



Case studies in digital marketing

Assignment Lecture1

إعداد الطالبة: عبير فيصل

الرقم الجامعي: 241000804

بإشراف الدكتور الفاضل

محمد غريب

المقدمة

في هذه المهمة اخترت شركة لافيرن للعطور لتطبيق نموذج AIDA المستخدم في التسويق الرقمي

تعد لافيرن من العلامات التجارية المتخصصة في مجال العطور. تعتمد الشركة على التسويق الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى العملاء والتعريف بمنتجاتها، مما ساهم في زيادة انتشارها وتعزيز علاقتها مع الجمهور المستهدف.

لذلك تم اختيار شركة لافيرن لتطبيق نموذج AIDA عليها، نظرًا لنجاحها في استخدام الأساليب التسويقية التي تجذب العملاء وتحفزهم على الشراء.

كتابة محتوى منتج معين في متجر إلكتروني وفق نموذج AIDA في كتابة المحتوى

Attention

هناك أشخاص يُعرفون بأسمائهم... وآخرون تُعرفهم رائحتهم.

* جملة قصيرة.

* تثير الفضول.

* تخلي القارئ يكمل القراءة.

* ما تبدأ بسؤال تقليد (هل تبحث_ هل تريد_ تريد التمييز)

Interest

مع عطور لافيرن، لا تكتفي بارتداء عطر، بل تترك انطباعًا
يدوم.

- * تبدأ تربط القارئ بالمنتج.
- * توضح أن العطر ليس مجرد رائحة، بل تجربة وانطباع.
- * تخلق اهتمامًا بمعرفة المزيد

Desire

تركيبات فاخرة، ثبات طويل، وحضور يرافقك في كل
مناسبة.

- تذكر أهم المزايا التي يبحث عنها العميل.
- * “تركيبات فاخرة = جودة.
- * “ثبات طويل = فائدة عملية.
- * “حضور يرافقك = فائدة عاطفية .

Action

اختر عطرك من لافيرن اليوم، واجعل حضورك يُحكي عنه
حتى بعد رحيلك.

* فيها فعل مباشر: اختر عطرك اليوم.

* تشجع على اتخاذ القرار.

* تختم برسالة قوية مرتبطة بفكرة الانطباع الذي يتركه
العطر

من خلال هذا المحتوى تم تطبيق عناصر نموذج
AIDA بشكل متسلسل، حيث تم جذب انتباه العميل
بعبارة مؤثرة، ثم بناء اهتمامه بالمنتج، وتعزيز
رغبته من خلال إبراز مزايا العطر، وأخيرًا
توجيهه لاتخاذ قرار.