

Snapchat Brings People Together During Ramadan

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



Connecting More Customers to your Business

89%

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

10B

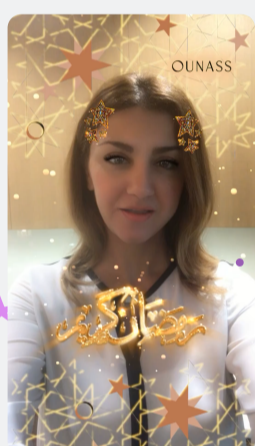
On average, Snapchatters viewed over 10 billion Stories each day in Saudi Arabia.³

#1

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

Tips for Growing Your Business During Ramadan

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



The Right Creative

- Focus on one key message, and include a clear call to action that's localized for your audience.
- We recommend 5–10 second Video Ads. Additionally, we recommend 2–3 Video Ads per Ad Set, with one Story Ad for each set.
- Tailor your content to resonate with regional nuances, traditions, and cultural aspects of Ramadan. Imagery that communicates the value of family and connection is critical.
- Personalize your messaging for your audiences across each level of the funnel. Craft your messaging for specific gender/age groups.
- Develop a comprehensive content calendar for Ramadan + Eid and update content accordingly. Rotate creatives every 2-3 weeks to avoid creative fatigue.

The Right Data

- Ensure the Snap Pixel and CAPI are properly set up with a good Event Quality Score (ideally higher than 6). Harness the capabilities of Snap Pixel to measure the impact of your ads and optimize your campaigns.
- Use Audience Insights to uncover your best audience attributes. Find your most relevant data in Snapchat Ads Manager on the Manage Ads page to track your KPIs.
- Create Pixel based Custom Audiences, CRM Lists and their Lookalikes to benefit from your valuable data. Build Custom Audiences to put data from the Snap Pixel and/or your customer lists to work so you can create highly targeted campaigns.
- Broaden your audience to give the system the needed flexibility to drive optimal performance.
- Allow 2-3 days between each campaign adjustment to allow the system time to learn.



The Right Tactics

- Achieve your business goals by activating full funnel approach (awareness, consideration, conversion) to tap into new audiences across the purchase journey.
- Each stage of Ramadan requires specific objectives—like increasing awareness (pre-Ramadan) or boosting online sales (during Ramadan).
- Target Snapchatters based on their interactions with your business e.g. have specific communication for your regular vs new customers.
- Target specific Snapchatters or exclude audiences based on your objective.
- Increase your bids and focus on prospecting to gather learnings, gain competitive advantage and lay the foundation for a successful Ramadan campaign.
- Maximize your bids to reach the target audience effectively.
- Follow the highest suggested bid before the season and increase bids to 2-3X during the season.
- Make bid adjustments in small 10-20% increments.
- Sustain your activity during and post-Eid to reach lapsed shoppers through retargeting and creating a sense of urgency on limited-time offers
- Map out your ad goals during the post-Ramadan Eid celebration, when the focus is on spirituality.



Plan Your Ramadan Campaign

Snapchat offers a suite of captivating ad formats to connect with your target customer. [Snap Ads](#), [Story Ads](#), [Collection Ads](#), [Commercial Ads](#) and [AR Lenses](#) are great starting points for quickly launching an ad on Snapchat.

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

سناب شات يجمع العائلة والأصدقاء في الشهر الفضيل

في شهر رمضان المبارك تتزايد الروحانيات ومعها العلاقات الاجتماعية والعائلية والتواصل مع الأحبة. ويتوجه خلاله الناس إلى منصة سناب شات بحثًا عن الإلهام، وسعيًا لمشاركة الأصدقاء في عمليات الشراء وكذلك محاولة لالتقاط اللحظات المميزة.¹



جذب المزيد من العملاء إلى أعمالكم

#1

يأتي سناب شات في المرتبة الأولى بين المنصات التي تشكّل جزءًا من الثقافة الرمضانية.⁴

10B

يشاهد مستخدمو ومستخدّمات سناب شات أكثر من 10 مليارات قصة يوميًا في المملكة العربية السعودية.³

89%

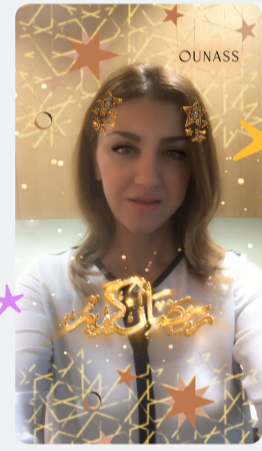
يعتبر 89% من مستخدمي ومستخدّمات سناب شات أنّ هذا التطبيق هو المنصة التي يتشاركون عليها اللحظات الأعلى على قلوبهم عندما يحتفلون.²

نصائح لزيادة نجاحكم خلال شهر رمضان

إن التركيز على شهر رمضان في جهودكم وخططكم التسويقية طريقة ممتازة للتواصل مع العملاء المحتملين، وكذلك تمييز حملتكم على سناب شات بتصميم ملائم وبيانات مواتية وخطط مناسبة - خاصة عند تشغيل الإعلانات خلال وقت مُخصص للعائلة والروحانيات بشكل خاص.

التصميم الملائم

- يُفضل التركيز على رسالة رئيسية واحدة، وتضمين دعوة واضحة لاتخاذ إجراء تكون مخصصة لجمهوركم.
- نوصي بإعلانات فيديو تتراوح مدتها من 5 إلى 10 ثوانٍ. ونوصي بإعداد إعلانين أو ثلاثة من إعلانات الفيديو لكل مجموعة إعلانية، وإعلان قصة لكل مجموعة.
- احرصوا على أن يتماشى المحتوى مع الفروقات الإقليمية والاختلافات البسيطة في التقاليد والجوانب الثقافية من الشهر الفضيل.
- تُعتبر الصور التي تعكس قيمة العائلة والتواصل أمرًا بالغ الأهمية.
- أضيفوا إلى رسالتكم منحى مخصصًا لشرائح جمهوركم ضمن كل مرحلة من مراحل المسار التسويقي.
- كما يُمكن صياغة رسائل مناسبة لفئات عمرية/جنس محددة.
- إعداد روزنامة شاملة من المحتوى لكامل شهر رمضان مع فترة العيد وتحديث المحتوى بالشكل المناسب.



البيانات المواتية

- الحرص على إعداد رمز Snap Pixel وواجهة برمجة التطبيقات مع ضمان درجة جيدة لجودة الأحداث (يُفضّل أن تكون أعلى من 6).
- استخدموا إحصاءات الجمهور للكشف عن صفات وخصائص جمهوركم المناسب.
- يُمكنكم إنشاء شرائح الجمهور المُخصص من بيانات Snap Pixel و/أو قوائم العملاء وشرائح الجمهور المتشابه منها للاستفادة من البيانات الموجودة لديكم.
- يُفضل توسيع نطاق الجمهور لمنح المنصة المرونة اللازمة للوصول إلى أفضل أداء للحملة.
- يُفضّل الانتظار من يومين إلى 3 أيام قبل تحديث الحملة أو تعديلها للسماح للمنصة الوقت الكافي للتعلم.

الخطط المناسبة

- يمكنكم تحقيق أهداف أعمالكم من خلال تفعيل مقارنة شاملة للمسار التسويقي (الوعي والاهتمام والتحويل) للوصول إلى شرائح جمهور جديدة في مختلف مراحل مسار الشراء.
- يُمكنكم استهداف مستخدمي ومستخدّمات سناب شات انطلاقًا من تفاعلهم مع أعمالكم، أي لا بدّ من إعداد رسائل معينة ومخصصة للعملاء القائمين والعملاء الأوفياء مثلًا مقابل الرسائل الموجهة إلى العملاء الجدد على سبيل المثال.
- يُمكن زيادة عروض الأسعار والتركيز على البحث عن عملاء محتملين للخروج بخصومات ونتائج والاستفادة من الأفضلية التنافسية ووضع الأسس لحملة ناجحة لشهر رمضان.
- عليكم اعتماد الحد الأقصى من عروض الأسعار المقترحة قبل بدء شهر رمضان وزيادتها ضعفين أو ثلاثة أضعاف خلال الشهر الفضيل.
- يُفضل المحافظة على نشاطكم خلال الشهر الفضيل وفي فترة ما بعد العيد للوصول إلى المتسوقين الذين لم يقوموا بالشراء وذلك عبر إعادة الاستهداف وعبر إضافة طابع الاستعجال بعروض ذات فترة محدودة.



التخطيط لحملتكم الإعلانية لرمضان

يقدم سناب شات مجموعة من أشكال الإعلان الجذّابة للتواصل مع عملائكم المستهدفين. تُعتبر إعلانات الصورة أو الفيديو الواحد وإعلانات القصة وإعلانات لتشكيلة والإعلانات التجارية وعدسات الواقع المعزز محطات رائعة للانطلاق في إعداد إعلان وإطلاقه بسرعة على سناب شات.