

الاعلان والتسويق

تقديم

د. رهام فاروق أحمد

التسويق.

الاعلان.



: المدخل التعريفي للتسويق

- هو نشاط يتضمن التعرف على ما يريده المستهلك (السوق) و تخطيط السلعة (موقفها السوقي والتنافسي) التي ترضى هذه الحاجة و العمل بأفضل الطرق على تسعييرها و ترويجها و توزيعها لتحقيق أهداف محددة"



العناصر الاساسية للتسويق:

1) . المنتج product

2) السعر price

3) المكان place

4) الناس people

5) الترويج promotion



1. المنتج (Product):

- قد يكون "المنتج" مادة ملموسة أو خدمة ما. مواصفات المنتج لا بد وأن تشمل عدة أشياء منها: الاسم التجاري، والتصميم، والمميزات، ووظائف المنتج، وتعبئة المنتج، والجودة، والضمان، وخدمة ما بعد البيع.



2. السعر (Price):

- التسعير على أساس التكلفة مضافاً إليها هامش ربح .
- التسعير على أساس تنافسي و يقوم على سعر السلع المماثلة في السوق.



3. المكان (Place):

- يشير "المكان" إلى التوزيع، أو كيف تصل المنتجات للعملاء. قد يكون التوزيع بطريق مباشر أو غير مباشر. **بالنسبة للمنتج الملموس**، فإن الجوانب المتعلقة بالتوزيع تشمل: وجود قنوات للتوزيع، والمخازن، ومراكز التوزيع، والخدمات. أما بالنسبة للخدمة، فهناك اعتبارات تشمل: نوع قوة المبيعات وكيف ستصل تلك الخدمة للعملاء المستقبليين.



5. الترويج (Promotion) :

- يشير "الترويج" إلى نشر معلومات عن المنتج للعملاء. ومن الجوانب التي تؤخذ في الاعتبار للترويج : اختيار وسائل الإعلام و**الإعلان**، وتنشيط المبيعات، والعلاقات العامة.



انواع التسويق واهميته

- التسويق السلعي /الخدمي.
- التسويق السياحي.
- التسويق المباشر.
- التسويق الالكتروني.
- التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- التسويق عبر الهاتف المحمول.

:الاعلان (مفهومه وأهميته)

- الاعلان هو نشاط اتصالي مدفوع الاجر من مصدر محدد (وضوح شخصية المعلن) ، يهدف الى اقناع المتلقي باتخاذ قرار (أو مجموعه من الاجراءات) الآتية أو المستقبلية (مستهلك حالي / مرتقب)
- يتم انتقال الاعلان عن طريق وسيلة (وسيط) مثل: التلفزيون ، الاذاعة، الصحف والمجلات،...الخ)
- ان يتم توجيه الاعلان الي مجموعه كبيرة من الجمهور (الفرق بين الاعلان والتسويق المباشر).
- الاعلان لابد أن يكون مقنع ولكن بنسب متغيرة وفقا ل (الفكرة ، الملائمة، الهدف) لتبني أو لتغيير اتجاه أو سلوك.....وهو ما ينقلنا الي

خصائص الاعلان:



- 1) تحقيق مصلحة المعلن .
- 2) الإقناع .
- 3) عناصر الجذب و الإهتمام .
- 4) التكرار .
- 5) وضوح شخصية المعلن .
- 6) الإعلان عملية إتصالية .

الاعلان الفعال

- وهو الذي يمتلك قوة التأثير علي المستهلك الذي يملك القدرة علي الاختيار.....وما نوعية هذا التأثير؟.....هو التأثير الاقناعي الذي تتمثل أبعاده في :
 - تعريف المستهلك بالقدر الكافي من المعلومات والحقائق بما يحقق (المصداقية).
 - تحويل عمليه الادراك الي الفهم والتذكر للوصول الي المستهلك الحالي والمرتبب.
 - التأثير علي اتجاهات الجمهور من خلال تحقيق نوع من التوافق بين الاتجاه ومضمون الرسالة الاعلانية. (دراسة السوق)

أشكال الإعلان:

- الاعلانات الصريحة عبر الوسائل المختلفة.
- الاعلان تحت مظلة المحرر.
- الاعلان المباشر عن طريق التلفون والبريد.
- الرعاية (اي تقديم الدعم المالي لحدث معين أو فرد معين)
- الاعلان الخفي.
- الاعلان عبر وسائل التواصل.
- الاعلان باستخدام محرك البحث.

عند التخطيط للإعلان لا بد من الوضع فالاعتبار:

- الجمهور المستهدف.
- الأثر المنشود (الأهداف).
- طريقة التنفيذ.
- تقييم الأثر وهذا ينقلنا الي ادارة الإعلان من خلال :

مفهوم الوكالة الاعلانية: هي هيئة مستقلة غير تابعة للمعلن أو لدور النشر أو الوسائل الاعلانية تضم العديد من الخبراء والمتخصصين في ابداع وانتاج ونشر الاعلان.

- أهمية الوكالة الاعلانية بالنسبة للمعلن ، الوسيلة الاعلانية.

وسائل الاتصال الاعلاني (نشر :الاعلان) ويشمل

- اعلانات الصحف (جرائد ومجلات).
- الراديو أو الاذاعة.
- التلفزيون.
- السينما.
- اعلانات الطرق.
- الاعلان بالبريد المباشر.
- اعلانات الانترنت.
- اعلانات الشبكات (مواقع التواصل الاجتماعي).

الحملة الاعلانية ومتابعتها:

- هي نشاط اتصالي اعلاني مركب وممتد خلال فتره زمنية قد تصل الى عدة سنوات، يتم من خلالها استخدام أكثر من وسيلة لتحقيق أهداف تسويقية معينة.
- توجه الى فئات مستهدفة من العملاء في مناطق سوقيه مختلفة.
- تستخدم أكثر من وسيلة اتصالية.
- مجموعه متنوعه من الدعاوى (الأوتار الاعلانية).
- تستلزم تحديد التخصصات المالية أو الميزانية التنفيذية
- وضع برنامج زمني لكل مرحله من مراحل الحملة.

أهداف الحملة الإعلانية:

- خلق الرغبة الحاجه.
- مواجهه المنافسة.
- زيادة المبيعات.
- التعريف بالشركة.
- تصحيح مفاهيم مغلوطه
- طرح منتجات جديدة.

الاعلان وعلاقته بالتسويق:

- تخيل أن التسويق شريحة بيتزا , و أن الإعلان أحد شرائحها ...



متطلبات نجاح الاعلان والتسويق:

- ادراك حاجات العملاء بشكل دائم.
- فهم الرسالة والاهداف الاساسية الخاصة بالمنشأة.
- مراقبة تغيرات البيئة المؤثرة في التسويق.
- تصميم الخطط الخاصة بالتسويق (استراتيجيه وتكتيكية)
- التركيز علي العناصر المكونة للمزيج التسويقي.
- تحقيق التوازن بين مصالح المجتمع والمنشأة والعملاء . (المسؤولية الاجتماعية).

**We Are Pleased
To Listen To Your
.. !opinion**



