



بررسی دلایل اهمیت یک ابزار مهم ارتباطی در بازاریابی کسب و کارهای امروزی «تبلیغ» معجزه می کند



اگر چند سال قبل از ما درباره پدیده‌ای به نام «تبلیغات» سؤال پرسیده می شد، بدون شک تعریفی که ارائه می کردیم به بخش پیام‌های بازاری در شبکه‌های تلویزیونی یا تبلیوردهای خیابانی و تبلیغات جلد مجلات مربوط می شد. امروزه اما تبلیغات یک دانش محسوب می شود و بسیار پیشرفته‌تر از قبل عمل می کند. واقعیت این است که این روزها به نحوی در معرض تبلیغ یک محصول یا یک شرکت قرار می گیریم که خودمان هم متوجه نمی شویم چطور تحت تأثیر یک تبلیغ دست به تصمیم گیری می زنیم. این نوع تبلیغات که تبلیغات پنهان نام دارد جنبه‌ها و تأثیرگذاری‌های متفاوتی دارد.

در گذشته‌های دور تر کسب و کارها برای جذب مخاطب و مشتری‌های جدید از مجلات زرد و روزنامه‌ها و تبلیغات رادیویی استفاده می کردند، اما باید بپذیریم که آن روزگار به سر آمده است. امروزه شرکت‌ها باید بسترهای همواره در حال تغییر جست‌وجو و رسانه‌های دیجیتال را به کار گیرند تا هم مشتری کسب کنند و هم با مشتریان در ارتباط باشند. بازار پایان صاحبان کسب و کار حالا دیگر باید به این موضوع آگاهی داشته باشند که تبلیغات همان قدر که برای رقابت لازم است، می تواند آن‌ها را نسبت به دیگران برتری دهد و به سمت موفقیت و پیشرفت رهنمون کند.

ارتباط تبلیغات و توسعه اقتصادی

تصور جهان بدون تبلیغات دیگر غیرممکن به نظر می آید. یک شهروند در زندگی روزمره خود، روزانه بیش از یک صد و یاحتی بیشتر آگاهی تبلیغاتی را مشاهده می کند. صرف نظر از حجم انبوه تبلیغات، عوامل بسیار دیگری مانند بی محتوا بودن، عدم توجه به فن‌هنگ عمومی جامعه، عدم توجه به کارکردهای پنهان تبلیغات، سلب آراش روانی جامعه و عدم تطبیق امکانات مردم با خواسته‌های ایجاد شده به وسیله تبلیغات، زمینه‌های دلزدگی و آزدگی خاطر مخاطبان را فراهم کرده و اثر بخشی تبلیغات را به شدت تحت الشعاع قرار داده است. تبلیغات یک تجارت وسیع و گسترده است که در میان صنایع برتر دنیا و به موازات صنایعی مثل صنعت نفت، اتومبیل، تکنولوژی اطلاعات و کشاورزی قرار دارد. رشد صنعت تبلیغات در هر کشور، ارتباطی تنگاتنگ با سطح فعالیت‌های تجاری و سالم بودن اقتصاد آن دارد. در واقع، میزان رشد و شکوفایی صنعت تبلیغات بیانگر سطح زندگی مردم یک کشور و نشانه میزان توسعه اقتصادی آن کشور است.

راه رفتن روی لبه تیغ

اگر چه تبلیغات یک بحث ارزشی است و ساختارهای ذهنی

مخاطبان هدف را شکل می دهد، جهت می بخشد و به مسیری مشخص -خوب یا بد- می کشاند، اما پدیده‌ای مهم، مؤثر و غیر قابل چشم‌پوشی است. تبلیغات موجودیتی است انکارناپذیر و هر چه جامعه‌ای پیشرفته‌تر شود، نوع تبلیغات آن نیز پیچیده‌تر می شود. تبلیغات یکی از بخش‌های مهم در هر کسب و کار است که برای افزایش فروش، معرفی محصول جدید و... صورت می گیرد. تبلیغات تأثیرگذار و خلاقانه می تواند نام برند و شرکت را روز به روز به موفقیت بیشتری برساند در حالی که بی توجهی در فرم و سبک تبلیغ و آگاهی می تواند سبب تخریب نام یا یک برند تجاری شود. برای خلق تبلیغات در ست و ایده پردازی‌های جدید همواره افراد فعال در این حوزه باید به روز و در حال آموزش باشند تا بتوانند از جدیدترین متدهای برای تأثیرگذاری بیشتر روی بازار فروش بهره ببرند.

پایانی بر اصول سنتی

هدف اساسی تبلیغات در درجه اول، ایجاد تصویری مطلوب از نشانه کالا و خدمت در آذهان مخاطب مورد هدف است. تبلیغات مجازی به دلیل ماهیت فناوری محور و ارتباطی محور خود به شدت تحت تأثیر قرار گرفته و اصول سنتی آن به چالش

اهمیت خلاقیت

کسی که به اصول تبلیغات آگاه باشد و دانش کافی در این زمینه داشته باشد، به خوبی می داند که مهم ترین اصل، جذب مخاطبان است. بنابراین با شناسایی دقیق مشتریان خود تلاش می کند تا از رفتارها و تمایلات آنان درک و شناخت عمیقی پیدا کند. همچنین به فرهنگ، سبک زندگی و رفتارهای خاص مصرف کنندگان توجه ویژه‌ای دارد تا بتواند آگهی‌های تأثیرگذار خلق کند.

در تبلیغات مؤثر، آگاهی از چگونگی خلق یک محتوای خلاقانه بسیار مهم است. آن دسته از متخصصان امر تبلیغات که به چم و خم این مسیر آشنا هستند، اغلب به صورت نامتعارفی از رسانه‌ها استفاده می کنند. آن‌ها حتی گاهی رسانه‌های جدیدی را ایجاد کرده و علاقه زیادی به ایجاد ابزارها و روش‌های نوین تبلیغاتی دارند؛ ابزارهایی که می توانند باعث شوند تفکر یک آگهی به سادگی و به سرعت ثبت شود و اثر بخشی فوق العاده‌ای داشته باشد.

بازار داغ تبلیغات اینترنتی

در اینجا باید از آن دسته افرادی که دارای کسب و کار اینترنتی هستند، بپرسیم که شما برای سایت یا سامانه فروش اینترنتی خود چطور ترافیک جذب می کنید و از چه راه‌هایی برای جذب مشتری یا مخاطب بهره می برید؟

این اولین سؤالی است که صاحبان کسب و کار درباره بازاریابی دیجیتال باید به آن پاسخ دهند تا به آینده درخشان اقتصادی شغل‌شان اطمینان بیشتری پیدا کنند. اما با مشکل تنها جذب ترافیک مخاطبان و مشتریان است؟ باید بگوییم که پاسخ این سؤال منفی است. مشکل جذب ترافیک برای سایت نیست زیرا هزاران بستر ترافیک مانند گوگل، فیس بوک، توئیتر و... امکان تبلیغات را برای تمام کسب و کارها دارند. در واقع نه تنها این امکان را در اختیار کاربران خود قرار می دهند بلکه به شدت تمایل دارند به سایت شما ترافیک بدهند تا مخاطب جذب کنید. واقعیت این است که شما باید یاد بگیرید چطور از راه اصولی و کارآمد صاحب ترافیک شوید و در واقع چطور ترافیک مفید و ثمر بخش بگیرید. سپس باید بیاموزید که با ترافیک کسب شده چه کار کنید. این یک علم است که باید کسب کنید تا بدانید چه محصول یا خدماتی پیشنهاد دهید یا چه محتواهایی به بازدید کنندگان نشان دهید. آیا باید از آن‌ها بخواهید مشخصات فردی‌شان را بدهند یا مستقیماً از آن‌ها بخواهید محصول یا خدماتی را خریداری کنند؟ پاسخ دادن به تک تک این سؤالات ضروری است و به دانشی نیاز دارد که با گذراندن دوره‌های متعدد مارکتینگ به پاسخ آن‌ها می رسید. پس از آن کافی است کمی هوشمندی به خرج دهید و از رقبای خود در مسیر جذب مشتری پیشی بگیرید.

کشیده شده است. حاصل این چالش‌ها و تأثیرات شکل گیری پدیده تبلیغات اینترنتی بود و ظهور این پدیده باعث متبادر شدن این سؤال به آذهان است که: چرا از تبلیغات اینترنتی استفاده می شود؟

توجه به دو عنصر اساسی

در فضای کسب و کارها، تبلیغات چیزی فراتر از یک تیزر تبلیغاتی یا پوستر است. در واقع تبلیغات نوعی دانش و حتی فناوری است که شرکت‌ها و کسب و کارها برای پیشرفت خود باید از آن آگاه باشند یا از مشاوران خبره در این زمینه کمک بگیرند. همه ما شرکت‌های بزرگ خارجی و داخلی را می شناسیم که ما را با تبلیغات متعدد اعم از تبلیغات متنی، فیلم، کمپین‌ها و... شگفت زده کرده‌اند. وظیفه تبلیغات، فروش و ارائه محصول است و هر تبلیغ از دو قسمت متن و تصویر تشکیل شده است. دو جزء مکمل که باید در سریع ترین زمان پیام برند مربوطه را به بازار هدف و مخاطب برسانند. متن هر تبلیغ بسیار مهم و پراهمیت است که بر اساس نوع محصول یا خدمت هر برند و نام تجاری متفاوت نگاشته می شود.

لنگرگاه

نگین سرسبز خوزستان



اینجا صبح با عطر سبزه‌ها و نسیم آرامش آغاز می شود و آفتاب نرم‌نرمک از پشت ارتفاعات خودش را پهن می کند روی دشت‌ها. قدم می گذاری بر مخملی ترین چمن‌ها و بر پی مشامات از عطر گل‌ها، دیده‌ات از مناظر دل انگیز زاگرس و دلت از صدای دل نشین چشمه‌سارها و نغمه خوش پرندگان. اینجا «زراس» است؛ بهشتی در دل خوزستان. منطقه زراس از جاهای دیدنی استان خوزستان به شمار می رود و در ۵۰ کیلومتری شمال شرقی اهواز، ۱۴ کیلومتری جنوب شهر دهنز و ۳۹ کیلومتری سد کارون ۳ قرار دارد. با ۲۰۶ هکتار مساحت، این منطقه از شمال به ارتفاعات کوه گل و جاده ایزه-شهر کرد و از جنوب و غرب به حوزه آبریز سد کارون ۳ و روستای درب غریبی و از شرق به روستای زراس محدود می شود. بهترین فصل برای بهره بردن از آب‌وهوای لطیف و طبیعت زیبای زراس بهار است. در بهار باید کفش‌ها را از پا درآورد، دست‌ها را از هم گشود، در میان جاده پنهان در چمن هایش دويد و به آوای طبیعت گوش سپرد. زمستان‌ها، اما می شود دست نواز شگر سرمارا بر سر طبیعت این سرزمین دنبال کرد و از ارتفاعات پوشیده از برف و دشت‌های سفیدپوش لذت برد و حتی تابستان‌ها نیز به دور از گرمای طاقت‌فرسای سایر نقاط خوزستان چند صباخی را در اینجا به استراحت گذراند. ورود به دهکده تفریحی زراس برای همه گردشگران آزاد است و برای اسکان در این منطقه می توانید از میان ویلاها و سوئیت‌هایی با چشم‌انداز زیبای دریاچه یکی را انتخاب کنید. شاید هم برپایی چادر در دل طبیعت را ترجیح می دهید.

کاروبار

عضو مثبت گروه



گروه‌ها برای دلایل متعددی به وجود آمده‌اند. ممکن است پروژه کوتاه‌مدت یا مستلزم کار گروهی مداوم باشد. در هر صورت اگر از انرژی و خلاقیت کار گروهی بهره ببریم، گروه می تواند در زمان کمتر دستاورد بزرگ‌تری داشته باشد. گروه‌ها بخشی جدایی‌ناپذیر انجام کارها در سازمان‌ها هستند. اگر نشان دهید که می توانید به خوبی با دیگران کار کنید، این مسئله تأثیر عمده‌ای در حرفه شما دارد. عضو بارزشی برای تیم بودن می تواند فرصت‌های شغلی جدیدی ایجاد کند، زیرا مدیران ممکن است مستقیماً شاهد اینکه چه کار بزرگی انجام داده‌اید، باشند. حتی ممکن است از شما دعوت شود تا از توانایی‌های تان در یک تیم دیگر و در سطحی بالاتر از پروژه بهره ببرید. به همین دلیل اینکه یاد بگیرد یک بازیکن خوب در یک تیم باشید حائز اهمیت است. اگر تأثیر خوبی بر جا بگذارید، ممکن است فرصت‌هایی برای تان به وجود بیاید که هیچ وقت فکرش را هم نمی کردید. لازم است در ابتدا نقشی را در تیم‌تان پیدا کنید که به شما امکان انجام کارهایی را بدهد که به خوبی از پس آن‌ها بر می آید. اغلب به دلیل عدم وجود ارتباط و درک اهداف گروه است که تیم‌ها عملکرد خوبی ندارند. اگر می خواهید بازیکن خوب تیم باشید، حتماً اهداف گروه را درک کنید. در گروه فعال باشید. اگر شخص دیگری در مورد ایده‌ای که جواب نمی دهد، بحث کند و شما ساکت بنشینید، ممکن است به شانس تیم برای دستیابی به نتایج مطلوب آسیب بزنید.

راهکار

شجاعت معذرت‌خواهی



عذرخواهی امری بسیار مهم در هر نوع رابطه بین دو انسان محسوب می شود. در واقع این کار راهی است برای نشان دادن احترام و همدلی با شخص یا اشخاص آسیب‌دیده و از این رو در روابط بین فردی و روابط اجتماعی بسیار تأثیرگذار است. چه بسا مرافعه‌ها و انتقام‌هایی که با یک عذرخواهی ساده رفع و رجوع می شوند و بر عکس عدم عذرخواهی می تواند یک برخورد ساده را به کینه و دشمنی عمیقی تبدیل کند. با این اوصاف باید در نظر داشته باشیم که «عذرخواهی کردن» اصول و قواعدی دارد که در صورت عدم رعایت آن ممکن است نتیجه عکس داشته باشد. پس بهتر است بدانیم چگونه باید عذرخواهی کنیم. اولین گام این است که مشکل را پیدا کنیم. تا زمانی که ندانید به‌طور مشخص برای چه موردی باید عذرخواهی کنید، عذرخواهی شما چیزی را حل نمی کند. در دومین گام باید مسئولیت اشتباه خود را بپذیریم. اگر عذرخواهی تمام و کمال نباشد خود نوعی توهین است. عذرخواهی همراه با توجیه و بهانه آوردن دیگر عذرخواهی نیست. همچنین مهم است که هنگام عذرخواهی اول موضوع و دلیل عذرخواهی را بیان کنید و سپس با بیان روشن و واضح به‌خاطر آن عذرخواهی کرده و بخواهید که پذیرفته شود. اگر امکان مکالمه رودررو وجود ندارد یا نمی توانید مستقیماً عذرخواهی کنید می توانید با نوشتن نامه‌ای برای فرد مورد نظر و بیان همه حرف‌هایی که دوست داشتید رودررو به او بگویید از او عذرخواهی کنید. اما همیشه یادتان باشد که بهترین و مؤثرترین روش، عذرخواهی مستقیم و رودررو است.

صید ماهی کنار یل سنگور - خرمشهر



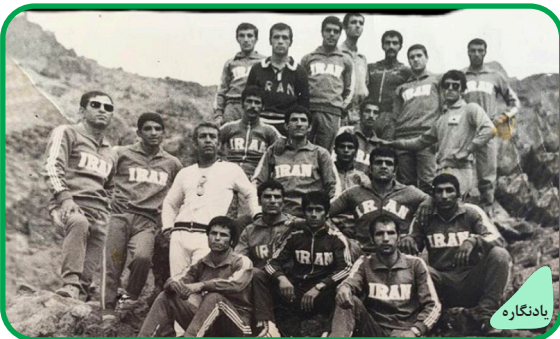
زادبوم

من فمیده‌ام که...

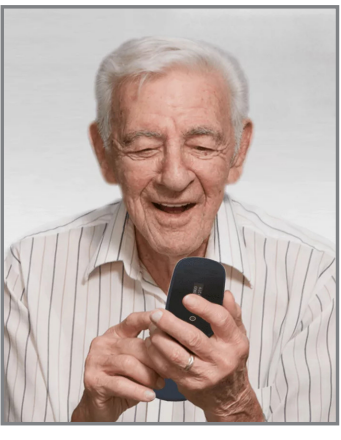
باید خودم را تنها و تنها با خودم مقایسه کنم؛ چرا که قیاس با هر فرد دیگری، برای من آسیب‌زا خواهد بود.

رواق

تیم ملی بوکس ایران - ۱۳۳۷



یادنگاره



زادبوم