The campaign has finished. When does the creator get paid?

A MENA industry review describes payment windows of 60 to 120 days in some contracts. Visa's UAE survey offers a closer look at how differently creators can experience payday.

The post is live, the client has the performance report, and the creator is still paying the videographer. That gap rarely appears in a campaign dashboard. Influencer Strategists' September 2026 review describes contracts that can put an invoice into a 60- to 120-day payment process. It does not establish a regional average.

One market, two different questions

In Visa's UAE findings, 42% of creators surveyed in 2025 said they received payment within a week. One source describes terms in some contracts. The other asks individuals about their payment experience. Putting the two on a single chart would imply comparable populations and periods.

What changes in the brief

Consider a creator producing three films for a retailer. Who pays the location and crew before the shoot? Does the payment clock start on delivery, final approval or receipt of a purchase order? If the brand later boosts a film as an ad, how long can it use the edit, and what additional fee applies? Answering these questions in the brief makes two competing quotes easier to compare.

Why it matters

A long payment window can influence which creators can afford to pitch. An agency can learn something its reach report misses by tracking the days between acceptance of an invoice and payment, alongside the agreed production and usage fees.

Influencer Strategists compiles evidence from several sources. Its income benchmarks include global figures. The UAE survey result applies only to its respondents.

Source: Influencer Strategists ↗ | Independent editorial analysis • 22 November 2026

انتهت الحملة. متى يُدفع لصانع المحتوى؟

مراجعة لقطاع المؤثرين في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تصف مهل دفع تتراوح بين 60 و120 يوماً في بعض العقود. واستطلاع Visa في الإمارات يقرّب الصورة: تجربة صنّاع المحتوى مع يوم الدفع تتفاوت كثيراً.

نُشر المنشور، وتسلّم العميل تقرير الأداء، وصانع المحتوى ما زال يدفع أجر المصوّر. هذه الفجوة قلّما تظهر في لوحة نتائج الحملة. ومراجعة Influencer Strategists الصادرة في سبتمبر 2026 تصف عقوداً قد تُدخل الفاتورة في مسار دفع يمتد من 60 إلى 120 يوماً. وهي لا تثبت متوسطاً للمنطقة.

سوق واحدة وسؤالان مختلفان

في نتائج Visa عن الإمارات، قال 42% من صنّاع المحتوى الذين استُطلعت آراؤهم في 2025 إنهم تسلّموا مستحقاتهم خلال أسبوع. أحد المصدرين يصف شروطاً في بعض العقود. والآخر يسأل أفراداً عن تجربتهم مع الدفع. ووضعهما في رسم بياني واحد يوحي بأن الفئتين والفترتين قابلتان للمقارنة.

ما الذي يتغير في الموجز

تخيّل صانع محتوى ينتج ثلاثة أفلام لمتجر تجزئة. من يدفع تكلفة الموقع والطاقم قبل التصوير؟ وهل يبدأ احتساب مهلة الدفع عند التسليم، أم عند الاعتماد النهائي، أم عند استلام أمر الشراء؟ وإذا روّجت العلامة لاحقاً لأحد الأفلام كإعلان، فكم تستطيع استخدام النسخة، وما الرسم الإضافي المستحق؟ الإجابة عن هذه الأسئلة في الموجز تسهّل المقارنة بين عرضي سعر متنافسين.

لماذا يهمّك

مهلة الدفع الطويلة قد تحدد أيّ صنّاع المحتوى يستطيعون التقدّم بعروضهم أصلاً. وتستطيع الوكالة أن تعرف ما يغيب عن تقرير الوصول إذا تابعت عدد الأيام بين قبول الفاتورة وسدادها، إلى جانب رسوم الإنتاج والاستخدام المتفق عليها.

تجمع Influencer Strategists أدلتها من مصادر عدة. ومعاييرها للدخل تتضمن أرقاماً عالمية. أما نتيجة استطلاع الإمارات فتخص المشاركين فيه وحدهم.