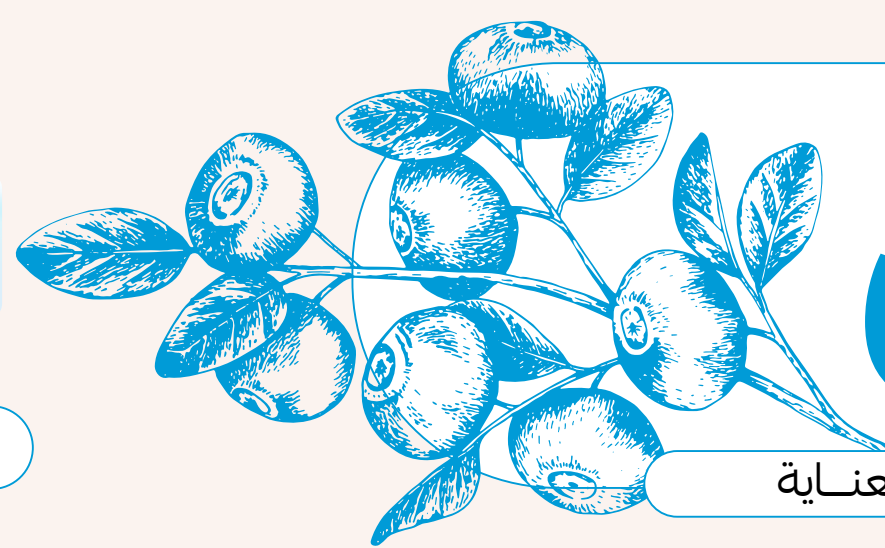




في هذا العدد



إعلان تحت المجهر

الفن ما وراء الإعلان

Yalla Cruise
يلا كروز؟



توت مقطوف



فلسفة ياعين

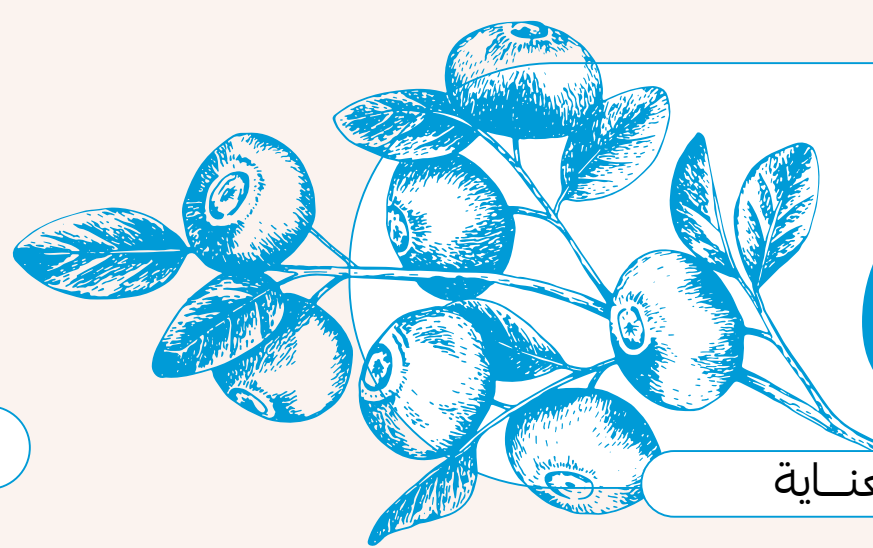


الأفكار الي في الدرج..



واحد منا

ريم العظم



واحد منا



ريم العظم

انضمت **ريم العظم** لنا في 2016 وقتها الفريق صغير، والمهام كثير. تدرجت مع الفرص، وكبرت مع التحدي، لين صارت اليوم: **مديرة إدارة العملاء** ✨

تشرف على الفرق، تتابع الحسابات، تحرص إن الشغل ماشي، والجودة حاضرة، وتتأكد إن كل شخص في الفريق، يحصل على دعم، وتوجيه، وفرصة يكبر 🍷

ريم، وش تفضل في بيئة العمل؟
وضوح، وتقدير، ومساحة للإبداع. ثلاثة أشياء إذا اجتمعت ترناح.

وبرا المكتب؟
لسه ما عرفت "هي وين تمامًا"، لكن تلاقى نفسها في: بزلز تسليها، حتى لو تتعبها 🌱
بحر يهديها، وبنتها سيرينا تملي حياتها ❤️

وقتها بعد الشغل مقسوم، وتحب الويكند الموزون: **خميس صاحبات، جمعة أهل، سبت بحر** 📅
تحب السفرات القصيرة، وخطتها الجاية: 🇲🇪
وتوها داخلة عالم ال 🟢

أرهب وجهة؟ هاواي 🌴
لأن فيها كل شيء تحبه: بحر، أكل لذيذ، وجو حلو.

والي يعرف ريم، يعرف إنها...
تحب تفرح للناس وتحتفل بنجاحهم
صح أوقات تكون حازمة،
بس لأنها تدفع فريقها يطّاع أفضل ما عنده!

مبدأها؟
الصدق في القول والخير في الفعل، حتى لو في الأمور الصغيرة.

ودرسها في الحياة؟
مو فلسفي، بس واقعي:
"عيش يومك... ولا تشيل هم بكرا"

قصص من ورشة التحرير

هي جلسة مو عادية...
نشرب فيها القهوة كوب ورا الثاني إلى ما
نوصل لفكرة فلكية، نكسر الروتين فيها
بعبارة عبقرية 🧠
وإذا ما طلعنا منها بحملة
عالمية؟ نعيدها بكرة بس بروح قتالية!

عرفت عن أي جلسة نتكلم؟

شاركنا إجابتك على البريد الإلكتروني
للموارد البشرية
إجابة العدد السابق: برنامج Box

ميم الشهر



إبراهيم علوان

من يومه ولسان حاله يقول
"كيف ممكن أفتح الكريتيفيز
بالبريف الجديد؟" ..

أسئلة كونية 🤔



إذا طاحت شجرة
لحالها في الغابة،
هل يطلع لها
صوت؟ وإلا لازم
أحد يسمعها؟ 🌳



click here

جديد السوق

نظارات رايبان الجديدة: أناقة كلاسيكية وعصرية رقمية

قد مر عليك منتج تقني وقلت "أوف! بشتريه الحين!"؟

نظارة **Ray-Ban Meta** بتخليك تقول هالجملة أول ما تسمع عنها! لأنها جمعت بين الشكل الكلاسيكي المعروف والتكنولوجيا اللي بتخليك تعيش تجربة جديدة وتدخلك عوالم ثانية 🎉

انس كل النظارات الذكية اللي شكلها غريب وكبيرة. لأن Ray-Ban تعاونوا مع Meta وأنتجوا نظارة شكلها أنيق وطبيعي من برا، وبدعوا وصنعوا فيها العجب العجاب من جوا 🤖

تخيل إنك تقدر تصور يومياتك بدون ما تمسك الجوال، وتبث كل لحظاتك لايف!

وكمان يكون عندك مساعد ذكي فوق خشمك - حرفياً - وبس ينتظرك تطلبه يقول: **سم وتـم وليبه!** 🗨️

شكل كلاسيكي، قلب تقني، وتجربة ما تشبه غيرها...

اشتريت؟

عمر ك دريت؟ عمر ك دريت؟ عمر ك دريت؟

تتوقعوا مين أول من أعطى "الكاتشب" اسمه؟ 🍅

بحسب بعض النظريات، الكلمة أصلها من لهجة «أموي» الصينية، وكانوا يقولوا "كو تشياب" أو "كي تشياب"، ومعناها: ماء مالح منقوع فيه سمك أو محار مخلل 🐟

ومع الوقت، صارت الكلمة تتغير: الماليزيين قالوا "كيتشاب"، والألمان اختصروها إلى "كتجاب". وما

انضافت الطماطم على الوصفة إلا في القرن الـ19! 🍅 بس يبقى الأصل... صيني بامتياز! ومن مرق المحار طلع أشهر صوص نحبه مع البطاطس 🍟❤️

إعلان تحت المجهر

إذا كانت الفكرة أسطورية، ما تهـم الميزانية! 💡

تخيل تسوي إعلان ضخـم مع ميسي، رونالدو، نيمار، ومباي...

بس ما عندك الميزانية اللي توصل للملايين 🤖

هذا اللي حصل مع برجر كينج...

في 2019، قرروا يوقعوا عقد رعاية مع فريق ما أحد يعرفه إلا صاحب النادي واللـقبة، Stevenage FC - فريق في آخر ترتيب الدرجة الرابعة بإنجلترا. لما تسمع الخبر تقول أكيد تجنبنا، يعني لا مباريات كبيرة ولا تغطية إعلامية!

لكن... برجر كينج كان عندهم رأي ثاني 🤔

الفريق هذا كان بيطهر في لعبة فيفا 20 ومع استخدام شعار برجر كينج على تيشترات اللاعبين؛ كانوا ممكن يدخلوا شاشات ملايين المستخدمين حول العالم ويلعبوا على اللاوعي بطريقة ذكية.

أطلقوا حملة باسم #StevenageChallenge

وقالوا لمستخدمين فيفا حول العالم:

"العبوا بفريق ستيفينج، وانشروا أحلى لحظاتكم بالتشيرات الرسمي.. وخذوا وجبة مجانية"

والنتيجة؟ 📈

2.5 مليون دولار تغطية إعلامية مجانية وشعار برجر كينج

صار يطلع بكل مكان...

بدون ما يدفعوا ولا ريال!

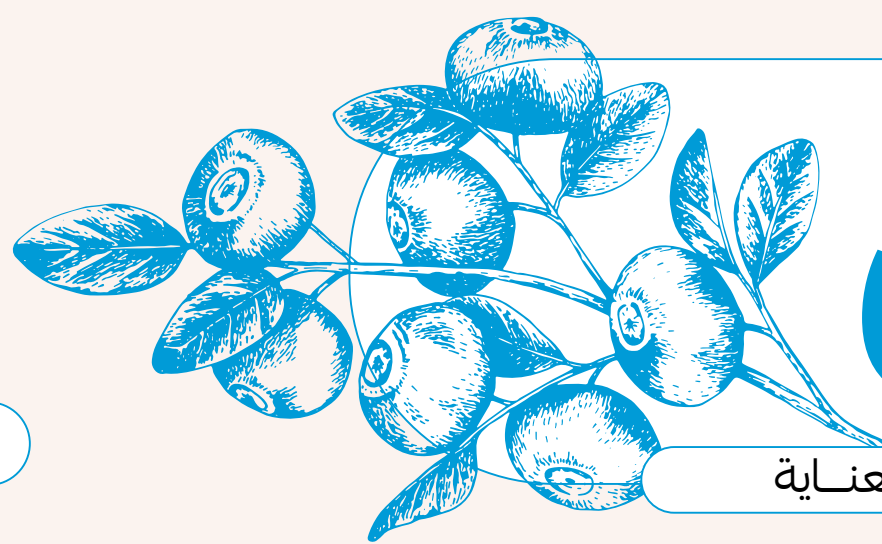
بنوا تفاعل مجتمعي حقيقي واخترقوا أكبر منصة ألعاب وكل

ذا عن طريق فريق مغمور، تحول فجأة لأيقونة رقمية! 🙌



وبكذا حصلوا على لقب:
"أكبر فريق في العالم - على الأقل أونلاين."

#StevenageChallenge



من واقع تجربة

سألنا موظفين Social Clinic

ليش نمشي مع الترنادات؟ وليش تجذبنا من الأساس؟

عبد الرحمن مادم

شيخ المصممين

عبر:

أنا أشوف إن الترنادات تشبع فضولنا، وتحسبنا إننا جزء من الحوار، طبيعي نكون نبغى نعرف الناس عن وش يتكلمون هذه الفترة، سواء كانت أغنية، ميم، أو خبر حصري. مو بس نبغى نكون "مطلعين"، لكن نبغى نحس إن الصورة مو فايتتنا، فاتباع الترناد أحياناً يكون وسيلتنا للبقاء على اتصال بالعالم.

أنس المنصور

الدبرة

قال:

من وجهة نظري الناس يتبعون الترنادات لأنها تعطيههم إحساس إنهم جزء من شيء أكبر لما يشاركون في شيء الكل يتكلم عنه، يحسون إنهم ما هم برا الدائرة. وفيه ناس يحبون يحربون كل جديد أو يدورون على الشهرة، بس مهم نعرف إن مو كل ترند يستاهل المتابعة، بعضها ممكن يضر.

ريم الفضلي

فنانة الفنانين

قالت لنا:

في عالم التصميم متابعة الترنادات شيء أساسي عشان البراند يظل حاضر وقريب من الناس، الترنادات ترفع التفاعل وتزيد من انتشار العلامة، خصوصاً إذا كانت ماشية مع هوية البراند؛ لأننا لما نستخدم الترناد صح، نقدر نوصل للجماهير المستهدف أسرع، وتتواصل بشكل أسهل مع جيل الشباب اللي يتفاعل بسرعة مع أي شيء جديد.

يارا بيك

فراشة المكتب

قالت:

بحكم مجال شغلي، أحياناً أضطر أواكب بعض الترنادات عشان أوصل لهدف معين (يعني KPIs وحركات) بس شخصياً ما تهمني أبداً. ليش الناس ينجذبوا لها؟ ممكن بسبب الـ FOMO، تحس إن كثير ناس مو واثقين في أنفسهم، وبهمهم يركبوا الموجة ما يهتموا فين راح توديههم، أهم شيء يسبحوا مع الجماعة.

مشاكل وحلولها

قد صادفك موقف إنك تنسى وش كنت بتقول؟ أو تقرأ مقال وفجأة تكتشف إنك ما فهمت ولا شيء؟ 🤔
الإحساس هذا صار شائع وواضح مرة، مو لأننا أغبياء... بس لأن عقولنا صارت مضغوطة ومشتتة طول الوقت! ليه صرنا ننسى بسرعة ونفقد التركيز؟ 🧠



خراقة التعددية

أقدر أشتغل على أكثر من شيء؟
كذب! نقفز من شيء للثاني بسرعة والتركيز يصيح في الزاوية.



زحمة معلومات

طوفان من المعلومات، والنتيجة؟
ما نفوس بعمق، ولا حتى نسبح بهدوء بس نمر مرور الكرام.



دائرة المكافآت

لايك، كومنت، محتوى جديد...
كلها تحفز الدماغ تخليه يدور أكثر على الدوبامين.



التشتت الرقمي

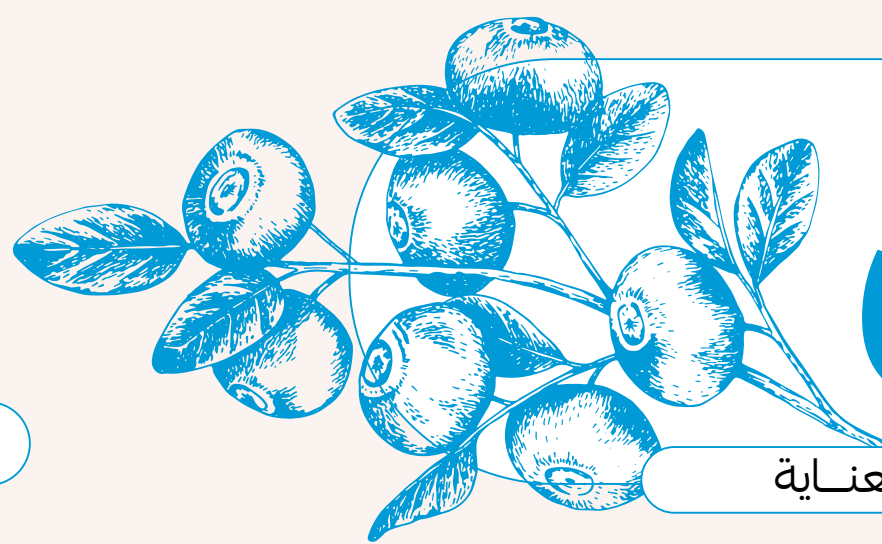
إشعار، سنايه، إيميل، تغريدة، عقلنا
تعوّذ يتنقل بسرعة، وما عاد يطيق التركيز الطويل.

لو وصلت هنا بكامل تركيزك، فهذا يعني إنك... كفوا! 🙅
ولو نسيت اللي قلناه فوق، ركز في اللي جاي 📌

🚫 لا للمهام المتعددة، وقف كل شي وخلّك مع شغلة وحدة بس.
🧘 جرب: 25 دقيقة تركيز + 5 دقائق راحة
🔒 قفل التنبيهات، وخصص لك أوقات معينة تشيك فيها على كل شيء.
🎧 اقرأ كتاب أو اسمع بودكاست، وحاول تندمج فيه بدون تشتت.

الصبر الصبر الصبر 🙏

مخك محتاج تغيير بسيط وراح تحس بفرق حقيقي مع الوقت والتدريب.



فلسفة بياعين..

سألنا محمد حمادة عن الأفكار اللي في الدرج وقال:

كلنا عندنا أفكار الدرج 📅

أفكار تحمسنا لها، سهرنا عليها، وتعبنا في تفاصيلها... بس ما شافت النور 🤔

يا انرفضت من عميل، يا كانت سابقة وقتها، أو يمكن ما لقينا له المكان الصح 🤔

ومع كل بريف جديد، يرجع نفس السؤال:

هل نقدر نرجع فكرة من الدرج ونقدمها من جديد؟ 🔄

أحياناً، أول ما تقرأ البريف تقول:

"أوه الفكرة اللي كانت بالدرج تضبط هنا!" 😊

تتحمس، تفتح المجلد، وتشوفها كأنك شفت كنز قديم ✨

لكن قبل لا تنقلها زي ما هي، خذ لحظة وقف واسأل نفسك: **ايش أصل الفكرة؟ 🤔**

مو شكلها ولا ستايلها...

عن الإحساس اللي وراها، والإنسايت اللي انبنت عليه

إذا كانت طالعة من Insight إنساني حقيقي – شيء الناس تحسه أو تمر فيه – غالباً تقدر تتغير، تلبس لبس جديد، وتحكي بلغة مختلفة 🗣️

بس إذا كانت مرتبطة بهوية براند معينة، بصوته وثقافته، فهنا الموضوع يصير أعمق... **صعب تفصلها بدون ما تفقد معناها.**

يعني الموضوع مو بس "عجبتني الفكرة" 🙌

السؤال الحقيقي هو:

هل تناسب هذا العميل؟ هذا البريف؟ هذا الجمهور؟ 🎯

الفكرة القوية تعيش... بس لازم نعرف متى نحييها ومتى نخليها ترتاح شوي 🧠 وبعض الأفكار، **لما يجي وقتها، تلقاها ترجع أقوى وأحلى من أول مرة ✨**

جدولنا لك الويكند

أسامة محمد | المحتك 🤖

أحب أسوي مكس لفعاليات الويكند، أحياناً أكون في جو قراءة، وأحياناً أندمج مع فيلم كلاسيكي قديم وإذا نزل فيلم يستاهل.. تلقاني في السينما أول الحضور! 🎬 أحب أطلع مع أصحابي في كافيه وما بين وقت ووقت... أروّق مع TEDx 🗣️

الويكند بالنسبة لي عبارة عن استرخاء بالعادة أبدأ الجمعة بالنادي مع صديقاتي، أو فطور متأخر مع العائلة وبعدها أرجع للبيت، وأعيش طقوسي الخاصة.. أشرب قهوة وأسوي السكين كير وأختم اليوم بأخر حلقة نزلت من مسلسلي المفضل 📺

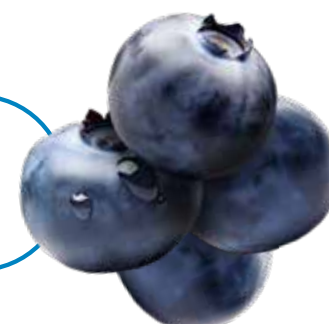
غفران أحمد | ملكة الاسترخاء 🧘

أصايل العويضي | الأم الحنون 💖

الخميس بالنسبة لي خط أحمر 🚫 لازم أطلع، أفصل من الشغل، وأدخل بجو الويكند. أما الجمعة، أحب أصحى بدري عشان أعيش اللحظة مع نفسي أتأمل، أتمرّن، وأروّق بعدها أشد رحالي مع مخطط الأسبوع وأتوجه لمخبز الحارة وأخطط للأسبوع الجاي وبالليل وقتنا المقدس أنا وبنتي 🐾



توت مقطوف



فيلم الشهر: The Big Short من توصية محمد برکه وقال عنه:

لما شفت الفيلم لأول مرة، كنت متوقع إنه يتعلق بالأزمة المالية الي حصلت عام 2008  بس الي شفته كان غير! فيلم فيه حياة ومشاعر كثير، يخليك تشوف الأنظمة المعقدة كأنها ناس، تغلط، وتتعلم. الي لفت انتباهي هو كيف الفيلم بيّين قوة الإعلان، لأن كل خطوة في الأزمة كانت "مباعة"، من القروض السيئة، والتقييمات المبالغ فيها، والثقة الزائدة في النظام. ما كانت أرقام في جدول، كانت قصة تُحكى مرة ومرتين لين ما الناس صدقوها.

وأحلى شيء في الفيلم كانت هذه الجملة:

"الحقيقة مثل الشعر ومعظم الناس يكرهون الشعر" جملة بسيطة؟ لكن فعلاً مرتبطة بشغلنا في التسويق، لأن لازم نعرف نفرق بين الإقناع والنزاهة 

بعد ما خلصت الفيلم، حسيت بحماس... لأن الفيلم ما كان يشرح ايش صار، كان يورينا كيف الكلام، والثقة، وحتى العلامات التجارية تقدر تغيّر الواقع فعليًا، وإحنا كأشخاص نشغل في مجال الإبداع والتسويق، دائمًا نروي قصص، نكوّن تصورات، ونأثر على قرارات الناس، وهذه مسؤولية أبدأً مو بسيطة!

وعشان كذا أنصح أي أحد في المجال يشوفه، لأنه مو بس يشرح لحظة تاريخية، كمان يوريك كيف القصة ممكن تغيّر كل شيء، من قناعات لانطباعات، وحتى حركة السوق.

فيلم لكل مبدع يشتغل بشغف وضمير 

عيونك تشوف الفرق

تقدر تلقط العنصر المختلف؟  





الفن ما وراء الإعلان

Yalla Cruise?



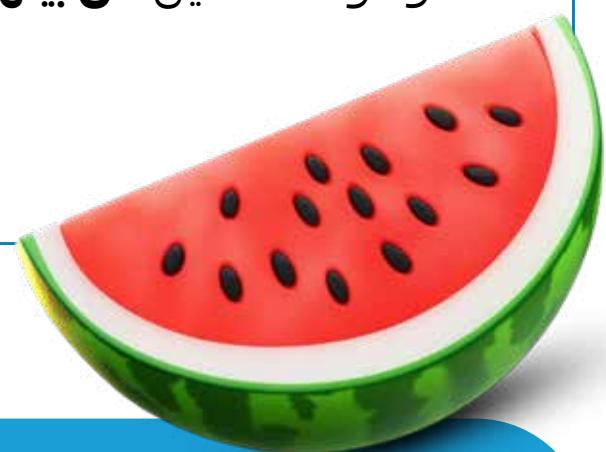
لما اجتمع الثنائي رونالدو وجورجينا لأول مرة في إعلان... وكانت الخيارات محدودة، والوقت محسوب بالدقيقة ⌚ كان علينا خلق تجربة تليق فيهم، وتخدم القصة. هنا بدأ التحدي الفعلي. كيف نروي القصة؟ كيف نخلي حضورهم خفيف بس مؤثر؟

وكيف نربط كل هذا بعالم أرويا؟

اشتغلنا على أكثر من سيناريو، قلبنا الخيارات، إلين رسينا على مسار ذكي، يوازن بين التواجد الواقعي والتعبير الرمزي، بسيط، أنيق، ويقول كثير بلقطة.

الضغط عالي والحماس أعلى،

خصوصًا إن أحد أفراد الفريق كان فان حقيقي لرونالدو وكان يشوف المشروع بعين مختلفة 🥰❤️ صورنا مشاهد الكروز من بدري، واستعنا بتقنيات الـ CGI بحذر، وحولنا تفاصيل من بيتهم العادي لعالم ثاني..



نشرة الأخبار

إبداعنا قرر يتوسع فقلنا نجيب له ناس قد المقام، نرحب بمبدعينا الجدد: 😎

والمكتب صار ما يكفي من كثر المواهب 🎭👏

75%

من الموظفين تظهر عليهم آثار التشميس ☂️

التحضير كان دقيق جدًا:

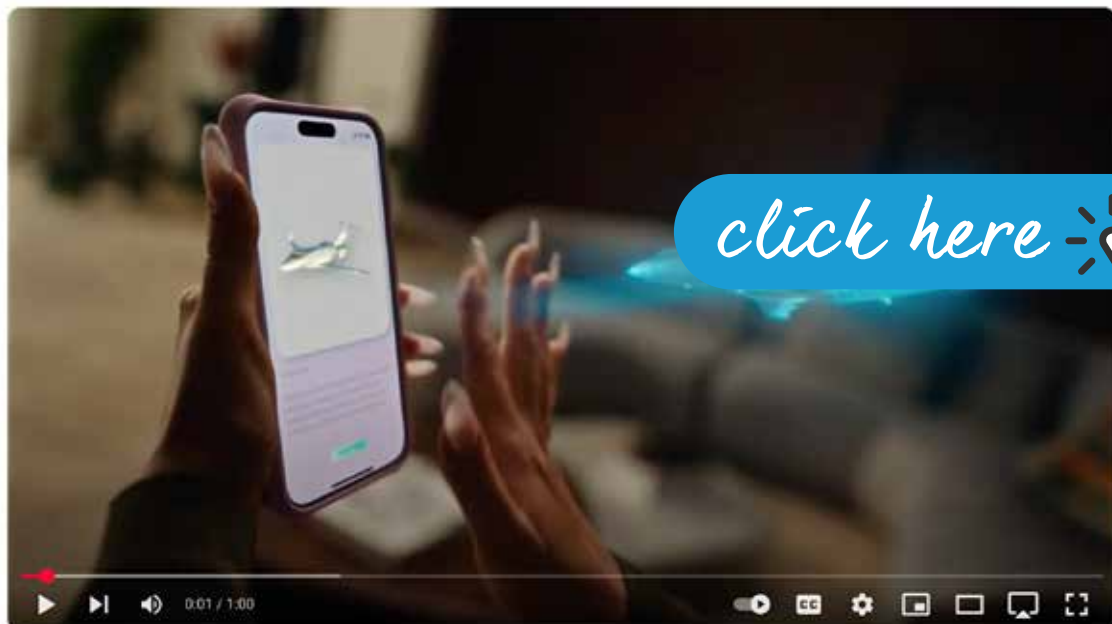
📅 صورنا الإعلان كامل قبل بيوم، عشان نعرف وقت كل لقطة ونتفادى أي تأخير. 🎯 كل شيء كان محسوب، من الزوايا للإضاءة، بحماس فريق يعشق التفاصيل. 🎬 ومع وجود مخرج ومدير تصوير إسبان، صار التواصل أريح والتنسيق أدق.

وأخيرًا، مشهد واحد جمعهم على الكروز، نظرة، ابتسامة، وكلمة وحدة: "يلا كروز؟" "يلا"

تجربة ما كانت بسيطة، لكنها تشبهنا... مليانة شغف، تركيز، وقرارات دقيقة خلف كل تفصيلة.

أما المفاجأة:

📱 جورجينا لسه ما خلصت قصتها معنا — انتظروا ظهورها الخاص قريبًا



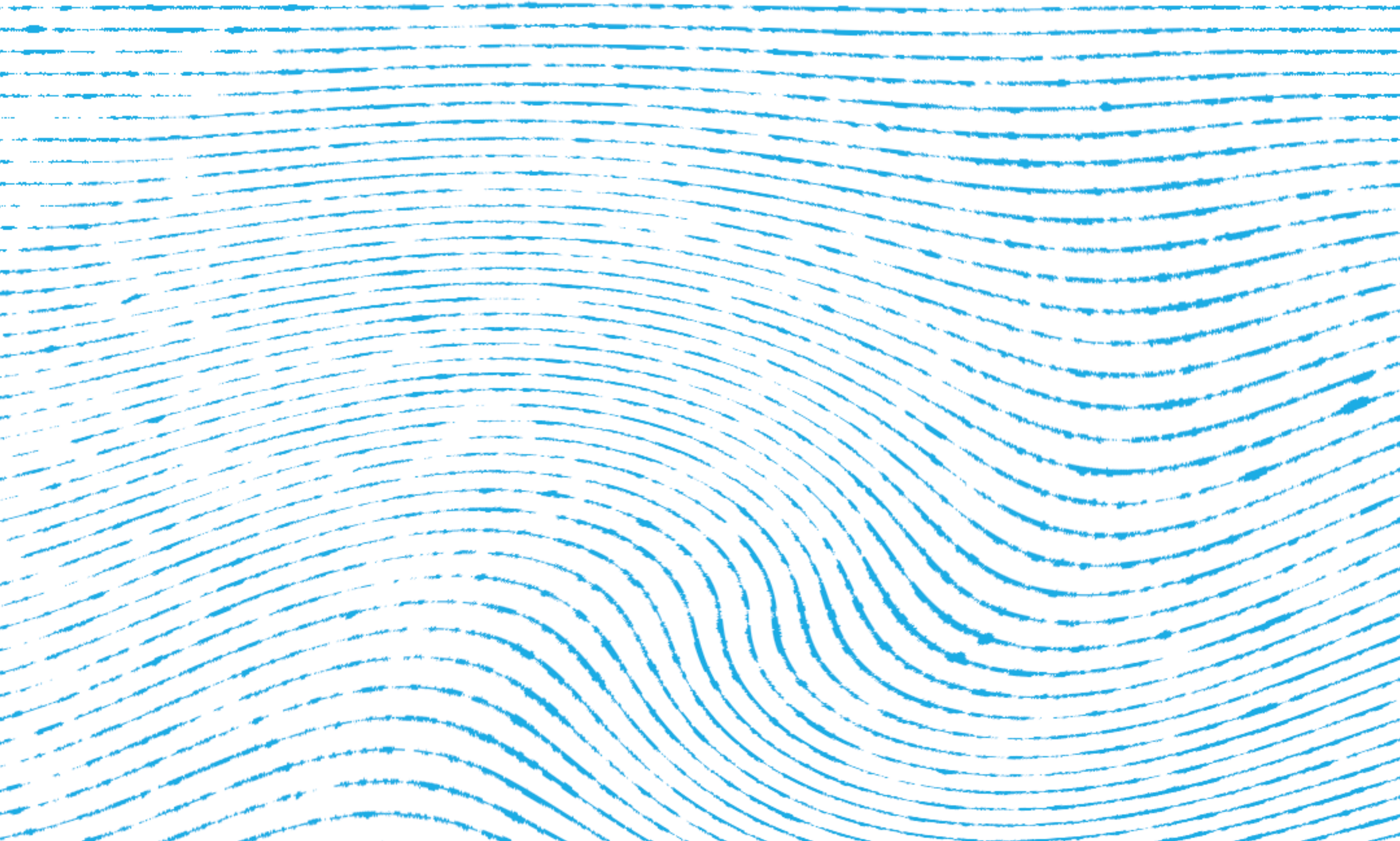
لجين التيمي
مؤلف إعلانات

عبد الرحمن
السندوي
مدير إبداعي

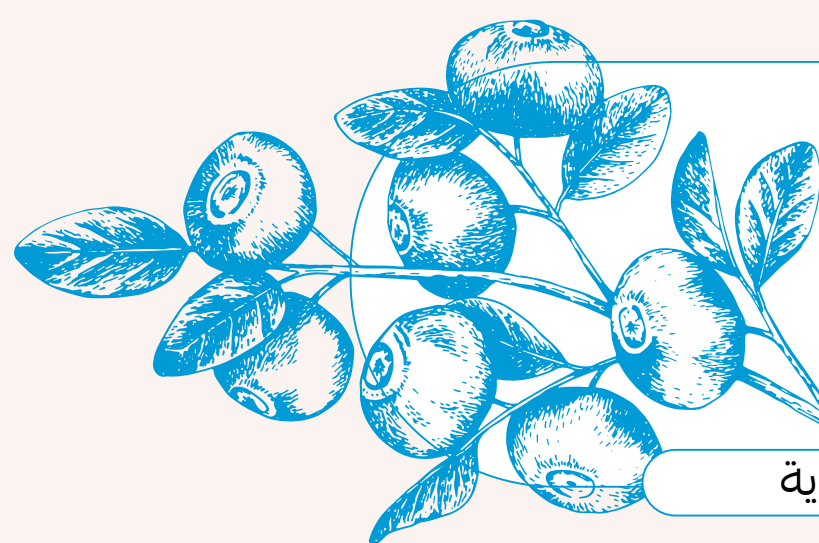
فاطمة
الجدعاني
مؤلف إعلانات أول

أمل عيسى
محاسب أول





كنتم مع



توت أزرق

محصول شهري مقطوف بعناية

ترقبونا الشهر الجاي