

01 /

الرابط

من هدف العمل إلى قرار إبداعي يمكن تنفيذه ومراجعته.

عبدالله نجم

Art Director · Strategic Branding Designer
Creative Direction



[ابدأ هنا](#)

هذا الكتيب للعمل، لا للحفظ فقط.

لصاحب العلامة ومدير التسويق الذي يريد ربط الفكرة بما يحتاجه العمل، ثم توجيه فريقه بموجز واضح.

ابدأ بالفصل الذي يعالج سؤالك الحالي، ثم أكمل التمرين في نهايته. اجمع الإجابات في ورقة العمل، وراجع قائمة التحقق مع من يملك القرار. المحتوى إطار للتفكير والعمل؛ أما النطاق والمدة ومعايير القبول فتُحدد بحسب كل مشروع.

03 /

راجع

ناقش الدليل والخطوة التالية.

02 /

طبّق

اكتب قرارًا مرتبطًا بمشروعك.

01 /

اقرأ

حدد الفكرة التي تخدم السؤال.

CONTENTS

داخل الكتيب

05	ابدأ بالقرار الذي يحتاجه العمل
06	افهم العائق قبل أن تختار الفكرة
07	حوّل الاستراتيجية إلى فكرة
08	اختر من يملك كل قرار
10	صمّم المسار بعد النقر
11	اربط السؤال بالمؤشر
12	راجع الدليل قبل إعلان النجاح
13	أغلق الدورة بقرار جديد
14	ورقة العمل
15	قائمة التحقق

01 /

افهم، ثم اختر.

القرار الصحيح يبدأ بسؤال واضح ودليل يمكن الرجوع إليه.

ابدأ بالقرار الذي يحتاجه العمل

نحدد الجمهور والعائق وما ينبغي أن يفهمه أو يفعله. بعد ذلك تصبح الصورة والنص والحركة اختيارات تخدم قرارًا معلومًا. المصمم لا يحتاج التخمين بشأن المشكلة التجارية؛ يحتاج موجزًا واضحًا وصلاحيّة تنفيذ مناسبة.

اكتب الهدف بصورة تستطيع مراجعتها: ما الذي يجب أن يتغير، لدى من، وفي أي مرحلة؟ «نريد إعلانًا قويًا» وصف رغبة، بينما «نريد أن يفهم عميل جديد سبب اختلاف المنتج» يحدد مشكلة يمكن العمل عليها. إذا كان العائق غياب الثقة، فزيادة الزينة البصرية لا تعالج وحدها سبب التردد.

طبّق على مشروعك

اكتب هدفًا واحدًا، ثم اكتب ما سيُفهم أو يُفعل إذا نجح العمل.

افهم العائق قبل أن تختار الفكرة

اقرأ الظهور والانتباه والمشاهدة والنقر والتحويل، ثم تحقق من جودة البيانات. الانخفاض في مرحلة يوجه سؤالاً، لكنه لا يثبت السبب وحده. مثلاً، النقر الجيد والتحويل الضعيف يستدعي مراجعة الصفحة والعرض والدفع والتتبع.

استمع إلى السؤال الذي يسبق الشراء: هل هذا مناسب لي؟ هل يعمل فعلاً؟ لماذا أودع هذا السعر؟ يصبح السؤال بداية الزاوية. فَرِّق بين دليل موجود وافترض يحتاج بحثاً. راجع استفسارات الدعم وتعليقات العملاء وصفحة المنتج، ودوّن النص الذي يتكرر بدل بناء شخصية جمهور من التخمين فقط.

طبّق على مشروعك

اختر عائقاً واحداً واربطه بدليل حقيقي من الجمهور.

حوّل الاستراتيجية إلى فكرة

يبدأ المدير الإبداعي بهدف العمل والجمهور والعائق. يحدد الزاوية والوعد والدليل قبل التنفيذ. مخرجه ليس صورة مرجعية فقط، بل اتجاه يمكن شرح سبب اختياره وحدود استخدامه.

يمكن تلخيص الفكرة في جملة: مخاطب هذا الشخص في هذا الموقف بهذا الوعد، وثبته بهذه المادة. اختبر الجملة قبل اختيار الألوان أو الموسيقى. إذا احتاج تفسير الفكرة عرضاً طويلاً، فاختصرها. ما يوافق عليه الفريق هنا هو المنطق الذي سيربط النص والصورة والتنفيذ.

طبّق على مشروعك

اكتب جملة الفكرة: الجمهور + الموقف + الوعد + الدليل.

اختر من يملك كل قرار

الإخراج الفني يحدد التكوين والإضاءة والخط والصورة واللون والحركة. يترجم الاتجاه إلى تعليمات يشاركها المصمم والمصور والمونتير. المرجع البصري يجب أن يوضح ما نقتبس منه ولماذا، دون نسخ العمل.

وزّع المسؤولية قبل التنفيذ: من يملك الفكرة، ومن يترجمها بصرياً، ومن ينتج الملف، ومن يعتمد؟ قد يجمع شخص واحد أدواراً متعددة؛ المهم أن يعرف الجميع حدود القرار. اجمع ملاحظات أصحاب المصلحة في مراجعة واحدة، حتى لا يتحول الملف إلى حل وسط بين تعليقات متعارضة.

طبّق على مشروعك

سمّ صاحب الفكرة وصاحب التنفيذ والمعتمد النهائي.

02 /

نَفَّذْ، ثُمَّ تَعَلَّمْ.

حوّل الاتجاه إلى خطوات ومسؤوليات ومراجعة تعطي العمل
التالي سببًا أفضل.

صمّم المسار بعد النقر

افتح الإعلان والصفحة جنبًا إلى جنب على الهاتف. هل المنتج نفسه ظاهر؟ هل السعر والعرض والمدة متطابقة؟ هل تظل الصورة والوعد قابليين للتعرف؟ راجع كذلك سرعة التحميل والروابط وخطوات الشراء.

راجع المسار كما يراه عميل للمرة الأولى: ما الوعد الذي شاهده؟ وأين يجد الإجابة بعد النقر؟ ثبات الرسالة أهم من تطابق الخلفية. يمكن للإعلان أن يفتح سؤالاً، لكن صفحة الهبوط تحتاج جوابًا واضحًا ودليلاً وخطوة تالية. وثّق الاختلاف الذي يوقف الفهم أو يعيد العميل إلى البداية.

طبّق على مشروعك

ضع الإعلان والهبوط جنبًا إلى جنب وحدد الوعد والدليل والخطوة التالية.

اربط السؤال بالمؤشر

قد يكون الجمهور لا يفهم الاستخدام أو الفرق في الجودة أو سبب السعر. اكتب العائق أولاً، ثم اختر مدخلاً ودليلاً يعالجانه. لا تجعل رفع العائد هدفاً فضفاضاً يبرر أي تغيير شكلي.

لا تجمع مؤشرات كثيرة دون وظيفة. إذا كنت تختبر وضوح البداية، فافحص مشاهدة البداية والفهم؛ وإذا كنت تختبر سبب الشراء، فاقراً التحويل مع سلوك الصفحة. عزّف مصدر البيانات والفترة وحدودها. المؤشر يساعد القرار، لكنه لا يفسر وحده لماذا حدث التغيير.

طبّق على مشروعك

اكتب السؤال، والمؤشر، ومصدره، وما لا يخبرك به.

راجع الدليل قبل إعلان النجاح

ROAS يقارن الإيراد المنسوب بالإتفاق الإعلاني، ولا يساوي الربح. قد يتغير بسبب الخصم أو متوسط الطلب أو نموذج الإسناد. دوّن هذه العوامل، واحفظ ما تعلمته عن الجمهور بدل الاكتفاء بلقطة شاشة لرقم أعلى.

قد يتغير الأداء لأن العرض أو المخزون أو الموسم تغير. اكتب التغيرات بالتوازي مع العمل الإبداعي، ثم استخدم لغة تناسب الدليل: لاحظنا، يرجح، لا نعرف بعد. جودة التعلم أعلى عندما نعترف بما لا تسمح البيانات بحسمه. لا تجعل كل تحسن ضماناً للمشروع التالي.

طبّق على مشروعك

دوّن ثلاثة عوامل أخرى قد تؤثر في النتيجة.

أغلق الدورة بقرار جديد

راجع وضوح الموجز واتساق المخرجات وعدد التعديلات وجودة الاختبارات. أضف مؤشرات الأداء المناسبة للحملة، مع الانتباه للمنتج والسعر والتتبع. لا يكفي عدد التصميمات، ولا يصح أن يُنسب كل تغير في المبيعات إلى شخص واحد.

في نهاية الدورة، حوّل التعلم إلى قرار: نبقي، نطور، نوقف، أو نبحت أكثر. سجّل السبب والمالك وموعد المراجعة. بذلك لا يبدأ الفريق الشهر التالي من صفحة بيضاء. احتفظ بنسخة الموجز والإعلان والنتيجة في سجل واحد، كي يمكن الرجوع إلى ما اختُبر فعلاً.

طبّق على مشروعك

اكتب قرار الدورة التالية، ومن ينفذه، وما ستراجعه.

WORKSHEET

ورقة العمل

اجمع قراراتك هنا. اكتب ما تعرفه وما يحتاج قرارًا أو بحثًا.

01 / هدف العمل

02 / الجمهور والموقف

03 / عائق القرار

04 / الوعد والدليل

05 / جملة الفكرة

06 / المسؤوليات

07 / سؤال القياس ومصدره

08 / القرار التالي

FINAL CHECK

قبل أن تعتمد.

راجع البنود مع صاحب القرار. إذا بقي سؤال مفتوحًا، سجله وعيّن مسؤولًا لحسمه.

☐ هدف واحد واضح

☐ دليل على العائق

☐ فكرة قابلة للشرح

☐ موجز ومسؤول ومعتمد

☐ استمرار الوعد بعد النقر

☐ مؤشر يخدم السؤال

☐ عوامل أخرى مسجلة

☐ قرار تعلم موثق

السؤال المفتوح / المسؤول / الخطوة التالية

NEXT STEP

من الورقة إلى المشروع.

خذ القرارات إلى قالب العملي المرتبط بالكتيب، ثم استخدمها في موجز أو مراجعة أو اجتماع اعتماد. إذا احتاجت علامتك نطاقاً أوضح، تواصل معي لبدء النقاش.

عبدالله نجم

Art Director · Strategic Branding Designer
Creative Direction

abnegm.com/templates/creative-consultation.html

abdllamohamd2@gmail.com

© ABNEGM 2026 / النسخة العربية