

1-وضعية – مسألة:

تعدد المنتوجات و تنوعها جعلت المنتجين في حاجة إلى وسيلة قصد التأثير في المستهلك لترويج السلع و الخدمات المتوفرة ، مستغلين بذلك حاجاته المتزايدة والمتطلعة دائما لكل ما هو جديد و مميز .
فماهي الوسيلة المستعملة لإثارة و لفت انتباه المستهلك وحثه على شراء هذه المنتوجات ؟



الجواب : القيام بعملية الإشهار

2-تعريف:

الإشهار مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف المستهلكين بمقولة و إقناعهم بامتياز منتوجاتها بغرض حثهم على شراء سلع أو خدمات معلن عنها .

3-مكونات الإشهار:

الإشهار عملية تواصلية تؤدي إلى نشر الرسائل الإشهارية والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة تتطلب مراعاة مجموعة من العناصر .

3-1-وظائف الإشهار:

يمكن تحديد وظائف الإشهار في وظيفتين :

- تهيئة المستهلكين إلى تقبل السلع أو الخدمات . إثارة انتباههم وشد اهتمامهم وتحسيسهم .
- حث المستهلكين على اقتناء السلع أو شراء الخدمات . دفع الزبون إلى اقتناء المنتج .

3-2-الخطاب الإشهاري:

الخطاب الإشهاري كل رسالة إشهارية توظفها المقولة من نص و صورة وصوت و رسم و فيديو ... لمخاطبة الزبون المستهدف قصد لفت انتباهه و جلب اهتمامه وإيقاظ رغبته في اقتناء المنتج وإقناعه بشراءه .

ملاحظة :

يختلف الخطاب الإشهاري حسب نوعية الفئة المستهدفة (سكان مجال الحضري – سكان عالم قروي – عمال – رياضيون – مرضى. ...) .

3-3-وسائل الإشهار:

لإيصال الخطاب الإشهاري إلى أكبر عدد ممكن من الزبناء تستعمل المقولة عدة وسائل للإتصال ، نذكر منها :

- الوسائل السمعية : كالإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب ...وتعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة

استعملها الإنسان في الإشهار بواسطة المنادي .

- الوسائط المكتوبة : كالمصحف و المجلات و الكتب والمنشورات و التقارير و الملصقات ...
- الوسائط السمعية البصرية : كالتلفزة و الحاسوب و السينما و الفيديو ...
- الوسائط الإلكترونية : كشبكة الأنترنت و الهاتف الجوال ...

4-3- الحملة الإشهارية :

تتم عملية تنظيم الحملة الإشهارية عبر المراحل التالية:

- **الإعداد** (التهيئ للحملة) : ربط الاتصال مع المُعلن (الوكالة الإشهارية) و تحديد الأهداف و الفئة المستهدفة و مدة الإشهار .
- **الإبداع** (الإنتاج) : إنجاز الخطاب الإشهاري بتنسيق مع الوكالة الإشهارية (ملصق مثلا ..) .
- **التجريب القبلي للحملة الإشهارية** : رصد تأثيرها على عينة محدودة من المستهلكين .
- **إنجاز الحملة الإشهارية** : إنجاز الوصلة الإشهارية و إرسال الخطاب الإشهاري .
- **تقييم نتائج الحملة الإشهارية** : تحليل و تعرّف مدى تأثير الحملة الإشهارية على المبيعات ...

3-إعداد وثيقة إشهارية :

1-3-وضعية - مسألة:

قررت مقولة " آليات الحاجز " التي تقوم بإنجاز و تركيب الحواجز الآلية ، تكليف وكالة إشهارية للقيام بحملة إشهارية للحاجز الآلي ، قصد التعريف به و تقريبه من المستهلكين (سكان الإقامات ...) للتأثير على تصرفاتهم اتجاهه وحثهم على اقتناءه .

فكيف يتم إعداد الوثيقة الإشهارية للحاجز الآلي ؟

2-3-مكونات اللوحة الإشهارية:

تتكون اللوحة الإشهارية من مجموعة من العناصر الإبداعية ، ومنها:

المسبوكة: الرسم المميز للمقولة صاحبة المنتج .

العلامة: تمتاز بالإثارة و التحفيز و سرعة الحفظ .

العناصر المرئية : تشمل الألوان و الرسوم و الصور

التحرير: الحوار المُوقَّع على الإشهار .

الدليل: لإثبات الوعود .

العنوان: يضم مجموعة من المعلومات تمكن المستهلك من الإتصال بالمقولة .

3-3-إنجاز لوحة الإشهارية:

يمكن الإعتماد على برانم معلوماتية خاصة بالرسم مثل : Paint - photoshop- Gimp