

تحليل حملة رقمية: Spotify Wrapped 2024

تطبيق عملي لمقرر الإعلان الرقمي

1. اختيار الحملة الإعلانية الرقمية

الشخصية إلى تجربة شخصية. Spotify Wrapped 2024 (العاشر)، وهي حملة رقمية سنوية تحول بيانات الاستماع أطلقت في ديسمبر 2024 وشملت 184 سوقاً بـ 53 لغة، وحقت نمواً في التفاعل بنسبة 10% مقارنة بالعام السابق. تُعد نموذجاً ممتازاً للإعلان الرقمي الذاتي الانتشار حيث يتحول المستخدم نفسه إلى ناشر ومسوق للحملة.

2. جمع البيانات والمعلومات

- الأهداف الرئيسية:** تعزيز التفاعل مع التطبيق، تشجيع المشاركة الرقمية، تقوية الارتباط بالعلامة التجارية، والترويج للميزات الجديدة وميزات الذكاء الاصطناعي.
- الجمهور المستهدف:** مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي ومحبو الموسيقى، وتستهدف بشكل خاص فئتي Gen Z و Millennials لاهتمامهم بالهوية الرقمية والمشاركة الشفهية.
- القنوات الرقمية:** تطبيق Spotify (القناة الأساسية)، TikTok (تكامل مباشر للنتائج)، Instagram و Facebook، إلى جانب دعم واقعي من خلال اللوحات الإعلانية والفعاليات.

3. تحليل سمات الإعلان الرقمي

العنصر	التحليل والخصائص التطبيقية
أ. التفاعل (Engagement)	تعتمد على التفاعل الفعّال (فتح التجربة، إنشاء بطاقات النتائج، مقارنة الأرقام مع الأصدقاء، والتسويق في Story). سجلت الحملة نمواً رسمياً بنسبة 10% في التفاعل الإجمالي.
ب. الاستهداف الدقيق	تخصيص عالٍ بناءً على بيانات الاستماع الفردية (الأغاني، الفنانين، دقائق الاستماع، تطور الذوق)، مع تقديم نسخ مخصصة للفنانين وصناع المحتوى (Wrapped for Artists).
ج. العناصر الإبداعية	هوية بصرية مميزة، ألوان وجرافيك متحرك، شرائح قصيرة سهلة القراءة (Wrapped AI Podcast). وإدخال تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل (Stories format).
د. الفكرة الإعلانية	تركز على مفهوم «هذا هو عامي الموسيقي»؛ فالمنتج والتجربة الشخصية هما الرسالة الإعلانية الأساسية.

4. تقييم نجاح الحملة (SWOT)

- **نقاط القوة:** تخصيص شديد، انتشار عضوي مجاني، بناء ترقب سنوي لدى الجمهور، وتكامل ممتاز بين القنوات الرقمية والواقعية.
- **التحديات ونقاط الضعف:** الاعتماد الكلي على خوارزميات البيانات، الموسمية (تتطلب أفكاراً تجديدية سنوياً)، وصعوبة قياس الأثر التجاري المباشر من المشاركات فقط.

5. الاستنتاجات والتوصيات

تثبت حملة Spotify Wrapped أن الإعلان الرقمي الناجح لا يقتصر على الرسائل المباشرة، بل يقوم على جعل المستخدم جزءاً من صناعة المحتوى. يوصى مستقبلاً بزيادة أدوات المقارنة الجماعية، وتعزيز خيارات الخصوصية، وتوضيح مصادر بعض التحليلات مع الحفاظ على بساطة التجربة.

6. المصادر الرسمية

1. Spotify Newsroom — 2024 Wrapped Is Here! Experience Your Year in Listening (Dec 2024).
2. Spotify Advertising — Q4 '24 Highlights: +10% YoY engagement across 184 markets.
3. TechCrunch — Spotify Wrapped 2024 adds AI podcast powered by Google's NotebookLM.
4. Associated Press — Spotify Wrapped 2024 Global Release & Streaming Metrics.