NoOr

قائمة تحقق سريعة

«Reality in Advertising»: عرض البيع الفريدة لروسر ريفس لإنستغرام والفيديو وإعلانات ميتا في مسقط

https://noorsocial.com/ar/journal/reality-advertising-reeves-usp-muscat/

قائمة USP السريعة قبل تصويرك أو إعلان ميتا القادم

- [ ] **اكتب جملة USP واحدة.** اشترِ منا ← تحصل على [فائدة محددة لا يملكها أو يدّعيها أحد غيرنا]. قصيرة بما يكفي لتُقال في ثلاث ثوانٍ أمام الكاميرا.

- [ ] **ابدأ بذلك الادّعاء.** الإطار الأول من الريل أو الإعلان يجب أن يقول العرض أو يُظهره، لا شعارًا وخمس ثوانٍ من «الأجواء».

- [ ] **أثبته أمام الكاميرا.** إن ادّعيت التوصيل في نفس اليوم، صوّر التسليم. إن ادّعيت التصنيع يدوياً، أظهر اليدين. أصرّ ريفس على أن يكون العرض حقيقياً؛ والفيديو يجعل الصدق (أو غيابه) واضحاً.

- [ ] **لا تشتّت الصفحة.** راجع آخر عشرة منشورات. كم «وعداً رئيسياً» مختلفاً تقدّم؟ احذف المتنافسة أو اخفضها إلى دليل داعم.

- [ ] **أعد صياغة الـ USP نفسه في إعلانات ميتا.** يمكن أن تتغيّر الزاوية أو الوجه أو المكان — لكن العرض الأساسي يجب أن يبقى معروفاً حتى يبني الإنفاق ذاكرة لا ارتباكاً.

- [ ] **اختبر الادّعاء ثم ثبّته.** استخدم اختبار هوبكنز لاختيار الفائدة الفريدة التي تجلب ليدات فعلاً؛ ثم استخدم تركيز ريفس حتى تصبح الفائزة توقيع العلامة.

تريد رأياً ثانياً؟ اطلب تحليلاً مجانياً لحساب إنستغرام: wa.me/96890103304