

الباب الرابع عشر

**الإعلان في العالم
وبروز الجوال كوسيلة
إعلانية مؤثرة**

الإعلان في العالم العربي وبروز الجوال كوسيلة إعلانية مؤثرة

قالت دراسة حول الوسائط الإعلانية الجديدة إن نفقات الإعلان على الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط، أنها كانت لم تتجاوز ٦ ملايين دولار. وذكرت دراسة لمنظمة بوزالين وهاملتون «أن الانتشار المتدني نسبياً للإنترنت في كثير من بلدان الشرق الأوسط يحد من شهية المعلنين للإعلان على الشبكة».

وهناك دراسة تؤكد أن المعلنين في المنطقة يواصلون مساعيهم للحصول على وسائل بديلة وأكثر فعالية للوصول إلى جمهورهم المستهدف والاتصال به مباشرة. وتتراوح تقنيات التسويق المباشر من حملات الرسائل البريدية البسيطة والمباشرة إلى حملات الترويج الأكثر تقدماً والقائمة على العلاقات عبر الإنترنت. ويمكن أن تصل النفقات الإجمالية للتسويق المباشر في الولايات المتحدة وأوروبا إلى نحو ٢٠٪ من الميزانيات الإعلانية الإجمالية. لكن وفقاً لمسح حديث أجرته المؤسسة، يمثل التسويق المباشر ٢٪ فقط من النفقات الإعلانية الإجمالية في الشرق الأوسط. وقالت الدراسة: إن من العوائق الأساسية للتسويق المباشر في المنطقة، الافتقار إلى خدمات توزيع البريد التي تتمتع بالكفاءة ويمكن الركون إليها بالإضافة إلى الانتشار المتدني نسبياً للإنترنت في المنطقة.

إن سوق الخدمات والإعلان عبر الهاتف الجوال في الشرق الأوسط تقدر بنحو ٣٥٠ مليون دولار. وتشمل هذه السوق خدمات إضفاء الطابع الشخصي على الهاتف الجوال مثل نغمات الرنين والشعارات والصور الخلفية وما شابه.

وأن مشغلي شبكات الهاتف الجوال وأصحاب وسائل الإعلام ومقدمي خدمات القيمة المضافة المستقلين يدخلون هذه السوق بقوة حيث من المتوقع تحقيق نمو في المستقبل في فئات خدمات القيمة المضافة مثل التسلية العامة وخدمات وسائل الإعلام التفاعلية والألعاب والمباريات والمعلومات، الأمر الذي يرفع حجم السوق الإجمالي عالمياً إلى ١,٧ مليار دولار في سنة ٢٠١٠.

ويتوقع الكثير أن تنمو العوائد الإقليمية للتسويق على الهاتف الجوال بنسبة ٥٢٪ سنوياً لتصل إلى أكثر من ٥٠ مليون دولار في سنة ٢٠١٠ يعزز من ذلك ارتفاع انتشار الهواتف الجوال في الشرق الأوسط بسبب تزايد المنافسة وتراجع الأسعار وتخلف أدوات التسويق المباشر في الشرق الأوسط وتوفر الميزانيات الإعلانية السنوية الكبيرة للشركات العالمية النشطة في المنطقة والتي تتطلع إلى استخدام الهاتف الجوال كوسيلة إعلانية مؤثرة.

مصادر الباب الرابع عشر

- 1 - www.Communication Marketing.com. 2007.
- 2 - [www.Yahoo.com/search// Adversiting Marketing.com](http://www.Yahoo.com/search//Adversiting Marketing.com).2006.