سُمعة
Somaa ™
Creative agency

وش يقولون عنك؟

SOMAA Creative Agency

نفهم ما يُقال.
ونصنع ما يستحق أن يُقال.

البداية

وش يقولون عنك؟

كل علامةٍ لديها قصةٌ تحاول أن تقولها عن نفسها. لكن سُمعتها تُكتب في مكانٍ آخر..

في تجربة عميل في إعلانٍ شاهده أحدهم في خبر في تعليق في موقف وفي شيءٍ قيل عنها عندما لم تكن موجودةً في الغرفة

لذلك، قبل أن نسأل: ماذا تريد أن تقول؟ نسأل: وش يقولون عنك؟

سُمعة

لأن الظهور وحده لا يكفي!

قد تصنع إعلاناً يراه الملايين وقد تطلق حملةً يتحدث عنها الجميع وقد تكون حاضراً كل يوم لكن السؤال ليس فقط: كم شخصاً رآك؟ السؤال الأهم: ماذا بقي عنك بعد أن رآك؟

هنا تبدأ سُمعة.. شركةٌ سعوديةٌ تعمل في الاتصال والإعلان والإبداع، تبني الأفكار والتجارب والمحتوى الذي يساعد العلامات على أن تُفهم كما يجب، وتظهر كما تستحق، وتترك أثراً يستحق أن يُذكر.

مجالاتنا

الإعلان والإبداع	06	الاستراتيجية والاتصال	06
المحتوى والحضور الرقمي	07	الأفلام والإنتاج	07
العلاقات العامة والسمعة	08	الرصد والتحليل	08

كيف نفكر

كل شيء يبدأ بسؤال

لا نبدأ بالإعلان ولا بالتصميم ولا بالفيلم ولا حتى بالفكرة نبدأ بالفهم:

- ماذا تريد العلامة؟
- ماذا يحدث في السوق؟
- وما الذي يستحق أن نغيّره؟
- ماذا يحتاج الجمهور؟
- أين المشكلة فعلاً؟

لأن الإجابة الصحيحة عن المشكلة الخطأ.. لا تزال إجابةً خاطئة.

طريقتنا

نفهم قبل أن نصنع

01 – نفهم
نستمع، نسأل، ونفهم العمل والسوق والجمهور.

02 – نبحث
نقرأ المشهد، والمنافسين، والحديث، والفرص.

03 – نشخّص
نبحث عن المشكلة الحقيقية، لا أكثر أعراضها وضوحاً.

04 – نحدد المسار
نحوّل ما عرفناه إلى استراتيجيةٍ واتجاهٍ واضح.

05 – نصنع
الفكرة، والرسالة، والمحتوى، والتجربة.

06 – ننفذ
نحوّل الفكرة إلى عملٍ حقيقيٍّ بجودةٍ تليق بها.

07 – نقيس ونتعلم
نعرف ماذا حدث، ولماذا، وماذا نفعل بعد ذلك.

اسم جديد. خبرة ليست جديدة.

سُمعة بدأت اليوم.. لكننا لا نبدأ من الصفر

خلف سُمعة فريقٌ قياديٌّ مؤسسٌ جمع خبراته من مساراتٍ مختلفة في الاتصال، والإعلان، والإعلام، وإدارة المشاريع، والحملات، والإنتاج، والرصد والتحليل، خبراتٌ تشكّلت داخل جهاتٍ حكوميةٍ وشركاتٍ ووكالاتٍ ووسائل إعلام، وعملت على مشاريع تتطلب أكثر من فكرةٍ جيدة: تتطلب إدارةً، واستراتيجيةً، وفهماً، ومسؤوليةً عن النتيجة.

+35 عاماً

من الخبرات المتراكمة بين أعضاء الفريق القيادي المؤسس.

+25 فيلماً

تنوعت المشاركة فيها بين الكتابة، والتقديم، والإخراج، والإنتاج، والإشراف.

+15 حملةً

إعلانيةً واتصاليةً بين التخطيط، والإدارة، والإبداع، والتنفيذ.

53 متخصصاً

فريقٌ إعلاميٌّ قادته إحدى خبراتنا في مشروعٍ وطنيٍّ واحد.

استراتيجية، إبداع، محتوى، إدارة مشاريع، إنتاج، إعلام، رصد وتحليل، اتصال بصري، خبراتٌ مختلفة تجتمع حول كل مشروع، يقودها متخصصون من خلال نموذج عمل مخصص لفائدة العميل من البداية حتى التسليم.

قد يكون اسم سُمعة جديداً.. لكن مشروعك لن يكون تجربةً أولى لفريقنا.

الأرقام أعلاه تصف الخبرات المتراكمة للفريق القيادي المؤسس ومشاركاته السابقة.

كيف نعمل معك؟

من أول سؤال إلى آخر نتيجة..

عندما تبدأ العمل مع سُمعة لن نضع أمامك قائمة خدمات ونطلب منك اختيار الحل سنبدأ بما تريد تحقيقه

01 – نفتح الملف

نفهم الهدف، والتحدي، والجمهور، والسوق، والميزانية، والوقت، وما تم عمله سابقاً.

02 – نقرأ ما حوله

نراجع ما نحتاجه من بياناتٍ ومنافسين ومحتوى وحديثٍ وسياق، بالقدر الاحتياج.

03 – نحدد المشكلة والمسار

نعود إليك برؤيتنا: ماذا وجدنا؟ ماذا يعني؟ ماذا نقترح؟ وماذا سنصنع؟

04 – نبني فريق المشروع

نضع حول مشروعك التخصصات التي يحتاجها فعلاً، ونحدد المسؤوليات والمراحل.

05 – نصنع وننفذ

من الاستراتيجية إلى الإبداع، ومن الفكرة إلى التنفيذ، تحت إدارةٍ واحدة.

06 – نقيس ونتعلم

نراقب ما حدث، ونقرأ النتائج، ونحدد معك ما الذي يجب أن يحدث بعد ذلك، تعرف دائماً أين نحن، ولماذا نفعل ما نفعله، وماذا سيحدث بعد ذلك.

ماذا نفعل؟

لا نبيع خدمةً قبل أن نعرف المشكلة

قد يكون الحل حملة وقد يكون فيلم أو استراتيجية أو محتوى أو تجربة أو علاقةً مختلفةً مع الجمهور

وأحياناً، تكون أفضل توصية نقدمها مختلفةً تماماً عما طُلب منا في البداية نحن نبحث عن الحل الذي تستحقه المشكلة.

أفكار تحرّك الناس

الإعلان ليس مساحةً يجب ملؤها

إنه فرصةٌ لأن تجعل أحداً ينتبه، أو يشعر، أو يفكر، أو يتذكر، أو يتصرف. نحوّل تحديات العلامات إلى أفكارٍ قادرةٍ على العيش في أكثر من مكانٍ وأكثر من شكل.

- الاستراتيجية الإبداعية
- الحملات المتكاملة
- كتابة السيناريو
- التوجيه الإبداعي
- المفاهيم والأفكار
- الإعلانات التجارية
- الرسائل الإعلانية
- التنفيذ الإبداعي

ليس هدفنا أن نصنع إعلاناً آخر بل سبباً آخر يجعل الناس يتذكرونك.

الاتجاه قبل الحركة

قبل أن نقرر ماذا نقول..

نحتاج أن نعرف لماذا نقوله، ولمن، وأين نريد أن يصل بنا نبني الاتجاه الذي يجعل كل ما تفعله العلامة أكثر وضوحاً واتساقاً وتأثيراً.

- استراتيجيات الاتصال
- التموضع والرسائل
- الاستشارات الاتصالية
- التخطيط للقنوات
- استراتيجيات المحتوى
- التخطيط للحملات
- بناء السرديات

رسائل مختلفة صورة واحدة

حضور له معنى

أن تكون موجوداً كل يوم..

لا يعني أن تكون حاضراً نبني للعلامة صوتاً وشخصيةً ونظام محتوى يجعل كل ما تنشره جزءاً من صورةٍ أكبر.

- استراتيجيات المحتوى
- إدارة المحتوى
- المحتوى الاجتماعي
- الحملات الرقمية
- الأفكار والصيغ الإبداعية
- الكتابة والتحرير
- التغطيات

ومع كل ما ننشره نسأل: ماذا نبني؟

من الفكرة إلى الشاشة

الفكرة الجيدة لا يكفي أن تُكتب جيداً

يجب أن تصل إلى الشاشة دون أن تفقد ما جعلها جيدةً من البداية نطوّر القصة، ونبني المعالجة، ونقود الصورة من الفكرة حتى النسخة الأخيرة.

- الأفلام الإعلانية
- الوثائقيات
- تطوير وكتابة السيناريو
- التصوير والإنتاج
- الأفلام المؤسسية
- المحتوى المرئي الرقمي
- الإخراج والإشراف الإبداعي
- المونتاج وما بعد الإنتاج

لا نصنع صورةً جميلةً فقط نصنع صورةً تقول شيئاً.

ما لا يمكن شراؤه بإعلان

بعض الأشياء لا تُعلن.. بل تُبنى.

الثقة المصداقية العلاقة والصورة التي تتشكل مع الوقت نساعد العلامات على إدارة حضورها وعلاقتها بمحيطها، وصناعة قصصٍ تستحق الوصول.

- الاستراتيجية الإعلامية
- صناعة الأخبار والقصص
- إدارة الظهور
- إدارة السمعة
- العلاقات العامة
- المحتوى الإعلامي
- التواصل مع أصحاب المصلحة

لأن ما يُقال عنك جزءٌ مما أنت عليه.

قبل أن تتحدث أكثر.. استمع أكثر

SOMAA Intelligence

السوق يتحدث طوال الوقت في خبر وتغريدة وتعليق وصورة ومنافسٍ يتحرك وشكوى تتكرر وموضوعٍ يبدأ صغيراً ثم يكبر نرصد هذا المشهد، ونربط إشاراته، ونحوّل ما يحدث فيه إلى معرفةٍ تساعد على اتخاذ قرارٍ أفضل.

- الرصد الإعلامي والرقمي
- قراءة توجهات الحديث
- استخلاص الرؤى والفرص
- تحليل الحضور والسمعة
- تحليل المنافسين
- تقارير السمعة والاتصال

الرصد يخبرك ماذا قيل ونحن نبحث عمّا يعنيه.

لا ننتظر الـBrief دائماً

أحياناً لا تصل المشكلة في بريدٍ إلكتروني

نحن من يجدها نقرأ السوق نرصد تحول نلاحظ سلوك نلتقط فجوة أو نرى فرصةً قبل أن تصبح طلباً.

ثم نفعل ما نفعله مع أي مشكلة: نفهمها نحللها ونبني لها تصوراً

لهذا قد تسمع من سُمعة قبل أن تبحث عن وكالة. ليس لأن لدينا شيئاً نريد بيعه لك. بل لأننا وجدنا شيئاً نعتقد أنه يستحق أن تراه.

فريق مشروعك

لا تحتاج كل المشاريع إلى الأشخاص أنفسهم.

لذلك لا نفرض فريقاً ثابتاً على كل مشكلة نبني حول كل مشروع فريقه المناسب من:

- الاستراتيجية
- الكتابة
- الإنتاج
- الرصد والتحليل
- الإبداع
- الاتصال البصري
- العلاقات العامة
- التقنية

لكن أمامك مسؤولٌ واحد: مدير مشروعك

يعرف أين وصل العمل يجمع التخصصات. يدير الجدول. يتابع القرارات. ويتحمل مسؤولية المشروع أمامك من البداية حتى التسليم.

فريقٌ يتشكل حول المشكلة. ومسؤوليةٌ لا تتشتت

الإنسان × التقنية

نستخدم التقنية بلا استعراض

والذكاء الاصطناعي بلا خوف والبيانات بلا انبهار

نستخدمها لنبحث أسرع، ونقرأ أكثر، ونكشف ما قد لا يظهر من النظرة الأولى، ونمنح الإنسان وقتاً أكبر لما لا تستطيع الأداة القيام به وحدها:

الفهم الحكم والخيال

التقنية تضاعف قدرتنا لكنها لا تفكر بدلاً عنا

لماذا سُمعة؟

لأنك لا تحتاج مورّداً آخر

تحتاج طرفاً تستطيع أن تضع أمامه المشكلة.. حتى قبل أن تعرف اسم الحل

نفهم العمل قبل التواصل عنه

نبحث قبل أن نفترض

نربط الإبداع بهدف

نجمع التفكير والتنفيذ تحت إدارةٍ واحدة

نستخدم الرصد والتحليل لنرى ما قد لا يظهر في الـ Brief

ونبني فريق المشروع بحسب ما يحتاجه، لا بحسب ما نريد بيعه

وفي النهاية.. سنصنع عملاً يصنع المزيد مزيداً من الأثر مزيداً من الثقة ومزيداً من العمل بيننا وبينك

معيار سُمعة

قبل أن يخرج أي شيءٍ من عندنا، نسأل:

01 هل فهمنا المشكلة فعلاً؟

02 هل هذا أفضل حل، أم أسهل حل؟

03 هل الفكرة تخدم الهدف؟

04 هل التنفيذ يحمي الفكرة؟

ثم يأتي السؤال الأصعب: هل نريد أن يعرف الناس أننا صنعنا هذا؟

إذا لم تكن الإجابة: نعم. فالعمل لم ينتهِ بعد.

الخاتمة

وش تبيهم يقولون عنك؟

في البداية سألناك: وش يقولون عنك؟ الآن أصبح السؤال مختلفاً. لأن ما يقوله الناس عن العلامات لا يحدث بالصدفة دائماً.

قد يبدأ بفكرة بتجربة بقصة بموقف بإعلان أو برسالةٍ قيلت بالطريقة الصحيحة، في الوقت الصحيح.

سُمعة نفهم ما يُقال
نعرف ما يجب أن يُقال
ونصنع ما يستحق أن يُقال

التواصل

خلنا نبدأ بالسؤال

وش تبيهم يقولون عنك؟

somaa.group

info@somaa.group

0560436000

SOMAA Creative Agency Riyadh, Saudi Arabia