

فرص رمضان مع MMS

BY: MMS

دليل العلامات التجارية للتميز الإعلامي والإعلاني
هذا الموسم الرمضاني



2026



دليل رمضان 2026

← يجمع هذا المستند كل ما تحتاجه العلامات التجارية للتخطيط وصياغة وتنفيذ حضور قوي خلال رمضان 2026. فهو يقدم نظرة شاملة على أبرز محطات الموسم الماضي، ويستعرض كيف برزت العلامات التجارية عبر مختلف المنصات، إضافة إلى طرح أهم الاعتبارات الاستراتيجية للموسم القادم. ويختتم الدليل بلمحة عن برامج رمضان على قنوات MBC للكشف عن القصص والركائز الأساسية التي ستشكل ملامح الموسم الرمضاني 2026.

01 مقدمة

02 اكتشاف أرقام رمضان 2025

03 نجاحات بحلول الدمج الإعلاني

04 حلول إستراتيجية لتحقيق النجاح
في رمضان 2026

05 جدول برامج رمضان

محتوى الدليل



اصنع تميز علامتك في

رمضان

← رمضان هو الموسم الذي يُعيد تشكيل سلوك المستهلكين ومستويات التفاعل الإعلامي في جميع أنحاء العالم العربي، خلال هذا الشهر الفضيل يصبح التلفزيون نقطة ارتكاز الحياة العائلية، وتصل نسب المشاهدة إلى ذروتها السنوية مع تجمّع العائلات لمشاركة لحظات المتعة، والعاطفة، والحماس. وتظل قناة MBC الوجهة الأولى في رمضان، مقدّمةً أكثر المسلسلات والبرامج الحوارية والترفيهية متابعَةً، والتي تشكّل محور النقاش الثقافي في المنطقة. وبفضل وصولها الواسع ومحتواها المميز، تتصدر MBC المشهد الرمضاني، لتكون المنصة الأكثر تأثيرًا للعلامات التجارية الراغبة في التواصل مع جمهور واسع ومتنوع.

رمضان
يجمعنا

دراسة MMS لسلوك المستهلك

← مالذي يخطط جمهورنا لشراءه في
الموسم الرمضاني



هدف الدراسة

فهم نوايا جمهورنا الاستهلاكية خلال شهر رمضان وتحديد الطلب على الفئات المختلفة في القطاعات الرئيسية



معايير الدراسة

حجم العينة: 850 مشاركًا
الجمهور: مشاهدي منصاتنا الموثقين
الجغرافيا: المملكة العربية السعودية
فترة جمع البيانات: 26 نوفمبر إلى 4 ديسمبر، 2025



منهجية البحث

استبيان كمي عبر الإنترنت، يركز على عينة عشوائية مختارة من قاعدة بيانات جمهورنا



المقاييس المقاسة:

نية الشراء لكل فئة وخطط الإنفاق المتوقعة



نظرة على دراسة طبيعة الشراء في رمضان





ما الذي أظهرته بياناتنا
← أهم النتائج



GROCERIES & PACKAGED GOODS

(المواد الغذائية والسلع المعبأة)

← نوايا الشراء

من جمهورنا يخطط للاستفادة من عروض
رمضان على المواد الغذائية والسلع المعبأة

93%



منتجات التجميل

← نوايا الشراء

من جمهورنا يخطط لشراء منتجات تجميل أو
منتجات عناية شخصية خلال رمضان / العيد

80%

يتوقعون شراءهم لهذه المنتجات تحديداً
بسبب عروض رمضان / العيد

74%



أسواق البيع بالتجزئة

← نوايا الشراء

من جمهورنا يخطط للتسوق أكثر من المتاجر
التجزئة (ملابس، مستلزمات منزلية، هدايا)
خلال رمضان أو عيد الفطر

ذكروا أن عروض رمضان تؤثر على قرارهم
بالتسوق من المتاجر التجزئة

82%

70%



التجارة الإلكترونية

← نوايا الشراء

من جمهورنا يخطط للشراء أكثر عبر الإنترنت
خلال رمضان وعيد الفطر

70%

يتوقعون الاستفادة من عروض
وخصومات رمضان عبر الإنترنت

88%



السيارات

← نوايا الشراء

يفكرون بشراء سيارة خلال شهر رمضان أو العيد

49%



يتوقعون أن تؤثر عروض أو حملات شركات السيارات خلال رمضان على قرارهم

58%

السفر والسياحة

← نوايا الشراء

من جمهورنا يخطط لعمل حجوزات السفر أو العطلات الداخلية أو الإقامة في الفنادق خلال شهر رمضان أو عيد الفطر

ذكروا أن عروض أو باقات شهر رمضان ستؤثر على اختيار وجهاتهم بالسفر أو قضاء العطلات الداخلية

55%

52%



القطاع المالي

← نوايا الشراء

من جمهورنا يفكرون في طلب الحصول على منتجات مالية استهلاكية خلال شهر رمضان

38%



ذكروا أن عروض شهر رمضان ستؤثر على قرارهم بطلب هذه المنتجات

48%

العقارات

← نوايا الشراء

من جمهورنا يفكرون في شراء أو الاستثمار في العقار خلال فترة رمضان أو العيد

29%

ذكروا أن عروض وخصومات العقارات خلال شهر رمضان ستؤثر على قرارهم

34%

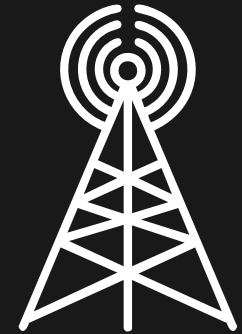


قطاع الإتصالات

← نوايا الشراء

من جمهورنا ينوون ترقية أجهزتهم المحمولة أو باقات البيانات أو شراء الألياف خلال شهر رمضان

53%



ذكروا أن عروض شركات الإتصالات خلال شهر رمضان ستؤثر على قرارهم بالترقية لباقات أفضل

52%



نظرة على أداء

مجموعة MBC في رمضان 2025 ←



ريادة في المحتوى الكوميدي:

تؤكد أرقام eTAM أن MBC 1 تهيمن على الفقرة الكوميدية الرئيسية بعد الإفطار بين الجمهور العربي بعمر 15 فأكثر. لذلك، برامجنا تضمن ولاء المشاهدين وتجذب مشاهدين إضافيين بفاعلية خلال هذه الساعات المهمة

الخيار المفضل وقت تنقل المشاهدين:

على الرغم من تنقل المشاهدين بين البرامج في البداية، إلا أنهم يميلون في النهاية للثبات على برامج MBC، مما يعكس قدرتها على الحفاظ على اهتمامهم وجذبهم تدريجياً من القنوات الأخرى.

الوصول اليومي القوي واستقطاب الجمهور:

لا نحقق مجرد وصول يومي ثابت، بل نستقطب جمهوراً جديداً ونجذبه من المنافسين، مما يجعل MBC 1 الوجهة المفضلة للفئة العمرية 15 فأكثر في العالم العربي.

التوقيت المدروس لضمان الاستمرارية

تُبرهن البيانات أن اعتمادنا على اختيار توقيت مدروس ومزيج برامج متكامل عبر قنواتنا المختلفة، يضمن لنا الاحتفاظ الفعّال بالمشاهدين وإبقائهم ضمن شبكتنا التلفزيونية

كيف تمنح MBC الجمهور العربي (15 عاماً فأكثر) ميزة استراتيجية فريدة

(Ramadan 2025, March 1st to 30th, KSA TAM)



رمضان 2025 أرقام التلفزيون ←



أرقام رمضان 2025

← التلفزيون جزء لا يتجزأ من الموسم الرمضاني

94%

مجموع نسبة وصول
التلفزيون

12.1M

مشاهد فريد



وصول
التلفزيون



(Ramadan 2025, March 1st to 30th, KSA TAM)

أرقام رمضان 2025

الوجهة الأولى في رمضان ←

46.2%

وصول قناة MBC Drama

6M

مشاهد فريد

72%

وصول قناة MBC1

9.3M

مشاهد فريد

78%

وصول مجموعة MBC

10.1M

مشاهد فريد

(Ramadan 2025, March 1st to 30th, KSA TAM)

أرقام رمضان 2025

إعلان واحد كافي لصنع مكانة العلامة التجارية

نوسع نطاق
وصولك

معلن واحد

وصل إلى **8.3M** مشاهد
على مجموعة MBC



سرعة وصول
غير مسبقة

إعلان مدته 30 ثانية خلال
وقت الذروة على قناة MBC 1
يصل إلى

2.4M
مشاهد

أرقام رمضان 2025 ← الوصول في اللحظة الأمثل

ساعتين و14 دقيقة

50% من الوقت قضاه المشاهد في مشاهدة محتوى
مجموعة MBC

4 ساعات و41 دقيقة

الوقت الذي قضاه المشاهد في مشاهدة التلفزيون

نصلك بالجمهور في
أهم الأوقات

أرقام رمضان 2025

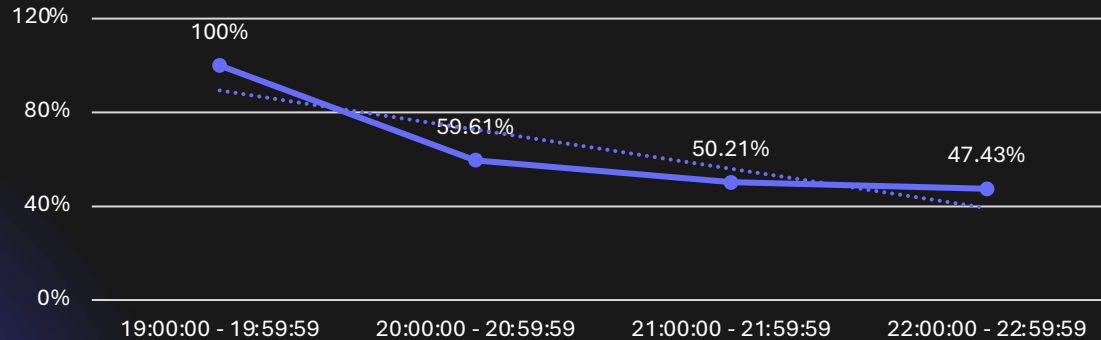
الوصول الذكي في لحظات الذروة ←

47.4%

الثبات

من الجمهور يستمر في المشاهدة لمدة 4 ساعات خلال أوقات الذروة

وصول غير مكرر %



(Ramadan 2025, March 1st to 30th, KSA TAM)

أرقام رمضان 2025

← تتصدر قناة MBC 1 السوق من حيث نسب المشاهدة مقارنة بباقي القنوات، متفوقة على أقرب منافسيها في جميع الفترات الزمنية

التصنيف

#1

في قائمة المشاهدة التلفزيونية

وقت ذروة المشاهدة

+800%

هيمنة خلال وقت الذروة

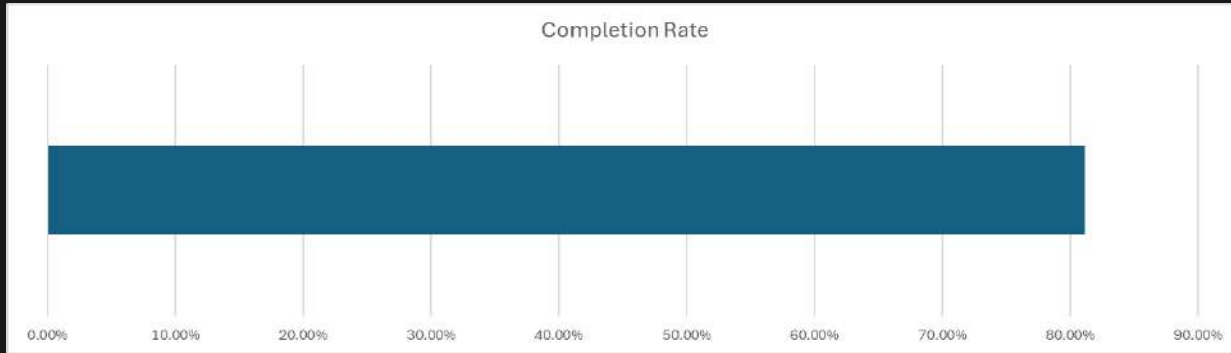
التفوق العام

+332%

الفارق عن أقرب منافس (نسب المشاهدة طوال اليوم)

أرقام رمضان 2025

ملازمة للشاشة ← جمهور يشاهد البرامج والإعلانات



معدل احتفاظ وإكمال
استثنائي

81.2%

نسبة الإكمال على قناة MBC 1
خلال وقت الذروة

(Ramadan 2025, March 1st to 30th, KSA TAM)

أرقام رمضان 2025

جمهور عالي التركيز والانتباه →

أعلى بـ 1.33 مرة من
المتوسط العالمي

نسبة الانتباه النشط
تصل إلى 59%

تفوق بـ 3 مرات على
المنصات القائمة على
التمرير

أعلى بـ 1.8 مرة من
متوسط فيديوهات
التواصل الاجتماعي
(20 ثانية) عالمياً



أرقام رمضان 2025

دراسات تطوير العلامة التجارية ←

المتوسط العالمي لأداء التلفزيون الرقمي (CTV)	المتوسط العالمي لأداء التلفزيون	منصة MBC شاهد في رمضان	قنوات MBC في رمضان	دراسات تطوير العلامة التجارية
29%	34%	51%	46%	نسبة تذكر الإعلان
44%	47%	55% (زيادة بمقدار 25 نقطة)	54% (زيادة بمقدار 26 نقطة)	الأثر الإعلاني (على الذين تذكروا الإعلان)
44%	49%	67% (زيادة بمقدار 33.5 نقطة)	72% (زيادة بمقدار 34 نقطة)	الاهتمام بالعلامة (على الذين تذكروا الإعلان)
22 نقطة	20 نقطة	30 نقطة	29 نقطة	الاعتبار (الارتفاع في النية الشرائية)



أنجح مسلسلات العام
الماضي تعود هذا الموسم

نجاح رمضان 2025 يستمر ويواصل في 2026!
القصص التي أسرت ملايين المشاهدين تعود
من جديد!

لا تفوت الفرصة
لتكون جزءاً من النجاح هذا العام

سيطر المسلسل الكوميدي السعودي
'يوميات رجل عانس' بمعدل

8.1%

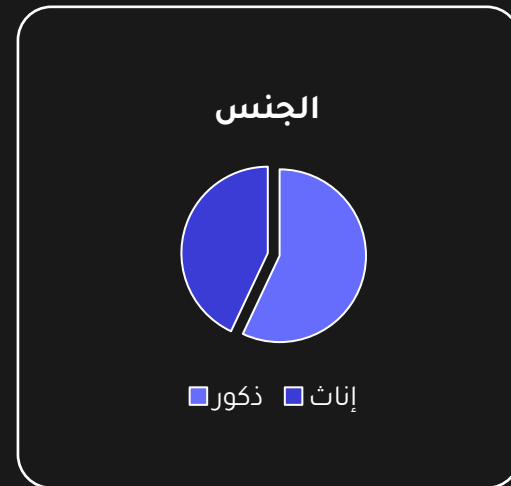
مشاهدة متفوقاً على أقرب منافسيه بنسبة
صل إلى 182%

التلفزيون
محتوى بمعايير
عالمية



أرقام رمضان 2025

الراديو



(Ramadan 2025, March 1st to 30th, KSA TAM)

أرقام رمضان 2025

وسائل التواصل



17.2 مليار

مشاهدات الفيديو



250.1 مليون

تفاعل



17.1 مليار

انطباعات



نمو منصة MBC شاهد خلال موسم رمضان 2025 ←





شهد موسم رمضان 2025
نموً استثنائياً في عدد
المستخدمين متخطياً
حاجز 35 مليون
مستخدم فريد

35M+



عدد المستخدمين في
2025

7%

نمو المستخدمين من
عام لآخر (YOY)

أفضل 5 أنواع
محتوى AVOD
خلال موسم
رمضان

أفضل 10 عناوين
AVOD
خلال رمضان

1

دراما

2

كوميدي

3

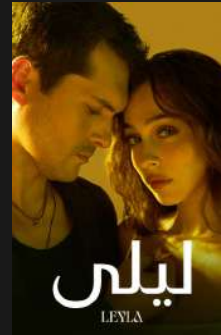
أكشن

4

اجتماعي

5

برامج الواقع



ارتفع عدد
المستخدمين
في السعودية ليصل
إلى 12 مليون مستخدم
خلال شهر رمضان 2025

12M



عدد المستخدمين في
2025

21%

نمو المستخدمين من
عام لآخر (YOY)

أفضل 5 أنواع
محتوى AVOD
خلال موسم
رمضان

- 1 دراما
- 2 كوميدي
- 3 اجتماعي
- 4 أكشن
- 5 برامج الواقع



أفضل 10 عناوين
AVOD
خلال رمضان





حلولنا الإستراتيجية
لجعل علامتك التجارية الوجهة الأبرز
← خلال موسم رمضان 2026





اضغط [هنا](#) للمشاهدة



تواصل مع جمهورك عبر كل نقطة تواصل ←



حلول صوتية

- راديو
- بودكاست



حلول تلفزيونية

- المساحات الإعلانية
- الرعايةات
- الحملات الخاصة



حلول رقمية

- Shahid.net
- AlArabiya.net
- MBC Group Social Media Partnerships
- Samsung TV Plus
- Samsung Ad



حلول المحتوى

- إنتاج محتوى مخصص
- الدمج في البرامج المكتوبة وغير المكتوبة
- الدمج ضمن المحتوى

دمج ذكي للعلامات التجارية ← حملة رمضان 2025 الإعلانية



AVOD

SVOD

TV

قبل بداية رمضان 2026، نأخذكم في جولة على أبرز النجاحات التي حققتها حملتنا في رمضان 2025. اعتمدنا على دمج مدروس في مرحلة ما قبل الإنتاج جعل العلامة التجارية جزءًا أصيلاً من القصة، إلى جانب طول ما بعد الإنتاج التي عززت حضور العلامات التجارية وضمنت ظهورها المتوازن طوال الموسم بأسلوب طبيعي وجاذب.



AVOD

SVOD

TV

- قبل الإنتاج: نحرص على دمج العلامة التجارية ضمن القصة بشكل طبيعي، لتكون جزءًا من تجربة المشاهدة دون التأثير على القصة
- بعد الإنتاج: نضمن حضورًا متوازنًا ومتناسقًا للعلامة التجارية عبر دمج ذكي يحافظ على ظهور طبيعي يصل للمشاهد والمستمتع
- النتيجة: تعزيز وعي الجمهور بالعلامة التجارية، وبناء ارتباط عاطفي حقيقي ومستدام مع الجمهور

حلول دمج ما قبل الإنتاج الاستفادة من قوة القصة

في هذا المشهد من مسلسل يوميات رجل عانس، يتلقى عبدالله وأصدقاؤه، العاملون في محطة التلفزيون، إحاطة من المراعي لإعداد تقرير عن الآيس كريم الذي تنوي الشركة إطلاقه.



دمج ذكي لإعلان المراعي على
مسلسل يوميات رجل عانس

AVOD

SVOD

TV



في هذا المشهد، تم إبراز الآيس كريم بشكل واضح على الشاشة، مع ذكر اسم العلامة التجارية ضمن الحوار، إضافة إلى التطرق إلى نفاذه من الأسواق العام الماضي، بما يعكس الرسالة التسويقية المستهدفة للعلامة التجارية بشكل مباشر وطبيعي.

[اضغط هنا للمشاهدة](#)

حلول دمج ما قبل الإنتاج ← الاستفادة من قوة القصة

في مشهد كوميدي طريف، يفقد عبدالله أثناء رعايته لأبناء أخيه أحدهم، لتبدأ رحلة بحث تمتد لأكثر من ست دقائق من الحلقة، قبل أن يتبين في النهاية أن الطفل كان منشغلاً بسعادة بتناول **آيس كريم المراعي**، مستمتعاً بمذاقه في إطار كوميدي وطبيعي ينسجم مع روح العمل.



AVOD

SVOD

TV

دمج ذكي لإعلان المراعي على
مسلسل يوميات رجل عانس



لم يقتصر هذا الدمج على نقل رسالة العلامة التجارية فقط، بل عزز تفاعل الجمهور وأوجد ارتباطاً عاطفياً مع المنتج، ليغدو جزءاً أصيلاً من الطابع الكوميدي وسحر القصة.

حلول دمج ما قبل الإنتاج الاستفادة من قوة القصة

سلسلة مشاهد كوميدية خفيفة ومتتابعة، تروي قصة موظف غير راضٍ عن عمله، إلى أن يحصل في النهاية على وظيفة في **دانكن دونتس**. ومن خلال حوار ذكي ولمسات كوميدية قريبة من الجمهور، عكست المشاهد مشاعر الدهشة والسعادة تجاه عروض العلامة التجارية، ما أسهم في إيصال الرسائل الرئيسية التي أرادت دانكن تسليط الضوء عليها بأسلوب مؤثر وطبيعي

AVOD

SVOD

TV

مشهد متكامل بعلامة تجارية
دانكن على مسلسل WiFi 5

في هذا المشهد، تم تسليط الضوء على علامة Dunkin التجارية ومنتجاتها وعروضها الترويجية، مع التركيز على مذاقها المميز. وقد تم دمج الرسالة التسويقية للعمليات بطريقة سلسلة وطبيعية وممتعة، مما حقق تواصلًا قويًا مع الجمهور.



اضغط هنا للمشاهدة

ضاعف وصول علامتك ← طول الإعلان بعد الإنتاج

لنلق الضوء الآن على المشاهد التي تألقت فيها علامتنا التجارية طوال الموسم. كانت استراتيجيتنا في **طول ما بعد الإنتاج** تهدف إلى تحقيق وصول كامل وتكامل طبيعي للعلامات التجارية طوال موسم رمضان.

AVOD

SVOD

TV



AVOD

SVOD

TV



ركائز دمج ما بعد الإنتاج التي قدمناها:

- **لظهور الطبيعي للمنتج:** دمج المنتج بسلسلة ضمن المشهد ليبدو جزءاً طبيعياً من القصة، بعيداً عن أي ظهور مصطنع أو مزعج.
- **اللوحات الإعلانية واللافتات:** مواقع استراتيجية في لقطات المدن والطرق، لضمان سيطرة العلامة التجارية على المشهد وتحقيق تكرار ظهور قوي وفعال.
- **الإعلانات الرقمية المبتكرة:** استخدام تأثيرات رقمية ديناميكية تضيف لمسة بصرية فريدة وحركة جذابة، مع إعادة ابتكار صيغة الإعلان التقليدية.

مستخدمي منصة شاهد المجانية

الاستفادة من خدمة الدمج
ضمن المحتوى والإعلانات
الدمجة بالذكاء
الاصطناعي، لتعزيز مدى
وصول العلامة التجارية
ورفع مستوى الوعي بها

وجود دائم على منصة شاهد

يتم دمج علامتك التجارية مع
المحتوى

المشتركين في منصة شاهد المدفوعة

استخدام حلول الدمج
بالذكاء الاصطناعي
للوصول إلى
مستخدمي النسخة
المدفوعة

الإعلانات التلفزيونية

ستحصل علامتك
التجارية على عدد
مرات عرض
إضافية من خلال
إعادة عرض
الحلقات على
التلفزيون

القنوات التلفزيونية

يتم دمج علامتك
التجارية ضمن محتوى
سيعرض على قنوات
تلفزيونية متعددة

ما يميّز حلول الدمج
الإعلاني مع المحتوى ←

دمج ما بعد الإنتاج: قوة القصة ←

اللوحات الإعلانية الخارجية
لكتكات على واي فاي 5



AVOD

SVOD

TV



[اضغط هنا للمشاهدة](#)

دمج ما بعد الإنتاج: قوة القصة ←

اللوحات الإعلانية الخارجية
لموبايلي على مسلسل واي فاي 5

AVOD

SVOD

TV



إضغط [هنا](#) للمشاهدة

حلول دمج ما بعد الإنتاج: الاستفادة من قوة القصة ←

حلول تضمين المنتج
نسكافيه في مسلسل يوميات رجل
عانس



AVOD

SVOD

TV



اضغط [هنا](#) للمشاهدة

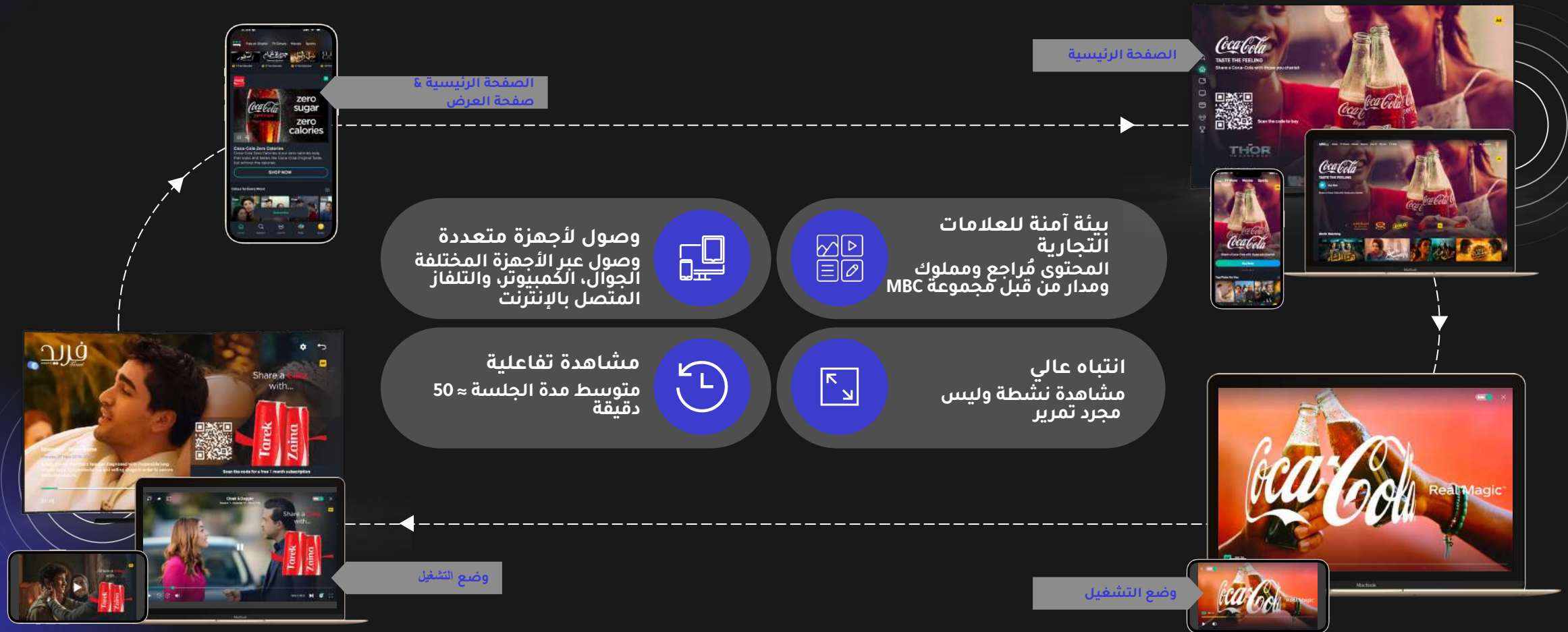


قوة ووصول

منصة ← mbc



استفد من قوة شاهد للوصول إلى جمهور أوسع وتحقيق أقصى استفادة من ميزانيتك الإعلانية



دمج العلامة التجارية مع المحتوى في مرحلة ما قبل الإنتاج ←

AVOD

SVOD

TV

CONNECT WITH US
TO IDENTIFY THE RIGHT
CONTENT

اضغط [هنا](#) للتعرف على حلول الدمج
الإعلاني

MacBook

دمج العلامة التجارية مع المحتوى في مرحلة ما بعد الإنتاج ←

AVOD

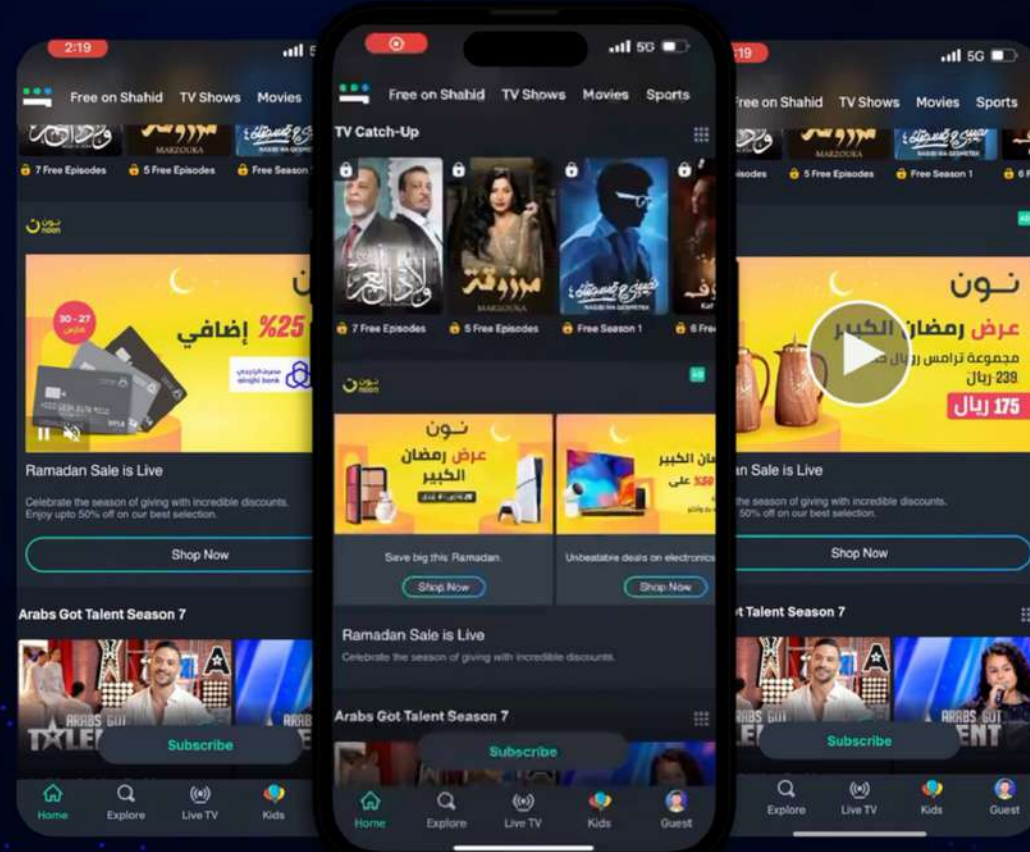
SVOD

TV

اضغط [هنا](#) للتعرف على حلول
الدمج الإعلاني بعد الإنتاج

MacBook

NATIVE ADS



اضغط [هنا](#) للمشاهدة



حلول الإعلان على ← وسائل التواصل الاجتماعي



حلول الإعلان الرمضانية على وسائل التواصل الاجتماعي ←

تتعاون MMS مع عمالقة وسائل التواصل الاجتماعي العالميين مثل TikTok وSnapchat و X و Instagram و YouTube و Facebook لتمنح العلامات التجارية وصولاً لا مثيل له للإعلان على أكثر المنصات تأثيراً في العالم



حلول الإعلان الرمضانية على وسائل التواصل الاجتماعي ←

وضع الإعلان ضمن محتوى مميز



Snap #1



Snap #2



Snap #3



Snap #4



Snap #5



Snap #6



Snap #7



Snap #8



Snap #9

1.6M

متوسط عدد المستخدمين الفريدين شهرياً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

102M

مجموع عدد المشاهدين خلال رمضان

12.2M

عدد المستخدمين الفريدين لبعض البرامج خلال رمضان



اربط علامتك التجارية بمحتوى مخصص يعزز من حضورها



لقطة شاشة

لقطة علوية واحدة فقط لمدة 10 ثوانٍ -
بدون السحب للأعلى
مشاهدات فيديو تقديرية: 100,000
مشاهدة يوميًا
أرقام تفاعل تقريبية: من 500 إلى
1,000 تفاعل يوميًا



السناب الثانية



السناب الأساسية

الفقرة

لقطة علوية رئيسية واحدة تحمل عنوان
الفقرة، تليها خمس لقطات علوية، مدة كل
منها 10 ثوانٍ. وتكون الفقرة عبارة عن
صورة متضمنة نصًا، مع إتاحة التصفح
عبر السحب لليمين.
مشاهدات فيديو تقديرية تصل إلى
200,000 مشاهدة يوميًا



اربط علامتك التجارية بمحتوى مخصص يعزز من حضورها



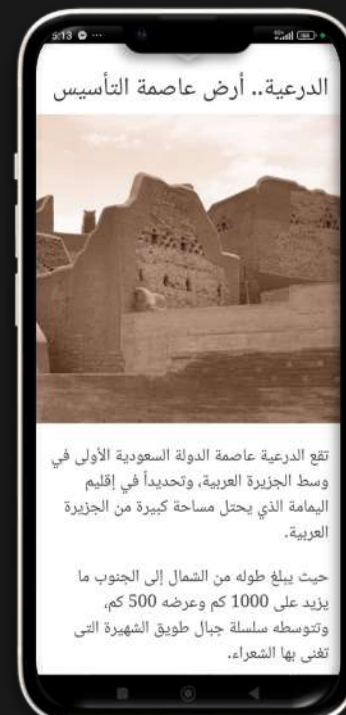
لقطة علوية مع السحب
للأعلى لمشاهدة الفيديو



فيديو



لقطة علوية مع السحب
للأعلى لقراءة المقال



مقال

مقال / فيديو

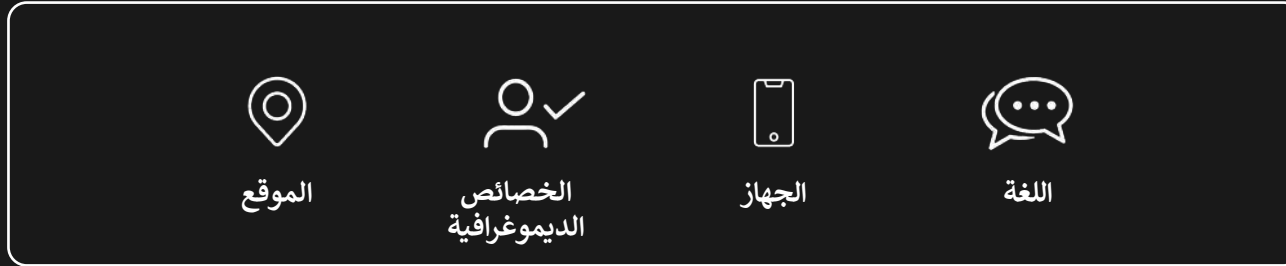
لقطة علوية واحدة لمدة 10 ثوان، مع إمكانية السحب للأعلى لقراءة المقال أو مشاهدة فيديو أو صور.

مشاهدات فيديو تقديرية: 150,000 مشاهدة يوميًا

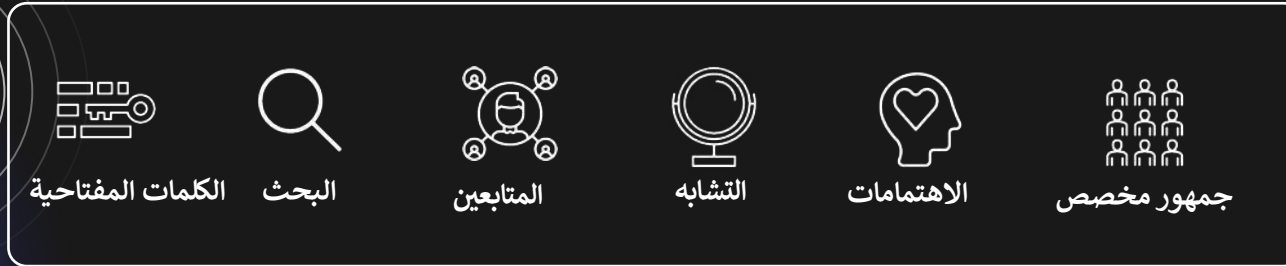


نُمكن العلامات التجارية من الاندماج مع محتوى MBC الحصري على منصة X ←

”Amplify” هو خيار إعلاني مميز يُستخدم لربط حملاتك الإعلانية
بمحتوى فيديو عالي الجودة يُقدّم من قبل ناشرين ذوي علاقة بالجمهور
الذي تستهدفه علامتك التجارية



معايير الاستهداف
المخصص



إضافة معايير
الاستهداف
السلوكي





نُمكن العلامات التجارية من الاندماج مع محتوى MBC الحصري على منصة TIKTOK ←

”Amplify“ هو خيار إعلاني مميز يُستخدم لربط حملاتك الإعلانية
بمحتوى فيديو عالي الجودة يُقدّم من قبل ناشرين ذوي علاقة بالجمهور
الذي تستهدفه علامتك التجارية

شراكة مع تيك توك الأولى من نوعها في المنطقة، تتيح للعلامات التجارية الظهور
إلى جانب محتوى MBC عبر إعلانات تمهيدية عالية التأثير



فرصة حصريّة للإعلان بجوار محتوى تيك توك المميّز من MBC المصمّم بعناية
لتحقيق أعلى ظهور، مع إمكانية تطبيق استراتيجيات استهداف الجمهور



حلول الراديو

تغطية فعّالة بتكلفة مناسبة
استهداف دقيق للجمهور
أداء يمكن قياسه

حلول الراديو ←



اضغط [هنا](#) للمشاهدة

طول إعلانية مخصصة لزيادة حضور علامتك التجارية



مقابلات



تنويهات إعلانية



مسابقات
مباشرة



تغطيات ميدانية





طول قائمة على الدراسات والأرقام ←



حلول القياس

أهم أدوات القياس

دراسات تطوير
العلامة التجارية

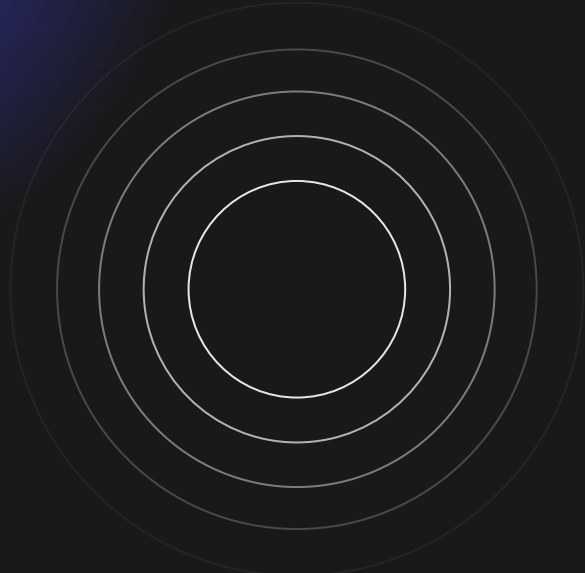
قياس أثر العلامة التجارية على
جمهور شاهد والتلفزيون

قياس الانتباه

قياس تفاعل المشاهدين مع
الإعلانات على شاهد والتلفزيون

* تُقدّم جميع أدوات القياس المذكورة أعلاه بالتعاون مع شركاء عالميين

دراسات تطوير أداء العلامة التجارية ←



ارتفاع مؤشرات العلامة

الاستجابات



* تُقدّم جميع أدوات القياس المذكورة أعلاه بالتعاون مع شركاء عالميين

قياس الانتباه ←

الانتباه النشط

تركيز تام على الشاشة

الانتباه غير النشط

العين موجهة بشكل نسبي على الشاشة

انعدام الانتباه

عدم النظر إلى الشاشة تماماً

يتم بناء قاعدة الجماهير استنادًا إلى تفاعل المستخدمين عبر منصة mbc شاهد، مع تحليل الإشارات السياقية والسلوكية، ويتم تحديث الشرائح باستمرار وفقًا لسلوكيات المستخدمين الجديدة

تشمل إمكانات منصتنا لإدارة البيانات عبر مختلف منصات MMS الرقمية، والمدعومة بـ (Permutive) ما يلي

نبني للعلامات تجارية حلقة وصل مع جمهورها من خلال البيانات



خدمات حوسبة
متقدمة



بيانات فورية

تتبع تفاعل المستخدم أثناء
الجلسة مع سجل بيانات غير
محدود



الالتزام
بسياسة
الخصوصية

تحقيق أقصى درجات الاستهداف للوصول إلى الجمهور

توجيه سلوكي



توجيه الإعلانات
للمستخدمين وفق
أنماط سلوكهم



الجمهور السياقي



توجيه الإعلانات
للمستخدمين عند
مشاهدتهم محتوى
مرتبط بالعلامة
التجارية



قصص نجاحاتنا

مع مختلف العلامات التجارية



اضغط [هنا](#) لمشاهدة الفيديو

دراسة تعاون بين JARIR x MMS

أطلقت مكتبة جرير، بالتعاون مع MMS حملة رمضان قوية صممت للتواصل مع ملايين المشاهدين خلال موسم المشاهدة الأكثر تفاعلاً في المنطقة. استغلت المحتوى المميز لمنصة شاهد، مع مزيج استراتيجي من الصيغ الإبداعية ومواضع الإعلانات الذكية للوصول إلى الجمهور في أفضل الأوقات

اضغط [هنا](#) للمشاهدة

عرض الفيديو داخل المحتوى

أكثر من 2.7 مليون مشاهدة
أكثر من 1 مليون مستخدم فريد تم الوصول إليهم
نسبة إكمال 97% (متوسط السوق 94%)

إعلانات التوقف

أكثر من 1.1 مليون ظهور
الوصول إلى 392 ألف مستخدم فريد
تحقيق معدل نقر 0.4% (متوسط السوق بين 0.4% و 0.6%)



دراسة تعاون بين MMS X ROSHN

أطلقت إم بي سي ميديا سوليوشنز بالتعاون مع روشن، حملة قوية ومرئية تهدف إلى تعزيز حضور روشن والوصول إلى الجمهور على نطاق واسع عبر منصات MBC المتميزة. استندت الحملة إلى مزيج استراتيجي من مواضع الإعلانات المؤثرة، التكرار الذكي، والصيغ الإعلانية الموجهة لجذب الانتباه، محققة ظهوراً استثنائياً وتفاعلاً عميقاً من المشاهدين

اضغط [هنا](#) للمشاهدة



مجموعة روشن
ROSHN GROUP



187 مليون ظهور

أكثر من 6 ملايين مشاهد فريد

28 مرة ظهور لكل مشاهد



أكثر من 3 مليون ظهور

أكثر من 1,000 نقرة بمعدل CTR يبلغ 0.03%

نسبة إكمال 97.10% (الهدف 94%)

mbc

دراسة تعاون بين MMS X AL RUGAIB`

في تعاون مثمر بين شركة الرقيب وإم بي سي ميديا سوليوشنز أطلقنا حملة رمضان ممتيزة على شاهد، باستخدام صيغ إعلانية عالية الأداء لزيادة الوعي والتفاعل، مع تحقيق نتائج تجاوزت المعايير المرجعية في مرات الظهور، والمشاهدات ونسب النقر والإكمال

اضغط [هنا](#) للمشاهدة



مفروضات الرقيب
ALRUGAIB FURNITURE

فيديو داخل المحتوى (In-Stream Ad)
2.4 مليون مشاهدة

إعلان الصفحة الرئيسية (Hero Banner)

أكثر من 773 ألف ظهور
إعلان توقف (Pause Ads)
521 ألف ظهور

معدل النقرات 0.4%
(المعيار المرجعي 0.4% - 0.6%)

دراسة تعاون بين MMS X HUNGERSTATION

أطلقت إم بي سي ميديا سوليوشنز وهنقرستيشن حملة رمضان جاذبة على منصة شاهد، لتصبح جزءًا من أكثر لحظات المشاهدين تميزًا خلال الشهر الكريم. تم دمج الحملة بسلسلة مع أفضل البرامج مشاهدة، حيث ظهرت الإعلانات في أوقات رئيسية من اليوم كأوقات الاسترخاء والاجتماع العائلي مسلطة الضوء بشكل طبيعي على خدمة توصيل الطعام من هنقرستيشن في لحظات الذروة

اضغط [هنا](#) لمشاهدة الفيديو



**HUNGER
STATION**

نسب إكمال المشاهدة

24 مليون

الانطباعات

38.5 مليون

نسب الإكمال

97.5%

نسب المشاهدة

96.7%

نتائج دراسة تطوير العلامة التجارية

16% زيادة في تفضيل العلامة

17% زيادة في نية الشراء

11% زيادة في إمكانية التوصية بالعلامة

تواصل مع جمهورك

عبر قائمة برامج موسم رمضان
2026

نظرة على برامج mbc

البرامج الاجتماعية

برامج الطبخ

البرامج الكوميدية

المسلسلات الدرامية

البرامج الحوارية



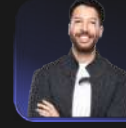
*
نادينا الفوز
بملعبك



*
شارع الأعشى 2



*
جاك العلم 3



*
إفطارنا غير



*
درب المملكة



*
الغميضة



*
يوميات رجل متزوج



*
مالك بالطويلة



*
كحيلان



*
آخر كلام



*
رحلة في سيرة
النبي محمد
عليه الصلاة والسلام



*
إفراج



*
رامز ليفل الوحش



*
أبي .. مواقف و
عبر

* SHOWS AVAILABLE ON mbc AVOD

نظرة على برامج دراما mbc

المسلسلات الدرامية



*
مولانا

متوفر على منصة AVOD
فقط في الإمارات



*
المتر سمير



*
غلط بنات



*
كسرة



*
الست المونا ليزا



*
مطبخ المدينة
متوفر على منصة AVOD
فقط في الإمارات



*
حي الجرادية

* SHOWS AVAILABLE ON mbc AVOD

نظرة على برامج العراق

mbc

برامج الطبخ

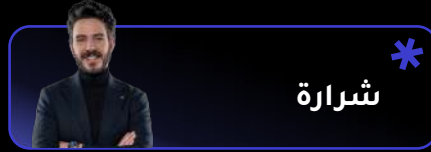
المسلسلات الكوميدية

المسلسلات الدرامية

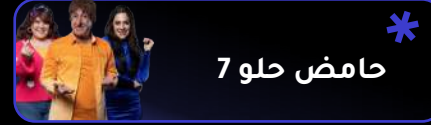
برامج مسابقات



* بين أهلنا



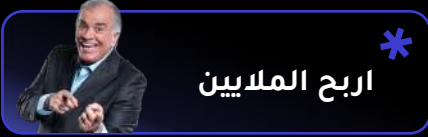
* شرارة



* حامض حلو 7



* إفطارنا غير



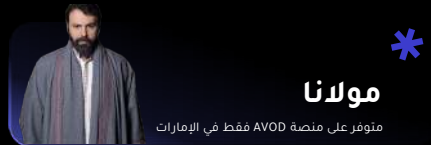
* اربح الملايين



* حمدية



* رامز ليفل الوحش



* مولانا

متوفر على منصة AVOD فقط في الإمارات



إفراج

* SHOWS AVAILABLE ON mbc AVOD

برامج خاصة بمنصة mbc

البرامج



بالحرام

متوفر على منصة AVOD فقط في الإمارات



بخمسة أرواح

متوفر على منصة AVOD

نظرة على برامج FM

برامج MBC LOUD

برامج PANORAMA FM

برامج MBC FM



THE BYRON
COOKE SHOW



سلي صيامك



أحلى صباح



صباحكم سعودي



BENCHWARMERS



افطارك علينا



بودكاست
هدى وهنّ



عز النهار



THE DRIVE
WITH JAYR



حكايا رمضان



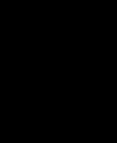
بودكاست
كلام رجال



هلا رمضان



NIGHT SHOW
WITH HARRY &
DANA



الناس للناس

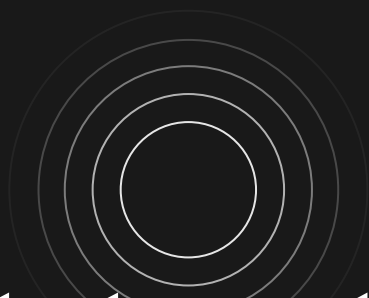


30 ثانية



دورينا

فرص الرعاية وأسعار المساحات الإعلانية ←



قناة MBC1- نظرة على أسعار الإعلان والرعاية

نوع البرنامج	اسم البرنامج	سعر المساحة الإعلانية (ريال سعودي)	سعر المساحة (درهم إماراتي)	سعر الرعاية (ريال سعودي)	سعر الرعاية (درهم إماراتي)	عدد المساحات الإعلانية
برنامج طبخ	إفطارنا غير	SAR 12,000	AED 11,750	SAR 2,000,000	AED1,950,000	2
اجتماعي 1	باب رزق/ العيسى	SAR 24,000	AED 23,500	SAR 2,600,000	AED2,550,000	1
اجتماعي 2	درب المملكة	SAR 45,000	AED 44,000	SAR 3,400,000	AED3,300,000	1
اجتماعي 3	مالك بالطويلة	SAR 80,000	AED 78,500	SAR 5,500,000	AED5,400,000	1
اجتماعي 4	أبي .. مواقف وعبر	SAR 80,000	AED 78,500	SAR 3,400,000	AED3,300,000	-
اجتماعي 5	رحلة في سيرة النبي	SAR 24,000	AED 23,500	SAR 2,600,000	AED2,550,000	1
أذان المغرب						
بعد الأذان	شريط إعلاني مخصص	SAR 110,000	AED 107,500	SAR 1,500,000	AED1,450,000	-
كوميدي 1	يوميات رجل متزوج	SAR 182,000	AED 178,000	SAR 20,000,000	AED19,500,000	2
كوميدي 2	جاك العِلم	SAR 160,000	AED 156,500	SAR 17,500,000	AED17,150,000	2
كوميدي 3	آخر كلام	SAR 145,000	AED 142,000	SAR 15,500,000	AED15,200,000	2
رامز	رامز ليفل الوحش	SAR 120,000	AED 117,500	SAR 13,000,000	AED 12,700,000	2
دراما	الغميضة	SAR 85,000	AED 83,000	SAR 8,800,000	AED8,600,000	2
دراما	شارع الأعشى	SAR 130,000	AED 127,000	SAR 13,500,000	AED13,250,000	2
دراما	كحيلان	SAR 75,000	AED 73,500	SAR 8,000,000	AED7,850,000	2
دراما	إفراج	SAR 60,000	AED 58,750	SAR 6,300,000	AED6,150,000	2
برنامج حوار	نادينا	SAR 30,000	AED 29,500	SAR 3,300,000	AED3,200,000	2

ملخص أسعار الرعاية والإعلانات لقناة MBC دراما

نوع البرنامج	اسم البرنامج	سعر الإعلان (ريال سعودي)	سعر الإعلان (درهم إماراتي)	سعر الرعاية (ريال سعودي)	سعر الرعاية (درهم إماراتي)
دراما كويتية	غلط بنات	SAR 19,000	AED 18,500	SAR 2,250,000	AED 2,200,000
دراما مصرية	المتر سمير	SAR 19,000	AED 18,500	SAR 1,125,000	AED 1,100,000
دراما خليجية	كسرة	SAR 19,000	AED 18,500	SAR 2,250,000	AED 2,200,000
دراما عربية	مولانا	SAR 19,000	AED 18,500	SAR 2,250,000	AED 2,200,000
دراما مصرية	الست الموناليزا	SAR 19,000	AED 18,500	SAR 1,125,000	AED 1,100,000
دراما عربية	مطبخ المدينة	SAR 19,000	AED 18,500	SAR 2,250,000	AED 2,200,000
دراما خليجية	حي الجرادية	SAR 19,000	AED 18,500	SAR 2,250,000	AED 2,200,000

اسم البرنامج	نوع البرنامج	سعر الرعاية بالدولار	سعر الإعلان بالدولار
إفطارنا غير	طبخ	217,800	2,200
بين أهلنا الموسم 8	اجتماعي	247,500	2,500
حامض طو الموسم 7	كوميدي	693,000	7,000
رامز ليفل الوحش	كوميدي	544,500	5,500
شرارة	دراما	544,500	5,500
حمدية	دراما	544,500	5,500
مولانا	دراما	445,500	4,500
إفراج	دراما	247,500	2,500
اربح الملايين	مسابقات	247,500	2,500

ملخص أسعار الرعاية والإعلانات على إذاعات المجموعة

سعر الرعاية	اسم البرنامج	الإذاعة
SAR 180,000	صباحكم سعودي	MBC FM
SAR 200,000	عز النهار	
SAR 225,000	هلا رمضان	
SAR 225,000	الناس للناس	
SAR 250,000	30 ثانية	
SAR 250,000	دورينا	
SAR 160,000	أحلى صباح	PANORAMA FM
SAR 160,000	بودكاست: هدى وهنّ	
SAR 160,000	بودكاست: كلام رجال	
SAR 180,000	رمضان والناس	
SAR 200,000	سلي صيامك	
SAR 200,000	إفطارك علينا	
SAR 200,000	حكايا رمضان	
SAR 160,000	THE BRYON COOKE SHOW	MBC LOUD
SAR 180,000	THE DRIVE WITH JAY R	
SAR 180,000	BENCHWARMERS	
SAR 200,000	NIGHT SHOW WITH HARRY AND DANA	

شاكرين لكم ونطمح لتحقيق نجاحات سوياً ←

تواصل معنا على <

hello@mms.net

www.mms.net