شركة روافد الصحة العالمية
Rawafed Health International Co.



مراجعة إعلان PINOFIT

ومقترح بديل مبني على دليل الهوية البصرية
بإنتاج كامل بالذكاء الاصطناعي

إعداد: محمد منصور درويش · صانع إعلانات ومحتوى بالذكاء الاصطناعي

مقدَّم إلى شركة روافد الصحة العالمية · نوفمبر ٢٠٢٦

شركة روافد الصحة العالمية
Rawafed Health International Co.

قسنا الإعلان الحالي على دليل الهوية البصرية الخاص بكم

اعتمدنا أربع قواعد من الدليل، وراجعنا كل لقطة في الإعلان عليها. وكل ملاحظة في هذا العرض يقابلها حلّها في الإعلان المقترح.

١
نبرة مطمئنة

«مطمئنة: داعمة دون تهويل»،
وتجنّب «صور مخيفة أو مؤلمة».

صفحة ٣٤ و٣٧

٢
السياق السعودي

«أسلوب محتشم ومحترم»،
واحترام
الزي المحلي والحياة الأسرية.

صفحة ٣٤

٣
الحفاظ على المنتج

«لا تغيّر شكل المنتج
أو ألوانه أو العبوة».

صفحة ٣٥

٤
معلومات موثّقة

«حقائق وأرقام موثّقة فقط».

صفحة ٣٧ و٣٩

الملاحظة ١ · النبرة

الإعلان يبدأ بالألم

الإعلان الحالي





ما رأيناه

أول ثانيتين: رجل يمسك كتفه وامرأة تمسك ساقها، والنص: «كتفك مشدود؟ وعضلاتك تعبانة من طول اليوم؟».

القاعدة

نبرة «مطمئنة: داعمة دون تهويل»، وتجنّب «صور مخيفة أو مؤلمة أو صادمة».

دليل الهوية · صفحة ٣٤ و٣٧

الأثر

يرتبط المنتج في ذهن المشاهد بالألم، بدل أن يرتبط بالراحة والنشاط.

كيف عالجناها

بدأنا بموقف يومي مألوف: زحمة الرياض صباحاً. الانشغال يظهر من الموقف، لا من وجه متألم.

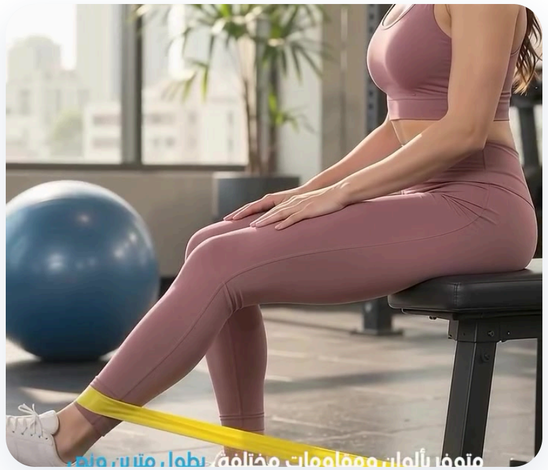
الإعلان المقترح

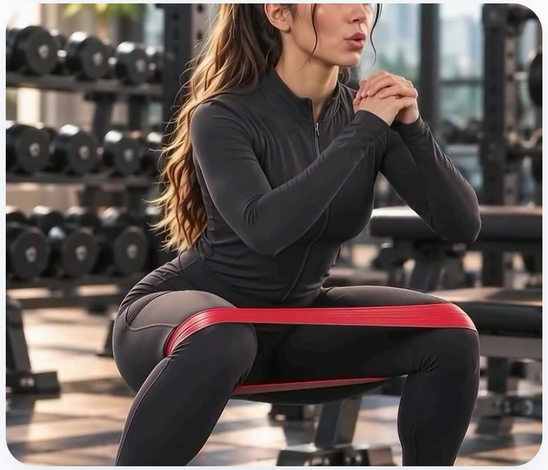


الملاحظة ٢ · الحشمة

اللبس لا يناسب الجمهور السعودي

الإعلان الحالي





ما رأيناه

لقطات بملابس رياضية ضيقة وكاشفة، منها حمّالة صدر رياضية وليجنز.

القاعدة

«عند استهداف الجمهور السعودي، احترم الزي المحلي والبيئة والحياة الأسرية»، مع «أسلوب محتشم ومحترم».

دليل الهوية · صفحة ٣٤

الأثر

قد يحدّ من قبول الإعلان لدى الجمهور، ومن ظهوره على بعض المنصات والشراكات.

كيف عالجناها

الأم بحجاب ولبس رياضي واسع، والرجل بالثوب والشماغ. حشمة كاملة دون أن يفقد الإعلان حيويته.

الإعلان المقترح



الملاحظة ٣ · السياق المحلي

الشخصيات والمكان غير محليين

الإعلان الحالي



ما رأيناه

الموديلز بملامح غربية، وكل اللقطات في صالة رياضية عامة.

القاعدة

«احترم الزي المحلي والبيئة والحياة الأسرية»، و«أشخاص في لحظات يومية ونشطة».

دليل الهوية · صفحة ٣٣ و٣٤

الأثر

المشاهد السعودي لا يرى نفسه في الإعلان، فيضعف الارتباط بالمنتج.

كيف عالجناها

موظف سعودي في مكتبه بالرياض، وأم سعودية مع أطفالها في البيت.
نفس الشخصيات ثابتة في كل اللقطات.

الإعلان المقترح



التغليف يتغيّر داخل الإعلان نفسه

الإعلان الحالي





ما رأيناه

علبة مكتوب عليها «PINOFIT-BAND»، ثم كيس مكتوب عليه «PINOFIT GYMNASTIKBAND». والكيس الأصفر عليه صورة شريط أخضر.

القاعدة

«لا تغيّر شكل المنتج أو ألوانه أو العبوة».

دليل الهوية · صفحة ٣٥

الأثر

العميل لا يعرف أي تغليف سيصله، وتضعف الثقة في المنتج.

كيف عالجناها

عرضنا الشريط نفسه دون أي تغليف مولَّد، ليُضاف التغليف الحقيقي من صوركم المعتمدة.

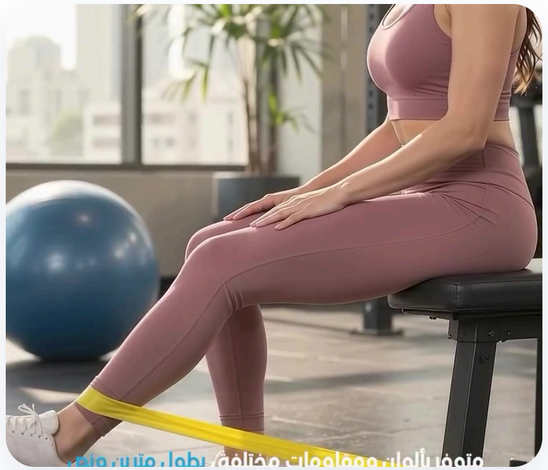
الإعلان المقترح



الملاحظة ٥ · دقة المعلومات

المنتج المعروض لا يطابق المعلومة

الإعلان الحالي





ما رأيناه

النص يقول «بطول مترين ونص»، وفي نفس اللقطة يظهر الشريط حلقة صغيرة حول القدمين. وهذا يعني أن المعروض منتج آخر.

القاعدة

«دقيقة: حقائق وأرقام موثّقة فقط».

دليل الهوية · صفحة ٣٧

الأثر

المشاهد يرى منتجاً ويقرأ مواصفات منتج آخر. وقد يشتري الشيء الخطأ.

كيف عالجناها

كل اللقطات تعرض الشريط الطويل المفتوح نفسه، بالألوان المتوفرة فعلاً على موقعكم.

الإعلان المقترح



الإعلان المقترح

«دقيقة وحدة»: يوم مزدحم... ودقيقة تفرق

قصة من فصلين: الانشغال اليومي، ثم دقيقة حركة وسط اليوم. والمنتج هو الحل الطبيعي في النهاية.



يومك ما يوقف | شغل واجتماعات | البيت والعيال | صحتك أولاً | دقيقة وحدة | لحظة معهم | PINOFIT | ثلاث ألوان

٢٨ ثانية | ٩:١٦ ريلز وسناب وتيك توك | صوت سعودي هادئ وواضح | ١٠٠٪ ذكاء اصطناعي

طريقة العمل

مراجع ثابتة قبل أي لقطة

قبل توليد الفيديو، بنينا مرجعاً لكل شخصية وللمنتج، ليبقى الشكل نفسه في كل اللقطات.



مرجع المنتج



مرجع الموظف



مرجع الأم



مرجع الأطفال

دليل الهوية والموقع ← السيناريو ← المراجع ← اللقطات ← الفيديو ← الصوت والموسيقى ← المونتاج ← قائمة الجودة

الخطوة التالية

من إعلان واحد... إلى حملة

١

منشورات من نفس الإعلان

تصاميم ثابتة لإنستغرام وسناب من لقطات الفيديو، بنفس الهوية والرسالة.

٢

نسخ قصيرة للإعلانات المدفوعة

نسخة ٦ ثوانٍ، ونسخة لكل جمهور: الموظف، والأم.

٣

باقي منتجاتكم

نفس المنهج لمنتجات العناية بالفم والدعامات والأحذية الطبية، وحملات موسمية.

شركة روافد الصحة العالمية
Rawafed Health International Co.

شكراً لكم

الإعلان المقترح مرفق مع هذا العرض

محمد منصور درويش

صانع إعلانات ومحتوى بالذكاء الاصطناعي

واتساب +20 111 734 2151

البريد hadary1199@gmail.com