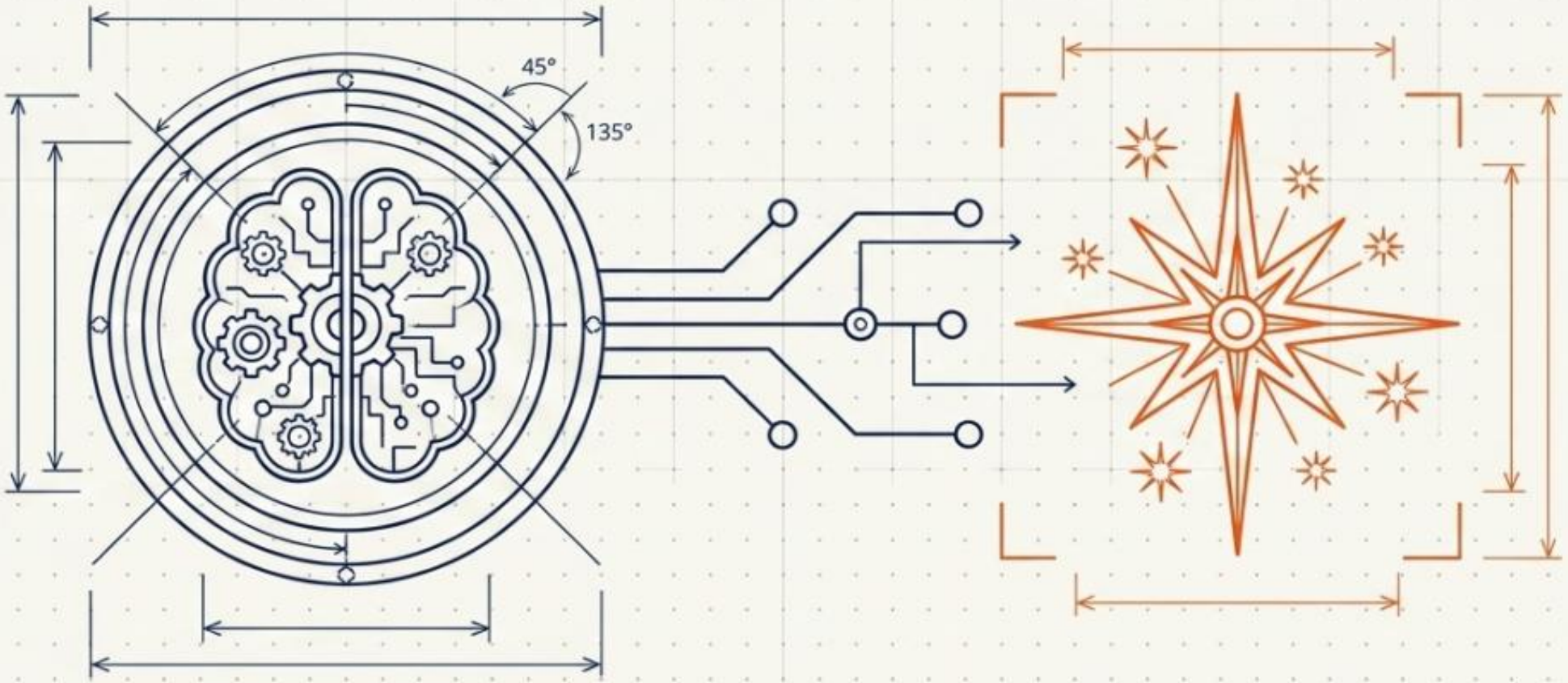
من البريف الإعلاني (Ad Brief) إلى توجيه الذكاء الاصطناعي (AI)

كيف ننظّم القرار الإعلاني قبل طلب التوليد؟



خريطة المحاضرة

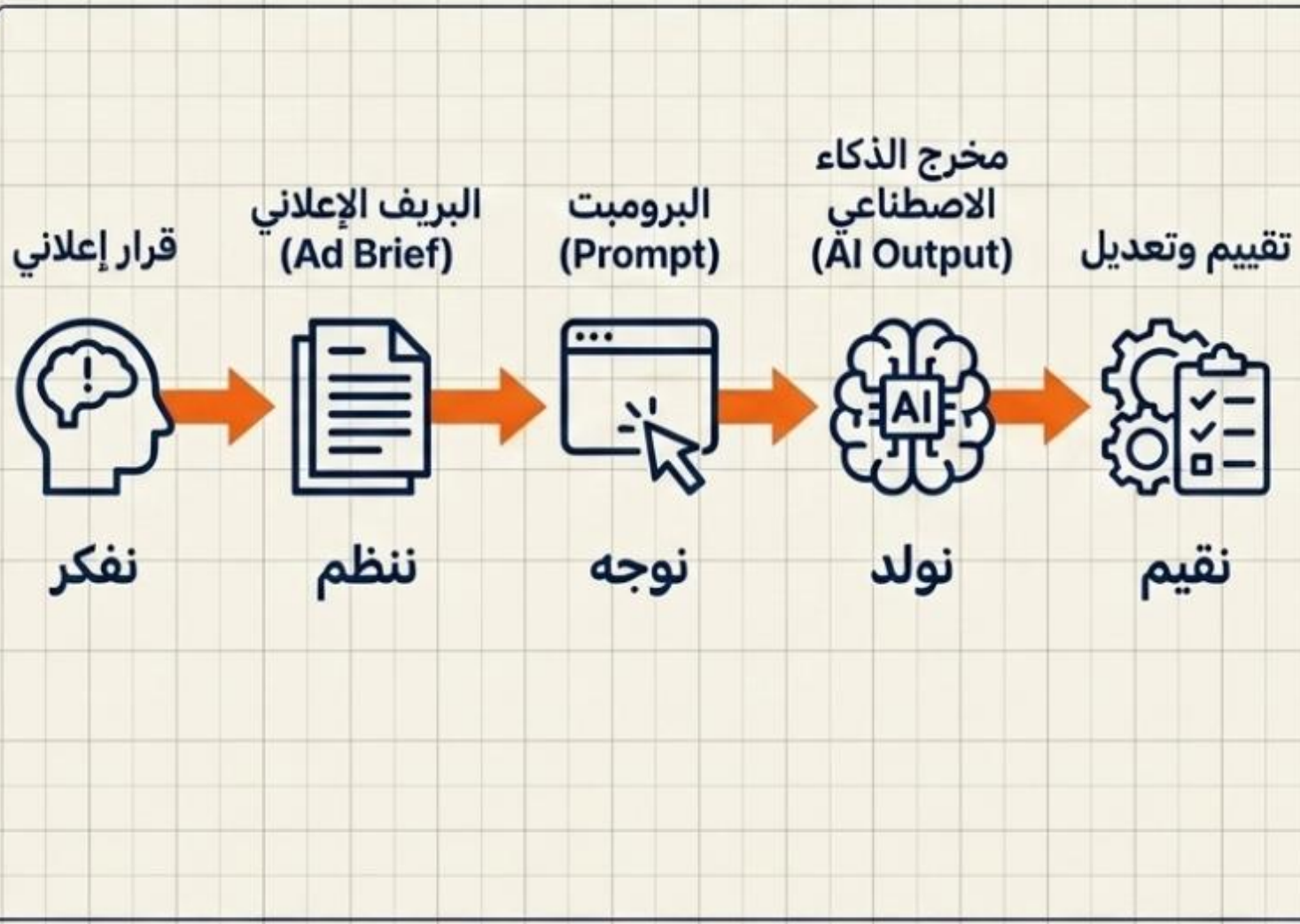
01 — صورة جميلة أم إعلان فعّال؟

02 — البريف الإعلاني (Ad Brief): تنظيم القرار الإعلاني

03 — من البريف الإعلاني (Ad Brief) إلى البرومبت (Prompt)

04 — التقييم وإعادة التوجيه

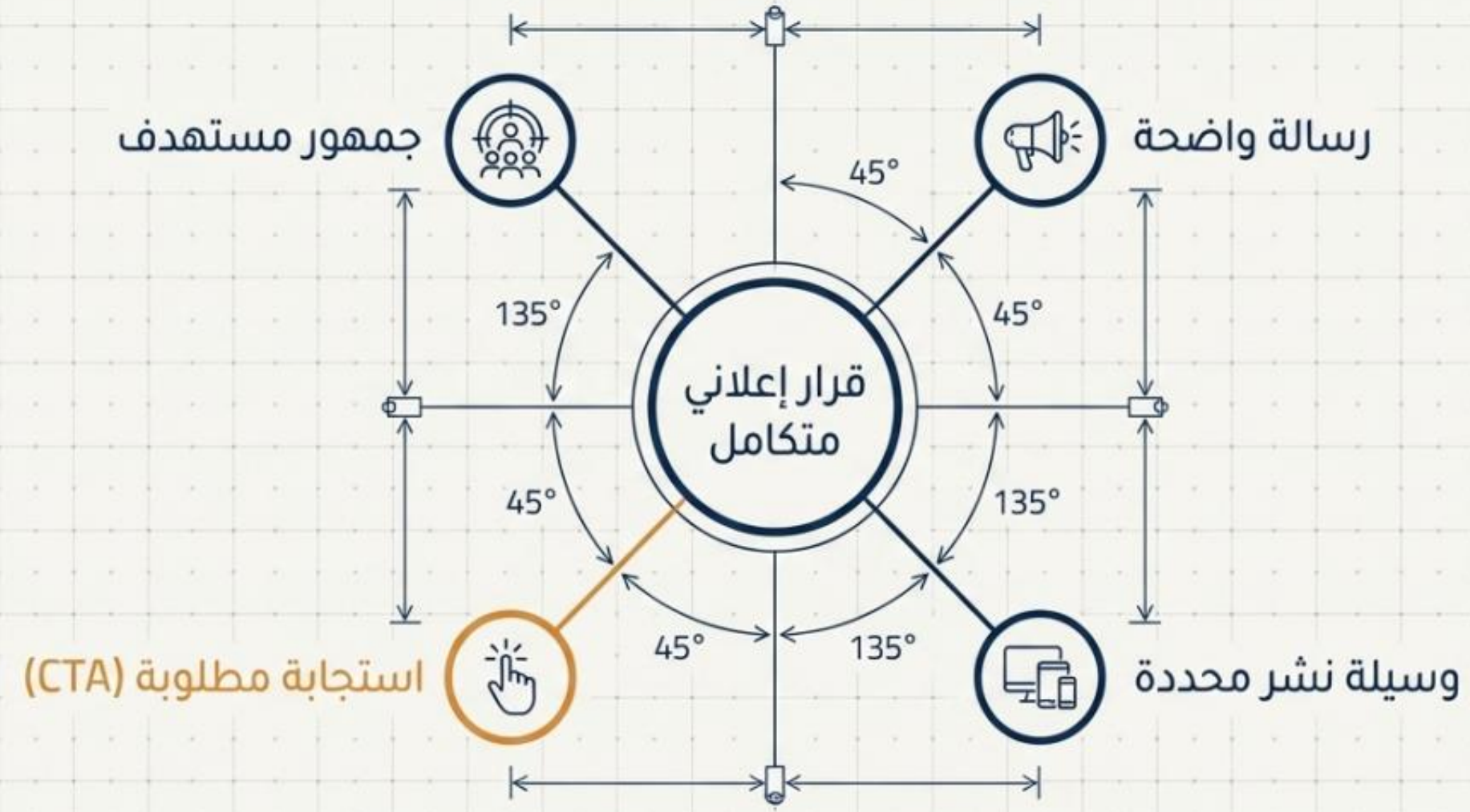
05 — خلاصة عملية وحدود مهنية



01 — صورة جميلة أم إعلان فعّال؟

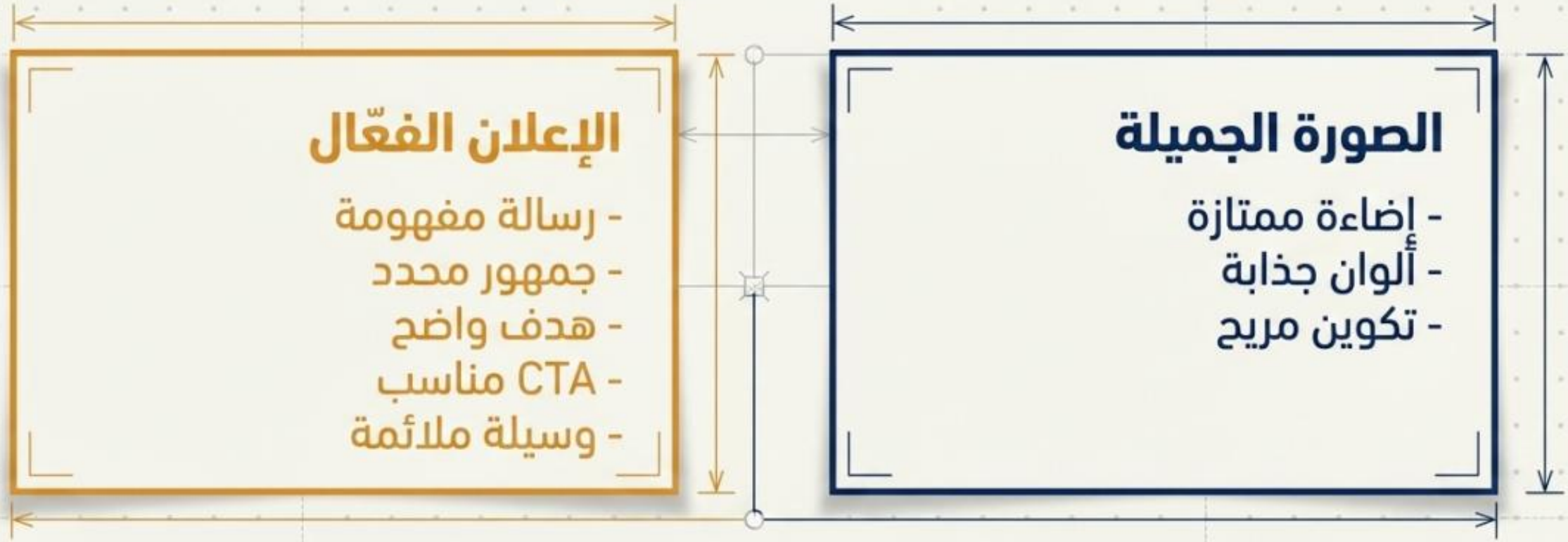
متى يكون المخرج البصري إعلانًا وليس مجرد صورة جذابة؟

الإعلان: عناصر تتجمع في قرار واحد



الإعلان ليس صورة منفصلة، بل قرار متكامل.

الصورة الجميلة مقابل الإعلان الفعّال



مثال بصري: من صورة جميلة إلى إعلان فعّال





الصورة تجذب الانتباه، أما الإعلان فيوجّه الانتباه نحو معنى أو فعل.

02 — البريف الإعلاني (Ad Brief): تنظيم القرار الإعلاني

كيف نحدد المنتج والجمهور والرسالة والهوية قبل التوليد؟

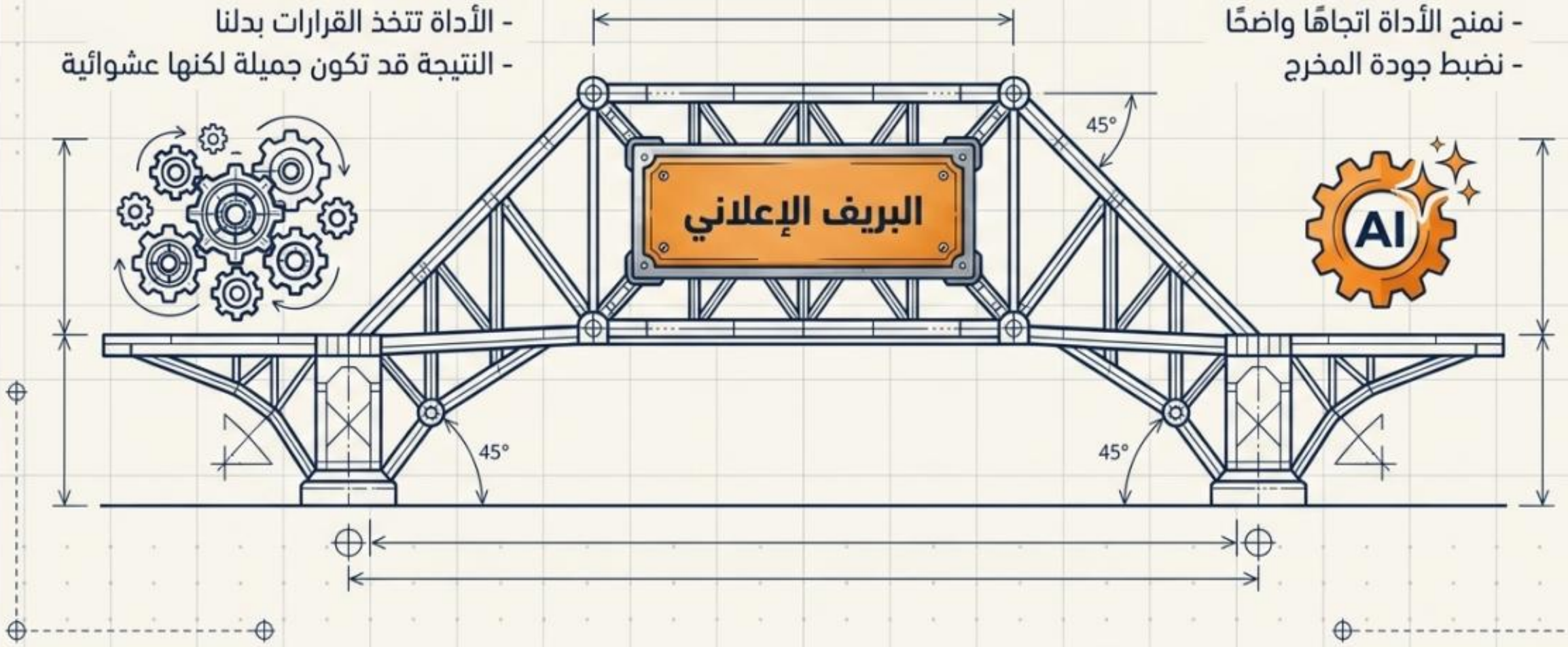
البريف الإعلاني (Ad Brief): جسر بين التفكير والأداة

مع بريف إعلاني (Ad Brief):

- نمنح الأداة اتجاهًا واضحًا
- نضبط جودة المخرج

بدون بريف إعلاني (Ad Brief):

- الأداة تتخذ القرارات بدلنا
- النتيجة قد تكون جميلة لكنها عشوائية



مثال سريع: أمر عام أم توجيه واضح؟

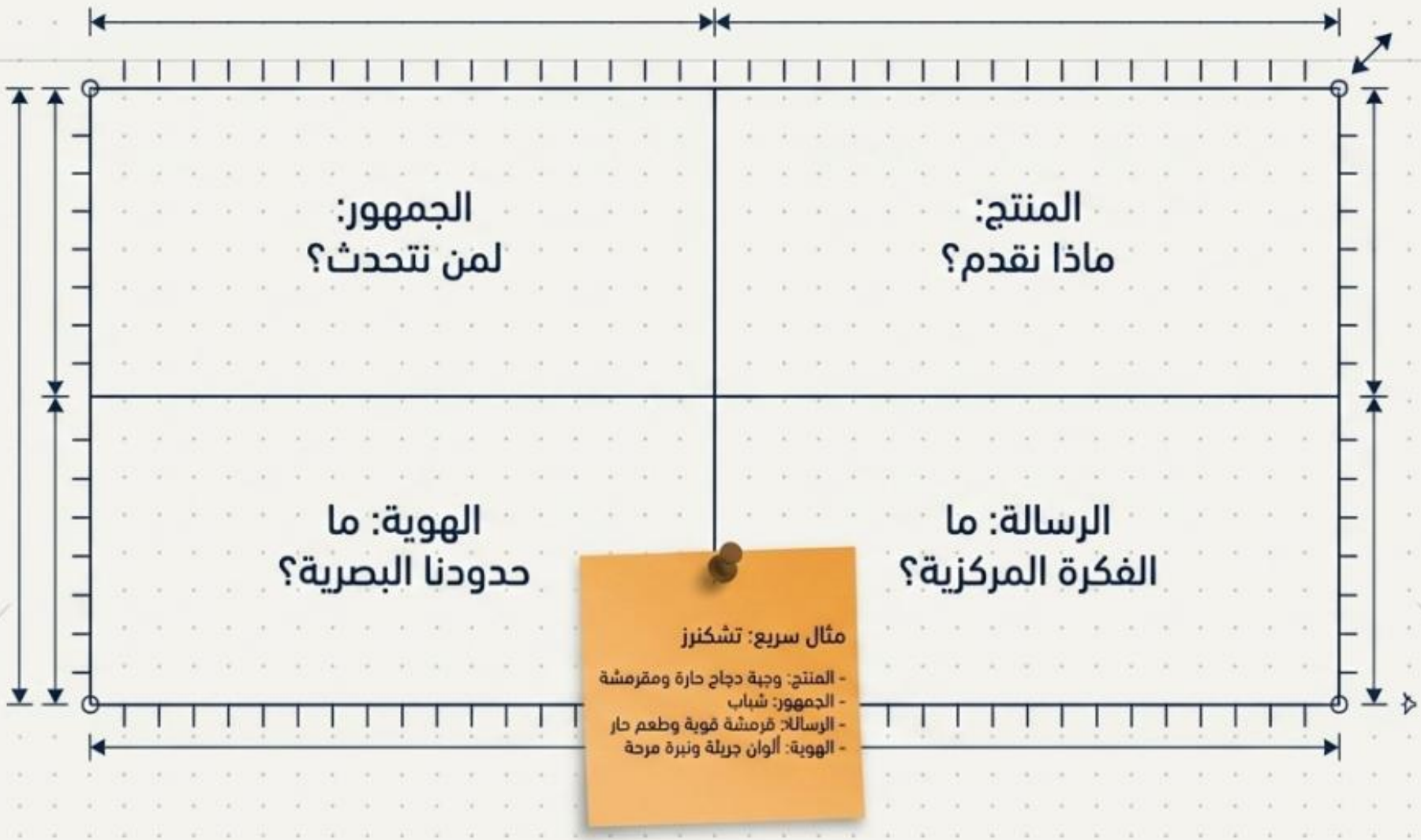
صمم إعلانًا لمطعم دجاج.

- عام جدًا
- لا يحدد الجمهور
- لا يحدد الرسالة
- لا يحدد الوسيلة

صمم إعلانًا لوجبة دجاج حارة ومقرمشة موجهة للشباب، بنبرة مرحة وجريئة.

- جمهور أوضح
- رسالة أوضح
- نبرة أوضح

البريف الإعلاني (Ad Brief): تنظيم القرار قبل التوليد



كيف يُترجم الجمهور بصرياً؟

جمهور مهني	جمهور شبابي
- ألوان هادئة	- ألوان أكثر حيوية
- إيقاع بصري منظم	- إيقاع أسرع
- نبرة رسمية ومباشرة	- نبرة مرحة وتفاعلية

الهدف الإعلاني: بوصلة التنفيذ



الوسيلة: قيود تتحول إلى تعليمات

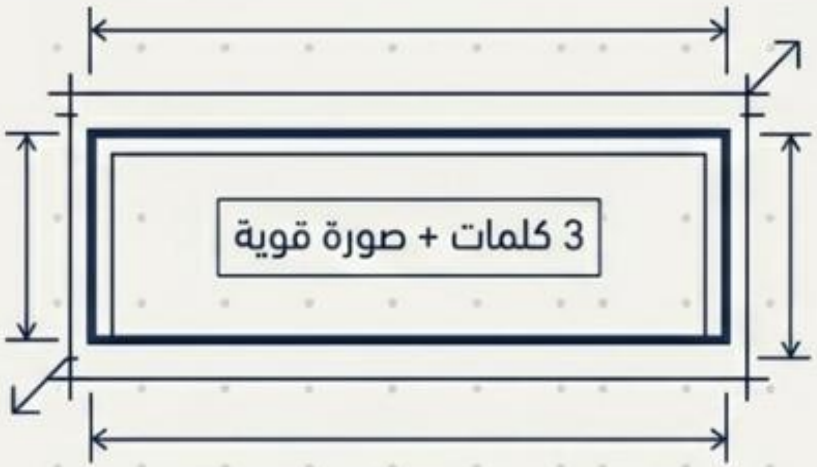
إنستغرام
توازن بين الصورة والنص



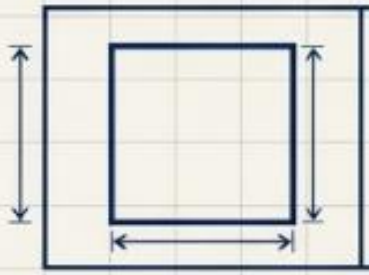
ستوري
عمودي وسريع وCTA واضح



بانر
اختصار بصري شديد،
وقراءة سريعة



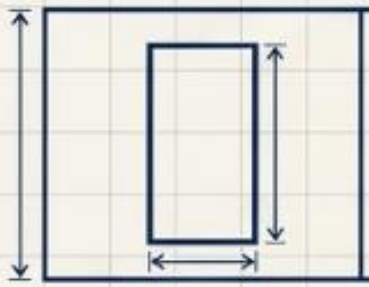
من التكيف البصري إلى تعليمات البرومبت (Prompt)



1. Instagram Post

ما نعرفه من التكيف:
توازن بين الصورة والنص

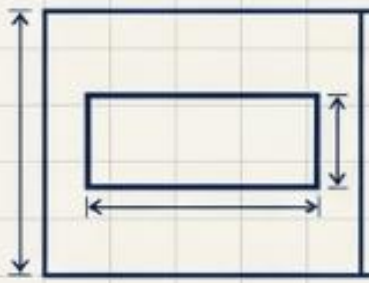
كيف يتحوّل إلى تعليمات في البرومبت: اطلب تصميمًا بصريًا متوازنًا مع عنوان قصير وCTA واضح



2. Story

ما نعرفه من التكيف:
مقاس عمودي وزمن انتباه قصير

كيف يتحوّل إلى تعليمات في البرومبت:
اطلب تصميم 9:16، نصًا قليلًا، ومنتجًا بارزًا، وCTA واضحًا



3. Banner

ما نعرفه من التكيف:
قراءة سريعة ومساحة محدودة

كيف يتحوّل إلى تعليمات في البرومبت:
اطلب كلمات قليلة، صورة قوية، ورسالة مباشرة

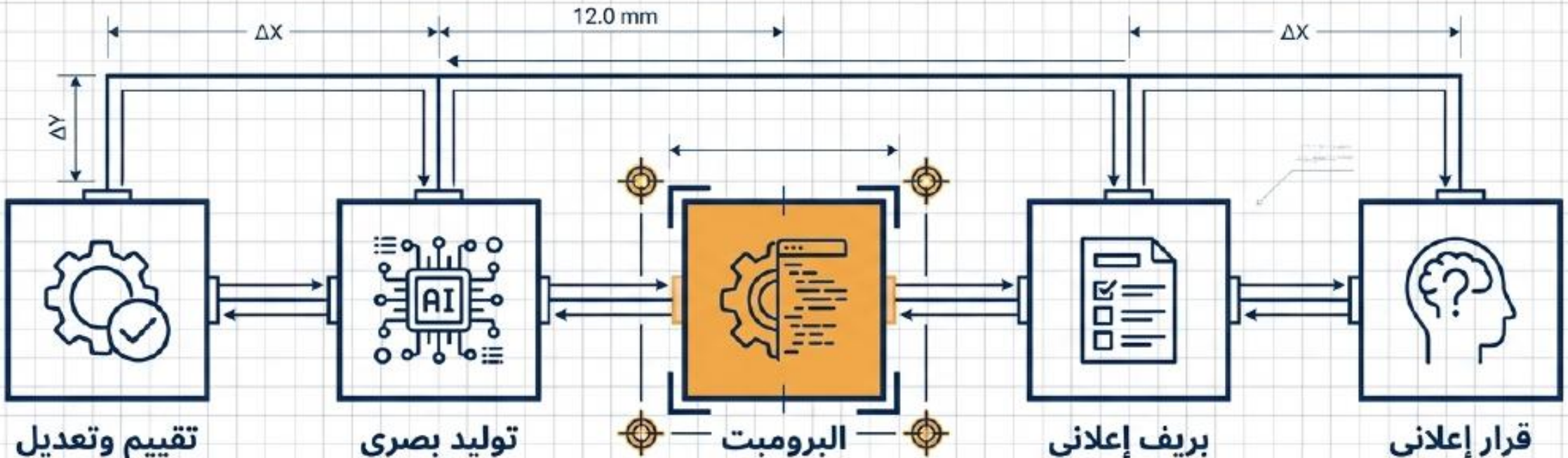
لا نعيد شرح التكيف هنا؛ بل نترجمه إلى تعليمات قابلة للتنفيذ.



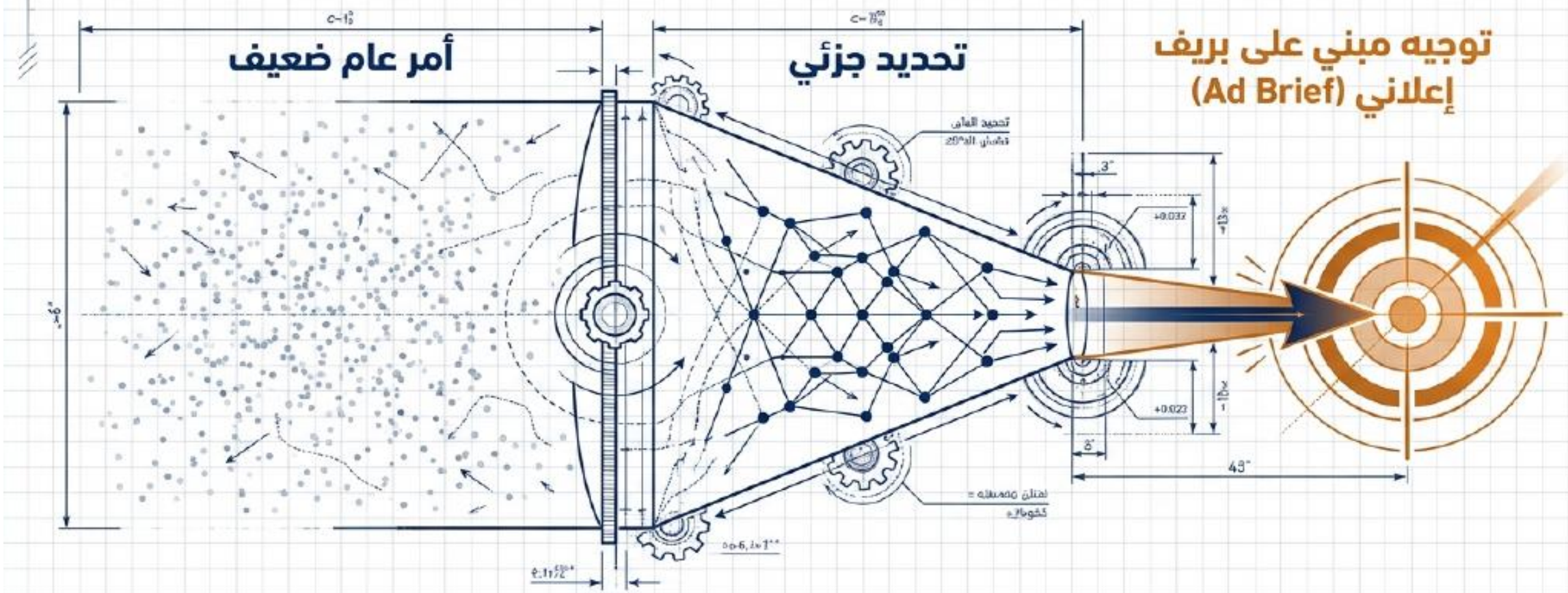
03 — من البريف الإعلاني (Ad Brief) إلى البـرومبت (Prompt)

كيف تتحول قرارات البريف إلى تعليمات للأداة؟

البرومبت (Prompt): ترجمة القرار الإعلاني إلى تعليمات



هندسة البرومبت (Prompt): من العشوائية إلى التحكم



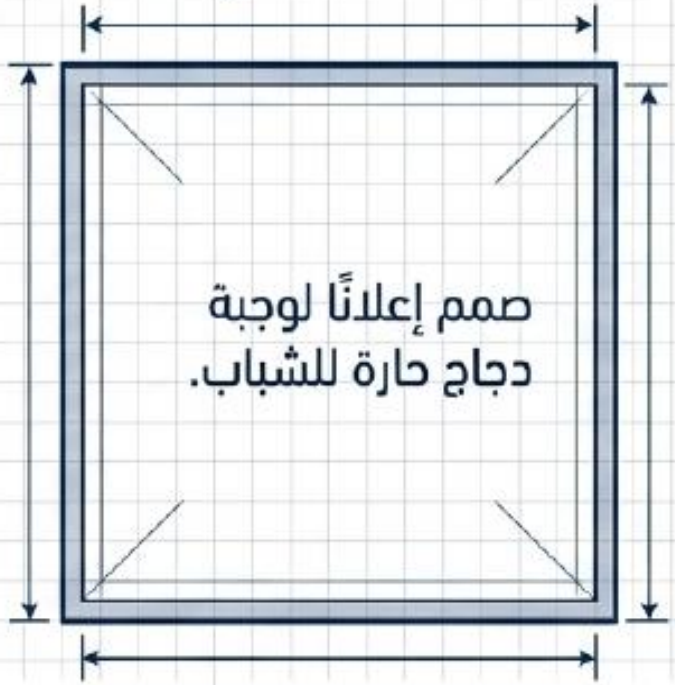
كلما زاد وضوح القرار الإعلاني، قلّت عشوائية المخرج.

مثال: كيف يتحسن البرومبت (Prompt) تدريجيًا؟

أمر عام



تحديد جزئي



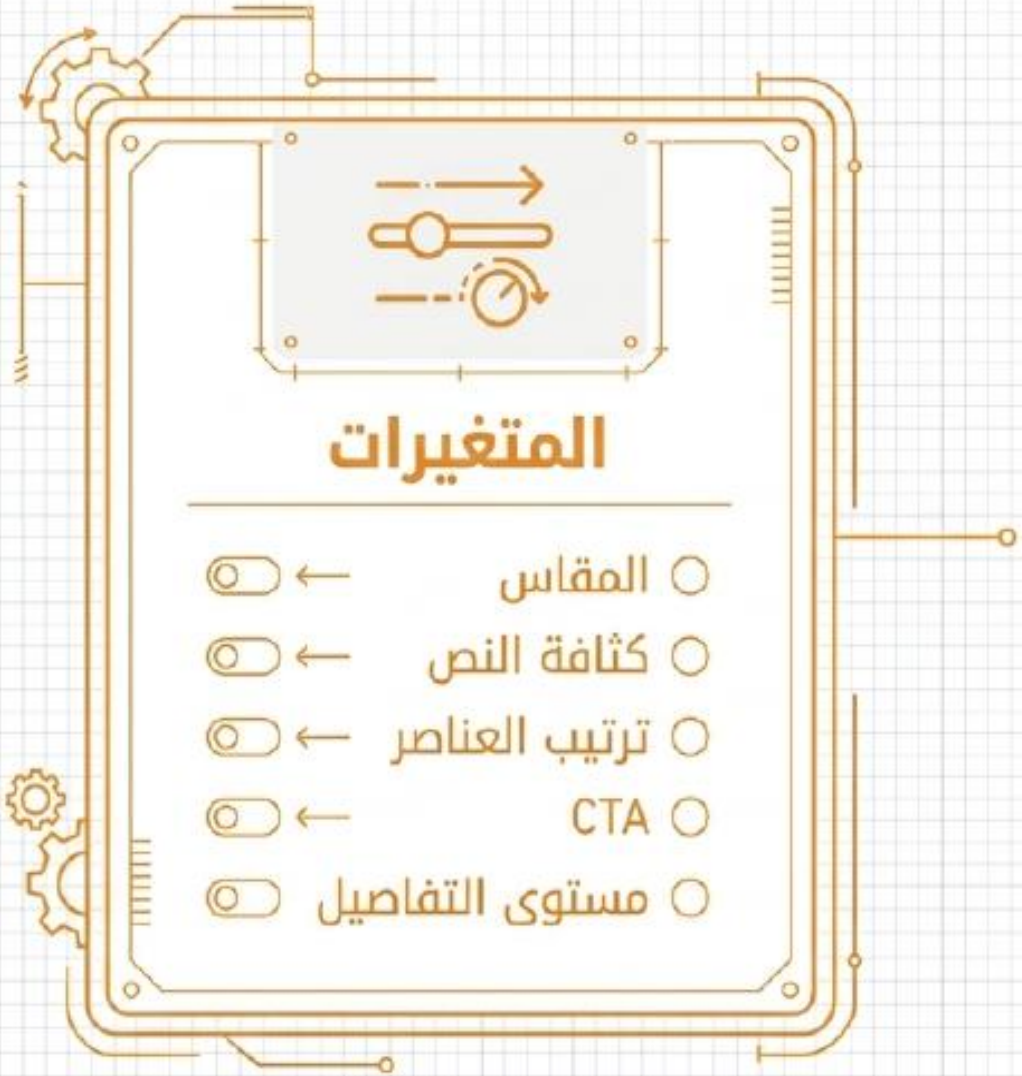
توجيه مبني على بريف



كل إضافة في البرومبت يجب أن تأتي من قرار إعلاني، لا من زخرفة لغوية.

إدارة التكيف البصري عبر البرومبت (Prompt)









04 — التقييم وإعادة التوجيه

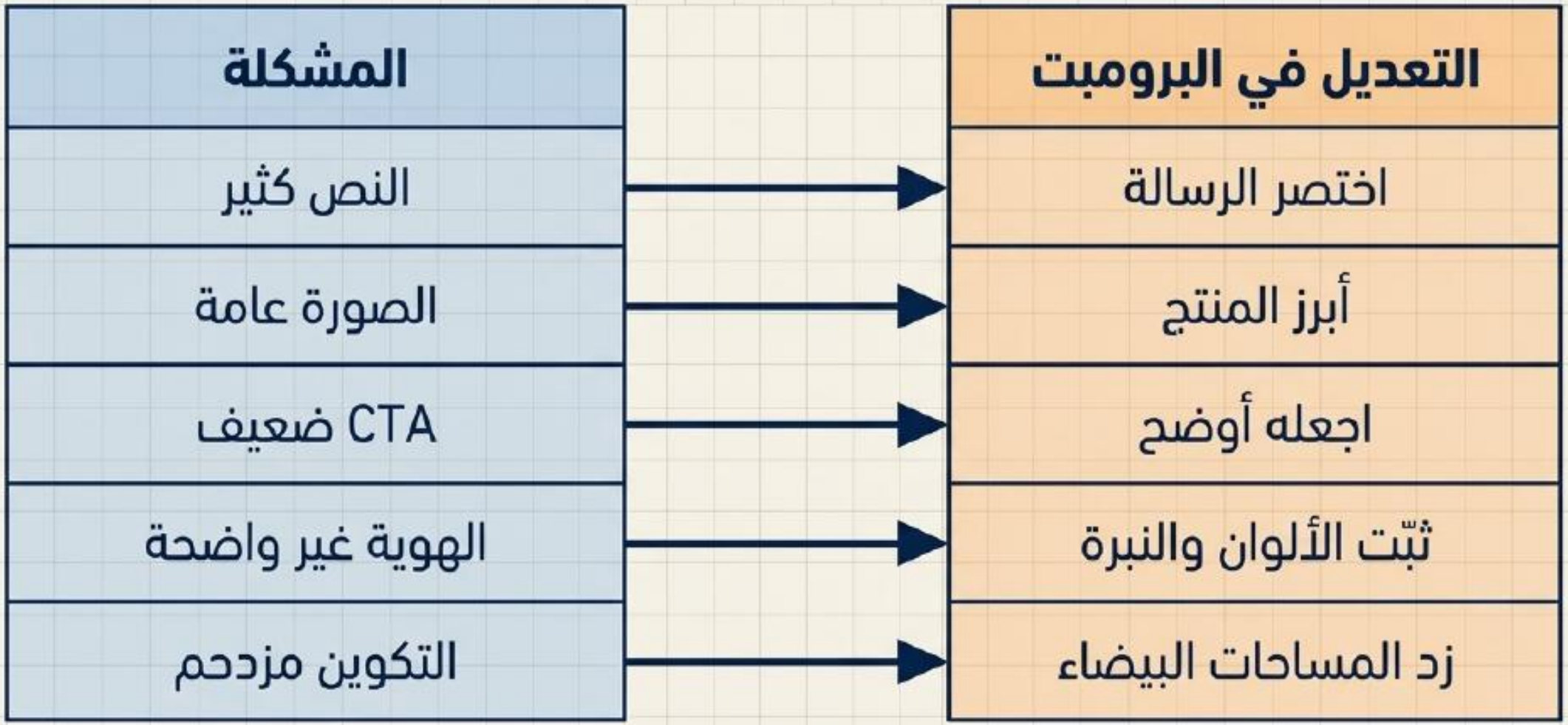
كيف نراجع المخرج ونعدّل البرومبت عند الحاجة؟

التقييم المهني: متى نقبل المخرج البصري؟



لا نقبل المخرج لأنه جميل فقط، بل لأنه يخدم القرار الإعلاني.

إعادة التوجيه: فن هندسة التعديلات



مثال: قبل وبعد إعادة التوجيه





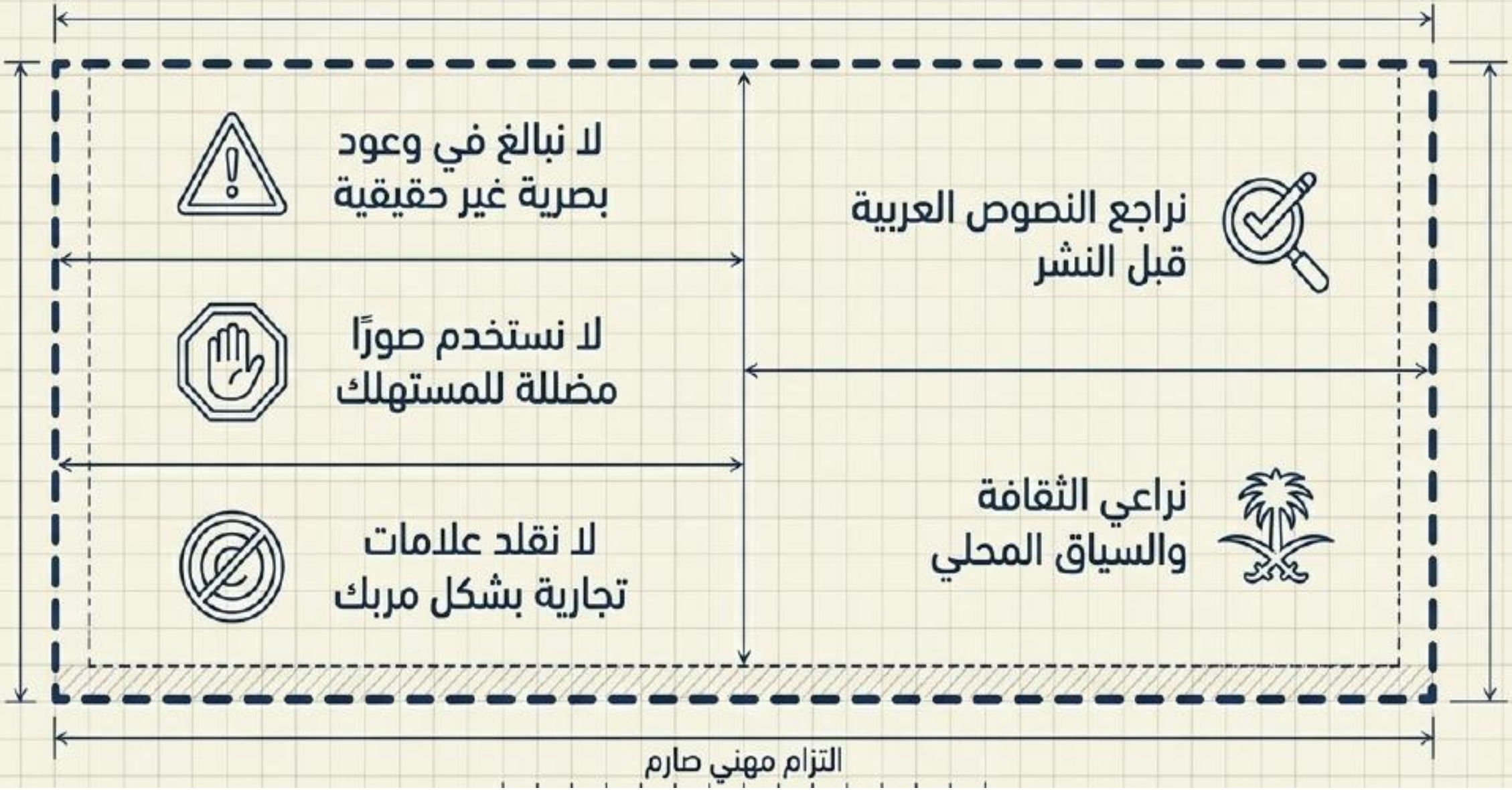
إعادة التوجيه لا تعني إعادة التصميم من الصفر، بل تصحيح القرار البصري.



05 — خلاصة عملية وحدود مهنية

ما مسؤولية المختص عند استخدام الذكاء الاصطناعي (AI) في الإعلان؟

حدود مهنية وأخلاقية في استخدام الذكاء الاصطناعي (AI)



الخلاصة العملية

