

مستخدمو التويتر في الشرق الأوسط يرحبون بالعلامات التجارية، ولكن "من دون رسائل غير مرغوب بها"

9 من أصل 10 مستخدمين للتويتر في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يؤكدون بأن استخدام التويتر قد أثر على إدراكهم للعلامات التجارية، حسب استبيان قامت به سبوت أون للعلاقات العامة في شهر فبراير

دبي، 29 مارس 2010

بين ما نسبته 95% من مستخدمي التويتر في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بأنه يجب على العلامات التجارية التواصل مع العملاء عن طريق التويتر، وأكد 9 من 10 أشخاص أن التويتر قد أثر على أدراكهم لعلامة تجارية أو شركة معينة، وقام ما يعادل 50% من الذين شملهم الإستبيان فعلاً بشراء منتج أو خدمة كنتيجة لاستخدام خدمة المدونات الصغيرة. تأتي هذه الأرقام من إستبيان جديد لمستخدمي التويتر قامت به سبوت أون للعلاقات العامة، "101 نصيحة يجب على العلامات التجارية معرفتها حول التويتر". هذا وقد انتقد العديد من مستخدمي التويتر الذين شملهم الإستبيان العلامات التجارية التي تستخدم الرسائل المزعجة مع المستخدمين، من خلال إرسال رسائل مجهولة وغير شخصية ومن خلال عدم استماعهم لعملائهم على التويتر.

قال كارينغتون مالين، المدير العام لشركة سبوت أون للعلاقات العامة: "إن القلق وردات الفعل السلبية اتجاه العلامات التجارية التي تدخل وسائل الإعلام الإجتماعي هي الآن موثقة بشكل جيد وقد جعلت العديد من العلامات التجارية حذرة في استخدام منصات الإعلام الإجتماعي. ولذلك يسعد العاملون في مجال التسويق لمعرفة أن الأشخاص على التويتر يرحبون بالتواصل مع العلامات التجارية" وأضاف قائلاً: "لقد بين معظم المستخدمون الذين شملهم الإستبيان بأنه يجب على العلامات التجارية التواصل مع العملاء على التويتر وقال 82% بأنهم على استعداد للشراء من علامة تجارية لديها علاقة معهم من خلال هذه الخدمة. وأكّد المستخدمون أنه يجب على العلامات التجارية إثبات نفسها على التويتر من خلال إظهار أنها تعرف الفرق بين الرسائل الإعلانية وبين محادثات الإعلام الإجتماعي".

يتوافر استبيان "101 نصيحة يجب على العلامات التجارية معرفتها حول التويتر" مجاناً على الموقع <http://www.spotonpr.com>. يبين الإستبيان بأن التويتر لديه تأثير متزايد على العلاقة بين المستخدمين والعلامات التجارية – بين الإستبيان الأخير الذي قامت به سبوت أون للعلاقات العامة في أغسطس 2009 أن ما يعادل 61% من المستخدمين قد غيروا إدراكهم لعلامة تجارية معينة من خلال التويتر، مقابل 90% في استبيان فبراير. بين ما نسبته 53% من المشاركين بالإستبيان بأنهم قد طلبوا من علامة تجارية معينة خدمة خاصة بالعملاء، وقال 36% بأنه قد تم الإتصال بهم فعلاً بشكل مسبق من قبل علامة تجارية معينة لقضية تتعلق بخدمة العملاء.

أضاف مالين قائلاً: "التوتير يتحرك بسرعة ويتحدى العلامات التجارية في التواصل بشكل فعال مع العملاء، ومع ما نسبته 65% من الأشخاص قالوا لنا بأنهم مهتمين بالحصول على عروض خاصة أو قسائم من العلامات التجارية عبر التويتر، و88% من الأشخاص قالوا بأنهم قد يقترحون علامة تجارية بالإعتماد على تجربتهم مع التويتر، فقد أصبح التويتر منصة قوية بشكل متزايد للتواصل مع العلامات التجارية".

يتضمن الإستبيان 101 إجابة للسؤال "ما هي النصيحة التي تود توجيهها للعلامات التجارية التي تستخدم التويتر؟" وتضمنت بعض الإجابات الرئيسية:

* "لا تقوم ببيعي أي شيء ولا تتكلم عن نفسك...قم ببناء علاقة معي وقم بتزويدي بالقيمة، بلا شروط".
* "قم باتخاذ توجه ذي لمسة إنسانية بدلاً عن الصبغة الخاصة بالشركات خلال تواجدك على التويتر. لا تجعل من مشاركاتك تبدو كأنها جزء من رسالة شركتك الإخبارية".
* "الشفافية والأصالة والإحترام للعميل هي الأمور الأكثر أهمية من وسائط التواصل. إذا لم تقم بهذه الأمور على أفضل وجه فلن تستطيع أي وسيلة من وسائل الإعلام القديمة والحديثة إصلاح صورتك.

قال مالين: "إن هذه الإجابات المئة والواحد لوحدها تقدم نصيحة قيمة لأي علامة تجارية تأمل باستخدام التويتر كجزء من عملياتها التسويقية. إنها تعكس الآراء الغير منمقة للأشخاص الذين يستخدمون التويتر في المنطقة اليوم".

قدرت سبوت أون للعلاقات العامة بأنه يوجد حالياً ما يعادل 35,000 إلى 40,000 مستخدماً مسجلاً في التويتر في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا مقارنة بمجرد 3,000 مستخدماً قبل إثنى عشر شهراً. قامت سبوت أون باستبيان خدمة العملاء والتويتر في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في فبراير 2010 وهو يعتمد على 174 إجابة على استبيان تم إرساله لمستخدمي التويتر بعد أن تم الإتصال بهم عن طريق موقع التويتر والحصول على موافقتهم على المشاركة في الإستبيان. لقد تم نشر الإستبيان تحت "رخصة الإبداع العام" التي تسمح للتقرير بأن تتم المشاركة به على العموم.

-انتهى-

**حول سبوت أون للعلاقات العامة**

سبوت أون للعلاقات العامة هي شركة اتصالات إعلامية متكاملة تساعد المؤسسات على تأسيس موقع لها وتمييز نفسها والتواصل على الشبكة أو بطرق أخرى. تقدم سبوت أون استشاراتها الإستراتيجية القوية وخبراتها المحلية الغنية بالإعتماد على سجلها الحافل الذي يمتد لخمسة عشر عاماً من إدارة الإتصالات الإعلامية للشركات العالمية والمؤسسات الحكومية والغير حكومية في الشرق الأوسط. تقدم الشركة مجموعة واسعة من الخدمات، تتضمن: تنظيم الفعاليات والعلاقات الإعلامية والتسويق باستخدام وسائط الإعلام الإجتماعي والإتصالات التسويقية والإتصالات الشبكية والعلاقات العامة وتخطيط الإتصالات الاستراتيجية.

سبوت أون للعلاقات العامة هي الشريك في شبكة الشرق الأوسط لبرودر بارتنارز وعضو مؤسس في جمعية الشرق الأوسط للعلاقات العامة.

**لتتبع أخبارنا**

بإمكانكم تتبع آخر أخبار سبوت أون على التويتر هنا: [@spotonpr](http://twitter.com/spotonpr)

بإمكانكم تتبع سبوت أون على الفيس بوك هنا: <http://www.facebook.com/spotonpr>

**إن كنت مهتماً بمتابعة آخر أخبار الشرق الأوسط المتعلقة بالإعلام الإجتماعي والإعلام العام والتسويق و العلاقات العامة، يرجى زيارة صفحة سبوت أون على** [**NetVibes page**](http://www.netvibes.com/spotonpr)، التي تجمع عدداً من مصادر المعلومات الإقليمية.

للإتصال الصحفي

ألكساندر مكناب | @alexandermcnabb | [alexm@spotonpr.com](mailto:alexm@spotonpr.com) | +9714 3491686