حزمة مجانية · إعلانات UGC بالذكاء الاصطناعي

إعلان بوجه
أو بلا وجه

خمسة برومتات تُنتج إعلان منتج بأسلوب صنّاع المحتوى – صوت ولقطة واحدة متصلة بلا قصّ ولا تركيب.

ومعها الخط الأحمر الذي تتجاهله أغلب الوصفات المنتشرة، وهو الذي قد يُغلق حسابك الإعلاني.

FALEH ALREWELI · FALEH.CLOUD · 2026

قبل ما تبدأ

ليش هذا الشكل تحديداً

إعلان «صانع المحتوى» – شخص عادي يمسك المنتج ويتكلم للكاميرا – هو الشكل الأعلى أداءً في المنصات اليوم، لأنه يشبه المحتوى المحيط به لا الإعلان. والعائق كان دائماً الإنتاج: شخص، وتصوير، وإعادات.

النماذج الجديدة تختصر ذلك: **توليدة واحدة** تعطيك لقطة متصلة حتى ثلاثين ثانية، بصوت مولَّد في نفس المرور ومتزامن مع شفاه تنطق سطوراً تكتبها أنت حرفياً. بلا خياطة مقاطع، وبلا تعليق منفصل، وبلا قصّات تخفي الوصلات.

الأرقام قبل الحماس

البند	الرقم
إعلان 30 ثانية بدقة 1080p	≈ 390 وحدة رصيد
مسودة 720p من نفس الإعلان	≈ 195 وحدة
زمن الرندر	18–22 دقيقة
عمر الإعلان قبل ما يُستهلك	≈ 72 ساعة

اقرأ هذا مرتين: الإعلان يفقد أثره خلال ثلاثة أيام تقريباً. فالاستراتيجية ليست إعلاناً واحداً متقناً – بل تنويعاً مستمراً. احسب تكلفتك على أساس إعلانين جديدين أسبوعياً لا إعلان واحد في الشهر.

الخط الأحمر الذي تتجاهله الوصفات

أغلب الوصفات المنتشرة لهذا الشكل تبني **شخصاً لا وجود له** يقول للكاميرا: «جرّبته وصار كذا» أو «غيّر حياتي».

هذي **شهادة مفبركة**. وقواعد لجنة التجارة الفيدرالية الأمريكية الصادرة 2024 تمنع صراحة الشهادات من أشخاص غير موجودين، والمراجعات المولّدة التي تُعرض كأنها تجربة حقيقية. والعقوبة لا تقع على المنصة – تقع على المُعلِن.

وإن كنت تسوّق بالعمولة، فالخطر مضاعف: برامج العمولة الكبرى تُنهي الحسابات على مخالفات الشهادات، وحسابك يُغلق قبل أن يصلك أي تنبيه.

الصيغة الآمنة: عرض لا شهادة.
بدل «أنا جرّبته وصار شعري أنعم» ← «هذا يسوي كذا، وهذي النتيجة».
بدل «غيّر حياتي» ← «الفرق قبل وبعد».
المنتج يُعرض ويُشرح ويُستخدم أمام الكاميرا – بلا أن يدّعي أحد تجربة لم تحصل.

كل برومت في هذي الحزمة مكتوب على هذي الصيغة. وإن أخذت وصفة من مكان آخر، **افحص هذا السطر فيها قبل أي شيء**.

الوصفة: ثلاث خطوات

كل برومت في هذي الحزمة يمر بنفس الأنبوب. صورة، ثم مشهد، ثم فيديو.

١ · صورة المنتج أولاً

صورة تجارية نظيفة واحدة: المنتج على سطح بسيط بضوء طبيعي. **النص القصير على الملصق يُرندر مقروءاً؛ الفقرة تتحول رطانة** – فاكتفِ باسم وسطرين. هذي الصورة تصير هوية منتجك في كل إعلان تصنعه له لاحقاً.

٢ · المشهد قبل الفيديو

ولّد صورة للمشهد الذي يقع فيه الإعلان – نفس الغرفة، نفس الإضاءة، نفس المسافة. حين تتطابق الصورة مع وصف الفيديو، يقفل النموذج على مشهد واحد متماسك بدل أن يخترع مشهداً جديداً كل ثانية.

٣ · الفيديو بمرجعية الصورتين

مرّر الصورتين كمراجع، واطلب الوضع الذي يقبل المراجع صراحةً – الوضع النصي العادي يرفضها. **ومرّر معرّفات التوليدات لا الملفات المرفوعة:** الصور المولّدة على المنصة نفسها تتخطى فحص الملكية الذي يعلّق الرفع الخام.

بنية السكربت – خمس نبضات في ثلاثين ثانية: 0–4 الخطّاف والمنتج يدخل الكادر · 4–11 ما هو والملصق · 11–18 الاستخدام أمام الكاميرا · 18–25 النتيجة · 25–30 إغلاق بلا ضغط. سبعون إلى ثمانين كلمة منطوقة كحد أقصى.

صورة المنتج

```
Generate one clean e-commerce product photo.

Subject: [PRODUCT — exact name and colour].
Surface: plain [wood / linen / matte stone], nothing else in frame.
Light: soft natural daylight from the left, gentle shadow to the right.
Framing: 3:4 portrait, product fills about 70% of the frame.
Label text: render exactly and legibly — "[BRAND NAME]" plus at most
two short lines. Do not invent extra text anywhere on the packaging.

Quality: high. No people, no hands, no props, no logos other than
the one specified.
```

لماذا يعمل: النص الطويل على الملصق يتحول إلى رطانة في كل النماذج تقريباً. اسم وسطران يُرندران مقروءَين — وأي فقرة تنكسر. وتحديد الاتجاه الضوئي يجعل صورة المشهد التالية تتطابق معها بدل أن تتعارك معها.

PROMPT 02

المشهد بلا وجه

```
Generate a still of the scene where the ad happens — no person
visible.

Room: [ROOM — e.g. a small sunlit bathroom counter].
Camera: handheld phone height, slightly off-centre, amateur framing.
Light: flat daylight from a window out of frame. No studio lighting.
Texture: real surfaces — a water mark on the counter, a folded towel,
one everyday object at the edge. Lived-in, not staged.
Include: two hands entering frame from the bottom right, holding
nothing yet.

3:4 portrait, quality high. No faces, no full bodies, no beauty
retouching, no cinematic colour grade.
```

لماذا هذا المسار أولاً: هذا هو المسار الآمن: يدان وصوت بلا وجه. يقفل خطرين معاً — لا شخص وهمي يشهد، ولا وجه بشري واقعي يستدعي وسم المحتوى المولّد. ابدأ من هنا قبل أي شيء فيه وجه.

الفيديو – عرض لا شهادة

```
Create a 30-second continuous one-take vertical ad.

Mode: the reference-accepting mode (plain text-to-video rejects
references). Pass BOTH generation job ids: the product still and
the scene still. 9:16, 1080p, 30s, generate audio in the same pass.

Scene: the hands from the scene image pick up the product and use it
on camera. The camera never cuts and never moves more than a slight
handheld drift.

Spoken lines — quote every word with its beat:
0-4s:   "[HOOK — the problem, not the product]"
4-11s:  "[WHAT IT IS — name it, read the label]"
11-18s: "[HOW IT'S USED — describe the action happening on screen]"
18-25s: "[WHAT IT DOES — the function, stated as fact]"
25-30s: "[CLOSE — where to find it. No urgency, no pressure]"

Voice: relaxed, conversational, mid-pace. Speaking ABOUT the product,
never claiming to have personally used it.

Realism block: pore-level natural texture on hands, flat daylight,
authentic amateur framing, no beauty filter, no cinematic grade.
Audio: voice only. No music, no water droplets, no bubble sounds,
no whoosh, no stingers.
```

لماذا يعمل: اقتباس كل كلمة بتوقيتها إلزامي. الوصف المفتوح («تتكلم عن المنتج») يُنتج تمتمة بلا معنى؛ السطور المقتبسة بنبضاتها تُرندر نطقاً نظيفاً متزامناً. وقائمة منع الأصوات في آخر السطر تمنع النموذج من حشو مؤثرات تُفسد الطابع الواقعي.

نسخة بوجه

Same as PROMPT 03, with one change: the scene still now includes a person.

Portrait prompt for the scene still:
"Unretouched front-camera phone portrait of [AGE] [GENDER] in [THE SAME ROOM as the ad], bare skin texture with visible pores, no makeup filter, no beauty retouching, natural flat daylight, amateur framing slightly off-centre, everyday clothing."

Keep the portrait's job id — the same face can front an entire series, which is what makes a set of ads feel like one creator.

The spoken lines stay in DEMONSTRATION form. The person explains and shows the product. They never say they tried it, never claim a personal result, never give a testimonial.

تنبيه: الوجه الواحد عبر سلسلة إعلانات يبني ألفة تُشبه صانع محتوى حقيقي. لكن الصيغة تبقى عرضاً لا شهادة مهما بدا الوجه واقعياً. وتحقّق من قواعد الإفصاح عن المحتوى المولّد في كل منصة تنشر عليها – فهي تتغير وتختلف بينها.

البديل بلا رصيد

No credits? This version costs nothing and often converts better for software and digital products.

1. Screen-record the product doing the thing (30s, vertical crop).
2. Write the same five-beat script, 70-80 words.
3. Generate the voiceover with a text-to-speech model, then check every product name is pronounced correctly — fix pronunciation by spelling names phonetically in the script.
4. Assemble with ffmpeg: video + voice, no music.

Keep the same rule: demonstrate, never testify.

متى تختار هذا: للأدوات الرقمية والبرمجيات، تسجيل الشاشة الحقيقي أقوى من أي توليد – لأنه يُري الأداة تعمل فعلاً. احتفظ بالتوليد للمنتجات التي تُمسك باليد.

صفحة المصائد

١. المقطع يخرج معكوساً أحياناً

بعض التوليدات تُرندر مرآةً، فيصير الملصق مقلوباً والكتابة عليه غير مقروءة. لا تعيد التوليد — أصلحها بأمر واحد: `ffmpeg -vf hflip`. افحص كل مقطع قبل النشر.

٢. لا تحكم على المقطع بالإحساس

شغّله مرة وستقول «حلو». استخرج تسع فريمات موزّعة على المدة وضعها في شبكة 3×3، وانظر إليها ساكنة: هنا تظهر تشوّهات الأصابع، وتغيّر الملصق، وقفزات الإضاءة. **الفحص على الفريمات المجمّدة لا على التشغيل.**

٣. الرفع الخام يعلّق

الصور التي ترفعها بنفسك تمر بفحص ملكية قد يعلّق التوليد. مرّر **معرّف التوليدة** للصور التي ولّدتها على المنصة نفسها — يتخطى الفحص.

٤. الوضع النصي يرفض المراجع

إن مرّرت صوراً مرجعية والوضع نصي عادي، يُرفض النداء برسالة غامضة. الوضع الذي يقبل المراجع إلزامي كلما مرّرت صورة.

٥. المسودة قبل النهائي دائماً

ولّد بدقة منخفضة أولاً (نصف التكلفة تقريباً) وافحص الحركة والنطق. لا تدفع تكلفة الدقة الكاملة إلا بعد ما تتأكد أن السكربت يعمل.

الخاتمة

الخلاصة في أربعة أسطر

1. **عرض لا شهادة** – هذا السطر وحده يحمي حسابك.
2. **مسودة رخيصة أولاً** – لا تدفع الدقة الكاملة على سكربت لم يُختبر.
3. **افحص الفريمات ساكنة** – لا تحكم بالتشغيل.
4. **نوّع كل 72 ساعة** – الإعلان يُستهلك، والتنويع هو الاستراتيجية.

وش بعد؟

هذي الحزمة تصنع **الإعلان**. والطبقة التي فوقها – أن يصنعه نظام يشتغل وحده، ويصمّم، وينشر، ويجدول على عدة منصات – في حزمة «موظف سوشال يشتغل على جهازك».

faleh.cloud – كل الحزم والأدوات

@falehstudio – ما ينتجه هذا النظام يومياً