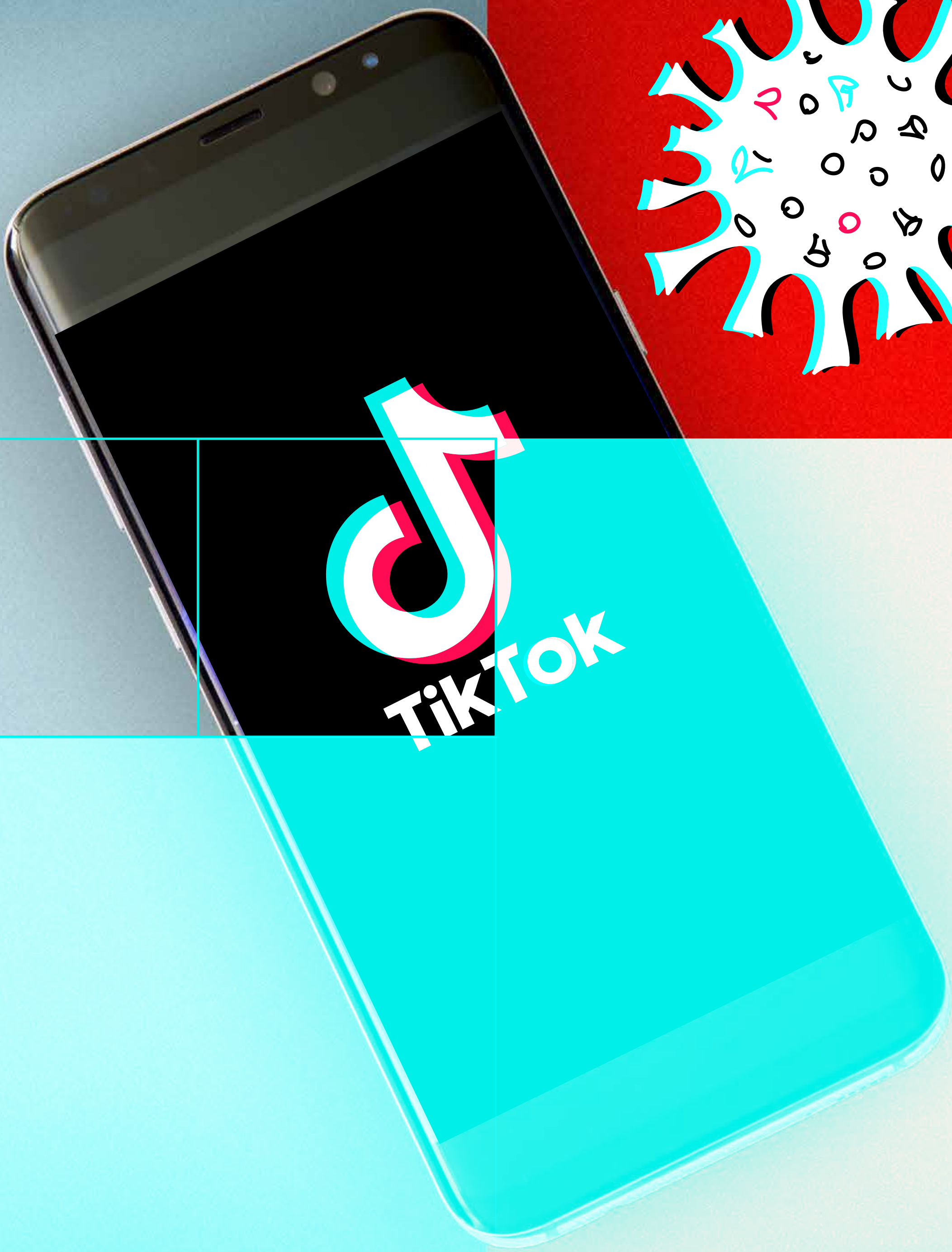


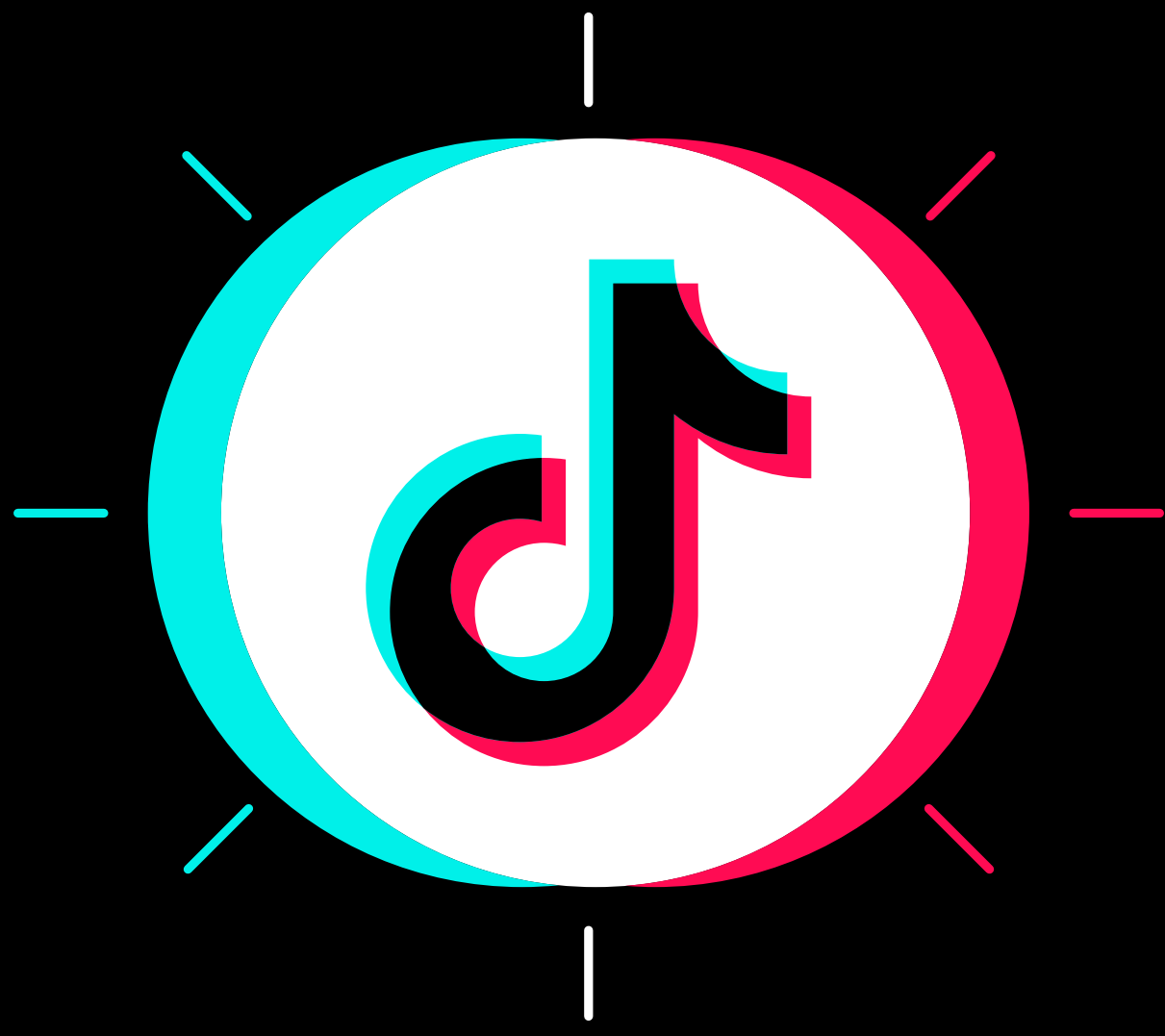
TikTok

المستفيد الأكبر من
كورونا



TREND

مايو
2020



المقدمة

يُعرف عن تطبيق TikTok أنه منصة لإنشاء المحتوى، وليس للتواصل الاجتماعي، ومع ذلك لا يمكن تجاهل شعبية التطبيق واتجاهات التطور السريعة التي يمر بها.

من خلال بحث فريق العمل عن التطبيق وجدنا الكثير من الملاحظات والدراسات التي تناولت التطبيق وخصوصاً من جهتي سياسة الخصوصية وطبيعة المحتوى الذي اشتهر بالترفيه، ولكن يبقى للتطبيق حضور وفرصة للانتشار في المنطقة وتبقى الأفلام الموجودة على التطبيق تحقق مشاهدات عالية مع وجود **66%** من المستخدمين دون سن الثلاثين ووجود تحديات على التطبيق تحقق أعداد مشاهدة ملياريه، فقد حقق التطبيق **4.7 مليار** مشاهدة في المنطقة العربية فقط.

يُعرف التقرير بالتطبيق من حيث النشأة والاندماج، التطبيق قبل كورونا، التطبيق في زمن كورونا، وأخيراً ما هو مستقبل التطبيق.

ما ظهر لفريق العمل أن التطبيق يتطور بسرعة لذا من الصعوبة تحديد المكان الذي سيصل له خلال المرحلة القادمة ولكن التطبيق مثل باقي التطبيقات الموجودة سيستمر لأن الناس تستمر في السرد وتسجيل ذكرياتها.

فريق العمل

المحتويات

04
ما هو
التطبيق؟

16
التطبيق
قبل كورونا

21
التطبيق في
زمن الكورونا

24
مستقبل
التطبيق



Original Sound



Flip



Speed



Beauty



Filters



Timer



Trim



ما هو
التطبيق؟



Effects



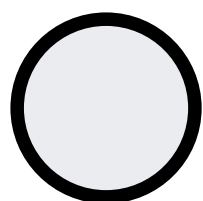
60s

15s

Photo Templates



Upload



ما هو التطبيق



● شبكة اجتماعية صينية لإنشاء ومشاركة مقاطع فيديو قصيرة مع الموسيقى

● تأسس في سبتمبر 2016

● أسسه تشانغ يي مينغ

● النسخة الصينية من التطبيق تُعرف باسم Douyin (دويان)

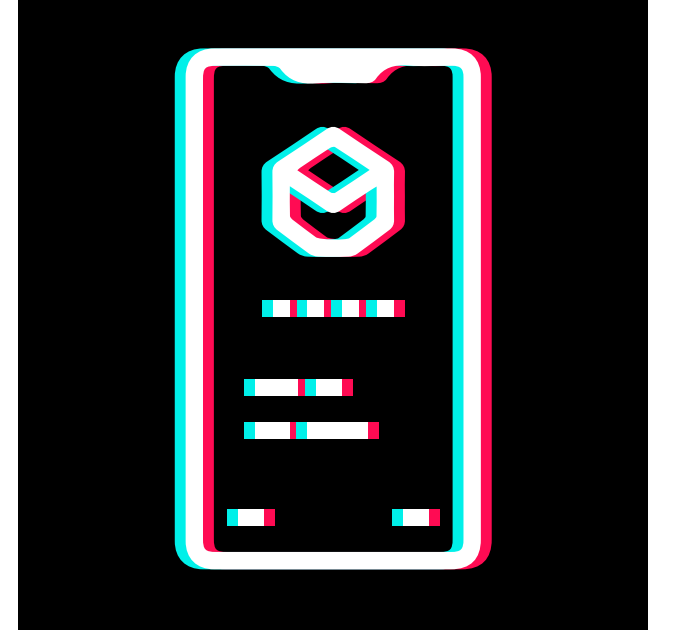
● مدة تصوير مقاطع الفيديو داخل التطبيق من 15 - 60 ثانية

● يضم مكتبة كبيرة من الأغاني ومقاطع الموسيقى

● يمكن تحميل الفيديو بضغطه طويلة على الشاشة

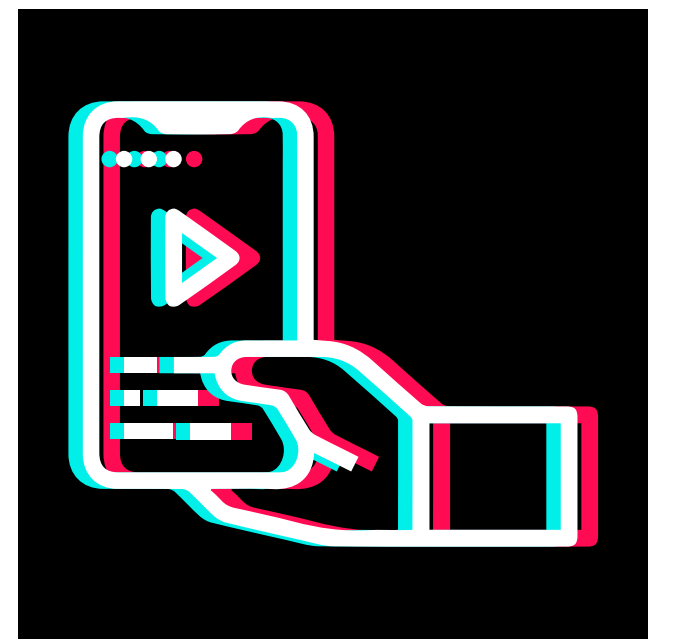
يتيح التطبيق

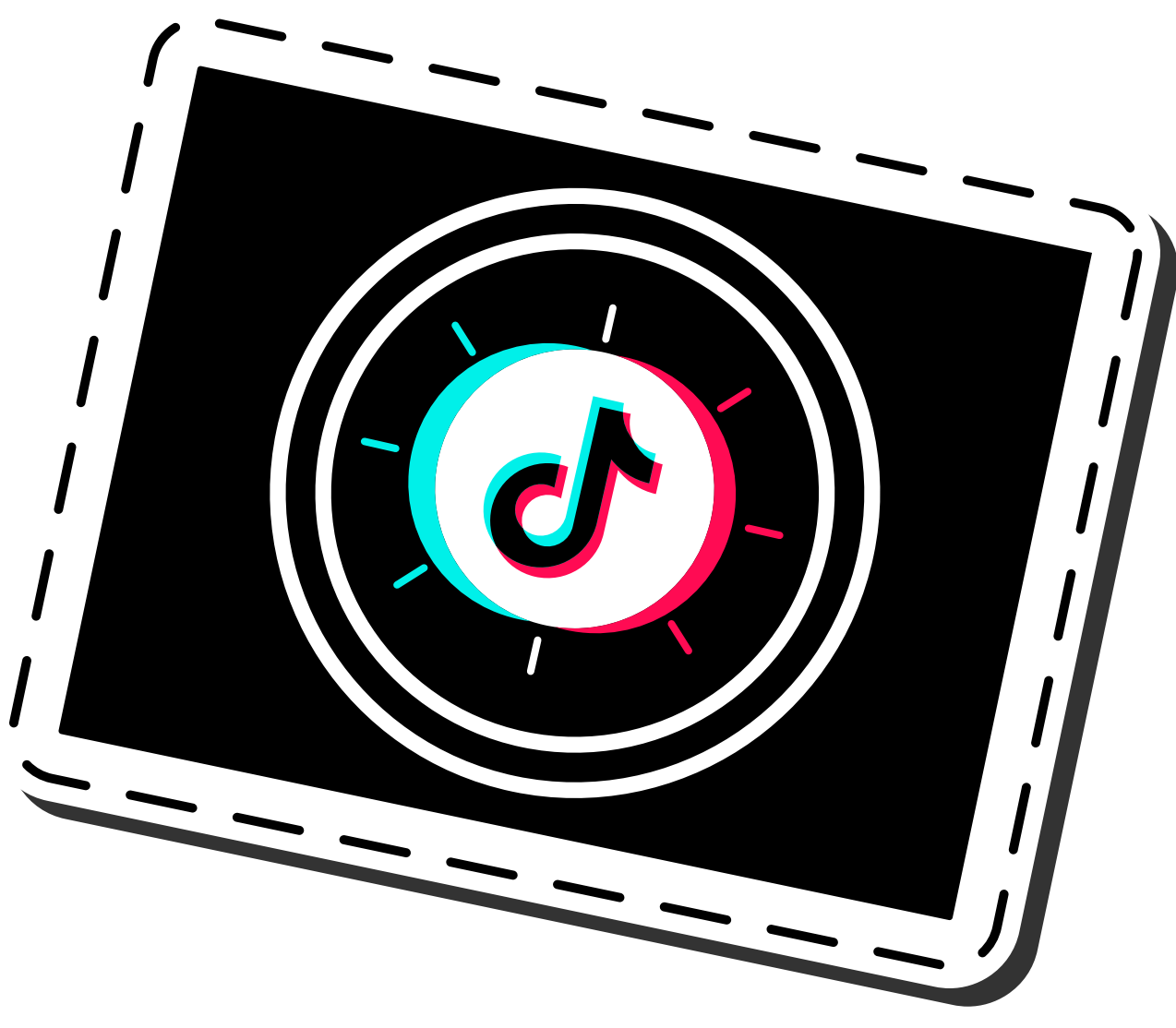
- تعديل المقاطع بفلاتر الصور ومؤثرات لحظية
- تجزئة الشاشة إلى أكثر من مقطع
- أدوات لإضفاء الطابع الشخصي
- عناصر التحكم في سرعة الكاميرا



يمكن إضافة العديد من الخيارات لقائمة المفضلات مثل:

- مقاطع الفيديو
- الهاشتاق
- الأغاني
- المؤثرات
- مونتاج للفيديو بعد التصوير





ملامح ومميزات التطبيق

1.

ليس للمستخدم أي تحكم يدوي في المحتوى

2.

يعتمد ظهور

المحتوى على الذكاء الاصطناعي في اختار الفيديوهات

3.

يتم الاختيار

بناء على ما قام المستخدم بمشاهدته مسبقاً

4.

لا يوجد

توقيت على التطبيق

5.

لا يمكن معرفة

متى تم رفع الفيديو

6.

كلما كان عُمر

المحتوى قديم قلت فرص التفاعل

7.

غير ملائم

للتغطيات الإخبارية لعدم وجود توقيت

8.

تستخدمه

Washington Post لنشر محتوى ترفيهي هزلي

9.

يمتلك بعض

صانعو المحتوى القدرة على نقل بث مباشر

10.

تضاف علامة

زرقاء بجانب الحسابات الرسمية

11.

تتميز الحسابات

الخاصة بصانعي المقاطع بعلامات برتقالية

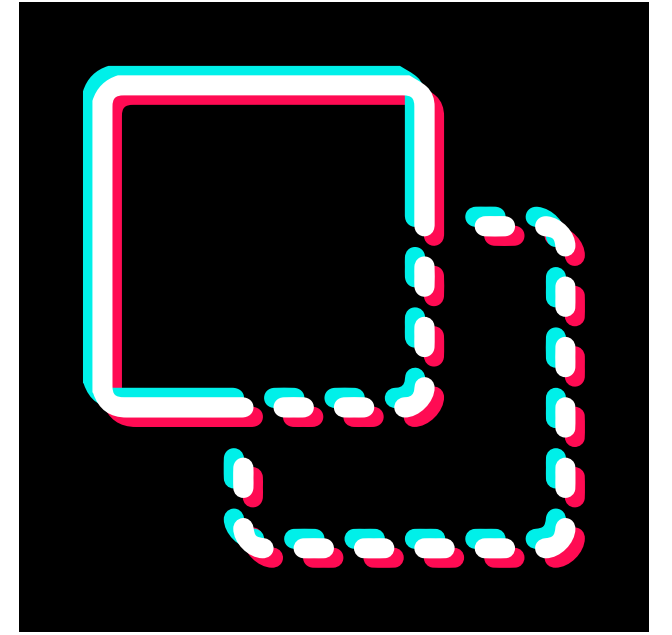
الشركة المشغلة للتطبيق



- شركة بايت دانس لتكنولوجيا الإنترنت شركة صينية تشغل العديد من منصات المحتوى
- أسسها تشانغ يي مينغ 2012
- المنتج أو الخدمة الأساسية لشركة بايت دانس هو منصة "توتياو" الإخبارية
- يتم تحديث موجز المحتوى بناءً على ما يتعلمه الجهاز عن تفضيلات القراءة للمستخدم

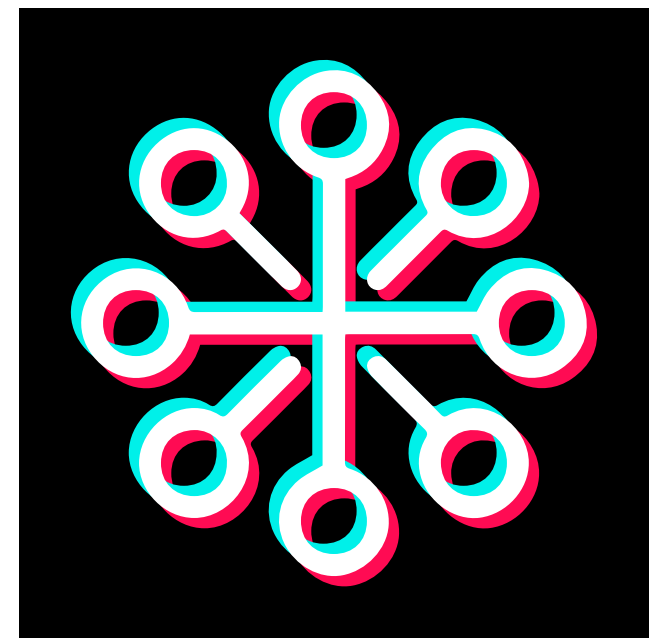
دمجت الشركة ما بين

- برنامج musical.ly لصناعة الفيديوهات والمراسلة
- تطبيق Douyin الاسم السابق لتطبيق تيك توك
- يسمح التطبيق بالتقاط الصور وتعديلها ومشاركتها عبر منصات: Weibo, WeChat



بعد الدمج أصبح لدى ByteDance أكثر من

- 800 مليون مستخدم
- \$75 مليار القيمة السوقية للتطبيق





تقييم التطبيق

آآآة

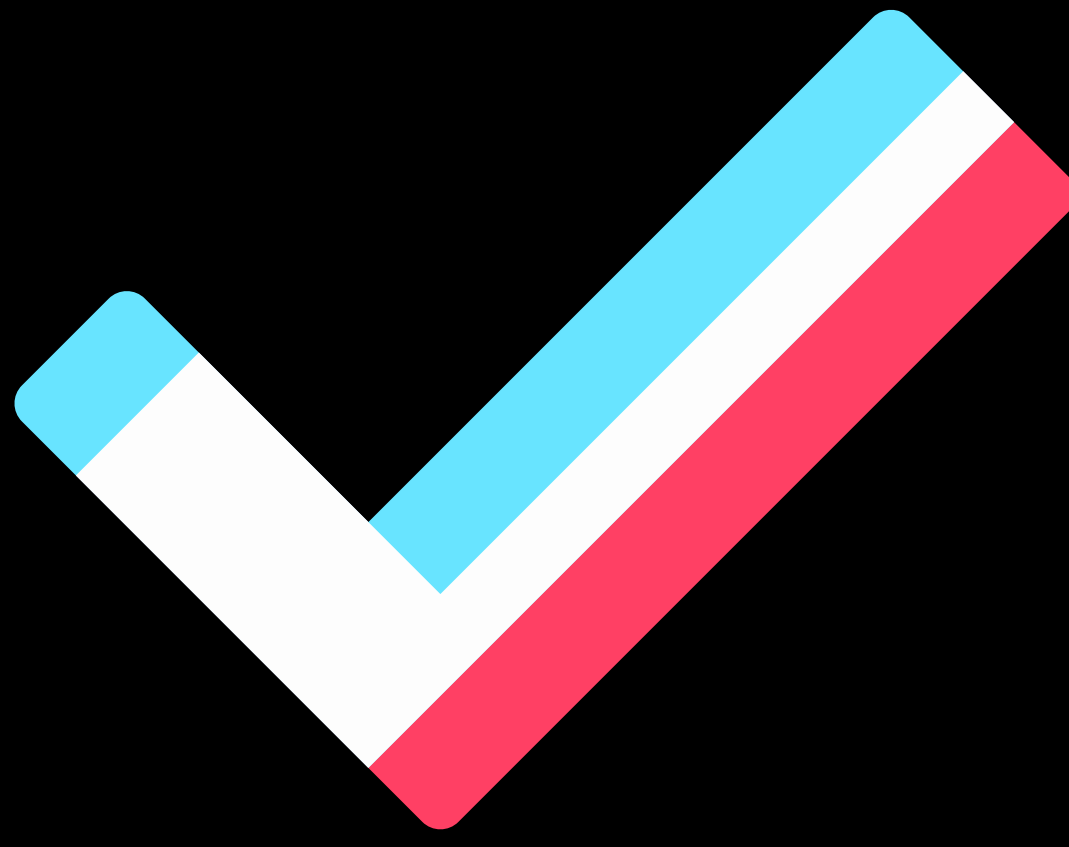
15,168,198

إجمالي من قيم التطبيق



4,6

معدل التقييم



الإيجابي

- إشادة بالمحتوى الكوميدي
- التعرف على ثقافات العالم من خلال مشاهدة يومياتهم
- القدرة على اختيار المحتوى المطلوب
- منصة لعرض المحتويات المختلفة التي تأتي من ثقافات مختلفة
- السماح بالإبلاغ عن المحتوى المسيء وغير اللائق
- منصة إبداع تساعد الموهوبين للظهور والإعلان عن مواهبهم
- من الأفضل إذا تم إضافة محتوى ذو مغزى

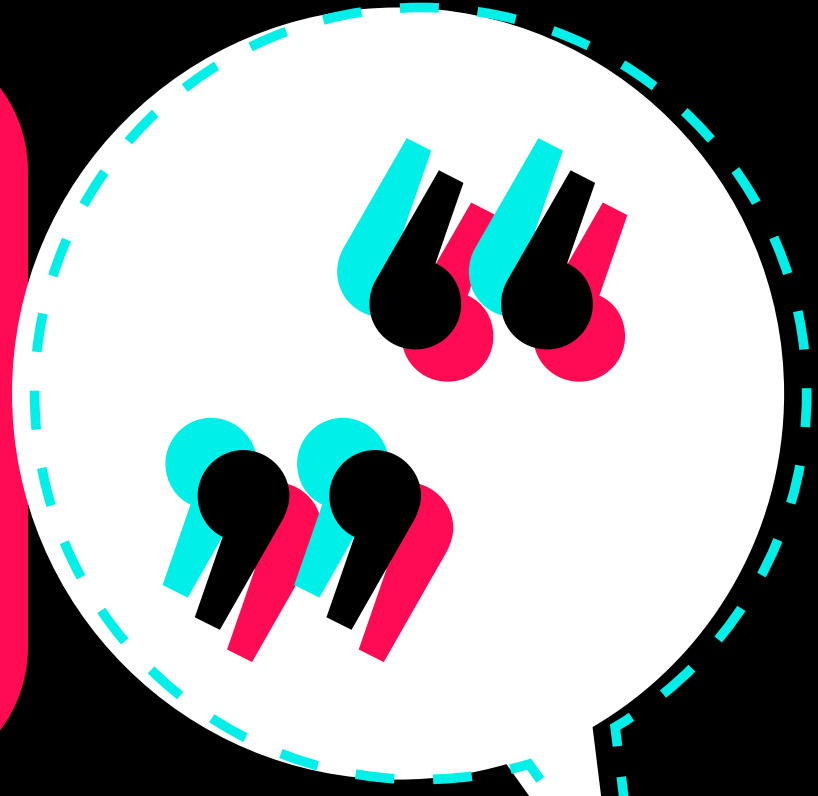


- مليء بالمحتوى الهزلي غير الهادف
- يضم العديد من الحسابات الوهمية
- يُظهر التطبيق أنه لا يوجد اتصال بالإنترنت
- ردود القائمين على التطبيق باللغة الإنجليزية حتى مع الأسئلة العربية
- قصر مدة الفيديو بحد أقصى 60 ثانية
- عرض المحتوى فور فتح التطبيق دون اختيار من المستخدم
- التطبيق غير مناسب للأطفال لما فيه من محتوى غير مناسب
- لا يتيح حرية النشر والتفاعل أو إيقاف التعليق أو الإعجاب
- حذف الحسابات دون علم المستخدمين ودون ابداء أسباب
- حذف بعض المقاطع لأنها لا تتناسب مع سياسة التطبيق
- عدم تقديم فيديوهات بث مباشر (live) لمشاركتها مع متابعيهم
- خروج التطبيق من تلقاء نفسه من صفحته الرئيسية

قالوا عن التطبيق

يسهم التطبيق في زيادة
نسبة انتشار مقاطع
الأغاني

شركة Genius للإعلان الإلكتروني



يتيح إظهار مواهبهم بسهولة
ويسرف في مقطع فيديو

إيفان شبيجل مؤسس Snapchat



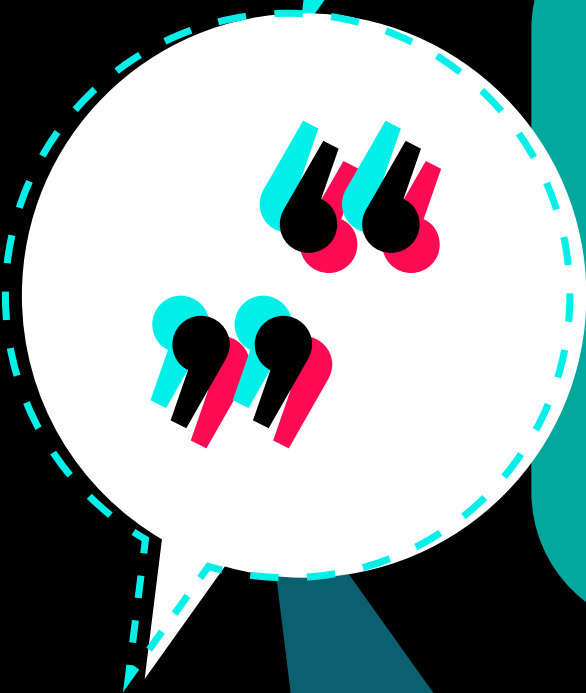
الاختلاف الرئيسي بين مختلف
التطبيقات و TikTok أنه لا يوجد جدار
حماية بين شركات التكنولوجيا الصينية
والدولة

Fergus Ryan المحلل في معهد السياسة الاستراتيجية
الأسترالي (ASPI)



قانون المخابرات الوطنية الصيني لعام
2017 يفرض على الشركات مشاركة
المعلومات معها

النائب الفيدرالي ورئيس لجنة المخابرات والأمن في البرلمان
أندرو هاستي



بيئة خصبة لسرقة المحتوى
وإعادة نشره، لغياب حقوق
الملكية الفكرية

TREND





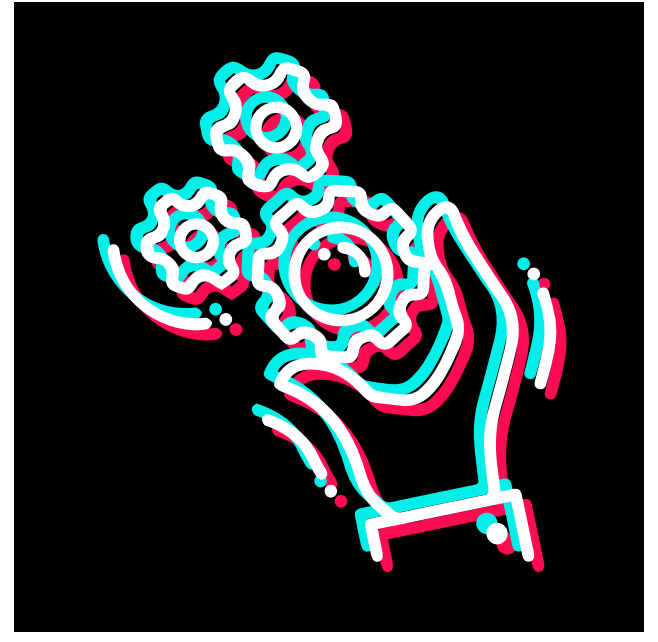
سياسات الاستخدام

● حماية الحقوق أقل بكثير من التطبيقات المشابهة

● تشمل المعلومات الفنية والسلوكية التي يقدمها المستخدم عند استخدام المنصة، ومعلومات عندما تقوم بتنزيل التطبيق والتفاعل مع المنصة دون إنشاء حساب

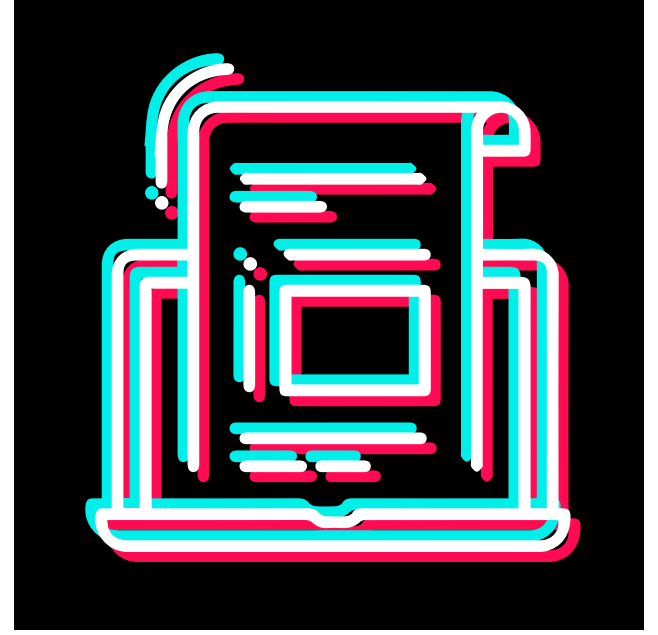
آليات استخدام المعلومات

- عرض المقترحات في قسم "For You"
- تحسين المنصة وتطويرها
- تقديم إعلانات موجهة



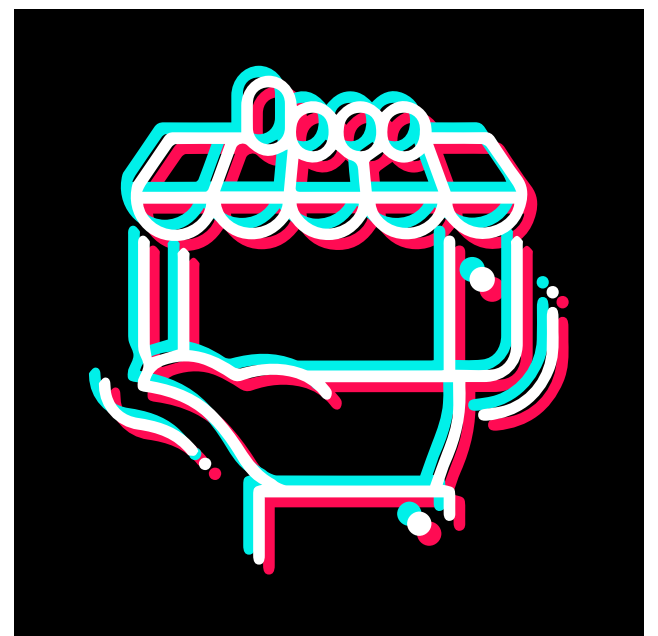
تشارك المعلومات

- مزودي خدمات آخرين
- شركاء أعمال
- شركات ضمن مجموعة شركات TikTok
- شركات خدمات تعديل المحتوى
- مزودي خدمات القياس
- معلنين ومزودي خدمات تحليل البيانات
- هيئات قانونية وتنظيمية



يشارك التطبيق معلوماتك مع كل من

- شركاء الأعمال
- مقدّمو خدمات السداد
- مقدمو الخدمات
- مقدمو التحليلات
- المعلنون وشبكات الإعلان
- مجموعة الشركاء
- جهات تنفيذ القانون





أنواع البيانات الشخصية التي يستخدمها التطبيق

1.

ملف

التعريف الخاص بك

2.

المحتوى

المستخدم

3.

التفاعل

مع المنصة

4.

تفضيلات

تناسب الجنس
والعمر

5.

الإعجابات

والاستجابات
للمحتوى

6.

المعلومات

المتعلقة
بمتابعتك

7.

عنوان

بروتوكول الإنترنت (IP)

8.

شبكة

الهاتف الجوال

9.

إعدادات

المنطقة الزمنية

10.

المعرّف الخاص

بالأغراض
الإعلانية

11.

رقم إصدار

التطبيق الذي
تستخدمه

12.

معلومات

عن الجهاز
المستخدم

13.

الموقع

الجغرافي



أعلى المحتوى انتشاراً

#TUMBLEWEEDCHALLENGE

9 مليون
مشاهدة خلال
أسبوع



أكثر من
8,000
مقطع فيديو



شراكة مع
جيمي فالون



#INMYFEELINGS

أكثر من **1.7** مليون مقطع



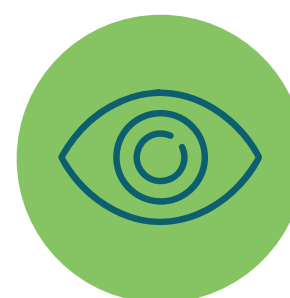
#SavorTheFlavor

اقتربت بالموثرين المهتمين
بالطعام على Instagram



#RAINDROPCHALLENGE

مليار مشاهدة تقريباً



2019

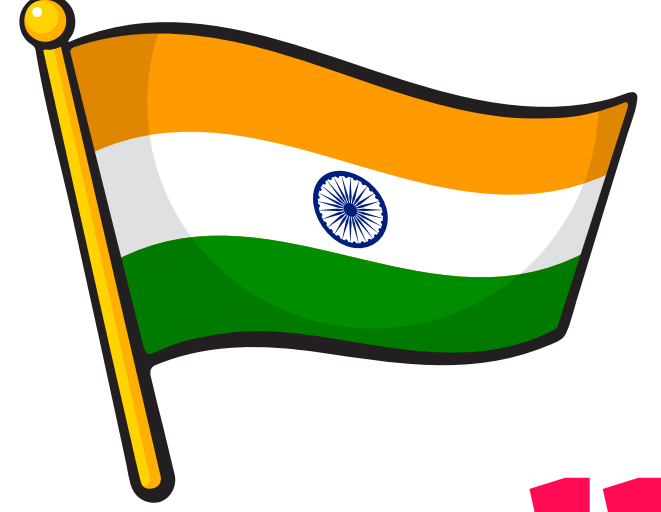
أعلى الدول استخدامًا للتطبيق



28 مليون
تركيا



40 مليون
الولايات المتحدة الأمريكية



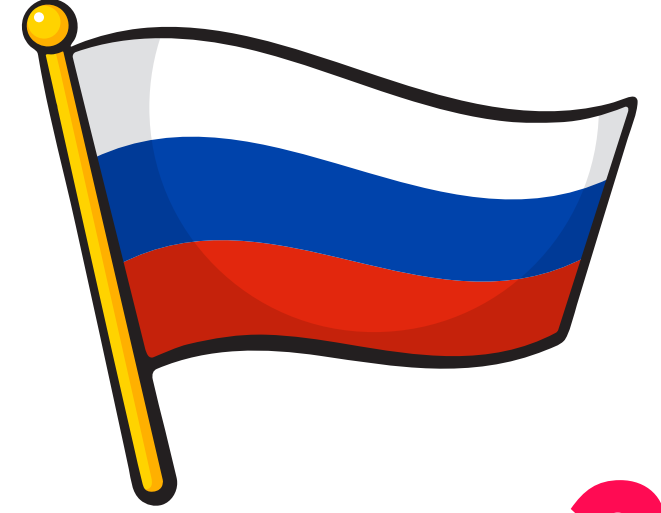
119 مليون
الهند



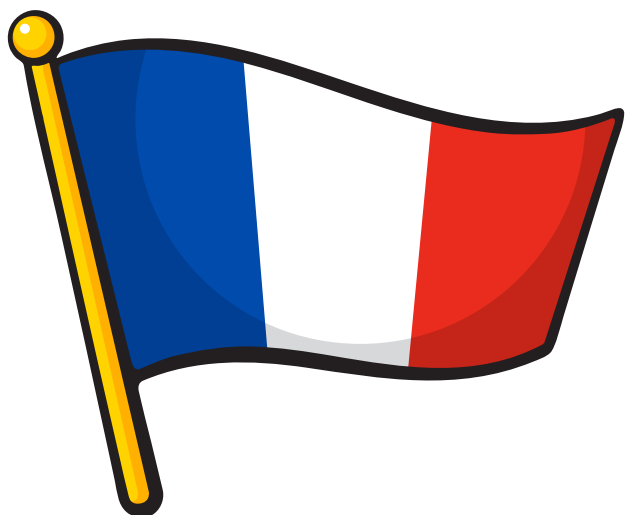
18 مليون
البرازيل



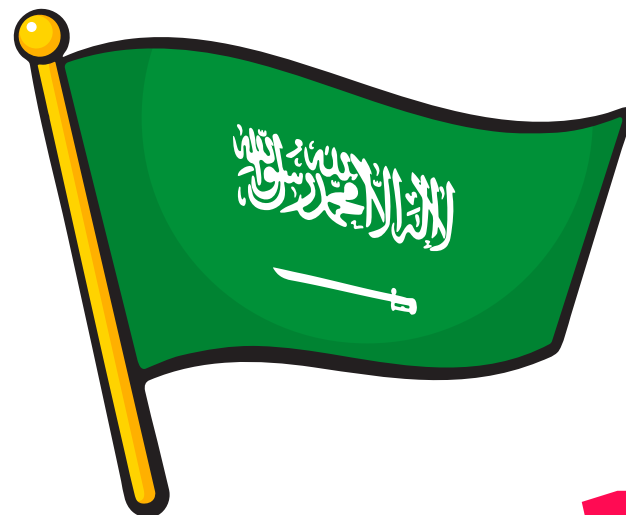
20 مليون
المكسيك



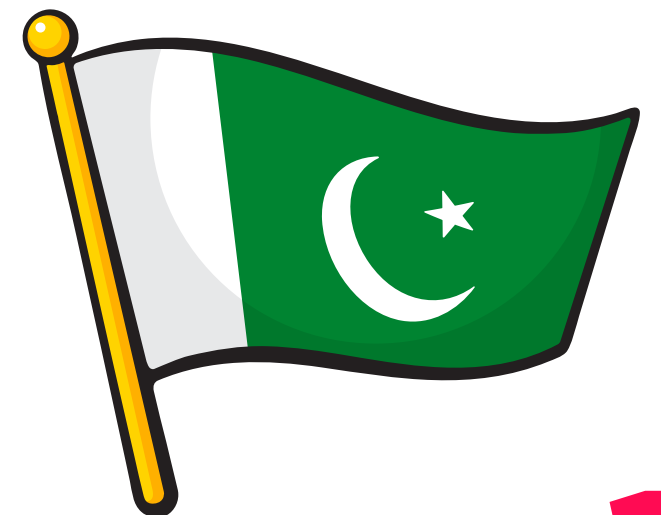
24 مليون
روسيا



9 مليون
فرنسا



10 مليون
المملكة العربية السعودية



12 مليون
باكستان



9 مليون
ألمانيا



أبرز فلاتر الصور المستخدمة

Disco

**Green
Screen**

**Face
Zoom**

Distorted

Portrait

Whirlpool

**Infinity
Clones**

**Time
Warp**

**Fire
Breath**

**Clown
Makeup**

التطبيق قبل كورونا



انتشار التطبيق عالمياً

1,500,000,000 +

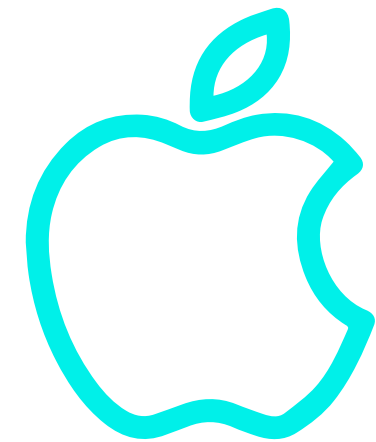
عدد مستخدمي التطبيق

614,000,000

عدد مرات التحميل عام 2019م



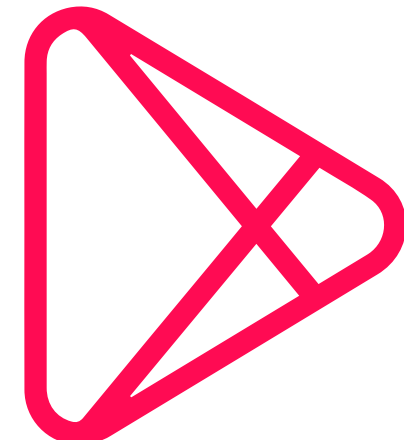
عالمياً في التحميل بعد
WhatsApp **2**



أعلى التطبيقات تحميلاً
على متجر Apple **1**



بين التطبيقات
غير المصنفة كألعاب **4**



على متجر Google Play **3**

أضاف التطبيق خاصية التجارة الإلكترونية

"Hashtag Challenge Plus" ●

تسمح للمستخدمين بشراء منتجات المسوقون عبر منصة التطبيق



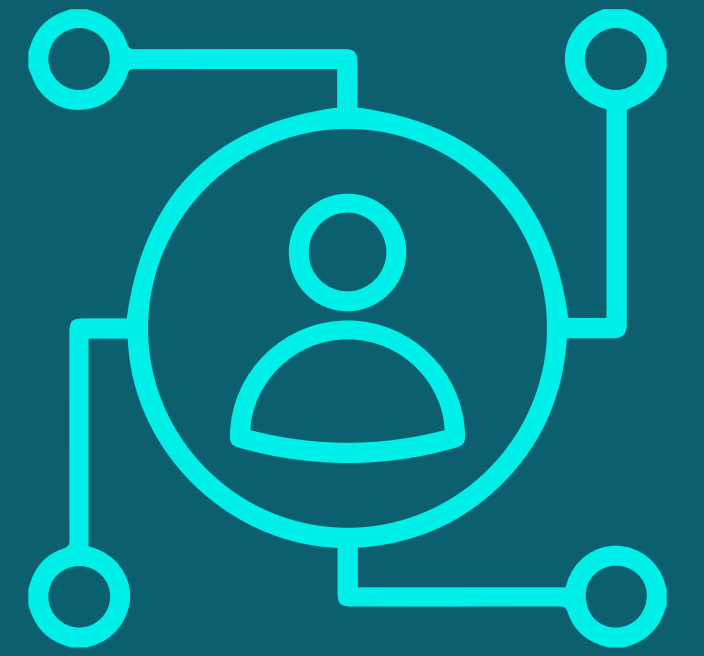
إجمالي إنفاق الشعب
الأمريكي من عملة التطبيق
الافتراضية

\$23
مليار



مستخدم التطبيق
من المسوقين داخل
الولايات المتحدة الأمريكية

4%

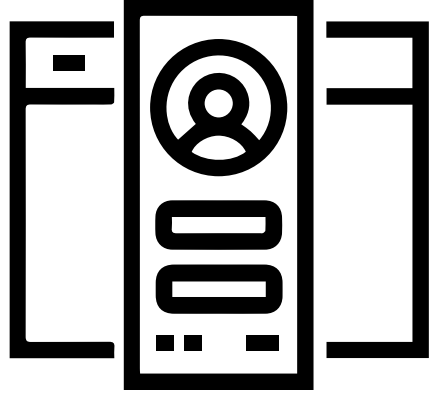


إعلانات التطبيق تستهدف

facebook & Instagram

الشركات المتعاونة مع التطبيق

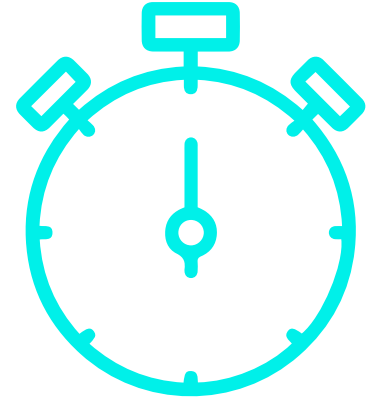




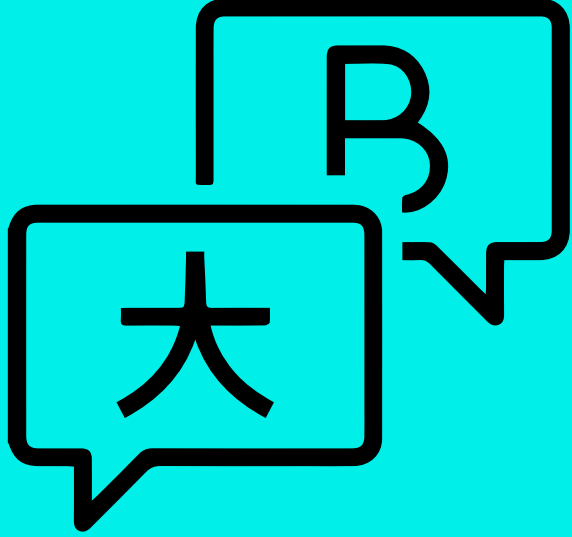
500 مليون
مستخدم شهري
للتطبيق عالمياً



587 مليون متابع
إجمالي متابعي
أعلى **50** حساب



52 دقيقة يومياً
معدل استخدام
التطبيق اليومي



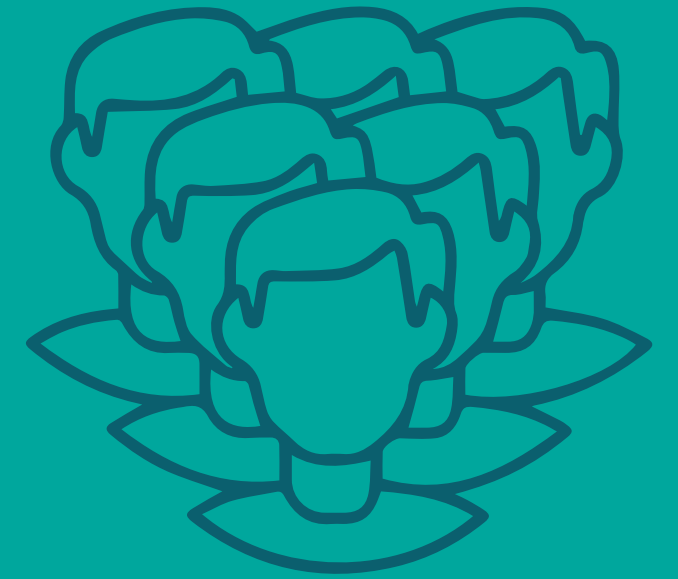
متوفر بـ **75** لغة



التطبيق متاح عبر **155** دولة

9 من بين كل **10**

مستخدمين يسجلون دخولهم للموقع
عدة مرات يومياً



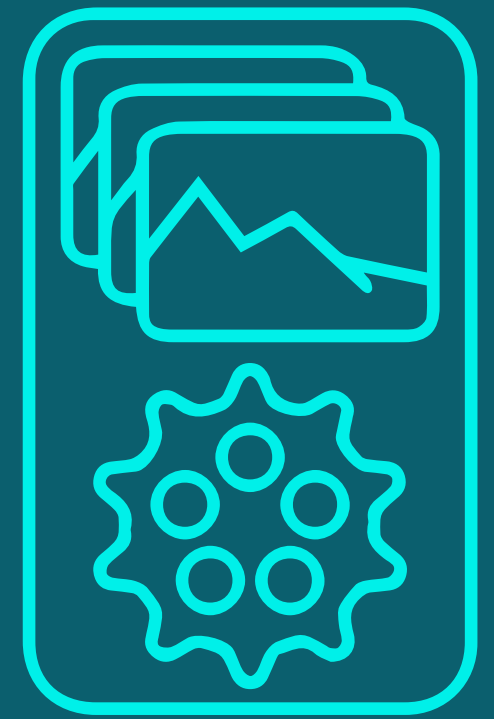
90%

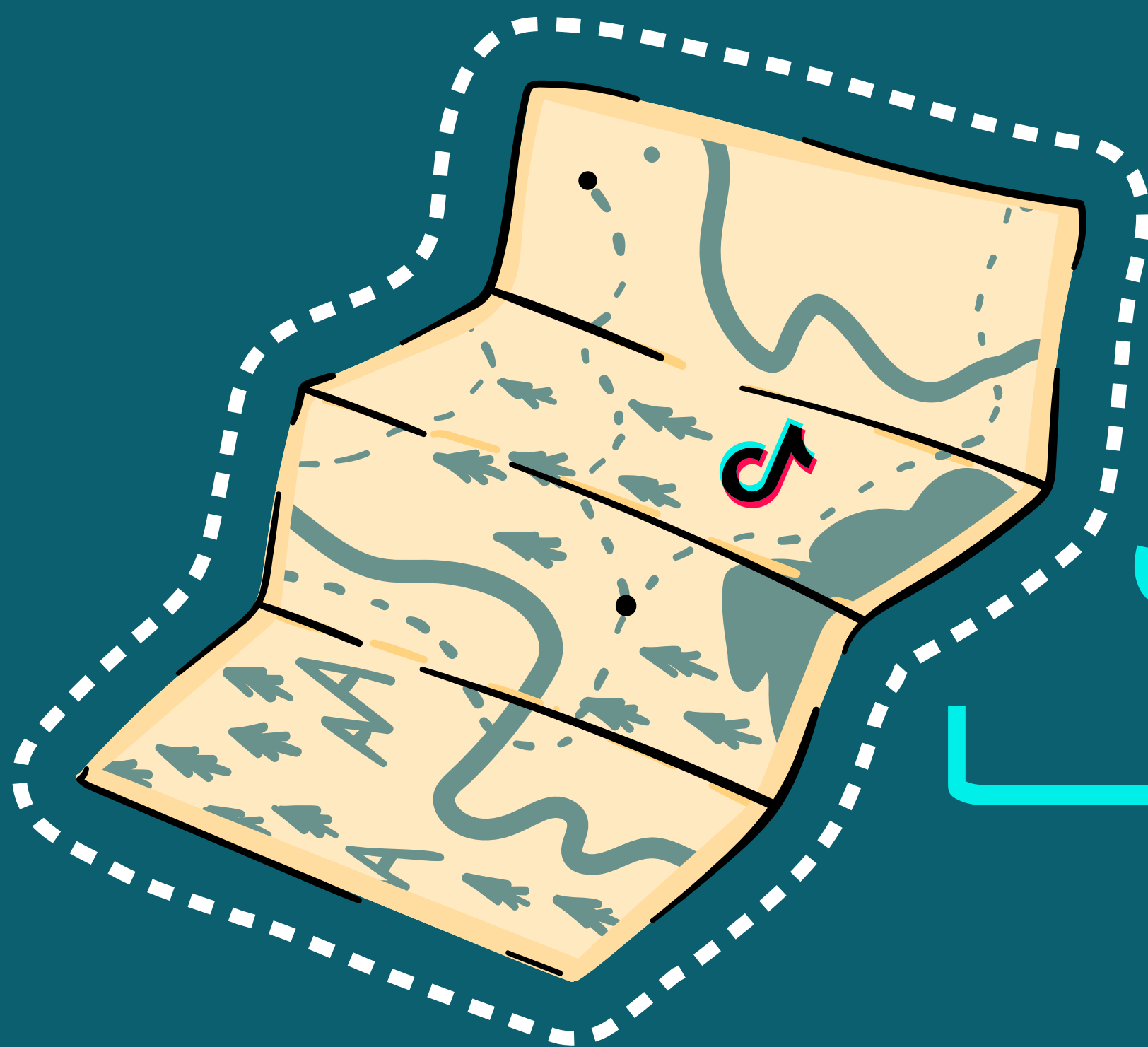
من المستخدمين يدخلون للموقع
بصورة يومية



68%

من المستخدمين يشاهدون المحتوى
الخاص بمستخدمين آخرين





تحميل التطبيق ديموغرافياً

من إجمالي المستخدمين من الفئة
العمرية من 16 إلى 24 عاماً

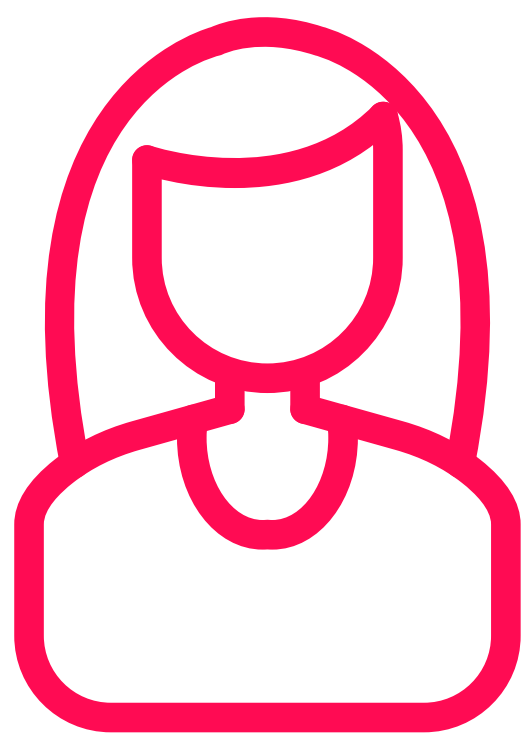
41%

من إجمالي المستخدمين دون عمر
الثلاثين

66%

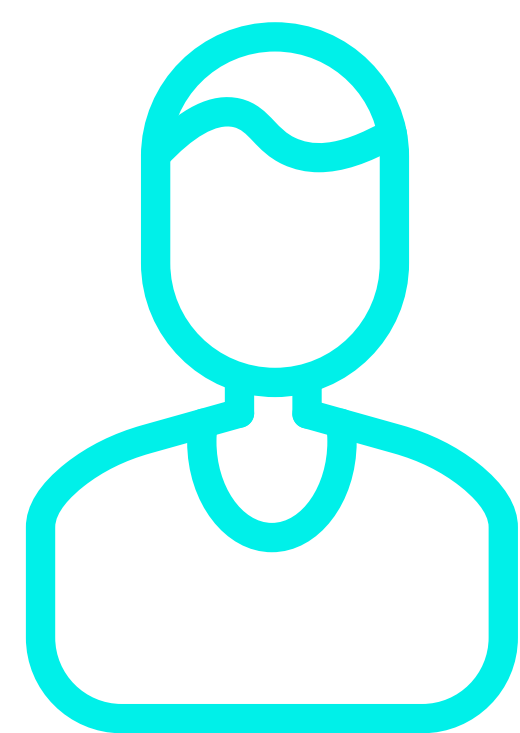
44%

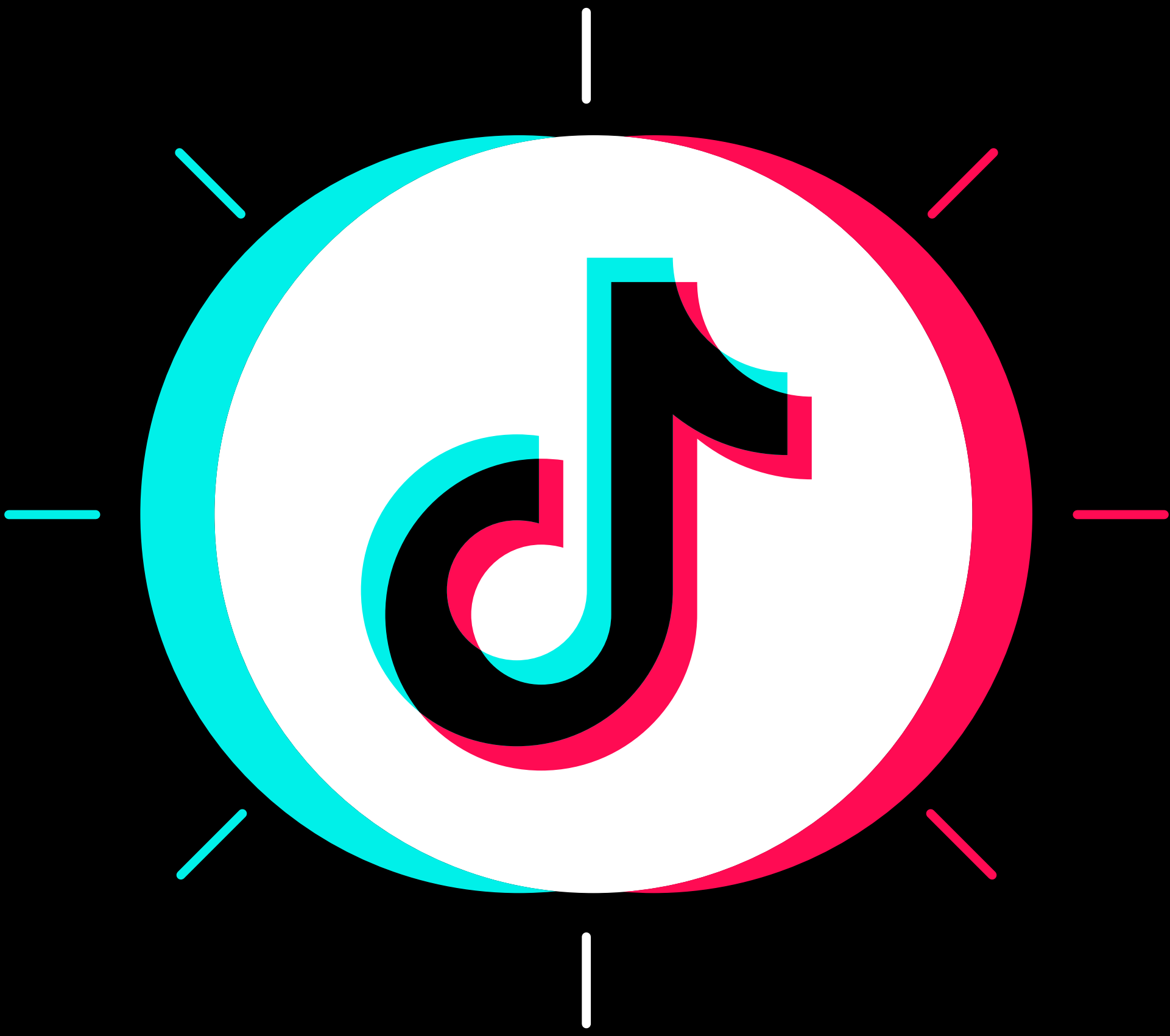
إناث



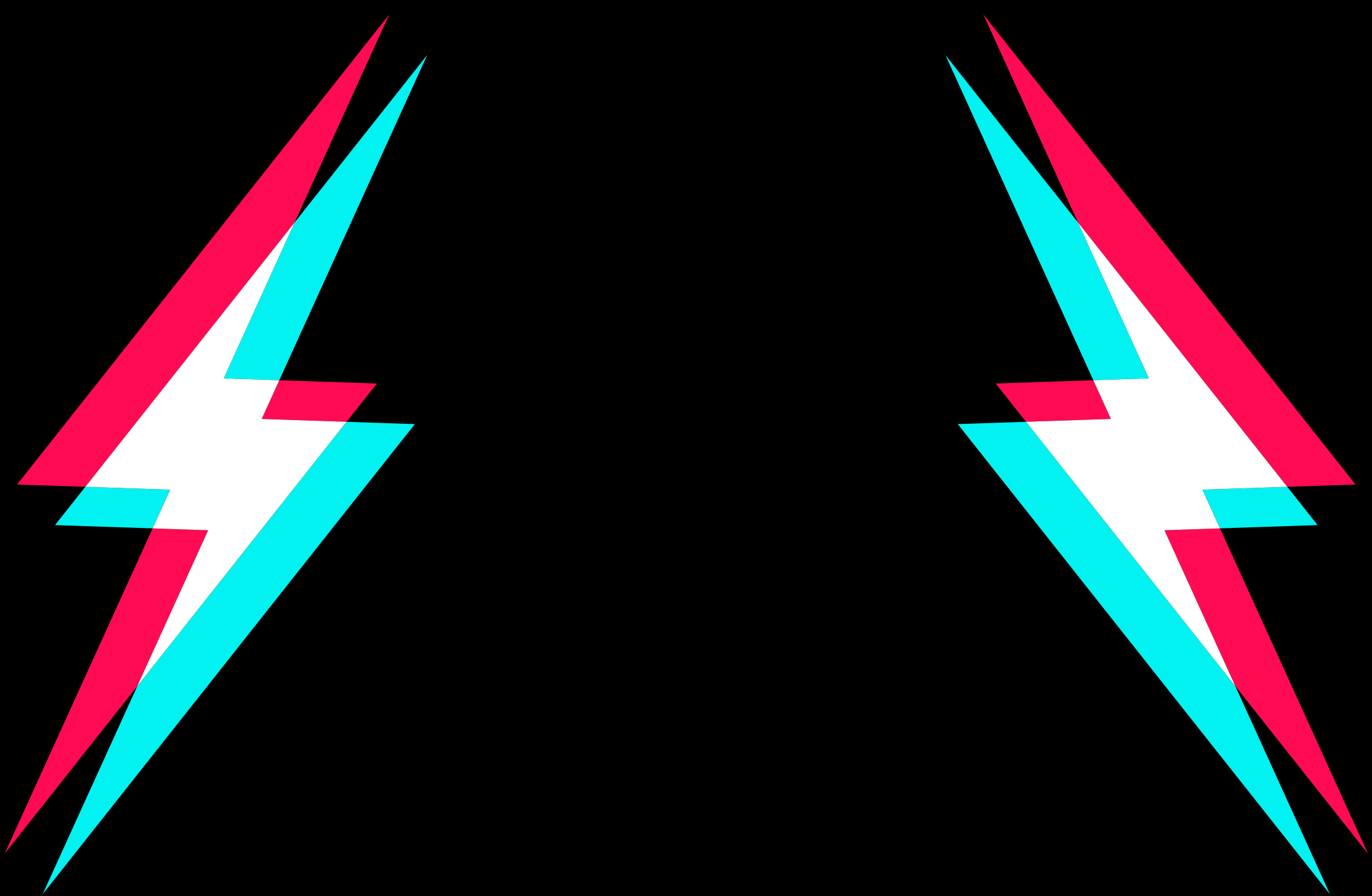
56%

ذكور

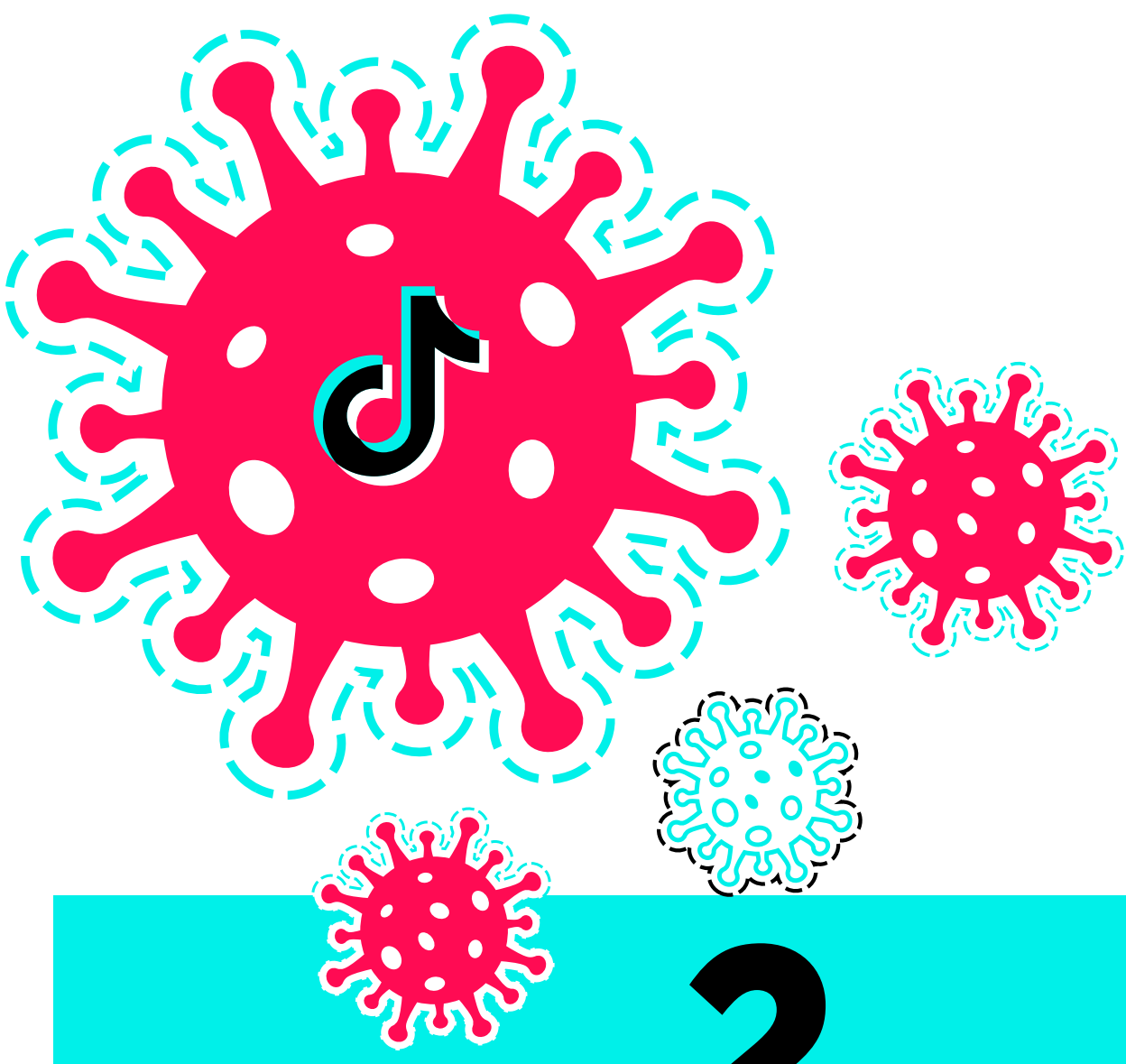




التطبيقات في
زمن الكورونا



التطبيق في زمن الكورونا



2 مليار

تخطى حاجز التحميل على
متجر: Google Play
Apple Store

315

مليون
عملية تثبيت جديدة خلال
الربع الأول من 2020

أعلى الدول تحميلاً خلال الربع الأول من 2020



165 مليون
الولايات المتحدة الأمريكية



197 مليون
الصين



611 مليون
الهند

25%
Apple Store



75%
Google Play



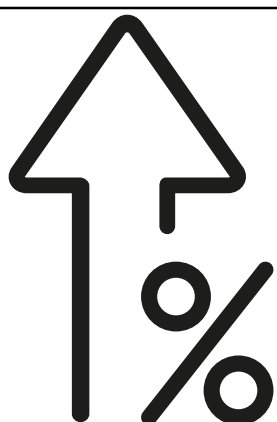
التطبيق في السعودية

250 مليون
مشاهدة لـ
#خليك-في-البيت

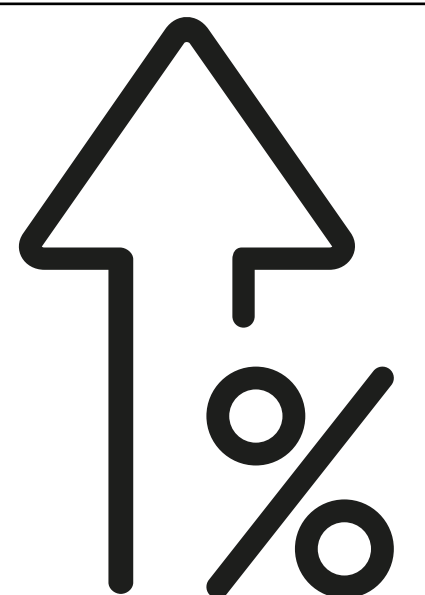
11 مليون
مستخدم
ابريل 2020

10 مليون
مستخدم
يناير 2020

44%
زادت نسبة استخدام
YouTube

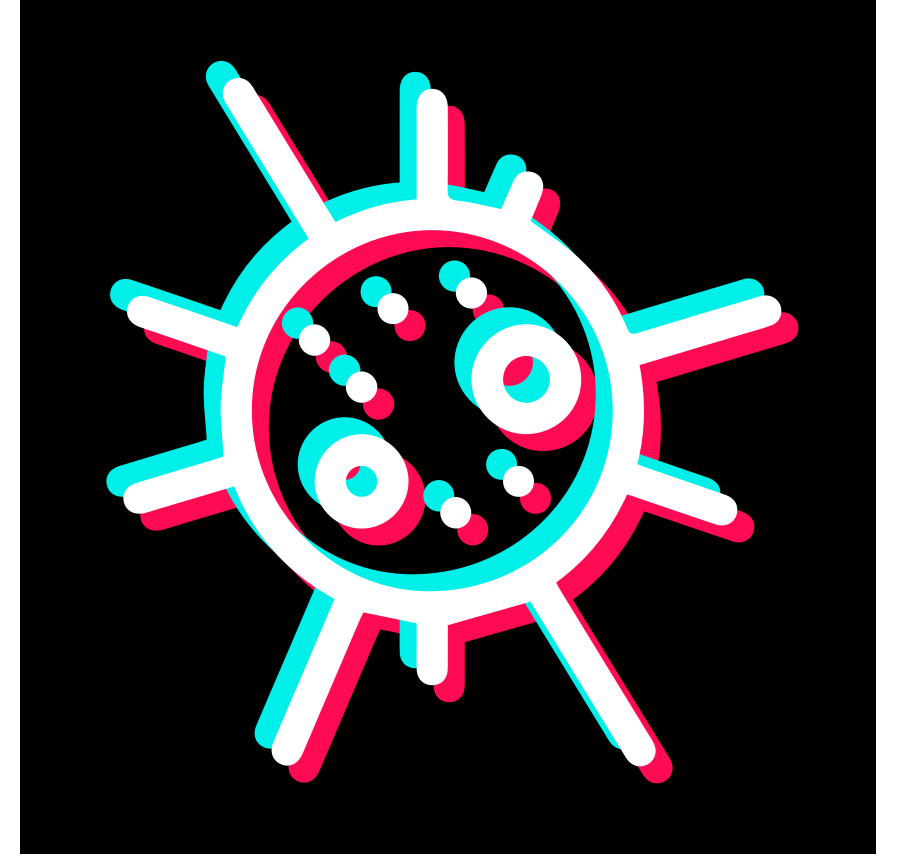


194%
زادت نسبة استخدام
TikTok

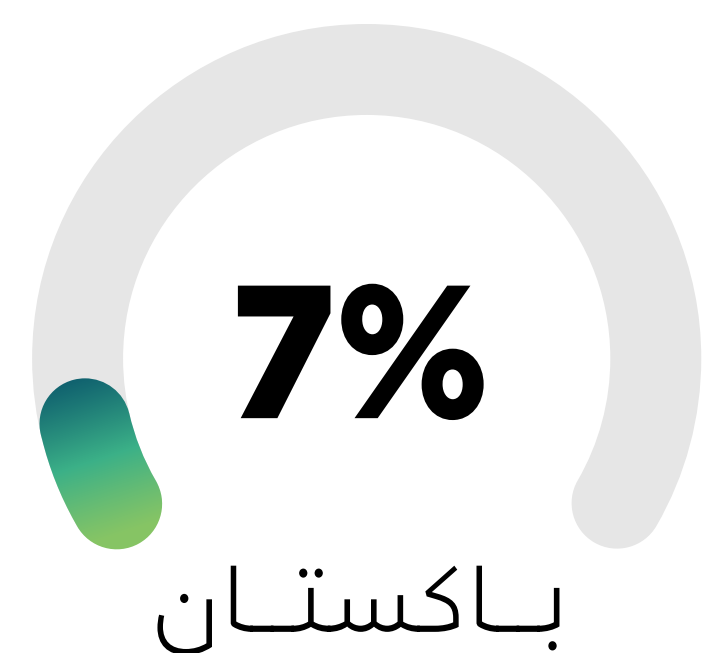
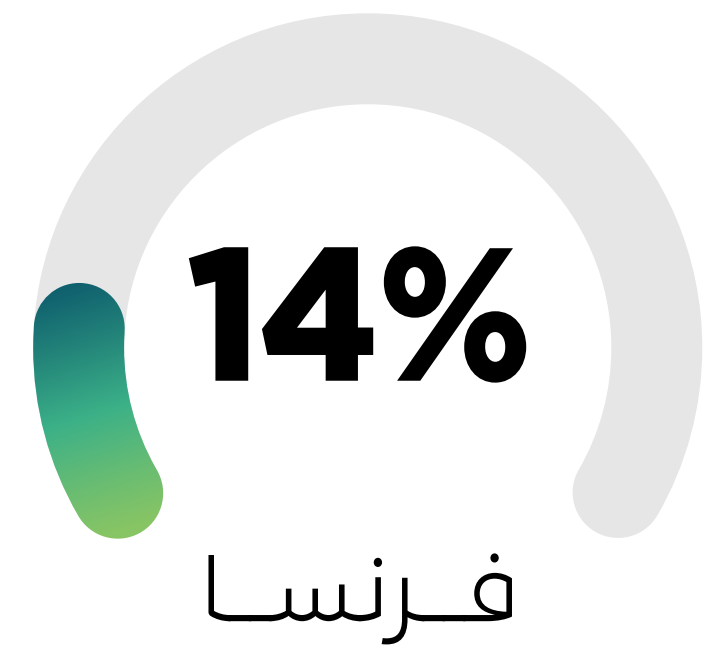
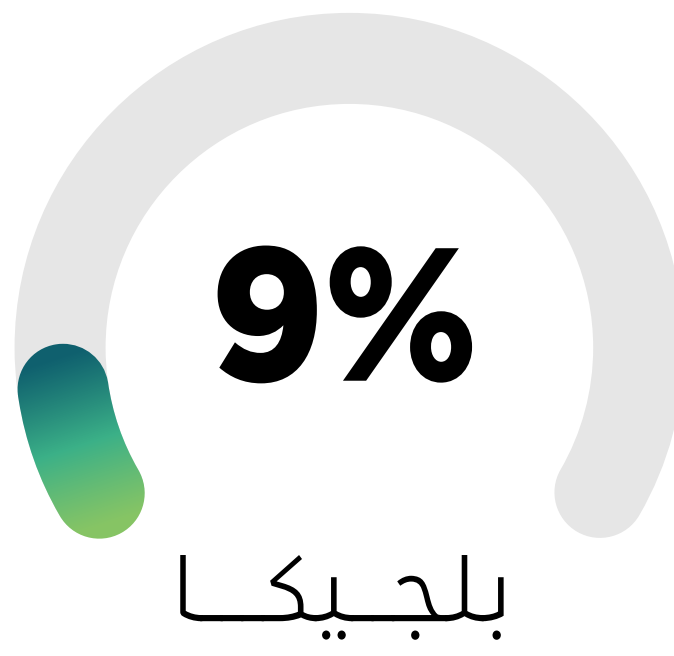
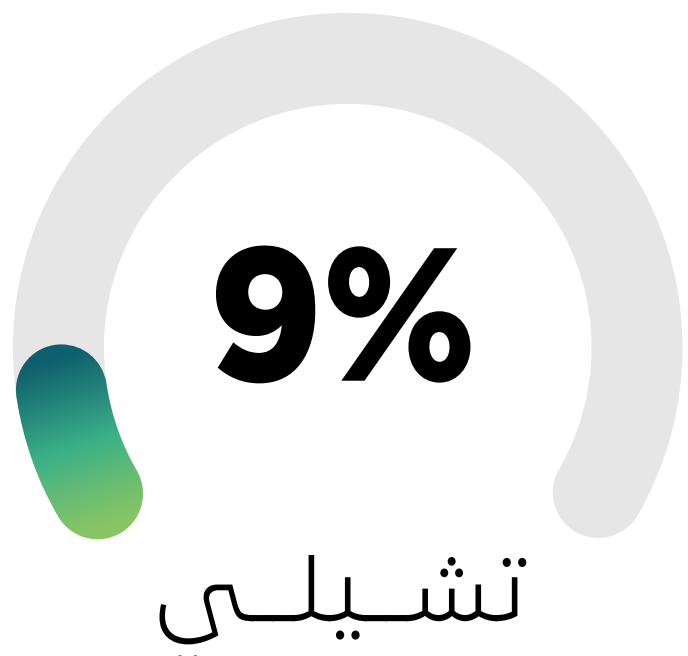
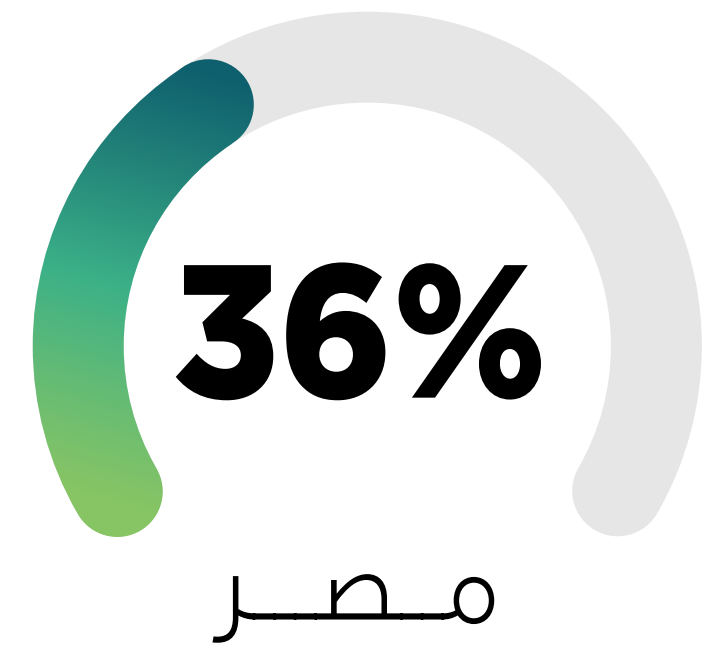
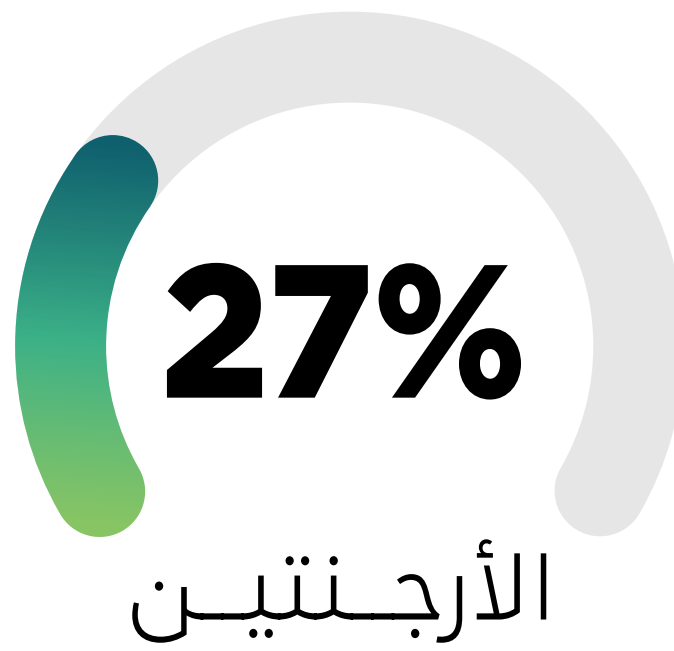
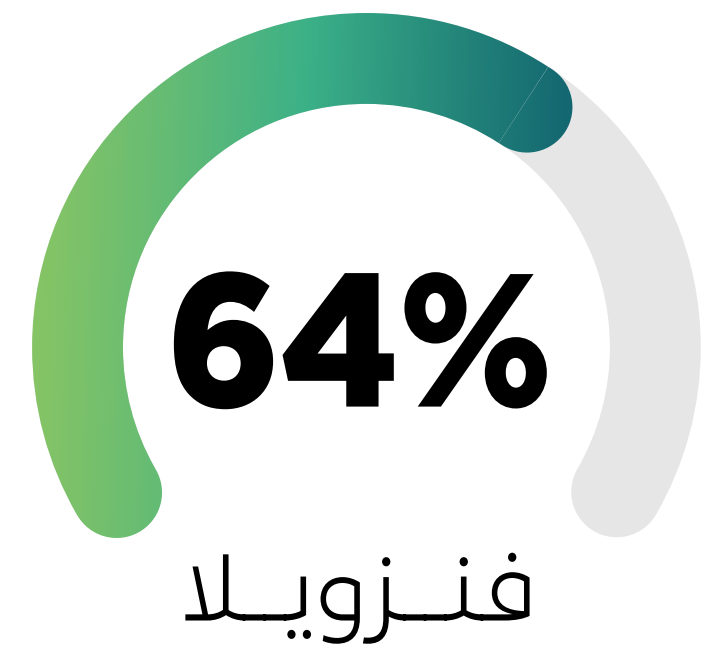
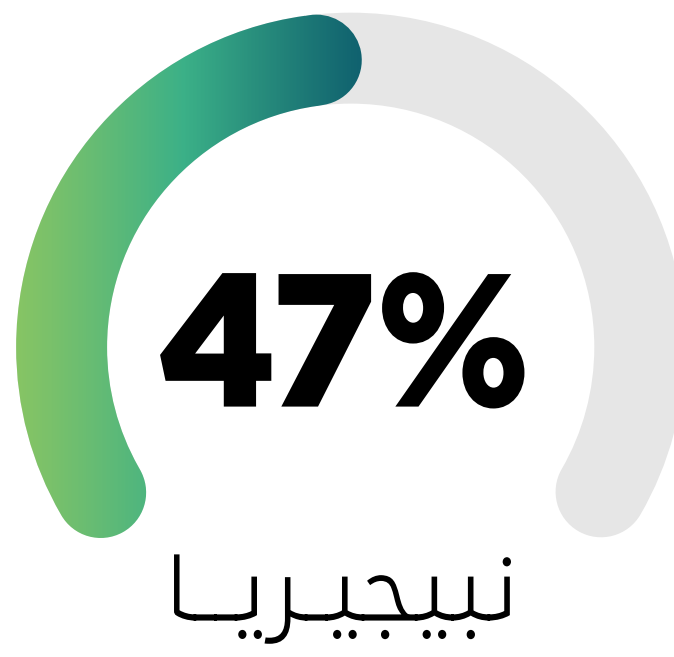
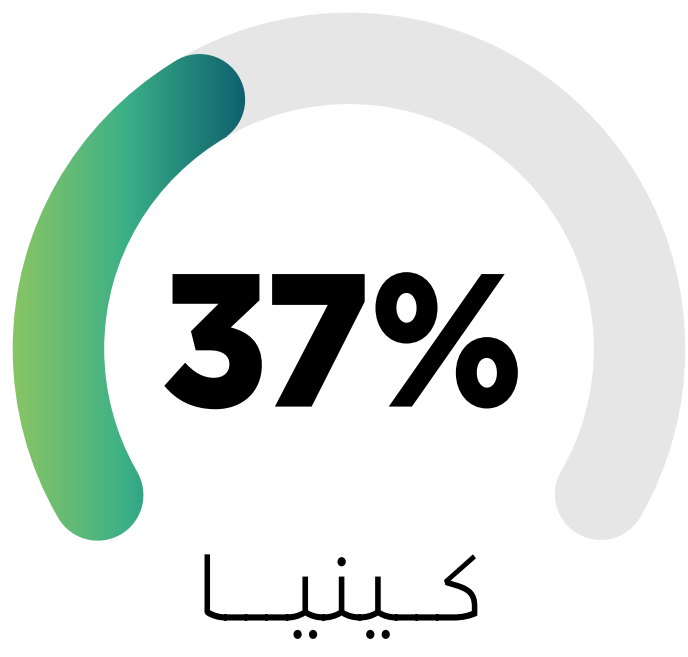



التطبيق والتعامل مع أزمة كورونا

- تحتوي الفيديوهات على لافتة صغيرة أعلى الشاشة
- تشير إلى آخر الإحصائيات الخاصة بالفيروس (محلياً وعالمياً)
- تشمل تصريحات المصادر الرسمية
- تصحيح المفاهيم الخاطئة
- أبرز الأسئلة والأجوبة

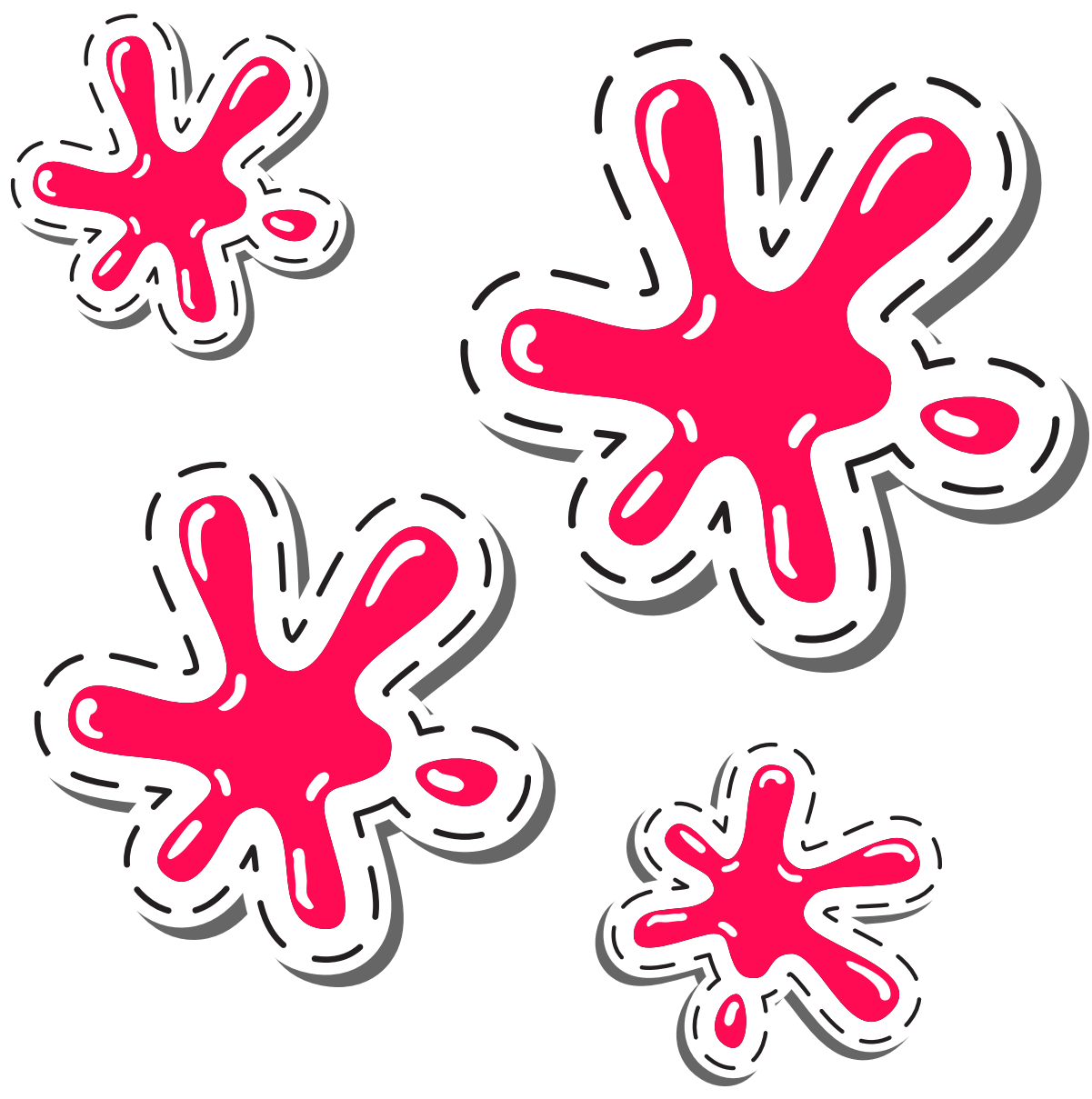


الدول التي حققت أعلى نمواً في عمليات تثبيت التطبيق على متجر Google Play مارس 2020م





مستقبل التطبيق



مشاكل لاحقت TikTok

قضت محكمة هندية أن التطبيق

3 أبريل 2019

● يعرض الأطفال لمحتوى غير لائق

● يتيح التطبيق استغلال الأطفال

تم حظر تحميل التطبيق في الهند

17 أبريل 2019

نقضت المحكمة قرارها

24 أبريل 2019

● ارتفعت نسبة تحميل التطبيق 30% من الهواتف الذكية الهندية

● 43% من المستخدمين الجدد للتطبيق من الهند

النتيجة

TikTok أي انتقادات للحكومة الصينية

يمنع

● انشأت فيروزا عزيز مقطع فيديو يدين معاملة الصين لأقلية الأويغور المسلمة

● تمت مشاهدة الفيديو أكثر من 1.6 مليون مرة على التطبيق

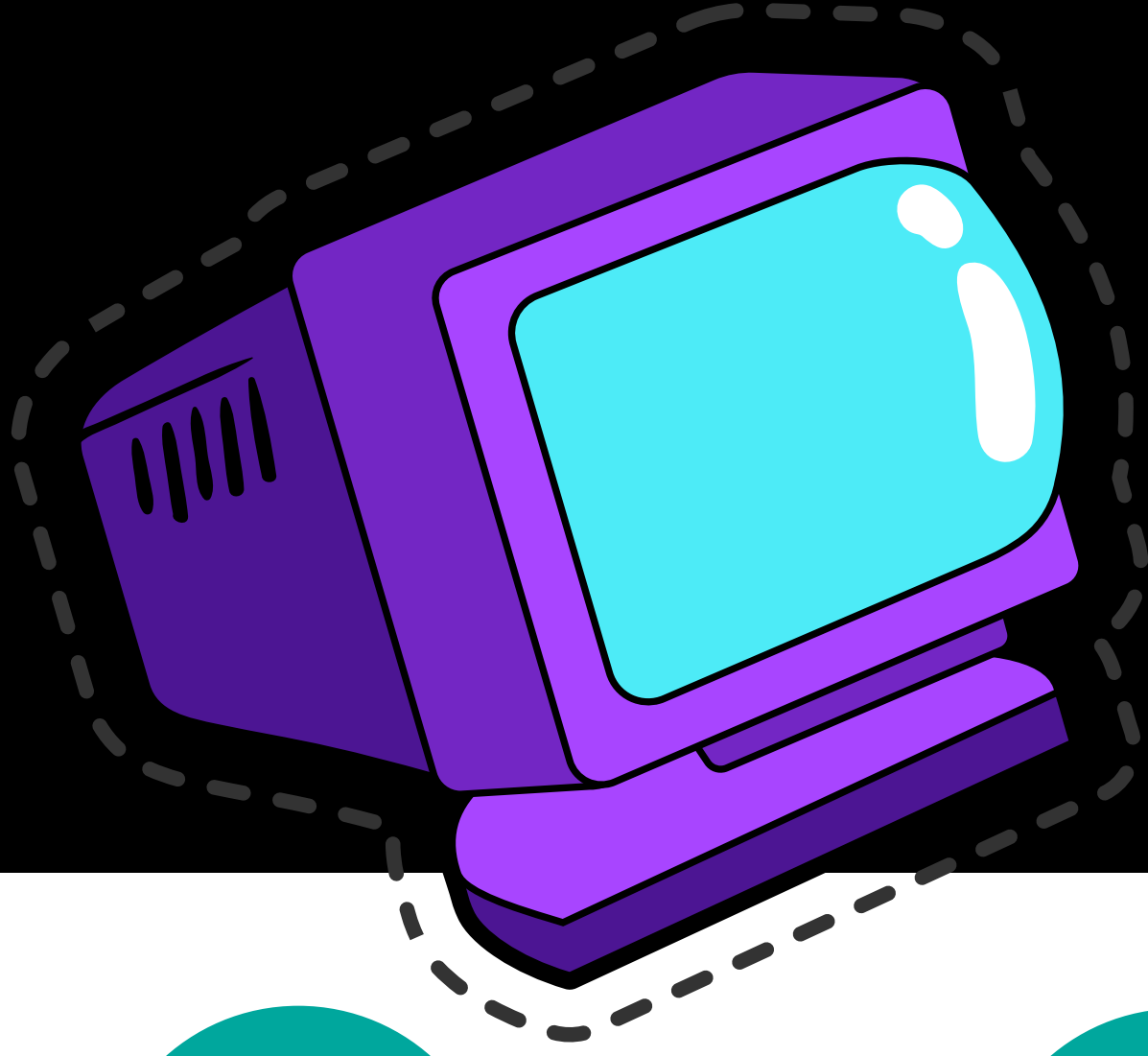
● لمدة 50 دقيقة

● حقق 5 ملايين مشاهدة على تويتر

● تم إزالة الفيديو

● حظر حساب فيروزا عزيز لانتهاكها سياسة التطبيق

النتيجة



الصراع مع YouTube



حقق الفيديو

7 مليون مشاهدة



يمتلك أكثر من

16 مليون

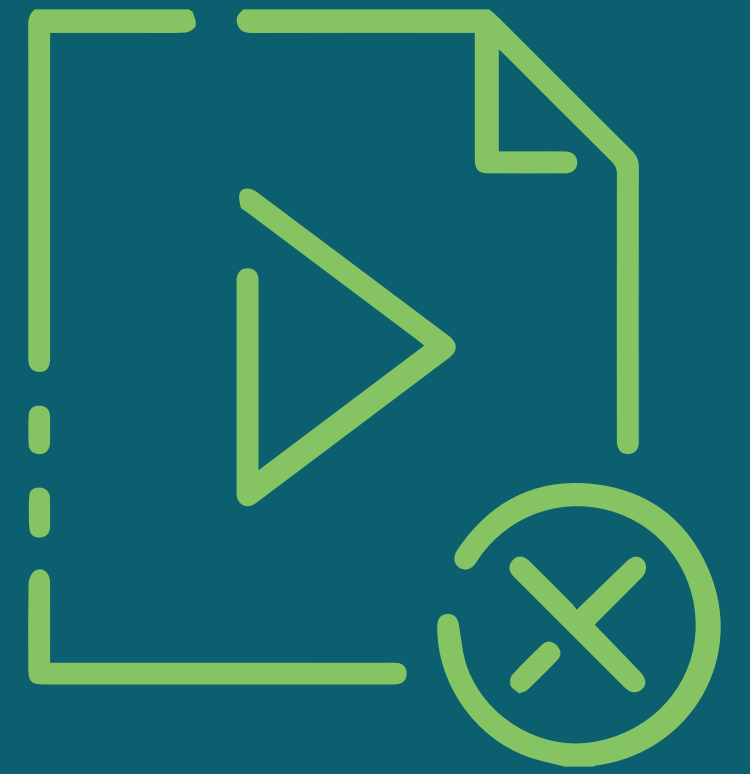


انتقد اليوتيوبر

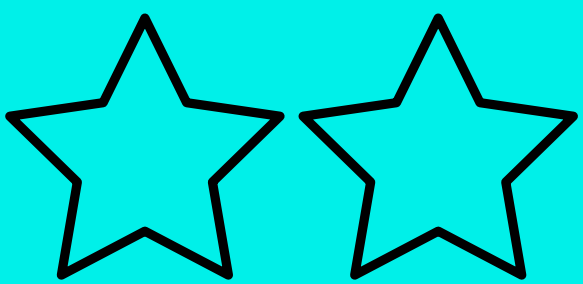
كاري ميناتي
تطبيق TikTok

تم حذف فيديو اليوتيوبر الهندي
كاري ميناتي بعد هجومه الشديد
على فيديوهات اليوتيوبر أمير صديقي
على TikTok وعلى YouTube

أزيل من YouTube لانتهاك شروط الخدمة



يحاول كل فريق تقييم تطبيق الفريق
الآخر بشكل سلبي للمساهمة في
حذفه من المتجر



هبط TikTok إلى
نجمتين



حافظ YouTube على
4 نجوم



الاعلانات داخل التطبيق

1000-600

دولار

قيمة كل منشور للمؤثر الذي
لديه أكثر من 2.5 مليون متابع

457

مليون دولار

قيمة الإنفاق على
التطبيق

التوزيع الجغرافي للإنفاق



9 مليون
بريطانيا



87 مليون
الولايات المتحدة الأمريكية



331 مليون
الصين

435 مليون دولار

الإيرادات من Apple Store



21 مليون دولار

الإيرادات من Google Play



أرباح التطبيق لعام 2019 **\$177**
مليون



\$2

مليون

من المملكة المتحدة

2%

\$36

مليون

من الولايات المتحدة

20%

\$123

مليون

من السوق الصيني

69%

قبل إضافة خاصية الإعلان كانت الأرباح تأتي بشكل رئيسي من



الهدايا الرقمية



الإيموجي



عمليات الشراء داخل التطبيق

بلغت قيمة أرباحها **3.5** مليون دولار خلال أكتوبر 2018، بزيادة **275%** عن أكتوبر 2017



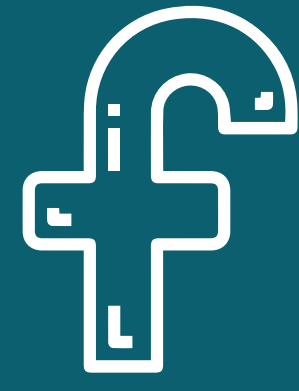


التطبيقات المنافسة

تطبيق Lasso

نوفمبر 2018

أطلقت نسخة تجريبية في
الولايات المتحدة الأمريكية
وفي المكسيك



من منتجات فيسبوك
ويحمل نفس مميزات تيك توك

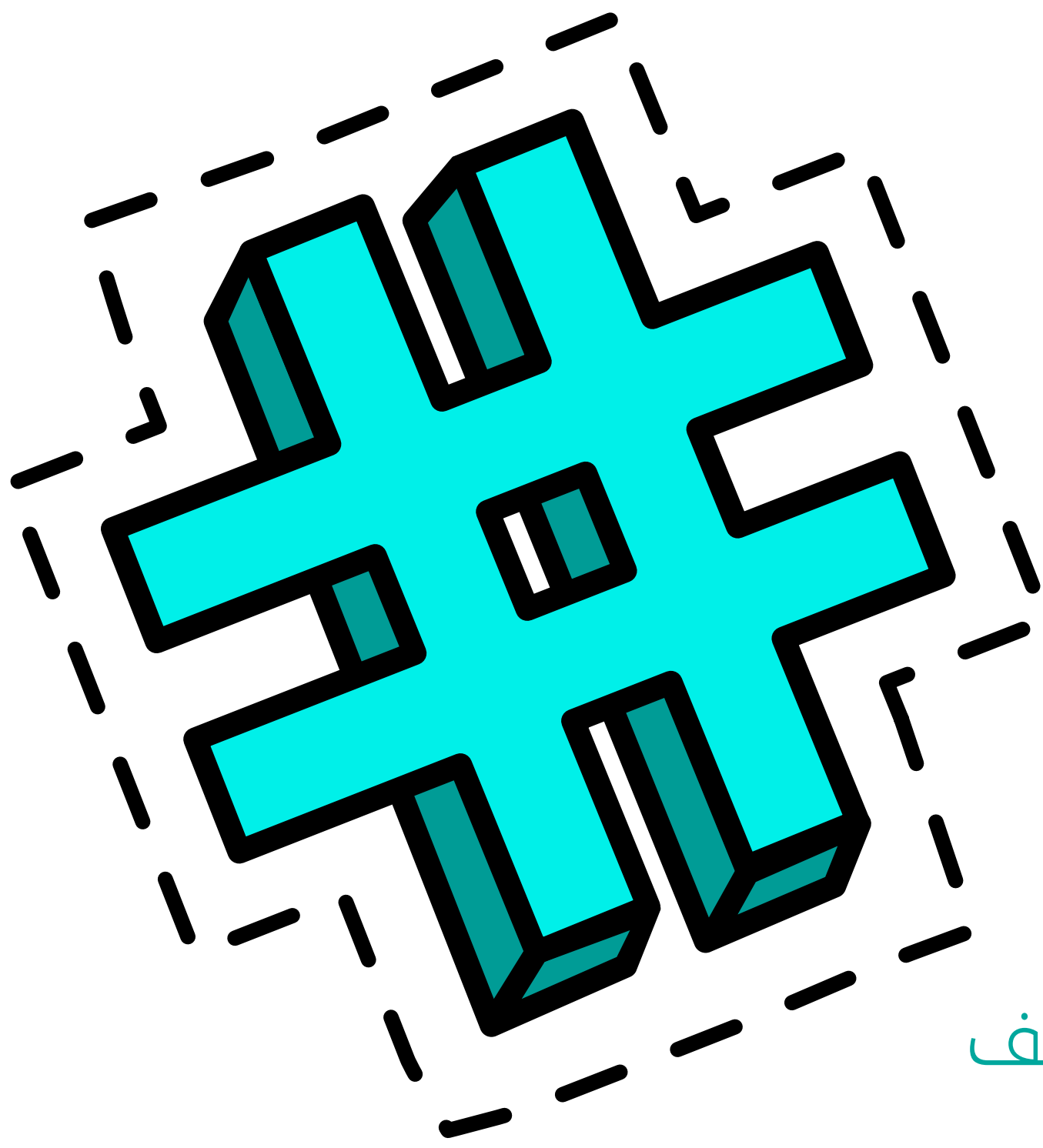
250,000

مستخدم في الولايات المتحدة

175,000

مستخدم في المكسيك

عقد اتفاقيات وشراكات مع شركات الموسيقى للحصول على
حقوق استغلال مكتبة كبيرة من الأغاني والموسيقى



TikTok

والخدمات الاجتماعية

● استخدام واسع في مختلف
جوانب الحياة الاجتماعية

سلامتك تهمننا #TikTokCares

● بمشاركة صناع المحتوى من السعودية والشرق الأوسط
وشمال إفريقيا

تهدف إلى تثقيف
الجمهور حول الاحتياطات أثناء فصل الصيف



● شارك 30 مبدعاً يمتلكون أكثر من 15 مليون متابع

● أنتجوا أكثر من 35 مقطع فيديو

● تجاوز إجمالي مشاهدات مقاطع الفيديو 28 مليون
مشاهدة

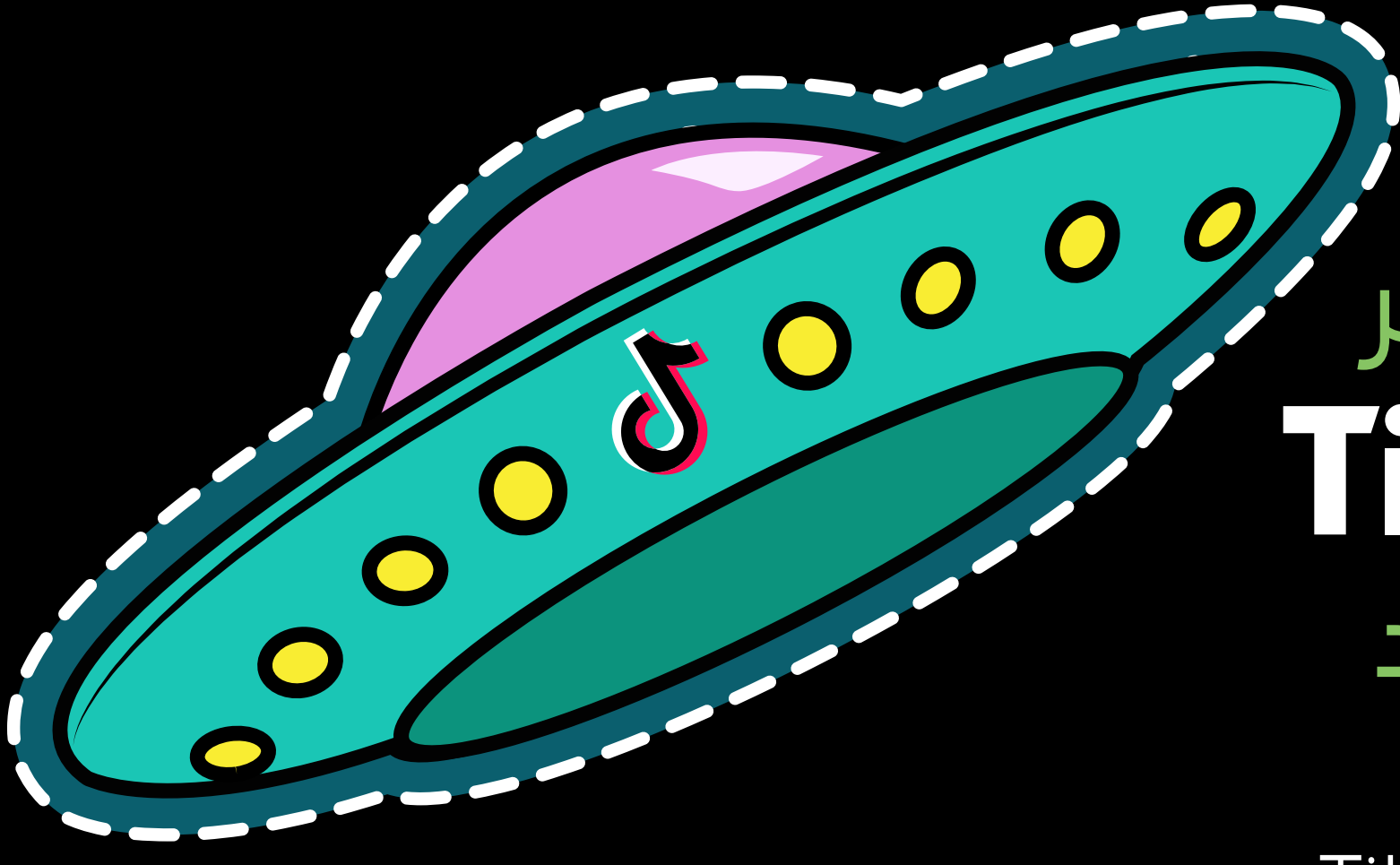
فيديو الخير #CreateForGood بمشاركة مشاهير ومؤثرون

تهدف إلى
تعزيز وعي المجتمع حول الذين يعانون من ضعف السمع
أو النطق



174 مليون مشاهدة لـ

#اليوم_الوطني_السعودي89



من أشكال التأثير
الذي أحدثته **TikTok**
ويشكل مستقبل واعد

انشأت المنصة TikTok for Good

برنامج يهدف إلى إلهام وتشجيع
مستخدميها الصغار



تعاونت منظمات مثل **ASPCA** والاتحاد الدولي لجمعيات
الصليب الأحمر والهلال الأحمر والصندوق العالمي للحياة البرية
مع TikTok لإنشاء حملات تهدف إلى:



الوعي بتغير المناخ



معالجة قضايا مثل رعاية
الحيوان

جمع بعض النجوم مثل **Charli D'Amelio** آلاف الدولارات
للمؤسسات الخيرية لذوي الاحتياجات الخاصة



ما هو مستقبل TikTok

في ظل التنافس على الجمهور ما بين المنصات يبقى الجمهور هو المستقبل، وطالما التطبيق يساهم في تقديم الإبداع ومشاركة الجمهور في الشغف فسوف يستمر ولكن لماذا؟

● تسويقياً حسب شركتي Digiday & eMarketer

- 4% من المسوقين الأمريكيين يستخدمون المنصة
- منافس لتقديم نماذج إعلانية
- يتيح الاستفادة من بعض الفرص الإعلانية

● طريقة بناء التطبيق تساهم في

- بناء سلسلة من الأدوات التي تدعم مشاركة المستخدم من خلال التقليد والترفيه
- القدرة على تصنيف المحتوى حسب رغبات المستخدم بناءً على مستوى التفاعل
- إعداد التطبيق مبسطة ومحسنة
- لا يحتاج إلى التسجيل للحصول على حساب للمشاهدة
- مشاهدة عدد كبير من المقاطع عند التمرير لأسفل الشاشة
- لا يوجد عبء على المستخدمين الجدد للعثور على أشخاص للمتابعة
- شيوع هاشتاغ التحدي الذي يسمح للمؤثرين والحملات بالحصول على الانتشار السريع
- الاستخدام الطبيعي لصور الإعلان على عكس التطبيقات الأخرى

● لسحب جمهور Instagram قام TikTok بالعمل على

- تقديم أموال لمشاهير Instagram
- غير تصميم البروفايل

المصادر

<https://cutt.us/Lf66X>

<https://cutt.us/t1WDE>

<https://cutt.us/szNE3>

<https://cutt.us/ebGgJ>

<https://cutt.us/l6wev>

<https://cutt.us/TRUYG>

<https://cutt.us/xb48U>

<https://cutt.us/5Sx1s>

<https://cutt.us/yPZNz>

<https://cutt.us/OMDdF>

<https://cutt.us/vlaaq>

<https://cutt.us/gxdik>

<https://cutt.us/5beF8>

<https://cutt.us/gCVC2>

<https://cutt.us/jBlGh>

<https://cutt.us/gqMg4>

<https://cutt.us/xwU78>

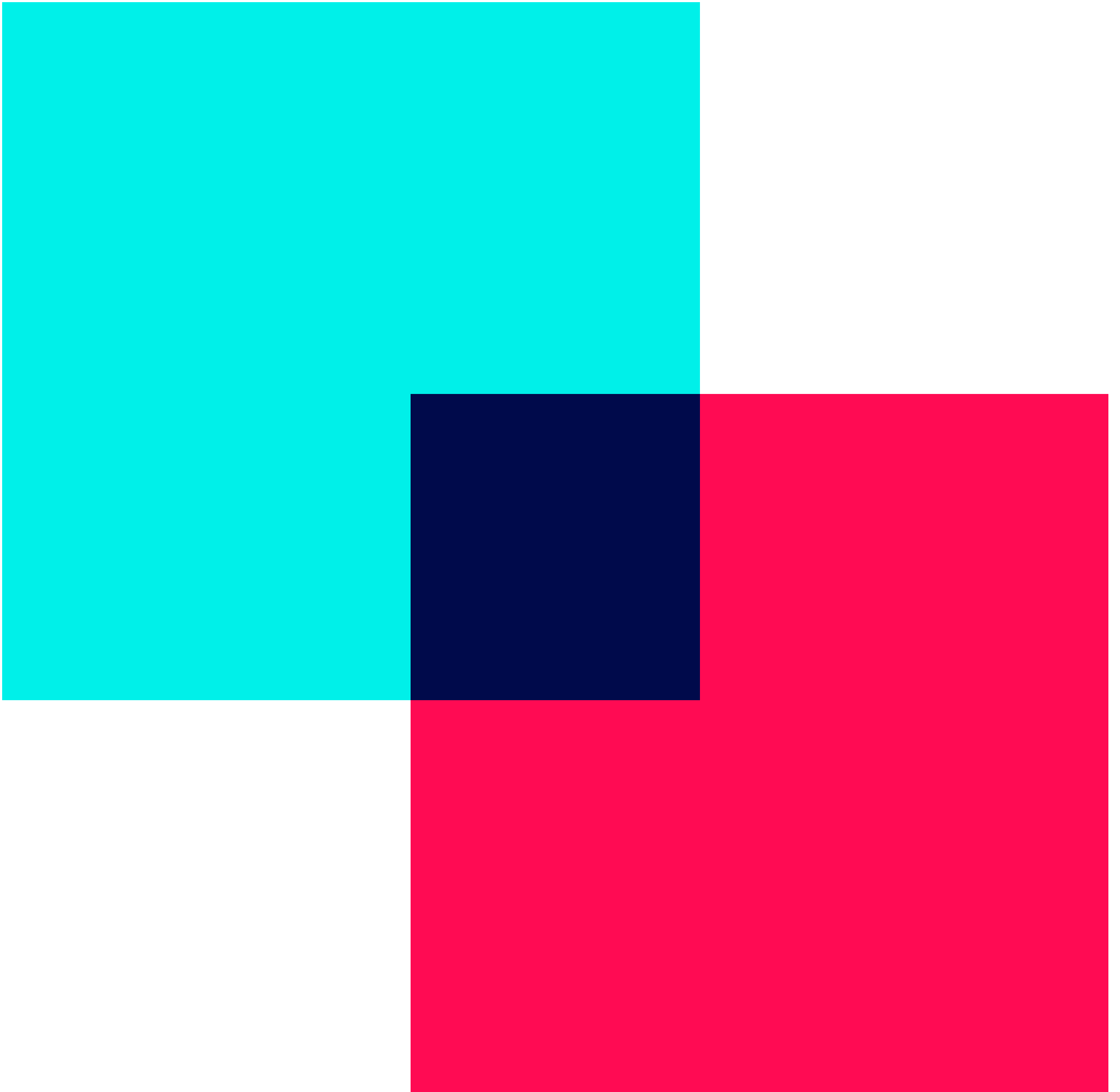
<https://cutt.us/j0Lde>

<https://cutt.us/Yx5xv>

<https://cutt.us/e8HOC>

<https://cutt.us/dy4kY>

شكراً لكم



TREND

TrendDC.com

Trend1DC |     