

الإشهار والتسويق

1- تمهيد :

بعد مرحلة التصنيع والانتاج يتم تسويق المنتج ، ولتسهيل ولوجه الى السوق وضمان تنافسية وتقريبه من المستهلك يتم الاعتماد على وسائل الاشهار وشبكات التوزيع.

2- الاشهار :

1-2- تعريف :

الاشهار هو مجموعة من الوسائل المستعملة من اجل التعريف بالمقولة ومدح منتجها وتحفيز الزبناء على اقتنائه .

ملاحظة : الاشهار ضرورة قائمة لضمان تنافسية المقولة والمنتج واثارة رغبة المستهلك للشراء .

2-2- وظائف الاشهار :

يلعب الاشهار عدة وظائف اهمها :

- يثير الانتباه ويشد الاهتمام بالمنتج.
- يحمس الزبون لاقتناء المنتج.
- يدفع الزبون الى اقتناء المنتج.

3-2- مكونات عملية الاشهار :

يعتبر الاشهار شكلا من اشكال التواصل بحيث يمكن تمييز المرسل والمستقبل والرسيلة الاشهارية (الخطاب الاشهاري) ، ويمكن تمثيل ذلك على الشكل التالي :



أ - مختلف وسائل الاشهار :

تلعب وسائل الاتصال دور القناة الحاملة للرسيلة الاشهارية (الخطاب الاشهاري) ، وتتوزع بين التقليدية والحديثة ، إذ ظهرت الوسائل الحديثة بظهور التقنيات الجديدة للاعلام والتواصل .

الوسائل التقليدية	الوسائل الحديثة
- التلفزة	- رسائل عبر الهاتف المتنقل
- الصحافة المكتوبة المؤدى عنها	- الانترنت
- الراديو	- الصحافة المكتوبة المجانية
- الملصقات	- الفيديو والاقراص المدمجة
- البريد العادي	
- المعارض	
- الهاتف الثابت	
- السينما...	

ب- الرسيلة الاشهارية : هي كل ما توظفه المقولة من نص وصورة ورسم وفيديو... لمخاطبة الزبون المستهدف قصد تمرير فكرة معينة وتثبيتها لديه .

2-4- تنظيم الحملة الاشهارية :

تقوم تنظيم الحملة الاشهارية على المراحل التالية :

- الاعداد : ويهم ربط الاتصال مع المعلن وتحديد الاهداف والفئة المستهدفة ومدة الاشهار ومحاور الخطاب الاشهاري...
- انتاج الخطاب الاشهاري : انجاز الملصق او تصوير اللقطة الاشهارية...

- التجريب الاولي للحملة الاشهارية : رصد تاثير الخطاب الاشهاري على عينة محدودة وتعديل ما يمكن تعديله .
- الارسال : بث اللقطة الاشهارية او تثبيت الملصقات او اصدارها في الجرائد .
- استخلاص النتائج : تمكن هذه المرحلة من التعرف على مدى تاثير لحملة الاشهارية على المبيعات...

Pour plus de cours merci de visitez : www.9alami.com