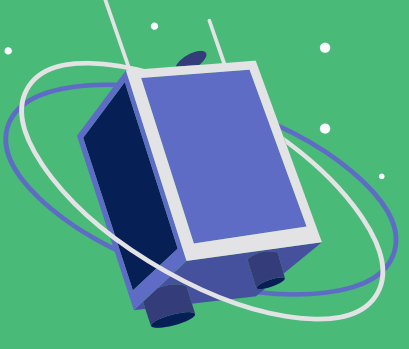


amaz*



من الدار للدار

التقرير الرقمي

لليوم الوطني السعودي 92

النسخة الرابعة | 15-27 سبتمبر 2022

Quantitative Analytics By

LUCIDYA

الفهرس

03 المقدمة

04 المحتوى

09 التفاعل

16 القطاع الحكومي

الوزارات
الهيئات
المؤسسات
الرئاسات
الجامعات
المراكز
المبادرات والبرامج

25 القطاع الغير الربحي

27 القطاع الخاص

قطاع خاص-عام
المطاعم
المقاهي
البنوك
التقنية المالية
شركات الاتصالات
تطبيقات التوصيل
الاندية
شركات طيران

37 اختيارات امازية



دارنا .. لدار المجد والعلياء

في أمان نحتفي باليوم الوطني 92 بتقريرنا الـ 4 لليوم الوطني نأخذكم في جولة شاملة رصدنا فيها أعمال قطاعات الدولة التي تفتت حبا (العام، الخاص، غير الربحي)، وتقديراً منها انتجت برامج ومبادرات مخصصة لليوم السعودي 92 تحت شعار هي لنا دار

نهدف في هذا التقرير لقياس مدى تأثير هذه الأعمال على الجمهور، ونستعرض كل ما تم إنتاجه خلال الفترة 15-27 سبتمبر 2022. مستنديين على مدى وصول هذا المحتوى، وتفاعل الجمهور معه عبر منصات التواصل الاجتماعي



محتوى اليوم الوطني 92



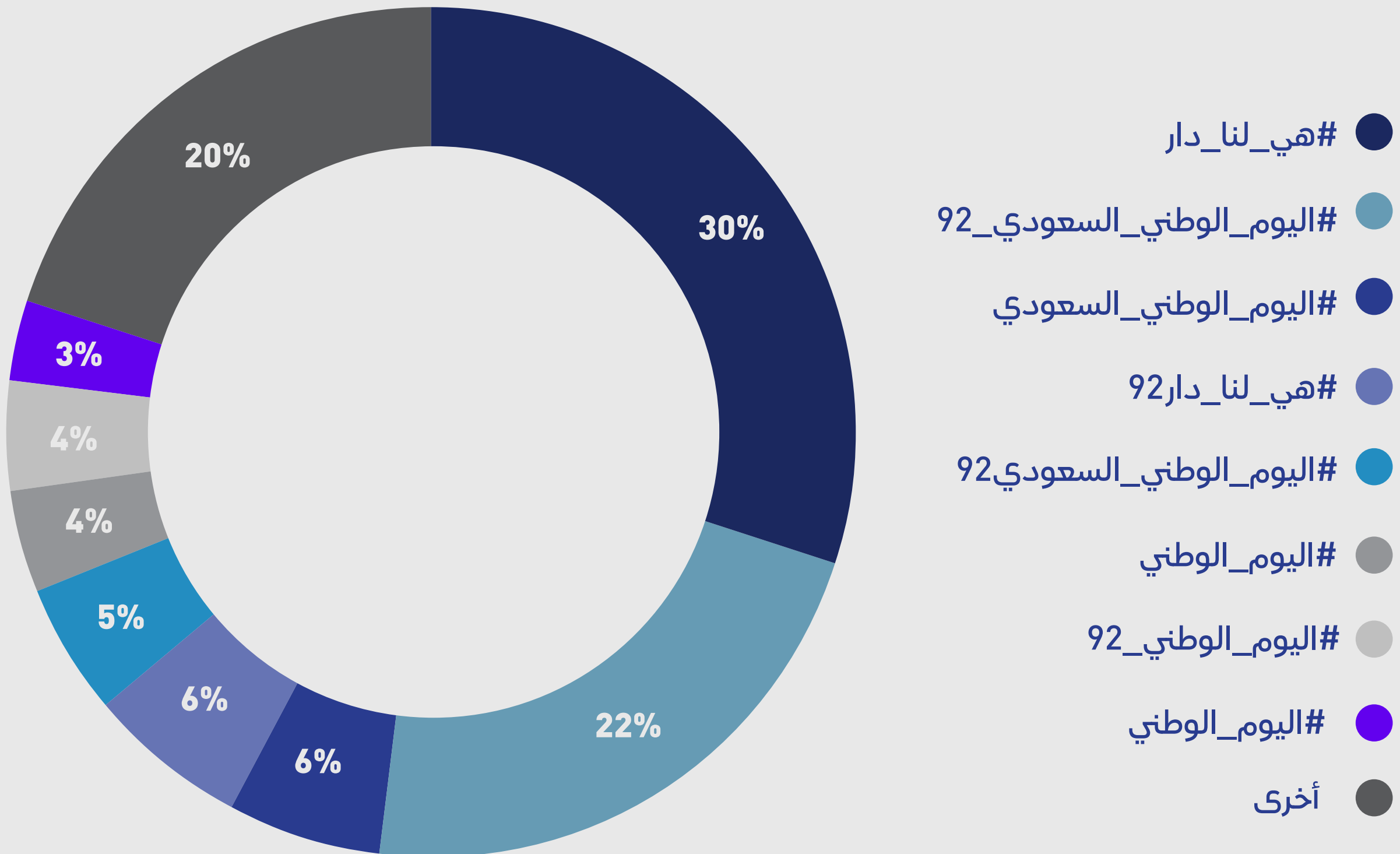
أبرز الوسوم

بلغ مجموع المنشورات حول اليوم الوطني 3,638,770 منشورًا، تمحورت حول عدة مواضيع أبرزها: الإعلانات الخاصة بهذا اليوم، العروض الترويجية، إلى جانب الفعاليات ومواقع الترفيه المنتشرة في أنحاء المملكة.

#هي_لنا_دار كان من أعلى الوسوم استخدامًا بواقع مليوني منشور وتغريدة ، يأتي في المرتبة الثانية وسم #اليوم_الوطني_السعودي_92 بمليون ونصف المليون منشور وتغريدة.



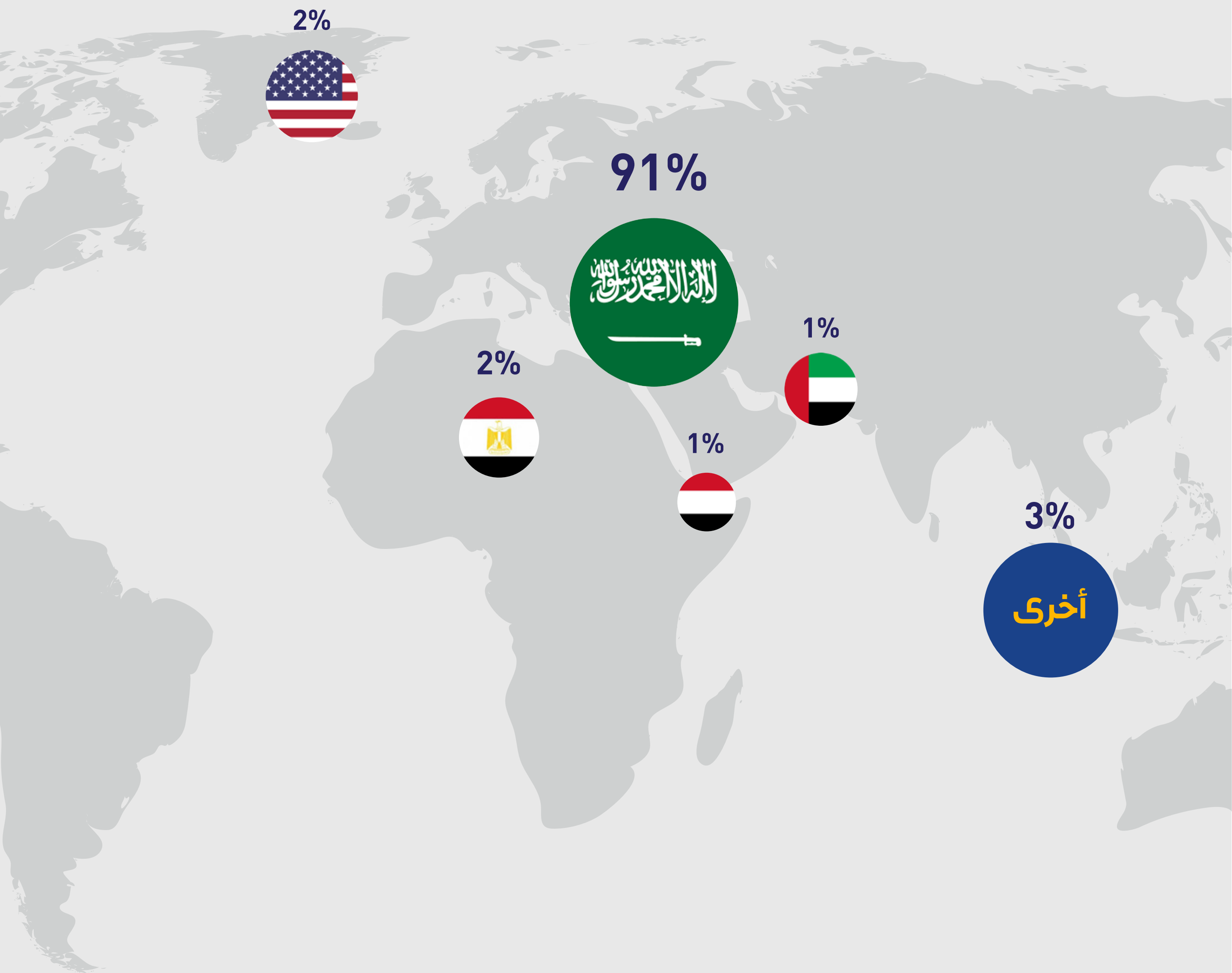
أبرز الوسوم المستخدمة في اليوم الوطني 92



الدول المشاركة

تأتي الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول المشاركة في النشر بعد المملكة؛ وحصولها على نسبة 19% من إجمالي المحتوى، فجمهورية مصر العربية، ثم الإمارات العربية المتحدة والجمهورية اليمنية، وبعض الدول الأخرى المتفرقة .

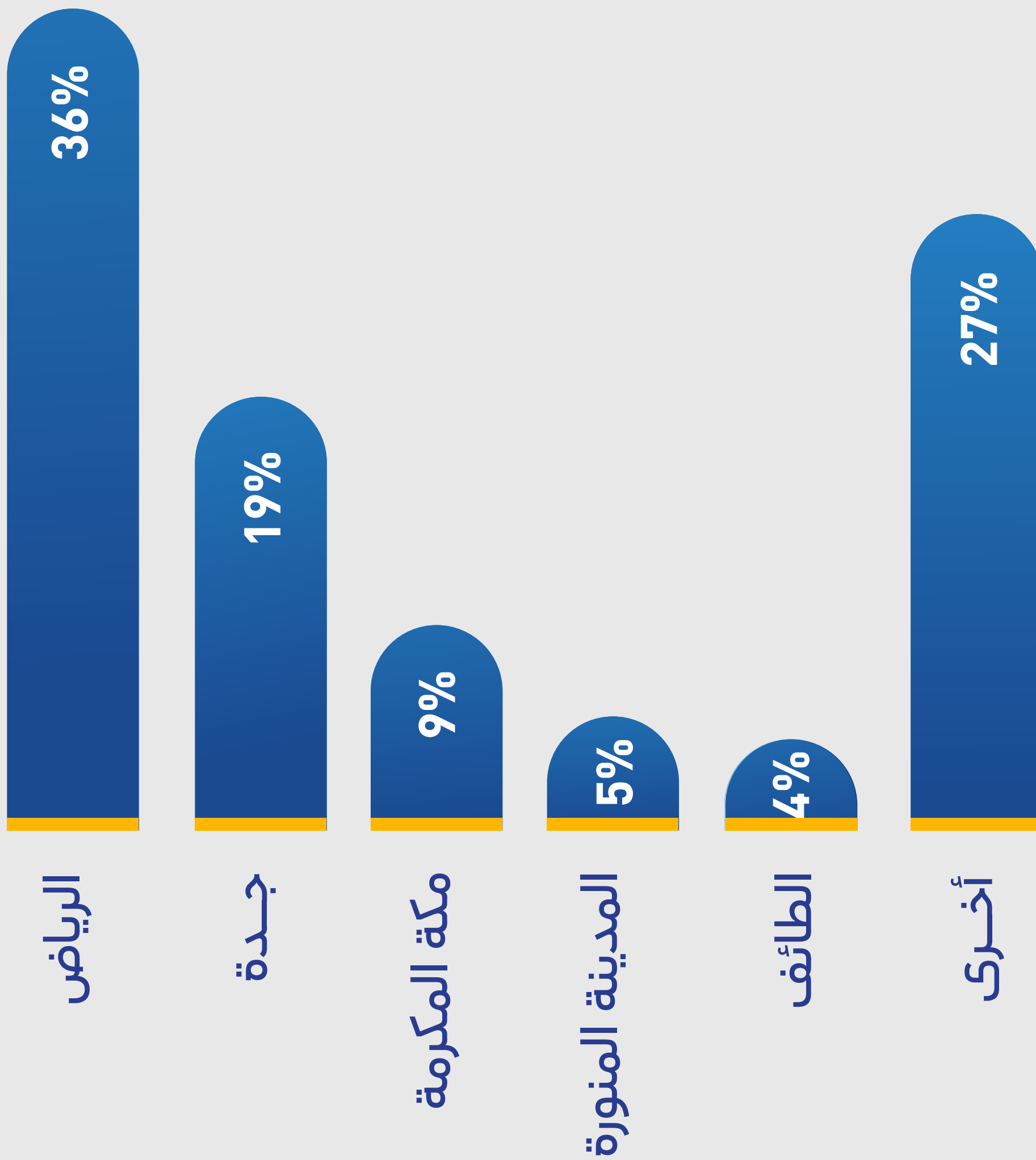
نسب الدول المشاركة في الحديث حول اليوم الوطني



أعلى مناطق المملكة نشرًا

في أعلى المناطق نشرًا؛ أتت مدينة الرياض في مقدمتها بنسبة 36%، ثم محافظة جدة بـ 19%، فمكة المكرمة والمدينة المنورة ومدينة الطائف تبعًا.

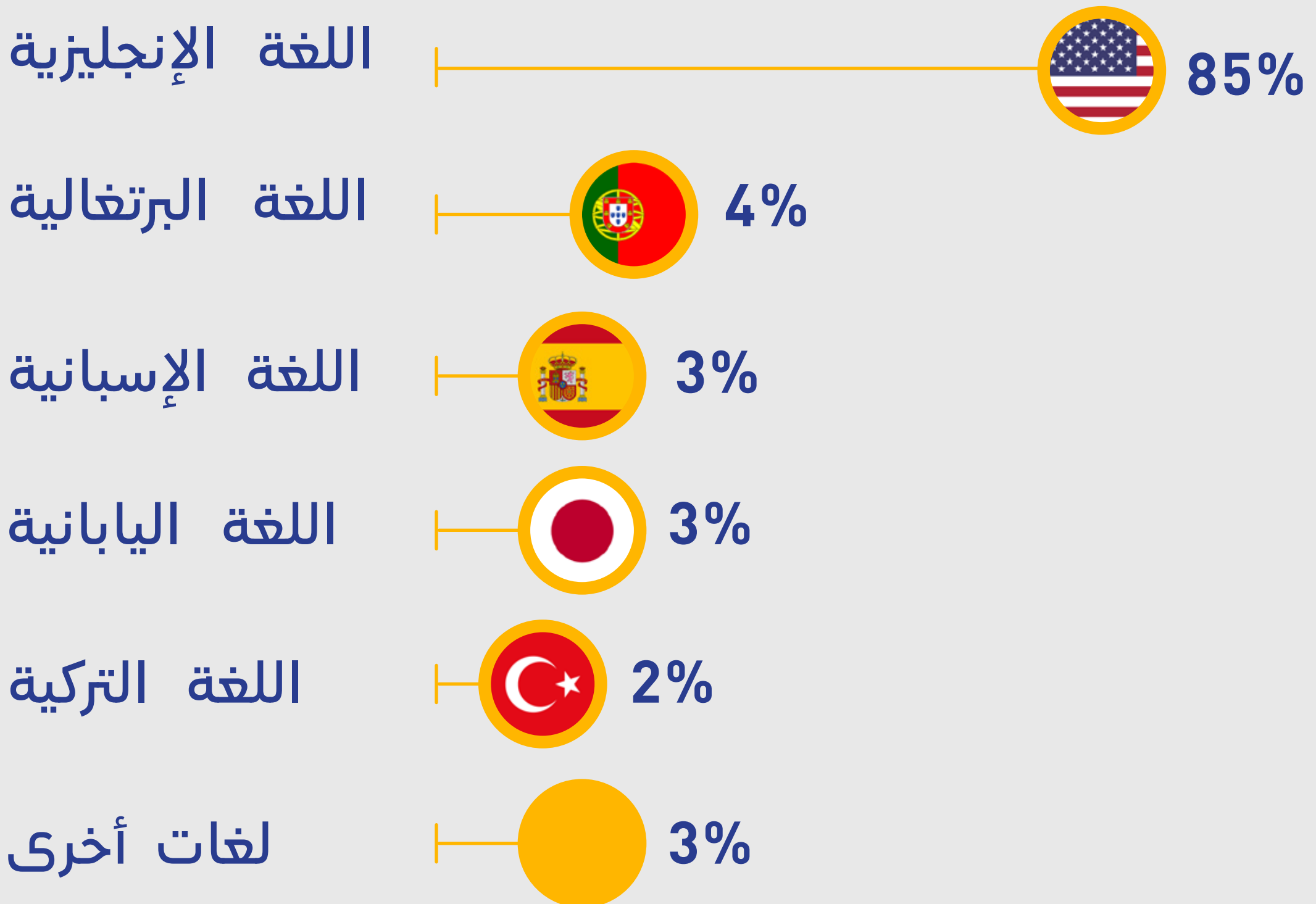
أعلى المناطق نشرًا في موسم اليوم الوطني



لغات النشر

تنوعت اللغات المشاركة في النشر حول هذه المناسبة العزيزة على الجميع، ليشارك العديد من مهني المملكة بيومها الوطني من جنسيات وناطقين بلغات شتى مختلفة.

أنت في مقدمة اللغات المشاركة كأكثر لغة بعد اللغة العربية





التفاعل

من اليوم الوطني 89 وحتى 92



الوزارات

حافظت **وزارة التعليم** على مركزها الأول خلال 3 سنوات، توالى فوزها بهذه المرتبة لليومين الوطنيين 91 و 92، لتستمر في تميز طرحها وتفاعل الجمهور مع مواد الإعلامية والإعلانية المختلفة أتت وزارة الحرس الوطني في المرتبة الثانية لعامين متواليين لليوم الوطني 91 و 92، واختلاف محتواها الذي تناول قصصًا وحكايا لتضحيات جنودنا البواسل، وذودًا عن حماها الطاهر. أما وزارة العدل فحصلت على ترتيب ثابت خلال اليومين 91 و 92 ، واستمرارها في المركز الثالث.



وزارة التعليم
Ministry of Education



الهيئات

كمتوسط للتفاعل خلال الأيام الوطنية لهذه الفترة؛ حازت الهيئة العامة للترفيه على المرتبة الأولى على محافظتها وتواجدها في قائمة الأعلى تفاعلاً، وجهودها المميزة والمختلفة في تخليد التجربة الترفيهية التي تقيمها بالتوازي مع مثل هذه الأيام والأعياد الوطنية.

أنت الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة - منشآت في المرتبة التي تليها، واستمرار لتمييز المواد الإعلانية المقدمة وحصولها على تفاعل عالٍ.



المراكز والرئاسات

تميزت "رئاسة أمن الدولة" فحازت على مقعد ثابت في المراتب الأولى لثلاثة أعوام متتالية لتتوج مجهوداتها الفريدة، يعود ذلك إلى ما تنتجه من محتوى خاص بهذه الذكرى المجيدة، وتفاعل الجمهور معها بشكل غير مسبق.

حافظ "مركز التواصل الحكومي" على تواجدته في قائمة الأكثر تفاعلاً لمرتين متتاليتين، نظير جهودها ومحتواها الإعلامي الذي حاز على قبول الجمهور ومساهمته في نشره على نطاق واسع.



المبادرات والبرامج

ترتكز المنافسة بين برامج ومبادرات تساهم في إثراء محتوى اليوم الوطني بكل تميز، لتحوز على مراتب متقدمة ومتفاوتة الترتيب في قائمة الأعلى تفاعلاً منذ بدء ابتكار هذا التقرير وتوثيقه لتفاعل الجمهور المختلف والمتميز معها، وهي كالتالي:

مبادرة "إثراء"

مبادرات وبرامج "مسك"

مبادرة "روح السعودية"

وتتميز كل عام بمحتوى جذاب عن العام الذي يسبقه، وتسارع في جذب الانتباه وحصد إعجاب جماهيرها.



مسك Misk
مؤسسة محمد بن سلمان
Mohammed Bin Salman
Foundation

المؤسسات

تميزت المؤسسة العامة لتحلية المياه المالحة بتواجدها لليوميين الوطنيين 91 و 92 في صدارة المؤسسات الحكومية، والتي تركت أثراً صنع تفاعلاً عالٍ مع محتواها المرافق لهذه اليوم المجيد تأتي "المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني" في المرتبة الثانية، و"مؤسسة الملك عبدالعزيز ورجاله للموهبة والإبداع - موهبة" ثالثة في هذه القائمة المميزة لأربعة أيام وطنية متتالية



المؤسسة العامة لتحلية المياه المالحة
Saline Water Conversion Corporation (SWCC)



المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني
Technical and Vocational Training Corporation

مؤسسة الملك عبدالعزيز ورجاله للموهبة والإبداع
King Abdulaziz & his Companions Foundation for Giftedness & Creativity



القطاع الخاص

-بحكم تفرد أسلوب شركة "مانجا للإنتاج"؛ تساهم في كل عام بإثراء محتوى الأيام الوطنية بقصص متنوعة عبر صناعتها بتقنيات الرسوم المتحركة وآخر تطوراتها، وصولاً إلى صنع منتج وطني يمثل هذه الثقافة المميزة في حضورها.

-أما "أرامكو السعودية"؛ فتحافظ على تواجدها المعتاد على رأس قائمة الأعلى تفاعلاً، ونشرها لإنتاج سنوي متميز

"الخطوط السعودية" رائدة قطاع الطيران في المملكة، فحضورها مؤكد في قائمة الأعلى تفاعلاً، وتميز محتواها المرافق للأيام والمناسبات الوطنية

- يحافظ "مايسترو بيتزا" على بقاءها في المراتب الأولى للقطاع الخاص لتبدأ بمشاركتها المميزة #نحن_منها، لتستمر هذا العام في ألقانها الوطنية وإعلانها بـ #ستبقى_ما_بقي_الضياء





القطاع الحكومي





الوزارات

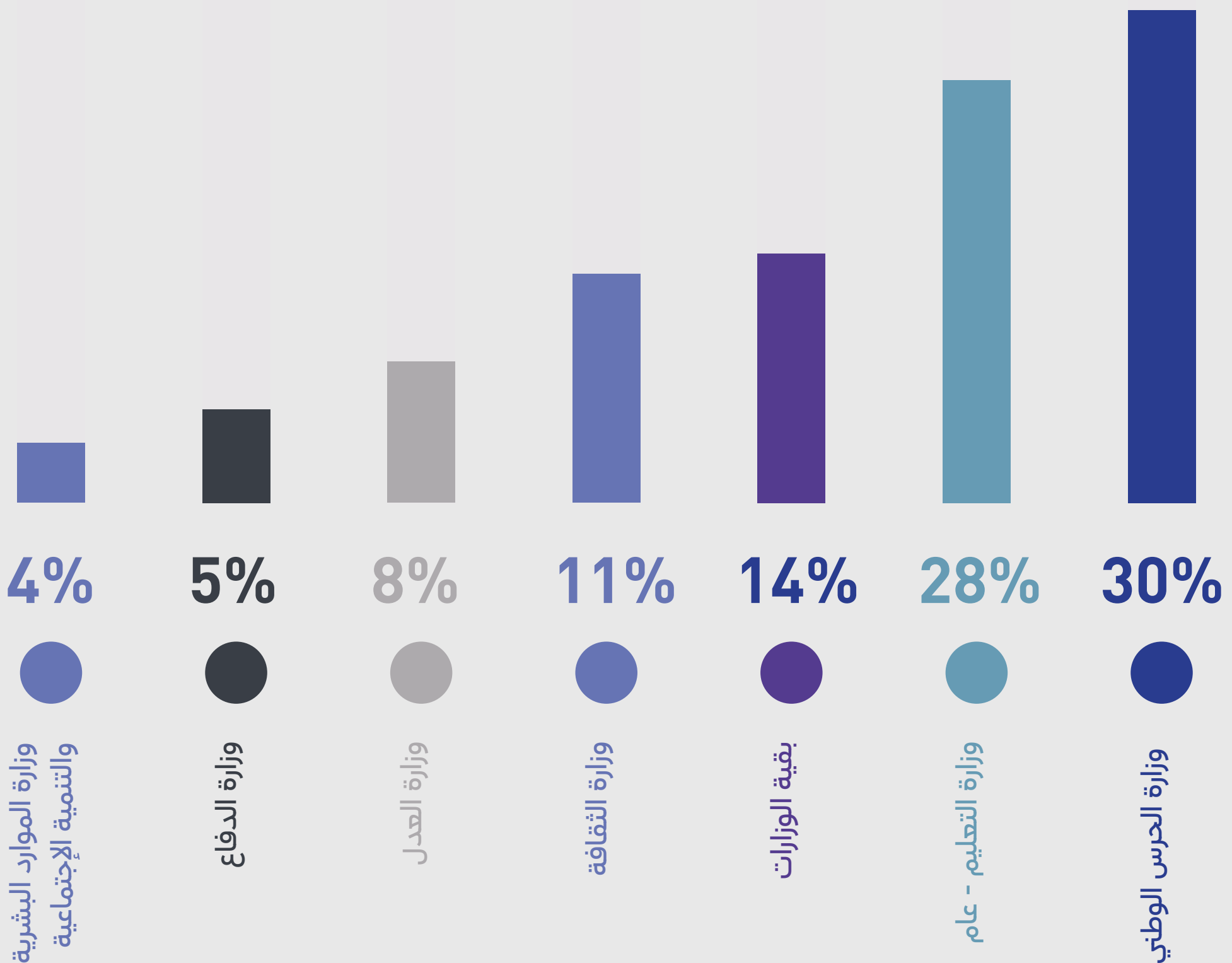
شاركت غالبية الوزارات في النشر احتفالاً باليوم الوطني واستمراراً لحضورهم المتميز في كل عام، حيث حصلت وزارة الحرس الوطني على المركز الأول بقصة مصورة لامست العواطف، تناول الإعلان قصة حقيقية لإحدى تضحيات جنودنا البواسل في الحد الجنوبي الذين افتدوا الوطن بأرواحهم .

نالت وزارة التعليم المركز الثاني بفيديو سعوديون .. في قول وفعل إذ تغنى الإعلان بعقول وطموح أبناء هذا الجيل، ثم توزعت نسب التفاعل بين وزارة الثقافة، وزارة العدل، وزارة الدفاع، وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية وبقية الوزارات .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً وزارة الحرس الوطني





هيئة المحتوى المحلي
والمشتريات الحكومية

الهيئات

تميزت الهيئات بمشاركاتها المتنوعة عامًا بعد عام احتفاءً بالوطن، في ذكرى توحيد المملكة 92، فقد حازت **هيئة المحتوى المحلي والمشتريات الحكومية** على المرتبة الأولى من حيث التفاعل مع منشوراتها، إذ شاركت الهيئة بفيلم يحكي قصة توعوية بأهمية المحتوى المحلي وأثر اختياره على أبناء الوطن .

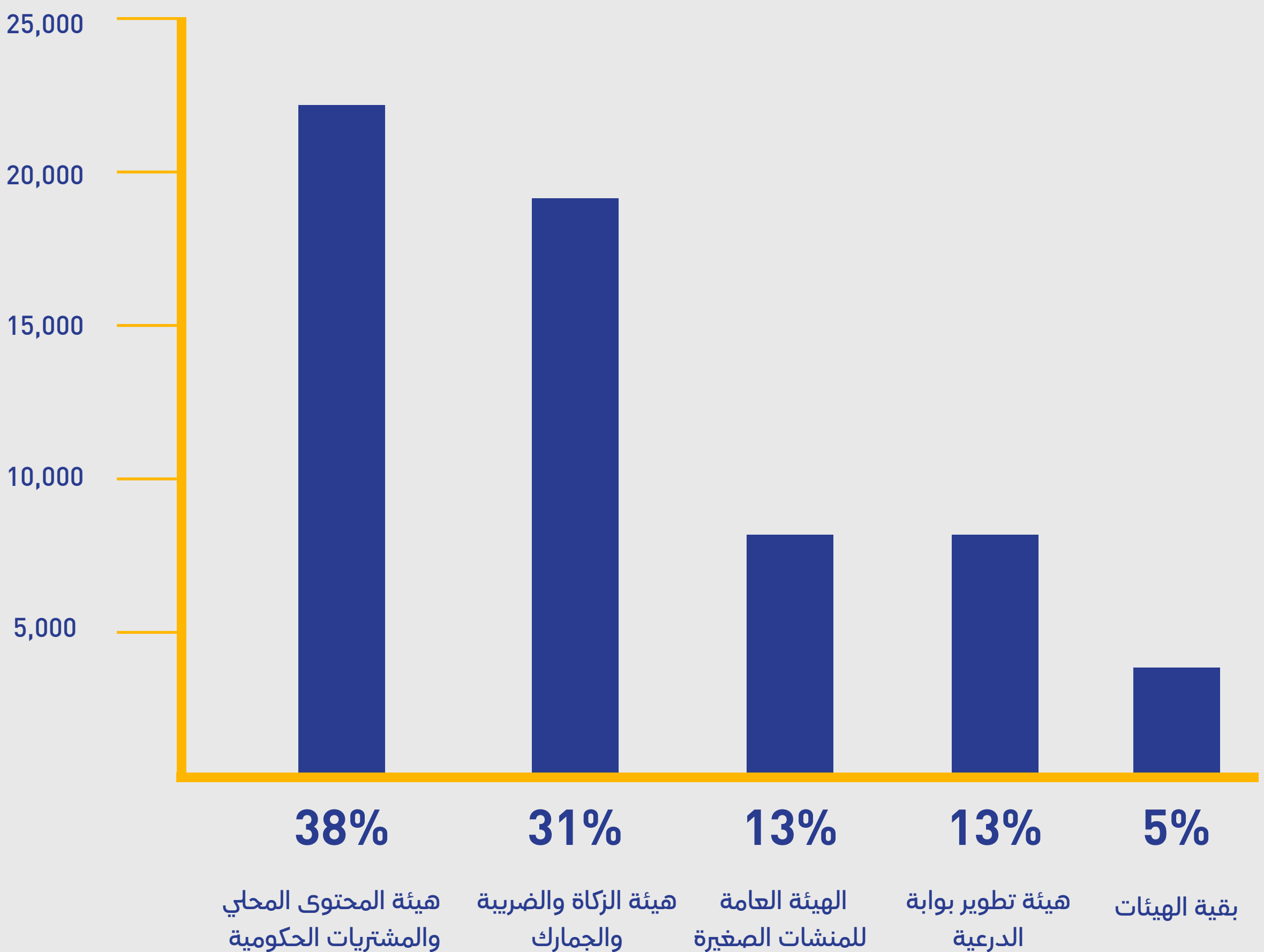
تلاها كلاً من **هيئة الزكاة والضريبة والجمارك** بـ "شمس في سمانا" تغنت فيه بشموخ المملكة، وثباتها كالشمس في سماء كل سعودي، و **الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة** بـ "طموحنا سما"، ثم **هيئة تطوير بوابة الدرعية** ثالثاً تأتي بعدها بقية الهيئات



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً

هيئة المحتوى المحلي والمشتريات الحكومية





المؤسسة العامة لتحلية المياه المالحة
Saline Water Conversion Corporation (SWCC)

المؤسسات

المؤسسة العامة لتحلية المياه المالحة حصلت على أعلى نسبة تفاعل من قبل الجماهير حيث بلغت 60% بمشاركتها الغنائية "موطني" صورت أجمل معاني الانتماء لأرض الوطن، الذي كبرنا بسيفه وربينا تحت أخضر نخيله، ويومًا بعد يوم يزداد حبنا له ولو مالت غصونه .

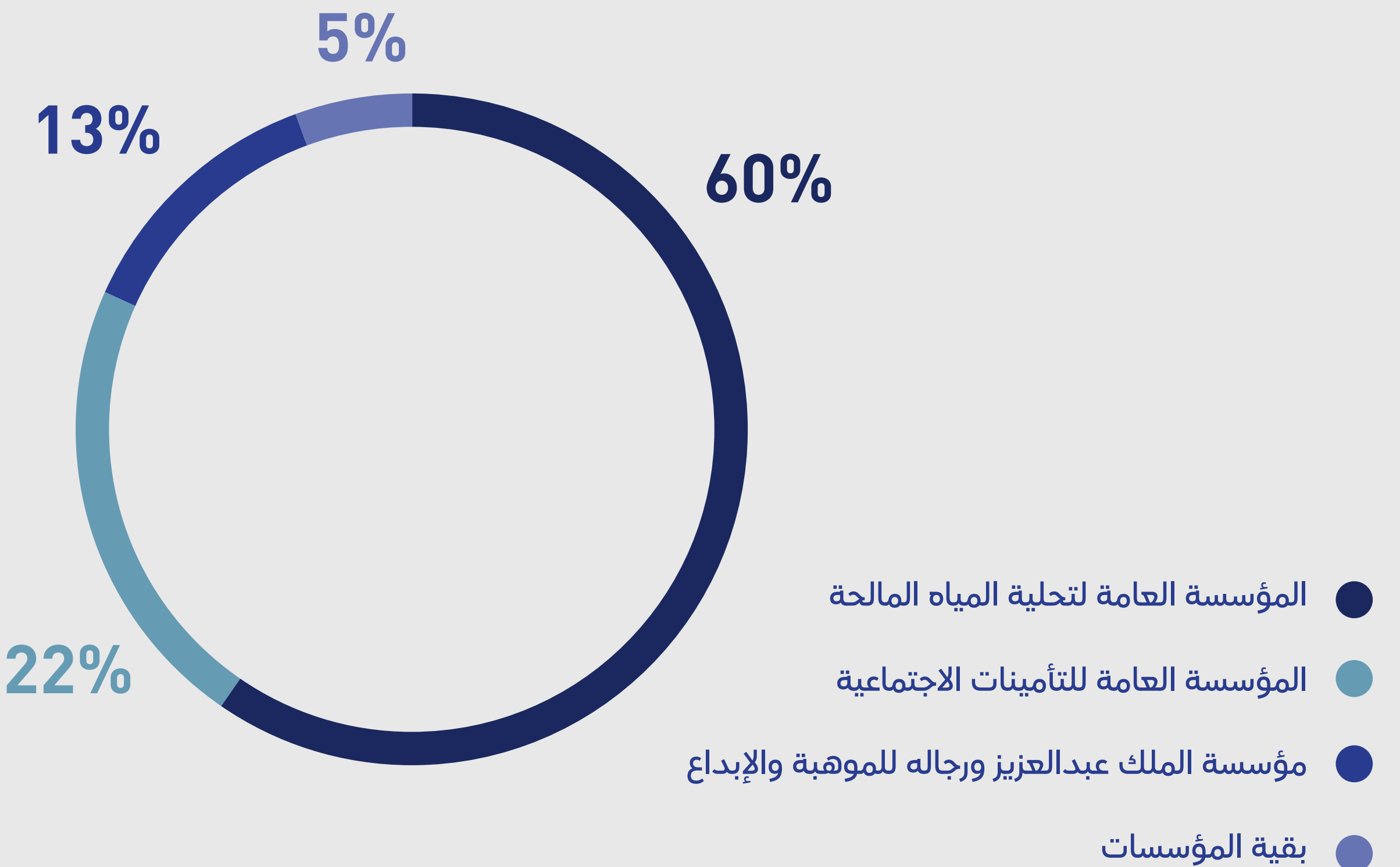
حل ثانيًا المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية بنسبة 22% بأبيات نثرية سطرت أجمل المعاني في أعلى أرض، حيث تفتت بها من شرقها إلى غربها، ومن جنوبها إلى شمالها، تلتها مؤسسة الملك عبدالعزيز ورجاله للموهبة والإبداع بفيديو طموح يفخر ويعتز بكل موهوبي المملكة، بصفتها دارًا للموهبة .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً

لمؤسسة العامة لتحلية المياه المالحة





الرئاسات

في قطاع الرئاسات الحكومية تصدرت رئاسة أمن الدولة أعلى الأرقام تفاعلاً بإعلان "شعب وفي وحكم رشيد" في فيديو يروي بكل فخر حكاية الحزم والأمان التي عاشها الوطن من قديم الزمان. تتسلسل المشاهد في إبراز قوة قوات أمن الدولة، وتأهبهم الدائم للحفاظ على أمن واستقرار بلاد الحرمين.

تلتها رئاسة شؤون الحرمين بفارق كبير، إذ وجهت إعلانها لـ "جيل الرؤية" حيث دعوتهم لخدمة ضيوف الله، وبكل فخر تنشد "أنا ابن هذي الدار، جيلاً يضيف علاه، بالخير والإعمار". أتت أخيراً الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر برسالة سامية للمجتمع، واختتمت عملها بشعار "نبحر بقيمنا نحو المستقبل".

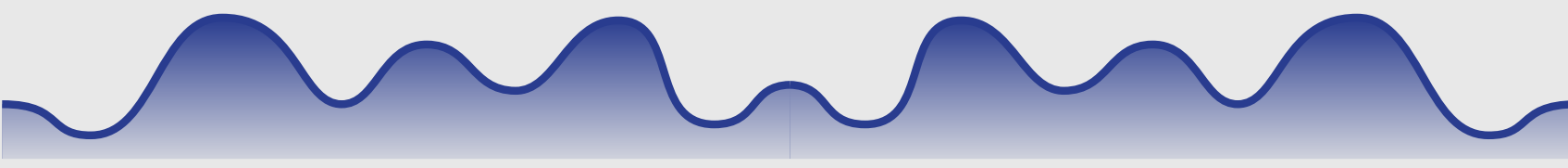


انقر هنا

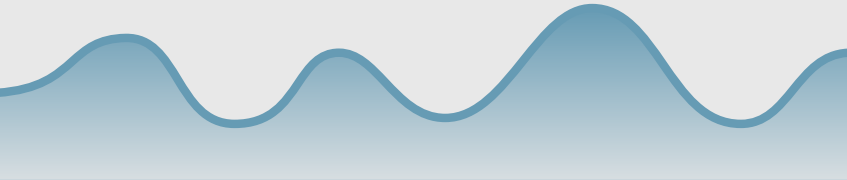
أعلى المشاركات تفاعلاً

رئاسة أمن الدولة

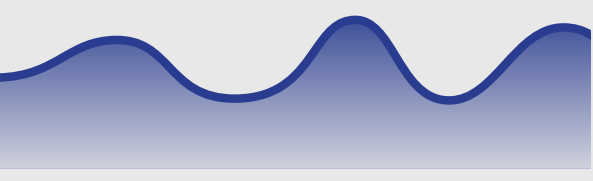
78% رئاسة أمن الدولة



15% رئاسة شؤون الحرمين



7% الرئاسة العامة لهيئة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر



الجامعات

شهد قطاع الجامعات تنافسًا غير مسبوق في معدلات تفاعل الجماهير هذا العام ، ويأتي متفوقًا في المقدمة جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية، شاركت بتهنئة ووجهت فيها رسالة طموحة للوطن وأبناءه، وأن مملكتنا "كانت وستبقى هي لنا دار" .

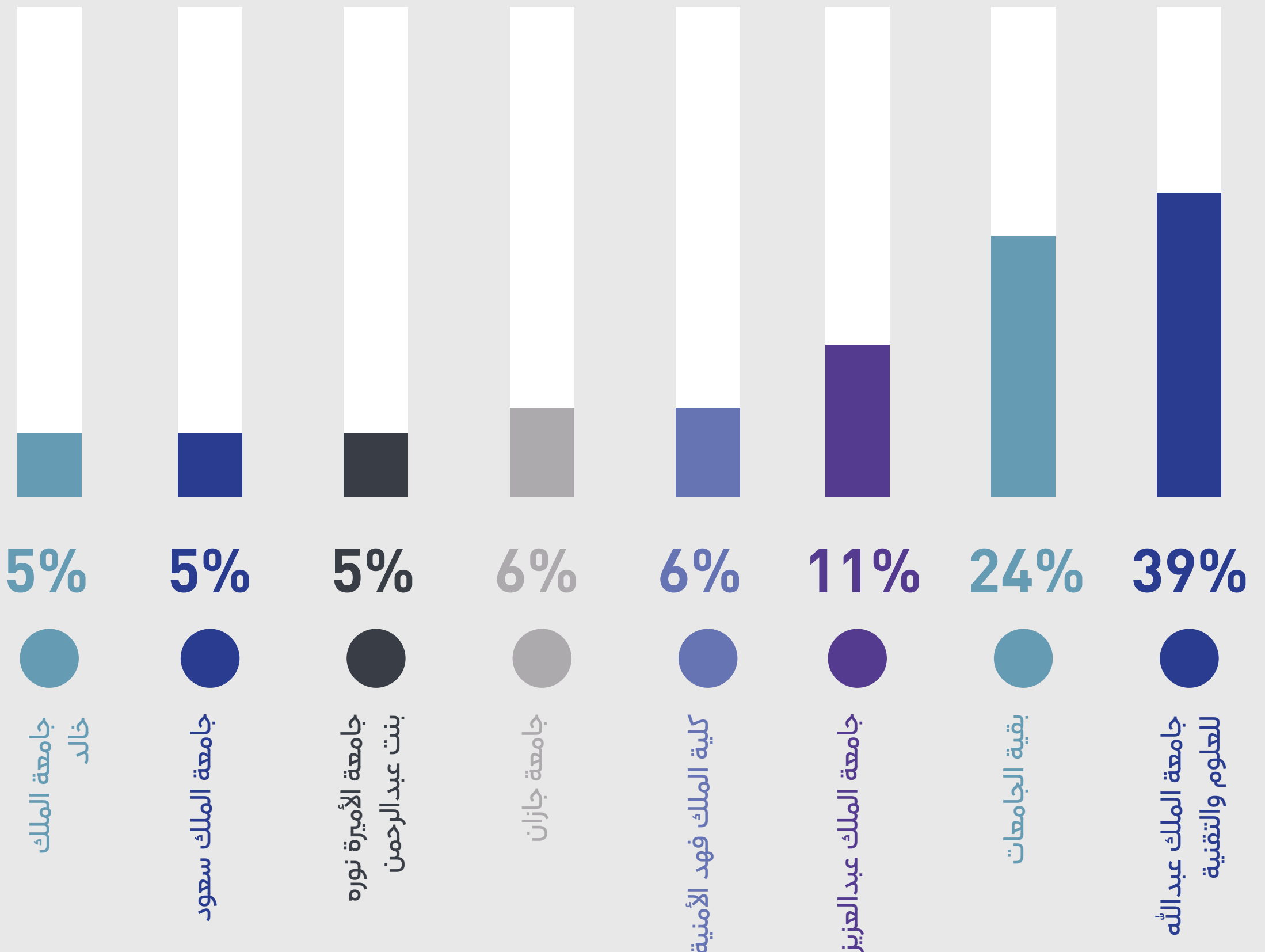
تلاها في التفاعل جامعة الملك عبدالعزيز في المرتبة الثانية، بقصة التعليم وازدهاره منذ عهد المؤسس - رحمه الله - إلى جيل الرؤية "جيلًا بعد جيل"، وتشاركت بقية الجامعات في النسبة المتبقية من إجمالي التفاعل مع منشورات اليوم الوطني .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً

جامعة الملك عبد الله للعلوم والتقنية





المراكز

تميز المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي في المحتوى المنشور الذي وجد استحسان الجماهير وحصد المركز الأول بنسبة 31% من إجمالي التفاعل، حيث تم نشر فيديو إعلاني "وطن رابح بأهله" يشرح الأسس المتينة والقيم الراسخة التي كبر وعاش عليها المجتمع السعودي وكيف تربي على التكاتف والعطاء

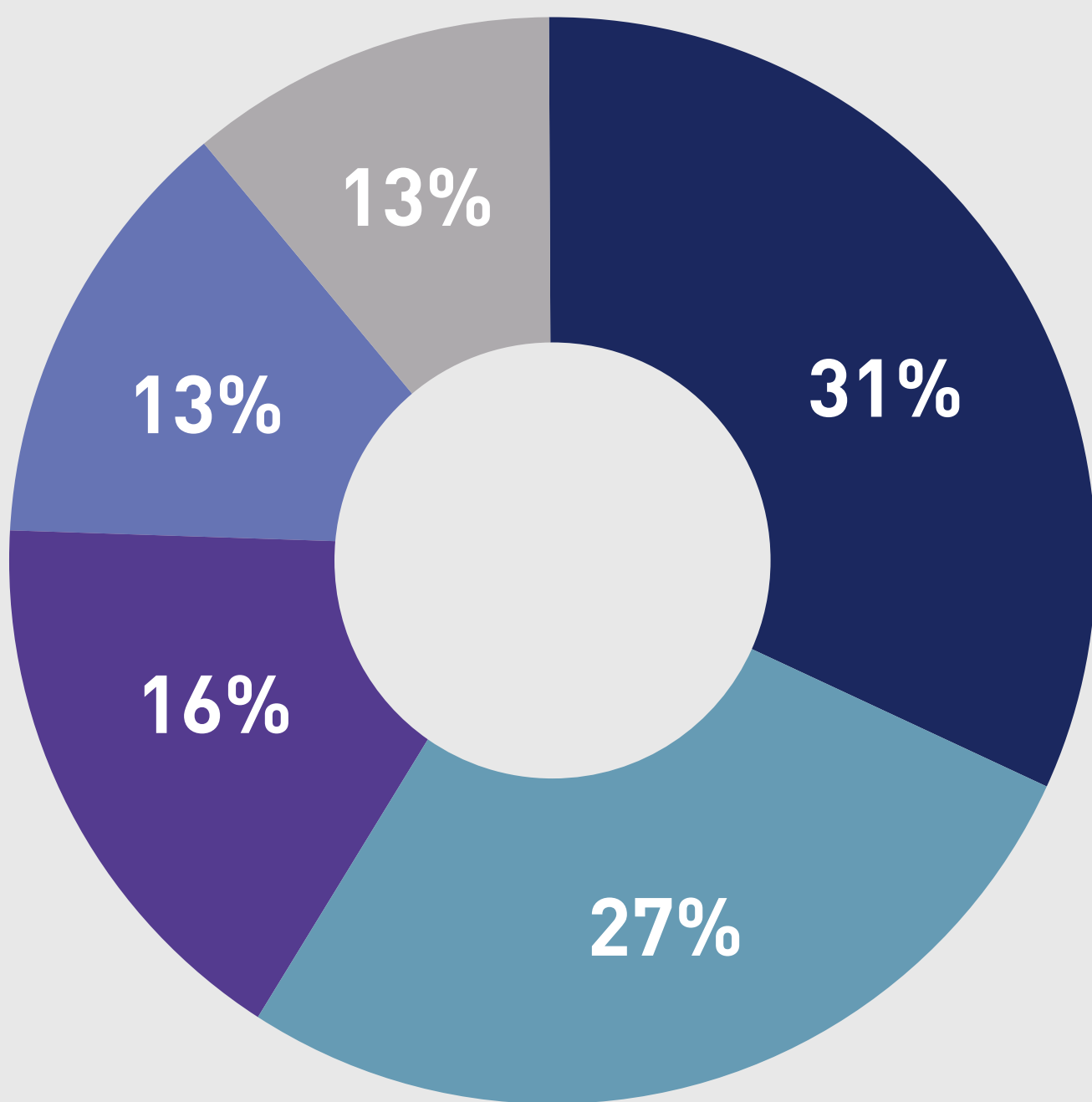
حل ثانيًا المركز الوطني للتنافسية بفيديو مائيء بعبارات الفخر بقيم السعوديين وتكاتفهم بكل حين، وحضوهم الدائم في وقت الشدة قبل الفرح. أتى ثالثًا المركز الوطني لتنمية الغطاء النباتي ومكافحة التصحر، ثم المركز السعودي للأعمال وبقية المراكز الأخرى



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً

المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي



- المركز الوطني لتنمية القطاع غير الربحي
- المركز الوطني للتنافسية
- المركز الوطني لتنمية الغطاء النباتي ومكافحة التصحر
- المركز السعودي للأعمال
- بقية المراكز

الصناديق

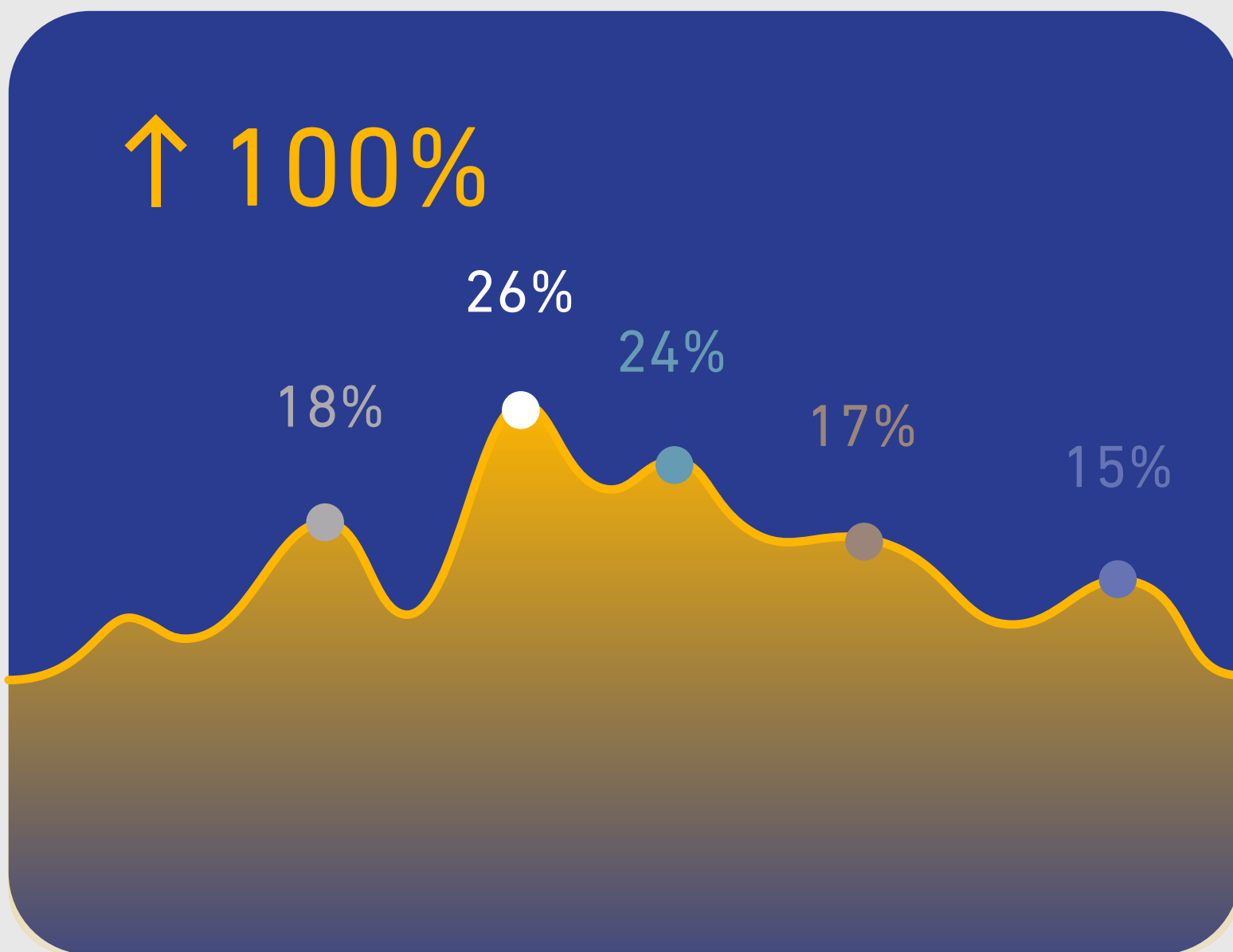
تصدر صندوق التنمية السياحي قائمة الأعلى تفاعلاً بنسبة 26% بإعلان يعكس ثقافة مجتمعية تأصلت في السعوديين "كرم، جود، وأهل للسياحة".

فيما حلّ إعلان صندوق تنمية الموارد البشرية ثانيًا بنسبة تفاعل 24% بإعلان يشرح دور خدمات صندوق تنمية الموارد البشرية، وكيف مكن وبدد العوائق أمام المواطن الطموح، ونافس صندوق الاستثمارات العامة على المركز الثالث، بينما حل رابعاً صندوق التنمية الوطني .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
صندوق التنمية السياحي



● صندوق تنمية الموارد البشرية

● صندوق التنمية السياحي

● صندوق التنمية الوطني

● صندوق الإستثمارات العامة

● بقية الصناديق

المبادرات والبرامج

نالت مبادرة " إثراء " تفاعل الجمهور على نطاق واسع وأتت أولاً بنسبة 62% إذ احتفت بثراء التنوع الغنائي في لوحة واحدة "نغني للوطن" ونسجت فيها نسجاً ثقافياً طرياً من ألحان فلكلور سعودي من مختلف مناطق المملكة، ارتكز على قوة أداء الفرقة الموسيقية الذي يعبر عن "اللحمة" للشعب السعودي .

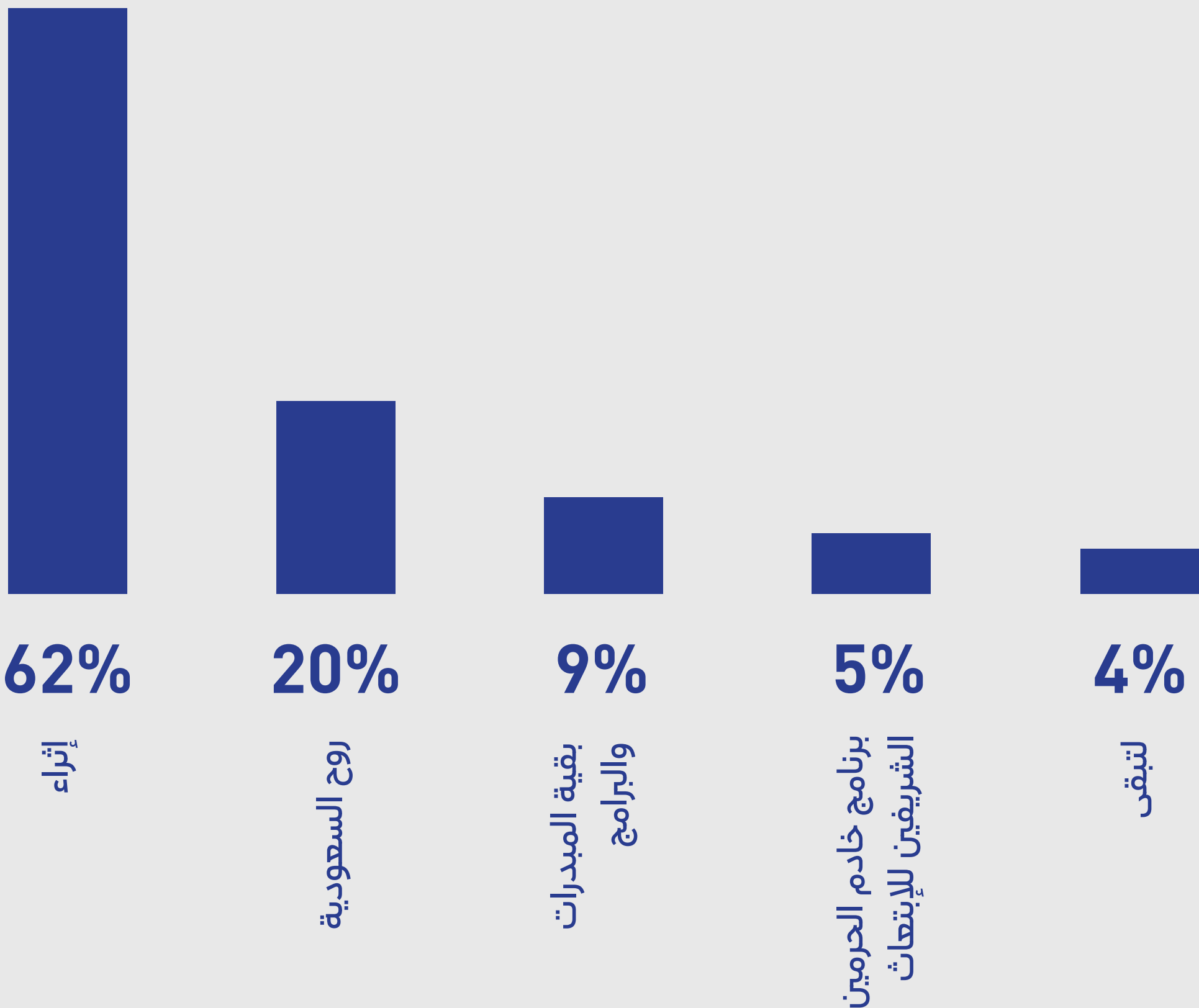
فيما تلتها في المركز الثاني مبادرة " روح السعودية " بنسبة 20% بأغنية "جواب الأسئلة من كلمات الأمير عبدالرحمن بن مساعد، صور فيها بأن أرض السعودية مثيرة لفضول العالم وهي جواب لأسئلة كل من زارها وعرفها، ثم تلاها برنامج خادم الحرمين الشريفين للابتعاث، و مبادرة "لتبقى" .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً

مبادرة إثراء





الققطاع غير الربحي





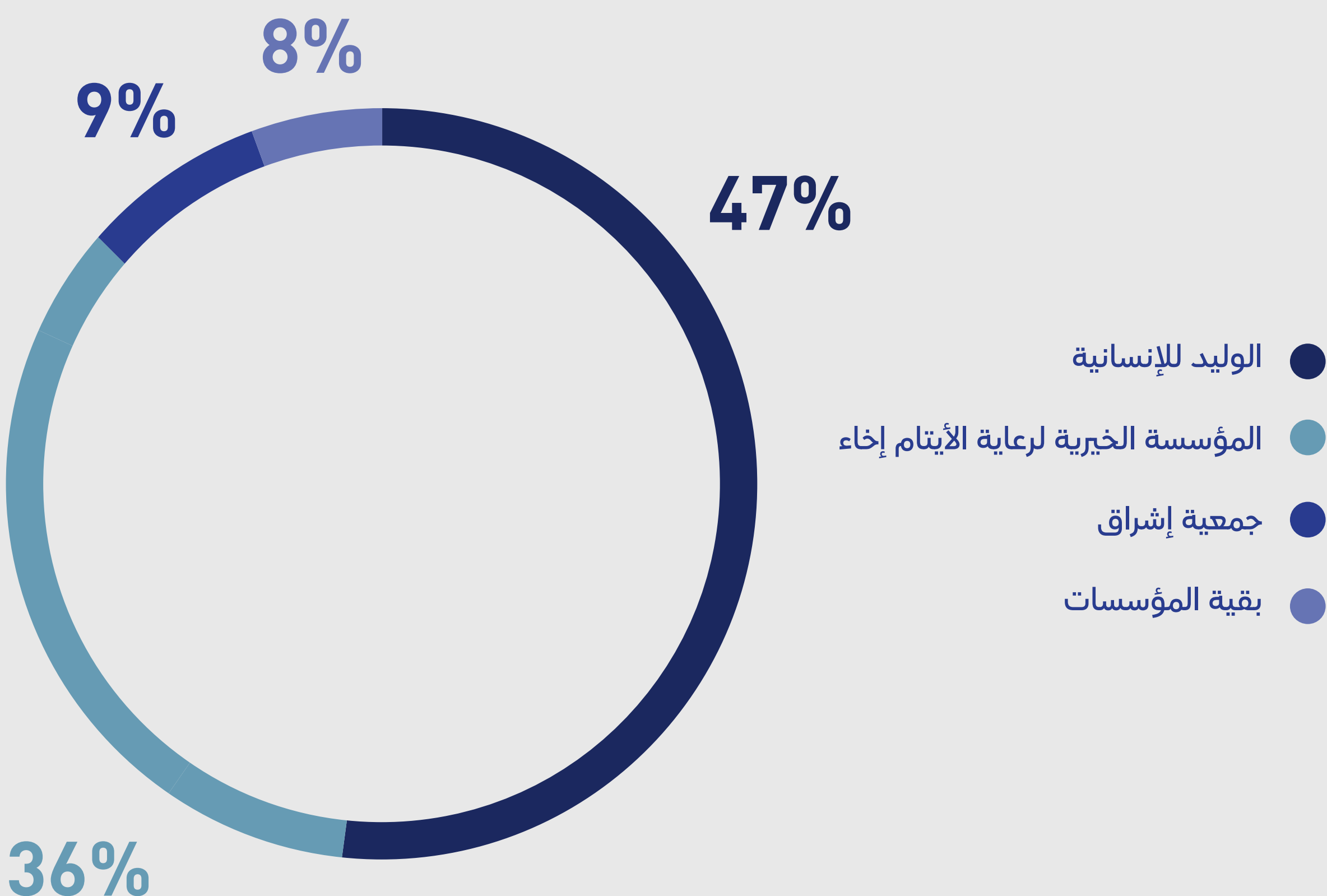
القطاع غير الربحي

شهد القطاع غير الربحي تفوق مؤسسة الوليد الإنسانية بفيديو يحمل خطابات لأعظم ملوك الإنسانية على مدى 92 عام، بإنسانيتهم ورحمتهم ترسّت قصة وطن، وحصلت المؤسسة الخيرية لرعاية الأيتام (إخاء) على المرتبة الثانية بإعلان يحكي عن خير أرض بعزها وجمالها وتجدد همّة شعبها على الدوام .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
مؤسسة الوليد الإنسانية





القطاع الخامس



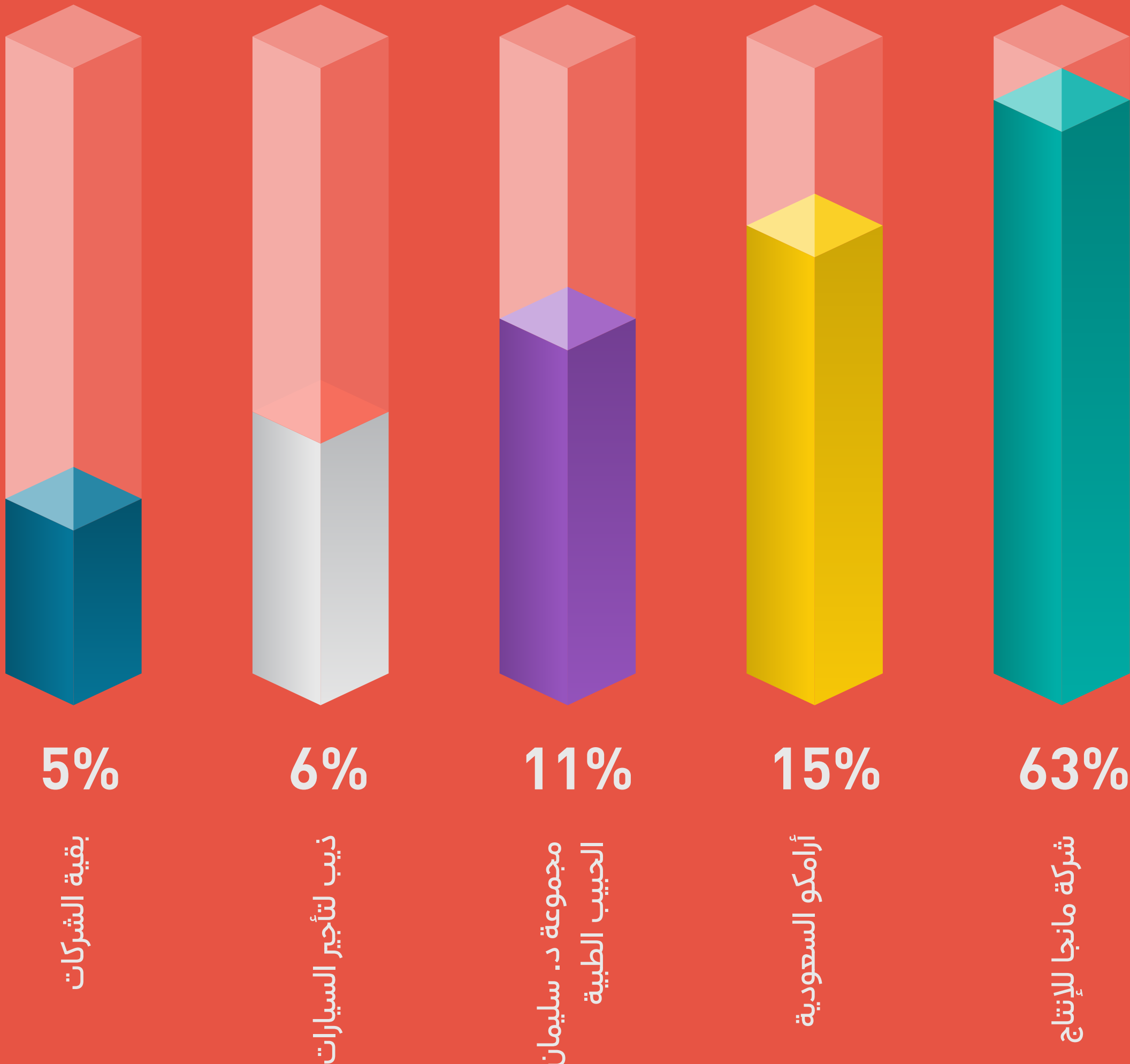
قطاع خاص-عام

تفاعل الجمهور على نطاق واسع مع منشورات شركة مانجا للإنتاج حيث أتت أولاً بنسبة 63% وبفارق كبير عن أقرب منافسيه، بينما حصل على المركز الثاني شركة أرامكو السعودية بنسبة 11%، ثم مجموعة د. سليمان الحبيب الطبية، ذيب لتأجير السيارات تليها بقية الشركات .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
شركة مانجا للإنتاج





الرومانسية
alRomansiah

المطاعم

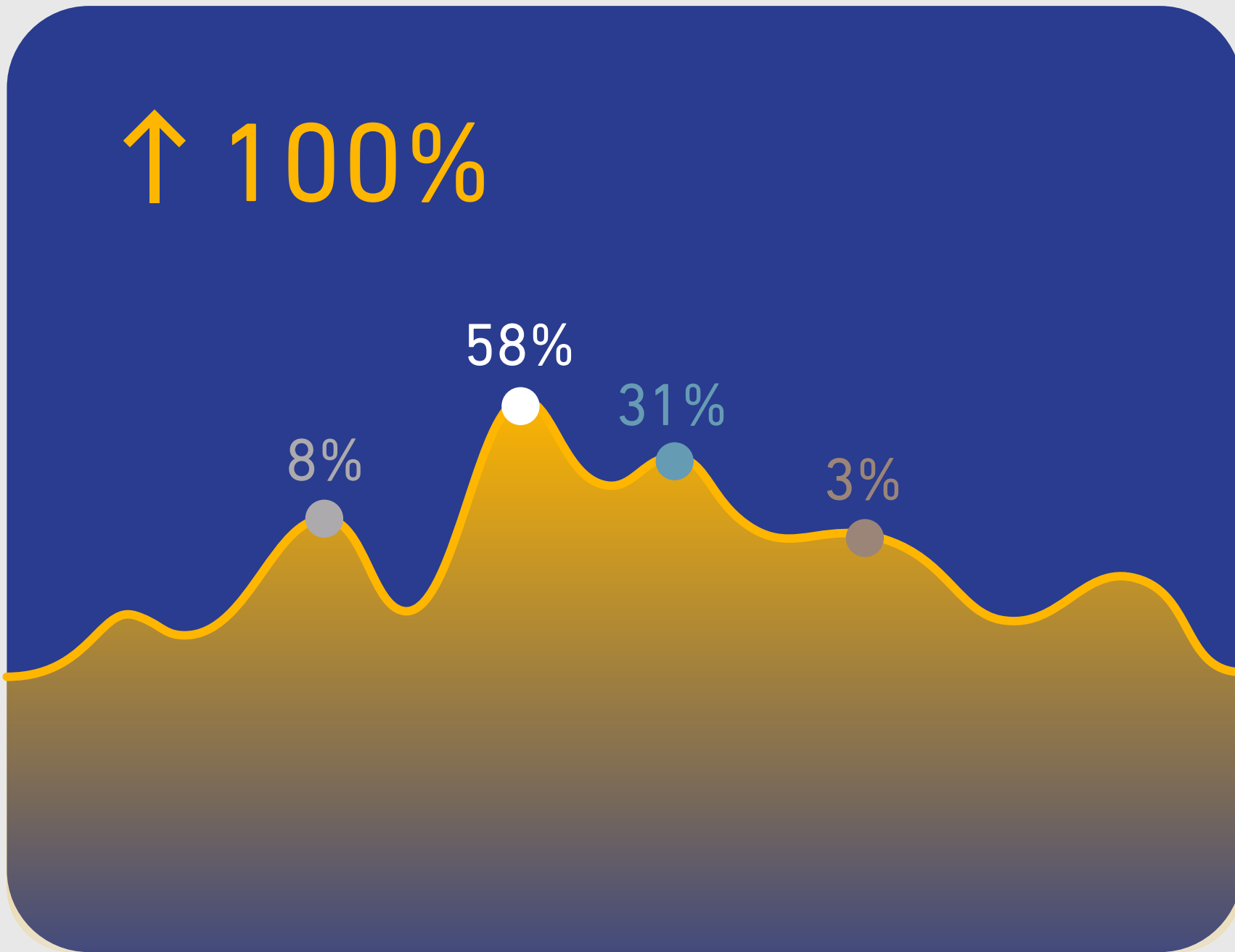
أشارت أرقام التفاعل في العالم الرقمي إلى تفوق سلسلة مطاعم الرومانسية في حضورها وتفاعل الجماهير مع مشاركتها، والتي حازت بمحتواها المتميز على أصداء إيجابية، حيث عبر الإعلان عن طموح أبناء الوطن واراوتهم، وتمسكهم بأحلامهم لتحقيق رؤية وطنهم. أتى مايسترو بيتزا في المرتبة الثانية بلوحة غنائية لحنّت قصصًا وذكرى خالدة مزّت على السعودية، ثم أتت فطيرة الفلافل، وتلتها بقية المطاعم الأخرى .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً

مطاعم الرومانسية



● مطاعم الرومانسية ● مايسترو بيتزا
● بقية المطاعم ● فطيرة الفلافل

1/2M

المقاهي

تفاعل الجمهور مع مقهى "هاف مليون" الذي أتى أولاً بنسبة 61% بفيديو يحمل فترات زمنية مهمة لتوحيد المملكة، حيث ركز العمل على أحد أهم رموز التاريخ التي نفخر بها "عبية" الفرس الأصيل، التي امتطأها الملك عبدالعزيز - رحمه الله - في المعارك والحروب لتوحيد البلاد. تلاها دانكن دوناتس بالمركز الثاني بنسبة 20% بفيديو اعلاني يحيي الجيل الجديد بتحيةة فخر في اليوم الوطني، بينما أتى المذاق المغربي ثالثاً من حيث تفاعل الجماهير .

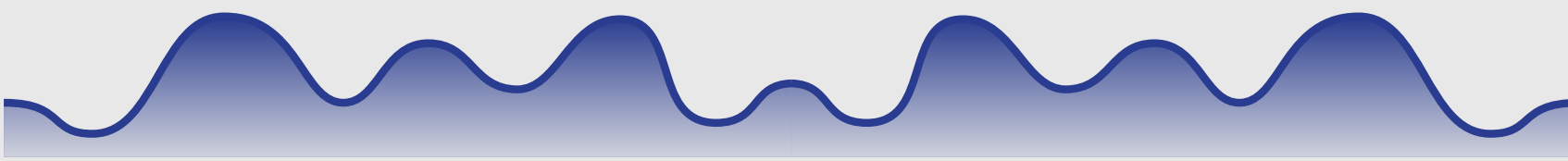


انقر هنا

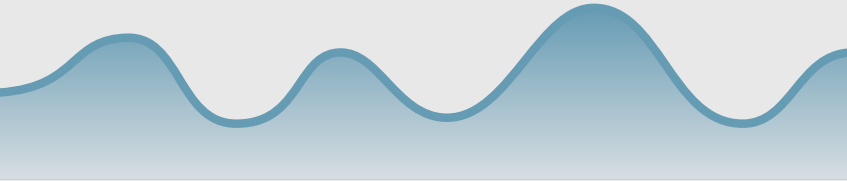
أعلى المشاركات تفاعلاً

هاف مليون

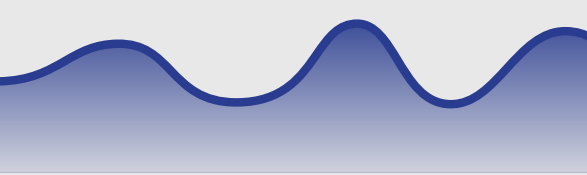
هاف مليون 61%



دانكن دوناتس 20%



المذاق المغربي 19%



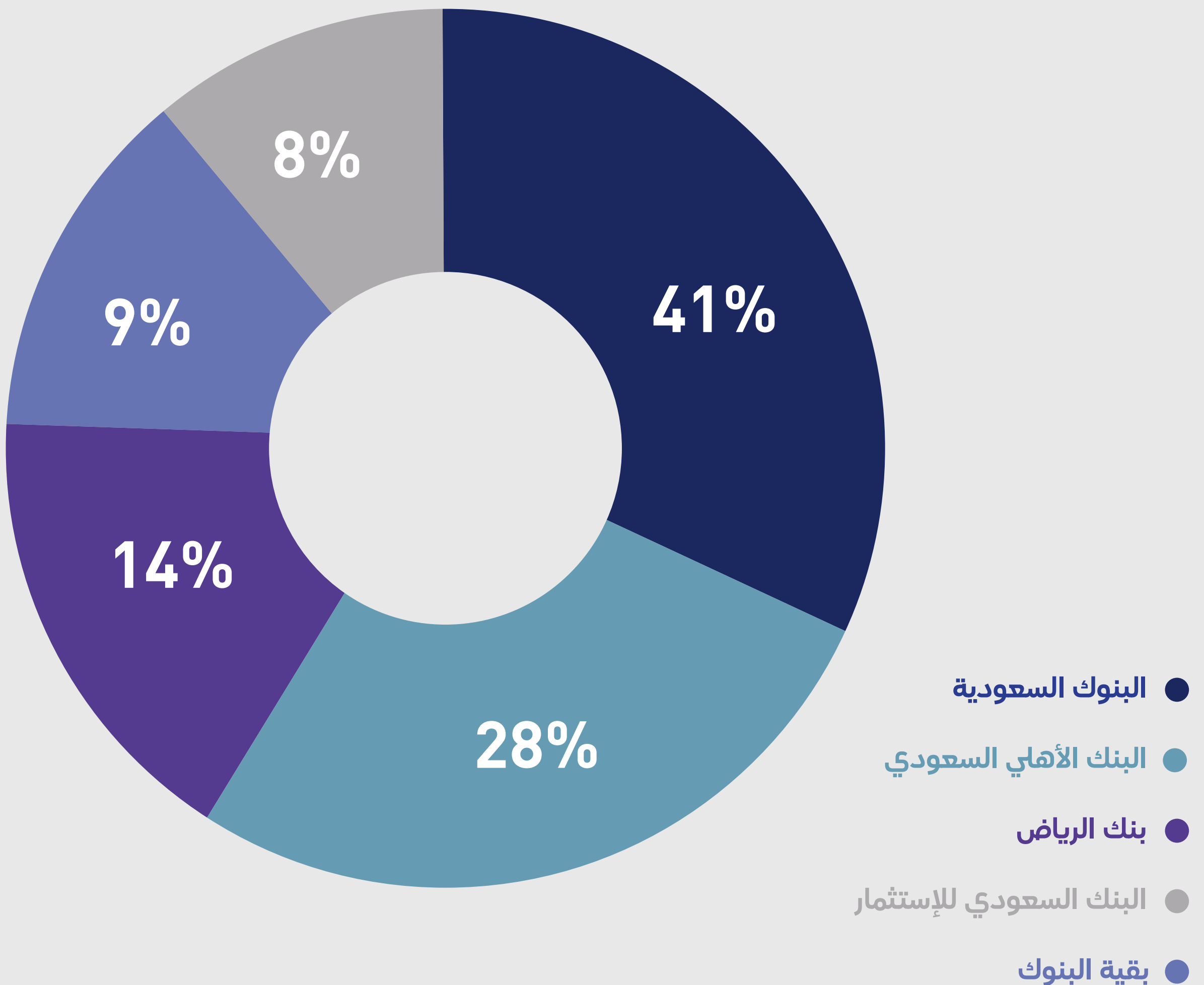
البنوك

تصدر البنوك السعودية قائمة أعلى البنوك والمصارف تفاعلاً من قبل الجمهور بنسبة تتجاوز 41% بفيديو غنائي فصيح اللهجة "سعوديون.. عظماء من بلدٍ عظيم". بينما تميز البنك الأهلي السعودي بحصوله على المرتبة الثانية في التفاعل من خلال فيديو يستبشر بمستقبل المملكة وأبنائها، ومستشهداً بخطاب قائد الرؤية الطموحة ولي العهد محمد بن سلمان -حفظه الله-. تلاهم بالتفاعل بنك الرياض، البنك السعودي للاستثمار، ثم بقية البنوك الأخرى .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
البنوك السعودية



التقنية المالية

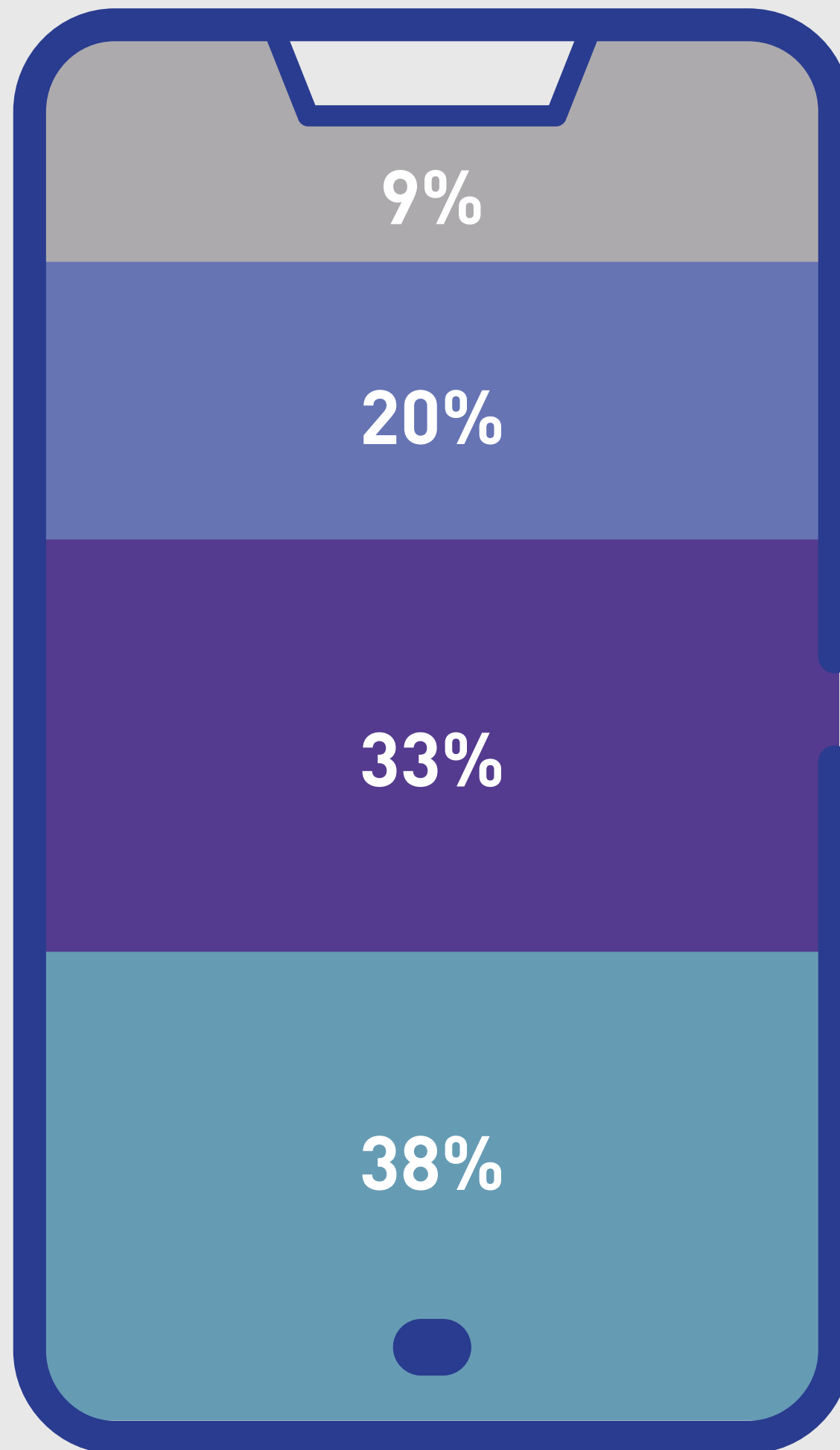
حصل على المركز الأول تفاعلي بسيط يشير إلى STC Pay بمحتوى عمل إعجاب على المنشور، بينما حلت المحفظة الرقمية urpay ثانياً بنسبة 33% من تفاعل الجمهور بأغنية مليئة بالفخر "أنا سعودي"، ثم أتت شركة دراية المالية في المركز الثالث بنسبة تفاعل بلغت 9% .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً

STC Pay



STC Pay ●

UrPay ●

دراية المالية ●

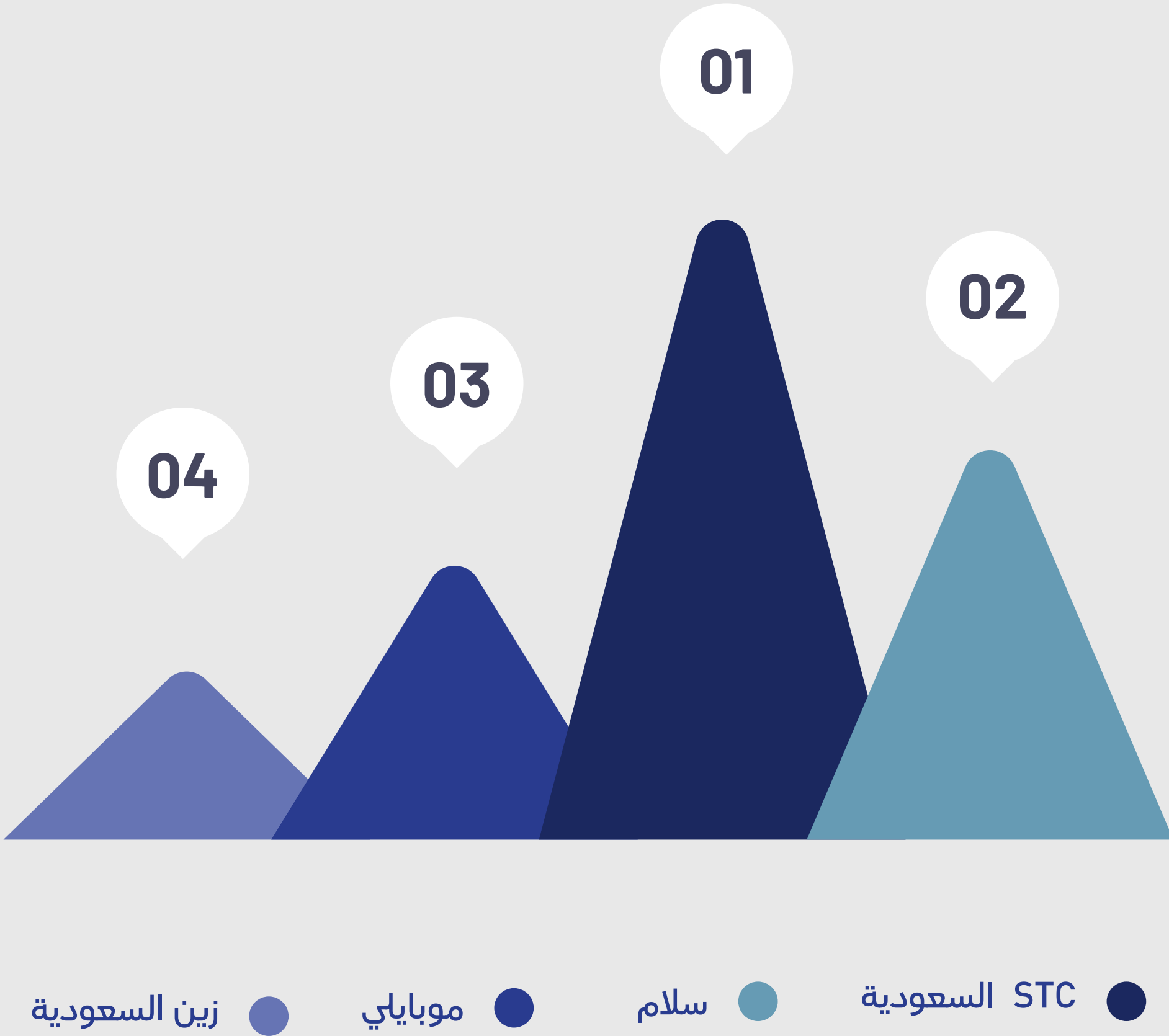
البقية ●

نالت شركة **STC السعودية** تفاعل الجمهور على نطاق واسع وأنتت أولاً بنسبة 51%، حيث عبرت عن اليوم الوطني 92 بإعلان مصور مفعم بمشاعر الفخر بهمة شعب طموح، استلهموها من حكمة قائد، جيل بعد جيل. أتت في المركز الثاني سلام بنسبة 35% في إعلان يحاكي تقنية الاتصال المرئي، جمع 13 فنان من مختلف مناطق المملكة، وهدهم اللحن والفخر بالمملكة في ذكراها 92. بينما حصلت شركة موبايلي على المركز الثالث من حيث التفاعل.



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
STC السعودية



تطبيقات التوصيل

تفوق تطبيق "جاهز" بفرق كبير عن أقرب منافسيه من حيث التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي، إذ شاركت بإعلانها الممتد من أصالة الماضي، والاستلهام من التراث النجدي، وتم جلب شخصيات مشهورة من مجالات متعددة في مشهد يعبر عن القوة واللحمة وتعدد المواهب. حلّ تطبيق مرسول ثانيًا ثم تبعه هنقرستيشن .



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
تطبيق جاهز

jahez

HUNGER
STATION

2

1

3

مرسول
MRSOOL
مرسولك جاهز



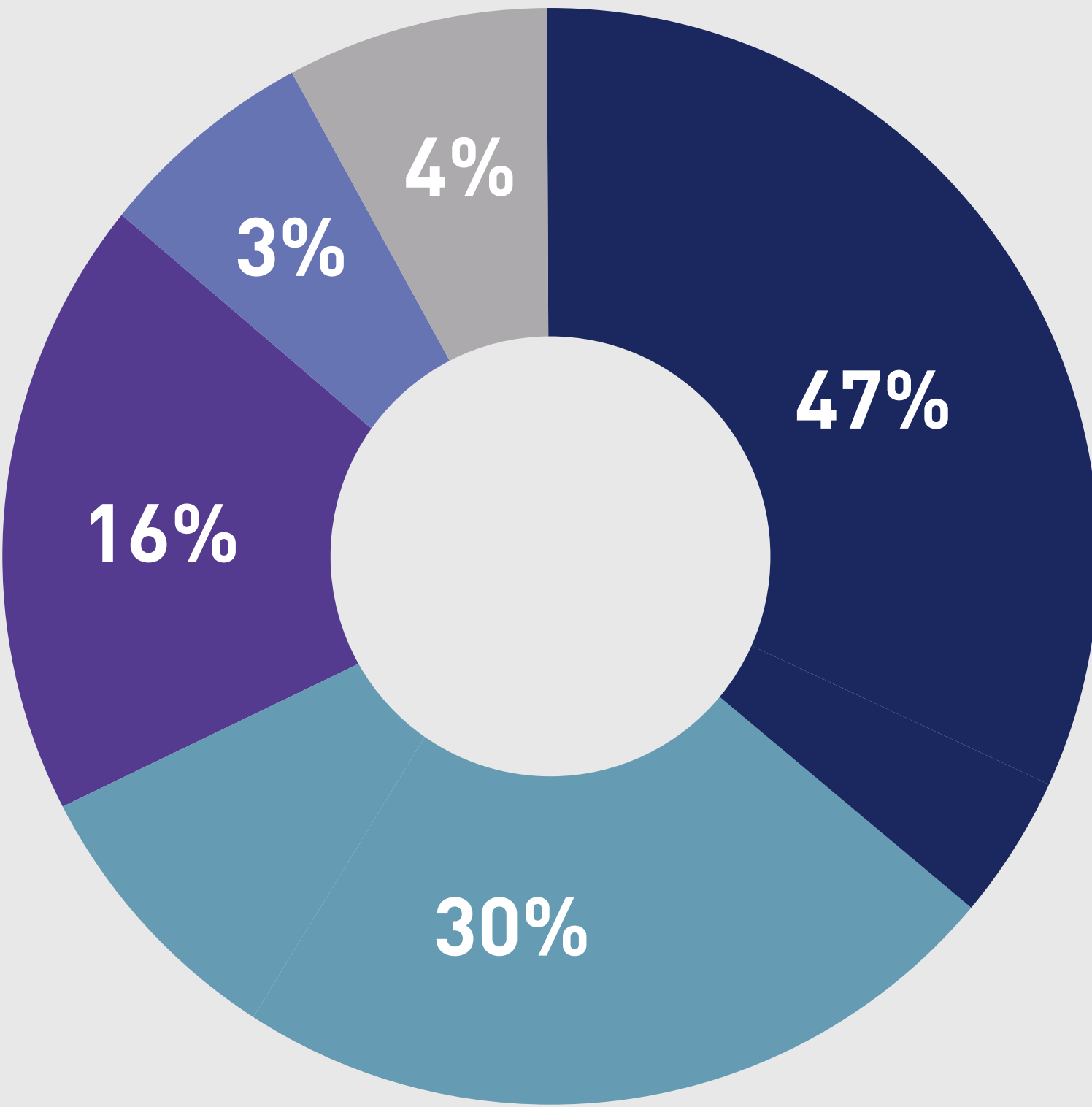
الاندية

ولهذه المناسبة العزيزة على الجميع؛ شارك فيها أبرز أندية المملكة حيث حصل نادي الهلال على المرتبة الأولى بفارق كبير، باستخدامه فكرة إبداعية تعرض أمجاد النادي وتشريفه للوطن في مختلف المحافل، وقرن قوة النادي بحارس المرمى "المعيوف" العنصر الثابت الذي حارب في كل الاتجاهات. أتى بعده نادي الاتحاد في المركز الثاني، وتبعه نادي النصر، ثم الشباب



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
نادي الهلال السعودي



- نادي الهلال السعودي
- نادي الإتحاد السعودي
- نادي النصر السعودي
- بقية الأندية
- نادي الشباب السعودي

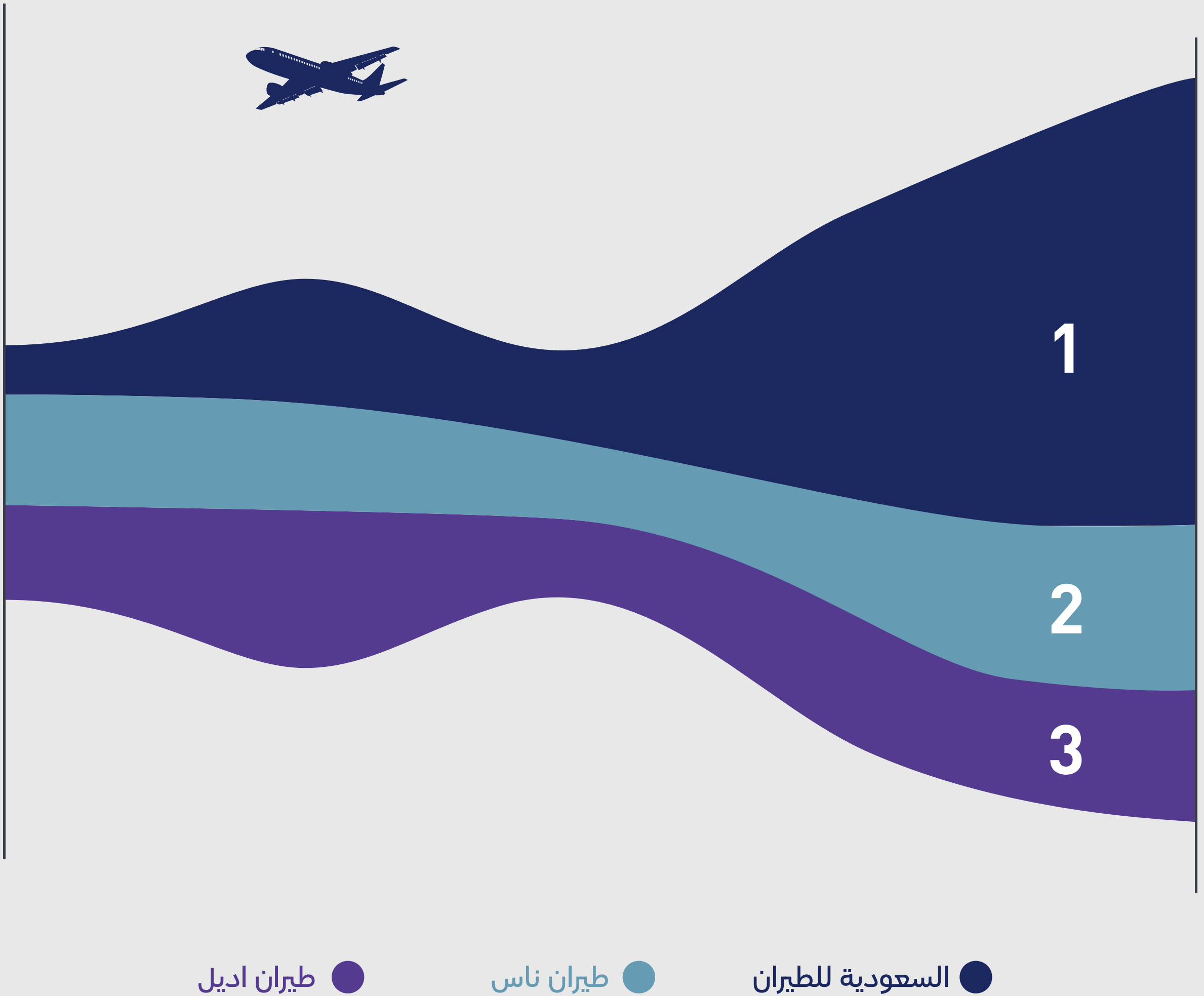
شركات الطيران

في قائمة قطاع السفر والسياحة؛ حازت الخطوط الجوية السعودية على المرتبة الأولى في قائمة الأكثر تفاعلاً، حيث شاركت بفيديو صور طموحات أبناء الوطن بأنها أمتعة يحملونها بكل شغف في رحلتهم للمستقبل.



انقر هنا

أعلى المشاركات تفاعلاً
الخطوط الجوية السعودية





اختيارات أمازيية



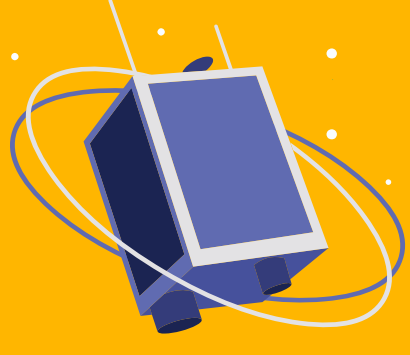
اختيارات أمانية

#تشوف_مجدها وتوه عمر دخانها"! عنونت مشاركة هاف مليون"
لليوم الوطني المجيد، لتحصد تفاعلاً مع الحقب التاريخية التي
استعرضها الإعلان وأبرز منجزات المملكة عبر العصور .

أما على سبيل الفخر فتغنت "سيرا" بنشرها لأغنية وطنية عنوانها
#سعودي_وافتخر .

نستعرض أيضاً مشاركات وطنية وضعت بصمتها المميزة وحضورها
المتفرد في هذا اليوم الخالد :





amaz

فوق التوقعات

نسعد بتواصلكم دائماً عبر



info@amaz.sa



amaz_co