

## الجواب الأول: 5 نقاط

### أسلوب انتقاء النقاط والمنافع البيعية:

بعد أن يقوم محرر الرسالة بجمع المعلومات الممكنة عن السلعة والمستهلكين المرتقبين، فإن الخطوة التالية هي تحليلها في شكل مجموعة من النقاط البيعية والمنافع. وأسلوب انتقاء النقاط والمنافع البيعية، ينبغي أن يتم وفق الآلية التالية:

أ- **انتقاء النقاط والمنافع الأكثر إثارة بالنسبة للجمهور المستهدف**، ويفضل أن تقتصر الرسالة الإعلانية على ذكر الأهم فالمهم من هذه المغريات البيعية.

ب- **إبراز النقاط البيعية** التي يمكن إثبات صحتها بالبيئة والبرهان والشواهد، ويجب التأكيد على ضرورة أن تساهم السلعة المعلن عنها في حل المشاكل الأكثر قلقاً للمستهلك المحتمل.

ج- **انتقاء النقاط البيعية** التي يمكن إبرازها في وسيلة الإعلان المختارة، فكل وسيلة إعلانية دورها في التأثير، كما أن لكل وسيلة إعلانية جمهورها.

## الجواب الثاني: 6 نقاط

الإعلانات المتحركة	الإعلانات الثابتة	تعريفها
هي إعلانات تستخدم الحركة لجذب انتباه المشاهدين ويتم انشاؤها بواسطة برامج التحريك.	هي نوع من الإعلانات تظهر في شكل تصميمي دون حركة، وعناصر التصميم فيها ثابتة.	
- إعلانات الصور المتحركة GIF - الفيديوهات التسويقية	- الملصقات الاعلانية - اللافتات الاعلانية	انواعها
- Adobe Premiere Pro - Final Cut Pro - Adobe After Effects	- Adobe Photoshop - Adobe Illustrator: - InDesign - Canva	برامج تصميمها

الجواب الثالث:

### أبعاد الاستراتيجية الاعلانية

- هدف الإعلان: يهدف الإعلان الى تحفيز ولاء الزبائن للعلامة، حيث تسعى الشركة ان يكون الحذاء الجديد الذي سيشتريه الزبون من علامتها.
- **الجمهور المستهدف**: كل زبائن ADIDAS السابقين والذين يملكون أحذية من هذه العلامة
- **الوعد** TIME TO CHANGE UP **حان وقت التغيير**
- تتعهد اديداس بتقديم خصم نقدي على الحذاء الجديد من أحذية أديداس وذلك بمجرد احضار الحذاء القديم
- دعامة الوعد: تظهر دعامة الوعد في صورة الحذاء، حيث النصف الأعلى من الحذاء يظهر بانه جديد بينما النصف الأسفل يوحي بانه قديم، دليل على الانتقال من حالة الى أخرى.
- الأسلوب الإبداعي: الأسلوب المستخدم فني، صب الألوان أو الأصبغة على الحذاء القديم لإعطائه شكل جديد توحى بالتغيير والبقاء زبون وفي للعلامة.

## الاستمالات الاعلانية الموجودة في الإعلان

الاستمالة العقلية : استمالة السعر حيث يظهر بشكل واضح حصول الزبون على خصم في حالة احضاره للحذاء القديم من علامة اديداس.  
الاستمالة العاطفية: استمالة الفخر حيث ركز الإعلان على الزبائن الذين يمتلكون حذاء من العلامة، والخصم لا يقدم الا لهم لتفردهم بامتلاك منتجاتها.