

التكليف العملي الثاني تحليل حملة إعلامية ناجحة حملة باربي (2023)

مقدمة

تُعد حملة فيلم Barbie (2023) من أبرز الحملات الإعلامية الحديثة، إذ نجحت في تحويل فيلم سينمائي إلى ظاهرة ثقافية عالمية. اعتمدت الشركة المنتجة على استراتيجية تسويق متكاملة بدأت قبل عرض الفيلم بعدة أشهر، وركزت على خلق الترقب وإشراك الجمهور.

تحليل الحملة

اعتمدت الحملة على اللون الوردي كهوية بصرية، وأطلقت أدوات تفاعلية لإنشاء ملصقات شخصية، وشجعت المستخدمين على مشاركة المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما تعاونت مع العديد من العلامات التجارية، مما وسع انتشارها.

عناصر الإبداع الإعلامي

تميزت الحملة بفكرة مبتكرة، وهوية بصرية قوية، والتفاعل مع الجمهور، والتسويق الفيروسي، والتكامل بين الوسائل الرقمية والتقليدية.

أسباب النجاح

جاء النجاح نتيجة التخطيط الاستراتيجي، وفهم الجمهور المستهدف، واستخدام وسائل التواصل بفاعلية، وتحويل الجمهور إلى شريك في نشر الرسالة الإعلامية.

الخاتمة

تُعد حملة Barbie نموذجًا ناجحًا للإبداع الإعلامي، حيث جمعت بين الابتكار والتفاعل والتخطيط، وحققت نجاحًا جماهيريًا وتسويقيًا كبيرًا.

المراجع

Kotler & Keller, Marketing Management
Warner Bros. Barbie Press Materials (2023)