

نظريات الإعلان والتسويق

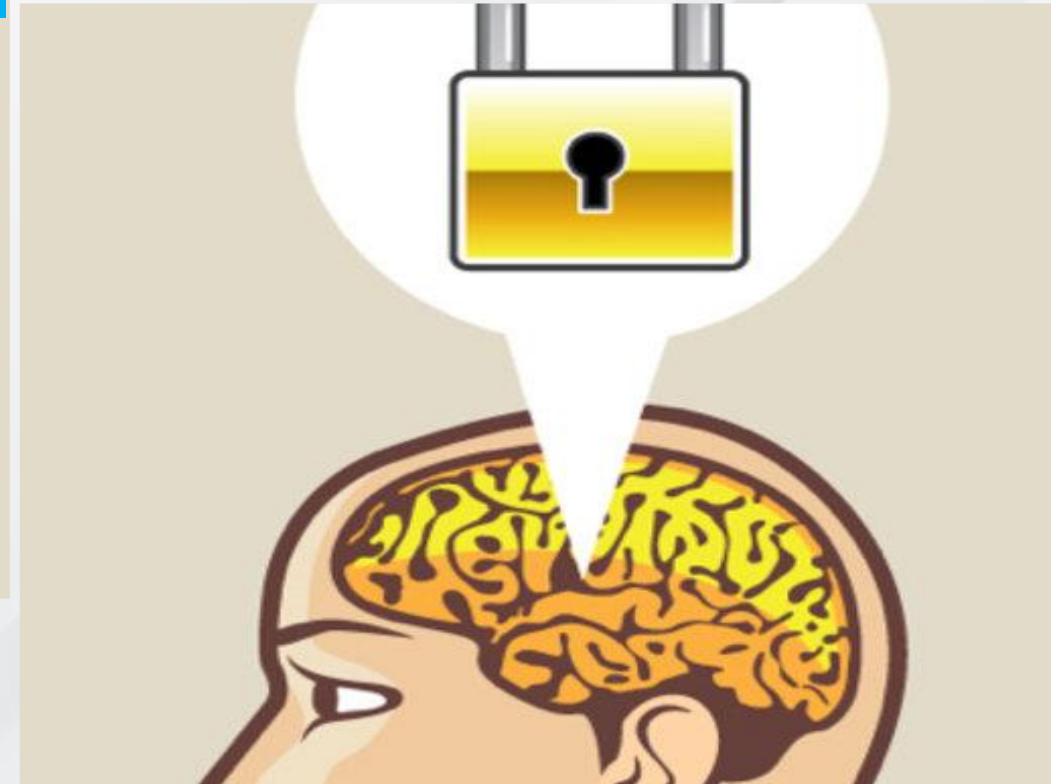
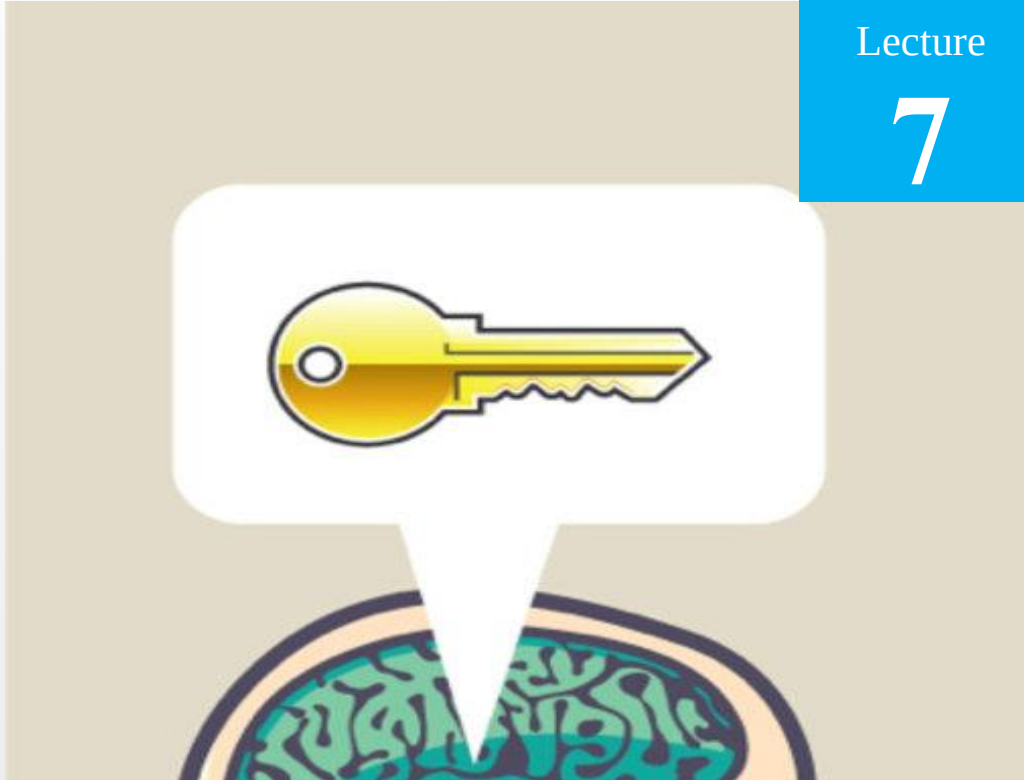
Lecture 7

MKT 122

Lecture

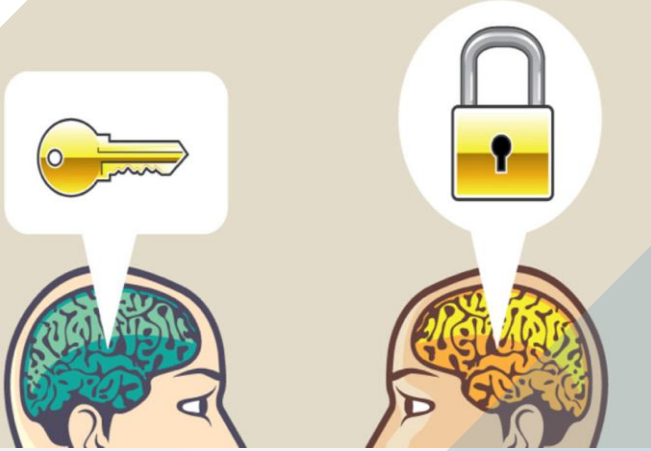
7

المداخل الإقناعية للنظريات الإعلانية



Lecture
7

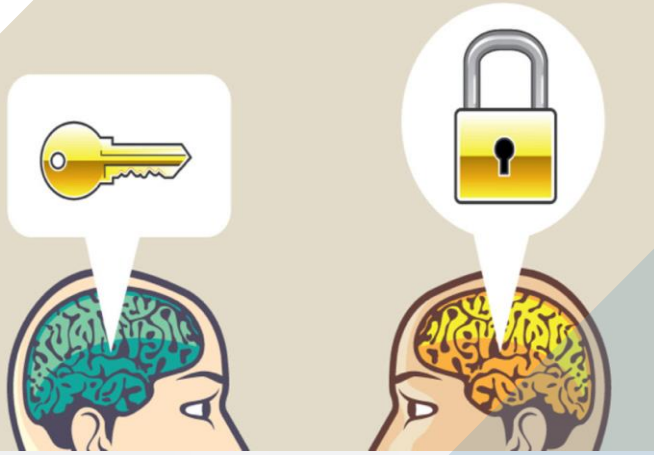
محتويات المحاضرة



1. تمهيد.
2. ماهية الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة.
3. أنواع الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة
4. الخاتمة

Lecture
7

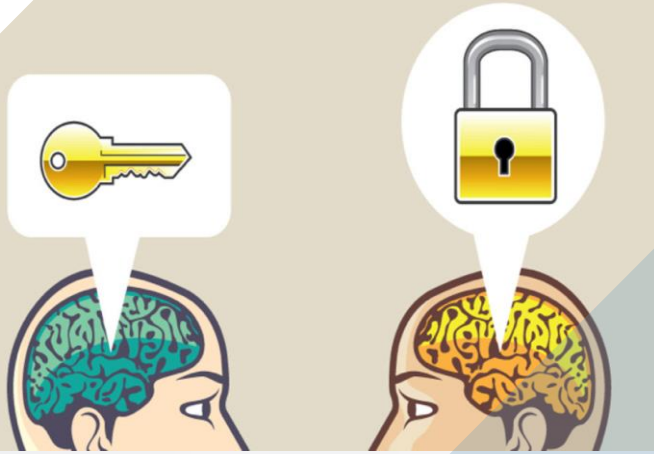
تمهيد



- تهدف الرسائل الإعلانية إلى جذب انتباه الجمهور وإقناعه بشراء منتج أو استخدام خدمة معينة. ولتحقيق هذا الهدف يستخدم المعلن العديد من الاستراتيجيات الإعلانية المختلفة.
- يُعد الهدف الرئيسي للاستراتيجيات الإعلانية هو جذب انتباه الجمهور المشاهد للرسالة الإعلانية للوصول إلى النتيجة المرجوة وهي تحقيق التأثير على المستهلك والأقبال على شراء المنتج أو الخدمة المعلن عنها خلال الرسالة الإعلانية عبر الوسيلة الإعلانية، وذلك عن طريق اعتماد النظريات الإعلانية والنماذج المختلفة على أن يجب من الضروري إقناع المستهلك بالمنتج بهدف الإقبال على شراء المنتج أو استخدام الخدمة المعلن عنها أو تغيير سلوك معين خاطئ.

Lecture
7

تمهيد

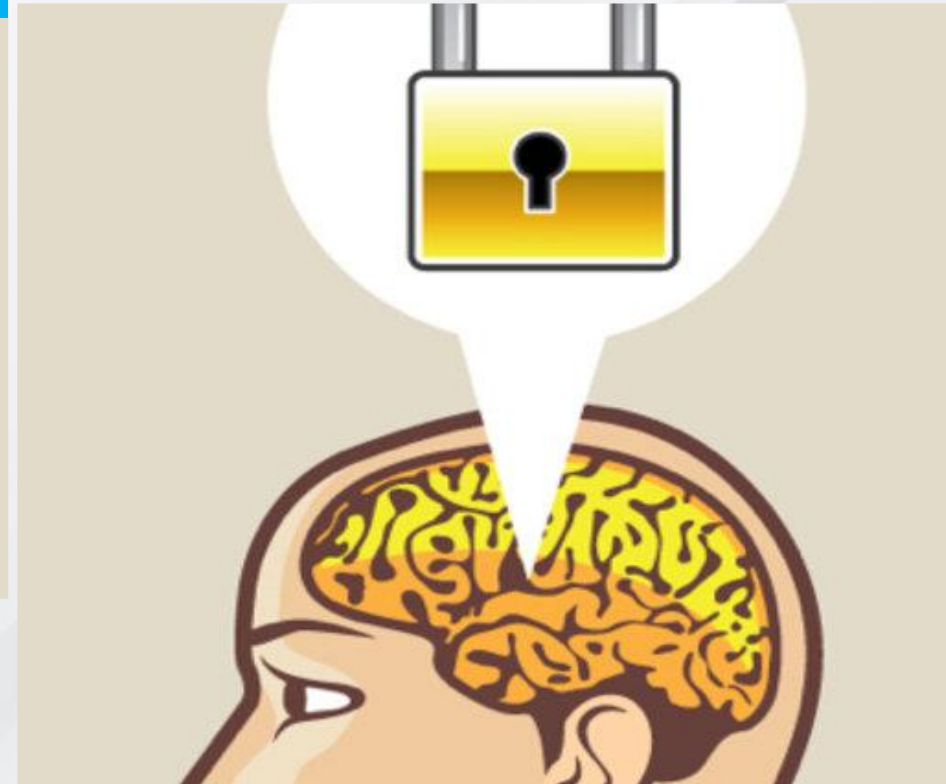
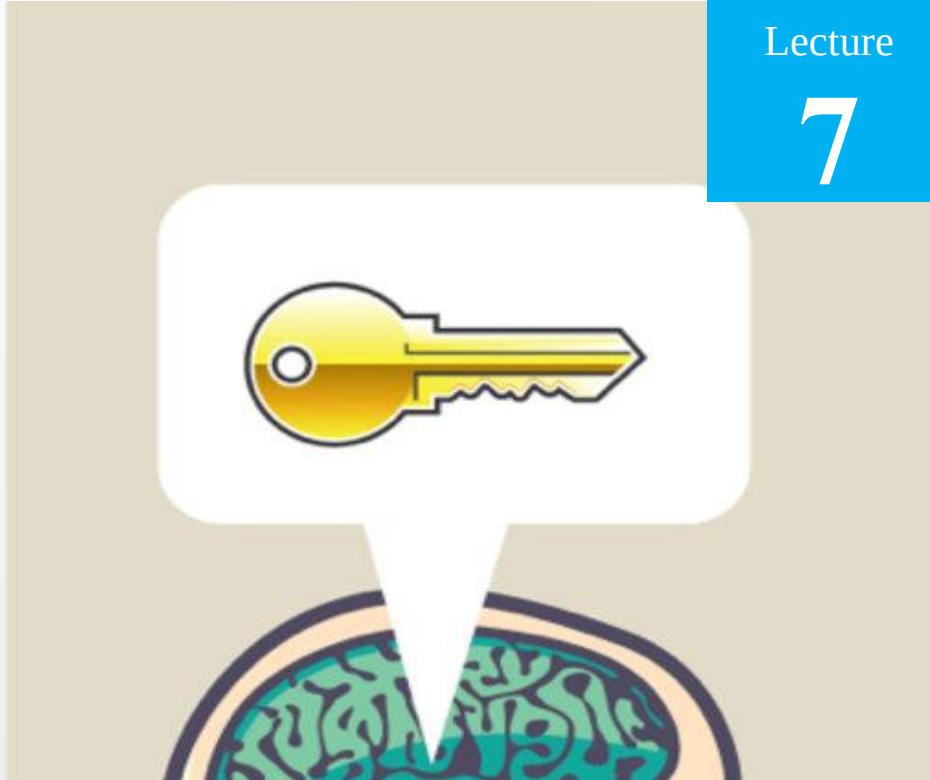


- لذلك كان من المؤكد أن يتواجد منهجية إعلانية لدى المعلن ونقطة بيعية مميزة يعمل المعلن على إظهارها داخل الرسالة الإعلانية للتأثير على المستهلك.
- ولذلك وجد المعلن أن الاستمالات الإعلانية هي الخريطة الفكرية التي سوف يسير عليها داخل الرسالة الإعلانية للوصول إلى الهدف المرجو له، بهدف شراء المستهلك للمنتج المعلن عنه.

Lecture

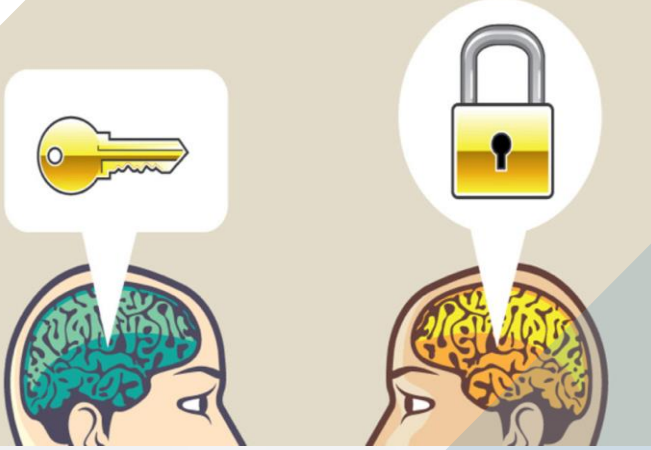
7

ماهية الاستمالات الإقناعية الإعلانبة المباشرة



Lecture
7

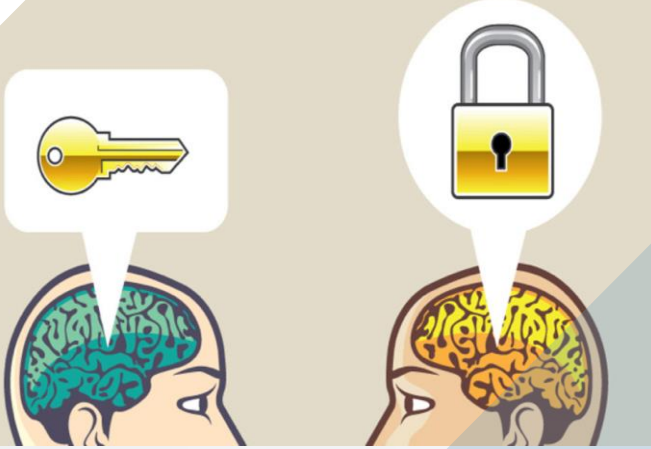
ماهية الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

• تعريف الاستمالة:

➤ هي استخدام الأساليب والتكتيكات للحصول على اهتمام شخص ما أو إقناعه أو الحصول على رضاه. حيث أنها استراتيجية تستخدم في مجموعة متنوعة من السياقات، بدءًا من الإعلانات التجارية والحملات التسويقية إلى التواصل الشخصي والعلاقات الاجتماعية.

Lecture
7

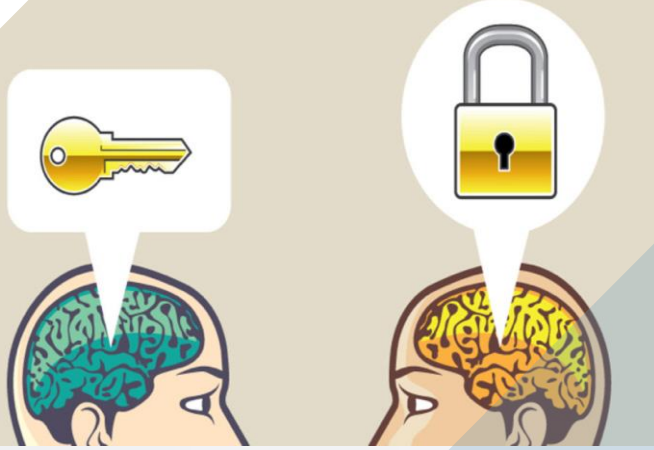
ماهية الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



- تستخدم الاستمالة للتأثير على تصرفات الآخرين ورؤيتهم وتعلق فيهم عاطفياً أو عقلياً، بهدف الوصول إلى أهداف محددة. وهي تعتمد على فهم الأفراد وال جماهير المستهدفة والتعامل بشكل يلفت انتباههم ويجذب اهتمامهم.
- قد تشمل استراتيجيات الاستمالة عاطفة الأمومة والأبوة، الحاجة إلى الطعام والشراب وغيرها من مختلف الأنواع حيث أن هدف استخدام الاستمالات الإعلانية هو الإقناع والمنطق المقنع، مع التأثير على العواطف والمشاعر، مع إبراز الفوائد والمزايا، بالإضافة إلى التركيز على الرغبات والاحتياجات الشخصية للمستهلك.

Lecture
7

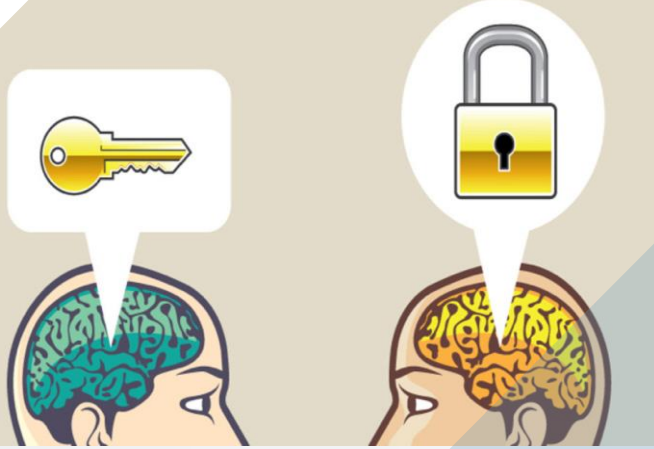
ماهية الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



➤ لذلك يجب أن يتم استخدام الاستمالة بطرق أخلاقية ومسؤولة، مع مراعاة حقوق ومصالح الآخرين وعدم إيذاءهم أو استغلالهم. بالإضافة إلى أنه يجب أن تستند الاستمالة إلى التواصل الصادق والمعلومات الدقيقة لتحقيق النتائج المرغوبة.

Lecture
7

ماهية الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

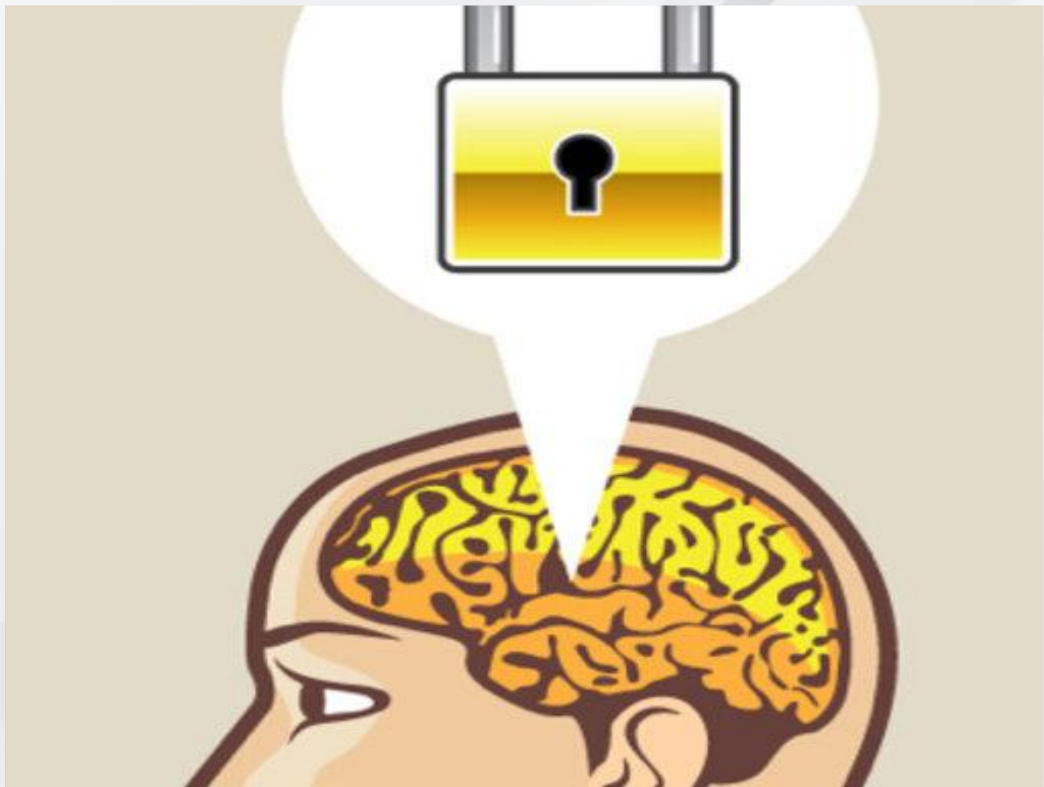


➤ لذلك تُعد الاستمالات الإعلانية هو أسلوب عرض الرسالة الإعلانية في الإعلانات بهدف جذب انتباه الجمهور وإقناعهم بشراء منتج أو خدمة معينة. حيث تلعب الاستمالات الإعلانية دورًا هامًا في جذب الاهتمام وإيصال رسالة الإعلان بشكل فعال.

Lecture

7

أنواع الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة



1. حب الاقتصاد والرغبة في الفوز:

➤ حب الاقتصاد والرغبة في الفوز هما عوامل قوية تدفع الناس للمشاركة في المسابقات. حيث يمكن استخدام هذه العوامل في الاستثمارات الإعلانية لجذب الاهتمام وتحفيز الجمهور على المشاركة. هنا بعض الطرق التي يمكن استخدامها:

A. عروض الجوائز والمكاسب المحتملة: يمكن تقديم جوائز قيمة وجذابة للفائزين في المسابقات الاقتصادية. حيث يمكن ذلك على شكل نقود، رحلات سفر، هدايا مادية، أو فرص للحصول على فوائد خاصة.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة



B. الترويج للعروض المغرية: يمكن استخدام الاستثمارات الإعلانية حب الاقتصاد والرغبة في الفوز لتسليط الضوء على عروض المبيعات والصفقات الحصرية. لذلك تعمل هذه الاستثمارات على إثارة شغف الجمهور ومنحهم فرصة للفوز بمنتجات مخفضة الأسعار أو تجارب فريدة.

C. التشويق والتحدى: يمكن استخدام الاستثمارات الإعلانية حب الاقتصاد والرغبة في الفوز لإثارة الحماس والتحدى للجمهور. حيث يمكن إطلاق تحديات اقتصادية أو مسابقات معينة لتشجيع الجمهور على المشاركة والتفاعل.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة



D. استخدام الشهادات وقصص النجاح: حيث يمكن استخدام شهادات الفائزين السابقين وقصص النجاح التي تحكي عن تجاربهم في المسابقات الاقتصادية لإلهام الجمهور وإظهار الفوائد التي يمكن تحقيقها.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة



➤ لذلك باستخدام الاستثمارات الإعلانية حب الاقتصاد والرغبة في الفوز، يمكن تحفيز الجمهور على المشاركة في المسابقات الاقتصادية وإشعال رغبتهم في الفوز.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ حالة عملية عن استثمار حب الاقتصاد والرغبة في الفوز:



إعلان تطبيق جوميا

https://youtu.be/Z0JtRcNYnYc?si=kTntvnf_W9DORuWC

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



الاقتناء

2. الرغبة في الاقتناء والتملك:

➤ تُعد استمالة الرغبة في الاقتناء والتملك يعتبر مفهومًا تسويقيًا يهدف إلى إثارة رغبة الجمهور في اقتناء منتج معين أو التملك والاستمتاع به. حيث يعتمد هذا المفهوم على فهم الرغبات العاطفية والنفسية للأفراد في امتلاك الممتلكات واستمالتهم لشرائها.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة



الاقتناء

- تستخدم استمالة حب الاقتناء والتملك العديد من الاستراتيجيات والتقنيات للتأثير على الجمهور وجعله يرغب في امتلاك المنتج. بعض هذه الاستراتيجيات تشمل:
- التسويق العاطفي: يتم توجيه الإعلانات والحملات الترويجية بطريقة تتلاعب بالمشاعر والعواطف للجمهور. يستخدم هذا التوجيه لإنشاء ارتباط عاطفي مع المنتج وإثارة رغبة قوية في اقتنائه.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



الاقتناء

- إبراز الفخر والانتماء: تستخدم الاستمالة لإبراز كيفية أن امتلاك المنتج يمكن أن يعكس هويتهم الشخصية ويعزز مكانتهم في المجتمع. من خلال هذه الإبرازات يتم تعزيز الرغبة في الاقتناء والتملك.
- الاستمتاع بالتجربة: تعزز الاستمالة من خلال التركيز على تجربة الاستخدام والاستمتاع بالمنتج. من خلال تسليط الضوء على الفوائد والملامح الجذابة للمنتج، يتم تشجيع الرغبة في الاقتناء والتملك.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ حالة عملية عن استمالة الرغبة في الاقتناء والتملك:



إعلان دانيت

https://youtu.be/j7iF89D7W7o?si=ONaMKoqrakm_leiD



الاقتناء

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

3. استمالة الأمومة والأبوة:

➤ تستخدم استمالة الأمومة والأبوة لجعل الآباء والأمهات يرغبون في شراء منتجات أو خدمات تلبي احتياجات أطفالهم وتعزز تجربتهم كوالدين. لذلك هناك بعض الاستراتيجيات التي يمكن استخدامها في هذه الاستمالة:

• التركيز على راحة وسلامة الأطفال:

➤ يمكن استخدام الاستمالة لإظهار كيف يساعد المنتج أو الخدمة على تحسين صحة وسلامة الأطفال. حيث يمكن ذلك عن طريق تسليط الضوء على المكونات الطبيعية والسلامة المضمونة وتصميمات المنتج الانسيابية التي تهدف إلى جعل الحياة اليومية للآباء والأمهات أسهل وأكثر أمانًا.



Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



- الترويج لمنتجات وخدمات تساهم في التطور والتعلم: يمكن استخدام الاستمالة لتسليط الضوء على المنتجات والخدمات التي تعزز تعليم الأطفال وتطويرهم. حيث يعمل على تسليط الضوء على الألعاب التعليمية والأدوات التعليمية المبتكرة التي تعزز التنمية الشاملة للطفل.
- إبراز الراحة والتسهيلات للآباء والأمهات: يمكن استخدام الاستمالة لإظهار كيف يساعد المنتج أو الخدمة في تبسيط وتسهيل حياة الآباء والأمهات. حيث يمكن أن يشمل ذلك تكنولوجيا الطفل الذكية التي تساعد على راحة الآباء والأمهات وتوفير الوقت والجهد المبذول في التنظيف والرعاية.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة

• التسويق التجاري الموجه:

➤ يمكن استخدام الاستثمارات لتحديد الاحتياجات والأهداف الشخصية للآباء والأمهات وتقديم المنتجات والخدمات التي تتوافق مع تلك الاحتياجات. على سبيل المثال يمكن أن يشمل ذلك المنتجات والخدمات الفاخرة للآباء والأمهات الذين يبحثون عن الحصول على تجربة استثنائية أو يفضلون المنتجات العضوية والصديقة للبيئة.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة

• استخدام قصص النجاح:

➤ يمكن استخدام الاستثمارات لتقديم قصص نجاح حول استخدام المنتج أو الخدمة في رعاية الأطفال وتحقيق تجارب ناجحة للآباء والأمهات. لذلك هذه القصص يمكن أن تلهم وتشجع الآباء والأمهات على الاستثمار في المنتج.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ حالة عملية عن استثمار الأمومة والأبوة:



إعلان Pampers

<https://youtu.be/xMYXTr6hrEg?si=qP6uNDkXYa5PiqI1>

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

4. الحاجة إلى الصحة والجمال:

➤ يمكن استخدام استمالة الحاجة إلى الصحة والجمال لإثارة الحاجة إلى الصحة والاهتمام بالجمال وجعل الناس يرغبون في شراء المنتجات أو الخدمات التي تلبي احتياجاتهم في هذا الصدد.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

حيث يمكن استخدام هذه الاستمالة من خلال المحاور الآتية:

- التركيز على الفوائد الصحية: يمكن استخدام الاستمالة لإبراز الفوائد الصحية للمنتج أو الخدمة المعروضة. حيث يتم ذلك عن طريق التركيز على المكونات الطبيعية، الفيتامينات، المعادن، والمكونات المغذية الأخرى التي يمكن أن تعزز الصحة وتجميل البشرة.
- إبراز النتائج الملموسة: يمكن استخدام الاستمالة لتسليط الضوء على النتائج الملموسة التي يمكن أن يحققها المنتج أو الخدمة فيما يتعلق بالصحة والجمال. مثال: لذلك يمكن تسليط الضوء على تحسين مظهر البشرة، تقوية الشعر، فقدان الوزن، أو تحسين اللياقة البدنية.



Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

- الشهادات والمراجعات: يمكن استخدام الاستمالة لعرض شهادات ومراجعات من العملاء السعداء الذين استفادوا من المنتج أو الخدمة. لذلك يساعد هذا في بناء الثقة وتعزيز الرغبة في الاستمتاع بالفوائد الصحية والجمالية المعروضة.
- الترويج لأسلوب حياة صحي: يمكن استخدام الاستمالة لربط المنتج أو الخدمة بأسلوب حياة صحية ونشطة. حيث يمكن أن يشمل ذلك ترويج للتمارين الرياضية، ونظام غذائي صحي، وعادات حياة متوازنة. من خلال ذلك، يمكن استمالة الرغبة في الاهتمام بالصحة والجمال واستخدام المنتجات أو الخدمات المشار إليها.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ حالة عملية عن استمالة الحاجة إلى الصحة والجمال:



إعلان بنادول إكسترا

<https://youtu.be/Manr7L4omiA?si=ZivoUdSISEa8uA4R>

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

5. الخوف:

- استمالة الخوف هي استراتيجية تستخدم لإثارة الخوف أو القلق لدى الأفراد بهدف تحقيق الإقبال على شراء منتج أو خدمة معينة يأمّن المستهلك من الشعور بالقلق.
- تهدف استخدام استمالة الخوف إلى إثارة المخاوف والقلق لدى الناس حول مشكلة معينة، ثم تقديم حل أو منتج يبدو وكأنه الحل الوحيد أو الأمثل لتلك المشكلة. حيث يمكن استخدام تأثير الخوف والقلق لجذب انتباه الجمهور وإقناعهم بضرورة اتخاذ إجراء فوري أو شراء منتج معين لتجنب المخاطر أو التحسين من وضعهم الحالي.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



- ومع ذلك، يجب ممارسة الحذر عند استخدام استمالة الخوف في التسويق، حيث يمكن أن يؤدي ذلك إلى إحداث تأثيرات سلبية على الصحة النفسية للأفراد وتساعد القلق والتوتر لديهم.
- وهناك أيضًا استخدام آخر لاستمالة الخوف في المجال الصحي، حيث يتم استخدامها لتوعية الناس بمخاطر معينة وتحفيزهم على اتخاذ إجراءات وقائية للحفاظ على صحتهم. ولكن حتى في هذه الحالة، يجب أن تكون التوعية معتدلة ومبنية على معلومات دقيقة وصحيحة.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ حالة عملية عن استمالة الخوف:



إعلان لقاح كورونا

<https://youtu.be/IlIb4asVhEw?si=QfyONR6Vj1rb6XAY>

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

6. الراحة وبذل أقل مجهود:

➤ تستخدم الاستمالة لإثارة رغبة الناس في الحصول على الراحة وتوفير وقت وجهد أكثر قليلاً، وتنتشر هذه الاستمالة عند التركيز على عروض الخدمات والتطبيقات التي توفر الراحة والرفاهية للمستهلك.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



➤ يتم استخدام استمالة الراحة وبذل أقل مجهود من خلال محاور رئيسية :

➤ تسهيل العملية: يمكن استخدام الاستمالة لتسليط الضوء على سهولة استخدام المنتج أو الخدمة وكيف يمكن أن يساعد في تبسيط العمليات وتوفير الوقت. فعلى سبيل المثال: يمكن تسليط الضوء على واجهة سهلة الاستخدام، أدوات تقنية تسهم في إتمام المهام بسرعة، أو خدمات توفر الوقت والجهد.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



➤ **تخفيف الضغط :** يمكن استخدام الاستمالة لإظهار كيف يمكن أن يساعد المنتج أو الخدمة في تخفيف الضغط وتقليل التوتر. حيث يمكن ذلك عن طريق التركيز على الفوائد الاسترخائية، مثل المنتجات العلاجية.

➤ **توفير الوقت والجهد :** يمكن استخدام الاستمالة لإظهار كيف يمكن للمنتج أو الخدمة توفير الوقت والجهد. حيث يمكن أن يكون ذلك عن طريق ترويج للتقنيات الحديثة والمنتجات التي تعزز في الأداء الأفضل وتقليل الجهد المطلوب، مثل الأجهزة الذكية والتكنولوجيا الآلية.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ سهولة الصيانة : يمكن استخدام الاستثمارات لتسليط الضوء على سهولة الصيانة والعناية بالمنتج أو الخدمة. حيث يمكن أن يشمل ذلك المنتجات التي تتطلب صيانة باستمرار، أو الخدمات التي توفر العناية المبسطة، مما يوفر الجهد والوقت للمستخدم.



Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ حالة عملية عن استمالة الراحة وبذل أقل مجهود:

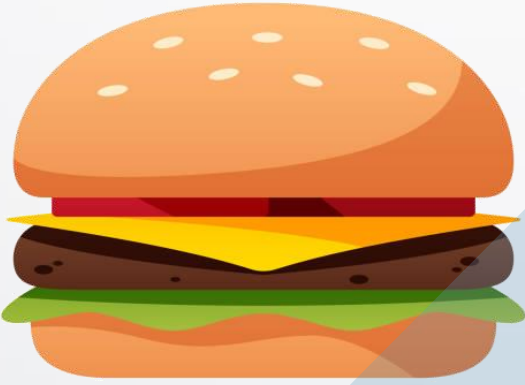


إعلان تطبيق SWVL

<https://youtu.be/rWdr0uiK3c4?si=x6fxnejDEtbCayOL>

Lecture
7

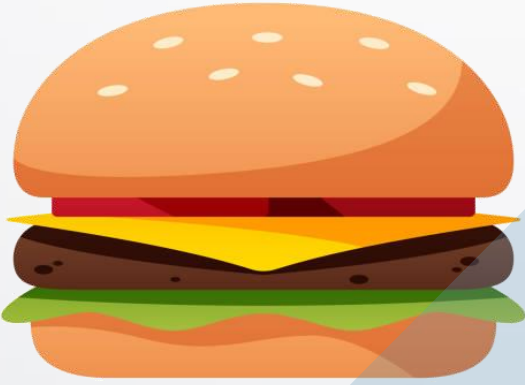
الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

7. الحاجة إلى الطعام والشراب:

➤ تستخدم استمالة الحاجة إلى الطعام والشراب لأظهار الأطعمة المختلفة والمذاقات التي من الممكن ترضي حب المستهلك في الأطعمة المختلفة وذلك لجذب انتباه المستهلك داخل الإعلان المقدم عن الأطعمة والمشروبات والمذاقات المختلفة.

Lecture
7

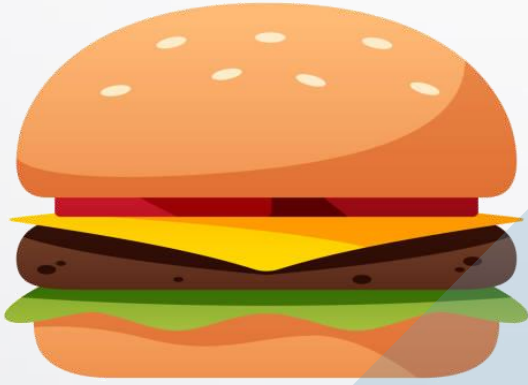
الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



- يتم استخدام استمالة الحاجة إلى الطعام والشراب من خلال محاور رئيسية :
- تسليط الضوء على النكهات والمذاقات المختلفة: يمكن استخدام الاستمالة للتركيز على النكهات اللذيذة والمذاقات المميزة التي يقدمها المنتج أو المشروب. لذلك يمكن استخدام الكلمات التي تعبر عن جودة الطعم الرائع.
- تعزيز الصحة والغذاء الصحي: يمكن استخدام الاستمالة للترويج لفوائد صحية وغذائية للمنتج أو المشروب. لذلك من الممكن أن تركز على التغذية المتوازنة.

Lecture
7

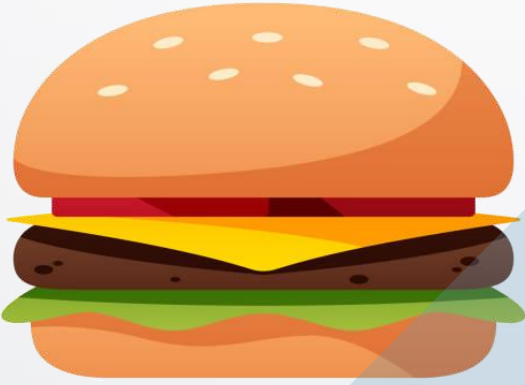
الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



- إبراز الأحداث والتجارب الاجتماعية: يمكن استخدام الاستمالة لتسليط الضوء على كيفية أن المنتج أو المشروب يمكن أن يعزز الأحداث الاجتماعية ويساهم في تحسين التجارب الاجتماعية. حيث يشمل ذلك الطعام اللذيذ للمشاركة في الأحداث الاجتماعية، مشروبات تجمع الأصدقاء، وتجارب تناول الأطعمة الممتعة.

Lecture
7

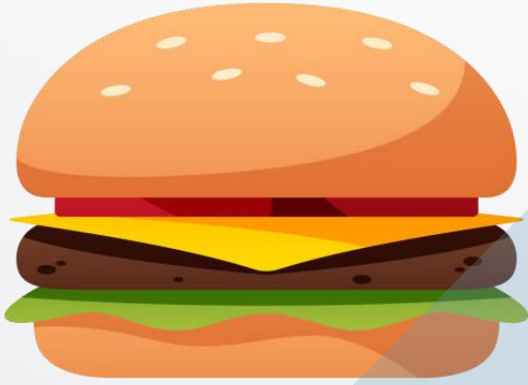
الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



- الترويج للمشروبات الحيوية والطاقة : يمكن استخدام الاستمالة لتسليط الضوء على المشروبات التي توفر الحيوية والطاقة. حيث تساعد على التشجيع على استخدام المشروبات المنشطة التي تحتوي على مواد طبيعية محفزة للطاقة مثل القهوة أو الشاي.
- الإعلان عن العروض الخاصة والتخفيضات : يمكن استخدام الاستمالة لإثارة الحاجة إلى الطعام والشراب من خلال الترويج للعروض الخاصة والتخفيضات. فمن الممكن أن تشمل ذلك تنزيلات الأسعار، وعروض "اشترى واحد واحصل على الآخر بنصف السعر"، وعروض الوجبات الخاصة بقيمة مضافة.

Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة



➤ حالة عملية عن استمالة الحاجة إلى الطعام والشراب:



إعلان شيكولاته KitKat

https://youtu.be/GMmI8SvZ2nI?si=MbFTSZCHG_0xM-qP

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

8. الميل إلى المحاكاة:

➤ تُعد استمالة الميل إلى المحاكاة هي استراتيجية استخدمت لإثارة الرغبة في تقليد سلوك أو سمات الآخرين. حيث يتم غالبًا استخدامها في التسويق والإعلان لتشجيع الجمهور على تجربة منتج ما.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة



➤ لذلك يتم الاستفادة من طبيعة البشر في تقليد ومحاكاة سلوك الآخرين لتسهيل عملية التأثير والتغيير. حيث يتضمن ذلك عرض النماذج أو القصص الملهمة للأفراد الذين تمكنوا من تحقيق النجاح باستخدام المنتج أو الفكرة المقدمة؛ بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام أشخاص ذوي تأثير كسفراء للماركة أو المنتج لإلهام الآخرين بتجربتهم واستخدام المنتج أو الخدمة.

Lecture
7

الاستمالات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ ومن ضمن الأشخاص المؤثرين على قرارات المستهلك الشرائية للسلع المعلنه الاستعانة بالمشاهير في الطب أو العلم أو الفن فيكون لهم تأثير قوى في عملية جذب الانتباه والتأثير على الجمهور المستهدف.



Lecture
7

الاستثمارات الإقناعية الإعلانية المباشرة

➤ حالة عملية عن استمالة الميل إلى المحاكاة:



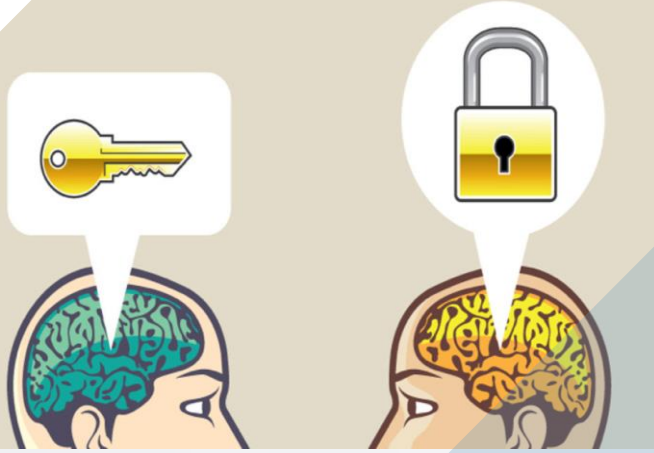
إعلان شبكة اتصالات e&

https://youtu.be/XFKKI_mBHPI?si=WBmOKnWg6-WfpHyR



Lecture
7

خاتمة



- قدمت المحاضرة عرضًا دقيقًا لماهية الاستمالات الإعلانة وكيفية الاستفادة منها من قبل المعلن للتأثير على المستهلك وجذب انتباهه من خلال الرسالة الإعلانة للوصول إلى النتيجة المرجوة وهى تحقيق التأثير على الجمهور المستهدف والأقبال على شراء المنتج أو الخدمة المعلن عنها خلال الرسالة الإعلانة عبر الوسيلة الإعلانة.
- كما قدمت المحاضرة عرضًا عن أنواع الاستمالات الإعلانة وكيفية الاستفادة من كلاً منهما على حدى بناءً على طبيعة المنتج ومدى اتصال نوع الاستمالة بنوعية المنتج أو الخدمة المعلن عنها.



Thank You