



بازدید ۱۰۰ میلیونی از محتواهای تولیدی آستان قدس رضوی در شبکه‌های اجتماعی همزمان با روزه‌های پایانی ماه صفر؛

انتشار شمیر رضوی در فضای مجازی جهانیان

با مفهوم در میان میلیون‌ها محتوای فضای مجازی مخاطب خود را حفظ کنند. استقبال مخاطبان از این محتواها، نشان دهنده کیفیت بالا و جذابیت موضوعات مورد استفاده در این تولیدات است که در ۷۰ کانال در شبکه‌های مجازی بیش از ۵ هزار و ۵۰۰ نوبت منتشر شدند.

یکی از برجسته‌ترین نکات این دوره تولید محتوا، تنوع قالب‌های ارائه شده بود که توانست مخاطبان مختلف با سلیق گوناگون به خود جذب کند. کلیپ‌ها و ریلزهای تولید شده در این دهه از آئین‌ها، برنامه‌ها و خدمات آستان قدس رضوی به ویژه با واکنش‌های بسیار مثبتی مواجه شدند که نقش اصلی در افزایش میزان بازدید را داشتند که شامل ۱۵۲ هزار پاسخگویی و تعامل با مخاطب بود. این عملکرد را می‌توان به مثابه نمونه‌ای موفق از بهره‌گیری هوشمندانه از فناوری و رسانه‌های نوین در انتقال پیام‌های مذهبی و فرهنگی دانست که می‌تواند الگویی برای جذب و حفظ مخاطب در فضای مجازی دانست.

مرکز ارتباطات و رسانه‌های آستان قدس رضوی در دهه پایانی ماه صفر، با تولید و توزیع ۱۵۰ محتوای جذاب در فضای مجازی توانست در جذب و ارتباط با مخاطبان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی موفق باشد. این تولیدات که شامل نماهنگ، عکس‌نوشته، پوستر، موشن گرافیک، بیروول و هایپرلپس، ریلز، تیزر و متن و تصویر بود با محتوای متنوع و جذاب و توزیع هدفمند و مستمر در فضای مجازی توانستند بیش از ۱۰۹ میلیون بازدید را طی چند روز پایانی ماه صفر و ایام شهادت امام رضا (ع) کسب کنند.

این آمار نشان دهنده استقبال گسترده و توجه ویژه کاربران فضای مجازی به محتواهای تولید شده توسط مرکز ارتباطات و رسانه آستان قدس رضوی و نیاز مخاطبان به بهره‌گیری از محتواهای رضوی در فضای مجازی دارد. کارشناسان مختص این حوزه با دقت و تلاش‌های خستگی‌ناپذیر در زمینه تولید محتوا و شناخت ذائقه مخاطب در این ایام سعی کرده با تولید و انتشار محتوای جذاب و