

گام های موثر برای تبلیغات در کسب و کار خود

اگر می خواهید برای شرکت کوچک خود تبلیغات کنید از روش های زیر استفاده کنید:

آیا چالش شما به عنوان مدیر یک شرکت تازه کار هزینه های تبلیغات است؟ آیا چالش بزرگتر ذهنی شما برای اثر بخش کردن تبلیغات، بازنگری و ایجاد تغییرات در تبلیغات قبلی است؟

پس این مقاله را برای حل این چالش ها و دغدغه ها مطالعه نمایید تا بتوانید با کمترین هزینه ممکن برای کسب و کار خود تبلیغات موثر و اثربخش انجام دهید.

یک طرح برای حمله حاضر نمایید.

تبلیغات به شکل شگفت‌انگیزی تغییر کرده است و به ابزاری مهم برای ایجاد ارتباطات با مشتری و مصرف‌کننده بدل شده است. این روزها، شاهد وجود روش‌های گوناگونی برای انتقال پیام از طریق رسانه‌های مختلف تبلیغاتی هستیم. انواع روش‌های تبلیغات امروزی به مدد اینترنت و فضای مجازی، باعث شده است دست افرادی که در این حوزه فعالیت می‌کنند، به‌شدت باز شود. حالا دیگر انواع روش های تبلیغات محدود به روش‌های قدیمی نیست. امروز ویدیوهای ویروسی یا همه‌گیر در سطح شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات بنری در سایت‌ها، فضاهای گفت‌وگوی کاربران در باره‌ی برندها و... شکل انواع روش های تبلیغات را دگرگون کرده است. با ما همراه باشید تا با تغییرات رسانه‌های امروزی و انواع روش های تبلیغات بیشتر آشنا بشوید:

تبلیغات دیجیتال

تبلیغاتی که در سطح اینترنت می‌بینید، در حوزه‌ی تبلیغات دیجیتال قرار می‌گیرند. در بسیاری از سایت‌ها، تبلیغات مختلفی وجود دارند و این تبلیغات یکی از روش‌های عمده‌ی کسب درآمد برای وبسایت نمایش‌دهنده‌ی آن هستند.

انواع روش های تبلیغات دیجیتالی

شیوهی دیگر تبلیغات جدید، تبلیغات بومی هستند. این روش از تبلیغات نیز راه دیگری برای کسب درآمد وبسایتها است و از طریق محتوایی مربوط به برند و محصول، متن یا مقاله‌ای آن را تبلیغ می‌کند.

تبلیغات دیجیتالی به‌شدت در حال رشد و تکامل هستند و از طریق بسترهای مختلفی چون فیسبوک، اسنپ‌چت و... باعث می‌شوند تا تبلیغات در سطح وسیعی از مخاطبان دیده بشود.

تبلیغات موبایلی و تلفنی

از میان انواع روش های تبلیغات جدید، تبلیغات تلفنی و موبایلی یا به عبارت کلی‌تر تبلیغات در سطح دستگاه‌های کوچک و قابل‌حمله که قابلیت اتصال به اینترنت را دارند، به‌شدت رواج پیدا کرده است.

به کمک این دستگاه‌ها و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، توئیتر و... به‌سادگی پای تبلیغات به این ابزارها نیز باز شده است. اما در استفاده از این رسانه‌ها نیز باید نهایت دقت و توجه را به‌کار برد، زیرا ممکن است بی‌برنامگی و تبلیغات انبوه باعث آزار مخاطبان شود.

هر یک از این روش‌های جدید تبلیغات در صورت اغراق و بی‌برنامگی می‌توانند موجب اثرات معکوس بشوند.

تبلیغات چاپی

انواع روش های تبلیغات چاپی

تبلیغات چاپی در گذشته یکی از مهم‌ترین ابزار در دستان صنعت تبلیغات بود اما امروز با وجود فناوری‌های گوناگون، تبلیغات چاپی کمی عقب‌نشینی کرده است. تنها موضوعی که همچنان باعث اثرگذاری تبلیغات چاپی می‌شود، تمایز و تفاوت آن است.

اگر تبلیغات چاپی برای هر محصول به شکلی متفاوت و چشم‌گیر طراحی و اجرا بشوند، می‌تواند مخاطبی را که از هجوم و گستردگی دنیای دیجیتال دچار دلزدگی شده، تحت تأثیرات مثبت قرار دهد. تبلیغات چاپی دارای ۳ زیرمجموعه است:

تبلیغات تناوبی

وقتی تبلیغات در نشریاتی با تاریخ انتشار مشخص منتشر می‌شود، یعنی در قالب روزنامه، ماهنامه و... به آن تبلیغات تناوبی گفته می‌شود. برای سال‌های متمادی این روش، یکی از مهم‌ترین انواع روش های تبلیغات بود و به واسطه‌ی آن میلیون‌ها مخاطب تصویر تبلیغ چاپی را در پشت مجله یا در صفحات میانی آن شاهد بودند.

بروشورها، برگ‌نامه‌ها و تبلیغات در نقطه‌ی فروش

این نوع از تبلیغات که در قالب برگه‌های تبلیغاتی، بروشورها و... منتشر می‌شوند، گاهی به شکل جداگانه و گاهی نیز در میان صفحات روزنامه‌ها و مجلات توزیع می‌شوند.

این تبلیغات می‌تواند در قالب بروشورهایی شکیل و با جنس مرغوب روی پیشخوان بخش ارتباط با مشتری و... نیز قرار بگیرد. در این صورت عمر طولانی‌تری نسبت به برگه‌های کاغذی که در خیابان‌ها توزیع می‌شوند، خواهند داشت. نکته دیگر این است که این نوع آگهی‌ها نسبت به تبلیغات چاپی، امکان ارائه اطلاعات بیشتری را در قالب تبلیغات فراهم می‌کند.

تبلیغات پستی مستقیم

هر دو روش از انواع روش‌های تبلیغات که در بالا عنوان شد، می‌توانند در دسته‌ی این تبلیغات پستی مستقیم قرار بگیرند. در واقع، در این روش، محتوای تبلیغاتی برای مخاطبان از طریق پست فرستاده می‌شود.

این روش نیز می‌تواند بسیار خوب و مؤثر واقع بشود، البته تا جایی که مورد سواستفاده‌ی آژانس‌های بازاریابی قرار نگیرد. اگر در این روش، از تکنیک‌های خلاقانه و جذاب استفاده شود، تأثیر خوبی بر مخاطب خواهد داشت و او را بیشتر با برند و محصول و... آمیخته خواهد کرد.

تبلیغات چریکی

این روش تبلیغاتی تمام قواعد را در هم می‌شکند. در طول ۲۰ سال گذشته از آن استفاده شده است و با روش‌های غیرمرسوم و تکنیک‌های خلاقانه، خواهان جذب مخاطب و مشارکت بیشتر او در روند بازاریابی و تبلیغات است.

در این شیوه از تبلیغات، زمان و مکان اهمیت زیادی دارد. برای اجرای بازاریابی چریکی لازم نیست بودجه‌ای هنگفت در دستان شما باشد، تنها چیزی که نیاز دارید، ایده‌های بکر و ژ

خلاقانه تبلیغاتی برای جلب توجه مخاطب است. ابزار در دست این کمپین‌های تبلیغاتی، شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات دهان‌به‌دهان مخاطبین است.

تبلیغات رادیویی و تلویزیونی

تبلیغات تلویزیونی و رادیویی از مهم‌ترین نوع تبلیغات در دهه‌های گذشته بودند. اما به‌مرور زمان و با توسعه فناوری‌های مختلف در سطح اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، به‌تدریج از اهمیت و اثربخشی آنها کاسته شده است.

این رسانه‌ها قادر بودند جمع زیادی از مخاطبان را با خود همراه سازند. البته هنوز هم در ساعت‌های پربیننده مانند ساعت پخش بازی‌های ورزشی پرمخاطب، اثرگذاری این رسانه‌ها بسیار بالا است.

تبلیغات محیطی

هر گونه تبلیغات که مخاطب در بیرون از منزل خود با آن روبه‌رو بشود، در زمره‌ی تبلیغات محیطی قرار می‌گیرد. انواع تبلیغات محیطی مانند بیلبوردها، تبلیغات روی اتوبوس‌ها و... در این دسته‌بندی قرار می‌گیرد. حتی تلویزیون‌ها و صفحات نمایشگری که در میدان‌های بزرگ نصب می‌شوند و به ارائه‌ی تبلیغات می‌پردازند نیز در این دسته جای می‌گیرد.

تبلیغات خدمات عمومی

این دسته از تبلیغات برای آگاهی و اطلاع رسانی به عموم منتشر می‌شوند و جنبه‌ی تجاری ندارند. در گذشته، بستر و رسانه‌ی اصلی این دسته از تبلیغات، تلویزیون و رادیو بود ولی امروز در سایر بسترهای تبلیغاتی دیجیتالی نیز دیده می‌شوند.

تبلیغات نامشهود

یکی از انواع روش‌های تبلیغات، تبلیغاتی است که به طور غیرمستقیم و زیرپوستی در فیلم‌ها و برنامه‌ها صورت می‌گیرد. مثلاً اگر در فیلمی شاهد استفاده‌ی چشمگیر شخصیت‌ها از یک برند خاص اتومبیل یا نوشیدنی بودید، باید متوجه بشوید که تبلیغات نامشهود در حال وقوع است.

این روش از تبلیغات نیز اثرگذاری خوبی دارد و به تبلیغ‌کننده اجازه می‌دهد تا بر اساس اطلاعات و خواسته‌های جمعیت‌شناختی مخاطبان را هدف بگیرد.