

إنتاج المحتوى للتسويق الرقمي

د. محمد رفعت

MKT212

إنتاج المحتوى التسويقي المرئي (الصور والوجوه)

المحاضرة الثامنة



محتويات المحاضرة الثامنة

إنتاج المحتوى التسويقي المرئي



إنتاج الصورة في المحتوى التسويقي الرقمي

إنتاج شعارات المنتجات (الوجو)

إنتاج المحتوى التسويقي المصور

أفضل الممارسات التسويقية الرقمية في إنتاج الصورة:

- ✓ استخدام صور ذات جودة عالية وواضحة: قم باختيار صور عالية الجودة وواضحة تعكس الرسالة والعلامة التجارية بشكل جيد. تجنب الصور المشوشة أو ذات الجودة المنخفضة.
- ✓ التركيز على صور ذات صلة بالمنتج أو الخدمة: اختر صورًا تركز على المنتجات أو الخدمات التي تقدمها، مما يساعد في إبراز قيمتها للعملاء.
- ✓ استخدام صور إبداعية وفريدة: حاول استخدام صور إبداعية وفريدة من نوعها لجذب انتباه المشاهدين وإثارة اهتمامهم. تجنب الصور المكررة أو النمطية.
- ✓ مراعاة التوازن في استخدام النصوص والصور: وازن بين استخدام النصوص والصور بشكل فعال. لا تغرق في الكثير من النصوص وتجنب تشتيت انتباه المشاهد.
- ✓ مراعاة توافق الصور مع الرسالة التسويقية: تأكد من أن الصور المستخدمة تتماشى مع الرسالة التسويقية وتعزز الهدف المرجو.

إنتاج المحتوى التسويقي المصور

أفضل الممارسات التسويقية الرقمية في إنتاج الصورة:

- ✓ اختبار الصور والتحسين المستمر: قم بإجراء اختبارات على الصور المختلفة وقياس أدائها، ثم قم بتحسينها باستمرار لتحسين نتائج الحملات التسويقية.
- ✓ تطبيق التصميم المتجاوب: تأكد من أن الصور والمحتوى التسويقي المرئي يتكيف بشكل جيد مع مختلف الأجهزة والشاشات.
- ✓ استخدام الصور ذات التأثير العاطفي: حاول استخدام صور تستثير المشاعر والأحاسيس الإيجابية لدى المشاهدين.
- ✓ توفير سياق وتفاصيل للصور: قدم سياقاً وتفاصيل إضافية للصور لتعزيز الرسالة التسويقية والمعلومات المتعلقة بالمنتج.
- ✓ مراعاة القوانين والتراخيص: تأكد من الحصول على التراخيص اللازمة واحترام حقوق الملكية الفكرية

إنتاج المحتوى التسويقي المصور

- أفضل الممارسات التسويقية الرقمية في إنتاج الصورة:
- لا تستخدم الصور التي تحتوي على ألوان كثيرة مشتتة للانتباه.
- استخدم قاعدة الثلث في التقاط الصور التسويقية Rule of Thirds
- استخدم قاعدة النسب الذهبية في التقاط الصور التسويقية the golden ratio

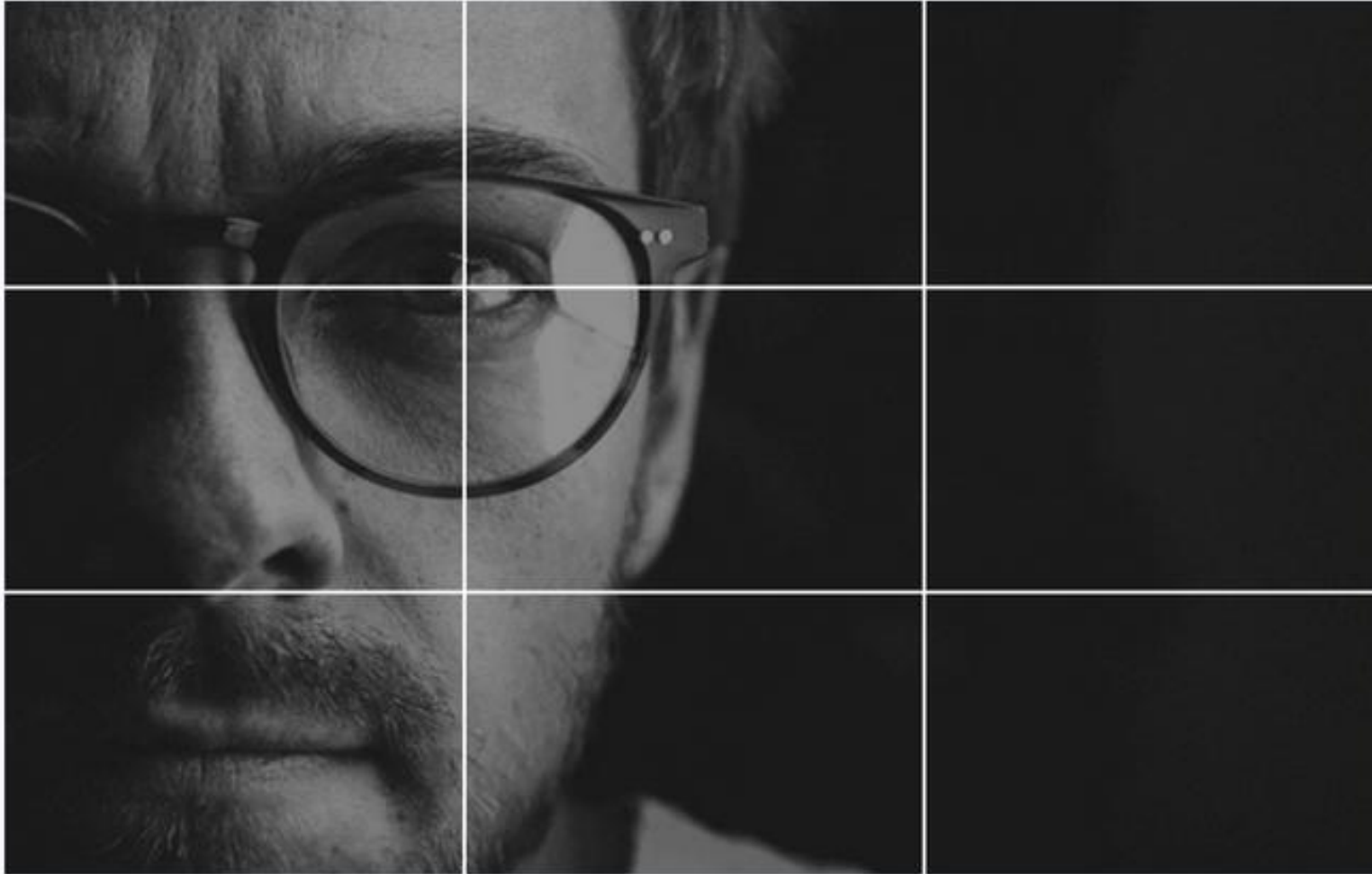
قاعدة التثليث في إلتقاط الصور التسويقية

- قاعدة التثليث أو الأثلاث من القواعد الأكثر شيوعاً في التصوير الفوتوغرافي، وواحدة من أسهل قواعد التصوير وأنجحها في الإستخدام، حيث أن القاعدة ببساطة هي تقسيم الصورة بالتساوي إلى ثلاثة أقسام أفقياً وعمودياً، وذلك من خلال وضع خطان عموديان وخطان أفقيان، بحيث ستكون هذه الخطوط الأربعة أو زوايا تقاطعها هي المكان الذي يمكن فيه وضع العناصر الرئيسية والأساسية في الصورة، وذلك لإنشاء صورة قوية وواضحة وجعل الهدف فيها بمكان لافت للإنتباه.
- يمكن إظهار هذه الخطوط الوهمية في شاشة الكاميرا من خلال تفعيل الخيار Grids 3*3 في القائمة، ويمكن إظهارها في شاشة الجوال أثناء إلتقاط الصور من إعدادات الكاميرا، ومن الممكن أن يقوم المصور بإلتقاط الصور بإستخدام قاعدة التثليث بدون تفعيل هذه الخطوط، فقط بتخيلها وإلتقاط الصورة بناءً على وجودها بشكل وهمي.

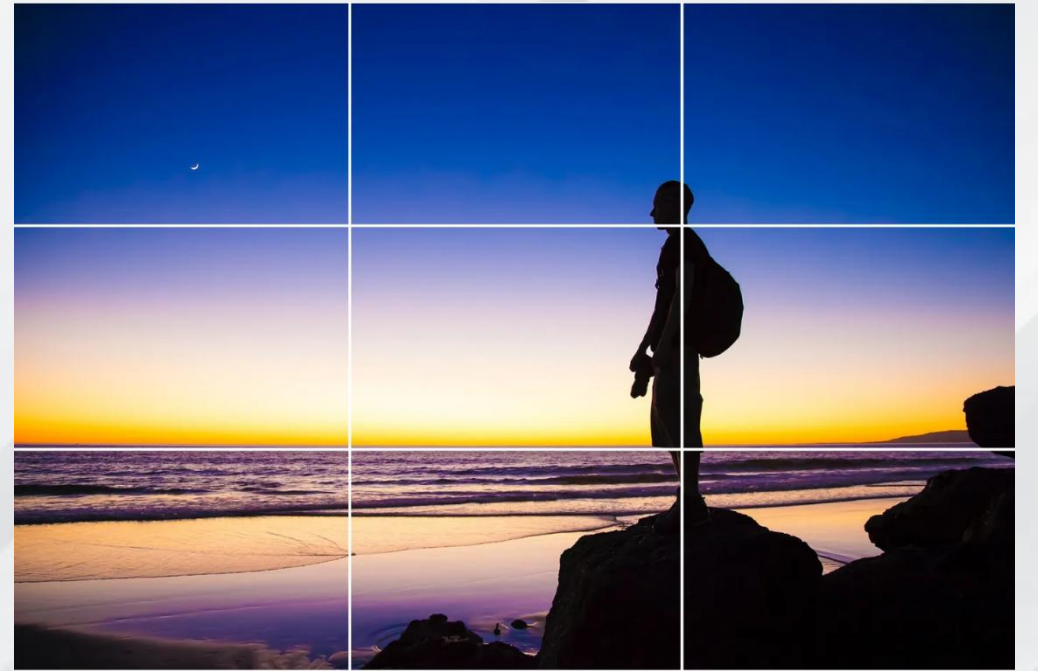
أمثلة لقاعدة التثليث



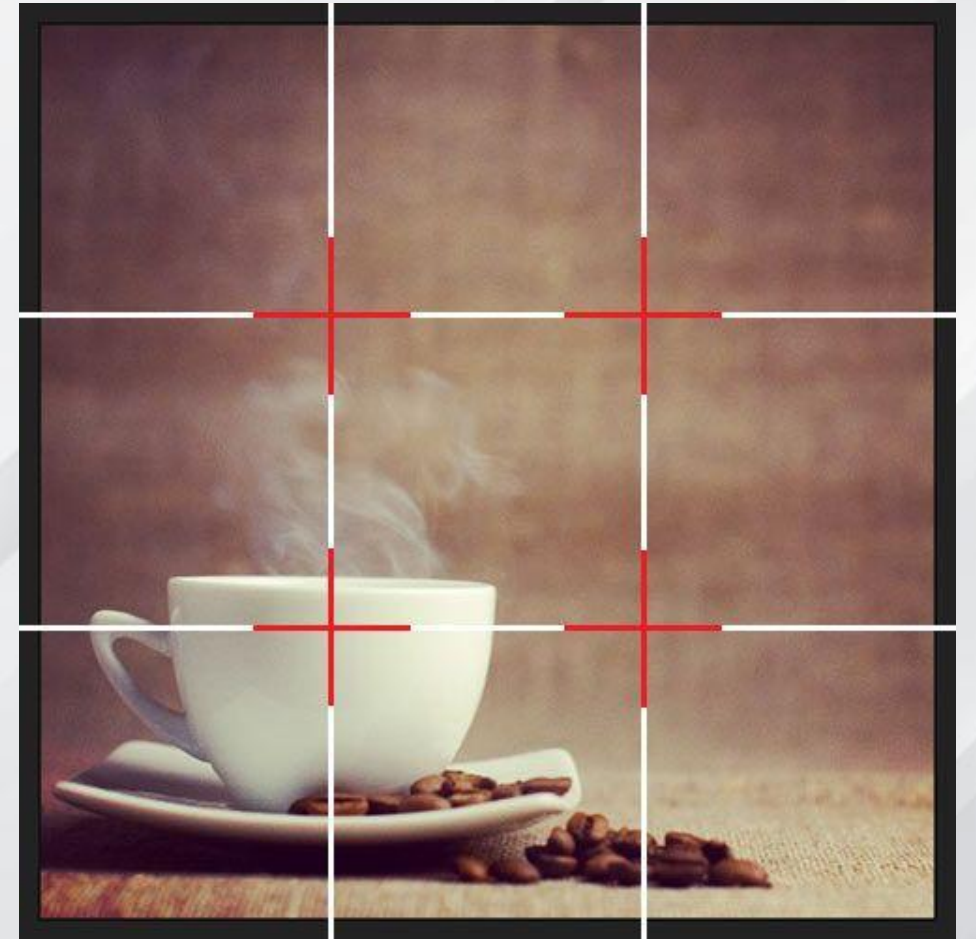
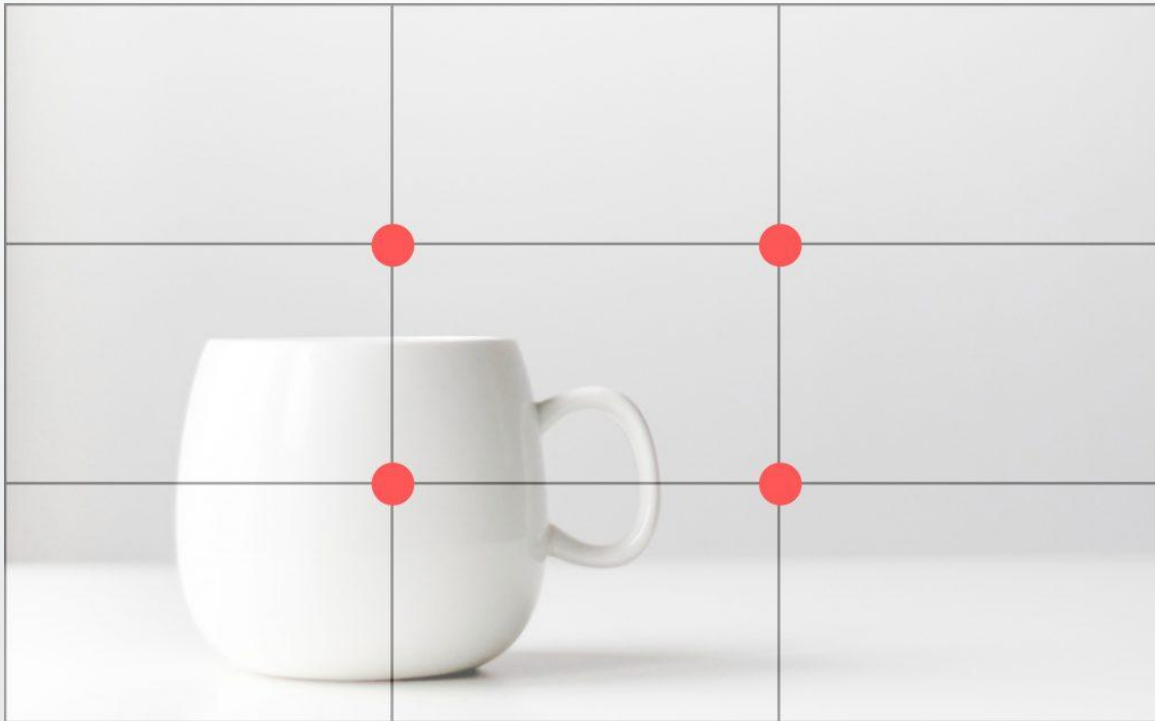
أمثلة لقاعدة التثليث



أمثلة لقاعدة التثليث



أمثلة لقاعدة التثليث

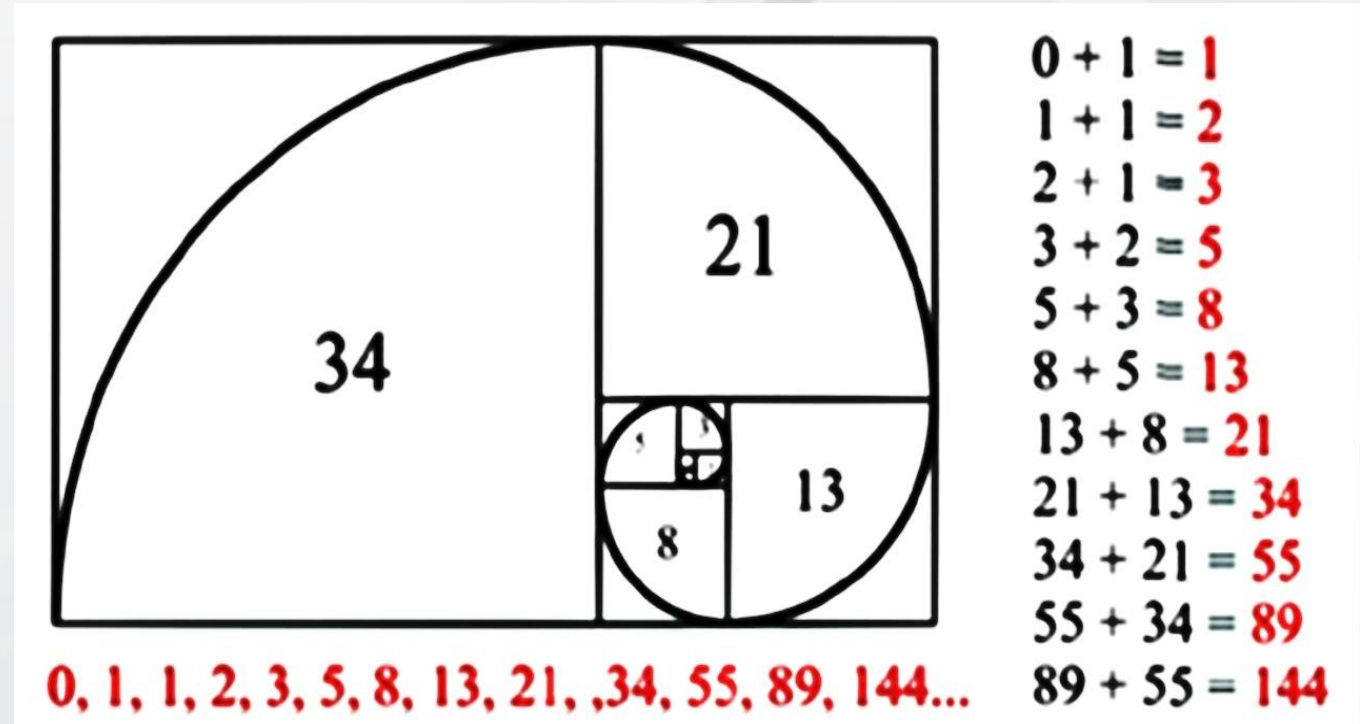
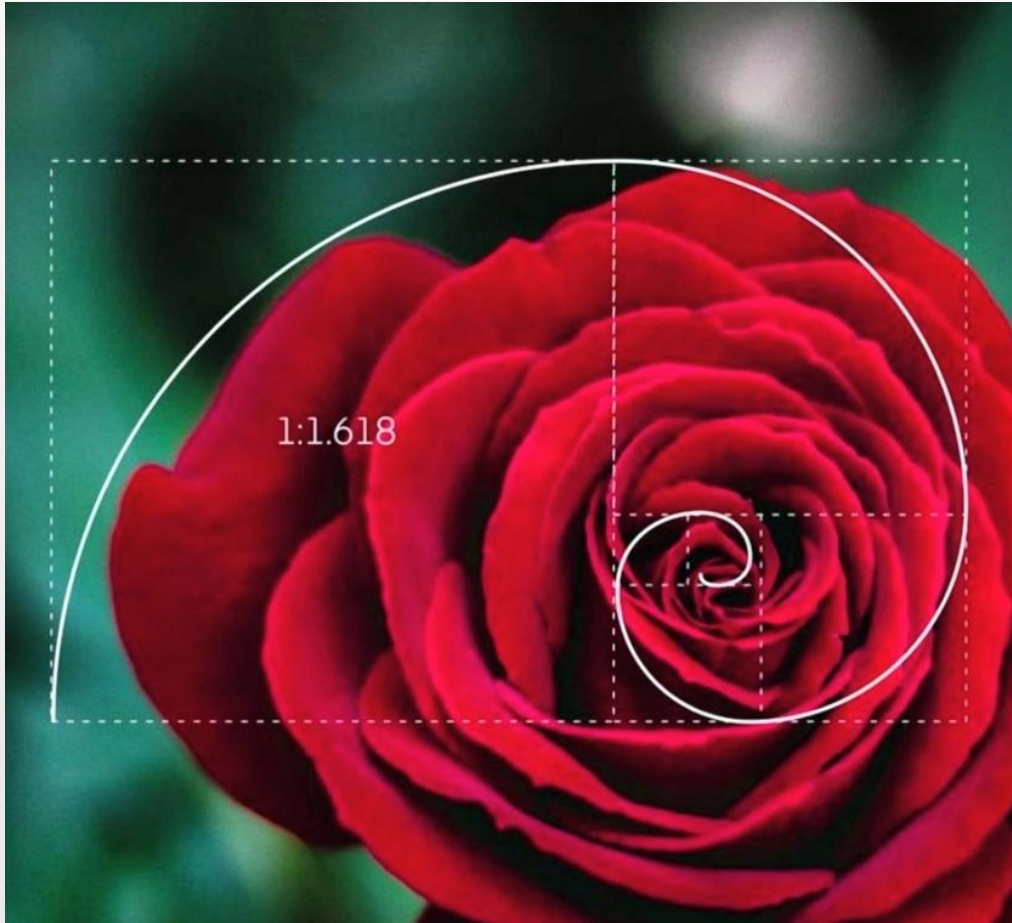


قاعدة النسب الذهبية (فيبوناتشي)

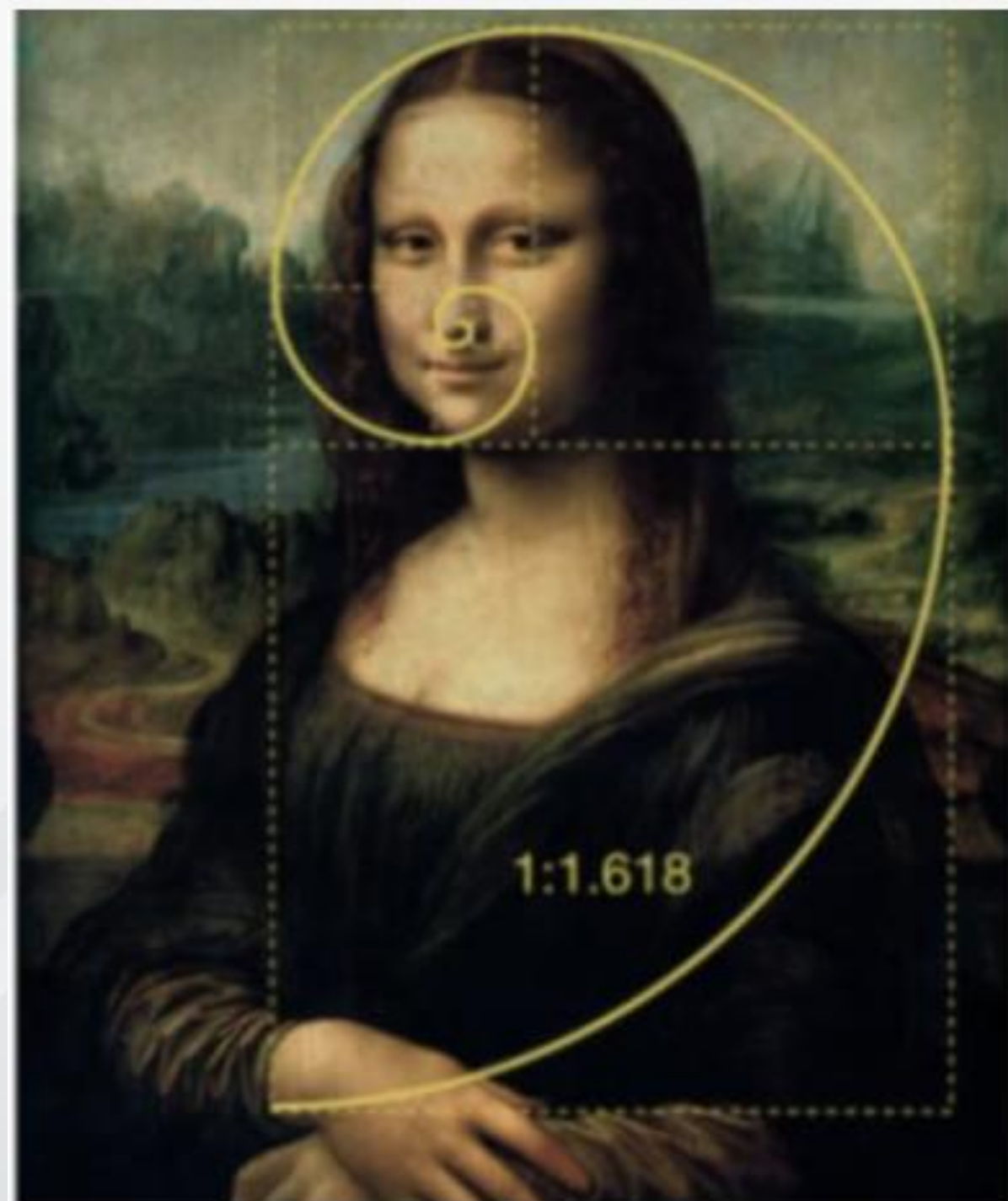
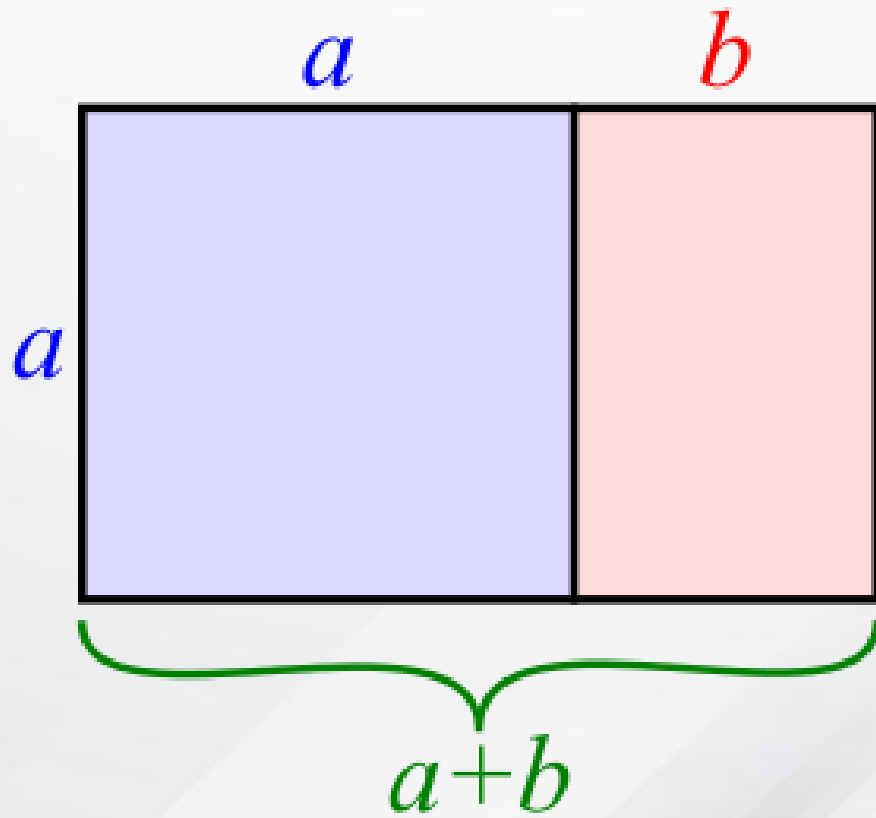
• يتم تقسيم الإطار إلى أجزاء باستخدام خطوط وهمية، بحيث تشكل نسبة ١:١,٦١٨ (النسبة الذهبية).
• تساعد هذه النسبة على إنشاء تكوين متوازن وجذاب بصريًا.



قاعدة النسب الذهبية (فيبوناتشي)



أمثلة على النسبة الذهبية



أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي



١- الحرص على ثبات اللقطة:

دون اهتزاز أثناء التصوير، ولذا ينصح باستخدام الحامل الثلاثي لمزيد من الثبات في الصور.

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي



• ٢- الاهتمام بخلفية الصورة:

- عند التصوير لمتجر الكتروني: يفضل دائما الخلفيات البيضاء البسيطة من أجل التركيز الكامل على المنتج.
- عند التصوير للسوشيال ميديا: يمكنك استخدام الخلفيات المخصصة والدعائم من أجل جذب انتباه العملاء.
- والأهم جعل الخلفيات المستخدمة في المنتجات بسيطة قدر الإمكان لتجنب صرف انتباه العميل عن المنتج.

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي



٣- استخدام ملحقات وإضافات جمالية للخلفية:

في تصوير الإعلانات الرقمية المصورة للسوشيال ميديا تحديداً، يفضل خلق أجواء جمالية مبهجة، بما يتناسب مع طبيعة المنتج. لكن البساطة هي سر الجمال فلا تكثر من وضع الملحقات.

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي



٤- استخدم عاكس أسفل المنتج:

يمكن الاستعانة بمرآة أو ورق الألمونيوم (قصدير) بوضعهم أسفل المنتج، والتأكد من خلو الغرفة حتى لا يظهر أي إنعكاس غير مرغوب على المنتج، والهدف من العاكس هو تغيير مسار الإضاءة وعكسها على المنتج ليصبح المنتج أكثر إبهارا وظهورا.

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي



0- توكي الحذر أثناء تصوير المنتجات العاكسة:

من أكثر الأخطاء شيوعاً عند تصوير النظارات مثلاً قد يظهر إنعكاس المصور نفسه على النظارة، أفضل طريقة لإزالة الانعكاس هي اختيار موضعك بعناية بحيث لا يظهر الانعكاس، أو يمكنك الاستعانة بخلفية سوداء للمنتج تمنع الانعكاس.

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي



0- لا تغير من ألوان وحجم المنتج

لا تخدع عملائك، اعرض صور للمنتجات تظهر إحساسًا بالحجم والمقاس الحقيقي، فلا تظهر المنتج في الصورة أكبر من الواقع، وقارن بين الألوان الموجودة في الصورة مع المنتج الحقيقي هل هما نفس اللون؟!

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي

٦- أستخدم العزل مع المنتجات:



للتركيز على المنتج بشكل أوضح يفضل عزل الخلفيات من خلال اختيار العزل، أو ضبط فتحة العدسة لتصبح الخلفية Blurry والمنتج أوضح منها، مما يجذب الانتباه لتفاصيل المنتج.

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي

• V- الإضاءة المناسبة:



- الاستخدام الاحترافي للإضاءة وتوزيعها في الصورة يمكن أن ينقل صورة المنتج أشواطاً بعيدة عن منافسيك.
- لابد من تلاشي الظل الغير مرغوب أو بهتان أحد جوانب المنتج،
- استخدم الإضاءة الطبيعية مع معدات الإضاءة الإضافية اذا لزم الأمر،
- يمكن عمل صندوق من القماش الأبيض (خيمة بيضاء) واستخدام إضاءة عمود الليد من خارج الصندوق وتصوير المنتج داخل الصندوق بهدف التخلص من الظلال وضمان ظهور كل تفاصيل المنتج عند تصويره.

أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي

٨- تعديل الصور بشكل احترافي:

- اللقطة تنتهي بانتهاء مرحلة التعديل وليس مرحلة التصوير.
- في هذه المرحلة عليك الحرص على خروج المنتج بشكل نهائي خالي من أي عيوب حتى ولو كانت بسيطة جداً.
- يمكن استخدام تطبيقات مهمة في هذا الصدد:
- Photoshop: إذا كنت تبحث عن الاحترافية، ولديك عدد قليل من صور المنتجات تعمل عليها.
- Lightroom: إذا كنت تعمل على عدد كبير من المنتجات فهذا هو البرنامج المناسب لأنه يساعدك على تعديل أكثر من صورة في نفس الوقت.



أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي

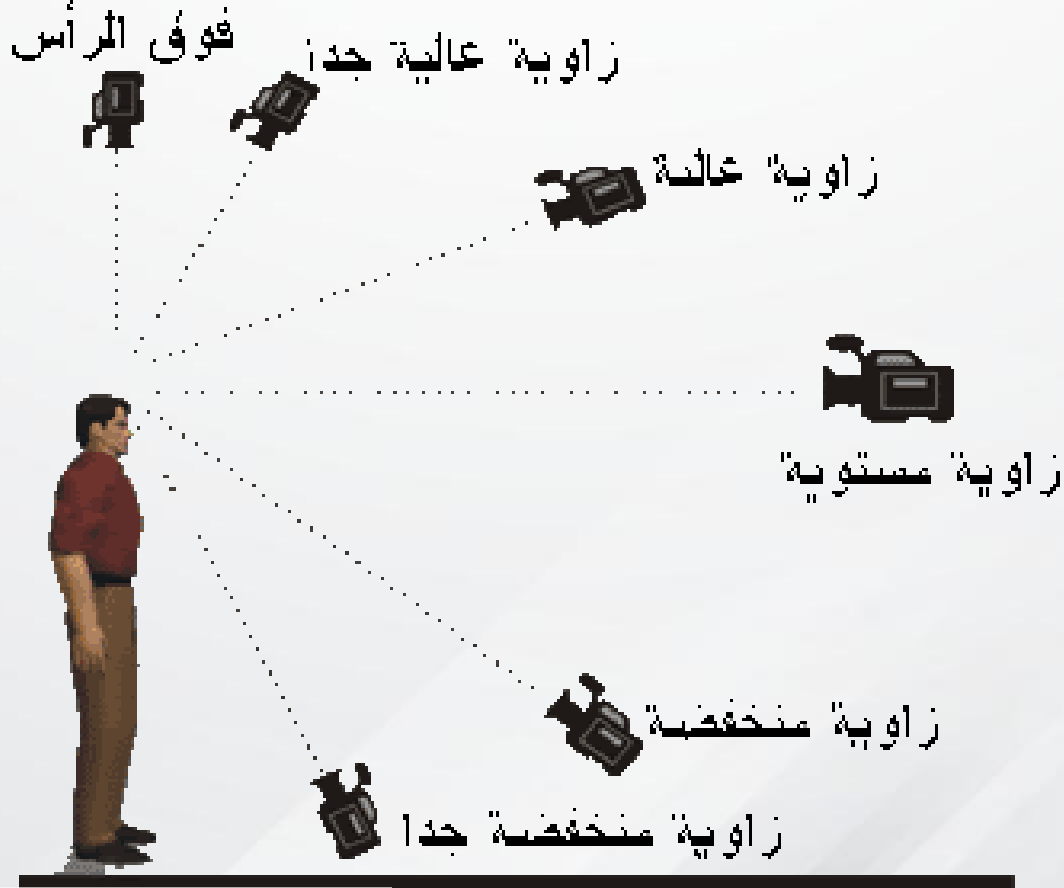
٩- جهر المنتج قبل تصويره:

تهيئة المنتج خطوة أساسية لا تقل أهمية عن إعدادات الإضاءة أو اختيار المعدات المناسبة. خاصة عند تصوير المجوهرات أو العطور.

بعض البصمات الصغيرة على المنتج إذا ظهرت في الصورة تعني عدم احترافية العلامة التجارية. وبالتالي، تفقد ثقة العملاء في منتجك وشركتك. لذلك عليك تنظيف المنتج بشكل جيد وإزالة أي عنصر غير مرغوب قبل التصوير.



أفضل الممارسات في تصوير المنتجات للتسويق الرقمي



١٠- جرب زوايا تصوير مختلفة

- واحد من نصائح تصوير المنتجات التي قد تعتقد أنها دون جدوى، ولكن العكس تماما هي اختيار زوايا مختلفة للتصوير. هذه الخطوة يمكنها إضافة حالة من التنوع إلى صور منتجك، كما أنها الحل الأمثل عند خلو ذهنك من الأفكار الابداعية.
- بهذه الطريقة يمكنك التقاط صور ومميزات وأجزاء مختلفة من المنتج وإظهارها للعميل.

أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات



١. احرص على تنظيف عدسة كاميرا الموبايل جيدا قبل التصوير للتخلص من أي غبار أو بصمة إصبع أو أي أمر قد يسبب تشويش في تصوير المنتجات.
٢. تجنب استخدام خاصية التقريب Zoom الأفضل أن تقترب بنفسك الى المنتج لإظهار تفاصيله بجودة عالية.
٣. لا تستخدم فلاش الكاميرا لأنه يسبب مشاكل في الألوان والإضاءة وتشبع الصورة. الأفضل استخدام ضوء طبيعي أو خارجي.
٤. من الضروري التعرف على إمكانيات الموبايل والخصائص المميزة فيه وكيفية ضبط إعدادات الكاميرا ويفضل ضبط إعدادات الموبايل مسبقا، ومعرفة عيوب الموبايل في التصوير لتفاديها وإيجاد حلول بديلة لها.
٥. تجنب الاهتزاز واستخدام الحامل الثلاثي للموبايل.
٦. ألقط صور المنتج من أكثر من زاوية
٧. أجعل مصدر الإضاءة خلفك وانت تلتقط الصورة للمنتج ، وتجنب الظلام.
٨. استخدم الكاميرا الخلفية في تصوير المنتجات لا الأمامية.

أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات

٩- يفضل في تصوير المنتجات بالهاتف استخدام خلفية اللون الواحد والخلفية البيضاء تأتي في المرتبة الأولى تليها الخلفيات الملونة باللون الواحد فقط.

١٠- إظهار كافة أشكال وأحجام المنتج الواحد في صورة واحدة مجمعة وصور تفصيلية لكل لون أو حجم من نفس المنتج.



أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات

١١- تصوير لقطات الماكرو بمعنى تصوير المنتج صور مقربة جدا وهذا النوع من التصوير يستخدم مع الطعام تحديدا، ومنتجات التجميل لتوضيح درجات الألوان وجودة الخامات على البشرة.



أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات



١٢- استخدام انعكاس الصورة لجذب العميل: يمكنك إنشاء تأثير انعكاس للسطح باستخدام أدوات معالجة الصور، أو يمكنك تجربة الانعكاس اليدوي بالمرآة.



أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات

١٣- التصوير الحركي والتوظيف الواقعي للمشهد: وهو
تكنيك لتصوير المنتجات يعتمد على عرض المنتج وسط
لحظة استمتاع به أو إظهار كيفية الاستفادة منه.

مثلا لو المنتج برواز للبيع يمكن تصويره فوق مكتب بجوار
شخص يقرأ كتاب، أو لو مشروب طاقة يمكن تصويره من
خلال شخص رياضي يمارس رياضة معينة ويشرب المشروب
للحصول على الطاقة.

أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات

١٤- استخدم تطبيقات التحرير والتحسين:

• استخدم تطبيقات تحرير الصور لإجراء تعديلات بسيطة مثل ضبط السطوع والتباين .

• تجنب المبالغة في التحرير لكي تظل الصور طبيعية

• يفضل الابتعاد عن المؤثرات والفلاتر لأنها تقدم صور خداعة للمنتجات.

• أفضل تطبيقات الهاتف المحمول في هذا الصدد:

B12.

• Adobe photoshop express photo editor

• Snapseed

• Pixlr

• Prisma photo editor

• Pics art

• Photo director للصور المتحركة



أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات



١٥- استخدم قاعدة الأثلاث.

١٦- استخدم أعلى دقة ممكنة في خيارت كاميرا الموبايل.

١٧- لو المنتج فيه صور أشخاص كالملابس مثلا يفضل تصوير الأشخاص من زاوية مستوى البصر أو من أعلى لا من أسفل.

١٨- أضبط الخيارات الخمسة المهمة في تصوير المنتجات:

١. فتحة العدسة Aperture Size

٢. سرعة الغالق Shutter Speed

٣. حساسية الضوء ISO

٤. التركيز Focus

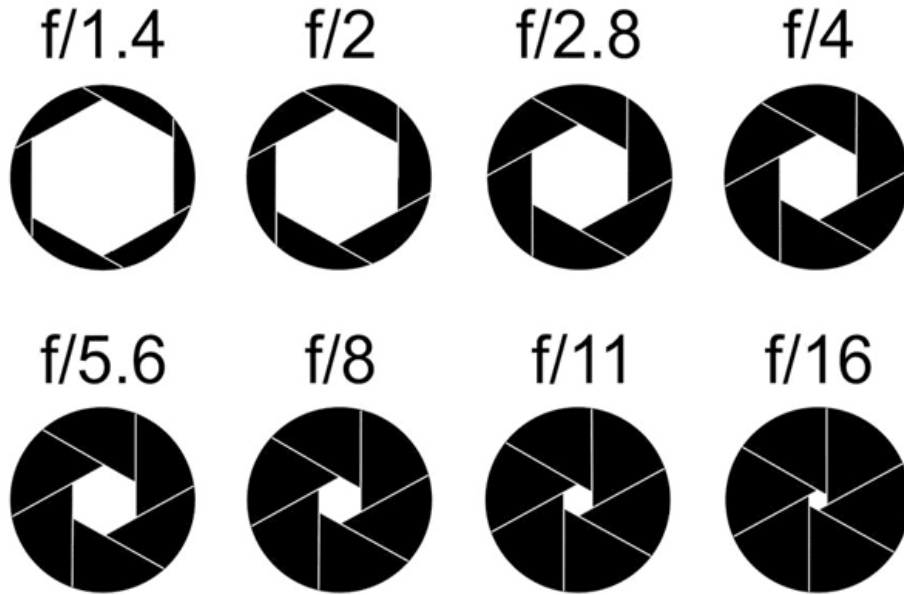
٥. توازن اللون الأبيض بالصورة White Balance

أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات

أ- فتحة العدسة Aperture Size

ترمز هذه القيمة إلى قطر الفتحة التي يدخل الضوء منها عبر العدسة إلى حساس الكاميرا.

وعادة ما يتم التعبير عنها بالحرف F برفقة رقم ما مثل $F/2.8$ أو $F/1.5$ مثلاً. وكلما كان الرقم اللاحق لحرف F أصغر فهذا يعني أن فتحة العدسة أكبر وبالتالي تستطيع الكاميرا التقاط المزيد من الضوء والتصوير بشكل أفضل في ظروف الإضاءة الضعيفة، وكلما صغرت فتحة العدسة فإنها تعطي تفاصيل حادة للمنتج وأكثر وضوحاً ولكن مع إضاءة أقل.



أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات

- ٢- سرعة الغالق: في الكاميرا الموبايل سرعة الغالق تحدد مدة تعريض حساس الكاميرا للضوء. فزيادة سرعة الغالق تقصر هذه المدة، مما يجعل الصورة أكثر وضوحًا للحركة السريعة ١/١٠٠٠ ثانية (الصورة باليسار).
- بينما انخفاض سرعة الغالق يزيد من مدة التعريض الضوئي، مما يؤدي إلى إظهار حركة أكثر وضوحًا في الصورة 1/200 (الصورة باليمين).



أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات



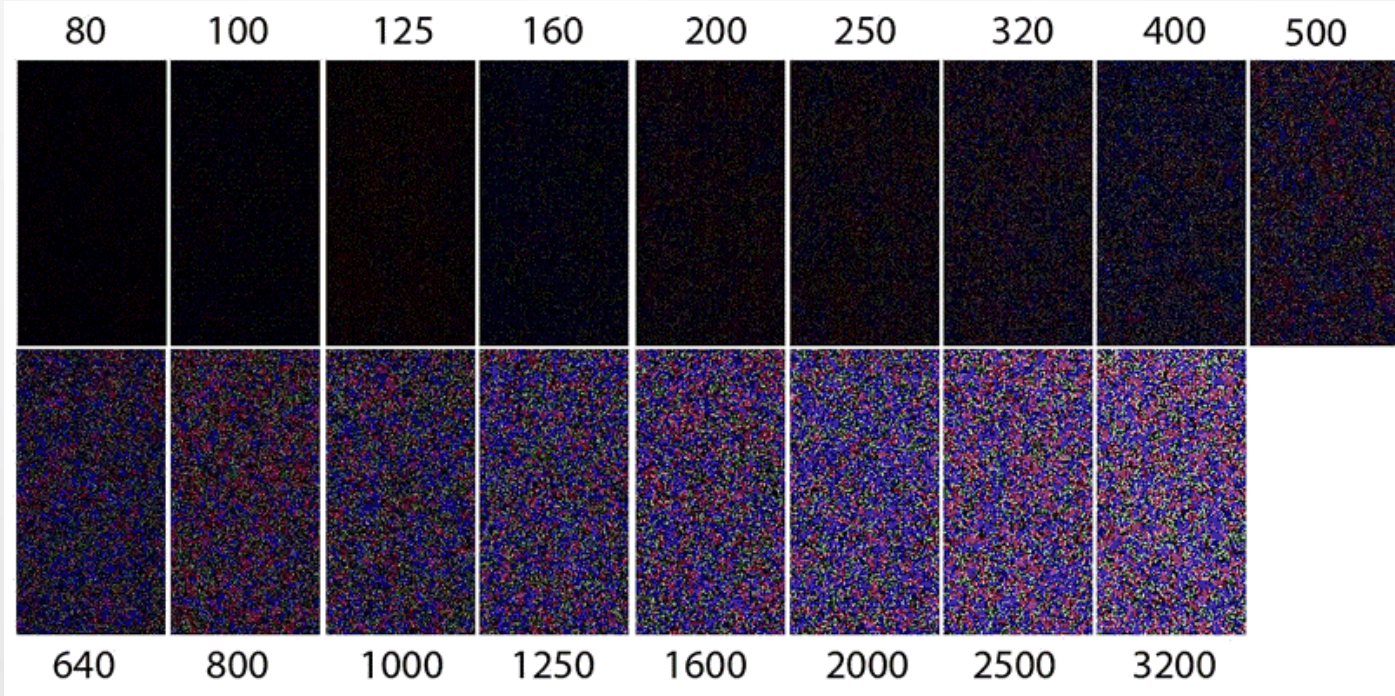
٣- استخدام التركيز اليدوي لا التلقائي:

في الغالبية العظمى من الحالات يكون التركيز التلقائي جيداً جداً لكن في بعض الحالات يفشل تماماً في أداء المهمة وبالأخص عندما يكون الشيء الذي تريد التركيز عليه صغيراً أو أن الهاتف يفشل في إدراك العناصر المهمة التي تريد إظهارها.

لذا وفي حال لم يعطيك التركيز التلقائي النتيجة التي تريدها، بالتالي يمكن تعديل مدى التركيز بشكل يدوي لتلتقط الصور كما تريد وتركز فيها على المطلوب بدقة.

أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات

٤- حساسية الضوء ISO



بشكل بسيط ISO في الكاميرات يحدد مدى حساسية الكاميرا للضوء. فزيادة قيمة ISO تجعل الحساس أكثر حساسية للضوء، مما يسمح بالتقاط صور أفضل في الإضاءة المنخفضة. ولكن هذا يزيد من ظهور الضوضاء (التشويش) في الصور. لذلك، يجب التوازن بين قيمة ISO والإضاءة المتاحة لتحقيق أفضل نتيجة.

أفضل الممارسات في التصوير بالهاتف المحمول للمنتجات



0- توازن اللون الأبيض:

ببساطة ضمن خيارات موازنة اللون الأبيض عادة ما يكن هناك خيارات لضوء الشمس أو الجو الغائم أو الإضاءة الصناعية وغيرها، وكل ما عليك هو اختيار الوضع الذي يجعل الصور تبدو أقرب ما يمكن لما تشاهده بعينك المجردة. هذه الضبط عادة ما يتم بشكل تلقائي من الهاتف نفسه. لكن في حال لم تعجبك النتيجة أو أردت الاختيار ربما يمكنك تغيير القيم يدويا في معظم الهواتف.

تقنية التصوير المنتجات ٣٦٠ درجة

من خلال تقنية التصوير ٣٦٠ درجة، لا يصبح المشاهد مجرد مراقب فحسب، بل شريكاً في الإبداع؛ إذ يمكنه التجوّل في المشهد واستكشافه من كل الزوايا، مما يتيح لهم فرصة فريدة للانغماس في الصورة واكتشاف تفاصيلها الصغيرة التي قد لا تلفت الانتباه في التصوير التقليدي.

تعمل هذه التقنية من خلال استخدام كاميرات خاصة تستطيع التقاط صور متعددة من زوايا مختلفة، وإدماجها في صورة واحدة. تكون هذه الكاميرات عادة مزودة بعدسات متعددة أو عدسة واحدة ذات زاوية عريضة جداً.

أما إذا لم يكن لديك كاميرا احترافية، فيمكنك حينها استخدام هاتفك الذكي لالتقاط صور بانورامية وتحويلها إلى صور ٣٦٠ درجة باستخدام تطبيقات مثل تطبيق التجوال الافتراضي من جوجل، أو جوجل كاميرا.

كما يمكن استخدام تطبيقات الموبايل لالتقاط الصور البانورامية مثل تطبيق DMD panorama ، 360 smart camera ، Panorama 360

<https://ar.photorobot.com/blog/360-product-photography>

نماذج وأنواع التصوير المجسم 360 درجة.



مواقع هامة للصور عالية الدقة بدون حقوق ملكية



• ١- موقع [Freerange](#)

• ٢- موقع [Unsplash](#)

• ٣- موقع [Pexels](#)

• ٤- موقع [Flickr](#)

• ٥- موقع [Life of Pix](#)

• ٦- موقع [StockSnap](#)

• ٧- موقع [Pixabay](#)

• ٨- موقع [Burst](#)

• ٩- موقع [Gratisography](#)

• ١٠- موقع [Reshot](#)

• ١١- <https://stock.adobe.com>

• ١٢- <https://www.vecteezy.com/>

• ١٣- <https://stockcake.com/>

• ١٤- <https://www.rawpixel.com/>

• ١٥- <https://www.freepik.com/>

مواقع للصور المتحركة

<https://fliphtml5.com/templates/>

أداة لتوظيف الصور داخل الكتب التسويقية التي يمكن تصفحها وتحميلها PDF

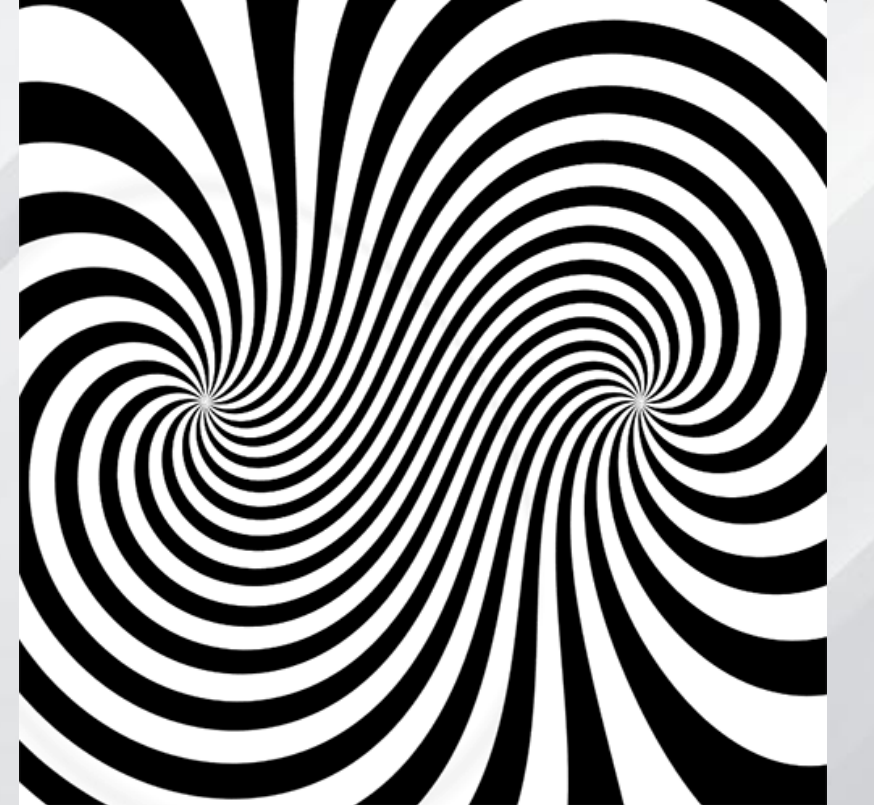
<https://giphy.com/>

أداة للصور المتحركة واستيكارات الواتس أب

<https://www.canva.com/create/gif-maker/>

<https://ezgif.com/>

<https://gifmaker.me/>



مواقع لتوليد الصور بالذكاء الاصطناعي مجاناً

- https://firefly.adobe.com/?ff_channel=adobe_com&ff_campaign=ffly_homepage&ff_source=firefly_seo
- <https://creator.nightcafe.studio/my-creations>
- <https://www.craiyon.com/>
- <https://www.canva.com/ai-image-generator/>
- <https://leonardo.ai/>
- <https://ideogram.ai/t/explore>
- <https://starryai.com/app/create>
- <https://aitestkitchen.withgoogle.com/tools/image-fx>

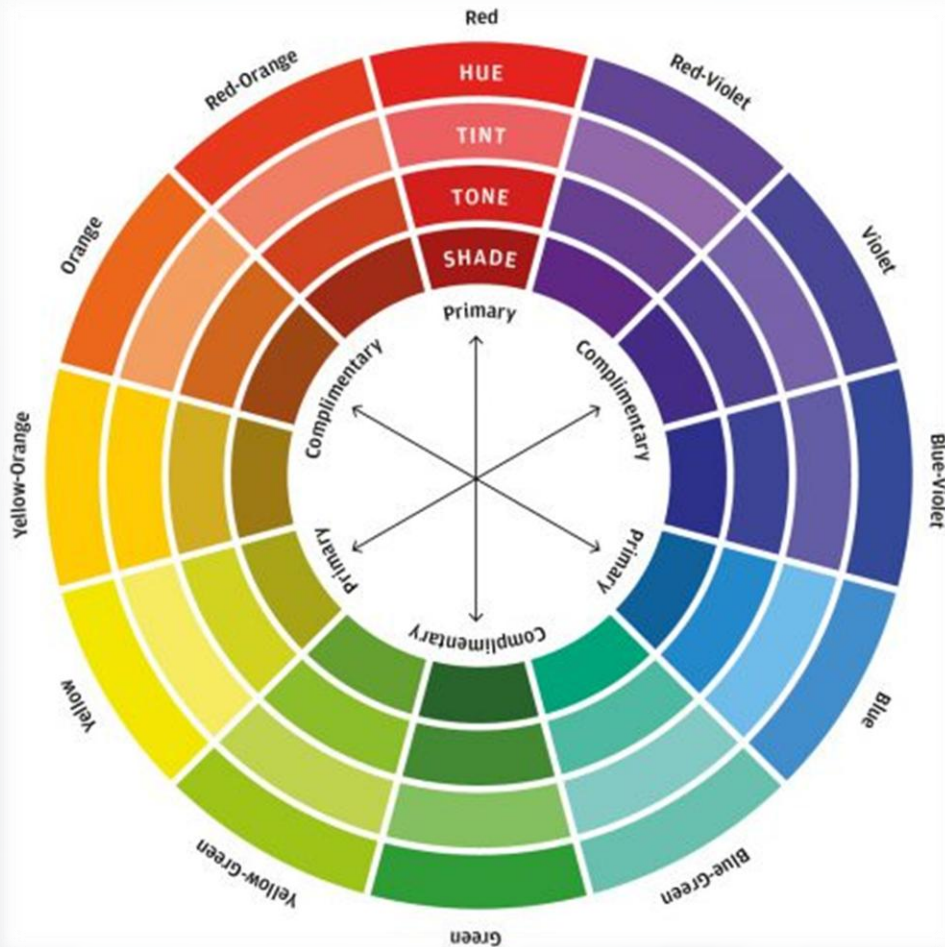
إنتاج اللوجو (الشعار المرئي للعلامات التجارية)

سمات اللوجو المتميز:

- ✓ البساطة في الألوان
- ✓ تعددية الاستخدام
- ✓ سهولة القراءة (مثل لوجو جوجل وياهو)
- ✓ فريد ومميز
- ✓ البساطة والانسائية
- ✓ مدلولية الشعار على مستوى الشركة (ليس شرطاً)
- ✓ البساطة و المرونة
- ✓ التفرد و الأصالة
- ✓ عصري و مناسب مع كل الأزمنة
- ✓ شعار قابل للتحجيم
- ✓ يمكن تذكره بسهولة
- ✓ توازن العناصر و تناسق المسافات
- ✓ سهل التذكر



أساسيات توظيف الألوان في إنتاج اللوجو



١. استخدم الألوان المتقاربة على دائرة الألوان "The Color Wheel"، على سبيل المثال، للحصول على شعار بألوان هادئة، استخدم درجات الأحمر والبرتقالي والأصفر.

٢. لا تستخدم الألوان الساطعة ذات التأثير المؤذي للعين.

٣. لا بد أن يبقى شعارك مميزاً عند طباعته باللونين الأسود والأبيض.

٤. لا مانع من كسر القاعدة أحياناً، فقط تأكد من أن لديك سبباً وجيهاً لذلك!

٥. من المهم أيضاً معرفة كيفية تأثير الألوان على المشاعر والحالات المزاجية. (على سبيل المثال، يمكن أن يثير (اللون الأحمر) مشاعر الحماسة والحب والإحساس بالقوة). ضع ذلك في الحسبان أثناء قيامك بتجربة مجموعات ألوان مختلفة.

٦. لا يبدو اعتماد لون واحد للشعار فكرة سيئة، بل هناك العديد من العلامان التجارية التي يتعرف عليها عملائها من خلال شعارها المميز ذو اللون الأوحده.

أدوات مهمة في إنتاج اللوجو بالذكاء الاصطناعي

- <https://www.design.com/>
- <https://smashinglogo.com/en/>
- <https://www.fiverr.com/logo-maker/>
- <https://www.brandcrowd.com/>
- <https://www.logoai.com/logo-maker>
- <https://www.logopony.com/>
- <https://looka.com/logo-ideas/ai-logo-generator/>
- <https://brandmark.io/>
- <https://logomaster.ai/>
- <https://turbologo.com/>



خلاصة المحاضرة

إنتاج الصورة في المحتوى التسويقي الرقمي

إنتاج شعارات المنتجات

في المحاضرة القادمة اكتشف ما يلي ...

- تابع إنتاج المحتوى المرئي للتسويق الرقمي
- (الفيدوهات والانفوجرافيك)



BOOKS



Thank You

Dr. Mohammed Refaat