

مقرر تصميم الحملات الإعلامية والإعلانية

حملة تايد للعبايات الاعلانية

اعداد الطالبات:

ريم العبدان

سموى الدوسري

رهف المطيري

الاء الدوسري

اشراف:

د. سعيد بن صالح الغامدي



من تايد ؟

تايد بالإنجليزية: (Tide) هو اسم العلامة التجارية لمنظفات الغسيل الشعبية المصنعة من قبل شركة بروكتر وغامبل، وقدم للمرة الأولى للمستهلك في الولايات المتحدة عام 1946. ويتم تسويقه أيضا في كندا، السعودية، المغرب، الهند وعدة دول أخرى. وكان في الأصل على شكل مسحوق حبوب بيضاء، ولكن في وقت لاحق تم توسيع خط منظفات تايد ليشمل سوائل برتقالية، واضحة وزرقاء داكنة.



شعار الحملة و Logo



تايد

شعار الحملة :

"تايد .. عباية لطفلة تليق بك"
تايد .. الراعي الرسمي لطفلتك"

أهداف الحملة

- ١ - الترويج للمنتج لأكبر عدد من النساء.
- ٢ - الصدارة الدائمة في السوق.
- ٣ - الأختيار الأول للمشتريين وزيادة ولاء العملاء.



رسالة الحملة



التأثير على المستهلكين بشراء غسول خاص بالعبايات السوداء ، مقارنة بغسول الملابس العادي مما قد يؤدي إلى تفتح لون الاسود وفساد اللون الأسود الغامق.

أستراتيجيات الحملة

- ١- تم استخدام استراتيجية التوزيع المستمر حيث تستمر بنفس الكثافة الاعلانية دون انقطاع طوال فترة الحملة.
- 2- تم استخدام استراتيجية الجذب / القيام بكافة الأمثلة لوسائل استراتيجية الجذب منها: الإعلام والترويج الإعلامي الشامل.
- 3- تم استخدام الاستراتيجية اللينة / إقناع الجماهير من خلال رسائل إعلامية عن الفوائد وما سيضيفه المنتج لحياتهم وتكرر الرسالة ولكن بطرق مختلفة ومنتظمة.



فيديو



الجمهور المستهدف للحملة



النساء اللاتي يلبسن العباءة السوداء.



⌚ وقت انطلاق الحملة

ستنطلق الحملة في يوم 17/1/2021 م ، وذلك يوافق عودة المدارس والدوامات للترم الثاني .



الوسائل الاتصالية الحملة

وسائل الاعلام التقليدية :

التلفاز = الاعلانات التلفزيونية

الصحف = بوستر اعلاني في صحيفة

الاذاعة = اعلان اذاعي بين البرامج

وسائل الاعلام الحديثة :

اعلانات السوشل ميديا :

" يوتيوب ، تويتر ، سناب شات ،

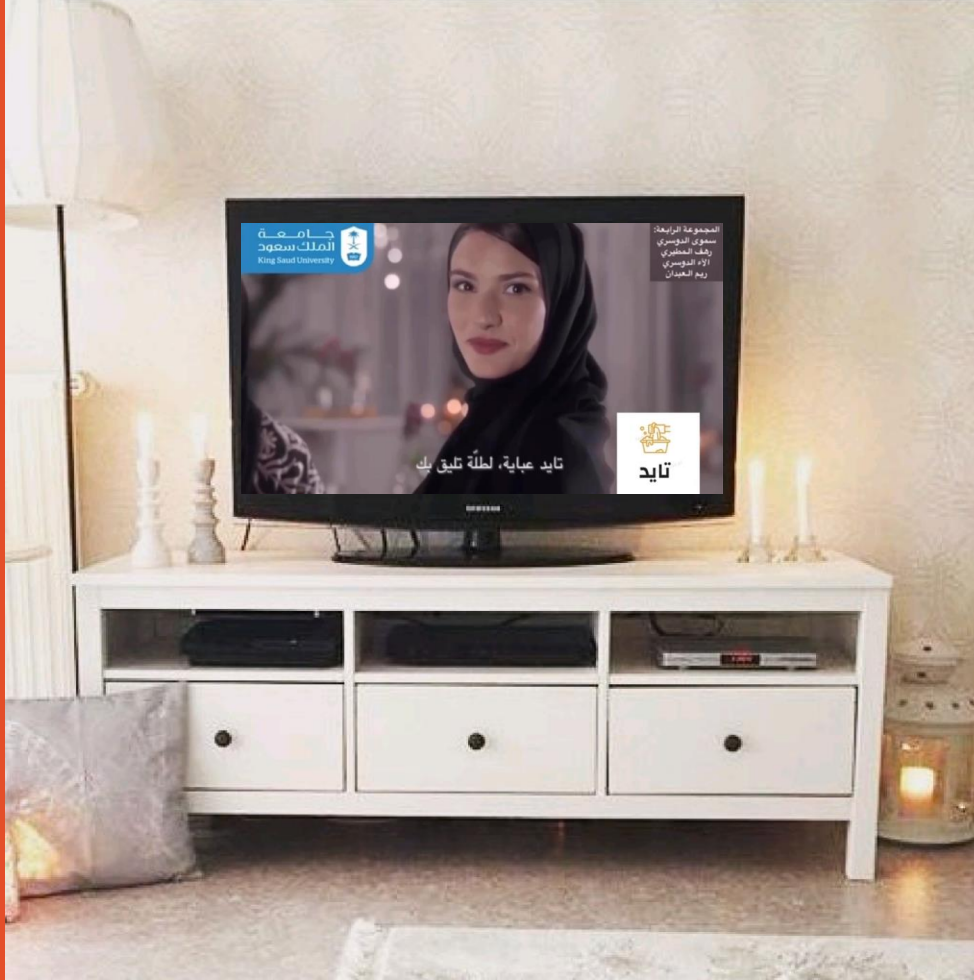
انستقرام "

اعلانات المواقع الألكترونية .



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة

اعلانات التلفاز





© 2006 The Authors
Journal compilation © 2006 Blackwell Publishing Ltd

[illegible][illegible]

في الطريق الصحيح

ممن أكثر من أربع سنوات، والمملكة تسير في الطريق الصحيح، الذي ارتضاه الـ 95 الأمل، منذ بدء تنفيذ رؤية 2030 التي أخذت أنها كانت «طريق النجاح» لإعادة بناء البلاد على أسس قوية وأساساً. تعيد اكتشاف مقدراتنا وإمكاناتنا، والتوصل بها إلى أقصى مراحيل التطور والتنمية.

الرؤية التي أبصرت النور في صيف 2016، وجدت الجميع يوافقون في مزمن قوي، ومنهم بعض هذه الودع تجاوزت

عزرة - جاسر المنصور

أحد سفير جمهورية العراق في المملكة -
الضمان للجنابي الرياض، بشأن العلاقات
في العراق والمملكة تسير بشكل طبيعي ومن
التي بالتصديق وزيادة الأواصر والترابطة
في علاقة الجارات، ولا سيما أن التفاح
مفتوح بين العراقيين مع ملف جديدة عرب
السوريين، الذين سيكونون أول التغيير على
معظم العلاقات العربية السعودية حيث
إنها تفتتح في عهد من السفير المنصور

ما وعدت به وأكثر. بأسلوب علمي فريد، يعكس الرغبة
الجادة لولاة الأمر والشعب السعودي في إحداث التغيير
المطلوب والشامل.

ويأتراف وتوجيه من خادم الحرمين الشريفين، قائد
الأمير محمد بن سلمان بكل حكمة والقدار مهمة بناء المملكة،

[illegible][illegible][illegible]

نماذج لبعض الوسائل المستخدمة



نموذج البئر



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة

نموذج المعرض



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة

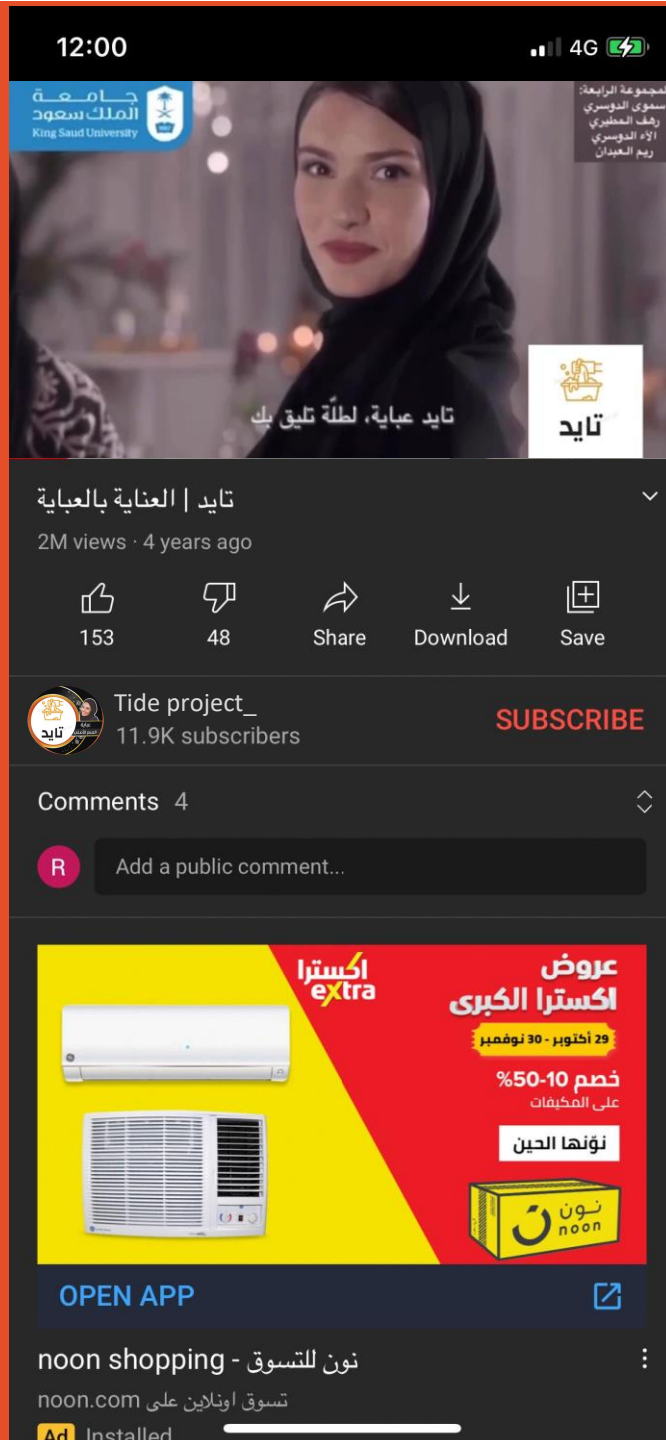


اعلان الحملة على سناب شات



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة

اعلان الحملة على اليوتيوب



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة

اعلان الحملة على الأنستقرام



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة



أكواب



تقويم مكتبي



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة



تقويم جداري

ملابس رسمية خاصة بالحملة



نماذج لبعض الوسائل المستخدمة



قبعات للحملة



الميزانية

مصدرها : قرض تجاري من بنك

النوع	التكلفة
الإعلان في تويتر	1000 ريال
الإعلان في الأنستغرام	1500 ريال
الإعلان في سناب شات	2500 ريال
تقويم مكتبي	500 ريال
تقويم جداري	300 ريال
قبعات وملابس	600 ريال
أكواب	300 ريال
كشك المعرض	1500 ريال
إعلانات لافتات الشوارع	5000 ريال
إعلان صحيفة الرياض	800 ريال
بنرات	300 ريال
الإجمالي: 13.400 ريال	



للتواصل معنا 



Projecttide_



Projecttide_



Projecttide_



Projecttide_



Projecttide_





شاكرين حُسن استماعكم

