

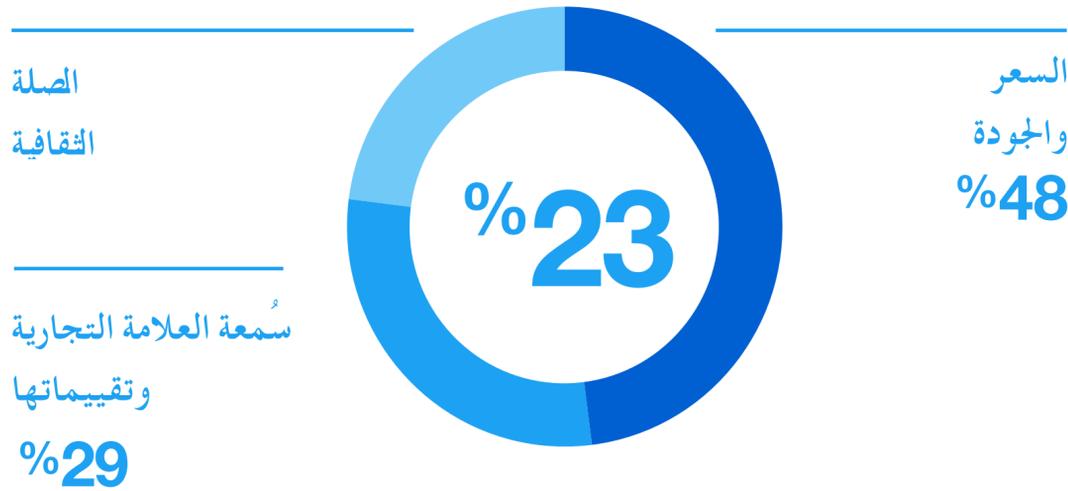


تواصل مع ما يحدث

تُظهر دراسة جديدة مدى رغبة العملاء في أن تكون العلامات التجارية جزءاً من الأحداث الجارية

في الماضي، شكَّلت وسائل الإعلام والعلامات التجارية ما يحدث، ولكن اليوم، يشكّل الأشخاص ما يحدث. و كنتيجة لذلك... ما يبدأ في مجموعات مهمشة، يبرز إلى التيار العام بخطى لم تُشهد من قبل. الآن، أصبحت علامتك التجارية بحاجة إلى التواصل مع الأحداث الجارية أكثر من أي وقت مضى.

كان المعتاد أن تكون العلامات التجارية ووسائل الإعلام العامة بمثابة حراس على المحادثات. لكن اليوم، لا يوجد حراس على المحادثات، ويشارك ملايين الأفراد في محادثات مباشرة ثنائية وعامة ومنفتحة تجري على تويتر كل يوم.



الصلة الثقافية من المحفزات الأساسية في قراء العميل بالشراء

أقمنا شراكة مع شركة IPG والوكالة الإعلامية MagnaGlobal لفهم العوامل التي تؤثر في قرارات الشراء الخاصة بالعملاء. وينبع ربع قرارات الشراء الخاصة بالعملاء من مدى الصلة الثقافية بالعلامة التجارية – وهذا ليس بالأمر عديم الأهمية.

عند تواصل العلامات التجارية بما يحدث على تويتر، فستشهد ارتفاعات في مقاييس مسار الشراء

+3%

نية الشراء

+7%

تفضيل العلامة التجارية

+8%

الوعي بالعلامة التجارية

+18%

ارتباط الرسالة

ما الذي تتواصل معه بعد ذلك؟