

تقرير مقارنة أداء الشركات
العقارية رقميًا
الربع الأول
2023

لماذا هذا التقرير ؟

لنحظنا أن القطاع العقاري اشهدت المنافسة فيه في الفترة الأخيرة في مجال التسويق وبناء المحتوى . ولنحظنا تفاوت في النتائج والمخرجات مما جعلنا نحلل الأسباب ونعرف لماذا تتفوق بعض الشركات على أخرى رقمياً

أختارنا أبرز شركات السوق



محمد الحبيب
العقارية



صفا

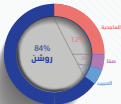


الماجدية



روشن

في البداية راح نشوف عدد المتابعين في منصة تويتر لكل شركة



لو افترضنا أن جميع متابعي الحسابات العقارية هم جمهور العقار والمهتمين بالمساكن ، خلونا نشوف توزيع النسب على كل حساب وكل حصة كل حساب من الجمهور المستهدف



مقارنة معدلات التفاعل

بعد ما اطلعنا على أعداد المتابعين لهذه الحسابات ، خلونا نشوف التفاعل في هذه الحسابات ونقارنها مع بعض



ماهو معدل التفاعل ؟ وكيف يتم حسابه
وماهي النسبة العالمية للمعدل الرابع ؟

معدل التفاعل هو المعدل الذي يحسب لك نسبة تفاعل متابعيك مع منشوراتك وتعتبر نسبة 1% هي النسبة الرائعة لمعدل التفاعل في الحساب وتحسب بعدة طرق ، أشهرها هذه المعادلة

إعادة التغريد + الإعجابات / عدد التغريدات
نقسمها على عدد المتابعين ونضربها
في 100 ويطلع لنا معدل التفاعل

طبقنا هذي المعادلة على حسابات
الشركات العقارية

معدل التفاعل : 0.03% ويعتبر معدلًا منخفضًا

شركة روشن

معدل التفاعل : 0.09% ويعتبر معدلًا جيد

شركة الماجدية

معدل التفاعل : 1.09% ويعتبر معدلًا مرتفع جدًا

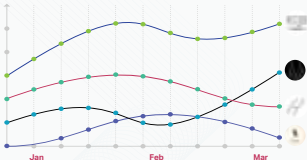
شركة صفا

معدل التفاعل : 0.45% ويعتبر معدلًا مرتفعًا

محمد الحبيب
العقارية

مقارنة التواجد والحضور

تواجدك وحضورك على منصات التواصل تعتبر من أهم الأشياء التي ضروري تحرص على تطبيقها لأن انقطاعك عن النشر بشكل مستمر راح يسبب في انخفاض معدل التفاعل بشكل كبير لحسابك



شركة محمد الحبيب العقارية

24 Tweets

معدل نشر حساب محمد الحبيب العقارية شهرياً 8 تغريدات بالشهر

شركة صفا

17 Tweets

معدل نشر حساب شركة صفا شهرياً 5 تغريدات بالشهر

شركة روشن

50 Tweets

معدل نشر حساب روشن شهرياً 16 تغريدة بالشهر وبشكل مستمر

شركة الماجدية

25 Tweets

معدل نشر حساب الماجدية شهرياً 8 تغريدات بالشهر

حللنا تواجد الحسابات في أوقات الذروة وأوقات التفاعل

تفوق حساب روشن في النشر بأوقات الذروة وأوقات التفاعل وبشكل مستمر وبقية الحسابات كانت تنشر في أوقات الذروة بنسبة 80%



الخصائص الديموغرافية

ماهي الخصائص الديموغرافية لمتابعي حسابات الشركات العقارية ؟

حللنا الخصائص الديموغرافية لمتابعي الحسابات العقارية، وتطرقنا إلى نطاق الأعمار وإهتمامات المتابعين



77%

بلغت نسبة الذكور 77% من مجموع متابعي الحسابات



23%

بلغت نسبة البنات 23% من مجموع متابعي الحسابات

أعمار متابعي الحسابات العقارية



شعبنا يتحليل معدل الأعمار للجنسين لمتابعي حسابات الشركات العقارية

ونشأن بأن معدل أعمار الذكور يتراوح ما بين 29 - 48 عام بينما بلغ معدل الأعمار للإناث 35-44 عام

تحليل المحتوى



الفيديو

ويشمل جميع الفيديوهات التي تم نشرها عن طريق الحساب



التصاميم

وتشمل تصاميم الجرافيك والفيديوغرافيك والصور

قمنا بتحليل نوعية المحتوى المنشور من حسابات الشركات العقارية لمعرفة نسبة المواد المنشورة وحصل كل مادة من المحتويات

نسبة التصاميم في المحتويات المنشورة



75%



53%



60%



56%

نسبة الفيديوهات في المحتويات المنشورة

روشن

بلغت نسبة الفيديو في المحتويات المنشورة من الحساب 42%

شركة صفا

بلغت نسبة الفيديو في المحتويات المنشورة من الحساب 29%

محمد الحبيب العقارية

بلغت نسبة الفيديو في المحتويات المنشورة من الحساب 17%

الماجدية

بلغت نسبة الفيديو في المحتويات المنشورة من الحساب 36%

تحليل مواقع الشركات العقارية

حللنا زيارات المواقع والكلمات المفتاحية التي يستخدمها الجمهور للوصول لهذه المواقع وماهي أبرز الكلمات المفتاحية التي ساعدت في زيادة الزيارات

شركة صفا

بلغت زيارات موقع صفا أكثر من 191K زيارة

روشن

بلغت زيارات موقع روشن أكثر من 85K زيارة

الماجدية

بلغت زيارات موقع الماجدية أكثر من 28K زيارة

محمد الحبيب العقارية

بلغت زيارات موقع الحبيب أكثر من 14K زيارة



Jan

Feb

Mar

زيارات المواقع حسب أيام الأسبوع



40%

الكمبيوتر



21%

التابلت



39%

الحوال

الكلمات المفتاحية

مقارنة عدد الكلمات المفتاحية التي جلبت زيارات في الربع الأول من عام 2023 بالربع الأول من 2022

129

-14%

البيانات هي بيانات مجمعة

254

+18%

البيانات هي بيانات مجمعة

877

-44%

البيانات هي بيانات مجمعة

4.3K

-28.2%

البيانات هي بيانات مجمعة



القراءات التحليلية

ماذا اكتشفنا بعد التحليل والمقارنة بين أداء حسابات الشركات العقارية ؟ إليكم أبرز القراءات التحليلية المستخلصة من هذا التقرير



1 الفيديو

لاحظنا أن استخدام الفيديو يزيد من معدل التفاعل بشكل كبير



2 SEO

لاحظنا أن تطوير الكلمات المفتاحية في الموقع يزيد من معدل الزيارات للمواقع الإلكترونية



3 المحتوى التفاعلي

تطور المحتوى التفاعلي بشكل كبير على المحتوى التسويقي والتوعوي من حيث التفاعل والتحويل



4 الاستمرارية

مستوى النشر في الحسابات العقارية يعتبر منخفضاً نوعاً ما ، نوعي المحتوى بشكل كبير للبناء على تواجد دائم



5 وقت الخبرة

لوحة النشر في أوقات خاملة ولا تعتبر أوقات ذروة ، لذلك نوصي بالنشر في الأوقات التي يتواجد بها الجمهور



6 Backlink

تساعد روابط النقل إلى المواقع الرئيسية والتي يتم عرضها في مواقع الشركة على زيادة الانتقال إلى الموقع بشكل كبير

إليك لينك أو الروابط الخلفية هي روابط من موقع ويب إلى صفحة موقع ويب آخر ويعتبر كسب هذا النوع من الروابط الخلفية عنصر أساسي في تحسين السيو الخارجي (Off-Page SEO)

بماذا نوصي حسابات الشركات العقارية بعد التحليل والمقارنة في هذا التقرير ؟



الوعي بالعلامة التجارية

الظهور في إعلانات الشوارع وبالقرب من مشاريع الشركة سيمرر بشكل كبير الوعي بالعلامة التجارية



SEO

تحسين الكلمات المفاتيحية للموقع بشكل مستمر واستخدام اليك لينك بشكل استراتيجي والتعزيز من المنافسين بكلمات مفاتيحية غريبة



زيادة المتابعين والتفاعل

يتم تحليل المنشورات ومعرفة المحتوى الجذاب للجمهور وتكثيف النشر بشكل مستمر لضمان التفاعل وزيادة المتابعين للحساب



في عالم اليوم الذي يعتمد فيه المشتري على البحث المكثف في الإنترنت وتوصيات الخبراء قبل الشراء أصبحت الثقة في المنتج هي أساس قرار الشراء لذلك جعلت العلاقات العامة مستاهم بشكل كبير في زيادة الثقة والربحية للشركة ومنهجيتها



مشاركة قيادات الشركة في المحافل الرسمية بشكل مستمر سيساهم في زيادة الوعي بالعلامة التجارية وتعزيز من الانطباع الإيجابي للشركة



تعتبر الفيديوهات الوثائقية مادة غنية بالمعلومات وتكاد تكون الأفضل في توصيل الرسائل بشكل ممتع وسريع لذلك إنشاء فيديوهات وثائقية عن الشركة للعمود حول الجودة والمعايير والإنجازات تساهم في ترسيخ الصورة الذهنية وزيادة الوعي بالعلامة التجارية



www.laft.com.sa

 [Laft_PR](https://twitter.com/Laft_PR)

 info@laft.com.sa