

05 /

تقويم الكرييتف

خطة موسمية تبدأ قبل النشر وتستمر بالتعلم بعده.

عبدالله نجم

Art Director · Strategic Branding Designer
Creative Direction



ابدأ هنا

هذا الكتيب للعمل، لا للحفظ فقط.

لفريق التسويق والإنتاج الذي يعمل في مصر والسعودية والخليج ويحتاج تخطيطًا عكسيًا يحترم المخزون والموافقات.

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	التقويم سجل قرارات، لا تواريخ فقط
06	ابدأ من الإطلاق وارجع للخلف
07	راجع العرض والمخزون قبل الفكرة
08	رمضان رحلة تتغير خلالها الحاجة
10	المناسبات الوطنية تحتاج صلة واحترامًا
11	الموسم التجاري يحتاج مسارًا متكاملًا
12	صوّر مجموعة تخدم عدة مخرجات
13	أغلق الموسم قبل بناء التالي
14	ورقة العمل
15	قائمة التحقق

01 /

افهم، ثم اختر.

القرار الصحيح يبدأ بسؤال واضح ودليل يمكن الرجوع إليه.

التقويم سجل قرارات، لا تواريخ فقط

قيّم صلة الموسم بالجمهور والمخزون والمنتج وقدرة الفريق. لا تدخل موسمًا لأن المنافسين دخلوه. لكل موسم هدف ورسالة ونقطة تواصل، مع وقت كافٍ للتأكد من تواريخ الحملات والعروض محليًا.

لكل موسم، اكتب لماذا يهم النشاط ومن يخاطبه وما الذي يحتاجه العميل. قد تكون المناسبة مهمة ثقافيًا دون أن تحتاج عرض بيع. ضع هدفًا واضحًا قبل حجز التصوير أو ملء الخانات. التقويم الذي لا يحدد المسؤول والمخرج والاعتماد يترك الجدول جميلًا والتنفيذ عاليًا.

طبّق على مشروعك

اختر موسمًا واكتب سبب المشاركة والهدف والجمهور.

ابدأ من الإطلاق وارجع للخلف

ابدأ بالزاوية والموجز، ثم التصوير والتصميم، ثم المراجعة والمقاسات والبدايل، ثم اختبار النسخ. ضع نقاط اعتماد ومسؤولاً لكل مرحلة. إذا كان الإنتاج معقداً أو يحتاج مواقع، ابدأ أبكر ولا تختصر المراجعة لتعويض تأخر البدء.

حدد موعد النشر المطلوب، ثم وقت الاعتماد والتعديل والإنتاج والتحضير. لا تسحب الوقت من المراجعة عندما يتأخر الموجز دون تحديث الخطة. أضف هامشاً واقعياً للمواد التي تحتاج مورداً أو موقعاً. تحقق من التواريخ الرسمية قريباً من الموسم بدل تثبيتها في كتيب دائم.

طبّق على مشروعك

اكتب خمس مراحل عكسية وحدد مالك كل مرحلة.

راجع العرض والمخزون قبل الفكرة

حدد ما يحتاج اعتمادًا وما يحتاج تصويرًا أو تخصيصًا. جهز نسخ التشويق والعرض المباشر والمقاسات، مع بدائل للمنتجات أو العروض التي قد تنفذ. لا تجعل تغيير المخزون في آخر لحظة سببًا لتناقض الحملة.

اسأل العمليات عما يمكن تنفيذه فعليًا: المنتجات المتاحة، التسليم، القيود، والسعر المعتمد. الإعلان الذي يعد بما لا يمكن الوفاء به يضغط على الدعم ويضعف الثقة. اجعل هذه المعلومات جزءًا من الموجز، وسجل من يحدثها إذا تغيرت أثناء الموسم.

طبّق على مشروعك

راجع العرض والتوفر والتوصيل والقيود مع المسؤول.

رمضان رحلة تتغير خلالها الحاجة

اسأل متى وأين ولماذا يظهر المنتج في حياة الجمهور خلال الموسم. قد تكون المائدة أو الزيارة أو الهدية أو العناية اليومية. صغ رسالة تخدم هذه اللحظة، ثم اختر الصورة واللغة المناسبة دون مبالغة في الوعود.

قسم التخطيط إلى ما قبل الموسم وبدايته ووسطه ونهايته وما بعده. قد تتغير أوقات الاستخدام والاحتياج والنبرة، لكن لا تفترض سلوكًا واحدًا لكل سوق أو قطاع. استند إلى بيانات النشاط وملاحظات العملاء، ثم اختر الرسالة التي تناسب المرحلة بدل تكرار نفس العرض طوال الشهر.

طبّق على مشروعك

اكتب حاجة ورسالة لكل مرحلة من الموسم.

02 /

نَفَّذْ، ثُمَّ تَعَلَّمْ.

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

المناسبات الوطنية تحتاج صلة واحترامًا

حدد لماذا تشارك العلامة وما القيمة التي تضيفها. قد تكون تجربة محلية أو صناعة أو خدمة أو لحظة يومية. إذا كان هناك عرض، اشرح المنتج والمدة والشروط بوضوح، ولا تجعل الرمزية تخفي المعلومة التجارية.

حدد صلة العلامة بالمناسبة قبل وضع الرمز. راجع الشعارات والمواد الرسمية الحالية وشروط استخدامها عند تجهيز الحملة. اطلب مراجعة لغوية وثقافية مناسبة. الهدف أن يكون الحضور واضحًا وصادقًا؛ ليس كل حدث مبررًا لدعوة بيع أو زخرفة لا علاقة لها بالعلامة.

طبّق على مشروعك

دوّن صلة العلامة بالمناسبة وما يحتاج مراجعة رسمية.

الموسم التجاري يحتاج مسارًا متكاملًا

اختبر الزوايا والمدخل والدليل مع توثيق الجمهور والظروف. لا تعتمد على أن عرضًا أكبر سيعالج مشكلة فهم المنتج. جهز سببًا للاختيار بجانب الخصم، مثل استخدام واضح أو باقة مناسبة أو خدمة موثقة.

نشّق الإعلان والصفحة ورسالة البريد والدعم على عرض واحد. راجع الروابط والخصم الفعلي وحدود الاستخدام والمخزون. جهز نسخة بديلة إذا نفذ منتج أو تغيرت الأولوية. الاستعداد الجيد يشمل كيف نتوقف أو نعدل، وليس كيف ننشر فقط.

طبّق على مشروعك

اكتب خطة بديلة لمنتج غير متاح أو عرض يتغير.

صوّر مجموعة تخدم عدة مخرجات

اكتب الخلفية والإضاءة والزاوية والتكوين والملابس والدعائم، وأرفق المنتج الصحيح. لا تُغيّر العبوة أو المصق أو الحجم النسبي. خطط لمساحة النص والمقاسات المطلوبة قبل التصوير، بدل محاولة استخراجها بقص مؤذٍ لاحقًا.

اربط قائمة اللقطات بمخرجات التقويم. اطلب مساحة للنص ونسخًا تناسب المواضيع المختلفة قبل جلسة التصوير. احتفظ بمشهد أساسي وتفصيل وتجربة استخدام عندما تخدم الفكرة. تنوع اللقطات ينبغي أن يوسع الحلول داخل نفس الاتجاه، لا أن يجمع مواد بلا وظيفة.

طبّق على مشروعك

اربط كل لقطة بمخرج وقناة ورسالة.

أغلق الموسم قبل بناء التالي

جهز محتوى الاستخدام والمتابعة، واحفظ الأصول والتعلم وردود الجمهور. راجع النتائج ضمن أثر الخصم والمخزون والمنافسة، ثم حدّث تقويمك. التقويم الجيد يتراكم من دورات العمل، ولا يبقى قائمة مواعيد ثابتة.

راجع ما نُشر وما تأخر وما تعلمناه وما بقي غير محسوم. قارن الأهداف بالبيانات المتاحة وسجل تأثير العرض والمخزون والإنفاق. حدّث قائمة الإجراءات والمراجع، لا توقعًا عامًا بأن الموسم القادم سيكون أفضل. التعلم يصبح ذا قيمة عندما يغير الجدول أو الموجز أو قرار الإنتاج.

طبّق على مشروعك

سجل ثلاثة تغييرات ستطبقها في الموسم التالي.

WORKSHEET

ورقة العمل

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

02 / الجمهور والحاجة

01 / الموسم وسبب المشاركة

04 / العرض والمخزون والقيود

03 / الهدف والرسالة

06 / التواريخ العكسية والملاك

05 / المخرجات واللقطات

08 / القياس والتعلم بعد الموسم

07 / المراجعات وخطة البديل

FINAL CHECK

قبل أن تعتمد.

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

☐ صلة واضحة بالموسم

☐ تواريخ مراجعة من مصادرها

☐ عرض يمكن تنفيذه

☐ موجز قبل الإنتاج

☐ جدول عكسي واقعي

☐ الروابط والمقاسات واللغة مراجعة

☐ خطة بديلة

☐ اجتماع تعلم بعد الموسم

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/complete-creative-management.html

abdllamohamd2@gmail.com

© ABNEGM 2026 / النسخة العربية