

The all in one AD

# اعلان واحد استوفى (معايير الإعلان)



new long can

د. زهير منصور المزیدي

مؤسسة الاعلاميون العرب

2 اكتوبر 2019

بسم الله الرحمن الرحيم

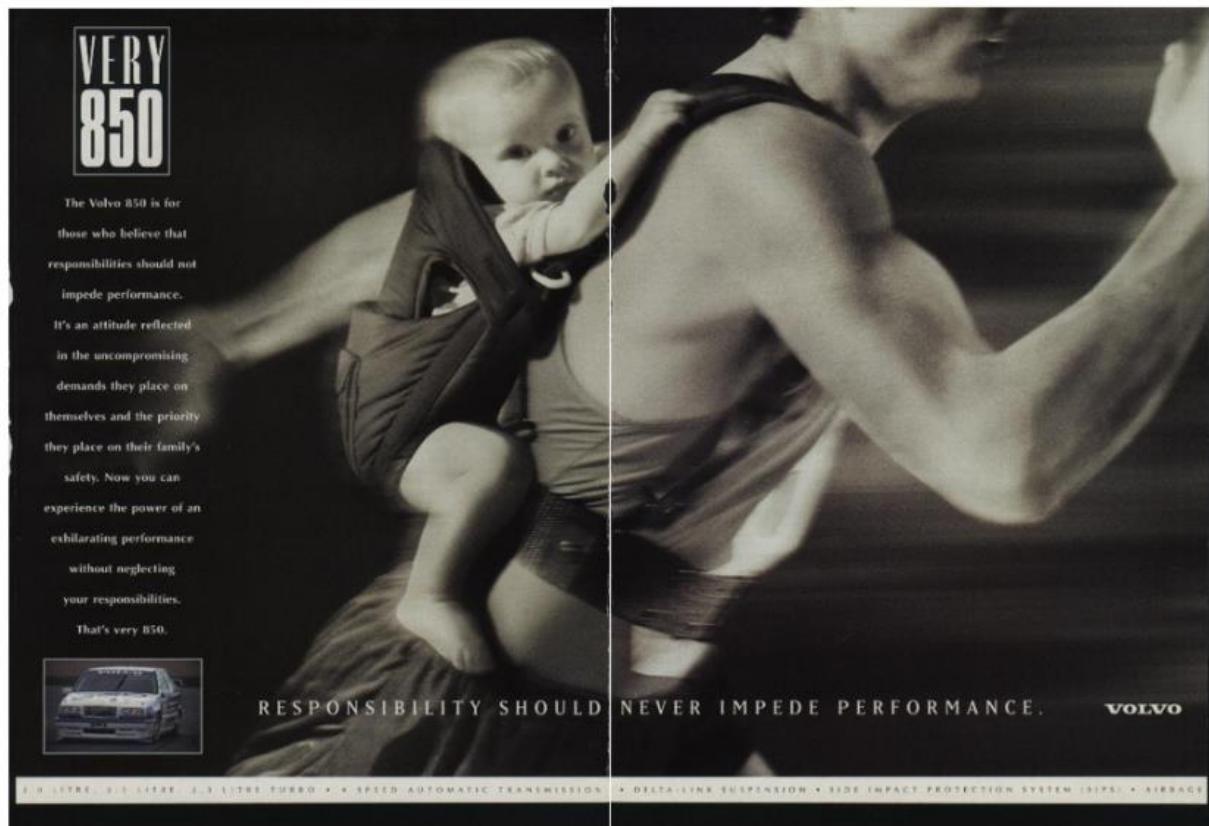
فهرس الموضوعات

| الصفحة | الموضوع           | تسلسل |
|--------|-------------------|-------|
| 2      | VOLVO اعلان علامة | 1     |

## إعلان واحد فقط:

عبر مسيرة امتدت لمدى يزيد عن الثلاثين عام، في مجال الصناعات الاعلانية والتسويقية، وعبر ما طالعنا عبر لجان التحكيم الدولية في الولايات المتحدة وبريطانيا والكويت والامارات ولبنان، اخترت لكم خلاصة الخبرة عبر اعلان واحد فقط أجده قد استوفى كriteriums للإعلان الناجح.

فثمة عناصر للحكم على نجاح الإعلان ومدى استيفاءه لمعايير الإعلان الناجح، وقد وجدها بعد تفحص دام لسنوات، طالعنا فيها لعشرات الآلاف من الإعلانات، فاختارت كمؤلف لها الكتاب الذي لا تتجاوز صفحاته الثلاث صفحات اعلان واحد فقط، وكان الإعلان الخاص بعلامة مركبات فولفو يكاد يكون الوحيد الذي يعبر بشكل شبه متكامل لمعايير النجاح، وذلك لاستيفائه عناصر التصميم.



حيث تم اختياري بناء على معيار شكلته من ثمان عناصر، وذلك وفق ما يظهر في الجدول التالي:

| السلسل   | الشعوب   | السلطة   | Power distance (pdi) . 1. | أبعاد خمسة تتفاصل فيما بينها الشعوب  |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
|--|--|--|---------------------------|--|-------|--------|---------|-------|-------|--|--|------------------------------------|------------------|------------------------------------|-------|--------|---------|-------|-------|
| الدافع   | الداع  | المحفز ١ الدافع  | درجة القوة                | مثال   |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| 7  |  |  |                           | <table border="1"> <tr> <td>الإله</td> <td>الروحى</td> <td>الإنسان</td> <td>القوى</td> <td>الإله</td> </tr> <tr> <td>ما يعزز للولاء أو علاقة حميمة مع إثناء وزوجه أو ممارسة تعذيبية أو تشجيع نادي رياضي</td> <td>ما يعزز للولاء أو علاقة حميمة مع إثناء وزوجه أو ممارسة تعذيبية أو تشجيع نادي رياضي</td> <td>ما يعزز لذاته وصورته أسلام الآخرين</td> <td>لسد حاجتك المعلم</td> <td>ما يعزز لذاته وصورته أسلام الآخرين</td> </tr> <tr> <td>الإله</td> <td>الروحى</td> <td>الإنسان</td> <td>القوى</td> <td>الإله</td> </tr> </table> | الإله | الروحى | الإنسان | القوى | الإله | ما يعزز للولاء أو علاقة حميمة مع إثناء وزوجه أو ممارسة تعذيبية أو تشجيع نادي رياضي | ما يعزز للولاء أو علاقة حميمة مع إثناء وزوجه أو ممارسة تعذيبية أو تشجيع نادي رياضي | ما يعزز لذاته وصورته أسلام الآخرين | لسد حاجتك المعلم | ما يعزز لذاته وصورته أسلام الآخرين | الإله | الروحى | الإنسان | القوى | الإله |
| الإله  | الروحى   | الإنسان  | القوى                     | الإله  |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| ما يعزز للولاء أو علاقة حميمة مع إثناء وزوجه أو ممارسة تعذيبية أو تشجيع نادي رياضي | ما يعزز للولاء أو علاقة حميمة مع إثناء وزوجه أو ممارسة تعذيبية أو تشجيع نادي رياضي | ما يعزز لذاته وصورته أسلام الآخرين   | لسد حاجتك المعلم          | ما يعزز لذاته وصورته أسلام الآخرين   |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| الإله  | الروحى   | الإنسان  | القوى                     | الإله  |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| 6  | المجتمعية  | الحد من اعاقة افراد الاسرة   | الحواس                    | نسبة حفظ المعلومة في الدماغ عبر حاسة البصر تبلغ 58% ويبلغ مداه حال لم يكون التصميم تقليديا   |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| 5  | الحواس   | حسنة البصر بدرجة حصرية، بلونين اسود وأبيض دون باقي الألوان، وهو ما يخفض من ميزانية النشر | استثارة                   | جل المركبات تروج عبر استعراض جماليات التصميم والميزات التي في الغالب تشارك فيها مع باقي المركبات المنافسة  |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| 4  | الابداع وعدم التقليد   | لم يتم استعراض المركبة كباقي إعلانات المركبات بل الاسرة كعنصر اساسي                      | الابداع                   | فهي كمركبة الوحيدة التي تم بناء هيكلها من الفولاذ لتأمين الحماية الإحاطية للعائلة.   |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| 3  | ال المستهدفة   | رب الاسرة  | الشريحة                   | الطفل ونظرته عبر الرقم (850)، والكلمات مثل: (المسؤولية، التحكم والسلطة والطاقة في القيادة)   |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| 2  | التسويق  | الأمان من مخاطر الاصطدام   | المركز                    | البيان   |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |
| 1  | مخاطبة فصي الدماغ  | الشق الأيمن (العاطفي):<br>الشق الايسر (المنطقى):   | المعيار                   | الايضاح  |       |        |         |       |       |  |  |                                    |                  |                                    |       |        |         |       |       |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>عبر سمات، وقد وجدنا معظم هذه السمات الخمس مستوفاة في الإعلان:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1- مدى السلطة: نطالعها عبر مطالعتنا للرجل دون المرأة</li> <li>2- الاجتماعية: عبر مطالعة الاب مع ابنه</li> <li>3- الرجلية: عبر مطالعة عنصرين، الرجل مع الرياضة ( فهو عداء )</li> <li>4- انتقاء المجهول: عبر التأكيد على (الأمان)</li> </ul> <p style="text-align: center;">❖ ملاحظة</p> | <p>Individualism .2<br/>الانعزالية\collectivism<br/>وال社会效益ية</p> <p>Masculinity\femininity .3<br/>الرجولية Fem) (Mas-<br/>والأنوثية</p> <p>Uncertainty avoidance .4<br/>(UAI) انتقاء غير المؤكد</p> <p>Long-\short-term .5<br/>Mدorientation (LTO)<br/>الانتظار</p> |  |
|--|--|--|

❖ تجدر الإشارة حيال منظومة هوفستاد فيما يميز الشعوب من سمات، فإنه يصعب أن تتطابق السمات لشعوبين إثنين وهو ما يدعو لإنجاز تصميم اعلاني خاص بكل شعب على حدٍ، غير أننا وجدنا في هذا الإعلان ما يعزز للتalking مع شعوبين مختلفين في البعد الثالث، ( الرجلية والأنوثية)، حين تطالعنا صورة الرجل دون المرأة، ما يعني أن الفئة المستهدفة الرجال، وتقدمه كمسؤول عن الأسرة فهو يعزز الرجلية والسلطوية في جانب آخر، بينما من الممكن أيضاً اعتباره أنثوي من جانب آخر، حين وجدنا في الغرب تحول في دور الاب في رعايته للأبناء في حين قامت المرأة بدور الرجل كموظفة، ويعزز ذلك مفهوم الرعاية والاهتمام من قبل الاب، كصفتين تميزان المجتمع الأنثوي عن المجتمع الذكري.

والحمد لله رب العالمين

للمزيد: يمكنك تحميل كتب وأبحاث د. زهير المزيدي عبر الرابط التالي

[صفحة الكتب كاملة](#)



## المؤلف في سطور



د. زهير منصور المزیدي

### الموقع الالكتروني:

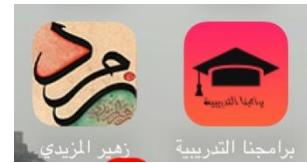
[www.zumord.net](http://www.zumord.net)

[www.qeam.org](http://www.qeam.org)

### تطبيقات APPS:

1- زهير المزیدي (زمرد)

2- برامجنا التدريبية



### سنوات الخبرة:

أكثر من 30 عاماً في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية والإعلامية والتسويق والإنتاج التلفزيوني والتأسيس للهيكلة الإعلامية والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية أو الشركات الخاصة.

### الخبرات العملية:

1. مؤسس إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1984.
2. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C للدعاية والإعلان (1985).
3. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
4. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في إنتاج الأفلام الدعائية التلفزيونية 1991.
5. رئيس تحرير مجلة أسواق. (إعلانية تسويقية أكاديمية) تصدر في الكويت 1994.
6. مؤسس ومدير عام شركة سبوت لإدارة الإعلان التجاري في تلفزيون دولة الكويت (1995)، القنوات التلفزيونية الثلاث، العامة والرياضية والاجنبية.

7. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب" للاستشارات الإعلامية والتسويقية 2000  
 8. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية لقيم المجتمعية - 2008  
 9. خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.

#### العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الأمريكية A.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 - لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريبا) الإعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

#### حائز الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال الإعلان أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية أمريكية 1996.
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان 1999
4. قاد جائزة منتدى الإعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الإعلانية في الكويت 2013

#### المؤلفات:

1. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
2. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على إنشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985.
3. إنشاء بنك النصوص - 1994.
4. المكتب الإعلامي للتنمية 1995.
5. القوانين الاحترازية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
6. التسويق بالعاطفة 2006
7. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الأطفال) 2006
8. تسويق أنماط الحياة 2006
9. التسويق بالحواس الخمس 2006
10. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
11. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير

12. تفعيل القيم وممارستها 2010 (برنامج معتمد في الجامعة الآسيوية المفتوحة في ماليزيا)، ومعتمد في (عشرات الجامعات ومؤسسة تعليمية دوليا ) .
13. استكشاف القيم 2010
14. محفز القيم 2010
15. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
16. تفعيل الحواس 2012
17. تحويل القيم إلى منتجات 2013
18. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
19. في استنساخ فكر العظاماء 2014

### البرامج الإذاعية والتلفزيونية:

- 1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
- 2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

### في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية :Social innovations

- 1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس بعضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت، 1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تتحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
- 2- مشروع "وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الأفريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق. 2017
- 3- مشروع "سما" سوق منتجات الايتام، مقدم لبيت الزكاة الكويتي، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الايتام وجعلها مراكز مالية عوضاً أن تكون مراكز للإنفاق فقط. 2016
- 4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلاً لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظاً فقط، عبر برنامج أدنناه دولياً بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تم خض عن نواة لسوق المنتجات، وعوائد مالية يستفيد منها سكان القرى. 2017
- 5- مشروع "أسوار" لشبكة بسواعد شبابية من مختلف دول العالم، لدعم قضايا العمل الإنساني والثت عليه بشكل تطوعي. 2017
- 6- إطلاق مشروع (تأملت)، عبر موسوعة من 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي.
- 7- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي
- 8- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

## في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب "الديوان الأميركي" مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحسابات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت - مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار اعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي" 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
- 10.مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
- 11.مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
- 12.مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
- 13.مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
- 14.مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
- 15.مستشار اسم الرواج والتسويق لمركز صباح الاحمد للموهبة والإبداع 2011، ثم مستشار العلاقات الدولية 2015
- 16.مستشار بلدية إمارة عجمان، الإمارات العربية المتحدة 2012
- 17.مستشار للجمهورية التركية 2012 في (World political conference)
- 18.مستشاراً للعديد من الشركات الإعلامية والوكالات الإعلانية في الكويت والخليج.
- 19.مستشار تسويق لمجموعة شركات تجارية وعقارية واستثمارية وللعديد من الشركات التمويلية والخدمية.

ما يلي كتب للمؤلف



