

سناپ شات تسمح للشركات بشراء القصص الترويجية



السبت 25 نوفمبر 2017 07:11 م

بدأت شركة سناپ شات بالسماح للشركات بشراء القصص الترويجية من أجل تسليط الضوء على منتجاتها، بحيث أصبحت ميزة القصص المرتبطة عادة بالظهور لمدة 24 ساعة تمثل أداة إعلانية جديدة للشركات، ويمكن للشركات وضع بين 3 إلى 10 لقطات معاً بالتتابع، وهو الشكل الذي لا يزال من الممكن استعماله عند قيام سناپ شات بإعادة تصميم التطبيق.

ويتيح الشكل الإعلاني الجديد للمعلنين الدفع مقابل تعزيز ظهور قصصهم ووصولها إلى المزيد من المستخدمين، وقد اشترت شركة HBO أول قصة ترويجية في الولايات المتحدة، وترتبط هذه القصة بالحلقات المجانية من مسلسلات Game of Thrones و Westworld و Insecure، بينما اشترت شركة الموضة البريطانية ASOS الإعلان الأول في المملكة المتحدة وفرنسا.

ووفقاً للشركة يمكن لأكثر من 88 مليون شخص رؤية الإعلانات على سناپ شات في الولايات المتحدة، حيث تتفوق الشركة من ناحية إمكانية وصولها إلى 47 مليون مشاهد من جمهور الشباب مع 47 مليون تتراوح أعمارهم بين 13 و 24 عاماً، وتعتبر قصص سناپ شات أحد المنتجات الأكثر شعبية لدى الشركة، مما دفع شركة فيسبوك إلى نسخها وإضافتها إلى جميع منتجاتها مثل ماسنجر وإنستغرام وواتساب.

ويمكن لأي شخص في سناپ شات إنشاء قصة، بما في ذلك العلامات التجارية أو الأنشطة التجارية، ولكنها تظهر فقط لمتابعي الحساب، بينما تظهر القصص الترويجية الدعائية لأي شخص، مما يسمح للعلامات التجارية على سبيل المثال بإيصال إعلانها إلى جميع مستخدمي منصة التراسل الفيديوي المباشر في الولايات المتحدة.

وتظهر الإعلانات الجديدة في صفحة القصص داخل التطبيق، ويأتي الإعلان الجديد في وقت مهم للشركة، وذلك بعد أن تحولت إلى شركة عامة منذ تسعة أشهر فقط، وكانت نتائج أعمالها الأولية غير مبشرة، حيث أنها تعاني من بطء في عملية النمو بشكل يعاكس التوقعات، ويمكن للنوع الإعلاني الجديد بأن يساعد في توليد المزيد من الاهتمام والإيرادات من المعلنين.

وقال بيتر سيليس المدير التنفيذي للإعلانات في شركة سناپ شات عبر بيان "كان شركاؤنا في الإعلانات يطالبون بطرق لعرض قصص أكثر عمقاً ضمن الأجهزة المحمولة، وتقدم القصص الترويجية للمسوقين إمكانية الوصول إلى نفس شكل القصص المستخدمة من قبل مجتمعنا، جنباً إلى جنب مع المكانة والوصول التي يتمتع بها الناشرين على التطبيق".