

إستخدام الصورة في الإعلان

إعداد

الدكتور علاء حسين جاسم

أنواع الصور في الإعلان

كل يوم نشاهد صور في الإعلانات .. ونشاهد هذه الإعلانات في كل مكان .. في التلفزيون والصحف والمجلات والشوارع و الخ .

فالصورة عنصر أساسي ومهم في الإعلان وعملية التسويق عن المنتج أو الخدمة.. فهي ابلغ من الكلام وأسرع في الفهم .

وللصورة عدة أساليب للاستخدام.. بحسب الهدف منها او الغاية من الفكرة فيها ، فما هي أساليب استخدام الصور؟؟ ومتى نستخدم أسلوب معين؟؟

أنواع الصور في الإعلان

١- صورة السلعة كاملة أو جزء منها :-

وهو إظهار صورة السلعة كاملة ليتعرف عليها المشاهد ،
ويستخدم هذا النوع عند تقديم المنتج لأول مرة على السوق
أو عند التغيير في تصميم المنتج ، ، مثلاً ، ، إذا أعلننا عن
منتج جديد في الأسواق .. وليكن “ زيت التون سا للطبخ “
فيجب علينا وضع صورة هذا المنتج بالكامل ليتعرف الناس
عليه .. وإذا كان المنتج له غلاف خارجي ، يفضل وضع
الصورة على الغلاف كذلك ...

معنى جديد للأناقة ..



تفتيحة مودرن جديدة ..

تشعر بالفخامة والكلاسيكية التي يقدمها لك البيت الأمريكي من حيث الذوق
الرفيع والإرتقاء في إختيار أفضل التصميم والألوان للأثاث ليتوج منزلك بالفخامة
والجودة التي ترضي جميع الأذواق



البيت الأمريكي
AMERICAN HOME

48 33 929

إحدى مجموعة شركات الخالد

معنى جديد للأناقة ..



تفتيحة مودرن جديدة ..

تشعر بالفخامة والكلاسيكية التي يقدمها لك البيت الأمريكي من حيث الذوق الرفيع والإرتقاء في اختيار أفضل التصاميم والألوان للأناث ليتوج منزلك بالفخامة والجودة التي ترضي جميع الأذواق



www.dizayn6.com

٢- صورة مجموعة من السلع :-

هو إظهار في الصورة أكثر من منتج او سلعة ..
ليبين لك أنواع السلع لتلك الشركة .. حيث إن
الهدف من هذا الأسلوب هو تعريف أنواع المنتجات
التي تقوم بها تلك الشركة .. ولا تستهدف سلعة
واحدة ، ، مثلاً ، ، يكون فيه إعلان عن مجموعة انتاج
سيارات سوزوكي ، في إعلان واحد او وضع صورة
لجميع منتجات المراعي .. وهكذا



колье
цена 350.-



арт. QI03-02-04
цена 1690.-



арт. HA129-01-10
цена 990.-

арт. HA129-01-09
цена 990.-



Sultanna Frantsuzova
цена 1590.-



арт. HZ03-03-10
цена 1690.-



арт. SJ11-02-04
цена 1590.-



сумка
цена 990.-

сумка
цена 990.-



арт. CA28-03-06
цена 1590.-

арт. CA28-03-06
цена 1590.-



арт. ZM78-01-14
цена 1790.-

арт. EC71-01-17
цена 1590.-



арт. DF29-02-22
цена 1590.-

арт. DF29-02-20
цена 1590.-



арт. QI03-02-04
цена 1590.-

арт. QI03-04-01
цена 1590.-



арт. HA97-01-11
цена 1390.-



арт. HK15-12-03
цена 1790.-

арт. HK15-12-01
цена 1790.-



арт. BP1226-023
цена 1390.-

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ



Цифровые фотокамеры



Цифровые фотокамеры

Полноцветный ЖК-дисплей, высокое разрешение несколько режимов съемки и воспроизведения изображения, удобство использования



Цифровые фотокамеры

Полноцветный ЖК-дисплей, высокое разрешение несколько режимов съемки и воспроизведения изображения.



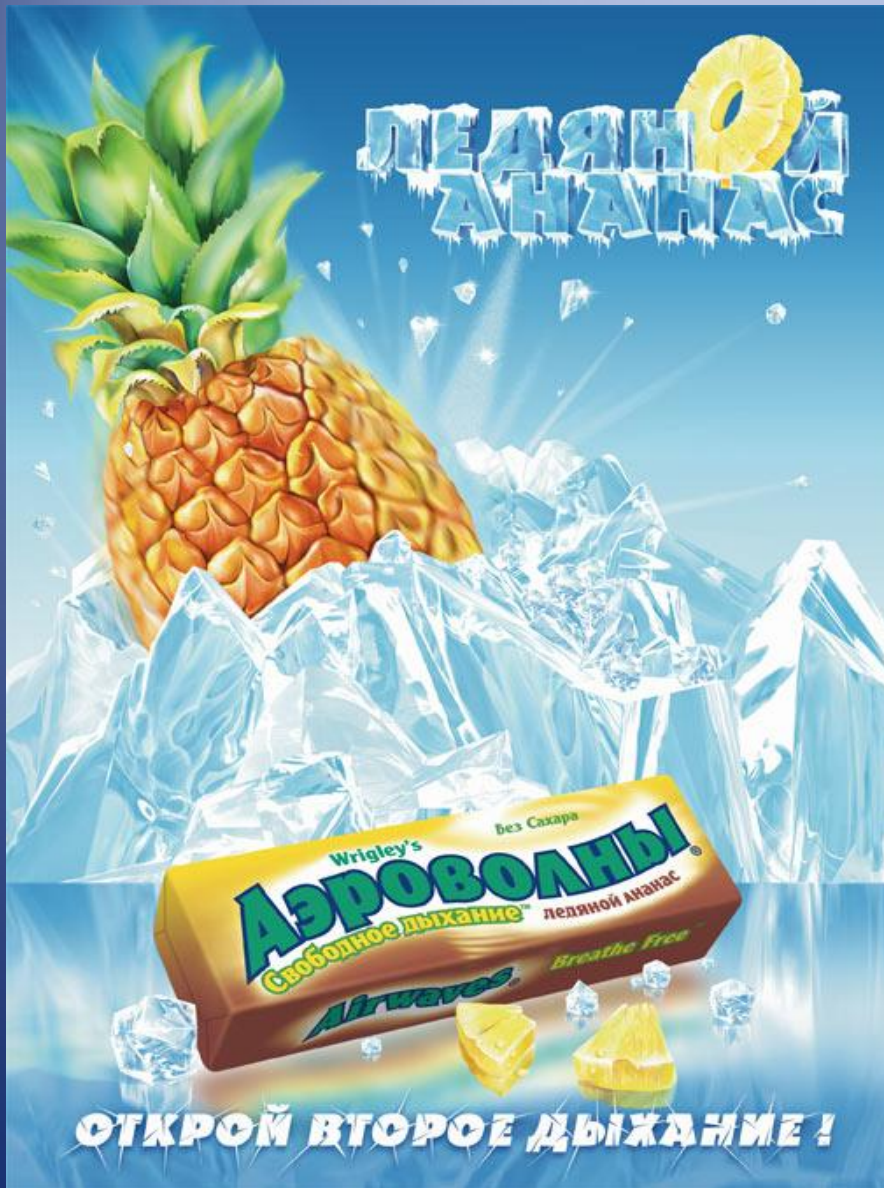
Телефоны стандарта GSM

Высокая функциональность, изящный дизайн, современные технологии связи



٣- صورة السلعة خلال مرحلة الإنتاج :-

هو إظهار السلعة مع مكونات هذه السلعة ، فمثلاً ، ،
نقوم بإظهار عصير التفاح وبجانبه تفاحة طبيعية .. أو
عصير مُشكل وبجانبه أنواع الفواكه المستخدمة ..



٤- صورة السلعة جاهزة للاستخدام :-

هو وضع صورة المنتج جاهز للاستعمال ، وإضافة جو وتأثير معين لجذب المشاهد للمنتج ، ، ويستخدم هذا النوع كثيراً في المواد الغذائية ، ، فمثلاً ، ، لدينا منتج ”فول“ .. فلا يتم وضع حبات الفول.. بل وجبة شهية مطبوخة ومن مكونات هذه الوجبة الشهية الفول.. حتى تجذب المستهلكين للمنتج أكثر من وضع حبات الفول طبيعية فقط ، ، نُصدق نحن الإعلان عندما نشاهد شكل الوجبة الشهية .. ونشتريه ونذهب إلى المنزل ونقوم بطبخه .. ونحاول إن نُخرج الوجبة بنفس الطبخة التي ظهرت في الإعلان ولا نتمكن !! ومع ذلك نأكل الطبخة ، ، على الرغم أنها لم تكن بالمظهر أو بالطعم الذي ظهر في الإعلان ، ، السبب .. لان تلك الطبخة التي بالإعلان تم طبخها بطريقة خاصة للإعلان .. فيتم طبخ الفول على نص طِباخة “ يعني نص ناضجة الأكلة ، ، لان طِباخة الفول على نصف طبخة .. يعطي شكل الأكلة لذة ولمعة مميزة وبراقة ... وهي في الأصل غير قابلة للأكل ، ، هذا الأسلوب منتشر بكثرة في المنتجات الغذائية ...

KRAFT
*So beefy, your husband
might get jealous.*



HONEY, IT'S A MEAL.

VELVEETA® Cheeseburger Mac

Prep: 5 min. Cook: 20 min.

1 lb. ground beef
3/4 cup milk
1/3 cup ketchup
1 pkg. (12 oz.) VELVEETA® Shells & Cheese Dinner
1 large tomato, chopped
1/4 cup green onion slices

1. BROWN meat in large skillet; drain.
2. ADD 1-1/4 cups water, the milk and ketchup; mix well. Bring to boil. Stir in Shell Macaroni; return to boil. Reduce heat to medium-low; cover. Simmer 10 minutes or until macaroni is tender.
3. STIR in the Cheese Sauce, tomato and onions until well blended. Makes 4 servings.

©2005 KF Holdings



The essence of Thailand
is only minutes away.
iMaggine that



Enjoy the exotic taste of Thai Massaman Beef with MAGGI WORLD FLAVOURS.
Now you can experience a range of delicious meals from around the world.
Exotic flavours, prepared for you and ready to savour in minutes.



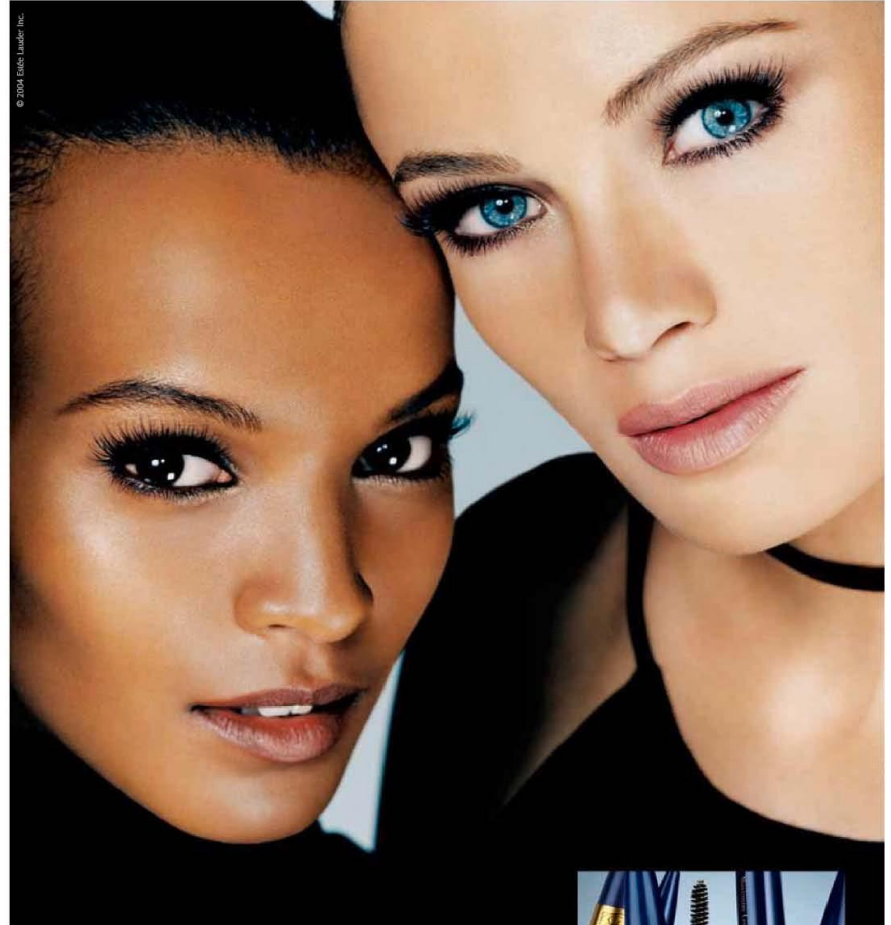
Happy Valentine's Day.



٥- صورة السلعة إثناء الاستخدام :-

هو وضع صورة المنتج في وضعية استخدام ، و يستخدم هذا النوع في جذب انتباه المشاهد ويلفت نظرة إلى خصائص معينة في السلعة .. كوضع صورة امرأة جميلة وعلى شفاتها الحمرة .. أفضل من وضع صورة منتج الحمرة وحيداً.

أو وضع صورة لرجل يسوق سيارة ومعه عائلته وجميعهم سعداء ،، والسبب يعود لكبر حجم المساحة الداخلية للسيارة .. أو غيرها من الأفكار وهذا الأسلوب يستخدم بكثرة في منتجات التجميل



Give lashes what they long for.
Lash XL Maximum Length Mascara

Get extremely long lashes that defy reality — up to 50% longer.
 It's great to exaggerate.



ESTÉE LAUDER

Shop now at esteelauder.com



© 2003 P&G

E N E

expressions™

how can you hold on to perfectly beautiful color?

Make it perfectly healthy with Pantene Pro-V Expressions for Reds, Blondes and Brunettes. Customized pro-vitamin formulas make  your unique shade look richer longer, alive with shine and dimension*. Now when  your hair is perfectly healthy, your color is perfectly beautiful. Complete shade collections with shampoos, conditioners and more.



pantene.com/expressions
*when used as directed in shampoo

٦- صورة نتائج استخدام السلعة :-

هنا يتم توضيح النتائج المترتبة على استخدام هذا المنتج ،، ويستخدم هذا الأسلوب في الإعلان عندما يكون المشاهد لا يهتم بالسلعة بقدر اهتمامه بالنتائج المترتبة على استخدام السلعة ،، فمثلاً ،، ربة البيت تهتم برؤية نتائج مسحوق الغسيل .. بدرجة تفوق اهتمامها بالمشحوق نفسه “ فيتم عرض بدلة نظيفة وبياض مميز .. وبجانبه نفس البدلة ولكن بحالة غير نظيفة “ فيتضح نتيجة استخدام هذا المشحوق ... أو مثلاً عرض صورة لطفل وهو نائم بكل سعادة وسرور ،، نتيجة استخدام حفاظات “ كوني” ومدى تمتع الطفل وراحة باله من هذا المنتج ..







YOUR KIDS WILL HAPPILY SURRENDER TO OUR DELICIOUS
FRESH MINI RAVIOLI PACKED WITH BEEF AND VEGETABLES.

5 REAL VEGIES GOOD SOURCE OF FIBRE ALL NATURAL INGREDIENTS

SOLD IN THE SUPERMARKET CHILLER SECTION

٧- صورة نتائج عدم استخدام السلعة :-

هو إظهار النتائج المترتبة على عدم استخدام المنتج والضرر الذي سيقع على المشاهد إذا لم يستخدم هذا المنتج .. ويسمى هذا الأسلوب “ بالأسلوب السلبي” لأنه يركز على الخوف والحذر ويعطي حالة قلق من عدم استخدام هذا المنتج ،، مثال على ذلك

كأن تظهر صورة سيارة مصدومة بشكل مروع والدماء منتشرة في ساحة الحادث .. ويكون محتوى الإعلان عن إطارات “ لاسا “ للسيارات ،، أما بسبب عدم استخدام إطارات لاسا فحدث الحادث ،، أو ضرورة تفقد الإطارات دائماً ،، أو تخفيف السرعة والالتزام بقوانين وانضمة المرور ،، أو حملة تلقيح الأطفال ضد مرض ”شلل الأطفال .. أنفلونزا الطيور والدجاج والخنازير وغيرها ” بشكل عام كان الإعلان توعوي وغير تجاري



٨- الصورة الاستشهادية :-

استخدام صورة شخصية مشهورة ،، مثلاً فنان يستخدم نفس المنتج .. أو ينصح باستخدامه

وهذا الأسلوب ناجح مع منتجات التجميل بشكل كبير .. فيخدعوا الفتيات ويضعوا لهن صورة ممثلة بالإعلان ويكتبوا إن هذه الفنانة تستخدم هذا الكريم وأصبح وجهها صافياً من الحبوب ولما ع .. فتُسارع الفتيات وتشتري الكريم وتستخدمها لوجهها .. وبعدها تلاحظ وجهها أصبح أكثر من السابق فيه حبوب ،، وذلك بسبب الخدعة الإعلانية التي قام بها مصمم الإعلان بتحسين وجه الفنانة باستخدام نظام الفوتوشوب في الصورة .





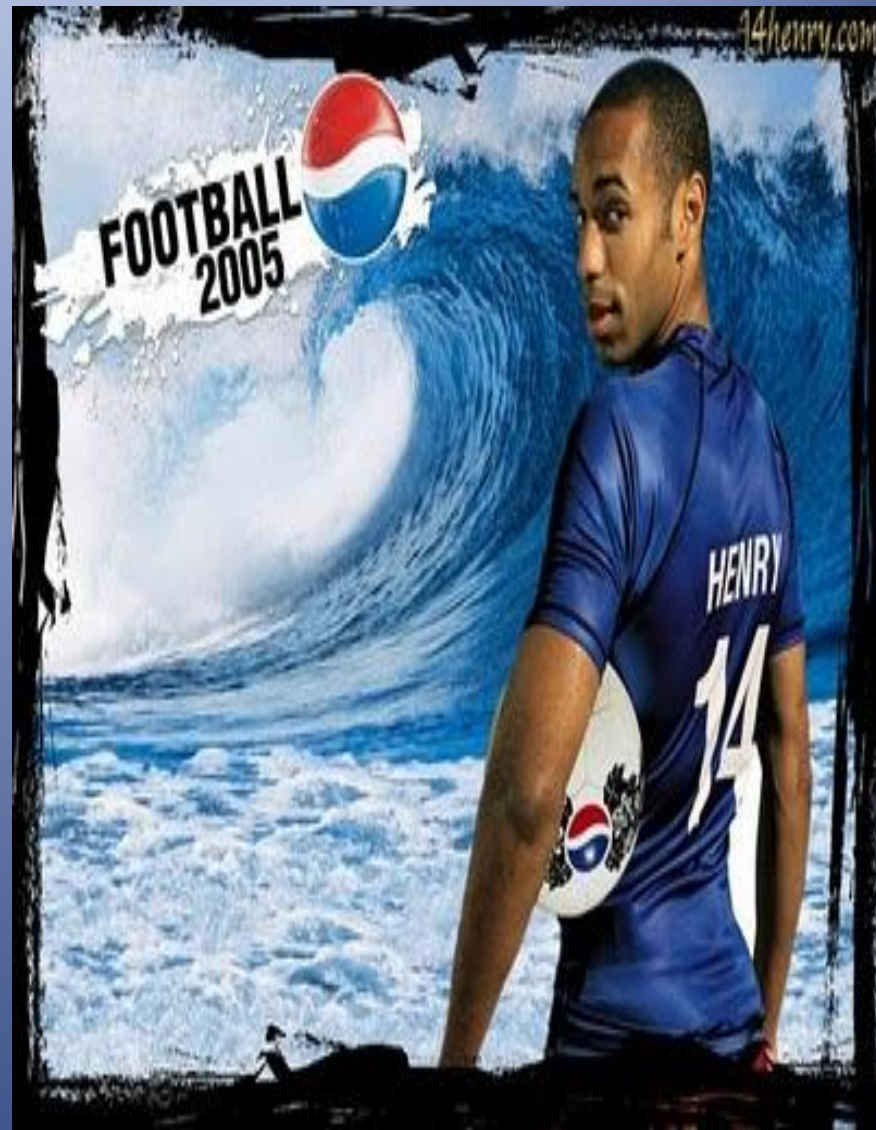
with Love....

HILARY DUFF

A new fragrance

withlovehilaryduff.com







<http://go.funpic.hu>







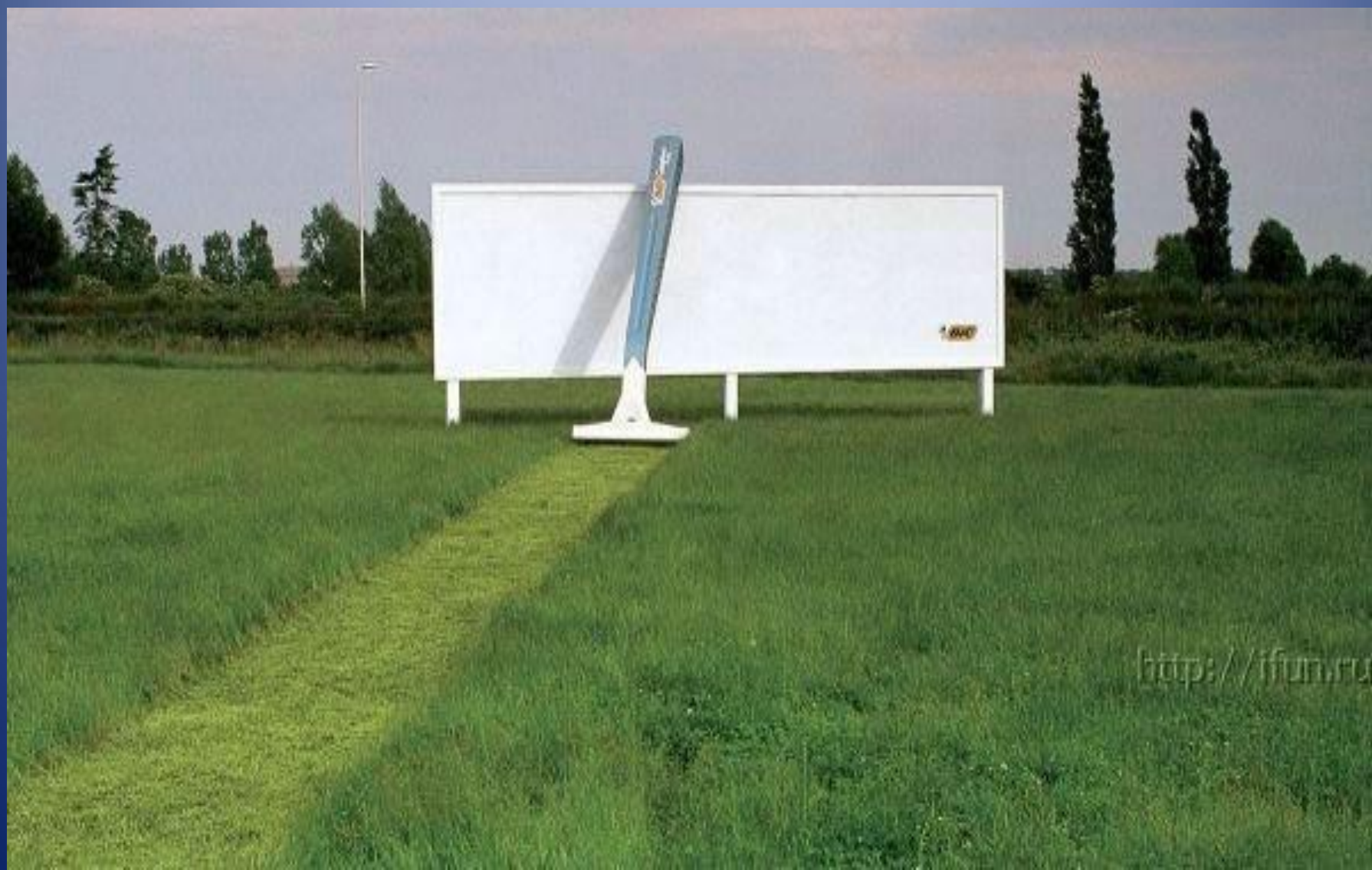












<http://ifun.ru>







<http://go.funpic.hu>



متمنين من الله العلي القدير التوفيق لنا ولكم

جميعاً ..

دمتم في حفظ الله ورعايته

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته