

تطبيق عملي لمقرر (الإعلان الرقمي)

تحليل حملة إعلانية رقمية حديثة.

➤ الخطوات المطلوبة:

1. اختيار حملة إعلانية رقمية:

- يختار كل طالب حملة إعلانية رقمية حديثة، يمكن أن تكون من أي شركة أو علامة تجارية، ويفضل أن تكون الحملة قد حققت نجاحًا ملحوظًا (مثل حملة "جمع حبايبك" لفودافون).

2. جمع البيانات والمعلومات:

- البحث عن الحملة الإعلانية وجمع المعلومات عنها من المواقع الإلكترونية، أو من خلال منصات التواصل الاجتماعي، والمواقع الرسمية للشركة.
- تسجيل ملاحظات عن الأهداف الرئيسية للحملة، كالجمهور المستهدف، الوسائل المستخدمة، والأداء العام.

3. تحليل سمات الإعلان الرقمي من حيث:

أ. التفاعل :

- عدد المشاهدات، التعليقات، المشاركات، والإعجابات على منصات التواصل الاجتماعي.
- أمثلة على كيف تفاعل الجمهور مع الحملة (مثل تعليقات إيجابية أو سلبية).

ب. الاستهداف الدقيق:

- تحليل من هو الجمهور الذي استهدفته الحملة لجمهور الإعلان من حيث (الفئات العمرية، الاهتمامات، السلوكيات على الإنترنت).

ج. القياس والتحليل:

- معرفة أدوات التحليل المستخدمة لقياس أداء الحملة مثل Google Analytics، Facebook Insights... إن وجدت .

- تقديم تقارير أو أمثلة على النتائج القابلة للقياس (مثل زيادة المبيعات، زيادة الاشتراكات... إلخ).

د. التكلفة:

- تقدير تكلفة الحملة إذا كانت المعلومات متاحة.
- مناقشة فعالية التكلفة والعائد على الاستثمار.

هـ. المرونة:

- هل تم تعديل الحملة أو تحديثها بناءً على ردود الفعل؟
- معرفة القنوات التي تم استخدامها للترويج للحملة الإعلانية (المنصات رقمية) مثل فيس بوك- يوتيوب- انستجرام... إلخ.
- و. تحليل العناصر الإبداعية المستخدمة في الحملة الإعلانية (تصوير- موسيقي- استعانة بمشاهير- شعار الحملة- كلمات الأغنية... إلخ

4. تقديم تقرير شامل:

- إعداد تقرير يتضمن التحليل الكامل للحملة بناءً على النقاط السابقة.
- يجب أن يكون التقرير منظمًا بشكل جيد ويحتوي على رؤى واستنتاجات واضحة.
- تحضير عرض تقديمي قصير (10-15 دقيقة) يعرض نتائج التحليل.
- يمكن استخدام شرائح PowerPoint أو أي أداة تقديم أخرى.
- التركيز على النقاط الرئيسية وشرحها بوضوح وفعالية.

➤ الموعد النهائي لتقديم التطبيق:

- يجب تقديم التقرير والعرض التقديمي في المحاضرة القادمة.