكرون اسم العلامة التجارية



١#

Thamer @_mehh_ Follow

وبعدين رحنا الافنيوز وما لقيت الشوز و كافحت وكافحت وكافحت بعدين طلبته اونلاين من جولي شيك والحين بعطيكم كود التخفيض

FM88.8 @Fm888kw **نبض الكويت**
اعلنت الفاشنستا فوز الفهد انها قاعده تجهز مشروعها القادم اللي يتقدمه لجمهورها قريباً وهو عبارته عن كتاب يتكلم عن حياتها من كانت صغيره لي اليوم
#trendz

Translate Tweet

5:35 PM - 2 Jan 2018

15,314 Retweets 4,934 Likes

474 15K 4.9K

Tweet your reply

This Tweet is unavailable

Thamer @_mehh_ - 2 Jan 2018
الايلاينر لان الكحل حق الهيلق 🌹

Translate Tweet

3 7 20



٥,٥ ألف



٧٣



٨٤٣

مستخدمة تخبر متابعيها كيف أنها تمكنت من شراء حذاء بسهولة عبر جولي شيك بعد أن وجدت صعوبة في الحصول عليه من المول

أهم المنشورات تويتر

منشورات العلامة التجارية على مواقع التواصل



#١

NAMSHI
@NamshiDotCom

Follow

المسابقة الثامنة عشر
- فولو حساب نمشي
- تويت الجواب مع هاشتاق #نمشي_كأس_العالم5

الفايز راج يشتري منتجات من اديداس على نمشي
بقيمة 1000 د.إ.ر.س
@adidas

راج نعلن عن الفايز بكرة الساعة 2 مساءً
(تطبق الشروط والأحكام)

Translate Tweet



3:55 PM - 1 Jul 2018

871 Retweets 277 Likes

2.5K 871 277

٢٧٧



٨٧١



٢,٥ ألف



نمشي تعلن عن مسابقة على الانترنت والجائزة بطاقة
شراء بقيمة ١٠٠٠ ريال سعودي/ درهم إماراتي على
منتجات أديداس على نمشي

أهم المنشورات تويتر

مستخدمين يذكرون اسم العلامة التجارية



#٣

ريكو
@R0o08

Follow

كود خصم نمشي Rico10 فعال حتى يوم
الثلاثاء

Translate Tweet



1:14 AM - 2 Jun 2018

2,934 Retweets 290 Likes

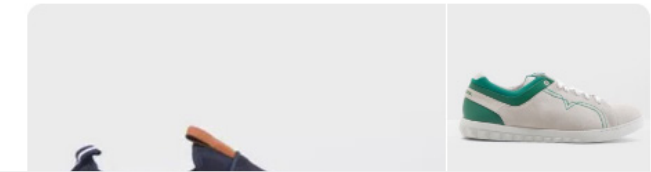
288 2.9K 290

Tweet your reply

ريكو @R0o08 · 2 Jun 2018

تشكيلة جزم رجالية مميزة للعيد :
وفيه أكثر بعد لاتنسون كود الخصم Rico10
وملبوس العافية

Translate Tweet



٢٩٠



٢,٩ ألف



٢٨٨



مستخدم لديه عدد كبير من المتابعين يعلن
عن كود خصم على نمشي

أهم المنشورات تويتر

منشورات العلامة التجارية على مواقع التواصل



#٣

NAMSHI @NamshiDotCom

المسابقة الأخيرة 🏆⚽

- ريتويت
- فولو حساب نمشي
- تويت الجواب مع هاشتاق
#نمشي_كأس_العالم2018

احتفالاً بالمباراة النهائية 5 فائزين راح يربحون رصيد من نمشي بقيمة 300 د.إ.ر.س

راح نعلن عن الفايز بكرة الساعة 2 مساءً (تطبق الشروط والأحكام)

Translate Tweet

المسابقة الأخيرة
اليوم التاسع والعشرون

كم متفرج يستوعب ملعب لوجنيكي في روسيا؟

#نمشي_كأس_العالم2018

3:05 PM - 15 Jul 2018

637 Retweets 210 Likes

1.7K 637 210

٢١٠



١,٧ ألف



٦٣٧



أهم المنشورات تويتر

منشورات العلامة التجارية على مواقع التواصل



#٢

NAMSHI @NamshiDotCom

المسابقة الثالثة عشر
- فولو حساب نمشي
- تويت الجواب مع هاشتاق #نمشي_كأس_العالم3

الفايز راح يختار اي منتج يبيه من نمشي لحد 500 د.إ.ر.س

راح نعلن عن الفايز بكرة الساعة 2 مساءً (تطبق الشروط والأحكام)

Translate Tweet

المعلومة صح او غلط؟
اليوم الثالث عشر

الأرجنتين هي أول بلد استضافت كأس العالم في سنة 1930.

#نمشي_كأس_العالم2018

3:33 PM - 26 Jun 2018

625 Retweets 214 Likes

1.7K 625 214

٢١٤



١,٧ ألف



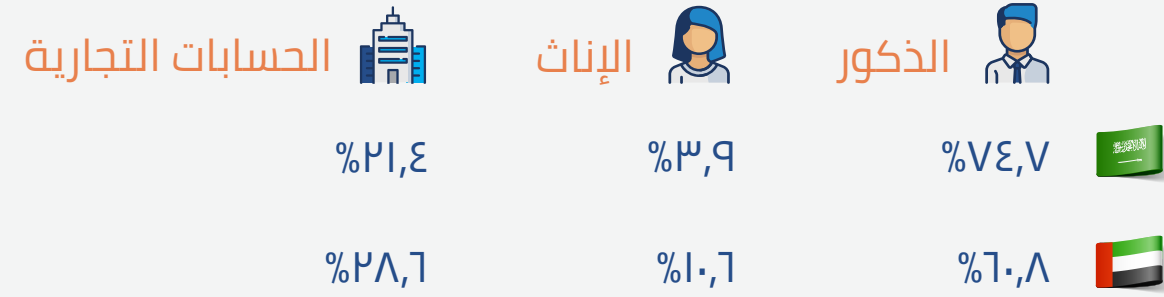
٦٢٥



نمشي تعلن عن مسابقة على الانترنت والجائزة بطاقة شراء بقيمة 0٠٠ ريال سعودي / درهم إماراتي على منتجات نمشي

حجم مشاركة الجنسين في كل من السعودية والإمارات

الرجال السعوديين كانوا الأكثر نشاطاً تلتهم الحسابات التجارية في السعودية. الأمر نفسه ينطبق على الإمارات.



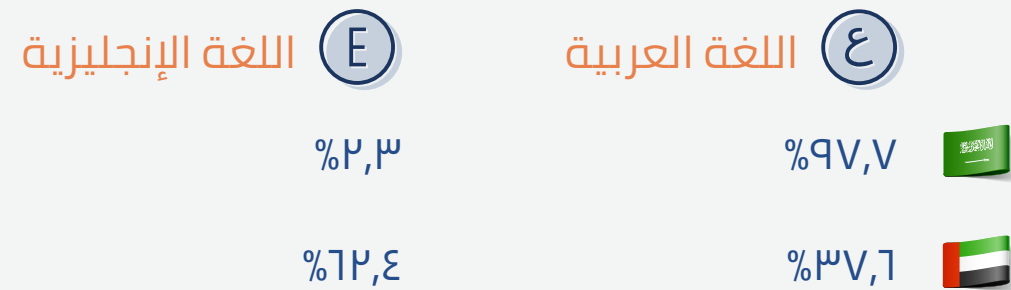
تحليل الانطباعات

كان المحتوى السلبي عند أدنى معدلاته في الإمارات. في حين أن غالبية المحتوى في الإمارات والسعودية جاء محايداً.



تحليل اللغة

جاء أغلب المحتوى المنشور من السعودية باللغة العربية، في حين أن معظم المحتوى المنشور من الإمارات كان باللغة الإنجليزية.



قطاع البنوك في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا



فترة الرصد
10 أشهر

المناطق المتابعة
السعودية ومصر

منصات التواصل المتابعة
حساباتهم على تويتر وفيسبوك
طلبات البحث: فيسبوك واستاذرام وتويتر والأخبار والمحتويات والمنتجات

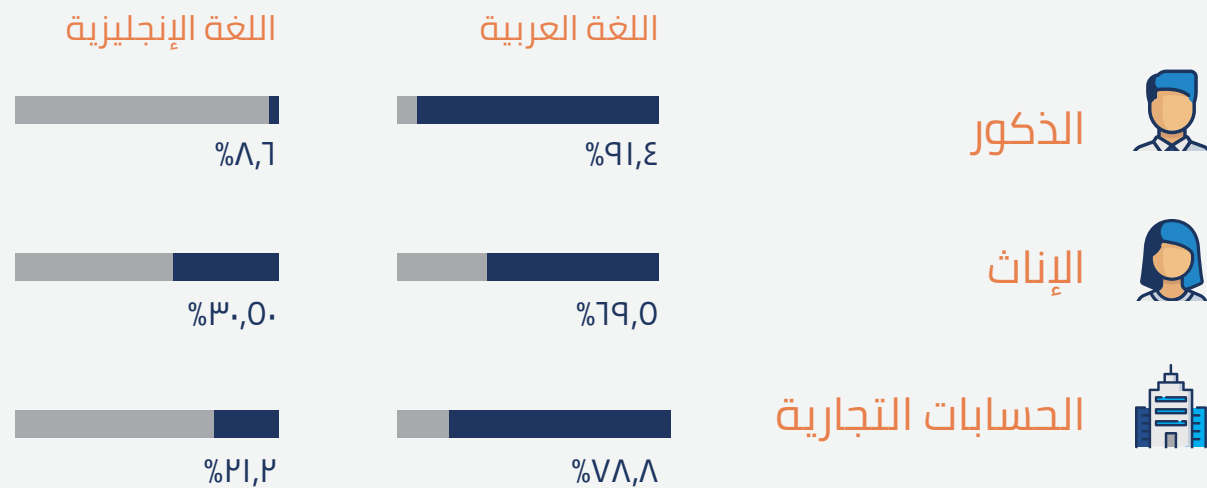
يستند هذا القسم إلى رصد ومتابعة عينة عشوائية من البنوك من بلدان مختلفة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*

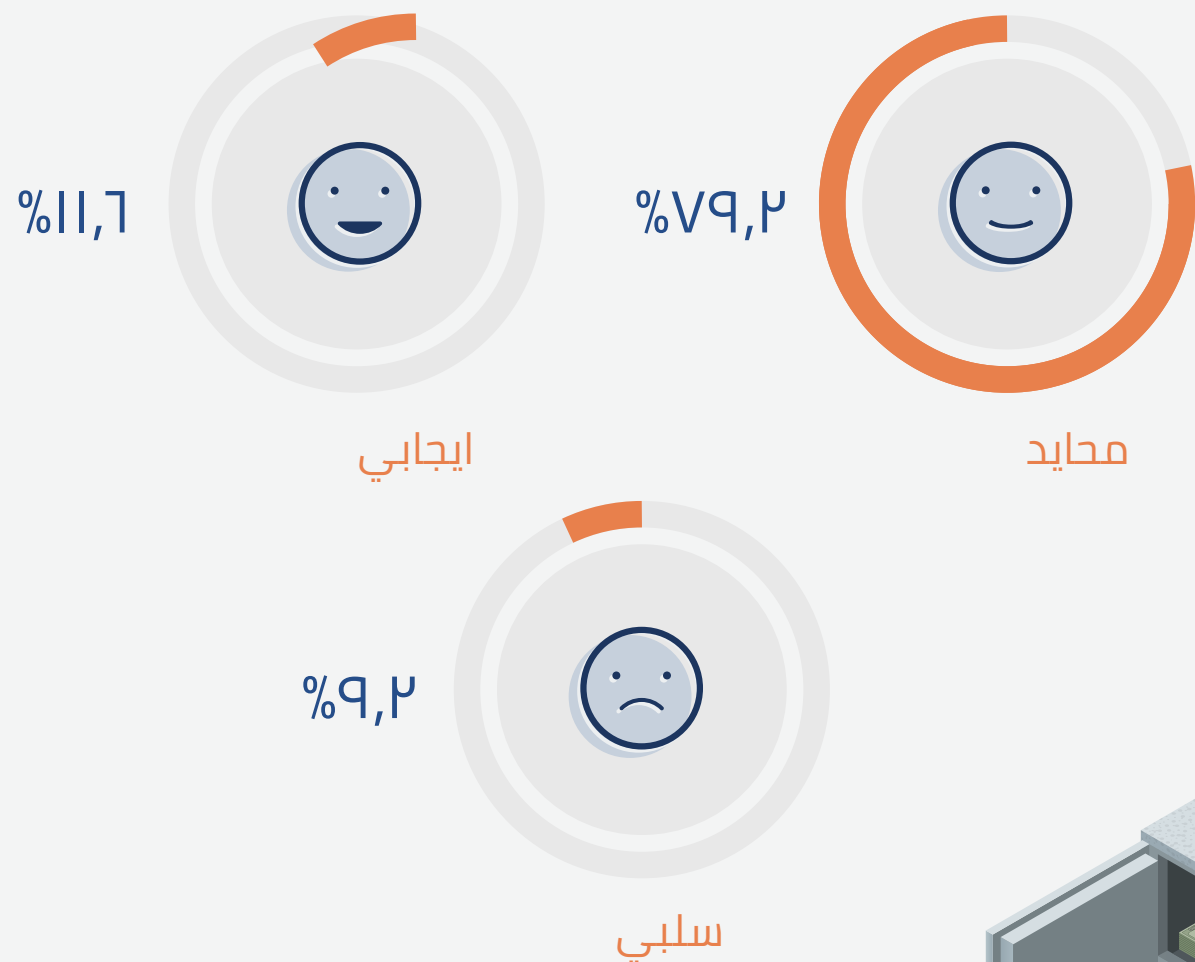


ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

فضل المستخدمون استعمال العربية أكثر من الإنجليزية. كانت نسبة المحتوى باللغة الإنجليزية في دولة الإمارات هي الأعلى بين باقي الدول.

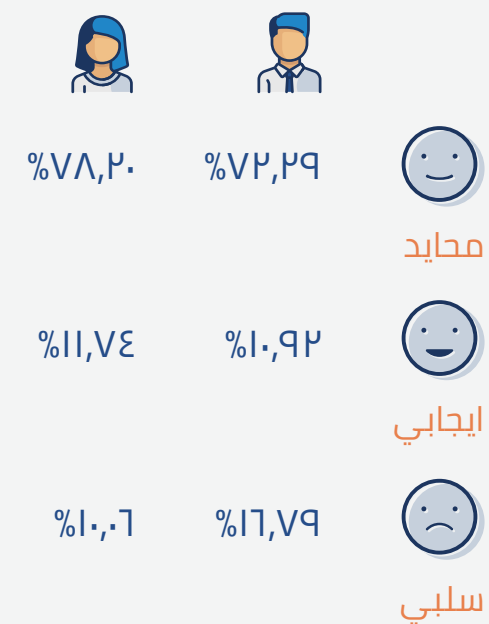


تحليل الانطباعات



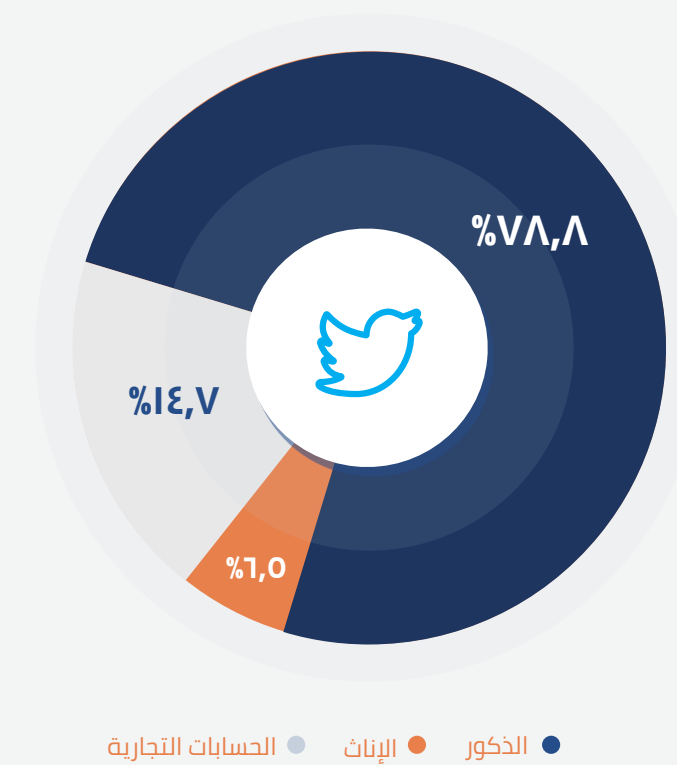
الانطباعات التي أبدتها الجنسين

أظهر الذكور الاستياء أكثر من أي انطباع إيجابي. في حين أظهرت المستخدمات من الإناث نشاطاً أكثر دون اظهار أي انطباع على الإطلاق بالإضافة إلى تعبيرهم عن محتوى إيجابي أكثر من السلبي.



التحليل الديموغرافي للمستخدمين

(تويتر فقط)



من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟



تحليل عام للغة



توزيع الجنسين من ناحية اللغة

على الرغم من أنه وجود نصيب كبير للحسابات التجارية من المحتوى باللغة الإنجليزية، إلا أن المستخدمين الذكور لا يزالون يسيطرون على اللغة الإنجليزية بالإضافة إلى اللغة العربية.

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	الجنس
81,7%	01,9%	الذكور
0,4%	13,3%	الإناث
12,9%	29,8%	الحسابات التجارية

انطباعات المستخدمين بالنسبة لكل لغة

نظرًا لأن المستخدمين يشعرون براحة أكبر في التعبير عن عدم رضاهم باستخدام اللغة العربية، سيطر الحيداء على غالبية المحتوى باللغة الإنجليزية، حيث شكّلت نسبة عالية من المحتوى السلبي نسبة 12,1% من المحتوى العربي بشكل عام.

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	التقييم
71,74%	84,3%	محايد
11,07%	11,42%	إيجابي
12,19%	4,28%	سلبي

الانطباعات لدى الجنسين

لم تيد الحسابات التجارية أية انطباعات من خلال محتواها. سيطر الذكور على غالبية المحتوى معبرين عن كافة الانطباعات. شاركت الإناث أكثر في المحتوى المحايد والإيجابي.

الجنس	محايد	إيجابي	سلبي
الذكور	74,8%	91%	94,0%
الإناث	6,3%	9%	0,0%
الحسابات التجارية	18,9%		

اللغات المستخدمة لكل من الانطباعات المعبر عنها

استخدمت اللغة الإنجليزية أكثر للتعبير عن الانطباعات المحايدة والإيجابية. لذا بالكاد شكّلت 10,7% من المحتوى السلبي. لا يفضل مستخدمو الإنترنت تقديم الشكاوى باللغة الإنجليزية.

اللغة	محايد	إيجابي	سلبي
اللغة العربية (ع)	72,8%	74%	89,3%
اللغة الإنجليزية (E)	27,2%	26%	10,7%

الانطباعات في كل بلد

جاء معظم المحتوى المحايد من الإمارات ومصر. عبر المستخدمون في مصر والسعودية عن محتوى إيجابي وسلبي. ساهم السعوديون بـ 70% من المحتوى السلبي.

البلد	محايد	إيجابي	سلبي
السعودية	73,74%	77,79%	84,38%
الإمارات	13,22%	14,37%	8,28%
مصر	2,82%	3,2%	2,81%
الكويت	0,8%	0,77%	0,08%
قطر	1,69%	0,46%	0,48%
عمان	0,00%	-	-
الأردن	-	0,34%	0,31%

أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع البنوك

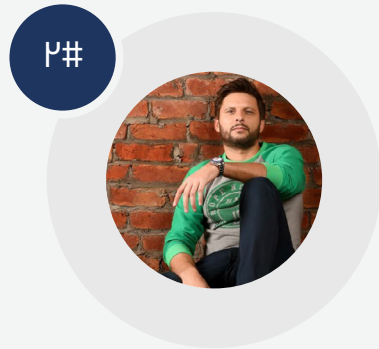
الذكور



٣#

موافق فواز الرويلي
@muwafiq

٣,٩٨ ألف
تفاعل



٢#

شاهد أفريدي
@SAfridiOfficial

٦,٨٣ ألف
تفاعل



١#

مهند
@M_Og

٦,٩٣ ألف
تفاعل



أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع البنوك

الحسابات التجارية



٣#

بنك نيجيريا المركزي
@cenbank

٤,٤ ألف
تفاعل



٢#

Today Show
@TODAYshow

٥,٥٨ ألف
تفاعل



١#

Riverdale
@CW_Riverdale

٨,٤٩ ألف
تفاعل



شيما إسماعيل

مديرة المحتوى الرقمي
لوريال



شهد العام ٢٠١٨ الكثير من التقلبات والتطورات على مستوى وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات وبالنسبة لجميع العلامات التجارية. كان عام ٢٠١٨ عام التركيز على الوصول والتكرار عندما يتعلق الأمر بأهداف الإنفاق على فيسبوك. ثبت على مدار العام أن حجم التفاعل مع منشورات علامتك التجارية لا يعكس بالضرورة اهتمام العملاء بشراء منتجاتك. قد تأتي التفاعلات بأي شكل مثل التساؤلات بشأن أسعار المنتج أو الخدمة أو مدى توفرها أو تنبيه الأصدقاء الذين قد يكونون مهتمين بها أو حتى تقديم الشكاوى. إن الوصول إلى غالبية جمهورك المستهدف وبمستوى التكرار المناسب هو الأسلوب الجيد للتأكد من أن علامتك التجارية حاضرة دائماً في وعي مستهلكيك.

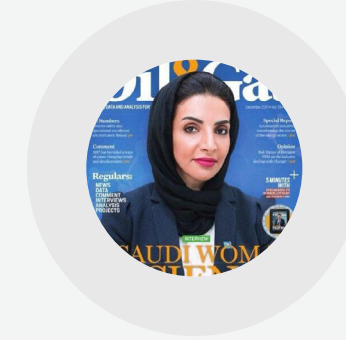
الاتجاه الأهم الذي لاحظته في عام ٢٠١٨ يتعلق بشكل المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي. أصبح من الواضح الآن، وخلال عام ٢٠١٨ كله، أن مقاطع الفيديو القصيرة هي الأسلوب المناسب عندما يتعلق الأمر بجذب انتباه جمهورك الذي يفقد اهتمامه بسرعة. ١٠ ثوانٍ تعتبر الآن فترة طويلة، بينما تعد مقاطع الفيديو من ٣ إلى ٦ ثوانٍ أكثر فترات المحتوى نجاحاً مع المستهلكين أثناء متابعة الـ Newsfeed الخاص بهم والذي قد يتخطى ارتفاع تمثال الحرية إذا ما ترجمناه إلى أمتار.

بالنسبة لعام ٢٠١٩، ستشكل مسألة قياس العائد على الاستثمار في وسائل التواصل والإنفاق الإعلامي عموماً التحدي الأساسي للمسوقين. سيرغب جميع المسوقين في الإجابة عن هذا السؤال هذا العام حتى يتمكنوا من التوصل إلى الصيغة الصحيحة حول كيفية تحقيق النجاح رقمياً.

أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع البنوك

الإناث



د. عبير العليان
@AbeerAlOlayan1

١,٩ ألف
تفاعل



حجم مشاركة الجنسين في السعودية والإمارات ومصر

في حين أن المستخدمين الذكور كانوا الأكثر نشاطًا في السعودية ومصر، سيطرت الحسابات التجارية على غالبية المحتوى في الإمارات.

الحسابات التجارية	الإناث	الذكور
8,1%	8,4%	83%
04,0%	7,9%	37,1%
22,3%	19,1%	08,0%

ما الانطباعات التي عبر عنها المستخدمون في كل بلد؟

إن دراسة وفهم المحتوى على الإنترنت بالإضافة إلى استيعاب المكان الذي يأتي منه كثير من المحتوى السلبي سيساعد العلامات التجارية بالتأكيد على مراجعة استراتيجياتها وتطوير أساليب عملها للحصول على محتوى أكثر إيجابية.

سلبي	إيجابي	محايد
21,81%	8,80%	19,30%
4,43%	1,07%	89,00%
13,12%	8,20%	78,18%

ما اللغة التي فضل مستخدمو كل بلد استعمالها؟

معظم المحتوى في السعودية ومصر جاء باللغة العربية. بينما جاء نصف المحتوى المنشور من قبل المستخدمين في الإمارات بالإنجليزية. هذه المعلومات تعتبر ذات أهمية فائقة للشركات الناشئة أو المتوسعة في مجال النقل التشاركي التي لا تزال تبحث عن أسواق جديدة.

اللغة الإنجليزية	اللغة العربية
1,7%	98,3%
07,4%	42,1%
8,3%	91,7%

قطاع النقل التشاركي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا



فترة الرصد
10 أشهر

المناطق المتابعة
السعودية ومصر

منصات التواصل المتابعة
يستند التحليل إلى:

طلبات بحث ترصد عددًا من العلامات التجارية في مجال النقل التشاركي واستخلاص البيانات من تويتر وفيسبوك وانستغرام والمدونات والأخبار والمنتديات. الحسابات الرسمية على تويتر وفيسبوك للعلامات التجارية التالية

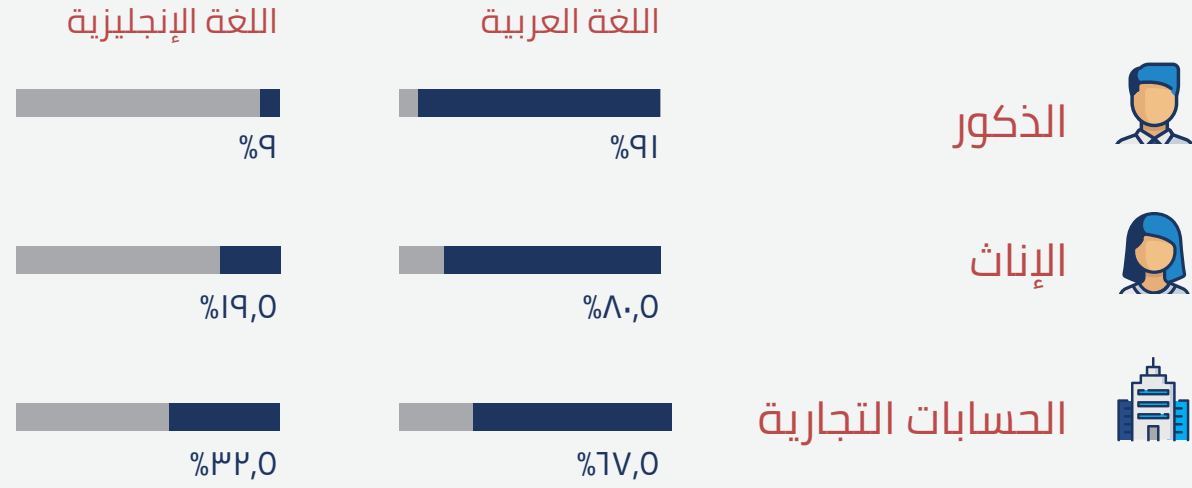
النقل التشاركي مجال ينمو باستمرار في المنطقة حيث تستثمر العديد من الشركات كثيرًا من الأموال لتمكين من التفاعل والتواصل عبر الإنترنت سواء مع عملائها الحاليين أو عملائها المستهدفين. في هذا القسم نقدم تحليلًا موجزًا عن قطاع النقل التشاركي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا خلال عام 2018، سنعرض كذلك نظرة متفصلة حول أهم ثلاث دول وهي السعودية والإمارات ومصر.

التحليل بناء على الموقع الجغرافي
تويتر فقط*

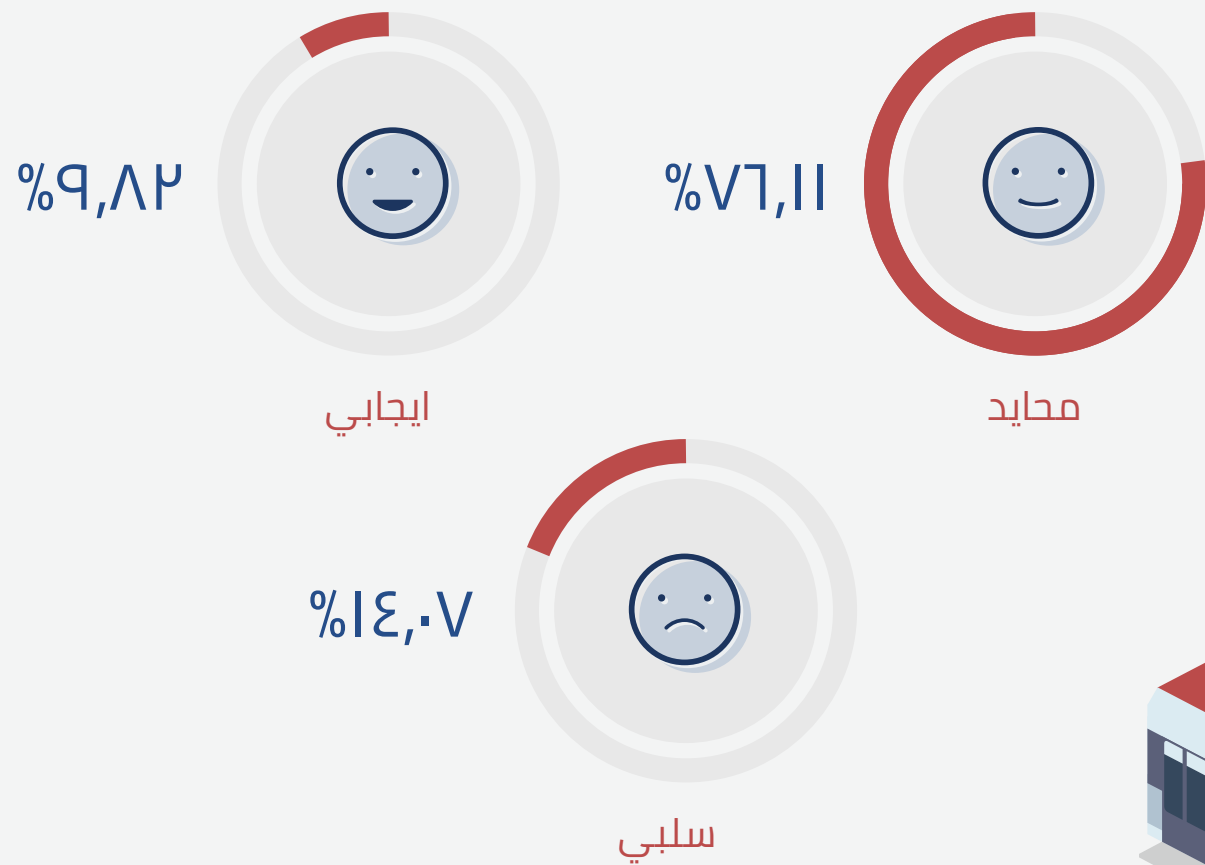


ما اللغة التي فضل المستخدمون استعمالها؟

فضلت الغالبية العظمى من المستخدمين الذكور والإناث أن يعبروا عن أنفسهم بالعربية. استخدمت معظم الحسابات التجارية العربية للنشر، لكن نسبتهم بالنسبة للمحتوى الإنجليزي كانت الأعلى.



تحليل عام للانطباعات



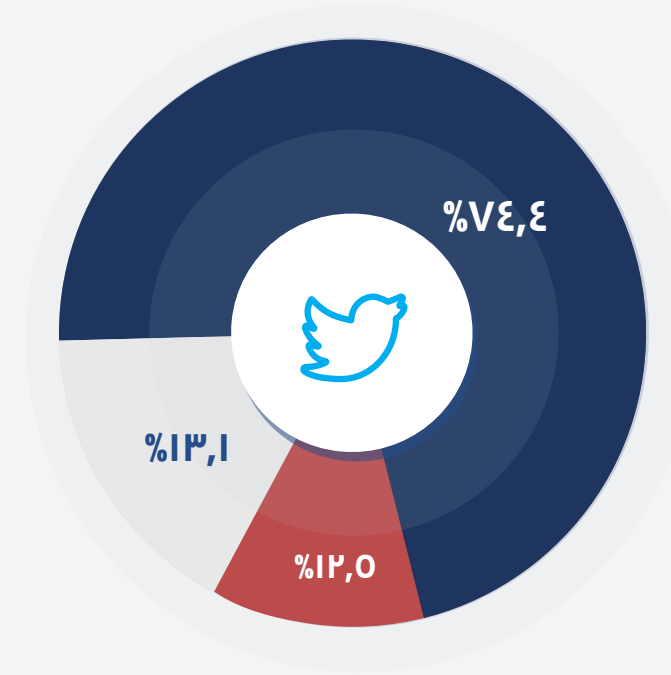
ما الذي عبر عنه الجنسين؟

جاء معظم المحتوى من المستخدمين في المنطقة، الذكور والإناث على حد سواء، محايداً. مع ذلك كان المحتوى السلبي ضعف المحتوى الإيجابي.



التحليل الديموغرافي للمستخدمين

(تويتز فقط)



الذكور ● الإناث ● الحسابات التجارية

من أين جاءت أعلى مشاركة لكلا الجنسين؟

المستخدمون السعوديون من كلا الجنسين كانوا هم الأكثر نشاطاً، تلاهم المصريون ثم الإماراتيون.



تحليل عام للغة



توزيع المستخدمين من حيث اللغة

سيطر المستخدمون الذكور على معظم المحتوى باللغتين. استحوذت الحسابات التجارية على نسبة مرتفعة بلغت 30% من المحتوى باللغة الإنجليزية مقارنة بـ 9,0% من المحتوى العربي

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	
78,0%	0,9%	الذكور
12%	19%	الإناث
9,0%	30%	الحسابات التجارية

كيف استخدمت كل لغة في التعبير عن الانطباعات؟

جاء معظم المحتوى باللغتين محايدا لكن المستخدمين كانوا أكثر مراعاة في التعبير عن ملاحظاتهم السلبية باللغة العربية.

اللغة العربية	اللغة الإنجليزية	
71,04%	86,88%	محايد
9,91%	9,30%	إيجابي
18,00%	3,77%	سلبى

الانطباعات لكلا الجنسين

لم تشارك الحسابات التجارية أي محتوى عاطفي. سيطر المستخدمون الذكور على غالبية المحتوى المحايد والإيجابي والسلبى.

محايد	إيجابي	سلبى	
63,0%	80,8%	86,2%	الذكور
9,7%	14,2%	13,8%	الإناث
26,8%			الحسابات التجارية

ما اللغة التي استخدمت في التعبير عن كل من هذه الانطباعات؟

نشر معظم المحتوى وفي جميع الانطباعات باللغة العربية، سيطر المحتوى المحايد على النسبة الأكبر من المحتوى باللغة الإنجليزية.

اللغة العربية (ع)	اللغة الإنجليزية (E)	محايد	إيجابي	سلبى
81,9%	18,1%	81,9%	80,6%	96,6%
			14,6%	3,6%

اسهام كل دولة من ناحية الانطباعات

سيطر المستخدمون السعوديون على النسبة الأكبر من المحتوى عبر مختلف الانطباعات، يليهم المستخدمون المصريون.



أعلى المنشورات تويتر

الرئيس التنفيذي لشركة Uber يحتفل بالسماح للمرأة السعودية بقيادة السيارة



٢#

Barney Harford @barneyh

"To all the women in Saudi Arabia my heart is full of joy for you" - female @Uber driver partners around the world welcome Saudi women to the road ahead



4:19 PM - 25 Jun 2018

2,130 Retweets 12,570 Likes

65 2.1K 13K



Tweet your reply

١٣ ألف



٢,١ ألف



٦٥



أعلى المنشورات تويتر

مستخدم يحكي عن تجربته الجيدة مع Careem



١#

Leena Anwar @leenaanwar

اليوم كان عندي جلسة علاج طبيعي و طلبت كريم لما وصلني المستشفى رفض يأخذ المبلغ مع إنه بسيط وقال لي (أنا أي مشوار مستشفى ما أخذ عليه) وبكتب إنها اندفعت مثل هذا يحتاج دعوات قلبية يتربع على عرشها من قاموا بتربيته وليس تقييم في التطبيق فقط @careem @CareemCare

Translate Tweet



9:11 PM - 17 Jul 2018

16,865 Retweets 9,233 Likes

754 17K 9.2K

٩,٢ ألف



١٧ ألف



٧٥٤



إشارات مهمة (فعاليات)

الثاني من فبراير

٢٠١,٨٨ ألف

منشن وتفاعل



١٨٥ ألف



٢ ألف



١,٤ ألف



Uber تعلن عن توقيع عقد مع محمد صلاح

أعلى المنشورات تويتر

مستخدم يحكي عن تجربته الجيدة مع Careem



٣#



الوليد بن طلال
@Alwaleed_Talal

Follow

دعم @Alwaleed_Philan للمرأة #السعودية يمتد ليشمل تأمين ١٠٠ سيارة لـ @CareemKSA ليطم استعملها في برنامج #كابتنه

bit.ly/2CBEUVd

Our support via @Alwaleed_Philan for #SaudiWomen includes providing 100 cars to #Careem to be used by female captains

bit.ly/2O1VPSj



8:11 PM - 9 Sep 2018

1,044 Retweets 10,637 Likes

893 1.0K 11K

١١ ألف



ألف



٨٩٣



أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع النقل التشاركي

الذكور



أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع النقل التشاركي

الحسابات التجارية





عماد لحد

Global Co-Lead, Digital Practice
العالمية APCO

كيف تغيرت وسائل التواصل الاجتماعي في العام ٢٠١٨؟

يستمر البث الحي للفيديو في تحقيق النجاح

ازدهرت خاصية البث المباشر في عام ٢٠١٨. بدأ المزيد من العلامات التجارية وأصحاب المتاجر الرقمية والمديرين التنفيذيين للأعمال في الاستفادة من معدلات التفاعل المتزايدة للبث المباشر. وفقاً لتقرير IBM Cloud Video و Brandlive، سيشكل اسهام الفيديو على وسائل التواصل الاجتماعي بما يصل إلى ٨٢ بالمائة من إجمالي التفاعل على الإنترنت بحلول عام ٢٠٢٠. هذا ما جعل ٩٥ بالمائة من المديرين التنفيذيين لمبيعات التجزئة يعتبرون البث المباشر جزءاً لا يتجزأ من استراتيجيات التسويق الخاصة بهم العام الماضي.

يتغير مشهد المؤثرين اليوم لصالح المؤثرين على نطاق ضيق

حيث اتضح أنهم الخيار الأفضل من حيث الولاء والثقة الارتباط بالعلامة التجارية، وفي بعض الحالات، معدل تفاعل أعلى بنسبة ٦٠% مقارنة بالمؤثرين على نطاق أوسع. بدأت العلامات التجارية في وضع المزيد من ثقتها في المؤثرين على نطاق ضيق. هناك بالطبع أيضاً حقيقة أن المؤثرين على نطاق ضيق لا يطالبون مقابل مادي كبيراً مثل نظرائهم الأكثر شهرة، عندما تكون الميزانيات محدودة، سيكون المؤثرين على نطاق ضيق خياراً مفضلاً بالنسبة للمسوقين. بالإضافة لكل ذلك فإن الارتفاع في مستوى دقة أدوات مراقبة وسائل التواصل تسمح للشركات باكتشاف صحة عدد المتابعين النشطين للمؤثرين، وكذلك القرارات التشريعية الجديدة في الإمارات والتي تقتضي من المؤثرين الحصول على ترخيص تجاري رسمي للعمل كمؤثر، كلها أمور دفعت باتجاه التحول بشكل كبير نحو استثمار في مؤثرين أكثر محلية تقوم شهرتهم على الخبرة في مجالات بعينها.

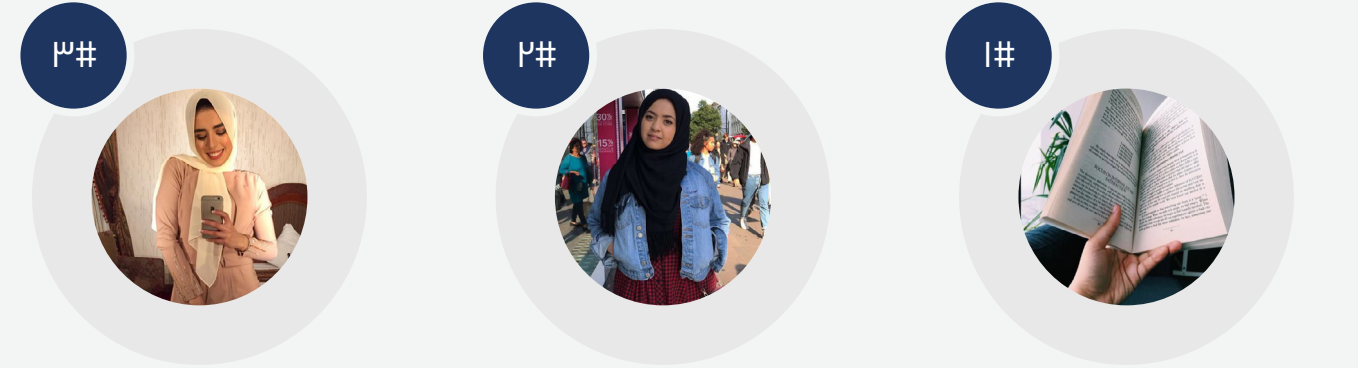
انستاجرام يضع القواعد الجديدة للعبة وسائل التواصل الاجتماعي

حقيقة أن انستاجرام يقدم الكثير من مستويات التفاعل المختلفة هي شيء حدد شكل عام ٢٠١٨. أضافت تحديثات القصص البارزة والميزات التفاعلية في القصص مثل استطلاعات الرأي والأسئلة والعد التنازلي المزيد من القوة إلى انستاجرام، كان هناك تحرك حتى من جانب الشركات لاستخدام انستاجرام على حساب المنصات الأخرى التي سبق لها التأثير في عالم التواصل الاجتماعي مثل تويتر و فيسبوك.

أكثر المؤثرين حصولاً على التفاعل تويتر

قائمة بالمؤثرين الذين حصلوا على أكبر قدر من التفاعل مع منشوراتهم بشأن قطاع النقل التشاركي

البنات



سلمى حمادة
@SalmaaHamada

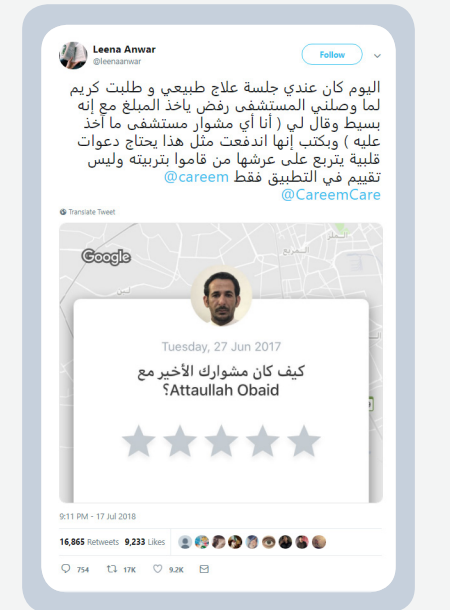
ولاء
@Walaa Quisay

لينا انور
@leenaanwar

٥,٠٠ ألف
تفاعل

١٠,٦ ألف
تفاعل

٢٦,٦٥ ألف
تفاعل



فُصطفى شرارة

المدير التنفيذي
أعتذر عن هذا المحتوى



في رأيك، ما أهم الصيحات الجديدة بالاهتمام في ٢٠١٨؟

يمكننا القول أن Tiktok يعتبر أهم ما حدث في ٢٠١٨. بدأ العديد من الأشخاص والشركات التركيز على هذه المنصة. بصفتي منتجًا للمحتوى، علمت بوجود تلك المنصة من أحد العملاء حيث أدركت أنها تضم مختلف أنواع محتوى الفيديو.

حققت القصص العمودية أيضًا نجاحًا هائلًا، لذا يرغب العملاء في نشرها على استراتيجيات وسنابشات. يبدو أن مقاطع الفيديو هذه تحصل على تفاعل أكبر من الـ conversions.

استُخدمت الأغاني الشعبية ضمن أنجح الحملات الإعلانية في العام الماضي. محمد رمضان يعتبر أكبر دليل على ذلك. على سبيل المثال، حققت أغاني إعلان فودافون نجاحًا ورواجًا كبيرين حتى أن بعض الناس استخدموها في المناسبات الاجتماعية الخاصة مثل حفلات الزفاف. يبدو أنها أصبحت تحقق النجاح والانتشار اللذين تحققهما الأغاني العادية.

ما هي توقعاتك للعام ٢٠١٩؟

يبدو أن الناس يفضلون المحتوى الذي يتضمن قيمة أكبر من مجرد الترفيه. الإعلانات التي تحتوي على رسائل جادة أكثر قابلية للانتشار والمشاركة من تلك الترفيهية فقط. في عام ٢٠١٩، ستكون هناك قيمة أكبر في المحتوى الإعلاني، حيث إن المستخدمين والجمهور صاروا أكثر انتقائية فيما يتابعون.

لن يظل السوق مأسورا بالإنتاج الضخم، بل سيركز أكثر على الرسالة الأساسية لمقاطع الفيديو والمحتوى. أتوقع من شركات الدعاية الصغيرة تقديم إعلانات أكثر نجاحًا من تلك التي تقدمها الشركات الكبيرة.

لاحظت أن العملاء لم يعودوا مولعين بالتميز التقني كما كانوا، بل أكثر تركيزًا على الإبداع وصانعي المحتوى. أعظم إعلان على الإطلاق في رأيي، إعلان Apple، هو أكبر دليل على أن البساطة والإبداع هما أهم ما يحتاجه أي إعلان لتحقيق التفاعل والانتشار المرجوين.

ما هي أساليب التسويق الجديدة في عام ٢٠١٨؟

الردشة الروبوتية

شكّلت الردشة الروبوتية أهم أحداث في ٢٠١٨ عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي. قدرتها على مساعدة الشركات في التوسع بالحد الأدنى من الإنفاق والعنصر البشري هو شيء أجاد المسوقون استغلاله في العام الماضي. لدرجة أن ٨٠ في المائة من المديرين التنفيذيين للتسويق يخططون لاستخدام الردشة الروبوتية لزيادة تفاعل علاماتهم التجارية بحلول عام ٢٠٢٠، وفقًا لاستطلاع أجرته شركة أوراكل لكبار المسؤولين التنفيذيين في مجال التسويق. ووفقًا لتقرير صادر عن Grand View Research، من المتوقع أن يصل سوق الردشة الروبوتية العالمي إلى ١,٢٣ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٥. بل إن بعض التقديرات تصل إلى حد القول إن الردشة الروبوتية ستوفر على مجال الرعاية الصحية والبنوك ما يصل إلى ٨ مليارات دولار سنويًا بحلول عام ٢٠٢٢.

الاستهداف الإعلاني الدقيق

لدى فيسبوك أكثر من ستة ملايين معلن عبر منصته بينما يتعامل استراتيجيات في الوقت الحالي مع أكثر من ثلاثة ملايين معلن. بالنسبة للعلامات التجارية يعتبر هذا فوزًا للطرفين. تتيح المعلومات التي يوفرها المستخدمون على منصات التواصل للعلامات التجارية فرصة استهدافهم بمحتوى إعلاني محدد مصمم خصيصًا ليتعاطى مع ميولهم الاستهلاكية وتفضيلاتهم. إنها حقيقة بسيطة توضح التطور الحاصل، حيث إنه في المستقبل القريب ستختص ميزانيات إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي نفقات الإعلانات التقليدية في الصحف.

ما الذي سيستمر في تحقيق النجاح خلال ٢٠١٩؟

البث المباشر للفيديو

سوف تواصل خاصية البث الحي للفيديو تحقيق النجاح. حقيقة أنها تعزز تواجد العنصر البشري في معادلة التسويق الرقمي، الذي لطالما قال كثيرون إنه مفقود في حملات وسائل التواصل الاجتماعي، يعني أنها تشرك المستهلكين بشكل أفضل من الوسائط الأخرى التقليدية، والأهم من ذلك أنها ترفع من وقت المشاهدة الكلي لكل مستخدم سيكون من الممتع متابعة باقي المنصات وهي تتلمس طريقها في استخدام خاصية البث الحي. على سبيل المثال، لا أستطيع تخيل مرور الكثير من الوقت قبل أن يشرع لينكد إن في تبني مفهوم البث المباشر الذي يسمح لمحترفي الأعمال بعرض شركاتهم وعلاماتهم التجارية والحديث عن مجال عملهم عبر هذه الميزة التفاعلية التي يبدو حماس المستخدمين لها جليًا.

المنصات الجديدة

بجانب المنصات الحالية، يجب علينا أيضًا البحث عن منصات جديدة تعمل على تحسين الذكاء الاصطناعي لتطوير نهج ذكي للتسويق. على سبيل المثال، في مكتب شركة Apco Worldwide في دبي، لا يتيح لنا إطلاق وتشغيل مختبرنا AI Comms Lab الأول - والأول من نوعه في العالم - تحليل سلوك المستخدم وفهم التصورات الموجودة تجاه العلامات التجارية والمحتوى فحسب، بل يتيح لنا إعادة توجيه المكون البشري عبر تحليل البيانات والإبداع. هذا هو الاتجاه الذي سيسير فيه هذا المجال: مع التركيز على الأساليب الجديدة والإبداعية التي يتم إدارتها بواسطة الذكاء الاصطناعي والتقنيات الذكية ستظهر حتماً منصات جديدة.

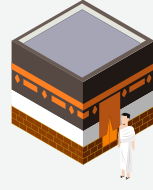
تقنيات التفعيل بالصوت

ستستمر في الازدهار أيضًا مجموعة كبيرة من التقنيات التي ظهرت والتي تجعل الحياة أسهل باستخدام المساعدات الحياتية. عندما تنظر إلى النجاح والتطور السريع لتقنيات Siri و Google Home و Alexa، يتضح أن الطلب على التفاعل البشري السلس ٣٦٠ مع التكنولوجيا سيدفع قطاع التفعيل بالصوت هذا للأمام أكثر هذا العام.

أكثر المناطق ذكرا

يرصد هذا القسم المناطق الأكثر ذكرا في مدينة مكة وما حولها.

#1 مكة المكرمة ٢١%

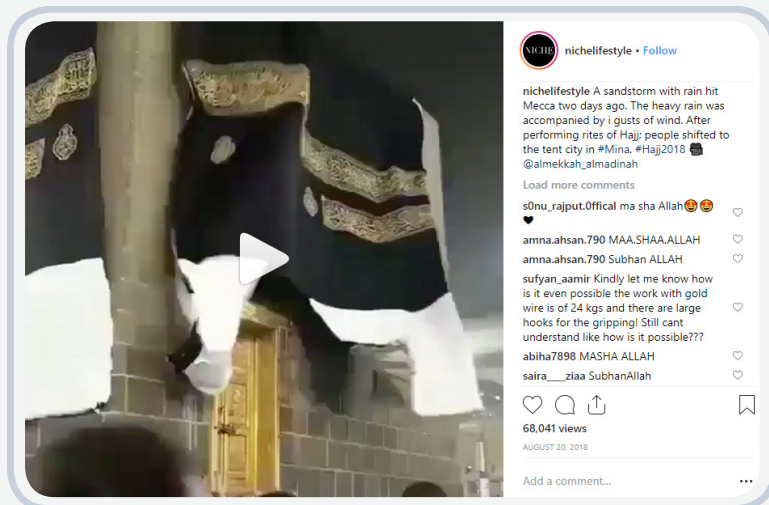


المنطقة الأكثر ذكرا. هناك العديد من المنشآت إلى مكة المكرمة من قبل الحجاج أو متابعي وسائل التواصل المتاهقين على حد سواء، خاصة أن الكعبة تعتبر رمزا لتجربة الحج بأكملها.

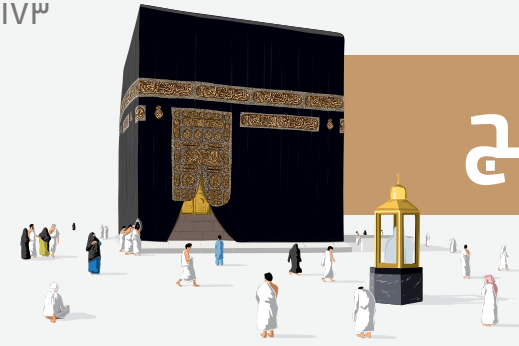
١٩ أغسطس و ٢٠ أغسطس



أعلى المشاركات

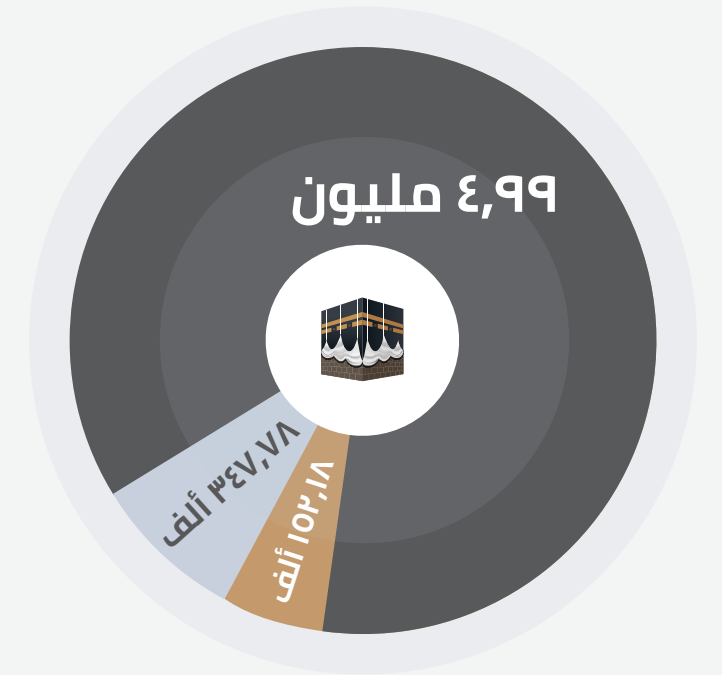


تحليل خاص لموسم الحج



الفترة من ١٨ أغسطس ٢٠١٨ حتى ٢٥ أغسطس ٢٠١٨

نظرة عامة على أنشطة الحج



المنشئ

تفاعل

لأشخاص المتفاعلون على تويتر فقط
المجموع ٥,١٤٢,١٨٠ مليون

ما هي المنصات التي حظيت بأكثر نشاط؟

الصفحات الإخبارية
٠,٧١%



فيسبوك
٥,٤٣%



تويتر
٩٣,٢٩%



من كان الأكثر مشاركة؟ (تويتر)

الحسابات التجارية
٦,١%



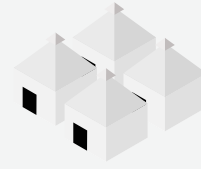
الإناث
٥,١%



الذكور
٨٨,٧%



٣ منى ١٢%



لأهمية المنطقة وطول الوقت الذي يستغرقه الحج فيها، حيث إن منى هي ثالث مكان يزوره الحجاج المسلمون، وهي ثالث أهم منطقة في رحلة الحج.

٢٠ أغسطس



أعلى المشاركات



أخبار السعودية @SaudiNews50

فيديو ..
 خادم الحرمين الشريفين خلال وصوله منى للإشراف على راحة ضيوف الرحمن.
 #السعودية #العالم_في_قلب_المملكة

11:10 PM - 20 Aug 2018

2,353 Retweets 3,652 Likes

388 2.4K 3.7K

nichelifestyle • Follow

nichelifestyle A sandstorm with rain hit Mecca two days ago. The heavy rain was accompanied by gusts of wind. After performing rites of Hajj, people shifted to the tent city in #Mina. #Hajj2018 @almekkah_almadinah

Load more comments

s0nu_rajput.Official ma sha Allah 🙏🏻

amna.ahsan.790 MAA.SHA.ALLAH

amna.ahsan.790 Subhan ALLAH

sufyan_aamir Kindly let me know how is it even possible the work with gold wire is of 24 kgs and there are large hooks for the gripping! Still cant understand like how is it possible???

abiha7898 MASHA ALLAH

saira__ziaa SubhanAllah

68,041 views

AUGUST 20, 2018

٢ عرفات (ويوم عرفة) ٢١%



لم ينحصر ذكر جبل عرفات ويوم عرفة على الحجاج فقط، بل إن المسلمين من جميع أنحاء العالم كانوا يعبرون عن احتفالهم بهذا اليوم عبر صفحاتهم على وسائل التواصل الاجتماعي.

٢٠ أغسطس



أعلى المشاركات



منصور الرقبية @M_ALROKIBH

أعظم قصة إحسان تلك التي تقوم بها المملكة العربية السعودية ممثلة بـ #وزارة_الصحة أن الحاج إذا كان بغيوبة يكتشف حينما يفيق أن الوزارة قامت بتصعيده الى عرفة بسيارة أسعاف برفقة طاقم طبي متكامل ورمي الجمرات عنه وإكمال حجه. شاهد هذا المقطع لتشعر بالفخر #العالم_في_قلب_المملكة

Translate Tweet



A Jordanian woman gave birth to the baby in Arafat during Hajj

socialgazette • Follow

socialgazette A baby was born on #Monday at the Jabal Al-Rahma Hospital in #Arafat while #Muslims pilgrims performed the #Hajj 🙏🏻👶🏻

Load more comments

romazahiri MashAllah 🙏🏻

simran1519 Mashaallah how lucky this baby

aziztahira Mashallah

aribafatima101 Ma Sha ALLAH .. ALLAH PAAK naseeb achy kre 🙏🏻

nasima_all_alam @legoistan you're wrong. A woman can travel up to the end of her 35th or 36th weeks of pregnancy (depending on the airline) with approval from a doctor if she is

12,724 likes

AUGUST 21, 2018

Add a comment...

#0 مزدلفة 3%



تمحور الحديث عن هذه المنطقة حول تجربة الحج الناجحة في الحج، بعد أن أكملوا معظم شعائر الحج.



أخبار السعودية @SaudiNews50

شاهد بالفيديو .. ملايين الحجاج في مزدلفة .. هدوء وسكينة .
#مزدلفة_في_العالم_في_قلب_المملكة
#شكر_أبطال_الحج

10:58 PM - 20 Aug 2018

515 Retweets 643 Likes

38 515 643

Tweet your reply



ajelnews24 • Follow

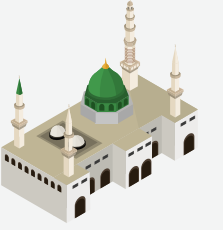
ajelnews24 .
#صور
مشاهد رائعة وجميلة لـ #ضيوف_الرحمن أثناءمغادرتهم مشعر #عرفات الطاهر بعد غروب الشمس متجهين إلى مشعر #مزدلفة
تصوير: أحمد حاضر
#الحج

15,971 likes

AUGUST 21, 2018

Add a comment...

#4 المدينة المنورة 4%



The highlight of adinah-related posts مليون for patients' co adinah hospitals to Arafat hospitals so مليون they co مليون plete their pilgri مليون .age

2 أغسطس



أعلى المشاركات



أحمد الرباعي @ahmadalrabai

هذه السيارات تحمل داخلها #الحجاج الذين وصلوا المدينة المنورة ولم يستطيعون مواصلة تأدية الحج لمرضهم!السعودية لم تتخلى عنهم بل نقلتهم بهذه السيارات المجهزة لاستكمال مناسك حجهم .. "ماباقي إلا تلبس المحرم إحرام"

#السعودية_العظمية

8:25 PM - 21 Aug 2018

3,526 Retweets 3,725 Likes



haramain_photo • Follow

اللهم صل وسلم وبارك عليك مشاهد جميلة للمسجد يا سيدي يا رسول الله - مشاهد جميلة للمسجد النبوي في المدينة المنورة بالسعودية - يارب ارضتنا زيارة عاجلة للـ #المسجد_النبوي_الشريف #دوالحج1439 #حج1439 #hajj1439 #صور_من_حج_1439 #أجواء_الحج

5,936 likes

AUGUST 25, 2018

Add a comment...



شهر رمضان ٢٠١٨

النطاق الزمني — مليون ay ١٧ June - ١٧
المنطقة — مليون Middle East and North Africa

بيانات عامة

تفاعل
٢٦,٧ مليون

مسلسلات + إعلانات + برامج
١٠٩

قصة جديدة
٧٠٠ ألف

مستخدم عبر الإنترنت
٥٧٧ ألف

اللغة المستخدمة

اللغة العربية
٩٩,٣% (ع)

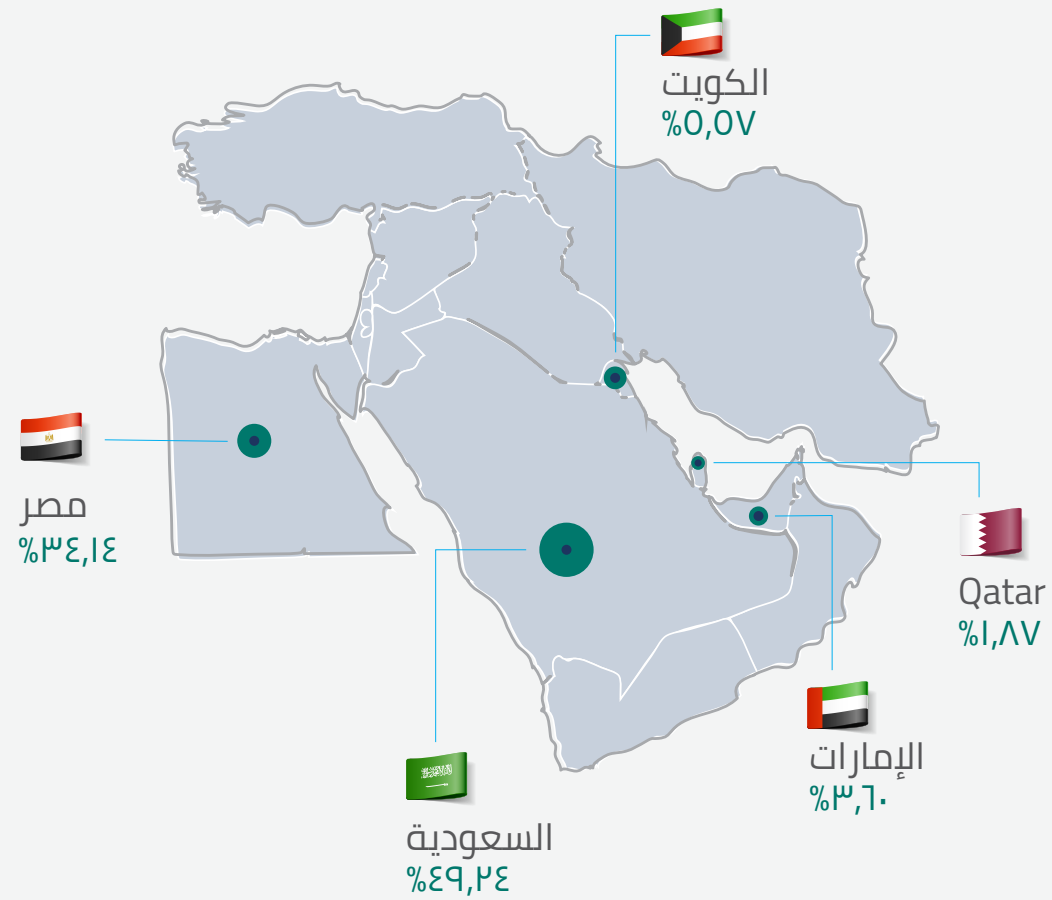
اللغة الإنجليزية
٠,٧% (E)

نسبة مشاركة الجنسين

الذكور
٧٥,٢٥% (م)

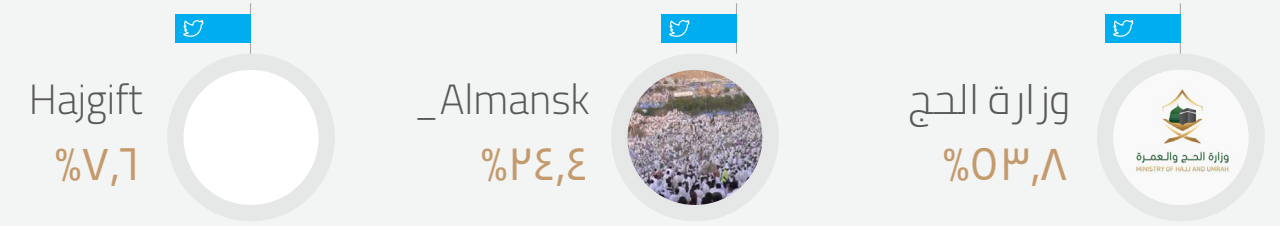
الإناث
٢٤,٣٤% (م)

الحسابات التجارية
١٢,٣٤%

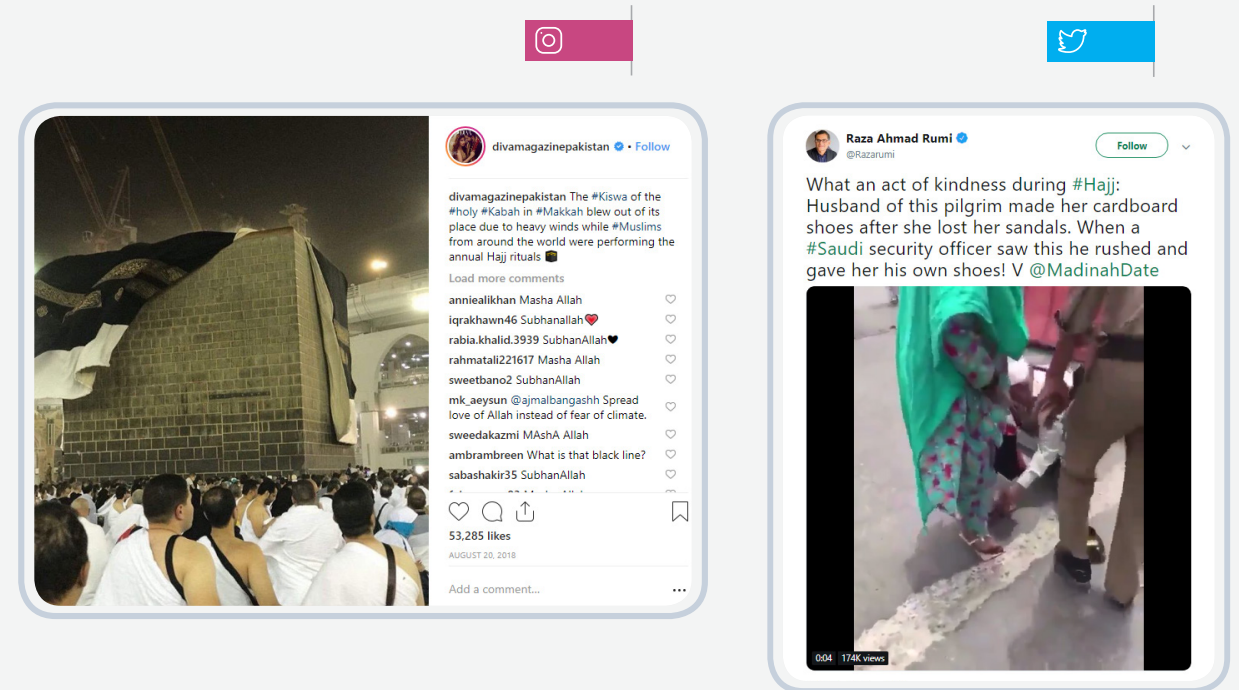


الصفحة الرسمية الأكثر نشاطا

تستند بيانات هذا القسم إلى الوزارات الخاضعة للرمود, والحسابات الاجتماعية للسلطات المعنية.



أعلى منشور في ٢٠ أغسطس



مستخدمو تويتر الأكثر نشاطا قياسا على عدد المتابعين

رجل - عمرو خالد - Amrkhaled@



Amr Khaled ✓
@amrkhaled

Following

احفظ هذا الدعاء وردده كلما أصابك هم أو غم.
من برنامج رمضان **#السيرة_حياة**

Translate Tweet

9:30 PM - 6 Jun 2018

335 Retweets 1,030 Likes

ريم الهاجري · @san3at_alnaja7 · 6 Jun 2018

Replying to @amrkhaled

الحمد لله الذي خلقني ولم يك شيئا
اللهم أعني على هول الدنيا ومصائب الليالي والايام اللهم لك ذلتي وعلى طاعتك اعني
وإلى خلقك لاتكلني واليك ربي حبيبي
وصلاتي على النبي الأمين وآله وصحبه أجمعين

١,٠ ألف

٣٣٥

٦٠

APCO worldwide Crowd Analyzer

١٨١

أعلى المسلسلات في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

١#	العاصوف	%٢٤,٤
٢#	نسر الصعيد	%٧,٣
٣#	عوض أبا عن جد	%٧,١
٤#	ليالي أوجيني	%٦,٣
٥#	أيوب	%٥,٧

أعلى البرامج التلفزيونية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

١#	مجموعة انسان	%٨٠,٥
٢#	رامز تحت الصفر	%٩,٧
٣#	من الصفر	%٥,٥
٤#	الصدمة	%١,٧
٥#	تالي الليل	%٠,٣

أعلى الإعلانات في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا

١#	شركة زين - اعلان القدس	%٤٦,٥
٢#	٥٠٠٠٠	%٩,٨
٣#	الجارحي	%٧,٨
٤#	مؤسسة مجدي يعقوب	%٦,٢
٥#	٥٧٣٥٧	%٥,٩

APCO worldwide Crowd Analyzer

تقرير مواقع التواصل الاجتماعي ٢٠١٩

أعلى التغريدات

أمير كرارة



Amir Karara ✓

@AmirKarara

Following

صلاح لا حقه هيرجع يا ابو صلاح
 #سليم_الانصاري
 #سليم_الانصاري_هينتقم
 #كلبش2
 #امير_كراره

Translate Tweet

9:04 PM - 27 May 2018

1,983 Retweets 11,832 Likes

Mohamed Salah

413 2.0K 12K

١٢ ألف



٢,٠ ألف



٤١٣



مستخدمو تويتر الأكثر نشاطا قياسا على عدد المتابعين

امرأة - @AhlamAlShamsi - AHLAM



A7lam أحلام ✓

@AhlamAlShamsi

Follow

#احلام_في_مجموعة_انسان مع الاعلامي
 #علي_العلواني تابعونا

Translate Tweet

12:41 AM - 25 May 2018

240 Retweets 1,115 Likes

448 240 1.1K

١,١ ألف



٢٤٠



٤٤٨



أعلى التغريدات

محمد الأحيدب



محمد الأحيدب @alehaidib

Follow

(عطني كلونيا أشربه وأنسي هموم الدنيا) عبارة سخيفة يوحي بها #عوض_أبا_عن_جد للصغار والشباب أن شربه ينسي الهم! الدولة بكل قواها تحارب المخدرات والكحول وهؤلاء الصبية يعيشون! أوقفوهم(في أمريكا لاتعرض لقطات التدخين في الأفلام) للعلم الكلونيا سبب لتليف الكبد وتلف المخ والأعصاب والبصر

Translate Tweet

0:37 493K views

11:07 PM - 23 May 2018

9,024 Retweets 2,767 Likes

1.4K 9.0K 2.8K

Tweet your reply

د. تركي بن دخيل @TurkiBinDakhil · 24 May 2018

Replying to @alehaidib

بحكم عملي كطبيب عيون ، فلقدر رأيت اشخاص فقدوا بصرهم بشكل مفاجيء و دائم بسبب الكلونيا. بدلاً من توعية شباب الوطن ، للاسف هذا المسلسل يروج لهذة الاشياء

Translate Tweet

٢,٨ ألف



٩,٠ ألف



١,٤ ألف



أعلى التغريدات

ميدو



Mido @midoahm

Following

اعلان مستشفى ٥٠٠٥٠٠ بتاع احمد ذكي جميل جدا..

Translate Tweet

7:18 PM - 30 May 2018

407 Retweets 12,559 Likes

264 407 13K

Tweet your reply

Ahmad mahmoud @Ahmad_mahmoud · 30 May 2018

Replying to @midoahm

واووووو فر جدا!! تتبرع عيشان تعمل حاجة ل احمد زكي وكل ممثل من دول واحد بلاوي لو اتبرعو بيها هيعملو ل احمد زكي وعيلته وكل اللي يعرفهم

Translate Tweet

3 11

Mido @midoahm · 30 May 2018

معلوماتك غير صحيحه مفيش ولا نجم بياخد أي مقابل في الإعلانات دي!! ليه سوء الظن بالناس؟

Translate Tweet

3 1 28

Ahmad mahmoud @Ahmad_mahmoud · 30 May 2018

كنا سمعنا كل الكلام دا قبل كذا ع اعلانات كثير زي دي زي اعلانات ٥٣٥٧ وأمثالها ونكتشف من الصحف ان فعلا الممثلين اخدو رواتب فا اكيد مكنتش نفسنا نسي الظن بس الحقيقه بتوجعنا في النهايه .

Translate Tweet

2 4

Mido @midoahm · 30 May 2018

مفيش أي حد بياخد ملهم واحد!!

١٣ ألف



٤٠٧



٢٦٤



قسم ٣ المؤثرين



عد التسويق عن طريق المؤثرين من أهم الأساليب التي تتبعها الشركات للوصول إلى جمهورها المستهدف. يحتوي الشرق الأوسط و شمال أفريقيا على الكثير من المؤثرين الإقليميين والمحليين. لذلك جمعنا لكم أكثر ١٠ شخصياً تأثيراً على مواقع التواصل في شتى القطاعات في المملكة، الإمارات، و مصر. هذا القسم لا يحتوي على بيانات في كراود أناليزر، بل تم استخراج هذه البيانات من سوشال بايكرز.



معدل النمو خلال ٦ أشهر

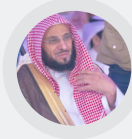
اجمالي عدد المتابعين

صفحات المشاهير

%١,١٤

١٦,٤٤٧,٣٤٤

عائض بن عبد الله القرني



٠١

%٠,٧٦-

١٤,٣٧٤,٩٠٧

أحمد الشقيري



٠٢

%٤٣,٧١

٤,٩٧٦,٦٧٩

خديجة بن قنة

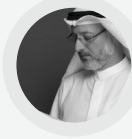


٠٣

%٤,٦٩

٢,٠٤٥,٥١٦

سلمان بن فهد العوده



٠٤

%٠,٣١-

١,٧٦٨,٩٢٩

تركي آل الشيخ



٠٥

%٣,٥٨

١,٥٣٤,٣٧٦

جاسم المطوع

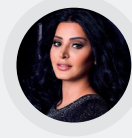


٠٦

%٠,٥٩-

٧١٦,٣٢١

الشيخ محمد صالح

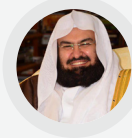


٠٧

%٠,٥٨-

٦٨٩,١٨٠

أبو عبد السلام

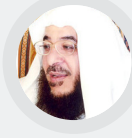


٠٨

%١,٤٩-

٥٩٦,٠٣٧

الدكتور معاوية العليوي

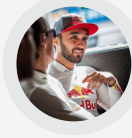


٠٩

%٠,٩٦-

٣٤٣,٧٣٥

علي العمري



١٠



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

الصفحات المجتمعية

%٠,٧٦-

١,٤٦٥,٥٧٧

باب رزق جميل



٠١

%٠,١٣-

١,١١٦,٩٢٦

وزارة التعليم السعودية



٠٢

%٠,١٣-

٨٥٨,٢٠٩

وزارة العمل و التنمية الاجتماعية



٠٣

%٠,٣٦-

٧٧٤,٣٢٠

ابشر



٠٤

%٢٠,٠١

٧٠٩,١٣٢

خوشعال باكستان



٠٥

%٥,٢٤

٥٩٩,٢٧٩

وزارة الصحة



٠٦

%١,٢١-

٥١٧,٢٥٦

سعودي العلمية



٠٧

%٠,٩٤-

٥١٣,٦١٢

جمعية تحفيظ القرآن بالرياض



٠٨

%٢,٨٩

٥٠٧,٧٣٩

وزارة الخارجية



٠٩

%٣٦,٦٧

٣٥٧,٤٥٢

مشروع اضاحي



١٠

معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

صفحات المشاهير

%٣,٨٧-

٢٠,٨٣٦,٦٧٥

د. محمد العريفي

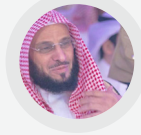


١.

%٢,٨٦-

١٨,٧٢٦,٧١٧

د. عائض القرني



٢.

%١,٣٢-

١٧,٩٤٦,٧٨٥

أحمد الشقيري



٣.

%١,٨٦

١٠,٣٩٢,٨٠٩

سلمان العودة

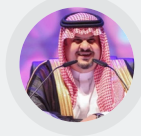


٤.

%٣,٦٥-

٧,٦٩٧,٢٨٢

الوليد بن طلال



٥.

%٢,٦٣-

٧,١٥٨,٩٨٧

سامي الجابر



٦.

%٢,٥٧-

٦,٨٥٠,٩٤٢

وليد الفراج



٧.

%٤,٨٣-

٦,٧٢٢,٥٩٠

الشيخ صالح المغامسي



٨.

%٢,٩٦-

٦,٧٢٠,٦١٧

طارق الحبيب



٩.

%٣,٩٦-

٦,٣٥٢,٩٠٨

ياسر القحطاني



١٠.

معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

الصفحات المجتمعية

%٤,٣٨

٧,٣٠٦,٢٢١

الملك سليمان

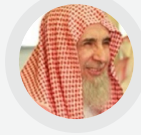


١.

%٨,٢٠-

٦,١٤١,١٤٨

ناصر العمر

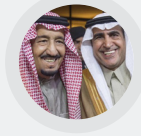


٢.

%٥,٢٨-

٥,٥٥٦,٢٢٧

عزام الداخلي



٣.

%١,٣٢-

٤,٢٧٨,٩٧٥

واس

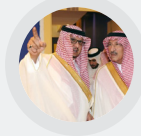


٤.

%٩,١٠-

٣,٤٢٧,٧٤٢

فيصل بن تركي



٥.

%١,٢٠-

٣,١٣٨,٢٤٢

توفيق الربيعة



٦.

%٣,٣٤

٢,٧٤٦,٢١٤

وزارة الداخلية



٧.

%٠,٤٧-

٢,٧٢٢,١٣١

عادل الجبير



٨.

%٣,٧٦

٢,١٧٣,٠٣٠

وزارة التعليم



٩.

%٦٩

٢,١٠٨,٢١٢٠

وزارة الخارجية



١٠.



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

صفحات المشاهير

-١,٠٨%

٨,٨٥٩,١٣٨

عدنان الكاتب

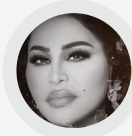


١.

٠,٨٤%

٧,٣٦٢,٩١٦

أحلام



٢.

-٠,٤٨%

٦,٢٢٨,٢٣١

الحبيب علي الجيفري

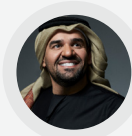


٣.

-٠,٠٧%

٦,٠٧٠,٨١٩

حسين الجاسمي

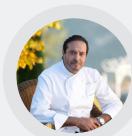


٤.

٠,١٣%

٤,٢١٨,٤٣٦

الشيخ اسامة



٥.

-٠,٨٤%

٤,٠٤٣,٧٠٩

دز معتز كوكاش

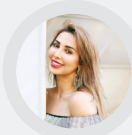


٦.

-٠,٤٤%

٢,٦٥٤,٢٢١

جولي ماردينيان

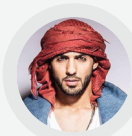


٧.

-٠,٥٤%

٢,٤٣٢,٥٣٥

عمر بوركان الجالا

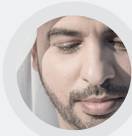


٨.

-٠,٥٣%

٢,٣٠٥,٨٧١

أحمد بو خاطر



٩.

-١,٠٩%

١,٧٦٠,٧٢٣

ونهو تشونغ



١٠.



معدل النمو خلال ٦ أشهر

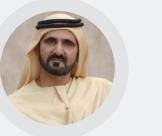
اجمالي عدد المتابعين

الصفحات المجتمعية

%١,٤٣

٣,٨٣٥,٢٢٥

سمو الشيخ محمد بن راشد



١.

%٢٣,١٨

٣,٥٠٦,٧٧٧

صواب



٢.

%١,٤٣

٢,١٥١,١٢٤

حماد بن محمد



٣.

%٣٣,٠٥٠

١,٢٦٦,١٠٤

جامعة هيريوت وات



٤.

%٥,٨٠

٩٥٤,٣٩٢

هوت كورسيس



٥.

%٥,٧١

٧٤٥,٦٥٥

وزارة الداخلية



٦.

%٣,٣١

٦٩٥,٥٠١

يوسف علي



٧.

%٢,٤٤

٦٧٨,٣١٤

هيئة الطرق و المواصلات



٨.

%٦,١٥

٦٣١,٧٢١

وزارة الموارد البشرية و التوظيف



٩.

%٢,١٢

٦٠٨,٨٦٣

شرطة دبي



١٠.



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

صفحات المشاهير

-٣,٠٢%

٨,٨٢٥,٤٥٦

اخلام الشمسي

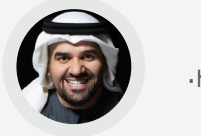


١.

-٥,٩٣%

٦,٢٢٠,٦٩٩

حسين الجاسمي



٢.

-٩,١٣%

٤,٤٩٦,٤٩٠

مصطفى الأتعي

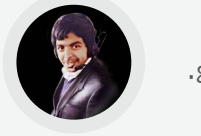


٣.

-٠,١٠%

٤,٤٦١,٢٤٦

فاريس عواد

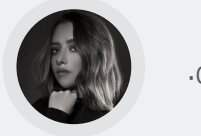


٤.

-٥,٦٧%

٢,٨٧١,٣٠٠

بلقيس فتحي

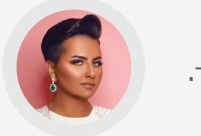


٥.

-٩,٠٧%

٢,٦٩٩,٥٥٠

شما حمدان

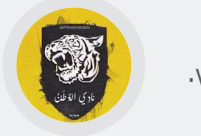


٦.

-٩,٤٦%

٢,٢٨٤,٥٨٢

علاء سعيد

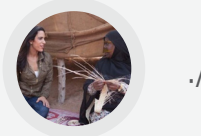


٧.

-١,٢٤%

١,٧٦٩,٥٧٢

لارا سيتركين

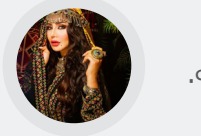


٨.

١,١٣%

١,٢٥٣,٨٩١

لوجين عمران

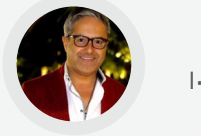


٩.

-٤,٨٠%

١,٢٢١,٦٤٥

محمد ابو عبيد



١٠.



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

الصفحات المجتمعية

٠,٥٢%

٩,٣٩٢,٨٦٧

سمو الشيخ محمد بن راشد



١.

-١,٠٦%

٣,٦٩٧,٦٦٨

حماد بن محمد

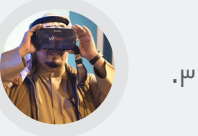


٢.

-٢,٤٧%

٢,٦٣٣,٢١٨

ضاحي خلفان تميم



٣.

٣,٩٣%

٢,١٢٨,٧٨١

محمد بن زايد النهيان



٤.

١,٦٠%

١,٨٧٣,٩٠٨

سيف بن زايد النهيان



٥.

٠,٩٨%

١,٥٥١,٢٣٢

شرطة دبي



٦.

٢,٩٧%

١,٢٦٣,٩٧٩

منصور بن زايد النهيان



٧.

١,٠٧%

٩٦٨,٨٨١

هيئة الطرق و المواصلات



٨.

٩,٨٨%

٨٨٥,٤٦٣

انور جرجاش



٩.

٧,٩٧%

٧٩٧,٤١٢

امريكا بالعربي



١٠.



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

صفحات المشاهير

%٠,٨٣

٣٣,٠٦,٤٦٠

مصطفى حسني



٠١

%٠,٧١

٢٩,٨٥١,٠٢٧

عمرو خالد



٠٢

%٠,٣٨

٢٦,٠٥٩,٨٥٩

مجلة حبيبي

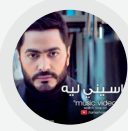


٠٣

%٠,٠٤

١٨,٨١٤,٠٩٢

تامر حسني

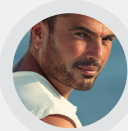


٠٤

%٠,٥١

١٦,٧٤٩,٥٣٨

عمرو دياب

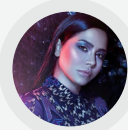


٠٥

%٠,٧٩-

١٥,٣٢٨,٣٧٨

شيرين عبد الوهاب



٠٦

%٠,٦٠-

١٣,٢٦٤,٨٥٢

محمد حماقي

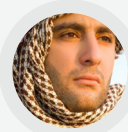


٠٧

%٠,٥٣-

١٢,١٠٨,٠٤١

أحمد السقا



٠٨

%٠,٣٨-

١٢,٠٠٠,٧٣٩

أحمد حلمي

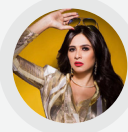


٠٩

%٠,٧٩-

١١,٣٦٨,٣٨١

ياسمين عبد العزيز



١٠



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

الصفحات المجتمعية

%٠,٢٠

٧,٣١٤,٦٥٧

الرئيس عبد الفتاح السيسي



٠١

%٠,٧٧-

٧,٢٧٠,٣٧٣

مستشفى ٥٧٣٥٧



٠٢

%٠,٣٩

٧,٠٩٧,٥٨٤

الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري



٠٣

%٢,٣٩

٦,٧١٦,٢٠٨

الصفحة الرسمية لوزارة الداخلية



٠٤

%٦,٨٤

٥,٥٩٦,٦٧٥

مجلة انا و طفلي



٠٥

%٠,٦٩-

٤,٩٦٦,٢٠٤

مؤسسة مجدي يعقوب



٠٦

%١٢,٠٦

٤,٨٨٩,١٦٩

جمعية رسالة الخيرية



٠٧

%٠,٤٩-

٣,٢٨٠,٢٤١

المجلس الثقافي البريطاني



٠٨

%٠,٤٢

٣,١٨١,٢٨٣

مشروعنا بالعقل نبداً



٠٩

%٤,٥٤

٢,٢٣٦,٢٤٢

يونيسف



١٠



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

صفحات المشاهير

-٣,٧٦%

١٠,٦٨٨,٠٦٩

عمرو خالد

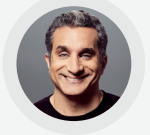


١.

-٠,٣٤%

١٠,٣٤٧,٣٠٩

باسم يوسف

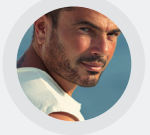


٢.

٢,٣٨%

٩,٠١٣,٠٢٦

عمرو دياب

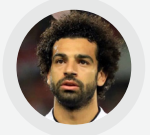


٣.

١٠,٦٢%

٧,٤٦٩,٧٩٣

محمد صلاح

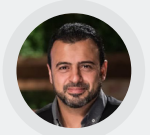


٤.

-٢,١٤%

٦,٩٠٠,٥٨٨

مصطفى حسني

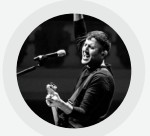


٥.

١,٢٨%

٦,٦٨٨,٨١٤

حمزة نميرة

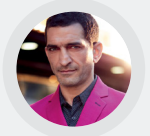


٦.

٠,٧٠%

٦,٣٩٩,٨٨٧

عمرو واكد



٧.

-٢,١٨%

٦,١٧٢,٠٠٨

شيرين عبد الوهاب



٨.

-٠,٥٦%

٥,٩٩٢,٨٩٢

محمد البرادعي

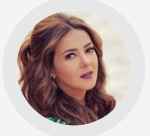


٩.

٨,٣٤%

٥,٥٣٦,٦٣٥

دنيا سمير غانم



١٠.



معدل النمو خلال ٦ أشهر

اجمالي عدد المتابعين

الصفحات المجتمعية

٣,٥٢%

٤,٩٣٤,٤٦٢

نجيب ساويرس

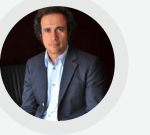


١.

-٠,٩٥%

٤,٤٨٥,٧٨٠

عمرو حمزاوي



٢.

-٢,٠٣%

٣,٣٧٠,٦٨٦

حمدين صباحي



٣.

-٠,٥٨%

٣,٣٣٦,٨٨٢

جميلة إسماعيل

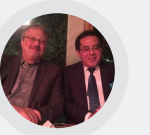


٤.

-٣,٧٨%

٢,٧٤١,٩٩٩

أيمن نور



٥.

-٨,٥٣%

٢,٦٢٠,٠٥٩

عمرو موسى



٦.

-٢,٣٢%

٢,٢٢٥,١٦٣

محمد الصاوي



٧.

٩,٣١%

٢,١٧٩,٣٤٨

الرئيس عبد الفتاح السيسي



٨.

-٠,٧٢%

٢,١١٥,٧٨٨

خالد علي



٩.

-٠,٤٠%

١,٧١٣,٢٣١

أحمد المسلماني



١٠.

الجهات الواضحة للتقرير

هذا التقرير ثمرية تعاون بين APCO Worldwide و LexisNexis و Hootsuite و Crowd Analyzer.

كُتِبَ هذا التقرير بواسطة فريق تسويق المحتوى في كراود أناليزر، بناءً على البيانات المستخرجة من قبل قسم الأبحاث في الشركة.

رقية طييلة - مديرة قسم المحتوى التسويقي في كراود أناليزر
محمد الشريف - مدير قسم البحث والخدمات المضافة في كراود أناليزر
مصطفى حسنين - منشئ المحتوى التسويقي في كراود أناليزر
آيات حفناوي - باحثة - كراود أناليزر

تقرير مواقع التواصل الاجتماعي

نظرًا لجمعنا الملايين من التفاعلات في مختلف القطاعات، فقد اكتسبت كراود أناليزر قدرًا كبيرًا من المعلومات عن مواقع التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك وانستاجرام وكذلك المدونات والمنتديات والمواقع الإخبارية. بيانات مثل هذه تعتبر ذات فائدة كبيرة لأي مجال يرغب في فهم الجمهور والمستخدمين بالإضافة إلى الانطباعات التي يقومون بنشرها.



أداة الاستماع لوسائل التواصل الاجتماعي العربية الرائدة، والتي تساعد عددًا كبيرًا من العملاء على تحقيق أهدافهم وتعزيز حضورهم واستراتيجيتهم في وسائل التواصل الاجتماعي. تعتبر كراود أناليزر أداة ثورية تسمح للعملاء بتحليل لهجة ولغة موقع وانطباعات المستخدمين، وأكثر من ذلك بكثير وفي الوقت الفعلي.



Hootsuite هي منصة لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي، أسسها ريان هولمز في عام ٢٠٠٨. واجهة المستخدم في Hootsuite عبارة عن لوحة تحكم تدعم تكامل المنصات الاجتماعية لتويتر وفيسبوك وانستاجرام ولينكد إن وجوجل بلس ويوتيوب.



APCO Worldwide هي شركة استشارية في مجال الاتصالات تعمل على مساعدة العديد من المؤسسات الرائدة في القطاعين العام والخاص على العمل بشكل محترف وبناء السمعة المؤسسية المرجوة والعلامات التجارية وتطوير العلاقات وتقديم الحلول لتحقيق النجاح. APCO هي شركة مستقلة تملكها غالبية من النساء.

المنهجية

هذا التقرير تحليل عميق جدا يقدم للقارئ بيانات مهمة. ويهدف لأن يصبح مرجعا لجميع العاملين في مجال التسويق في منطقة الشرق الأوسط.

نظرة عامة على وسائل التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط

يسلط هذا القسم الضوء على استخدام تويتر وانستاجرام وفيسبوك وسناب تشات ولينكد إن في مصر والسعودية والإمارات. تتضمن الإحصاءات في هذا القسم بيانات مفصلة للغاية عن المستخدمين في هذه البلدان. تتضمن التفاصيل الخصائص الديمغرافية للنوع والجنس والفئات العمرية والهواتف المستخدمة والمواضيع المهمة.

تحليل القطاعات

أجرينا تحليلًا شاملاً لـ ٨ قطاعات وإحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بها عبر مختلف منصات وسائل التواصل الاجتماعي والبلدان. تتضمن القطاعات التي أدرجناها في التحليل التكنولوجيا المالية، والسيارات والإعلام والتمويل والأعمال المصرفية والتجارة الإلكترونية والنقل التشاركي والاتصالات، بالإضافة إلى تغطية خاصة لفعاليات وأحداث محددة مثل الحج وشهر رمضان.. اعتمدنا في بياناتنا على عدد من معايير نجاح وسائل التواصل الاجتماعي مثل الوصول والتفاعل والانطباعات والمنصات المفضلة واللغات المفضلة والموقع الجغرافي وغيرهم. قمنا أيضًا بتقييم المقاييس المختلفة وفقًا لنوع المستخدم وكذلك الحسابات التجارية. يمكنك الرجوع إلى الفهرس لمراجعة التحليل الخاص بكل قطاع.

أهم أحداث عام ٢٠١٨

على عكس العام الماضي، حرصنا على الاهتمام بأهم الأحداث والفعاليات التي حدثت في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وحققت صدى يستحق التغطية. استخدمنا أداة الاستماع الاجتماعي الخاصة بنا لقياس مدى تأثير بعض هذه الأحداث والتأكد من تقديم أهم المعلومات التي تهم القارئ بخصوصها.

أهم المؤثرين

حصلنا على بيانات هذا القسم بواسطة Social Bakers، والذي نستكمل به التقرير عبر عرض أهم المؤثرين/ المشاهير في السعودية والإمارات ومصر. يشكل هذا الجزء أهمية خاصة للشركات التي ترغب في معرفة أي من الشخصيات يمتلك القدرة على جذب المستخدمين في هذه البلدان.

توقعات الخبراء

يتضمن هذا القسم أهم إحصاءات الخبراء والمسوقين حول أساليب التسويق الواعدة في عام ٢٠١٨ إلى جانب تقييم للتسويق في عام ٢٠١٧.

تعريف المصطلحات المُستخدمة

المنشور

مشاركات المستخدمين الجديدة حول الموضوعات المراقبة في وسائل التواصل الاجتماعي. يمكن إرسال المنشورات الجديدة على الحسابات الاجتماعية مثل إنستغرام و تويتر و فايسبوك أو الأخبار أو المدونات أو المنتديات.

التفاعل

أي نشاط يقوم به المستخدمون على المنشورات. يمكن أن يكون مثل تعليق أو مشاركة أو إعادة تغريد.

محادثة

أي مشاركة جديدة تحتوي على تفاعل واحد على الأقل.

معدل المشاركة

عدد المحادثات / عدد المشاركات الجديدة.

معدل التفاعلات

(إجمالي المشاركات الإيجابية - إجمالي المشاركات السلبية) / (إجمالي المشاركات الإيجابية + إجمالي المشاركات السلبية).

معدل الانطباعات

(إجمالي المشاركات الإيجابية - إجمالي المشاركات السلبية) / إجمالي عدد المشاركات المرصودة.

المشاركات الفعالة

التعليقات أو المشاركة أو إعادة النشر. وبعبارة أخرى، جميع الأنشطة ما عدا الإعجابات التي تعتبر تفاعلًا سلبيًا.

عدد المستخدمين الفريدين الذين أرسلوا مشاركات جديدة أو تفاعلوا مع أي مشاركات.

الانطباع

كيف يشعر المستخدم تجاه الموضوع أو العلامة التجارية. تحتوي كراود أناليزر على خوارزميات حديثة تقوم بتصنيف المشاركات تلقائيًا ، مع إمكانية تحليل ما إذا كانت إيجابية أو سلبية أو محايدة.

معدل الاستجابة

عدد الأشخاص الذين تلقوا ردًا من الشركة في مشاركاتهم أو تعليقاتهم مفسوفًا على العدد الإجمالي للمنشورات والتعليقات الجديدة التي تم إرسالها.

أنشطة

المنشورات أو التعليقات.

سعداء بالتواصل معكم

كراود أنالايزر أداة الاستماع الاجتماعي العربية الرائدة. منذ عام 2013 أصبحت منصة أساسية لقاعدة عملائها من الشركات الكبيرة لزيادة تعزيز حضورها عبر وسائل الإعلام الاجتماعية من خلال تزويدهم بإحصاءات وتحليلات دقيقة وضرورية. واعتمادًا على تقنيات الذكاء الاصطناعي الثورية التي اعتمدها , تستخدم كراود أنالايزر في التسويق والتحليلات وأبحاث السوق وإدارة الأزمات وتحليل الحملات و المزيد.

مكتب القاهرة

Road 7, Maadi, Cairo ,28

Sales@crowdanalyzer.com

Direct Line: (2010) -64082222

Landline: (202) -23782227

مكتب دبي

Boutique Villa #7, Knowledge

Village, Dubai, UAE

Sales@crowdanalyzer.com

Direct Line: (971) -558717893

Landline: (971) -44511555