

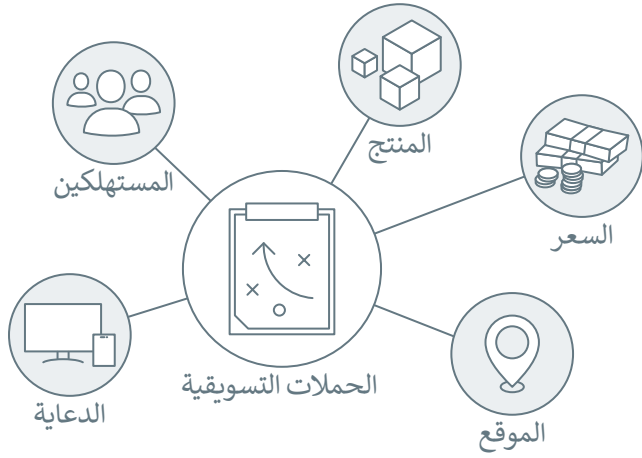


التصميم الرسومي

يعد التصميم الرسومي (Graphic Design) عاملاً حيويًا في بيئة التسويق الحديثة، حيث يساعد على بناء وتطوير الشعارات والعلامات التجارية، وتصميم الوسائل الإعلانية والمواد التسويقية الفعالة مثل المنشورات (Brochures) وبطاقات العمل (Business Cards) والمنشورات الإعلانية (Flyers) واللافتات (Banners) وغير ذلك. فالتصميم الرسومي الجيد يؤدي إلى زيادة المبيعات في الأعمال التجارية. وهذا يتطلب وجود مصممي الرسومات (Graphic Designers) المحترفين لإنشاء هذه المواد التسويقية. وفي هذا الدرس ستتعرف على ماهية الإعلان والتصميم الرسومي؛ كونه أحد أهم مراحل تصميم الإعلان وعامل مؤثر في نجاحه.

التسويق

التسويق هو عملية جذب العملاء المحتملين أو العملاء المهتمين بمنتج أو خدمة معينة، ويتضمن التسويق جوانب مختلفة من العمل مثل: تطوير المنتجات، والإعلان، والمبيعات، وطرق التوزيع. وهناك عناصر أساسية يجب على الشركات مراعاتها عند إنشاء الحملات التسويقية مثل: المنتج، والسعر، والموقع، والدعاية، والمستهلكين.



الإعلان

يُعد الإعلان جزءًا أساسيًا من عملية التسويق ويشغل دورًا مهمًا في الاقتصاد العالمي، وذلك لما له من تأثير كبير على العملية الاستهلاكية والإنتاجية في السوق العالمية. وهو وسيلة مهمة من وسائل التواصل مع المستهلكين، ويعبر عنها بأشكال عديدة: نصية أو مسموعة أو مرئية من خلال الصور أو مقاطع الفيديو بهدف إقناع أو تشجيع المستهلكين المحتملين لشراء أو استهلاك منتج أو خدمة معينة. إن الغرض الأساسي من الإعلان هو زيادة مبيعات المنتج أو الخدمة من خلال لفت النظر إلى عناصرها الإيجابية، وفي الوقت نفسه، إحاطة الجمهور بمعلومات تتعلق بسعرها وتوافرها وأحيانًا توعية المستهلكين بمخاطر الاستخدام الخاطئ لبعض المنتجات.

الإعلان هو نوع من التواصل أحادي الاتجاه بين الشخص الذي يرسل المعلومات ويطلق عليه "المرسل"، والشخص الذي يستقبل المعلومات ويطلق عليه "المستلم" أو "المستهلك". وتتكون تلك المعلومات من عبارات عن منتجات أو خدمات أو أفكار تنفذ بطريقة واضحة وجذابة بهدف التأثير على المستهلك لشراء أو استخدام هذه المنتجات والخدمات.



وسائل الإعلان

منذ ظهور الإعلانات بشكلها الحديث في بدايات القرن التاسع عشر، تم تطوير العديد من الطرق لعرضها وإيصالها للعملاء، وأصبح من الممكن استخدام أي وسط إعلامي من أجل الإعلان، وأصبح اختيار طريقة الإعلان يخضع للعديد من المعايير مثل الميزانية المتوفرة، وإمكانية الوصول للعملاء وتفضيلاتهم المختلفة، كما يمكن للشركات اختيار الوسائل الإعلانية المناسبة التي ستساعد في تعزيز علامتها التجارية.

وفيما يلي نوعين من أهم أنواع وسائل الإعلان التجارية:

الوسائل المطبوعة



الوسائل
المطبوعة

تتضمن وسائل الإعلان المطبوعة الصحف والمجلات والمنشورات الورقية، وكذلك الكتيبات واللوحات الإعلانية واللافتات المنشورة وغيرها من المطبوعات. أصبحت الطباعة حديثاً أداة شائعة جداً للإعلان؛ وذلك لقدرتها على الوصول لجمهور محدد وبلغات متعددة. ويمكن الوصول إلى مجموعة كبيرة من جمهور متماثل بخصائصه السكانية ومنطقته الجغرافية من خلال الإعلان عبر وسائل أخرى، كالهدايا التي يطبع عليها اسم الشركة أو علامتها التجارية، أو من خلال الإعلانات في وسائل المواصلات العامة.

وسائل الإعلان عبر الإنترنت



عبر الإنترنت

أدى النمو المطرد لشبكة الإنترنت إلى إتاحة المجال للشركات لاستخدامها للترويج عن المنتجات والخدمات من خلال استخدام الإعلانات. يُعد الإعلان عبر الإنترنت أحد أشكال نشر العروض الترويجية بغرض إيصال الرسائل التسويقية لجذب المستهلكين. فعند استخدام الأشخاص وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، يتلقون الرسائل التسويقية من خلال نتائج محركات البحث والمساحات الإعلانية في المواقع، وكذلك من خلال رسائل البريد الإلكتروني. علاوة على ذلك، مع تزايد استخدام الأجهزة الذكية، أصبحت وسائل الإعلان عبر الإنترنت تشكل جانباً مهماً لكل الأعمال، وتمكن وسائط الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والرسائل الترويجية من الوصول إلى الجمهور المستهدف من خلال الرسائل القصيرة والتطبيقات ومجموعات الدردشة على وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.

توجد في المملكة العربية السعودية قواعد محددة لتنظيم لوحات الدعاية والإعلان. يمكنك زيارة الموقع:

<https://laws.boe.gov.sa/BoeLaws/Laws/LawDetails/16c49913-599f-406b-b016-a9a700f172c9/1>

للاطلاع على القواعد التي تشمل: المقصود بلوحات الدعاية والإعلان، وبيان الجهات المسؤولة عنها، وتحديد الرسوم السنوية، وبيان أحكام تأجير مواقع الإعلانات، وبيان الجهات التي يتم التأجير من قبلها، وبيان واجبات ومسؤوليات شركات الإعلانات وشروط الإعلان.



مواصفات الإعلان الفعّال:

	<p>تُعدُّ كلمات العنوان من أهم مكونات أي إعلان، ويجب اختيار تلك الكلمات بعناية فائقة، حيث تشير دراسات التسويق بأن شخصين من كل عشرة أشخاص فقط يتابعان قراءة الإعلان بعد ملاحظة عنوانه، ولذلك فإن فشل العنوان في جذب انتباه الجمهور؛ يُفقد الإعلان قيمته.</p> <p>العنوان الجيد يجب أن:</p> <ul style="list-style-type: none"> < يُركز على ميزات المنتج أو الخدمة. < يُركز على المسائل التي تعني الجمهور. < يثير الفضول ويدعو لاستكشاف المزيد من المعلومات بخصوص المنتج أو الخدمة. 	<p>1. اختيار العنوان الجيد</p>
	<p>إحدى الطرق الجيدة لجذب انتباه المتلقي هي أن يُطلب منه القيام بعملٍ ما، ويطلق على هذا المصطلح التسويقي تسمية اتخاذ إجراء (Call to Action)، وهي طريقة تستخدم بشكل واسع في الإعلانات والبيع، وتوجد كلمات محددة تُدمج في سيناريوهات المبيعات أو الرسائل الإعلانية أو صفحات إلكترونية تشجع المتلقي على التجاوب مع الرسالة. على سبيل المثال، في التسويق عبر البريد الإلكتروني يكون اتخاذ الإجراء (Call to Action) بالضغط على زر أو سطر نصي لارتباط تشعبي يوجه المُستخدم إلى موقع إلكتروني لعلامة تجارية.</p>	<p>2. طلب إجراء من المتلقي</p>
	<p>بغض النظر عن نوع النشاط التجاري أو المنتج أو الخدمة التي يُروّج لها، يتعين على المُعلن دائمًا إثبات المصداقية بالاستعانة بطرفٍ ثالث. إن استخدام الاعتماد الرسمي أو التصديقات الرسمية المناسبة أو أي نوع آخر من الطرق الموثوقة، من شأنه أن يوفر مصداقية لما يُقدّم للجمهور، ويمكن أيضًا الاستعانة بتقييمات وآراء أفراد أو جمهور يبدون رضاهم عن المنتج أو الخدمة.</p>	<p>3. إظهار مصداقية المنتج</p>
	<p>عندما يتعلق الأمر بشراء منتج جديد، فإن جميع المستهلكين المحتملين يركزون بوعي أو دون وعي على سؤال معين وهو: "ماذا يعني هذا الأمر بالنسبة لي؟"، أو بمعنى آخر: "كيف لهذا المنتج أو الخدمة أن تكون مفيدة في حياتي اليومية؟". إذا أجاب الإعلان عن هذا السؤال البسيط والحاسم فإنه يمكن بسهولة جذب اهتمام العميل، فالمستهلك يشتري المنافع وليس الميزات، وكما هو معلوم، لا أحد يرغب في شراء منتج عديم الفائدة بالنسبة له؛ لذلك يجب أن يركز كل إعلان على السبب الذي من أجله سيكون المنتج (أو الخدمة) مفيدًا للجمهور المستهدف.</p>	<p>4. التركيز على ما يقدمه المُنتج للمستهلك</p>
	<p>عند الترويج الإعلان لمنتج أو خدمة، من المهم تضمين معلومات عن كيفية تمكين العميل المحتمل من الوصول للمنتج وشرائه، أو تضمين طرق للاتصال بالشركة للحصول على مزيد من المعلومات. على سبيل المثال:</p> <ul style="list-style-type: none"> < إذا أردت بيع منتج فيجب الإشارة إلى المتجر الذي سيبيع فيه. < إذا كان لديك عيادة طبية مختصة، فيجب أن تتضمن الإعلانات عنوان هذه العيادة. < إذا كنت تريد من العملاء الاتصال بك، فيجب عليك تضمين طرق الاتصال الممكنة وتنويعها. <p>وفي جميع الحالات، يتعين تضمين الإعلان عنوان الموقع الإلكتروني أو حسابات التواصل الاجتماعي الخاصة بك في إعلاناتك، مما يتيح لعملائك التحقق من الشركة، والحصول على المزيد من التفاصيل عن خدماتها أو منتجاتها.</p>	<p>5. تضمين المعلومات المناسبة الببائية</p>

التصميم الرسومي

التصميم الرسومي (Graphic Design) هو استخدام مجموعة عناصر كالصور والرسومات والرموز والنصوص، ودمجها لتوصيل المعلومات أو الأفكار بطريقة بصرية مؤثرة، وقد يكون التصميم رقميًا أو غير رقمي.

أنواع التصميم الرسومي

أصبح للتصميم الرسومي أوجه متعددة في الحياة اليومية، بل أصبح مفهومًا شاملاً يتكون من مجموعة مختلفة من المجالات والتخصصات، ومن أكثر أنواع التصميم الرسومي شيوعًا:

تصميم الهوية البصرية

هو نوع من التصميم الرسومي الذي يُستخدم في التسويق للعلامة التجارية وتعزيز قيمها، من خلال استخدام الصور والأشكال والألوان التي تبرز نشاط وهوية الشركة.

تصميم التسويق والإعلانات

هو نوع من التصميم يُستخدم للترويج لمنتج أو لخدمة معينة، على سبيل المثال: رسومات وسائل التواصل الاجتماعي، وإعلانات المجلات، واللوحات الإعلانية، والكُتيبات، وقوالب التسويق عبر البريد الإلكتروني وتسويق المحتوى.

تصميم المنشورات

يشير هذا المفهوم بشكل تقليدي إلى عملية التصميم من أجل الطباعة. في الوقت الحاضر ومع ظهور النشر الرقمي، أصبح مصممو المنشورات يعملون جنبًا إلى جنب مع المحررين والناشرين؛ لتحقيق أفضل أداء في التخطيط والطباعة وإنشاء الرسوم التوضيحية، على سبيل المثال: الكتب والصحف والنشرات الإخبارية والمجلات والكتب الرقمية.

تصميم أدوات التغليف للمنتجات

تتطلب المنتجات المُعدّة للبيع أشكالًا عديدة من التغليف والتعبئة والعناصر المرئية الأخرى، مثل الملصقات المغلفات، ويتم إنشاء هذه العناصر من خلال عمليات تصميم العبوات والمغلفات.

تصميم الحركة

هو فرع من فروع التصميم الرسومي ويتكون من رسوم تُطبّق عليها بعض تأثيرات الحركة، وتشمل هذه التصميمات ألعاب الفيديو، والرسوم المتحركة، والتطبيقات، وصور GIF، ومتطلبات المواقع الإلكترونية وغيرها.

تصميم الصفحات الإلكترونية

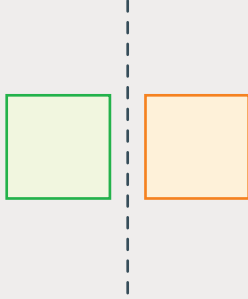
يجمع بين مجموعة متنوعة من عناصر التصميم مثل التخطيط والصور والطباعة؛ وذلك بهدف إنشاء صفحة إلكترونية سهلة الاستخدام وممتعة في التقديم.



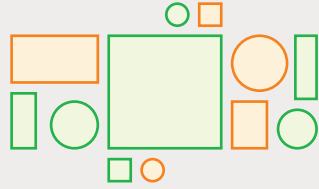
مبادئ التصميم الرسومي

تشير مبادئ التصميم الرسومي إلى كيفية قيام المصمم بالتخطيط وترتيب العناصر باستخدام أفضل الأساليب الممكنة لضمان ارتباط جميع المكونات ببعضها البعض وصولاً لهدف تحقيق غاية الإعلان، وتشمل هذه المبادئ:

التوازن

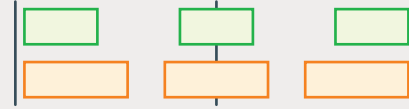


فكرة التصميم الرسومي هي تحقيق التوازن البصري بين الأشكال والخطوط والعناصر الأخرى بطريقة تماثلية أو غير تماثلية، تبرز أهمية التوازن بأنه يوفر بنية وثباتاً للتصميم.



القرب

يُوجد القرب علاقة بصرية بين عناصر التصميم المختلفة من خلال تقليل المشتتات، وزيادة فهم المشاهد للمغزى، وتوفير نقطة محورية للمشاهدين.



المحاذاة

يتم محاذاة جميع عناصر التصميم الرسومي إلى الأعلى أو الأسفل أو المنتصف أو الجانبين، وذلك لإنشاء اتصال مرئي بين تلك العناصر.



التباين

يؤكد التباين على جوانب معينة من التصميم لإبراز الاختلافات بين عناصر التصميم.



التكرار

هي عملية تكرار عنصر أو عدة عناصر في التصميم، ترتبط معاً لتعطي التصميم الاتساق المطلوب.



عناصر التصميم الرسومي

تُعدُّ العناصر الفنية الوحدة الأساسية لأي تصميم مرئي، وتُشكل هيكلية التصميم وكيفية نقله للرسائل البصرية، ومن أهم عناصر التصميم الرسومي:

الخط (Line)



يمكن أن يكون منحنياً أو مستقيماً أو سميكاً أو رقيقاً أو ثنائياً أو ثلاثي الأبعاد.

الشكل (Shape)



هو منطقة محددة ثنائية الأبعاد يتم إنشاؤها بواسطة الخطوط، ويمكن أن يكون الشكل هندسياً، أو مجرداً.

اللون (Color)



عنصر مهم خصوصاً في جذب الانتباه، وله ثلاث خصائص أساسية وهي: الصبغة hue (مجموعة الألوان)، والقيمة value (شدة الإضاءة)، والتشبع saturation (درجة نقاء اللون).

الطباعة (Typography)



هي فن ترتيب الخطوط المختلفة التي تُدمج بأحجام وألوان وتباعدات من شأنها التأثير بشكل كبير على الرسالة التي يريد المصمم إيصالها.

البنية (Texture)



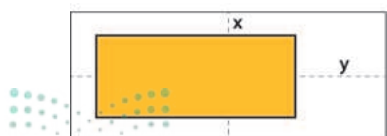
تشير بنية التصميم إلى نوعية السطح الملموسة والتي من الممكن أن تكون خشنة، أو ناعمة، أو لامعة، أو معتدلة، أو صلبة، أو غير ذلك.

الحجم (Size)



يشير إلى حجم العناصر في التصميم، حيث أن استخدام أحجام متباينة يُمكن أن يوفر عنصر الجذب البصري إلى التصميم.

الفراغ (Space)



يرمز إلى مناطق التصميم التي تُركت خالية لضمان عدم تداخل العناصر أو التشويش على رسالة المحتوى، وتتضمن المسافات والفراغات بين عناصر التصميم الأخرى، أو حولها، أو أسفلها، أو أعلى منها.

أشكال التصميم الرسومي

في العصر الحديث تقدم التصميم الرسومي تقدماً كبيراً، و أصبح هناك العديد من أشكال التصميم، ومن أهمها: تصميم تجربة المُستخدم (UX) وتصميم واجهة المُستخدم (UI)، وهما عنصران مختلفان خاصان بتجربة المُستخدم الفردية. إن مفهوم تصميم تجربة المُستخدم يركز على كيفية عمل الأشياء معاً، وكيف يتفاعل الأشخاص معها، بينما تركز واجهة المُستخدم على الشكل والتخطيط الخاص بهذه الأشياء.

تصميم تجربة المُستخدم

يرتكز على تحسين تجربة هذا المُستخدم، مع التركيز على هيكليّة ومنطقيّة عناصر التصميم وتفاعل المُستخدمين معها، وهذا يهدف إلى تحسين قابليّة استخدام المنتج وإمكانيّة الوصول إليه بشكل فعال وتفاعلي، ما يزيد من رضا المُستخدمين إلى أقصى حد ويضاعف فرص عودتهم مرة أخرى.

ومن الأمثلة على تجربة المستخدم: متجر إلكتروني ذو تصميم هيكلي سهل الاستخدام، بحيث يستطيع العملاء زيارته وقضاء ساعات طويلة في تصفّح محتواه، بسبب تحقيق التوازن والتسلسل البصري، كما يستطيع المستخدمون أيضاً التفاعل مع المنتجات عن طريق كتابة تعليق أو ذكر مدى جودة تلك المنتجات، حيث يمكن أن يؤدي ذلك إلى تحسين مبيعات منتجات المتجر؛ لأن العملاء المحتملين لن تكون لديهم صورة واضحة فقط عن جميع المنتجات وإمكانيّة التنقل بينها بسهولة، بل يمكنهم كذلك رؤية تقييمات العملاء الآخرين.

تصميم واجهة المُستخدم

يتعلق بالعمل مع العناصر التفاعلية الخاصة بالتصميم، وهذا يتطلب فهماً جيداً لاحتياجات المُستخدمين؛ لأنه يركز على توقع ما يجب على المُستخدمين فعله عند استخدامهم لموقع إلكتروني، والتأكد من أن الواجهة تحتوي على العناصر التي تجعل استخدام وظائف الموقع الإلكتروني ممكنة.

تُستخدم الألوان المتجاوبة بشكل كبير في تصميم واجهة المستخدم، وتقوم المتاجر الإلكترونية باستخدامها بشكل تدريجي. فبدلاً من استخدام لون رمزي واحد في شعار العلامة التجارية، تمكّن الألوان المتجاوبة العلامات التجارية من اكتساب ألوان متعددة محددة سابقاً أو نظام ألوان ديناميكي يأخذ لون بيئتها، ويمكن للمتاجر الإلكترونية مع هذا النوع من التصميم المتجاوب أن تحافظ بسهولة على تفاعل المستخدمين أثناء تصفّحهم مواقعها بحيث تبدو عملية استكشاف المتجر الإلكتروني رحلة ممتعة، بما أن كل صفحة ستحتوي على لوحة ألوان فريدة خاصة بها.

إن تصفّح المتجر الإلكتروني يعني قضاء المزيد من الوقت فيه، فكلما بقي العميل في المتجر، زادت احتمالية شراء شيء يراه فيه مما يؤثر بطريقة إيجابية على نمو المبيعات.



أدوات التصميم الرسومي

تطورت عملية التصميم على مدار العقود الماضية نظرًا لاستمرار التحول الرقمي في العالم الذي تعيش فيه، ما أدى إلى وجود عملية معقدة تشمل الدمج بين التقنيات التقليدية والرقمية، حيث يستهل المصممون عملهم في بداية عملية التصميم برسم المفاهيم ووضع النماذج الأولية باستخدام أدوات التصميم الرسومي التقليدية قبل اللجوء إلى جهاز الحاسب واستخدام برامج التصميم الاحترافية لإنهاء المهمة أو المشروع.

يُتوقع من مصممي الرسومات أن يكونوا بارعين في التطبيقات البرمجية الخاصة بإنشاء الصور والطباعة والتخطيط. ويستخدم المصممون الرسومات النقطية والرسومات المتجهة المصممة سابقًا (القوالب) المجانية أو المدفوعة، والتي يمكن العثور عليها في المواقع المختصة بالتصاميم عبر الإنترنت.

برامج التصميم الرسومي:	
الوصف	أ- برامج التصميم الرسومي المدفوعة:
برنامج يحتوي على أدوات تحرير الصور الأكثر شيوعًا في السوق والتي توفر إمكانيات ممتازة لتصميم الرسوم، ويعتمد على الرسومات النقطية (Raster-Based Graphics) لتحرير الصور.	أدوبي فوتوشوب (Adobe Photoshop)
برنامج تستخدمه الشركات التي تركز على النشر، مع إمكانيات لتصميم مجلات ومستندات مذهلة وغيرها.	أدوبي إن ديزاين (Adobe InDesign)
برنامج يحتوي على واجهة سهلة الاستخدام ذات مميزات تحرير جيدة من الناحية الاحترافية.	كوريل درو (CorelDraw)
برنامج يعدّ مثاليًا للأعمال الفنية التوضيحية وتخطيطات الصفحات والشعارات والمنشورات الدعائية وغيرها، ويعتمد على الرسومات المتجهة (Vector-Based Graphics) لتحرير الصور.	أدوبي إليستريتر (Adobe Illustrator)
تطبيق يعدّ بديلًا لبرنامج أدوبي إليستريتر، ويقدم عروضًا وإمكانيات ممتازة، كما يتميز بأنه سهل الاستخدام وأسرع من أدوبي إليستريتر.	أفني ديزاينر (Affinity Designer)
برنامج يقدم ميزات وعناصر تصميمية متقدمة، كما يُستخدم على نطاق واسع في تصاميم المواقع الإلكترونية وحلول الطباعة لإنشاء الرسوم التوضيحية وتحرير الصور وتصميم الصفحات الإلكترونية.	أكسرا ديزاينر برو (Xara Designer Pro X)



برامج التصميم الرسومي:

الوصف	ب- برامج التصميم الرسومي المجانية:
تطبيق يحوّل أيّ محتوى إلى رسومات تبدو احترافية، كما يعدّ ملائمًا للمواقع الإلكترونية والمدونات ووسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن مشاركة ملفاته عبر جميع وسائل التواصل الاجتماعي دون استخدام مكونات إضافية.	جينيلي (Genially)
برنامج مفتوح المصدر يعدّ أكثر من مجرد محرر للصور، حيث يقدم الكثير من ميزات فوتوشوب الرائعة مجانًا، كما يوفر ميزات أخرى متعددة ذات جودة عالية لإنشاء أعمال فنية من البداية.	جيمب (GIMP)
أداة تعتمد على لغة ترميز النص التشعبي لإنشاء رسومات متجهة عالية الجودة، كما تُعدّ من أكثر الأدوات المناسبة لمحترفي الرسومات أو المنتجات أو مصممي المواقع الإلكترونية.	جرافيت ديزاينر (Gravit Designer)
تطبيق يستخدم لتصميم الرسومات للمبتدئين والمحترفين الذين لا يرغبون في شراء اشتراكات باهظة الثمن، كما يوفر ميزات لا غنى عنها لتحرير وإدارة أرشيف الصور.	فوتوسكيب (Photoscape)
أداة سهلة الاستخدام تعمل على إنشاء تصميمات وفنون متجهة، وتحرير الصور وتخصيص المشاريع للمواقع الإلكترونية والطباعة، كما توفر مكونًا إضافيًا مجانيًا لكروم (Chrome) لتعزيز تجربة تصميم الرسومات الخاصة بك، بالإضافة إلى كونها سهلة الاستخدام.	فكتور (Vectr)
برنامج مفتوح المصدر يعتمد على الرسومات المتجهة، ويساعد المصممين في إنشاء تصميمات رسومية مرنة بحيث لا تفقد جودتها عند تغيير حجمها.	إنكسكيب (Inkscape)



الاختلاف بين الرسومات المتجهة والرسومات النقطية

 الرسومات النقطية (Raster-Based Graphics)	 الرسومات المتجهة (Vector-Based Graphics)
تُعدُّ أفضل طريقة لإنشاء صورة غنية ومُفصلة.	تحافظ على جودتها مع التكبير أو التصغير.
لا يُمكن تغيير الحجم بشكل يحافظ على جودتها.	تُعدُّ أكثر مرونة ويمكن تغيير حجمها بسهولة دون فقدان جودتها.
تُعدُّ أفضل من حيث إمكانية تحرير وإنشاء الصور بتأثيراتها المختلفة ومزج الألوان بسلاسة.	تُعبأ عادةً بلون واحد أو بتدرج لوني.
حجم الملفات التي تحتوي على رسومات نقطية كبير نسبيًا.	حجم الملفات للرسومات ذات الأبعاد الكبيرة صغير.
وفقًا لتعقيد الصورة، فإن عملية التحويل إلى رسومات متجهة تستغرق وقتًا.	يمكن تحويلها بسهولة إلى رسومات نقطية.
الصور النقطية هي أكثر تنسيقات الصور شيوعًا، و من امتداداتها الشائعة: jpg، gif، png، tif، و bmp، و sd.	أنواع امتدادات الرسومات المتجهة الشائعة: ai و cdr، و eps، و pdf، و svg.

مثال عام:

يمكن تحرير الرسومات النقطية في برنامج أدوبي فوتوشوب، بينما تُحرر الشعارات والرسوم التوضيحية أو الرسومات المتجهة في برنامج أدوبي إليستريتور.

في المرحلة النهائية، يُستخدم برنامج خاص بتصميم الصفحات مثل برنامج إن ديزاين (InDesign)، وذلك لتجميع جميع العناصر من برنامج أدوبي إليستريتور وبرامج تحرير الصور وذلك لإخراج الإعلان بصورته النهائية.

