

استراتيجيات الإعلان والتسويق

Lecture 2

MKT 211



2



1. تمهيد.
2. ماهية الحملات الإعلانية.
3. أنواع استراتيجيات الحملة الإعلانية.
4. استراتيجيات طريقة عرض الحملات الإعلانية.
5. استراتيجيات كثافة عرض الحملات الإعلانية.
6. مميزات استراتيجية الكثافة المتساوية.
7. عيوب استراتيجية الكثافة المتساوية.
8. مميزات استراتيجية الكثافة المتنامية.
9. عيوب استراتيجية الكثافة المتنامية.
10. مميزات استراتيجية الكثافة المتلاشية.

Lecture 2

محتويات المحاضرة

11. عيوب استراتيجية الكثافة المتلاشية.
12. مميزات استراتيجية الكثافة المتذبذبة.
13. عيوب استراتيجية الكثافة المتذبذبة.
14. خاتمة.



- تلعب الحملات الإعلانية دوراً حاسماً في جذب انتباه العملاء المحتملين وتعزيز الوعي بالعلامة التجارية؛ لذلك تعد استراتيجيات الحملات الإعلانية عاملاً أساسياً لنجاح أي عملية تسويقية، حيث أنها تهدف إلى تحقيق أهداف واضحة وزيادة المبيعات والوعي بالعلامة التجارية.
- لذلك ستعرض المحاضرة بعضاً من استراتيجيات الحملات الإعلانية الشائعة التي يمكن للشركات اعتمادها لتحقيق أهدافها التسويقية بشكل أفضل. لذلك سنتناول المحاضرة شرحاً دقيقاً على الاستراتيجيات المختلفة وكيفية تطبيقها بفعالية للوصول إلى الجمهور المستهدف بشكل أفضل وتحقيق نتائج إيجابية؛ بالإضافة إلى شرح لمميزات وعيوب كل استراتيجية على حدى.

Lecture

2

ماهية الحملات الإعلانية



Lecture 2

ماهية الحملات الإعلانية



➤ مفهوم الحملة الإعلانية:

- يمكن تعريف الحملات الإعلانية كبرامج إعلانية محددة تهدف إلى ترويج منتج جديد، أو التنافس مع المنافسين، أو مواجهة انخفاض في المبيعات، أو إعلان تغييرات في سياسات التسويق، أو إعلان اسم تجاري جديد للمستهلكين، أو بناء ولاء تجاه علامة تجارية معينة.

هناك بعض الأسس الأساسية في تخطيط الحملات الإعلانية، سواء كان الإعلان عن منتج أو خدمة أو فكرة معينة. وتتمثل هذه القواعد في:

1. التركيز:

يتم التركيز على هدف معين ووسائل إعلانية محددة، مع تحديد دقيق للفئة المستهدفة ونقاط البيع.

Lecture

2

ماهية الحملات الإعلانية

2. السيطرة:

التفوق على المنافسين في سوق معينة يعني القدرة على اختيار وسائل إعلانية محددة، والابتكار في مجالات التصميم والتحرير والإخراج. حيث تعتمد المنافسة على فكرة جديدة وجاذبة، بالإضافة إلى تميز عناصر التصميم والإخراج.

3. التكرار:

يجب التعامل بحذر مع هذه القاعدة، حيث يجب تكرار الإعلانات عدة مرات باستخدام نفس الوسائل الإعلانية لفترة زمنية محددة ومع مراعاة عدم جعل التكرار مملاً.



Lecture 2

ماهية الحملات الإعلانية

4. التشابه:

وهناك عدة أنواع للتشابه داخل الحملات الإعلانية :

i. التشابه في الجانب المرئي Visual:

من خلال استخدام التصميمات والألوان والشخصيات الدعائية
نفسها.

I. التشابه في المضمون اللفظي Verbal:

يتم تكرار بعض الكلمات والعبارات في رسائل الإعلان، مثل التركيز على كلمة أو عبارة أو شعار معين.

[illegible]

يتم استخدام الموسيقى والتأثيرات الصوتية والأغاني المميزة في معظم إعلانات الحملة.

جميع إعلانات الحملة تعبر عن توجه معين نحو المنتج أو المستخدمين الخاصين به.

Lecture 2

أنواع استراتيجيات الحملة الإعلانية



Lecture

2

أنواع استراتيجيات الحملة الإعلانية



• تنقسم استراتيجيات الحملات الإعلانية إلى نوعان، وهما:

1. من حيث طريقة عرض الحملات الإعلانية.

2. من حيث كثافة عرض الحملات الإعلانية.



- تعتمد على اختيار عدد من الطرق الإعلانية واستخدامها في أوقات متتالية.

Lecture

2

استراتيجيات كثافة عرض الحملات الإعلانية



[illegible]

- تبدأ بضعف ثم تزيد قوته تدريجياً مع الوقت.

[illegible]

التركيز يبدأ من البداية، ثم يقل تدريجيًا خطوة بعد خطوة حتى الوصول إلى النهاية.

لا تتبع نمطاً منتظماً، وأحياناً تتغير بانتظام أو بشكل غير منتظم، حسب ظروف الحملة أو الجهة المستقبلة أو أي ظروف أو أسباب يراها الشخص المخطط للحملة مناسبة.

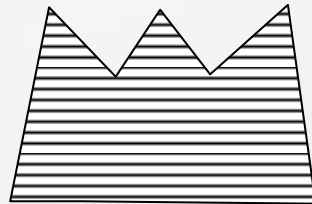
Lecture

2

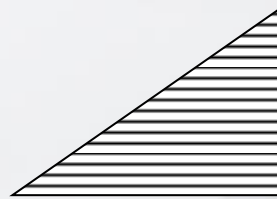
استراتيجيات كثافة عرض الحملات الاعلانية



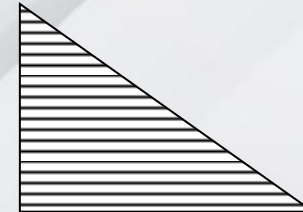
الكثافة المتذبذبة



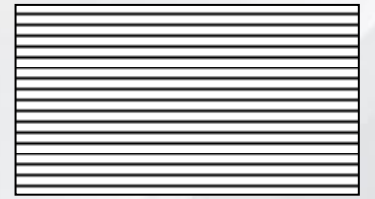
الكثافة المتلاشية



الكثافة المتنامية



الكثافة المتساوية



Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتساوية

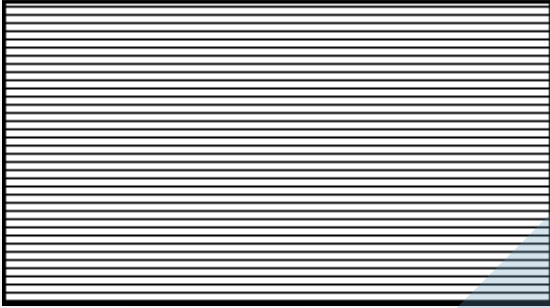


الكثافة المتساوية

Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتساوية



➤ مميزات استراتيجية الكثافة المتساوية في عرض الحملات الإعلانية:

1. تواجد مستمر: يتميز هذا النوع من الإعلانات بوجودها بشكل متساوٍ ومستمر، مما يساهم في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية والمنتج بين الجمهور المستهدف.

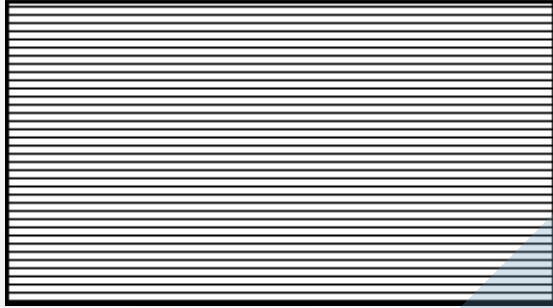
2. تعزيز الرؤية الشاملة: باعتماد الكثافة المتساوية، يمكن للعملاء الاطلاع على الحملة الإعلانية بشكل متساوٍ دون تفضيل لجزء منها على حساب الآخر، مما يعزز فهمهم الشامل للعرض الإعلاني.

الكثافة المتساوية

Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتساوية



3. تواجد متوازن: يتيح هذا النوع من الإعلانات تواجد متوازن في وسائل الإعلام المختلفة، مما يساعد في تحقيق تغطية واسعة وتواصل فعال مع الجماهير المستهدفة.
4. تحقيق الاستجابة الإيجابية: بفضل التواجد المتساوي للإعلانات، يمكن أن تحقق حملة الإعلان استجابة إيجابية من المشاهدين، حيث يتم تعزيز فرص التفاعل والاهتمام بالمحتوى الإعلاني.
5. مساهمة في بناء العلاقات القوية: تساهم استراتيجية الكثافة المتساوية في بناء علاقات قوية مع الجمهور المستهدف، حيث توفر فرصة للتواصل المستمر والمتواصل معهم.

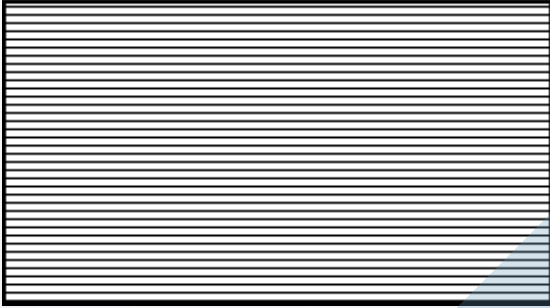


الكثافة المتساوية

Lecture

2

عيوب استراتيجية الكثافة المتساوية



➤ عيوب استراتيجية الكثافة المتساوية في عرض الحملات الإعلانية:

1. قدرة الاستيعاب: قد لا يكون الجمهور قادرًا على استيعاب كميات كبيرة من الإعلانات في نفس الوقت، مما يؤدي إلى فقدان الاهتمام وعدم تذكر المحتوى الإعلاني.

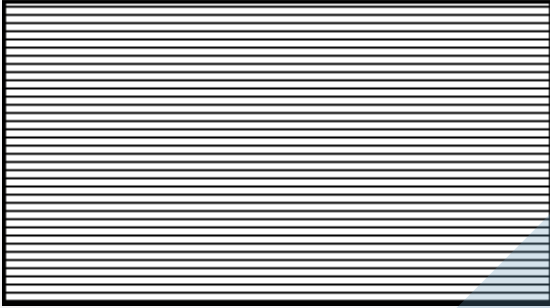
2. زيادة التكلفة: يمكن أن تكون استراتيجية الكثافة المتساوية مكلفة، خاصة إذا كانت تشمل عدد كبير من الحملات الإعلانية في نفس الوقت دون تفريق.

الكثافة المتساوية

Lecture

2

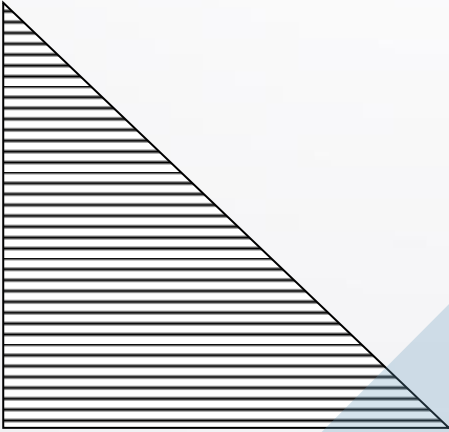
عيوب استراتيجية الكثافة المتساوية



3. تشويش الرسالة: عندما تكون الحملات الإعلانية متكررة بشكل زائد، قد يشعر الجمهور بالاختناق والتشويش، مما يؤدي إلى تقليل فعالية رسالة الإعلان.



الكثافة المتنامية



Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتنامية

➤ مميزات استراتيجية الكثافة المتنامية في عرض الحملات الإعلانية:

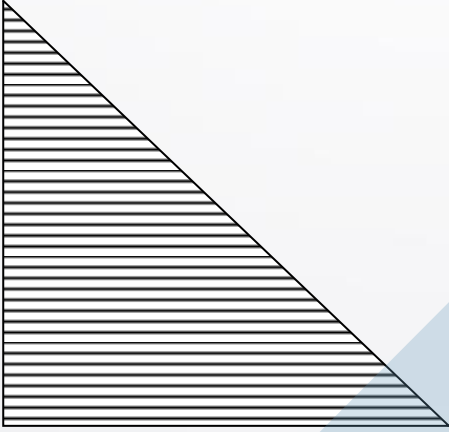
1. زيادة الانتباه: باستخدام هذه الاستراتيجية، يمكن للشركة زيادة انتباه العملاء من خلال زيادة عدد الإعلانات التي يتعرضون لها، مما يساعد في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية.
2. زيادة الاهتمام: باعتماد الكثافة المتنامية، تشجع هذه الاستراتيجية على زيادة الاهتمام بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها وهذا بهدف تعديل استجابة المستهلكين المحتملين للمنشأة.

الكثافة المتنامية

Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتنامية



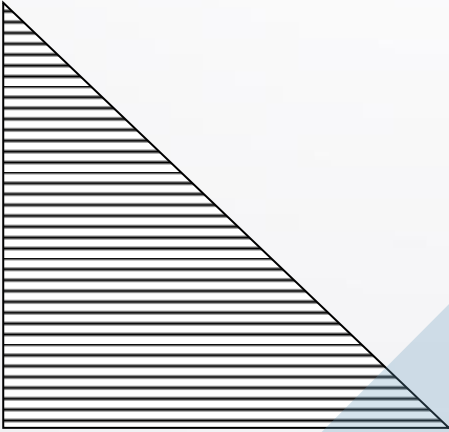
3. توفير النفقات: باستخدام هذه الاستراتيجية تتمكن الجهة المعلنة من تحديد الوقت المناسب للوصول إلى ذروة العرض وارتفاع معدل عرض الحملة الإعلانية.

Lecture 2

عيوب استراتيجية الكثافة المتنامية



الكثافة المتنامية



Lecture

2

عيوب استراتيجية الكثافة المتنامية

➤ عيوب استراتيجية الكثافة المتنامية في عرض الحملات الإعلانية:

1. السماح للمنافسين بالدخول للوسائل الإعلامية بكثافة عرض أعلى من الجهة المعلنة.
2. عدم القدرة على مجاراة الشركات الكبيرة في السوق صاحبة الاستراتيجيات المتساوية في كثافة العرض.
3. الانطباع السلبي للحملة في حالة ظهورها في البداية بشكل سلبي فقد يؤثر على باقى فترات الحملة بشكل سلبي أيضاً، مما يؤدي إلى انهيار الحملة بشكل متسارع.

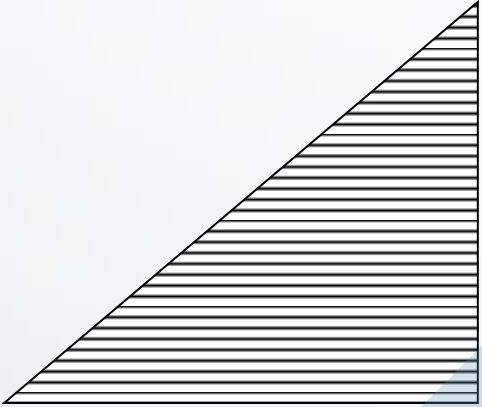
Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتلاشية



الكثافة المتلاشية



Lecture

2

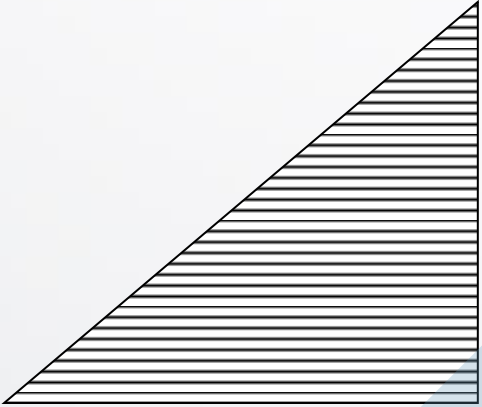
مميزات استراتيجية الكثافة المتلاشية

➤ مميزات استراتيجية الكثافة المتلاشية في عرض الحملات الإعلانية:

1. تقليل تكلفة الإعلان: بتقليل تكرار الإعلانات بمرور الوقت، يمكن للشركة توفير التكاليف الإضافية التي قد تكون مرتفعة مع العرض المستمر.

2. خلق إحساس بالندرة: بتقليل تردد الإعلانات، يمكن أن يشعر المستهلكون بأن المنتج أو العرض يعتبر نادرًا أو حصريًا، مما يمكن أن يزيد من جاذبيته.

الكثافة المتلاشية



Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتلاشية

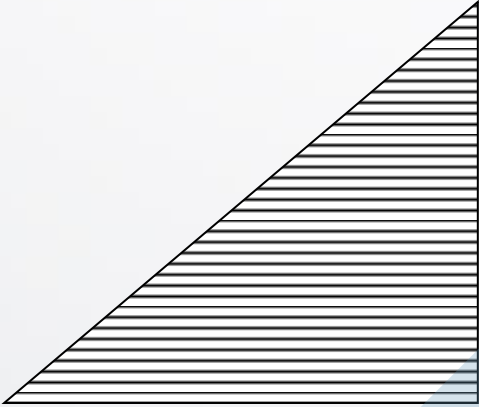
3. إثارة الفضول: بزيادة تكثيف الإعلانات في البداية، يمكن أن تثير الاستراتيجية الفضول لدى المستهلكين وتحفزهم على مزيد من التفاعل.

Lecture 2

عيوب استراتيجية الكثافة المتلاشية



الكثافة المتلاشية



Lecture

2

عيوب استراتيجية الكثافة المتلاشية

➤ عيوب استراتيجية الكثافة المتلاشية في عرض الحملات الإعلانية:

1. تشويش المستهلك: قد يؤدي عرض الإعلانات بكثافة في البداية إلى تشويش المستهلك وإشباعه، مما يقلل من تأثير الإعلانات بمرور الوقت.
2. قلة التفاعل: قد تتسبب استراتيجية الكثافة المتلاشية في قلة التفاعل مع الجمهور المستهدف من الحملة مع مرور الوقت بسبب نسيان الحملة بسبب قلة كثافة عرض الإعلانات مع مرور الوقت.

Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتذبذبة

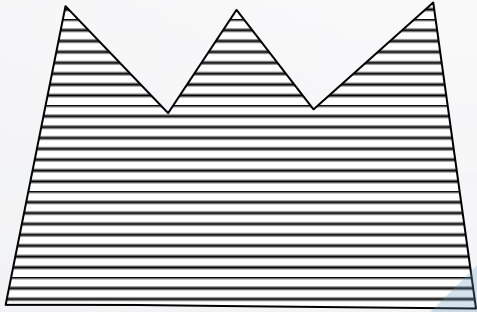


Lecture

2

مميزات استراتيجية الكثافة المتذبذبة

الكثافة المتذبذبة



➤ مميزات استراتيجية الكثافة المتذبذبة في عرض الحملات الإعلانية:

1. تقليل التعبئة الإعلانية: بدلا من عرض الإعلانات بشكل متكرر بشكل مستمر، يمكن تقديمها بكثافة في فترات معينة، مما يقلل من ازدياد حالة الملل لدى المشاهد.

2. تحقيق التواجد الدائم: يمكن أن تساعد الكثافة المتذبذبة في الإعلانات على الحفاظ على تواجد العلامة التجارية في ذهن المستهلكين دون الإفراط في الإعلان.

Lecture

2

عيوب استراتيجية الكثافة المتذبذبة

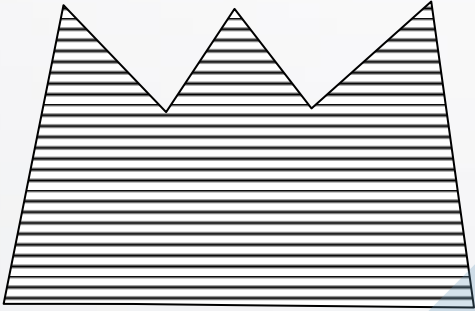


Lecture

2

عيوب استراتيجية الكثافة المتذبذبة

الكثافة المتذبذبة



➤ عيوب استراتيجية الكثافة المتذبذبة في عرض الحملات الإعلانية:

1. فقدان الاتساق: قد تؤدي تقلبات كثافة عرض الإعلانات من زيادة إلى تقليل إلى فقدان الاتساق في رسالة الإعلان وتأثيرها على الجمهور.
2. صعوبة تقييم الأداء: قد تجعل التقلبات المستمرة في كثافة الإعلان من الصعب قياس أداء الحملة التسويقية وتحديد العوامل التي تؤثر في نجاحها.
3. تحقيق الأهداف: قد يكون من الصعب تحقيق الأهداف المحددة بشكل فعال عند استخدام هذه الاستراتيجية وارتباطها بالكثافة المتذبذبة.

➤ قدمت المحاضرة تعريفاً دقيقاً لمفهوم الحملات الإعلانية بالإضافة إلى أنواع الاستراتيجيات المستخدمة في الحملات الإعلانية من حيث طريقة عرضها وكثافة العرض عبر الوسائل الإعلانية.

➤ كما ناقشت المحاضرة مميزات وعيوب كل استراتيجية إعلانية من حيث كثافة العرض على حدى لتوضيح أى من الاستراتيجيات ستكون مناسبة للمنشأة المعلنه بهدف الوصول بشكل ناجح للجمهور المستهدف.



Thank You