# جيل سناب شات

الجزء الأول



نقدم لكم جيل سناب شات

يصل سناب شات إلى 943 مليون مستخدم ومستخدمة نشطين شهريًا حول العالم، ليصبح المنصة المفضلة التي يتواصل فيها الناس مع بعضهم البعض.[1]

في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، لا يتمحور سناب شات حول المنشورات المثالية المصطنعة.
بل يتمحور حول اللقطة السريعة قبل أن تنتهي الضحكة، وردّة الفعل العفوية غير المُفلترة، والدفء بين الأصدقاء والعائلة الذي يتجلى عبر اللقطات الصوتية والملاحظات الصوتية والدردشات الجماعية على مدار اليوم.




هذا التقرير يتجاوز الرؤى السطحية ليمنح العلامات التجارية طرقًا حقيقية للتواصل عبر تطبيق يتفاعل معه جمهورهم بشكل مستمر يوميًا.

إذا كنت تريد أن تفهم

# جيل سناب شات

هذا هو أفضل مكان للبدء

## من هم جيل سناب شات؟

جيل سناب شات لا يُعقد الأمور. كل ما يحتاجونه هو سنابة للتحدث بلغتهم الخاصة، فهي سريعة، بصرية، وبديهية.

### إنهم يشاركون جميع اللحظات — الكبيرة والصغيرة.

لكل لحظة قيمة على سناب شات. الانتصارات اليومية الصغيرة، والأكل مع الأصدقاء، والصور واللحظات العفوية خلال اليوم، كلها لها مكان على سناب شات.

### سناب شات هو القلب النابض لحياتهم الاجتماعية.

هنا يبنون علاقاتهم، ويحافظون على صداقاتهم، الجديدة منها والقديمة.

### إنهم الجيل الرقمي الأساسي، ويتمتعون بذكاء عاطفي استثنائي.

هنا يعيشون الحياة بتقلباتها، بصدقٍ وتعاطف، ويشاركون لحظاتهم اليومية كما تحدث تمامًا على أرض الواقع.

### العلاقات التي يبنونها هنا قوية

إنهم يتواصلون هنا باستمرار. سناب شات هو ما يبقيهم مترابطين بشكل متواصل.

### إنهم متصلون دومًا، ولكنهم يتفاعلون بشكل حقيقي ومؤثر.

يوفّر لهم سناب شات مساحة ليكونوا فيها على طبيعتهم. حياة كما هي بلا تكلّف، يتردّد صداها في خيطٍ لا ينقطع يصلهم بمن يحبّونهم أكثر.

رؤى تحليلية 1




# الأصالة تولد من العفوية

بالنسبة لجيل سناب شات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، يكمن الصدق في اللحظة نفسها.  في السنابة قبل أن تنتهي الضحكة، وفي ردّة الفعل الحقيقية، وفي التفاعلات العفوية. ليس المهمّ مدى إتقان الصورة، بل الشعور الذي تتركه في اللحظة.

## الواقع بالأرقام




# 94%

من مستخدمي ومستخدمات سناب شات اليوميين في السعودية، يقولون: "سناب شات هو المكان الذي أكون فيه على طبيعتي... كما أنا تمامًا".[2]



# 90%

من المستخدمين والمستخدمات اليوميين في السعودية يرون بأن سناب شات هو المنصّة التي لا يشعرون فيها بضغوط وسائل التواصل، لا باللايكات التي يجب ملاحقتها، ولا باللحظات الواجب التخطيط لها مسبقًا.[3]



ما أهمية ذلك للعلامات التجارية

سناب شات ليس مساحة للمحتوى المُصطنع. إنه مكانٌ يسمح للمستخدمين والمستخدمات بالتصرف بعفوية وبإبداع يولد من اللحظة نفسها.




احتضِنوا كل ما هو غريب ومختلف، وكل ما يأتي جميلًا بلا فلاتر. فكلّما عكس المحتوى شخصية علامتكم على حقيقتها، ازداد أثره وصدقه. كونوا على طبيعتكم

## إلى أين من هنا




# الأولوية للحضور، عبر ملفات التعريف العامة

ملف التعريف العام هو مساحة علامتكم لتكون على طبيعتها، حيث يجد المحتوى العفوي مكانه تمامًا كما يفعل مستخدمو ومستخدمات سناب شات في لحظاتهم اليومية. اتركوا النصوص الجاهزة جانبًا، وشارِكوا لحظاتٍ عفوي تبدو وكأنها وُلدت على المنصّة نفسها.




# قصص حقيقية تأثير حقيقي

صمموا إعلانات القصص التي تلتقط روح الحياة في المنطقة بما فيها من فكاهة ودفء وأسلوب عيش وتفاصيل يومية تجمع العائلة والأصدقاء. فالصور الصادقة لكيفية تواصل الناس واحتفاهم ومساندتهم لبعضهم البعض تترك أثرًا أعمق من أي صورة مثالية أو مُبالغ فيها.

## نتائج حقيقية من علامات حقيقية




# توب توب

تعاونت توب توب في المملكة العربية السعودية مع سناب شات لإطلاق حملة عدسات الواقع المعزز خلال بطولة توب جاكارو بمشاركة صُنّاع المحتوى، مستفيدةً من تقنيات الواقع المعزز في سناب لتعزيز المشاركة والتفاعل والمشاركة. وقد حققت العدسة من حيث الوصول والتكرار تكلفة eCPM أقل بنحو 20% مقارنةً بحملات تثبيت العدسات، كما حققت وصولًا مدفوعًا أعلى بنسبة 55% ضمن ميزانية مماثلة. وبلغ معدل المشاركة ضعف ما تحققه حملات التثبيت، فيما كان الوصول المكتسب أعلى بنسبة 140% مقارنةً بحملات التثبيت.[4]

الرؤى 2

# صوّروا شاركوا تواصلوا



في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، التواصل أكثر من مجرد دردشة، أنه إيقاع كامل. إن جيل سناب شات ينتقل بين السنابات والمقاطع الصوتية والمجموعات بسلاسة، لينسج حكاية متواصلة. كل رسالة وكل ضحكة وكل مشاركة وكل تحديث يعمّق هذه الروابط أكثر فأكثر. فالأمر ليس صدفة، بل حضورٌ يقود إلى هذه الروابط حقيقية.

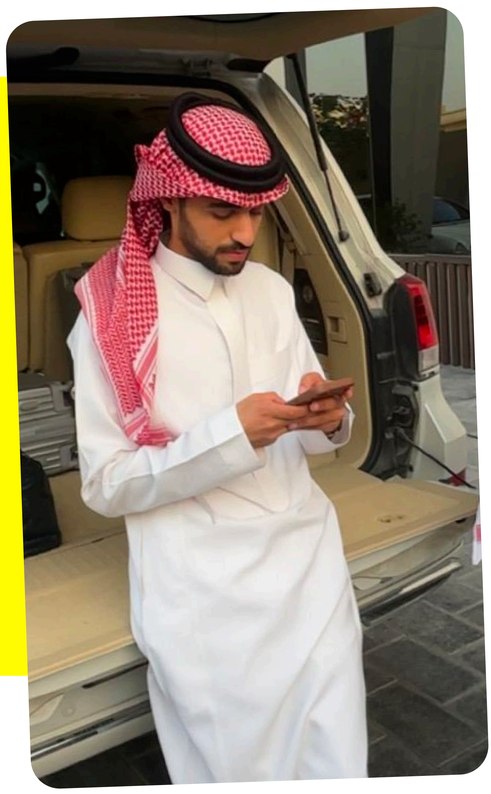
## الواقع بالأرقام



أكثر من

# 180 مليار دردشة

تم إرسالها في النصف الأول من عام 2025 عبر الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية.[5]






# 85% 🇸🇦

من مستخدمي ومستخدمات سناب شات في السعودية يستخدمون الدردشة بانتظام.[6]

## ما أهمية ذلك للعلامات التجارية

المحادثات تأتي أولًا على سناب شات، ولهذا يجب للمحتوى الإبداعي أن يعكس النبرة نفسها.

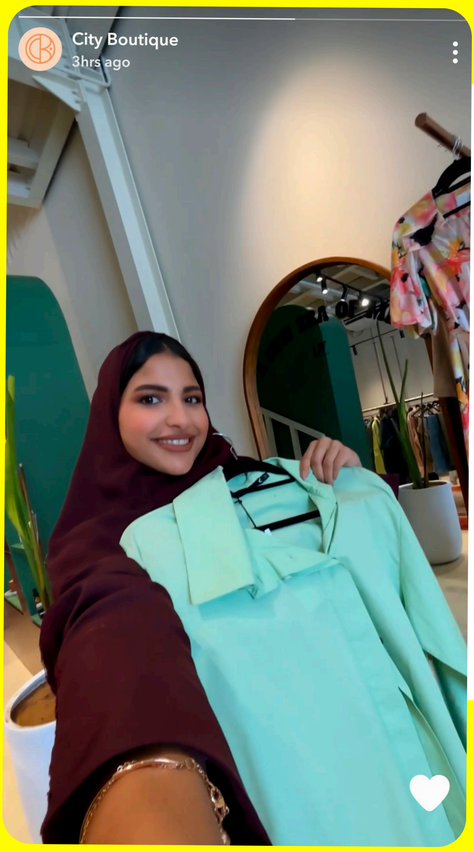



فكّروا بصوتٍ  يتحدث بشكل طبيعي مع الفيديو، وبسردٍ قصصي صادق يولد بالطريقة العفوية نفسها التي يشارك بها مستخدمو ومستخدمات سناب شات لحظاتهم.

إلى أين من هنا

## تحدّثوا كما يفعل مستخدمين سناب شات باستخدام إعلانات الدردشة.

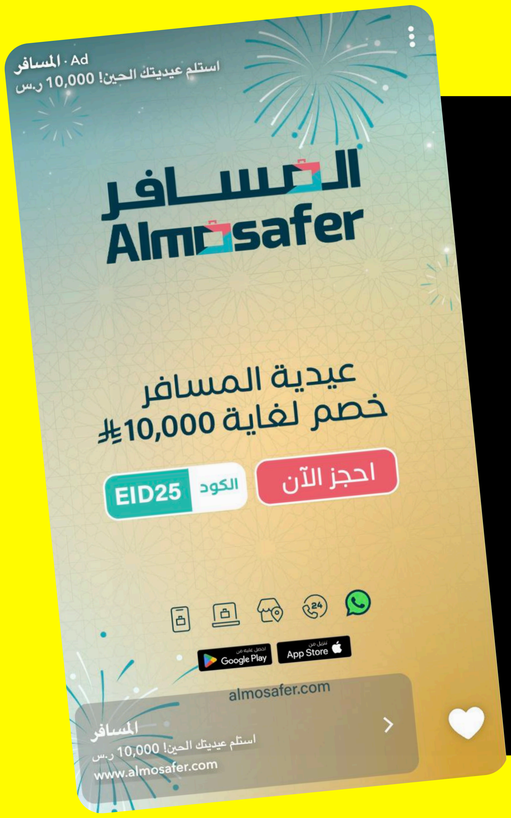
تتيح لكم إعلانات الدردشة الظهور مباشرة داخل تبويب الدردشة، حيث تجدون المحادثات الحقيقية. وعندما تكون نبرتكم صادقة وعفوية وبعيدة عن التكلّف، يصبح كسب ثقة الجمهور أسهل وأسرع.




## حضورٌ يشبه حضور صديق عبر إعلانات القصص.

إعلانات القصص مصمّمة لتنسجم مع الطريقة التي يستخدم بها مستخدمو ومستخدمات سناب شات التطبيق، بشكل سريع وبصري. استخدموا إعلانات القصص لتظهروا لجمهوركم في خلال لحظات تواصل طبيعية وعفوية وبنبرة إنسانية وصادقة وطبيعية كأنها وُلدت على المنصّة نفسه.

نتائج حقيقية
من علامات حقيقية




## المسافر

حققت أول حملة مدفوعة من المسافر نجاحًا لافتًا، إذ نتج عنها13.6 مليون ظهور مدفوع مع مدى وصول بلغ 12.8 مليون من مستخدمي ومستخدمات سناب شات. وارتفع متوسط الوصول اليومي لحملة الأداء بنسبة 129%، مما جعل نهج اللقطة الأولى وسيلة فعّالة لاكتساب جماهير جديدة وزبائن محتملين. كما سجلت العلامة التجارية ارتفاعًا في العائد على الاستثمار بنسبة 52%، وانخفاضًا في تكلفة الاستحواذ بنسبة 34%.[7]

الرؤية 3

# صداقة مستمرة




سناب شات هو المكان الذي تعيش فيه الروابط الحقيقية، لحظةً بعد لحظة. وفي منطقتنا فهو المساحة التي يبقى فيها الأصدقاء والعائلة قريبين طوال اليوم، يتشاركون الحياة كما تتكشف أمامهم. من رسالة للاطمئنان بين محاضرتين أو خلال العمل إلى طلب رأيٍ ثانٍ قبل الشراء، أو إرسال سنابة سريعة تقول: كيف حالك؟ إنه المساحة الموثوقة للتواصل اليومي. فعلى سناب شات، لا يكمن الحضور في النشر، بل بالشعور بالانتماء، وفي أسر التواصل.

## الواقع بالأرقام



في المتوسط، يستخدم أكثر من

# 26 مليون

شخص سناب شات شهريًا.[8]




يفتح مستخدمو سناب شات في دول مجلس التعاون الخليجي التطبيق أكثر من[9]

# 50 مرة في اليوم

مستخدمو سناب شات في المملكة العربية السعودية يفتحون التطبيق أكثر من[9]

# 50 مرة في اليوم

## ما أهمية ذلك للعلامات التجارية

إن الحوار اليومي المتواصل بين مستخدمي ومستخدمات سناب شات يكشف حقيقة واحدة بوضوح: إنها المنصّة المصمّمة لحضورٍ حقيقي ولبناء روابط تُبنى بصدق.




هذا يولي مستخدمو ومستخدمات سناب شات اهتمامًا أكبر بمرّتين لإعلانات الفيديو كاملة الشاشة هنا، مقارنة بالمنصّات الأخرى.[10]
فهم لا يرونها كشيء يعطل تجربتهم على التطبيق... بل جزء طبيعي من التجربة نفسها.

## إلى أين من هنا




# إعلانات لكل اللحظات الفاصلة

لا يقتصر استخدام سناب شات على التصفح مرتين في اليوم، بل هو عبارة عن تدفق مستمر من الصور والرسائل وتسجيلات الوصول.

بدءًا من الظهور الأول في الإعلانات الحصرية، وصولًا إلى الإعلانات القابلة للتخطي وغير القابلة للتخطي، يُمكن لسناب شات أن يُساعد علامتك التجارية على الظهور في جميع تلك اللحظات العابرة، لتُصبح جزءًا من روتين يومهم. قهوة منتصف الصباح؟ مُلخص ما بعد الحصة؟ أنت موجود بالفعل هناك.

# حلول الحملات الذكية، المفتاح الجديد للأداء

لا يكتفي مستخدمو سناب شات بالتفاعل فحسب، بل يتخذون إجراءات تُسهم في تحقيق نتائج تجارية ملموسة. تُعدّ حلول الحملات الذكية مجموعة أدوات على سناب شات تستفيد من الأتمتة لتقديم نتائج أفضل للمعلنين، حيث شهد المستخدمون الأوائل لمنتجات المزايدة الذكية زيادة بنسبة 15% في عائد الإنفاق الإعلاني وانخفاضًا بنسبة 20% في تكلفة الشراء مقارنةً باستراتيجيات المزايدة السابقة.[11]

## نتائج حقيقية من علامات حقيقية




# سنتربوينت

حققت سنتر بوينت نتائج لافتة عبر حملة تضمنت سلسلة من إعلانات المنتجات الديناميكية. وقد انعكس هذا النهج الجديد إيجابًا على التكلفة لكل نقرة، مما أسهم في جذب زيارات أكثر كفاءة إلى موقع الشركة. وعند تطبيق استراتيجية عرض الأسعار الذكية لإعادة جذب المستخدمين نحو عمليات الشراء داخل التطبيق، تحسّنت فعالية تكلفة النقرة بنسبة 80%، وارتفع العائد على الإنفاق الإعلاني بنسبة 60%مقارنة بخيار عرض الأسعار التلقائي.[12]

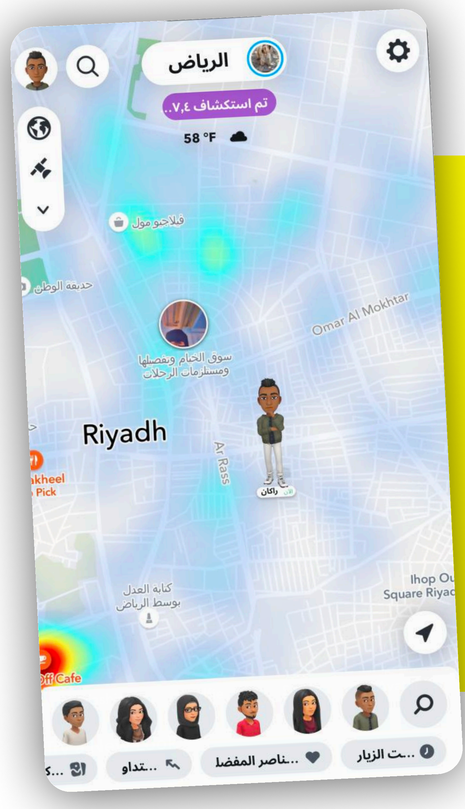
الرؤية 4



# الفضول في الحركة

الفصول هو جوهر سناب شات. فهو يحرك كيفية استكشاف الناس، ولعبهم، وتعبيرهم عن أنفسهم - بدءًا من اكتشاف أحدث المواقع على خريطة سناب وصولًا إلى إعادة ابتكار أسلوبهم من خلال الواقع المعزز. على سناب شات، لا يُستهلك الاكتشاف، بل يُصنع.

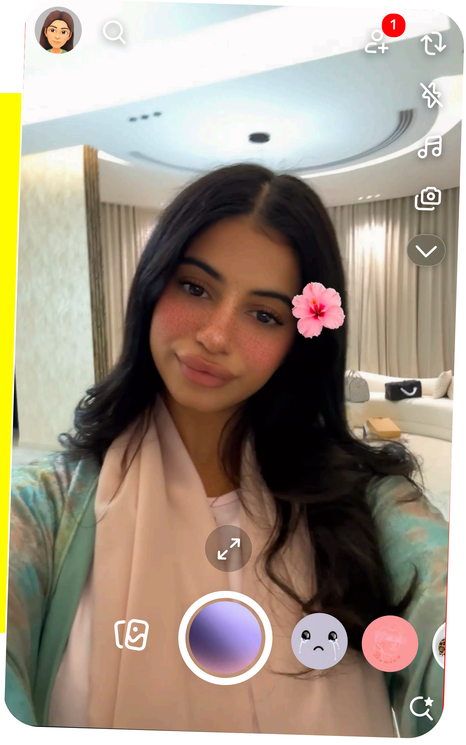
## الواقع بالأرقام




تم فتح خريطة سناب على

# 4.5 مليار مرة

في النصف الأول من عام 2025 في المملكة العربية السعودية.[13]



# زيادة %85

يتفاعل 14% من مستخدمي دول مجلس التعاون الخليجي مع العدسات يوميًا.[14]



# السبب رقم 1

يتمثل استخدام الخريطة في المملكة العربية السعودية في العثور على الأماكن التي تهمهم.[15]

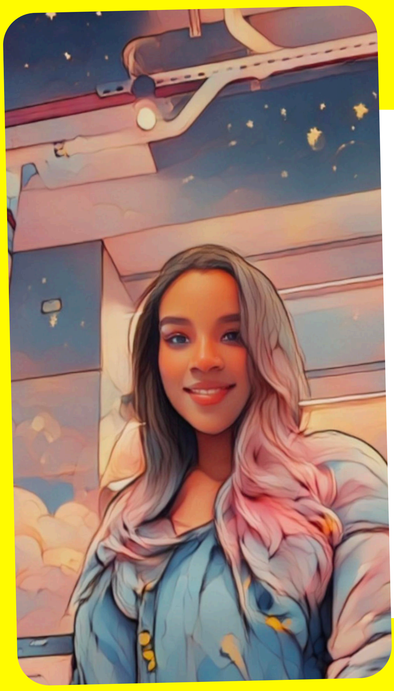
## ما يعنيه ذلك للعلامات التجارية

هذه واحدة من المنصّات القليلة التي لا يُنظر فيها إلى التغيير كاستثناء، بل كجزء طبيعي ومتوقع من التجربة. من النبرة إلى الأسلوب، ومن شكل الإبداع إلى صيغه، يمنحكم سناب شات مساحة لتكونوا أكثر مرونة، ولتجربوا، وتطوّروا، وتظهروا بإنسانيتكم الحقيقية.



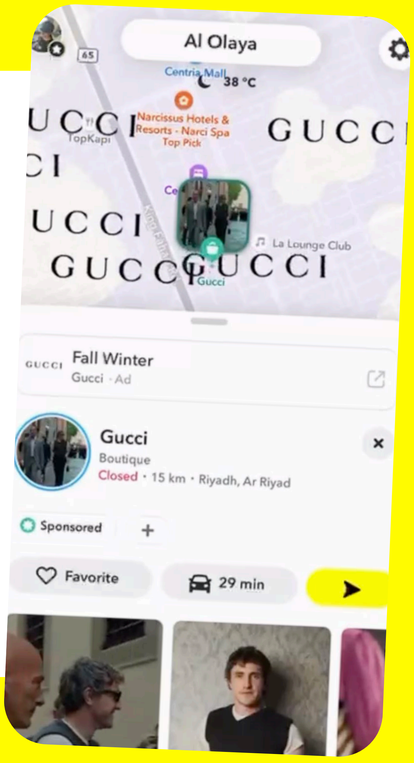

فامضوا مع اللحظة كما تأتي. فهنا تولد الروابط الحقيقية، من القدرة على التغيّر والتنوّع، لا من الظهور بالطريقة نفسها كل مرة.

## إلى أين من هنا



# العبوا كما يفعل مستخدمو سناب شات مع عدسات الذكاء الاصطناعي والعدسات التجريبية

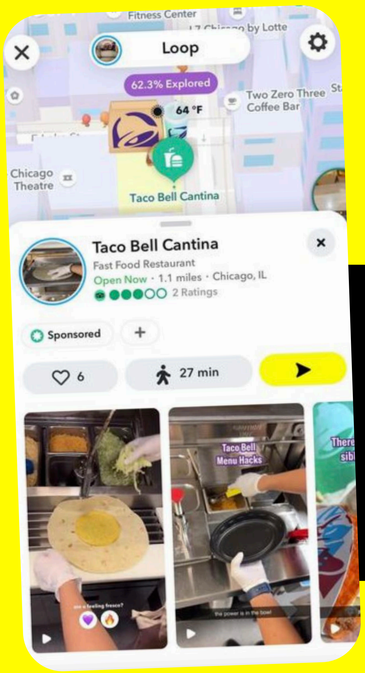
بفضل عدسات الذكاء الاصطناعي والعدسات التجريبية، يمكن لعلامتكم أن تلامس فضولهم الدائم من خلال طرق مرحة للتجربة والتواصل. وكلما منحتموهم مساحة للّعب، كلما ازداد انجذابهم إلى علامتكم.




# ضع علامتك التجارية في طريقهم من خلال الأماكن الترويجية

مستخدمو سناب شات دائمًا ما يكونون مستعدين لتجربة أشياء جديدة. وبينما يحبون التحقق من الخريطة لمعرفة أماكن أصدقائهم، فإن السبب الثاني الأكثر شيوعًا لاستخدام خريطة سناب هو التعرف على أماكن جديدة في السعودية ومعرفة أماكن الفعاليات والأنشطة في الإمارات العربية المتحدة.[16]

## نتائج حقيقية من علامات حقيقية




# تاكو بيل

عندما فعّلت تاكو بيل موقعًا مروّجًا على خريطة سناب، حصلت على أكثر من مليار ظهور خلال الأسبوعين الأولين![17]

نظرة ثاقبة 5

# المبدعون، مثلنا تماماً




صنّاع محتوى سناب شات لا يمثلون أدوارًا بل يتفاعلون كما يفعل مستخدمو ومستخدمات سناب شات ويشاركون على طبيعتهم وما يشعرون به وما يدور في أذهانهم... بدون أجندة. وهذا يبني محتواهم روابط حقيقية مع مجتمع يدعمهم، ويتفاعل معهم، ويشعر بأنه أقرَب إلى الأصدقاء منه إلى المتابعين.

## الواقع بالأرقام



# %70

من مستخدمي ومستخدمات سناب شات في السعودية قالوا بأن الصانع نفسه بدا أكثر قربًا على سناب شات مقارنة بالمنصّات الاجتماعية الأخرى.[18]

### شهادة من المبدعة دينا الشريف:




**دينا الشريف**

"[على سناب شات] بصراحة، الأمر أشبه بمحادثة جماعية مع الفتيات، فهنّ يرغبن في رؤية ما هو حقيقي وليس فقط النتيجة النهائية المثالية."



# %68

من مستخدمي ومستخدمات سناب شات في السعودية، يشعرون بتفاعلٍ أعمق وارتباطٍ أكبر مع الصانع نفسه على سناب شات مقارنة بأي منصة اجتماعية أخرى.[19]

## ما أهمية ذلك للعلامات التجارية

إن صنّاع محتوى سناب شات في منطقتنا هم أكثر من مجرّد مؤثّرين، بل هم أصدقاء موثوقون وعائلة تمتدّ إلى ما وراء الشاشة. يُعدون خبراء في مجالاتهم ومع ذلك يظلون قريبين منِ جمهوركم بدرجة تجعل حضورهم ملموسًا وقابلًا للارتباط.



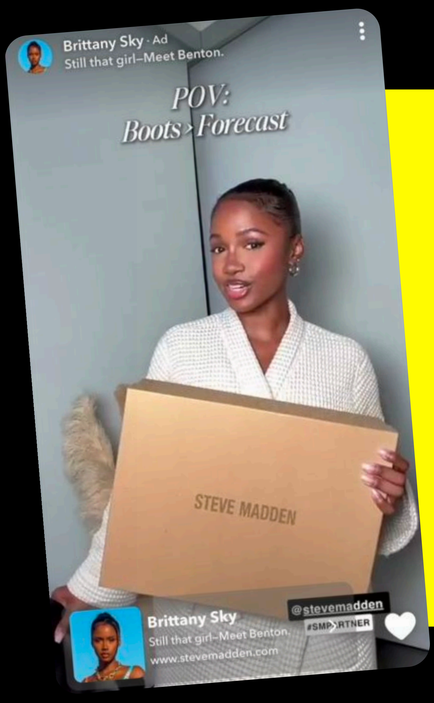

**بتكروا مع صنّاع محتوى سناب شات لكي:**

**تبدعوا بالروي القصصي :** فهم ينسجون علامتكم في تفاصيل يومهم بطريقة طبيعية تشبههم وتشبه جمهورهم.

**تظلوا في البال :** فهم يحولون علامتكم إلى محتوى ممتع وحيّ وسهل الاستحضار في ذهن الجمهور.

**أن تُلتقَطوا وتُشارَكوا:** لكي تحتضن مجتمعاتهم علامتكم بصدق، وتحوّل الألفة إلى تفاعل من الدردشة إلى الشراء.

## إلى أين من هنا




# شاركوا في الإبداع مع إذن الشراكة الإعلانية

بفضل ميزة "إذن الشراكة الإعلانية"، يُمكن للمبدعين أن يصبحوا شركاء معتمدين مسبقًا، وأن ينشروا محتوى يُشير إلى علامتك التجارية ويُنسبها إليها. تعاونت ستيف مادن مع شركة يناير ديجيتال للوصول إلى جمهور مُهتم بالموضة، حيث وصلت إلى 2.2 مليون مُستخدم على سناب شات بتكلفة أقل بنسبة 44% لكل ألف ظهور، مُحققةً عائدًا إضافيًا على الإنفاق الإعلاني بقيمة 7 دولارات، وتكلفة أقل بنسبة 24% لكل نقرة.[20]




# دعوا صناع المحتوى يبقون على طبيعتهم

صنّاع محتوى سناب شات لا يروّجون فحسب بل أنهم يقدّمون علامتكم بأسلوب يفهمه مجتمعهم ويثق به. اسمحوا لهم بسرد القصة بأسلوبهم سواء عبر العدسات المخصّصة أو القصص أو صيغ المحتوى المناسبة للتعبّير عن أسلوبهم الحقيقي. النتيجة ملموسة: تُقدَّر توصيات صنّاع المحتوى على سناب شات أكثر بـ1.4 مرّة مقارنة بمتوسط منصّات التواصل الأخرى.[21]

## نتائج حقيقية من علامات حقيقية




# شركة الاتصالات السعودية

سعت شركة الاتصالات السعودية إلى حث تبني المستخدمين للتعاملات الرقمية من خلال تشجيعهم على استخدام تطبيق mySTC. لذا أطلقت بالتعاون مع سناب شات حملة استحواذ باللقطة الأولى بالتعاون مع المؤثّر عبدالعزيز، لتحويل الوعي إلى فعل على نطاق واسع.
النتائج:
مدى وصول إلى 11 مليون مستخدم وارتفاع بمعدل 2× في مرات فتح التطبيق وزيادة بمعدل 1.9× في عمليات التثبيت ونمو بمعدل 2.5× في عمليات الشراء.[22]

## كيف وصلنا إلى هنا

يرتكز هذا التقرير على منهجية بحثية متعددة المصادر تجمع بين بياناتنا الداخلية والرؤى المستندة إلى الاستبيانات والتحليل السلوكي للكشف عن الأنماط الصاعدة والسلوكيات المميّزة للمستخدمين. وقد جرى دمج الرؤى المستخلصة من كل مسار لتقديم فهم متكامل وقابل للتطبيق للاتجاهات التي تشكّل جمهورنا والمنصّة نفسها.

### 1. رؤى المنتج والسلوكيات

درسنا الطريقة التي يتفاعل بها المستخدمون بشكل طبيعي مع المزايا عبر التطبيق لرصد حالات الاستخدام المختلفة وصيغ المحتوى المتجددة والسلوكيات الاجتماعية التي تشير إلى تحوّلات مبكرة على مستوى الثقافة أو المنصّة.

### 2. الاستبيانات الموجّهة

أُجريت استبيانات مخصّصة لشرائح أساسية بهدف التقاط الانطباعات المباشرة وتفضيلات هذا الجيل. وقمنا بتحليل البيانات الكمية والنوعية معًا للتحقق من الأنماط وكشف الدوافع ووضع السلوكيات في سياقها الحقيقي.

### 3. بيانات الطرف الأول

كشفنا عن سلوكيات واتجاهات فريدة خاصة بالمنصّة من خلال بياناتنا الداخلية. وقد أسهمت هذه البيانات في تفسير الاتجاهات ودعمت فهمنا للسلوكيات المميزة على سناب شات.

**جمعنا بين الرؤى المستخلصة من هذه المسارات الثلاثة ووضعناها معًا طبق منهجية متكاملة لضمان استخلاص فهم شامل ومدعوم بالبيانات للرؤى التي جرى تحديدها.**

## الهوامش

1. بيانات داخلية من شركة سناب، الربع الرابع 2023
2. بيانات داخلية من شركة سناب، الربع الأول 2025
3. دراسة NRG Moments لعام 2024 بتكليف من شركة سناب
4. دراسة NRG Moments لعام 2024 بتكليف من شركة سناب
5. بيانات داخلية من شركة سناب، 1 يناير – 30 يونيو 2022
6. دراسة Alter Agents لعام 2024 بعنوان How We Snap بتكليف من شركة سناب
7. بيانات من Snap Ads Manager للفترة من 26 مارس 2025 – 26 أبريل 2025
8. بيانات داخلية من شركة سناب، الربع الثاني 2025
9. بيانات داخلية من شركة سناب، الربع الثاني 2023
10. دراسة من Amplified Intelligence بتكليف من شركة سناب ووكالة OMD - يونيو 2022
11. بيانات داخلية من شركة سناب، 4 نوفمبر 2024 – 17 مارس 2025
12. بيانات داخلية من شركة سناب، 1 مارس 2025 – 3 يوليو 2025 نتائج تحسين نافذة التحويل 1–0
13. بيانات داخلية من شركة سناب، 1 يناير 2025 – 30 يونيو 2025
14. بيانات داخلية من شركة سناب، الربع الثاني 2023
15. دراسة Alter Agents لعام 2024 بعنوان How We Snap بتكليف من شركة سناب
16. المصدر: دراسة Alter Agents لعام 2024 بعنوان How We Snap بتكليف من شركة سناب
17. بيانات داخلية من شركة سناب، الربع الثالث 2024
18. دراسة Eyesquare لعام 2024 بعنوان Authenticity Sells بتكليف من شركة سناب
19. دراسة Eyesquare لعام 2024 بعنوان Authenticity Sells بتكليف من شركة سناب
20. تقرير eMarketer US Creator-Driven Commerce لعام 2024
21. دراسة Eyesquare لعام 2024 بعنوان Authenticity Sells بتكليف من شركة سناب
22. بيانات من MMP (Branch)، بنافذة إسناد لمدة 7 أيام (نقرة) / 0 يوم (عرض)

FOR BUSINESS

احصلوا على تقرير "جيل سناب شات" وأكثر من خلال متابعة سناب شات للأعمال على LinkedIn والاشتراك في النشرات والدراسات المستقبلية عبر زيارة:
forbusiness.snapchat.com



© Snap Inc 2026