ملف مجاني من عالم الذكاء

25 بورمت للإعلانات الممولة من كلام العميل إلى إعلان يبيع

استخراج ألم العميل من التقييمات، وزوايا إعلانية، ونصوص وعناوين وسكربتات فيديو، واختبار A/B، وبريف للمصمم. انسخ البورمت، وغيّر اللي بين [القوسين].

طريقة الاستخدام: ابدأ بالقسم الأول، وحط نتيجته ("قاموس العميل" والبروفايلات) في **Project** باسم الحملة في Claude أو ChatGPT، أو في **Gem** في Gemini. وكل الإعلانات بعدها تطلع بلغة عميلك الحقيقية. وراجع أي ادعاء أو رقم، والتزم بسياسات المنصة الإعلانية.

1. اسمع العميل أول

1 استخرج من التقييمات

هذي تقييمات حقيقية لمنتجنا ومنتجات منافسين: [الصق 20 إلى 50 تقييم بدون أسماء]. استخرج في جدول: المشاكل اللي كان العميل يعاني منها قبل، والنتيجة اللي يبيها، والاعتراضات والمخاوف، والكلمات والعبارات بنص كلام العملاء. ورتبها حسب التكرار.

2 من أسئلة الواتساب

هذي أكثر الأسئلة والرسائل اللي توصلنا قبل الشراء: [الصق]. وش المخاوف اللي تخلي الناس يترددون؟ وش المعلومة اللي ناقصة في إعلاناتنا وصفحة المنتج؟

3 بروفايل المشتري

بناءً على التقييمات والأسئلة، اكتب 3 بروفايلات لمشترين حقيقيين لـ [المنتج]: الوضع قبل الشراء، والدافع، ووش يخاف منه، ووش يقنعه، ووين يشوف الإعلانات، وجملة ممكن يقولها بلسانه.

الاعتراضات وردها

4

اكتب أكثر 7 اعتراضات ممكن يقولها العميل عن [المنتج/السعر/الشحن/الثقة]، ولكل اعتراض: رد مقنع بسطر، ودليل نقدر نستخدمه (تقييم، ضمان، رقم، صورة).

قاموس العميل

5

من كل التقييمات والتعليقات، طلّع لي 30 عبارة بنص كلام العملاء (بلهجتهم) نقدر نستخدمها في الإعلانات، ورتبها: ألم، ورغبة، ونتيجة، ومفاجأة.

2. الزوايا والفكرة

5 زوايا إعلانية

6

اقترح 5 زوايا مختلفة لإعلان [المنتج] لجمهور [الجمهور]: زاوية الألم، وزاوية الرغبة، وزاوية الاعتراض، وزاوية الإثبات الاجتماعي، وزاوية المقارنة. ولكل زاوية: الفكرة بسطر، وأول جملة.

الميزة الوحيدة

7

من المعلومات هذي عن منتجنا ومنافسينا: [الصق]، وش الشي الوحيد اللي نتميز فيه فعلًا ويهم العميل؟ اكتبه بجملة وحدة يفهمها طفل، و3 صيغ بديلة.

مقارنة عادلة

8

اكتب إعلان مقارنة بين [منتجنا] و[البديل المعتاد، مثل: الطريقة التقليدية أو المنتج الأرخص] بدون ذكر اسم منافس، يوضح الفرق بموقف من الحياة.

عرض ما ينقاوم

9

عندنا: [المنتج، والسعر، والتكلفة التقريبية، واللي نقدر نضيفه]. اقترح 5 عروض تزيد التحويل بدون ما نخسر هامشنا (باقات، هدية، ضمان، شحن)، ورتبها من الأقوى.

3. كتابة الإعلان

النص الأساسي

10

اكتب 3 نصوص إعلان لـ [المنصة: ميتا/سناب/تيك توك/إكس] للزاوية [الزاوية]: نص قصير (سطرين)، ومتوسط (4 أسطر)، وطويل (قصة). أول جملة لازم توقف السكرول، واستخدم عبارات من قاموس العميل، واختم بدعوة واحدة واضحة. والتزم بحدود المنصة وسياساتها.

10 عناوين

11

اكتب 10 عناوين (Headlines) قصيرة لإعلان [المنتج]، كل واحد بأسلوب مختلف: فايدة، ورقم، وسؤال، وتحدي، ونتيجة، ووقت، وعرض. ولا تكرر نفس الكلمة في أكثر من عنوانين.

خطافات فيديو

12

اكتب 10 جمل افتتاحية لفيديو إعلاني عن [المنتج] لأول 3 ثواني، مع وصف اللقطة اللي تظهر معها.

سكربت UGC

13

اكتب سكربت فيديو 30 ثانية بأسلوب عميل حقيقي يصور بجواله (UGC) لـ [المنتج]: المشكلة، واكتشاف المنتج، والتجربة، والنتيجة، والدعوة. بلهجة [اللهجة] وبكلام طبيعي مو مسرحي.

إعادة الاستهداف

14

اكتب 3 إعلانات لناس زاروا صفحة [المنتج] وما اشتروا: واحد يرد على أكبر اعتراض، وواحد فيه إثبات اجتماعي، وواحد فيه عرض بوقت محدود حقيقي.

إعلان العرض

15

عندنا عرض [التفاصيل والمدة والشروط]. اكتب إعلان يوضح العرض في أول سطر، والشروط بوضوح، وسبب حقيقي للاستعجال بدون مبالغة.

كاروسيل

16

اكتب إعلان كاروسيل من 5 بطاقات لـ [المنتج]: بطاقة توقف السكرول، و3 بطاقات (مشكلة، حل، نتيجة)، وبطاقة دعوة. نص كل بطاقة 6 كلمات بالكثير، ووصف الصورة المقترحة.

صفحة الهبوط

17

اكتب لصفحة الهبوط الخاصة بإعلان [الزاوية]: العنوان الرئيسي، والعنوان الفرعي، و3 فوائد، وقسم الأسئلة والاعتراضات، وزر الدعوة. ولازم تكمل نفس وعد الإعلان بالضبط.

4. الاختبار والتحسين

خطة اختبار A/B

18

سوّ لي خطة اختبار لإعلانات [المنتج] بميزانية [المبلغ] لمدة [المدة]: وش نختبر أول (الزاوية، ثم الخطاف، ثم الصورة)، وكم نسخة، ومتى نحكم، وأي رقم نعتمد عليه.

غيّر متغير واحد

19

هذا إعلاننا الحالي: [الصق]. اكتب 4 نسخ منه، كل نسخة تغيّر شي واحد بس: أول جملة، أو العرض، أو الدعوة، أو الزاوية. ووضح وش اللي تغير في كل نسخة.

حلل النتائج

20

هذي نتائج الإعلانات (الظهور، والنقرات، ونسبة النقر، وتكلفة النقرة، والتحويلات، وتكلفة التحويل) لكل نسخة: [الصق]. وش اللي فاز ولماذا برأيك؟ ووش نختبر بعده؟ ولا تستنتج من أرقام قليلة جدًا.

جدد الإعلان المتعب

21

هالإعلان كان ناجح بس أداءه نزل: [الصق]. اكتب 5 نسخ تحافظ على نفس الزاوية الناجحة بس بخطاف وصياغة وصورة جديدة.

5. الكريتف والمراجعة

بريف للمصمم

22

اكتب بريف تصميم لإعلان [الزاوية] لـ [المنصة]: الهدف، والجمهور، والرسالة الوحيدة، والنص على التصميم (6 كلمات)، ووصف الصورة، والألوان، والمقاس، وأمثلة لما لا نبيه.

وصف صورة للذكاء الاصطناعي

23

اكتب وصف (Prompt) لتوليد صورة إعلان لـ [المنتج] في [المكان/الموقف]: الإضاءة، والزاوية، والخلفية، والمشاعر، والمساحة الفاضية للنص. بالإنجليزي لأنه يطلع نتائج أدق.

سكربت 15 ثانية

24

اكتب سكربت فيديو إعلاني 15 ثانية لـ [المنتج] بدون تعليق صوتي: 5 لقطات، ولكل لقطة: المدة، والوصف، والنص على الشاشة.

مراجعة قبل النشر

25

راجع هالإعلان قبل النشر: [الصق]. هل فيه ادعاء ما نقدر نثبته؟ أو مبالغة ممكن ترفضها المنصة؟ أو كلمة ممكن تنفهم غلط؟ أو وعد ما تحققه صفحة الهبوط؟ واقترح التعديل.

الشرح الكامل مع أمثلة قبل وبعد: **alamaldhakaa.com**

عالم الذكاء · أدوات الذكاء الاصطناعي بالعربي وبشكل عملي