



التأمين والإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي

الإعلام لغة : هو الإخبار بالأمر أو التعريف
به أو إطلاع الآخرين عليه، وهو وسيلة
لإيصال المعلومة والخبر والفكرة الى
الجمهور.

الإعلام التقليدي: ويضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.

الإعلام الجديد: هو الإعلام الإلكتروني الذي ينشط في الفضاء الافتراضي و يتميز بسرعة الانتشار و شدة التأثير.

هناك قوة حقيقية يملكها الإعلام في التأثير
على المتلقي ، و وسائل الإعلام مصدر
مهم للتثقيف و التوجيه و نشر الوعي و
التأثير على النواحي النفسية و السلوكية
للمتلقي.

أغلب المواطنين السوريين يعرفون التأمين من خلال:

- ** التأمين و المعاشات (للعاملين في الدولة).
- ** التأمينات الاجتماعية (للعاملين في القطاع الخاص).
- ** التأمين الإلزامي للسيارات.

شركات التأمين هي من يجب أن تتحمل
العمل على نشر الوعي التأميني بين
المواطنين لتحويل التأمين إلى سلعة
مطلوبة.

وسائل التواصل الاجتماعي: تطبيقات
تقنية حديثة تتيح لمستخدميها عبر الشبكة
التواصل و التفاعل و تبادل المعلومات و
الرسائل بين كل بقاع الأرض حيث تتوفر
الشبكة.

الى أين هرب الجمهور من الإعلام التقليدي؟

٨٢% يقولون إنهم يستخدمون الانترنت يوميا (٢٠١٧).

٤٠% يقولون أنهم يمضون ٥ ساعات يوميا في استخدام الانترنت واستهلاك موادها.

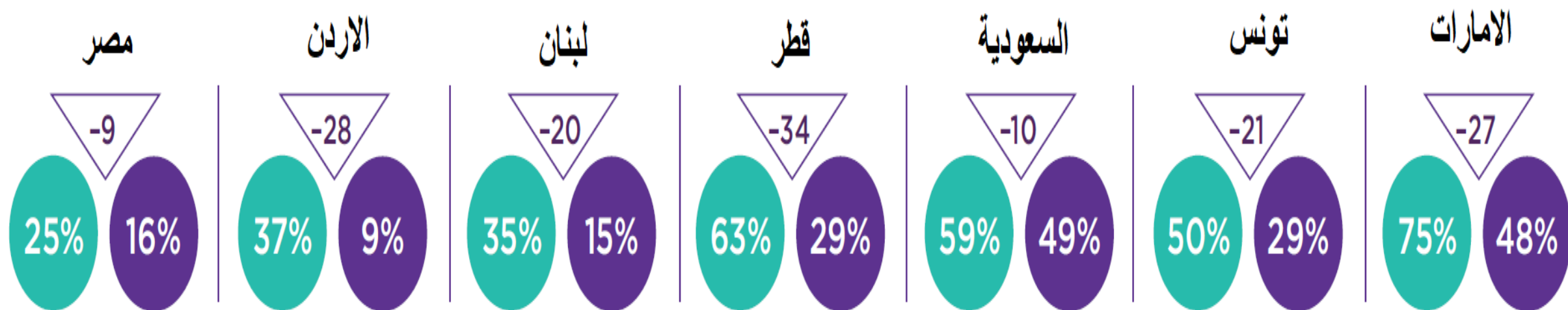
٧٨% يقولون انهم يفضلون الانترنت على مشاهدة التلفزيون.

ولكن ٤٨% يعبرون عن استيائهم من مستوى و نوعية المحتوى على مواقع الانترنت المحلية والإقليمية.

تناقص نسبة قراءة الصحف في بعض الدول العربية

2013

2017



عوامل تفوق الإعلام الجديد:

- ** تكاليف بسيطة و قوة تأثير عالية.
- ** سرعة انتشار و وصول الى الجمهور.
- ** سهولة نقل الاخبار.
- ** تعزيز الحالة التفاعلية بين المرسل و المتلقي.

الجهات المالكة التي تدير مواقع التواصل
تتحكم بكل ما نكتبه أو نعلق عليه و تطبق
علينا عقوبة إذعان عند تعاملنا معها.

التأمين يقوم على جبر الضرر الناجم عن
المخاطر البشرية و كلما زادت معارف الناس
بالخدمات التأمينية لمواجهة هذه المخاطر
زاد إيمانهم بدور التأمين في حماية
مستقبلهم.

تطور استخدام وسائل التواصل في الدول العربية:

بالمقارنة مع عام:
2015

مصر
2017*

الأردن
2017

لبنان
2017

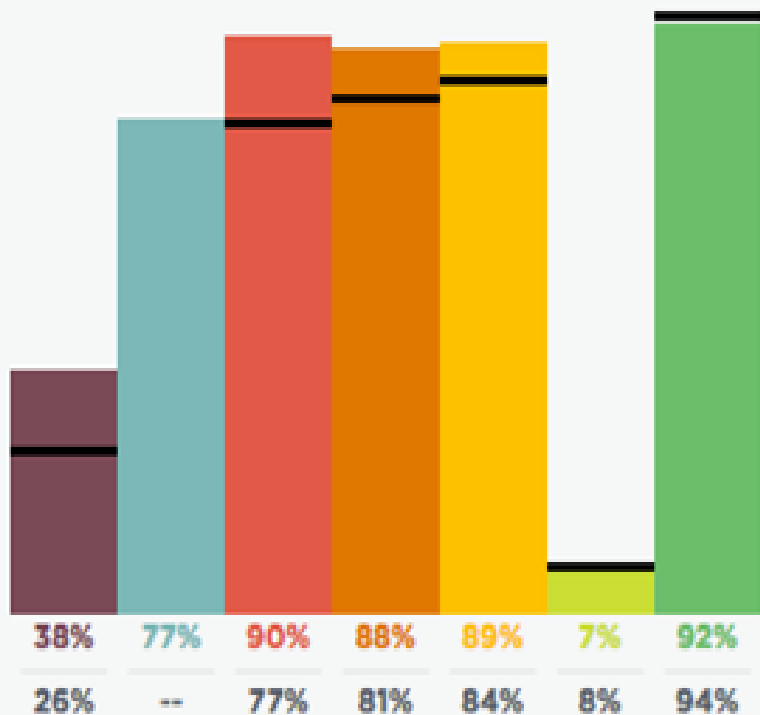
قطر
2017

السعودي
2017

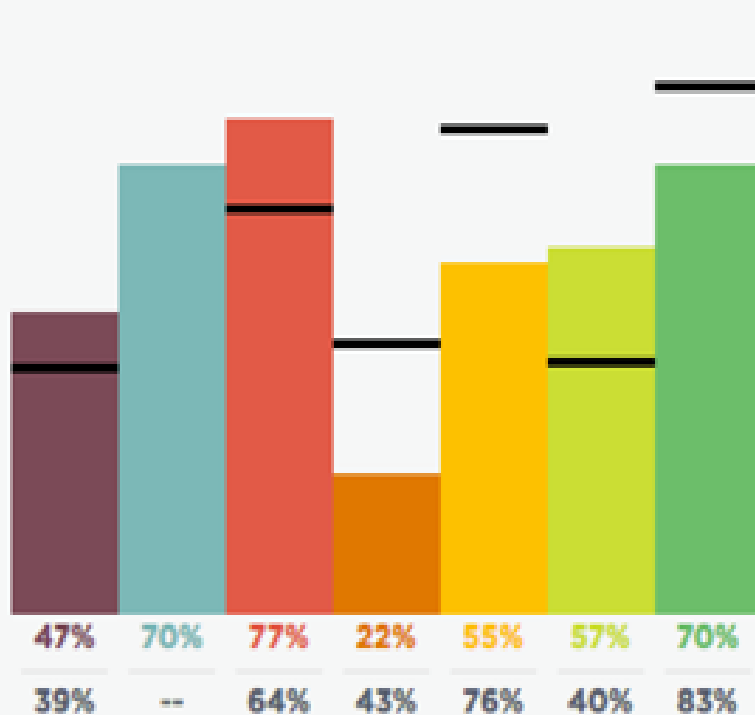
تونس
2017

الإمارات
2017

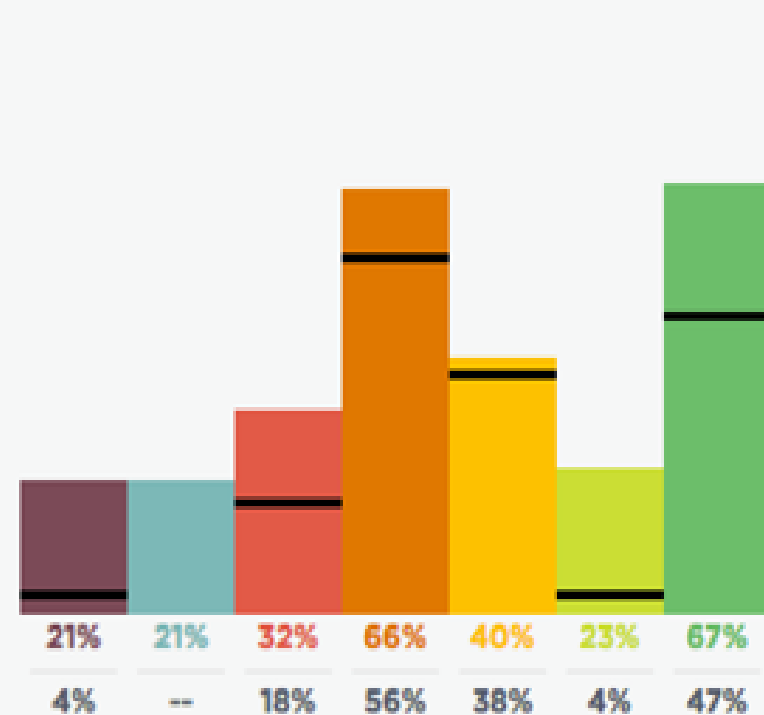
WhatsApp



Facebook



Instagram



استخدام وسائل التواصل مع الجمهور
يعطي إمكانية بناء منظومة معلومات عن كل
الزبائن و توجهاتهم و ميولهم.

السبيل الى المادة الإعلامية الناجحة في الإعلام الجديد:

****تقديم مادة إعلامية مناسبة لعلم السلوك
في الاستهلاك، لأن المتلقي صار يبحث عن
المواد الرشيقة والقصيرة والممتعة دون مطولات.
**عرض مادة ترافقها فرصة التصويت والتعليق
على حسن الخدمة أو سوءها.
**مادة مناسبة لأساليب الاستهلاك الحديثة
(السرعة، التطور...الخ).**

شكراً لكم