ما بين بحر التسويق و نهر الإعلانات

الأغلبية العظمى من الناس تربط بين التسويق و الإعلانات على أنهم شيء واحد وهذا غير صحيح إطلاقا ، فالإعلان جزء من التسويق فالتسويق علم ضخم و واسع وله مجالات فرعية كثيرة و من ضمن هذه المجالات هي الإعلانات ، فكلاهما قديما نسبيا فالناس في العصور القديمة و الوسطى كانوا يستخدمون التسويق لترويج منتجاتهم و كذلك الإعلان ، ولكن كعلم لدراسته فهو مجال حديث حيث بدأ تاريخ دراسة التسويق والإعلان كعلم إلى القرن العشرين. في بداية القرن التاسع عشر، كان التسويق يعتبر مجرد نشاط تجاري وعملية بسيطة لبيع المنتجات والخدمات، ولكن مع تطور الاقتصاد وتعقيدات السوق، بدأ الباحثون والعلماء في الاهتمام بفهم ودراسة عمليات التسويق والإعلان بشكل أعمق. في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين بدأت الجامعات والمؤسسات التعليمية في تقديم برامج دراسية متخصصة في مجال التسويق والإعلان، وقد تم تطوير المناهج الأكاديمية والبحوث العلمية لفهم سلوك المستهلك وعمليات اتخاذ القرار التسويقي وتأثير الإعلان على السوق.

تعريف مختصر التسويق:

فهم السوق و العملاء و تطوير إستراتيجيات لجذبهم و الحفاظ عليهم.

تعريف أعمق للتسويق:

هي عملية شاملة تهدف إلى دراسة و تحليل السوق و احتياجات العملاء و تطوير إستراتيجيات لتلبية تلك الاحتياجات . يشمل التسويق الأبحاث و التحليلات و تحديد الجمهور

المستهدف و تطوير منتجات أو خدمات تلبي احتياجات العملاء و تحسين العلامة التجارية و ترويج المنتجات) تدخل من ضمنها الإعلانات (و التواصل مع العملاء و بناء علاقات معهم ، فالتسويق يهدف الى خلق قيمة للعملاء و بناء علاقات طويلة الأمد معهم.

9 أساسيات تسويقية:

1-عمل بحث عن العميل

2- عمل بحث عن المنافسين

3- التخصص في شيء معين

4- التفاضل

5- التموضع

6- تجزئة السوق

7- التركيز

8- التسعير

9- قيمة العميل مدى الحياة

عناصر التسويق(4Ps):

1-**المنتج** : ما يتم بيعه.

2- **السعر** : تكلفة شراء المنتج.

3- **المكان** : المكان الذي تقرر فيه بيع منتج او خدمة.

4- **الترويج** : يغطي الإعلانات و التسويق المباشر و ترويج المبيعات.

كيفية تحديد المزيج التسويقي الخاص بك ؟

الخطوة الأولى في هذه العملية هي تحديد الجمهور المستهدف ، و يجب عليك دائما وضع العملاء في مركز كل شيء.

عندما تعرف من هم عملائك ، يمكنك البدء في فهم علاقتهم بعملك . **أسال نفسك:**

ماهي مشكلة جمهورك المستهدف ؟

ما العوائق التي تقف في طريق حل هذه المشكلة ؟

ما هو شعور جمهورك المستهدف حيال منافسيك ؟

ما هو شعور جمهورك المستهدف حيال شركتك ؟

ما الذي يحفز جمهورك المستهدف للشراء ؟

عليك تحديد أهداف المبيعات و النمو بالإضافة إلى ميزانية أي مبادرة تسويقية.

الإعلانات : هي عملية اتصال إقناعي تهدف إلى نقل التأثير عبر رسالة إشهارية من معلن أو مستهلك بهدف إثارة دوافعه لشراء منتج أو استعمال خدمة ، وهي خطوة محددة للتسويق

إضا تستخدم الإعلانات البيانات و الأبحاث التي تجمعها إستراتيجيات التسويق لتوصيل العلامة التجارية على أفضل وجه.

خطوات عليك القيام بها قبل تحديد طريقة عمل إعلان جذاب:

1- عمل تحليل SWOT للمنتج و الشركة

2- ضع أهدافك الرئيسة

3- ابحث و حلل السوق و المنافسين و الجمهور المستهدف

4- حدد جمهورك المستهدف

5- حدد القنوات التي يتواجد فيها جمهورك المستهدف

6- إجراء عصف ذهني للخروج بأفكار تساعدك على كتابة إعلان جذاب

كيف يتم تطوير الإعلان ؟

1- الميزة التنافسية Competitive advantage

2- الفكرة الكبرى The big idea

3- تحويل الفكرة لنص إعلاني Copy writing

4- تحويل الكلام النصي لشكل فني (وظيفة المخرج) Art director

أشهر النماذج الإعلانية لاستخدامها:

-نموذج :AIDA

الانتباه A: attention

الاهتمام I: interest

الرغبة D: desire

اتخاذ القرار A: action

-نموذج :FAB

السمات F: features

المزايا A: advantages

الفوائد B: benefits

-نموذج :WHY

لماذا الأفضل why best

لماذا نؤمن why believe

لماذا الان why now

السمات او الخصائص البارزة لنسخة إعلان جيدة:

-يجب أن تكون بسيطة

-يجب أن تكون قادرة على جذب انتباه القارئ

-يجب أن تكون موجهة

-يجب أن تكون مقنعة

-غير قابلة للنسيان

-تتكلم بهوية و صوت الشركة

-جديرة بالمشاركة

في الختام ، التسويق و الإعلانات هما جزء أساسي من عالم التجارة و الأعمال فتسعى الشركات من خلالهما إلى بناء هوية قوية للعلامة التجارية وتوصيل رسالتها بطرق فعالة وإبداعية.، و اليوم أصبح ملحوظ أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دور كبير في وقتنا الحالي و مع تقدم و تطور التكنولوجيا أصبح الجمهور اكثر وعيا و على دراية اكثر من أي وقت مضى.