

الوسط.. الجانب الإبداعي

(Middle Level | The Creative Aspect)

هرم
DM
MINDSET
للتسويق الرقمي

المحور السادس

بروتوكول ضبط الجودة
(The QA Protocol)

(بوابة العبور للقيمة)

القاتل الصامت

أخطاء إبداعية خفية تدمر النتائج (غير البصرية)

فيروس "الأنا"
(The Ego Virus)

فخ "الانفصال"
(The Disconnect Trap)

متلازمة "النمطية"
(Generic Syndrome)

اختبار "وماذا في ذلك؟"
(The 'So What?' Test)

المحور الخامس

تصميم التجربة
(Design & UX)

(كيف يستهلك العميل المحتوى؟)

التسلسل الهرمي البصري (Visual Hierarchy)
توجيه عين العميل للأهم فالمهم

الموبايل أولاً (Mobile-First)
ضمان الجودة على الشاشات الصغيرة

تجربة ما بعد النقر (Post-Click Experience)
تمهيد الطريق

المحور الرابع

مصنع الإنتاج
(The Production Factory)

(كيف نُنفذ ما خططنا له؟)

الكتابة الإعلانية (Copywriting)
الكلمات التي تفتح المحافظ

التصوير التجاري (Photography)
رفع "القيمة المدركة"

صناعة الفيديو (Video Production)
لغة العصر

المحتوى الواقعي
(UGC: User Generated Content)