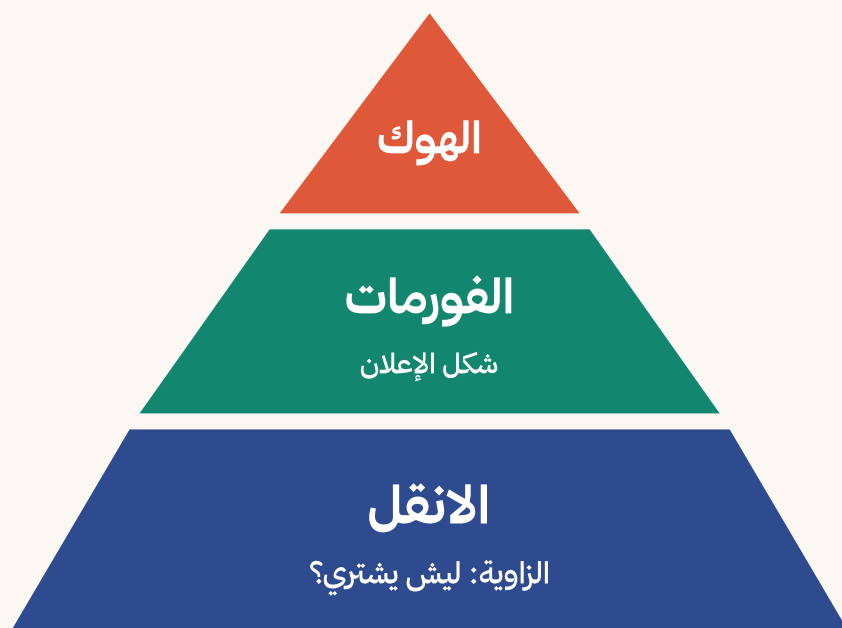


H • F • A

هرم ال HFA

هوك • فورمات • انقل

شلون تبني إعلان يوقّف الناس ويخليهم يشترون



الناس تشوف الهوك أول شي، بس أنت تبني من تحت:
الزاوية أول، بعدين الشكل، وآخر شي الهوك.

بزنس ببساطة

تخيل إنك فاتح محل ورد

هذا بالضبط اللي يصير بأي إعلان. عندك ثلاث قرارات، وكل قرار له اسم:

١. الانقل (الزاوية): شنو السبب اللي بتقوله؟

تقول للناس "زعلت زوجتك؟ الورد يصلحها" أو "تخرّجت أختك؟ فرّحها". نفس الورد، بس كل سبب يجيب ناس غير.

بالإعلان: الزاوية هي الجهة اللي تكلم منها الزبون. ليش هالشخص بالذات يحتاج منتجك الحين؟

٢. الفورمات (الشكل): شلون بتوصل الكلام؟

تصوّر البوكيه وهو يتسوّى جدام الكاميرا؟ تصوّر وجه البنت وهي تستلمه؟ تحط صورة ثابتة فيها السعر؟
بالإعلان: الشكل هو القالب: فيديو تتكلم فيه، صورة، قبل وبعد، تجربة لبس، كاروسيل، وغيرها.

٣. الهوك: شنو أول كلمة بتقولها؟

إذا بديت بـ "عندنا ورد طبيعي" محد بيوقف. بس إذا بديت بـ "نسيت ذكرى زواجك؟ لا تخاف، يوصلها خلال ساعتين" الكل بيوقف.

بالإعلان: الهوك هو أول ٣ ثواني. إذا ما وقفت الناس، ما أحد بيشوف باقي إعلانك مهما كان حلو.

Hook = أول ٣ ثواني

Format = الشكل

Angle = الزاوية

المصطلحات

ليش سميناها "هرم"؟

- القاعدة (الزاوية) هي الأساس. إذا الزاوية غلط، الإعلان كله يطيح حتى إذا التصوير خرافي.
- النص (الشكل) يشيل الزاوية ويوصلها بأحسن طريقة.
- الراس (الهوك) أصغر قطعة بس أهم ٣ ثواني، هي اللي توقّف الإصبع.

💡 القاعدة الذهبية: الهوك يجيب الانتباه، الشكل يخليه يكمل، والزاوية تخليه يشتري.

الانقل (الزاوية)

الزاوية مو "شنو أبيع". الزاوية هي "ليش هالشخص يشتري الحين". نفس المنتج تقدر تبيعه بعشر زوايا، وكل زاوية تجيب ناس غير.

Social Proof = كلام الناس عنك

Pain Point = المشكلة

Angle

المصطلحات

٨ زوايا تقدر تستخدمها بأي مشروع

١. المشكلة

تبدأ بالشئ اللي يضايقه. "ملّيت من..."

٢. النتيجة

توريه شلون بتصير حياته بعد ما يشتري.

٣. السعر والتوفير

"أرخص من..." أو "بسعر وجبة".

٤. كلام الناس

تقييمات، زباين راجعين، صور طلبات.

٥. المناسبة

عيد، عرس، دوام، رمضان، رجعة المدارس.

٦. الهوية

"هذا لك إذا أنت من النوع اللي..."

٧. المقارنة

منتجك جنب البديل، والفرق واضح.

٨. الخوف من الفوات

كمية محدودة، العرض يخلص الخميس.

شلون تطلع الزاوية خطوة بخطوة

١ اكتب **منو** الزبون بجملة وحدة. مثلاً: "بنت موظفة عمرها ٢٥".

٢ اكتب **شنو يضايقه** أو **شنو يتمنى**. مثلاً: "تبي تطلع شيك للدوام بدون ما تتعب كل يوم".

٣ اكتب **ليش منتجك هو الحل** بجملة وحدة.

٤ اختار زاوية من الثمان فوق تناسب هالجملة. هذي زاويتك.

💡 **لا تخط:** إعلان واحد = زاوية وحدة. إذا حطيت ٤ أسباب بإعلان واحد، الزبون ما بيتذكر ولا واحد.

الغورمات (شكل الإعلان)

بعد ما عرفت شنو بتقول، الحين تختار شلون بتقوله. نفس الزاوية إذا حطيتها بشكل غلط، تضيع.

Reels

Carousel = صور تسحبها

UGC = فيديو بأسلوب زيون عادي

Format

المصطلحات

أشهر الأشكال، ومتى تستخدم كل واحد

الشكل	شنو هو	يناسب زاوية
شخص يتكلم للكاميرا	أنت أو موظف أو زيون يتكلم كأنه يسولف مع ربه.	المشكلة، الهوية
قبل وبعد	نفس الشي مرتين: بدون منتجك، ومعاه.	النتيجة، المقارنة
تجربة لبس أو استخدام	تجرب المنتج جدام الكاميرا خطوة بخطوة.	النتيجة، كلام الناس
فتح الطلبية	زيون يفتح الكرتون ويشوف المنتج أول مرة.	كلام الناس، الهدية
رد على تعليق	تاخذ تعليق حقيقي وترد عليه بفيديو.	المشكلة، السعر
صورة ثابتة	صورة وحدة واضحة مع جملة قوية.	السعر، الخوف من الفوات
كاروسيل	كذا صورة يسحبها: لكل صورة فكرة.	التشكيلة، المناسبة
جنب بجنب	الشاشة نصين: البديل ومنتجك.	المقارنة
سؤال بالشارع	تسأل الناس سؤال وتصور ردودهم.	الهوية، كلام الناس
تسجيل شاشة	تصور شاشة جوالك أو الكمبيوتر وأنت تشرح.	النتيجة (ممتاز للكورسات)

💡 **ليش تنوع الأشكال؟** ميتا الحين تشوف الإعلانات اللي تشبه بعض كأنها إعلان واحد. يعني خمس فيديوهات بنفس الشكل ونفس الزاوية ما تعطيك خمس فرص. غير الشكل والزاوية. مو بس اللون والخط.

الهوك (أول ٣ ثواني)

الناس تسحب بسرعة. عندك ثانيتين إلى ثلاث بس، تقنعهم يوقفون. الهوك عنده ثلاث طبقات، والأقوى إنك تستخدمها الثلاث مع بعض:

الي يسمعه 🗣️

أول جملة تقولها. لا تبدأ بالسلام والتعريف.

الي يقرأه 📖

جملة مكتوبة فوق الفيديو، لأن وايد ناس تشوف بدون صوت.

الي يشوفه 👁️

حركة غريبة، لقطة قريبة، شي ينكب، منتج يطيح، وجه متفاجئ.

Thumb-stop Rate = نسبة الي وقفوا

Verbal Hook

Text Hook

Visual Hook

المصطلحات 📖

٧ قوالب هوك جاهزة

١. سؤال يلمس الجرح: "ليش كل ما تلبس الأسود يبين عليه الورب؟"

٢. النتيجة أول: "هذا اللوك كله بأقل من ٢٠ دينار."

٣. الخطأ الشائع: "لا تشتري هودي قبل ما تشوف هالشي."

٤. رقم واضح: "٣ قطع، ١٥ لبسة مختلفة."

٥. عكس المتوقع: "أنا ما أنصحك تشتري من عندنا إذا..."

٦. حركة غريبة: ترمي القطعة بالكرتون وتطلعها بدون ولا تجعيدة.

٧. تكلم شخص معين: "إذا طولك أقل من ١٦٠، هذا لك."

🚫 هوكات تقتل الإعلان:

- تبدأ بالشعار أو "السلام عليكم، معاكم فلان من متجر..."
- أول ثانيتين لقطة بعيدة وهادية ما فيها شي يصير.
- الهوك يوعد بشي، والإعلان يتكلم عن شي ثاني. الناس تحس إنها انضحك عليها.

💡 **سر مهم:** الهوك لازم يخدم الزاوية. إذا زاويتك "السعر"، خلّ الهوك عن السعر. لا تجيب هوك قوي ما له علاقة بس عشان يوقف الناس.

الترتيب الصحيح: ابن من تحت لفوق

- ١ اختيار الزاوية. ليش يشتري؟ جملة وحدة بس.
- ٢ اختيار الشكل اللي يوصل هالزاوية أسرع. النتيجة؟ قبل وبعد. كلام الناس؟ فتح طلبية.
- ٣ اكتب ٣ هوكات مختلفة لنفس الإعلان.
- ٤ صوّر مرة وحدة، ورّكّب أول ٣ ثواني بثلاث نسخ. الباقي نفسه.
- ٥ نزلهم وانظر ٣ أيام، بعدين شوف منو وقّف الناس ومنو باع.

شلون تعرف وين المشكلة؟

شونو تسوي	وين المشكلة	الي تشوفه بالأرقام
غير أول ٣ ثواني بس، وخّل الباقي.	الهوك	الناس تسحب بأول ثانيتين
الإعلان ممل أو طويل. جرّب شكل ثاني لنفس الزاوية.	الشكل	يوقفون بس ما يكملون الفيديو
السبب ما أقنعهم، أو صفحة البيع ما تكمل نفس الكلام.	الزاوية أو الصفحة	يشوفون للآخر ويضغطون بس ما يشترون

CTR = نسبة الضغط

Hold Rate = نسبة اللي كملوا

Hook Rate = نسبة اللي وقفوا

المصطلحات

Landing Page = صفحة البيع

💡 غير شي واحد بكل مرة. إذا غيرت الهوك والشكل والزاوية مع بعض، ما بتعرف شنو اللي فرق.

مشروع ملابس: براند هوديز وتيشيرتات

المشروع: براند كويتي أونلاين يبيع هوديز وتيشيرتات قطن للشباب والبنات. سعر الهودي ١٢ دينار، والتوصيل نفس اليوم.

بكل مثال رتبناها بنفس ترتيب اللي يشوفه الزبون: الهوك أول، بعدين الشكل، بعدين الزاوية.

الإعلان ١: "تيشيرت ما ينكمش"

الهوك	يطلع تيشيرت صغير منكمش من الغسالة ويرفعه للكاميرا: "هذا كان مقاس لارج!"
الشكل	قبل وبعد: تيشيرت عادي مقابل تيشيرتنا بعد ١٠ غسلات.
الزاوية	المشكلة: تشتري تيشيرت حلو، ويخرب بعد أول غسلة.
الباقى	يلبس تيشيرتنا ويبين إنه نفس المقاس. "قطن ما ينكمش، ويوصلك اليوم."

الإعلان ٢: "هودي واحد، خمس طلعات"

الهوك	يقول للكاميرا: "هودي واحد، خمس طلعات، ولا أحد بيلاحظ."
الشكل	تجربة لبس: نفس الهودي به طرق تنسيق، كل طريقة ثابيتين.
الزاوية	النتيجة: تطلع مرتب كل يوم بدون تفكير.
الباقى	لقطات سريعة: جامعة، دوام، قهوة، كشتة، ديوانية، وبالأخر: "اطلبه من الرابط."

الإعلان ٣: "الكشتة هالويكند؟"

الهوك	أول صورة مكتوب عليها بخط كبير: "رايح كشتة وما عندك شي يدفيك؟"
الشكل	كاروسيل: ٥ ألوان، وكل صورة عليها السعر وجملة "يوصلك اليوم".
الزاوية	المناسبة مع الخوف من الفوات: البرد بدا والطلعة قريبة.
الباقى	آخر صورة: "التوصيل نفس اليوم لين الساعة ٤ العصر."

الإعلان ٤: "شوفوا شقال الزبون"

الهوك	صوته وهو متفاجئ: "والله ما توقعته جدي!"
الشكل	فتح طلبية: زبون حقيقي يفتح الكرتون ويلبس الهودي.
الزاوية	كلام الناس: الزبون خايف يشتري أونلاين والمقاس يطاع غلط.
الباقى	يقول طوله ووزنه والمقاس اللي اختاره، ونوضح إن الاستبدال مجاني.

نفس الهودي، ٣ زوايا، ٣ جماهير

شوف شلون نفس المنتج يتغير كليًا لما تغير الزاوية. كل صف هنا إعلان مستقل:

الهوك	الشكل	الزاوية	منو يجيب
"هودي قطن ثقيل بـ ١٢ دينار بس"	صورة ثابتة	السعر	اللي يقارن الأسعار
"إذا أنت من اللي يحب البساطة، لا تكمل"	شخص يتكلم	الهوية	اللي يحب الستايل الهادي
"هودي ماركة به ٤ دينار ضد هودي بـ ١٢، تقدر تفرق؟"	جنب بجنب	المقارنة	اللي يشتري ماركات

خطة تجربة لبراند الملابس (أول أسبوعين)

- اختار ٣ زوايا: المشكلة (الانكماش)، المناسبة (الكشنة)، كلام الناس.
- لكل زاوية شكل واحد يناسبها. يعني ٣ فيديوهات بس تصورها.
- لكل فيديو ٢ هوكات. يصير عندك ٦ إعلانات من ٣ تصويرات.
- بعد ٣ إلى ٥ أيام: شيل الإعلانات اللي ما توقّف الناس، وخّل اللي تبيع.
- الزاوية اللي فازت؟ سو لها هوكات جديدة وشكلين جداد. هني تكبر.

حق براندات الملابس بالذات:

- الناس بي تشوف القماش يتحرك. الفيديو غالبًا يغلب الصورة.
- صوّر على جسم حقيقي مو بس على المانيكان، وقول الطول والمقاس.
- أكبر خوف عند الزبون: المقاس والاستبدال. حط الجواب داخل الإعلان.
- المواسم عندنا قوية: الشتا والكشطات، رجعة المدارس، العيد، الجمعة البيضاء.

Scale = تكبير الميزانية على اللي ينجح

Creative Testing = تجربة الإعلانات

المصطلحات

أمثلة لمشاريع ثانية

☕ كافيه أو مطعم

- الهوك** لقطه الحليب وهو ينصب ويرسم قلب، ومكتوب: "أحلى سبانيش بالشويخ؟"
- الشكل** لقطات قريبة جدًا وهم يسوون الكوب، بصوت الماكينة.
- الزاوية** الهوية: "مكان الشباب اللي يحبون القهوة المختصة."

✨ عيادة تجميل أو بشرة

- الهوك** "أربع جلسات بس، وهذا الفرق."
- الشكل** قبل وبعد، والدكتورة تشرح بجملتين شنو سوت.
- الزاوية** النتيجة مع كلام الناس.
- انتبه** ميتا عندها قوانين على صور قبل وبعد للجسم والبشرة، فراجعها قبل ما تنزل.

🌸 متجر عطور

- الهوك** "خمن سعر هالعطر"، والناس يقولون ٨٠ و١٠٠، وهو ٥٥.
- الشكل** سؤال بالشارع: تخلي الناس يشمون ويخمنون السعر.
- الزاوية** كلام الناس: "الكل يسألني شنو عطرك."

🍰 متجر كيك وحلويات

- الهوك** "نسيت عيد ميلاد زوجتك؟ لا تخاف."
- الشكل** فيديو سريع: الطلب على الجوال، بعدين الكيكة توصل الباب.
- الزاوية** المناسبة: عيد ميلاد بأخر لحظة.

❄ خدمة تنظيف مكيفات

- الهوك** لقطه قريبة للفلاتر الوسخ. مكتوب: "هذا اللي تنفسه كل يوم."
- الشكل** قبل وبعد: فلتير المكيف وسخ، وبعد التنظيف.
- الزاوية** المشكلة: فاتورة الكهرباء والريحة والغبار.

🏆 نادي رياضي أو مدرب

- الهوك** "إذا دوامك لين الساعة ٥، هالتمرين لك."
- الشكل** المدرب يتكلم للكاميرا ويسوي التمرين بنفس الوقت.
- الزاوية** الهوية: "لي ما عنده وقت غير ٣٠ دقيقة."

💡 **لاحظ:** بكل مثال، الهوك يطلع من الزاوية. الزبون يشوف الهوك أول، بس أنت تكتبه آخر شي بعد ما تختار الزاوية.

عَبَّيْهَا قَبْلَ أَيِّ إِعْلَانٍ

اطبعها، أو انسُخها بالنوتس. كل إعلان له ورقة.

السؤال	جوابك
منو الزبون؟ (جملة وحدة)	
شنو يضايقه أو يتمنى؟	
الزاوية: ليش يشتري الحين؟	
الشكل: شلون بوصل هالزاوية؟	
الهوك ١	
الهوك ٢	
الهوك ٣	
آخر جملة: شنو أبيه يسوي؟	

قبل ما تنزل، تأكد:

- ☐ الإعلان فيه زاوية وحدة بس.
- ☐ الهوك يتكلم عن نفس الزاوية.
- ☐ في كلام مكتوب على الشاشة للي يشوف بدون صوت.
- ☐ ما بديت بالشعار ولا بالسلام.
- ☐ عندك أكثر من شكل وأكثر من زاوية بالحملة.
- ☐ صفحة البيع تكمل نفس الكلام الي بالإعلان.

تذكر الهرم:

الزاوية تخليه يشتري، الشكل يخليه يكمل، الهوك يخليه يوقف.

إذا حاب تتعلم كل شي بشكل عملي، اضغط على الرابط

الاشتراك بكورس مدير الإعلانات ←