



جائزة واعي
WA'AI AWARD
2022

النوم

مسار الأفكار الإبداعية
اسماء المالكي

مايو 2022م

مقدمة



أقدم في هذا العرض الفكرة الإبداعية لـ حملة التوعية للنوم بالصحة وذلك كمشاركة في جائزة وعي.

كما ارفق معه مجموعة من الأفكار الإبداعية المقترحة التي من شأنها المساهمة في التوعية بـ مبادرة النوم للصحة كمبادرة من مبادرات وزارة الصحة للحفاظ على الصحة العامة.

لماذا هذه الحملة؟

مع تسارع الحياة والتغيرات التقنية التي نعيشها اليوم أصبح السهر عادة وروتين طبيعي لدى الكثير، وذلك لتفضيلهم قضاء وقت أكثر في المتعة، وتعرف هذه الظاهرة باسم sleep procrastination أو تأجيل النوم - والتي تعتبر ردة فعل لتعويض وقت الانشغال بالعمل والمواعيد نهائياً، بحضور المناسبات والفعاليات المختلفة بالليل وبالتالي السهر لأوقات متأخرة.

تؤثر هذه المشكلة على الصحة النفسية والجسدية على المدى البعيد، لذا نسعى في هذه الحملة إلى التوعية بالآثار السلبية الناتجة عنها على مختلف مناحي الحياة وتوضيح قيمة النوم كمصدر للراحة والصحة والعيش الهانئ.





المستهدفون



- الجنس: ذكور وإناث
- الفئة العمرية: 14 - 55 سنة
- الموقع الجغرافي: الوطن العربي
- اللغة: العربية
- يمتلكون إنترنت وأجهزة ذكية / متابعين للمنصات الرقمية
- الاهتمامات: الإنجاز / المتعة / التواجد في كل مكان / محبين للسهر

الشخصية ونبرة الصوت المقترحة

- الرسالة الأساسية: قلة النوم والسهر مشكلة يعاني منها الكثير بالذات من فئة المراهقين، وينتج عن هذه المشكلة العديد من الآثار السلبية على المدى القريب مثل: اضطراب المزاج والحالة النفسية، وعلى المدى البعيد قد تؤدي للإصابة بعدة أمراض مثل: السكري، السمنة، أمراض القلب..
- التوجهات التسويقية المقترحة: إبداعي، اجتماعي.
- الشخصية: مسؤولة، تفاعلية، مهتمة.
- النبرة: توعوية، اجتماعية، عاطفية.
- اللغة: عربية، بسيطة، بيضاء.

الفكرة الإبداعية للحملة

#نام_وعیش

نام وعيش



السهر والنوم في وقت متأخر أصبح أمر
اعتيادي نحاول من خلاله استغلال كل
لحظة وتأجيل وقت النوم

البصيرة

الحقيقة

حصول الشخص على ساعات كافية من
النوم يساعد في توازن صحته وعيش
حياة سعيدة

تمهيد للفكرة

- تم بناء الفكرة انطلاقاً من السلوكيات السائدة حالياً في تأخير وقت النوم وذلك للاستمتاع وقت أطول بالأنشطة.
- تؤثر قلة النوم والسهر على نشاط الشخص وقدرته على الاستمتاع بالأنشطة الاجتماعية.

★ فكرة الحملة

- النوم الصحي يجعل اللحظات أكثر متعة لأنك تعيشها بكامل طاقتك وحيويتك

الرسالة:

صحتك أعلى من السهر، #نام_وعيش حياتك بسعادة وصحة

آلية تفعيل الحملة

الأهداف التسويقية المباشرة

لتفعيل الحملة نقترح نشرها في قنوات وشبكات مختلفة (أونلاين / إعلام تقليدي / أوفلاين) وذلك لتسهيل وصولها لفئات مستهدفة متنوعة.

أبرز الرسائل والأنشطة الترويجية للحملة

حملة إعلانية خارجية / فواصل إعلانية في التلفزيون / إعلانات الراديو

ATL

- قنوات التواصل الرقمية تويتر / تيك توك / قوقل / إنستغرام / يوتيوب
- حملة الكلمات المفتاحية
- الإعلان مع المؤثرين.

TTL

- تأسيس أجنحة لتفعيل البراند في المولات وأماكن التجمعات.
- إعلانات المولات / السينما.
- تفاعل الجهات ذات الصلة مع الحملة.

BTL

أبرز ملامح الحملة

- الحملة تستهدف العامة (كافة الفئات العمرية في الوطن العربي)
- الهدف من الحملة هو رفع الوعي بأهمية النوم وأثره على الصحة الجسدية والنفسية للأفراد.
- الرسائل الاتصالية ستكون منطقية ومبنية على دراسات وحقائق علمية موثقة.
- أسلوب التواصل سيكون مباشر لتسهيل وصوله وفهمه من فئات مستهدفة مختلفة.
- نبرة الصوت رسمية بسيطة ويمكن فهمها من كافة أفراد العالم العربي.
- استخدام التهيدة / الترنيمة الصوتية لتعزيز ارتباط الإعلان بالنوم وذكريات الطفولة.

الهدف العام للحملة

- التوعية بأهمية النوم ودوره لصحة الفرد.
- تحسين نوعية الحياة وتوعية المجتمع بأهمية النوم السليم.

الرسالة الأساسية

نام وعيش
النوم سبب أساسي لسلامة
الجسد / النفس

قنوات تفعيل الحملة المقترحة



النشرة البريدية



- تطوير نشرة بريدية متخصصة تحمل مقالات وأخبار تخص حملة " النوم للصحة".
- التفاعل مع اليوم العالمي للنوم من خلال تفعيل مدونة خاصة و إجراء استطلاع للآراء حول النوم وإرسالها لمشاركين النشرة عبر البريد الإلكتروني لتعزيز الحملة وتوجيههم للموقع.

محركات البحث SEO



- العمل على تفعيل حملة الكلمات المفتاحية في منصة قوقل لتحسين ظهور محتويات الحملة من فيديو وانفوجرافيك والموشن جرافيك الخاص بحملة "النوم للصحة"

شبكات التواصل الاجتماعي



- تفعيل منصات التواصل الاجتماعي (تويتر، انستقرام، تيك توك، يوتيوب).
- نوع المحتوى المنشور: تصاميم - انفوجرافيك - موشن جرافيك.
- تحديد أوقات المساء لتفعيل الحملة من بعد الساعة 11 مساءً.
- إرسال رسائل توعوية ما قبل الحملة للتعريف بها.
- استخدام هاشتاق ##نام_وعيش بحسابات التواصل الاجتماعي بالمحتوى المنشور الخاص بالحملة.

آلية تنفيذ الفكرة

آلية تنفيذ الفكرة | الفيچوال الأساسي (التصميم المفتاحي)



1

#نام_وعيش

لحظات الحماس مع فريقك

صورة لجمهور متحمس في الملعب
ويظهر وفي الوسط علامة التوقف ومن
بداخلها نائم

2

#نام_وعيش

أيامك الحلوة والمناسبات السعيدة

صورة لحفل زواج في حيوية وطرب
ويظهر في الوسط علامة التوقف وفتاة
بداخلها نائمة

3

#نام_وعيش

أوقات التحدي مع أصدقائك

صورة لشباب في استراحة يلعبون
مباراة بلايستيشن في الليل ويظهر في
الوسط علامة التوقف ومن بداخلها نائم

الفكرة الأولى للتصميم الإبداعي



#نام_وعيش

لحظات الحماس مع فريقك

مشهد لجمهور متحمس في الملعب ويظهر وفي الوسط علامة التوقف ومن بداخلها قد نام قرير العين سابقاً ليتمكن من عيش اللحظة الحالية بكامل نشاطه



نام وعيش

لحظات الحماس مع فريقك

الفكرة الثانية للتصميم الإبداعي



#نام_وعيش

أوقات التحدي مع أصدقائك

مشهد لشباب في استراحة يلعبون مباراة بلايستيشن في الليل ويظهر في الوسط علامة التوقف ومن بداخلها قد نام قرير العين سابقاً ليتمكن من عيش اللحظة الحالية بكامل نشاطه



نام وعيش

أوقات التحدي مع أصدقائك

فكرة الإعلان التلفزيوني



فكرة الإعلان

مشاهد لأشخاص سهرانيين في مناسبات مختلفة (زواج، مباراة، جمعات الأصدقاء، العمل) ثم تحين ساعة النوم (١١ ليلاً) فتتوقف هذه الأحداث بشكل مفاجئ وتهدأ الإضاءة لتبدأ ترنيمات النوم المختلفة حول العالم العربي.

زواج: يتوقف المطرب عن الغناء والراقصون عن الرقص

مباراة: يتوقف المعلق عن التعليق، واللاعبين عن اللعب

جمعات الأصدقاء: يتوقف الفيلم على مشهد معين، وينام الأشخاص في أماكنهم بوضعياتهم الحالية

العمل: تُسدل الستائر ويتوقف اللاب توب عن العمل وتظهر شاشة "موعد النوم"

ثم يُختتم المشهد برسالة:

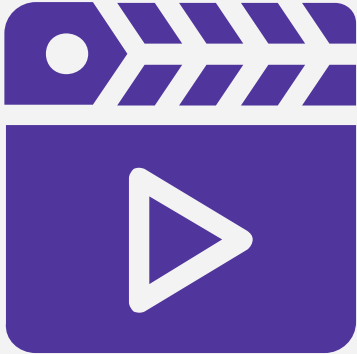
صحتك أغلى من السهر

#نام_وعيش حياتك بسعادة وصحة

المراجع

مرجع للطابع العام للموسيقى

مرجع للتحويل لحال النوم مع الترنيمَة



التصور المرئي (Moodboard)



إعلان الراديو



مقترحات التفعيل

- في الساعة ١١ م يتم تشغيل صوت منبه تطبيق النوم "حان وقت نومك" ويتبعه شخير... ثم يتبعها النص "هذه الراحة هي السبب في سعادتك، وإنجازك لعملك، وسلامة جسدك #نام_وعيش حياة سعيدة بجسد سليم"



- إيقاف البث لأحد البرامج الإذاعية المعروفة ويتم تشغيل تهوية النوم.
- غناء وبث التهوية من أبرز الفنانين والمغنيين العرب (على غرار التهنئة الرمضانية)
- تحدي للمستمعين بإعادة غناء أغاني تحت على السهر واستبدالها لتكون محفزة على النوم.



فكرة الموشن

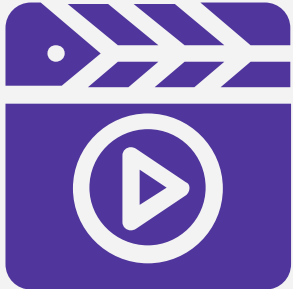
تنقسم الشاشة لنصفين بمشاهد مختلفة لشخصين خلال حياتهم اليومية:

طلال: يسهر وينام في وقت متأخر = نمط حياته غير صحي، يأكل وجبات سريعة وبالتالي يزيد وزنه، يعاني من قلة التركيز أثناء أداء عمله، مزاجه غالبًا غير جيد.. إلخ

مصطفى: منتظم في نومه = صحته جيدة وجسمه رياضي، تركيزه عالي، متميز في دراسته، سعيد في حياته.

يُختتم الفيديو بظهور الرسالة:

صحتك أعلى من السهر، #نام_وعيش حياتك بسعادة وصحة



إعلانات الطرق

اعلان
ترويجي

"نامت عيون الناس..."
وانت ليش صاحي؟

إعلان
تسويقي

وأنا رمشي ما داق النوم،
وهو عيونو تشبع نوم"
وانت ليش صاحيه؟

إطلاق الحملة

سعادتك تكمل لَمَّا
تنام مبكر،
#نام_وعيش
بسعادة

إطلاق الحملة

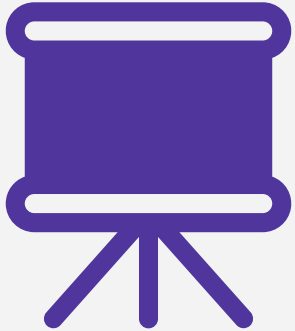
لحظاتك الحلوة وإنت
شبعان نوم أحلى،
#نام_وعيش حياة
مليئة بالحياة

السينما وشاشات العرض



مقترحات التفعيل

- **ممر السينما**
تشغيل تهوية النوم في ممر السينما من بعد الساعة 11 ليلاً، وتصميم مسار على الأرض يوجّه لطريق الخروج مرسوم عليه رمز النوم وعبارة (#نام_وعيش حلاوة بكرة)
- **داخل قاعة السينما**
يتوقف عرض الفيلم ويظهر صوت التهوية وعبارة نصية على الشاشة (صحتك أغلى من السهر، #نام_وعيش حياتك بسعادة وصحة)
- **متجر المشروبات والمأكولات**
بيع مشروبات تساعد على الاسترخاء والنوم ومكتوب على الباكج (#نام_وعيش بصة أفضل)



استراتيجية اختيار المؤثرين



يعتمد نجاح الحملة الإعلانية على اختيار المؤثرين للوصول إلى أكبر مجموعة من الجمهور المستهدف وتم العمل على استهداف فئات مختلفة من المؤثرين المهتمين بالصحة العامة والرياضة ورواد الأعمال بالإضافة إلى منصة معتمدة للمعلومات الصحية تقدم الوعي الصحي.

فكرة تفاعل المؤثر مع الإعلان:

- يتم تشجيع المجتمع من قبل مؤثرين في المجال الصحي والرياضي من خلال مشاركة مقطع في ساعة النوم لموسيقى مشتقة من الألحان المستخدمة في الإعلان التلفزيوني تم العمل عليها للمساعدة على النوم.
- يتمتع المؤثر عن الظهور والتفاعل في ساعة محددة ويبلغ المتابعين بترك الجوال خارج الغرفة والذهاب للنوم



المقترح الأول للإعلان مع المؤثرين

يشمل جميع الفئات العمرية / يقدم معلومات صحية أساسية ومتنوعة



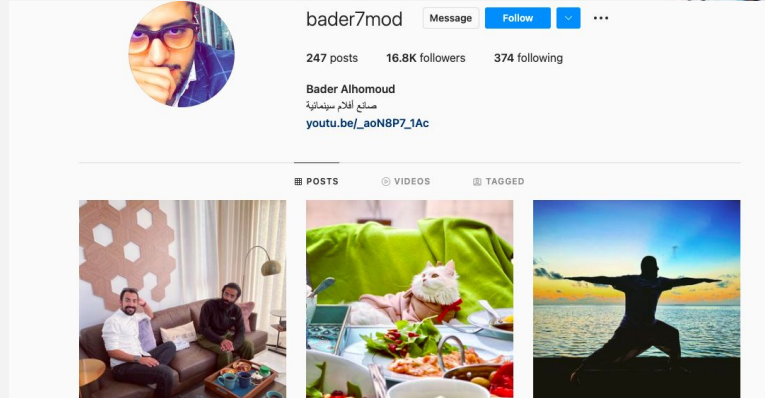
[رابط الحساب](#)

لماذا تم اختيار "حساب عيش بصحة" للحملة:

- المنصة الرئيسية للتوعية الصحية بوزارة الصحة.
- منصة إلكترونية لزيادة الوعي الصحي.
- مرجع معتمد للمعلومة الصحية المعتمدة.

المقترح الثاني للإعلان مع المؤثرين

فئة الشباب / المهتمين
بأسلوب حياة صحي



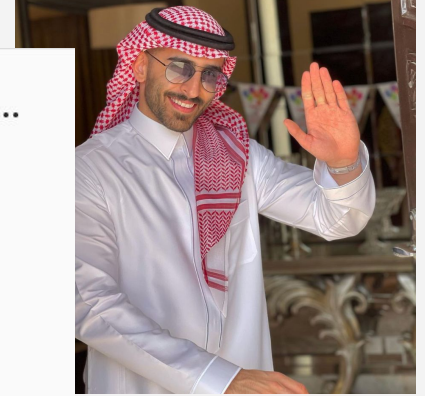
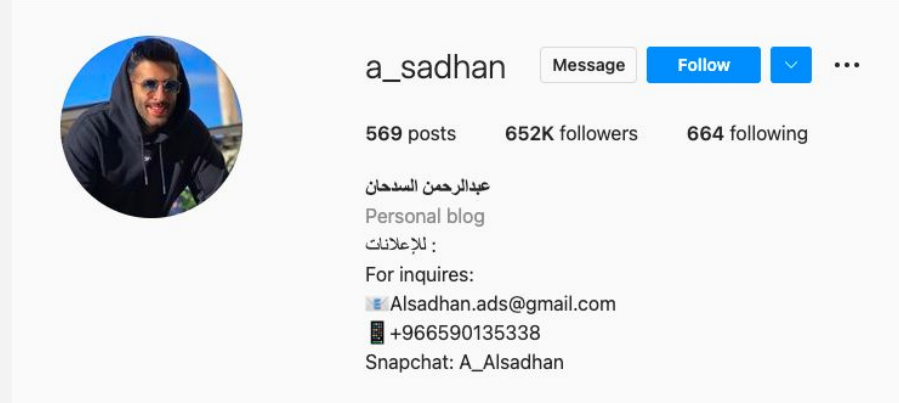
[رابط الحساب](#)

لماذا تم اختيار "بدر الحمود" للحملة:

- مخرج وكاتب سينمائي
- مؤسس منصة معنى filmmaker and Founder of @manaplatform
- مهتم بالرياضة والحياة الصحية
- يقدم محتوى رياضي وغذائي مميز ويمكن الاستفادة منه في التوعية بمجال الصحة للنوم

المقترح الثالث للإعلان مع المؤثرين

فئة الشباب
أسلوب فكاوي



[رابط الحساب](#)

- لماذا تم اختيار "عبدالرحمن السدحان" للحملة:
- يمتلك قاعدة جماهيرية من الفئة العمرية الصغيرة
 - مهتم بنقل الفعاليات الجديدة في الرياض
 - ذا حضور قوي في تغطية المحافل الحكومية والفعاليات الكبرى
 - صانع محتوى تفاعلي مميز يمكن من خلاله توعية الشباب على النوم و أهمية للصحة العامة.

المقترح الرابع للإعلان مع المؤثرين

فئة الشباب / رواد الأعمال
أسلوب مميز، تفصيلي



abdul_huss

Follow

550 posts

334k followers

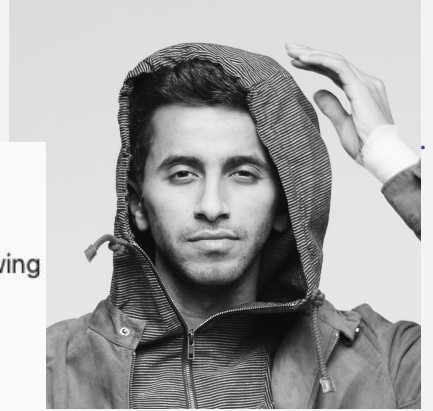
473 following

عبدالله الحسين | Abdullah

Snapchat: abdul_huss 🦒

ADS: abduallah@jamcs.co

youtu.be/V6a6Yfr8Z8o



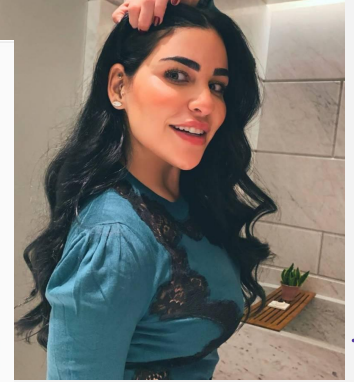
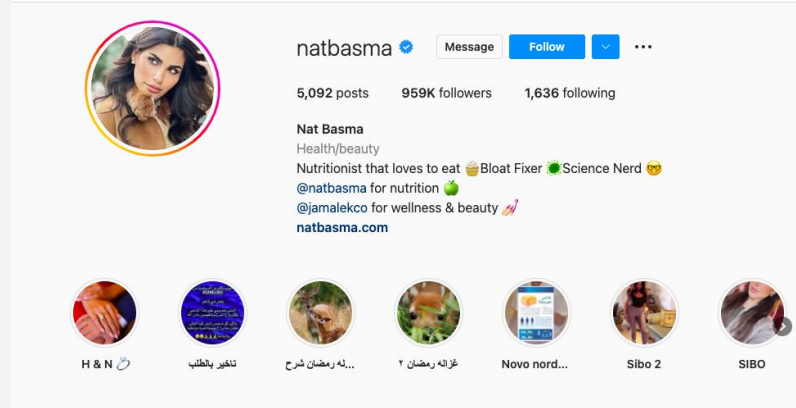
[رابط الحساب](#)

لماذا تم اختيار "عبدالله الحسين" للحملة:

- لديه طريقة مميزة وفريدة في الإعلان عن الإعلانات بشكل عام بأسلوب فكاهي.
- يمتلك شريحة مختلفة الأعمار
- صانع محتوى ذو تأثير عالي للفئة المستهدفة يمكن الاستفادة من في حملة النوم للصحة
- يمتلك ثقة عالية من الجمهور
- يمكنه الإعلان عن حملة النوم للصحة وتوصيل المعلومات بشكل فكاهي والوصول إلى أكبر فئة من الجمهور.

المقترح الخامس للإعلان مع المؤثرين

عامة / موظفين / موظفات / فئة
الشباب / المهتمين بأسلوب حياة
صحي / الباحثين عن التحدي



[رابط الحساب](#)

لماذا تم اختيار "ناتالي بسمة" للحملة:

- اختصاصية تغذية مشهورة في الكويت من أصل لبناني تعمل برنامج تغذية مع متابعة اونلاين ولديها موقع في البرنامج الغذائي
- يمكنكم زيارة الرابط [هنا](#)
- تقدم تمارين رياضية تحب التسويق مهتمة بالأكل الصحي والتمارين وكل ما يتعلق بالصحة.
- تبحث عن التحدي و تشجع الموظفين على المحافظة على الأسلوب الصحي للعيش بصحة أفضل

شبكات التواصل الاجتماعي



- الحدث على معايرة الأجهزة الذكية وأجهزة الأطفال لوضعية النوم في ساعة النوم
- التغريدات التشاركية + إيموجي

مقترحات التغريدات:

- لا تفوّت وقت نومك، #نام_وعيش بصحتك وتهنّي بحياتك

- سهران؟

تخيّل نفسك بعد 3 سنوات، تفتقد التركيز، حالتك النفسية سيئة، بشرتك باهتة. حتى ما يصير هذا حالك، #نام_وعيش حياتك بصحة وسعادة

- 11م + 😞 = 🍷 + 😊، 4ص + 😞 = 🧑 + 🤒
معادلة حلها بسيط: النوم الجيد، #نام_وعيش بصحة وسعادة

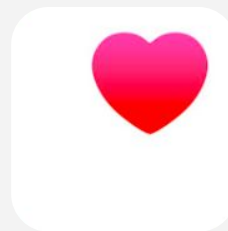


فكرة تفاعلية إلكترونية - (البوابة الإلكترونية)

الهدف من الفكرة:

مشاركة الأفراد بياناتهم الشخصية منها: (العمر، طبيعة العمل، معدل النشاط، معدل ساعات النوم باستخدام إحدى التطبيقات المقترحة)، للكشف عن عادات النوم، وسيتم الاستفادة من هذه الإحصائيات للتوعية بأهمية النوم السليم للحملات القادمة التابعة لهذه الحملة من خلال تسليط الضوء على نماذج حقيقية من المجتمع وطبيعة نومهم وفقاً لطبيعة عملهم.

التطبيقات المقترحة لقياس معدل النوم:



دراسات وأبحاث



- American Association of Sleep Technologists (AASST). What Is Polysomnography?
(<https://my.clevelandclinic.org/health?q=hypothyroidism>) Accessed 6/14/2021.
- Anxiety & Depression Association of America (ADAA). Facts & Statistics.
(<https://adaa.org/understanding-anxiety/facts-statistics>) Accessed 6/14/2021.
- Anxiety & Depression Association of America (ADAA). Sleep Disorders.
(<https://adaa.org/understanding-anxiety/related-illnesses/sleep-disorders>) Accessed 6/14/2021.
- American Academy of Sleep Medicine (AASM). Sleep Education.
(<http://sleepeducation.org/essentials-in-sleep/healthy-sleep-habits>) Accessed 6/14/2021.
- Sleep Foundation. Anxiety and Sleep. (<https://www.sleepfoundation.org/mental-health/anxiety-and-sleep>) Accessed 6/14/2021.
- Sleep Foundation. Cognitive Behavioral Therapy for Insomnia (CBT-I).
(<https://www.sleepfoundation.org/insomnia/treatment/cognitive-behavioral-therapy-insomnia>) Accessed 6/14/2021.

شكراً لكم

