

PRESS CLIPPING SHEET

PUBLICATION:	October
DATE:	23-September-2018
COUNTRY:	Egypt
CIRCULATION:	17,000
TITLE :	First ever digital platform for OOH market announce results of Sahel season ad monitoring project.
PAGE:	63
ARTICLE TYPE:	Agency Generated News
REPORTER:	Staff Report
AVE:	4,000

PRESS CLIPPING SHEET

أول منصة إلكترونية للإعلانات الخارجية فى مصر. تكشف نتائج رصد الإعلانات لموسم الساحل

قليلاً منها فى القاهرة فى نفس الفترة. وكانت الشركات من القطاعات الأخرى، بما يشمل الرعاية الصحية والطاقة والتعليم والسياحة والإلكترونيات والأغذية والمشروبات والتأمين، قد مثلت حجم الإنفاق المتبقى، على إجمالى ١٧ مساحة إعلانية بقيمة ٢,٦٥ مليون جنيه مجتمعة. وتابع عاصم، معلقاً على نتائج حملة الرصد، قائلاً: «كان القطاع العقاري هو المسيطر بتقدمه الهائل من حيث الإنفاق، مقارنةً بالقطاعات الأخرى. ويعتدل هذا الاتجاه تحدياً لكل القطاعات غير العقارية التى تبدأ الانسحاب من وسط طالما اعتبرته صعب المائل ومعتداً غير قابل للقياس. وبصورة منتظمة، ينتقل المعلنون إلى الأوساط الإعلانية غير التقليدية، وهى الأوساط الرقمية. فعلى الرغم من أنها تسمح للمعلنين بتحديد أهداف رسائلهم بدقة دون استخدام حلول اللوحات الإعلانية مثل الإعلانات الخارجية التقليدية أو الإعلانات الخارجية الرقمية، إلا أنهم يفقدون فرص بناء وتعزيز علاماتهم التجارية من خلال وسط الإعلانات «غير القابل للغلق» فى مصر. قمنا بإعداد مجموعة أدوات لمساعدة المعلنين وأصحاب اللوحات الإعلانية للاستفادة من توجهات السوق المتطورة باستمرار. عن طريق أدوات تحليلية متعددة يأتى على رأسها المسح الجغرافى لآلاف اللافتات الإعلانية الخارجية فى كل أنحاء مصر، تساعد المعلنين على تقييم واختيار أفضل الإعلانات الخارجية المتاحة. ويقوم مستشارونا بدعم تطوير الاستراتيجيات وتخطيط وتقييم الحملات الإعلانية الخارجية، مع العمل فى نفس الوقت على سد الفجوة بين العرض والطلب. وتعمل حلولنا للتقييم والرصد على مساعدة المعلنين على التخطيط بشكل أفضل عن طريق تزويدهم بأدوات لقياس تأثير حملاتهم وحملات منافسيهم، كما تعمل بياناتنا وأبحاثنا متعددة الطبقات على دعم أصحاب الأوساط الإعلامية لتطوير حلول جديدة ومبتكرة، وتم تصميم أدواتنا لضمان تجربة بسيطة وسلسة لكل الأطراف». تمثل عملية رصد الإعلانات الخارجية بالساحل جزءاً من مجموعة الخدمات التى تقدمها شركة آدمزاد على المستوى الاستراتيجى والتنفيذى، بما يشمل الاستشارات بشأن الإعلانات الخارجية من حيث توصيات الموقع، وإعداد حلول مفصلة، والوصول إلى الجمهور المستهدف. يدعم خدمات شركة آدمزاد منصة إلكترونية حديثة، وأبحاث وتحليلات، وشبكة موردين كبيرة يتولى إدارتها فريق من خبراء الإعلان والإدارة. وتتمثل مهمة فريق آدمزاد فى تحديث شراء الإعلانات الخارجية فى مصر، وإجراء الإحصاءات بشأن المساحات الإعلانية الخارجية من خلال شبكة الموردين المتنامية التى تحظى بها الشركة، وتيسير عملية شراء الإعلانات الخارجية من خلال أول موقع إلكترونى للإعلانات الخارجية فى مصر، لتحقيق عوائد قوية من الإعلانات الخارجية المبنية على الأبحاث والتحليلات الصلبة.

يعد موسم الساحل أحد المواسم السنوية التى تشهد أعلى معدلات إنفاق على الإعلانات، وفى ظل سوق الإعلانات الخارجية المزدهم حالياً بشكل ملحوظ، هناك حاجة ماسة للبيانات المستندة إلى تحليلات بحثية. أطلقت «آدمزاد» مشروعها السنوى، فى إطار حافظة خدماتها المتنوعة، لرصد الإعلانات الخارجية الخاصة بموسم الساحل لصيف ٢٠١٨ الذى يمتد من منتصف يونيو إلى منتصف سبتمبر، بما يشمل طريق القاهرة/ الإسكندرية الصحراوى من بعد بوابات رسوم الطريق إلى فوكا باى برأس الحكمة، الكيلو ٢٢٦ من الإسكندرية / على بعد ٧٥ كم من مرسى مطروح. وتختص شركة آدمزاد بتقديم حلول الإعلانات الخارجية، حيث تقدم للوكالات الإعلانية والشركات والموردين وجميع العاملين والمهتمين بالمجال مجموعة فعالة من الأدوات التى تسمح لهم باتخاذ القرارات المتعلقة بالإعلانات الخارجية بناءً على بيانات وتحليلات دقيقة. بالحديث عن أهمية سوق الإعلانات الخارجية بعصر، يقول عاصم ميمى، العضو المنتدب بشركة آدمزاد: «بمجرد المشى بالشوارع أو القيادة على الطرق المصرية خاصة الطرق السريعة، سترى إعلانات مثبتة تصل إلى مدى نظرك. وهناك ازدياد هائل وملحوظ فى حجم سوق الإعلانات الخارجية إجمالاً فى مصر، فهو سوق مزدهم جداً وهنا يأتى دور شركة آدمزاد. إن السوق المصرى ملئ بالإمكانيات الهائلة، فى ظل وجود آلاف الشركات المهتمة جداً بالحصول على مواقع مميزة لإعلاناتها الخارجية. وتعد آدمزاد أول شركة فى مصر تقوم بتطوير محرك بحث للإعلانات الخارجية، استناداً إلى بيانات فورية، لتقديم دراسات وتحليلات دورية عن تقييما السوق. وتساعدنا أدواتنا الرقمية الذكية، وفريق العمل المتميز على تحسين أوجه الإنفاق والانتشار المنشود، مما يمنح لعملائنا ميزة تنافسية كبيرة فى السوق الحالى الذى يشهد نمواً مقوَّصاً». كشف رصد آدمزاد عن نتائج مهمة بخصوص سوق الإعلانات الخارجية لموسم الساحل بالمنطقة التى شملتها الدراسة، من ناحية الإنفاق، مثل القطاع العقارى الذى وصل لحوالى ٩٠٪ من حجم السوق الإجمالى الذى بلغت قيمته ١١٠,٨ مليون جنيه. ومن ضمن ٢٤٦ مساحة إعلانية استخدمها ٤٣ معلنًا من صناعات وقطاعات مختلفة، شغل القطاع العقارى وحده ١٩٥ مساحة استخدمتها ٢٦ شركة عقارية بقيمة ٩٥ مليون جنيه. وجاء فى المرتبة الثانية قطاع شركات الاتصالات التى شغلت ١٠ مساحات بقيمة ٤.٧٥ مليون جنيه، وتلاه شركتان للأغذية استخدمتا ٧ مساحات بقيمة ٣.٢٥ مليون جنيه، ثم المراكز التجارية والترفيهية التى استخدمت ١٠ مساحات بقيمة ٢.٥ مليون جنيه، وجاءت بعد ذلك قطاعات: الإعلام، والبنوك والتجارة الإلكترونية التى استخدمت ٧ مساحات بقيمة ١ مليون جنيه لكل منها. وبالإضافة إلى ذلك كشفت عملية الرصد التى أجرتها آدمزاد عن وجود مساحات إعلانية شاغرة فى الساحل بنسبة ٢٧٪، وهى نسبة أعلى