

ملخص مبادئ ABCDs الأساسية

تُشكل مبادئ ABCD الأساسية ركيزة أي إعلان ممتاز:



إيضاح موضوع الإعلان مباشرة: عليك إيضاح موضوع الإعلان مباشرة وبسرعة، واستخدام إيقاع ديناميكي وإطار مناسب لجذب انتباه الجمهور.

تعزيز جاذبية القصة من خلال الصوت والنص: يمكنك تعزيز رسالة إعلانك من خلال الصوت والنص، ولكن تجنّب استخدام العناصر المتداخلة.

استخدام عناصر مرئية ساطعة وعالية التباين: عليك ضمان العرض الأمثل للعناصر المرئية على جميع أنواع الأجهزة.

A

Attention
(جذب الانتباه)

جذب الانتباه المستمر إلى الإعلان من خلال قصة يندمج المشاهد معها



إظهار العلامة التجارية أو المنتج في بداية الإعلان وحتى نهايته: عليك تقديم علامتك التجارية أو منتجك في بداية الإعلان والاستمرار في عرضهما.

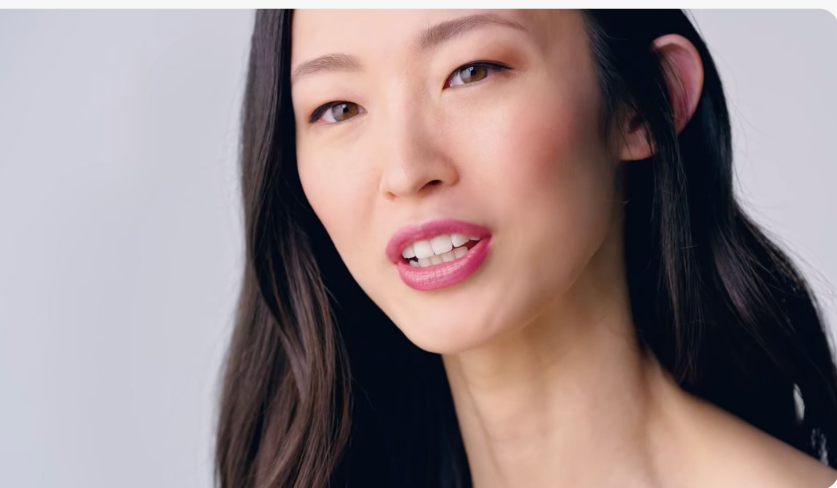
تعزيز إعلانك بالصوت: عليك زيادة التأثير المرئي لعلامتك التجارية من خلال الإشارات الصوتية (مزيج من الصوت والصورة).

استخدام جميع مواد العرض الخاصة بعلامتك التجارية: عليك استخدام مجموعة كاملة من عناصر العلامة التجارية التي تؤكد رسالة الإعلان والغرض منه.

B

Branding
(الترويج للعلامة التجارية)

عرض علامتك التجارية في أول الإعلان وبشكل متكرر وبطرق متنوعة



الاستعانة بالأشخاص في قصة الإعلان: من خلال الاستعانة بالأشخاص في إعلانك، يمكنك عرض قصة أفضل لمنتجك تلقى صدى لدى المستهلك.

التركيز على رسالة الإعلان: تجنّب إضافة الكثير من الأفكار غير الضرورية في إعلانك. وبدلاً من ذلك، استخدم رسائل ومفردات بسيطة وموجزة.

التفاعل: عليك إضافة عناصر عاطفية إلى الفيديو والاستعانة بأساليب سرد القصص، مثل الفكاهة أو إثارة الفضول أو عنصر المفاجأة.

C

Connection
(التواصل)

دفع جمهورك إلى التفكير أو إثارة مشاعر معينة لديهم



تضمين العبارات التي تحث الجمهور على اتخاذ إجراء: يمكنك إضافة عبارة تحث المستخدم على اتخاذ إجراء معين تستهدفه. يمكنك تحديد الإجراء الذي تريد أن يتخذه المشاهد.

تحسين عبارات الحث على اتخاذ إجراء (CTA) باستخدام الصوت: يمكنك تعزيز عبارة الحث على اتخاذ إجراء التي تظهر على الشاشة من خلال التعليق الصوتي للتأكد من أن الخطوة التالية واضحة.

D

Direction
(التوجيه)

حث الجمهور على اتخاذ إجراء