

تحليل إعلان رقمي - So Matcha

ليارا النملة



العناصر البصرية والألوان:

يعتمد إعلان So Matcha على عناصر بصرية جذابة، حيث تم ربط ٣ نكهات بألوان مختلفة مما يعطي المشاهد شعورًا بالبهجة؛ إذ يبرز اللون الأخضر الذي يرمز إلى الطبيعة والصحة والهدوء، بينما يضيف اللون الأصفر في نكهة Sun Mixed إحساسًا بالطاقة والانتعاش، ويعكس اللون الأحمر في Spicy Pop الجراءة والحماس. كما أن عرض الأكواب بطريقة عامودية ومكدسة يجذب الانتباه ويجعل الإعلان مميّزًا وسهل التذكر.

الهوية النصية والتسلسل:

استخدم البراند خطأً بسيطاً وعصرياً مع أسماء نكهات قصيرة مثل وهي أسماء تثير الفضول، Spicy Pop وPeachy وSun Mixed وتشجع على تجربة المنتج، إضافة إلى الاعتماد على التسلسل الصوري لإبراز أسماء النكهات الثلاث.

أسلوب الصياغة والشعار:

يعتمد أسلوب الصياغة على مخاطبة المشاعر أكثر من تقديم معلومات مباشرة، ويظهر ذلك في شعار Fuel Your Soul، الذي يربط المشروب بالطاقة والانتعاش.

الدعوة لاتخاذ إجراء (CTA):

كما استخدم الإعلان عبارة "مشروبات الصيف جاييتكم وبقوة" كـ غير مباشر، إذ تخلق شعورًا بالحماس وترتبط بالموسم، مما CTA يحفز المستهلك على تجربة النكهات الجديدة.

الجانب النفسي والتفاعل:

من الناحية النفسية، يعتمد الإعلان على حب التجربة، والانتماء للترند، والاهتمام بنمط الحياة الصحي. كما أن جودة التصوير وطريقة ترتيب الأكواب والألوان تجعل المشروب يبدو أكثر جاذبية، مما يزيد من احتمالية مشاركة الإعلان على وسائل التواصل الاجتماعي ويعزز رغبة الجمهور وفضوله في تجربته.

لمشاهدة الإعلان اضغط على الرابط أدناه

<https://vt.tiktok.com/ZSXcYHWVR/>

تقديم المطالبة: لانا المانع