

بدون تبلیغات به هیچ جا نخواهید رسید!

در هر صنعت و در هر پروژه ای که سعی دارید پایه ریزی کنید همیشه یک نکته هست که توجه به آن جزو کارهای الزامیست. همیشه در هر صنعتی برای معرفی یک پروژه باید منبعی باشد که این پروژه را معرفی کند و یا در همه جا محصول یا پروژه ی خود را برای پیشرفت بیشتر معرفی کنید. این همان صنعتی ست که ما به آن می گوییم صنعت تبلیغات. تبلیغات امروزه در هر پروژه ای جزو کارهای اساسی و مهمی ست که بدون آن صنعتی که سعی دارید در آن فعالیت کنید پیشرفتی نخواهد داشت. وقتی کاری را پایه ریزی می کنید باید با روش های درست تبلیغات آن کار هم آشنا باشید. به همین دلیل هم تبلیغات بخش مهم و الزامی ای در یک پروژه و یا یک فعالیت و شغل است. برای اینکه بتوانید در کاری به خوبی موفق شوید نیاز است که به خوبی به تبلیغ آن کار در مناطق مختلف پردازید و سعی کنید که مخاطبان بیشتری را به خود جلب کرده بلکه بتوانید شغل و فعالیت خوبی را پایه ریزی کنید. سعی و تلاش در این مقاله این است که به معرفی صنعت تبلیغات و راه های موثر برای پیشرفت در آن پردازیم بلکه مخاطب بتواند با روش های نوین تبلیغات نیز آشنا شود.



اول از همه لازم است که روشن شود اصلا تبلیغات چیست؟ تبلیغات در اصل به عملی گفته می شود که طی آن می توانیم افراد دیگر - یا مخاطبان خود - را از ساخت یک محصول و تولید آن و یا مراحل تولید آن باخبر کنیم. در اصل تبلیغات کاریست که با استفاده از آن فرد می تواند تخصص خود را به دیگران معرفی کند. یعنی علاوه بر ارائه ی آگاهی در ارتباط با تولید یک محصول ، راهی نیز برای معرفی تخصص های یک فرد است و فرد می تواند با استفاده از روش های متفاوت آن تخصص خود را به دیگران بشناساند. حال در دنیای امروزی ما تبلیغات روش های نوین تر و بهتری پیدا کرده و زمینه برای معرفی بهتر محصولات واقعا پیشرفت قابل توجهی داشته است. اما مشکل بسیاری از ما در این صنعت این است که سعی نمی کنیم که با ایده و تفکر در این صنعت پیش برویم. حرفی که می خواهیم بزنم این است که امروزه مخاطبان دل خود را به یک سری تبلیغات ساده و آبکی می دهند که ارزش کمی دارند. اما حال پس چرا گاهی اوقات این تبلیغات موفق می شوند که یک محصول را به آمار فروش خوبی نزدیک کنند؟ چون با وجود بد بودنشان یک ویژگی

خوب دارند و آن شلوغی بیش از حد تبلیغ است که واقعا توجه مخاطب را جلب می کند. اما با این حال باز هم باید از روش های بهتری برای تبلیغات استفاده کرد. حتی نکته ی مهم تر اینکه نباید برای حتی یک خط تبلیغ دل به تبلیغات ساده بدهیم و سعی کنیم از بهترین شیوه ی تبلیغات استفاده کنیم که معمولا این شیوه چند گام اساسی دارد.

گام اول : به فکر ایده ی تبلیغاتی باشید

اولین نکته در مورد تبلیغات موثر در مورد یک تخصص یا یک حرفه یا یک محصول این است که سعی کنید یک ایده ی متناسب با فضای کاری خود در زمینه تبلیغات آن پیدا کنید. سعی کنید ایده ای پیدا کنید برای اینکه تبلیغ مربوطه به چه شکل باشد. تصویر ، نوشته ، فیلم ، تیزر ، مستند و یا هر شکل دیگری که فکرش را بکنید. این مهم نیست که ایده خوب است یا بد. این مهم است که شما گلچینی از تمام ایده ها را در گوشه ای یا روی یک کاغذ بنویسید و سعی کنید که تمام آنها را تجزیه و تحلیل کنید. سپس به انتخاب مناسب ترین راه برای معرفی کار خود پردازید. معمولا حال و هوای آن اثری که قصد ارائه اش را دارید نیز در نوع تبلیغ شما و سبک آن موثر است. یعنی گاهی اوقات برخی کارها هستند که ممکن است تبلیغ ویدیویی به مزاجشان خوش نیاید و نیاز باشد از تبلیغات متنی استفاده کنید. البته نکته مهم اینکه هر کدام از این سبک های تبلیغاتی قواعد خاص خود را دارند. مثلا در تبلیغات ویدیویی باید به سرعت ویدیو و مهیج بودن آن یا تم آرامش بخش آن توجه کنید چون محصول شما می توان به هزاران شکل مختلف معرفی شود. یا مثلا در تبلیغات عکسی گاهی قصد شما فقط یک معرفی کوتاه و ساده است ؛ در این صورت باید با درج نام محصول و یک کاربرد مهم آن در عکس به معرفی آن پردازید اما گاهی نیازمند معرفی کامل آن هستید؛ در این صورت باید ابعاد عکس و البته فضایی که در اختیار دارید نیز مورد توجه قرار بگیرد. پس همانطور که دیدید هر شکل تبلیغاتی قواعد خاص خودش را دارد و کسانی که در این کار حرفه ای هستند با تجربه های بسیاری این موضوعات را درک کرده اند.

گام دوم : به پردازش روی ایده ی خود پردازید

پس از اینکه ایده ی تبلیغاتی و اینکه به چه شکل باشد را انتخاب کردید نوبت می رسد به اینکه به چه شکل آن ایده را ارائه دهید. برای اینکه بفهمید به چه شکل باید ایده ی خود را به کار بگیرید به عنوان مثال شما تبلیغات خود را سعی دارید با عکس ارائه دهید. ابتدا سعی کنید بفهمید که دوست دارید مخاطب شما چه چیزهایی در رابطه با محصول یا تخصص شما بفهمد. آیا دوست دارد که نام محصول را بداند یا اینکه لیستی از کاربرد های آنرا بداند. بعد از آن به درج مطالب موجود روی عکس پردازید. در اصل مرحله ی اصلی در تبلیغات این است که مخاطب خود را نیز بشناسید. شما با شناخت مخاطبان خود می فهمید که نیاز آنها چیست. مخاطبان شما می دانند کار شما چیست و هر نیازی از خود را در کنار شما برملا نمی کنند بلکه فقط نیاز هایی که در اختیار تخصص و فعالیت شما باشد به همین جهت هیچوقت این اتفاق نمی افتد که بحث های سیاسی و اخبار فرهنگی در یک سایت با موضوع تکنولوژی شاهد باشید و معمولا اکثریت فیدبک هایی که برای شما خواهد آمد در خصوص تخصص شما و حرفه ی شماست. سعی و تلاش یک فعال در بازار برای شناخت مخاطبان خود یک کار الزامیست. اگر می خواهید که شما را به عنوان یک گرافیکست یا مثلا

نویسنده بشناسند از خودتان مطالب مختلفی ارائه خواهید داد تا در این خصوص به مخاطب خود تخصص خود را بشناسانید. پس از آن شروع به دریافت فیدبک های مرتبط خواهید کرد و حتی گاهی اوقات مردم هستند که می گویند سبک تبلیغاتی شما چگونه باشد. حتی گاهی اوقات وقتی مردم تخصص شما را شناختند از شما درخواست ساخت تبلیغ نیز می کنند و با استفاده از تبلیغات علاوه بر اینکه پروژه های خود را معرفی می کنید ، تبلیغات منجر به همکاری با افراد دیگر نیز خواهد شد. به عنوان مثال یک طراح سایت با معرفی کار خود در فضاهای مختلف باعث جلب توجه آدم های بسیاری می شود. در این میان یک نیاز گرافیکی پیدا می کند و در بین فیدبک هایش ، نظرات یک گرافیکست در مورد کارهایش را پیدا می کند و با او صحبت کرده و یک همکاری را آغاز می کند. پس یکی دیگر از فواید تبلیغات را می توان گسترش همکاری بین افراد دانست که منجر به اتفاقات خوبی می شود و باعث بهبود کیفیت فعالیت های دیگران نیز خواهد شد. البته برعکس آن هم ممکن خواهد بود.

گام سوم : از آخرین اخبار با خبر باشید

سعی کنید همیشه در هر تخصصی که هستید نسبت فعالیت های دیگر رقبای خود نیز مطلع باشید. این کار باعث می شود که زمینه ی این فراهم شود تا با استفاده از نقاط قوت آنها به تقویت خود پردازید. البته یک نکته مهم اینکه سعی کنید به هیچ وجه تقلید نکنید و ایده ی خود را به کار بگیرید. اما با خبر بودن از رقبای خود باعث آشنایی با سبک تبلیغات آنها نیز خواهد شد. مثلا ممکن است تیم های دیگر ویدیو های جذاب تری بسازند این اشتیاق شما به یادگیری روش های نوین ویدیوسازی را بیشتر خواهد کرد و باعث می شود که شما نیز وارد این کار شوید. در اصل فعالیت رقبا به نوعی ما را عصبانی می کند که چرا دیگران بهتر عمل می کنند و کنجکاو می شویم که چگونه دیگران بهتر از ما هستند و کم کم متوجه می شویم که آنها از فوت و فن های خاصی استفاده می کنند که به خوبی نیز سبک کاری آنها را حفظ می کند. این باعث می شود که ما نیز دنبال ساخت سبک خاص تبلیغاتی خود باشیم تا در فضاهای مختلف شاهد انتشار تبلیغات خود به طور گسترده باشیم.

گام چهارم: تولید تبلیغ

برای تولید تبلیغ خود دیگر پس از این چهار گام به طور کامل آماده خواهید بود. شما با توجه به فعالیت های رقبای خود توانسته اید که بفهمید رقبای شما به چه شکل فعالیت دارند و با پردازش روی ایده ی خود توانسته اید بفهمید به چه شکل باید ایده را به اجرا در آورید. الان وقت تولید تبلیغ خود است. حال بر اساس سبکی که انتخاب کرده اید شروع به ساخت تبلیغ خود خواهید کرد و سعی می کنید که نوآوری ها و ایده های جمع آوری شده را به اجرا در آورید. منتها تولید تبلیغ نیازمند دقت و نظم است. سعی کنید که چندین بار تبلیغ خود را مرور کنید و البته تبلیغ را به دیگران نیز نشان دهید تا آنها فیدبک های خود را به تبلیغ را به شما ارائه دهند. سعی کنید در برخی مواقع از یک فعال در زمینه ی تبلیغات در مورد تبلیغ خود سوال کنید چون او حرفه ای است و سعی می کند که به شما راهنمایی های مفیدی ارائه دهد. سعی کنید که از او الهام بگیرید و سبک های نوین تبلیغاتی را از او یاد بگیرید.

گام پنجم: انتشار تبلیغ

و در گام پنجم و گام آخر وظیفه ی اصلی شما این است که سعی کنید که تبلیغ خود را منتشر کنید. اما حال بحث بر سر این است که به چه صورت تبلیغ خود را منتشر کنیم. امروزه با توجه به پیشرفت تکنولوژی تبلیغات کاغذی از دوره خارج شده اند. گرچه کاغذ راه مناسبی برای ارائه ی تبلیغ در خیابان ها و کوچه های یک شهر است اما اگر هدفتان کل شهر هاست و یا حتی هدفتان پخش تبلیغ به صورت جهانیست باید پا را از کاغذ فراتر بگذارید. در کنار استفاده از کاغذ از رسانه های بروز و امروزی استفاده کنید. در اصل سعی کنید که از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده ی مناسبی ببرید. اولین شیوه تبلیغات در سایت های مختلف است که می توانید از آنها درخواست پخش تبلیغ خود را بکنید. یکی دیگر از شیوه ها نیز شیوه ی حمایتی است که طرف مقابل از شما می خواهد که از طرح او حمایت کنید و در ازای این کار او هم از شما در تخصص اش حمایت می کند. یکی دیگر از شیوه ها استفاده از رسانه هایی به مانند فیسبوک ، توئیتر و گوگل پلاس است که به بهترین شیوه ی تبلیغات در دنیای امروزی معروفند. البته این روز ها رسانه ای نیز وجود دارد که حتی از هر سه ی اینها معروفتر شده و آن شبکه ی اجتماعی اینستاگرام است که از هر کجای جهان کاربران مختلفی در آن وجود دارند. سعی کنید که از تمام این شیوه ها استفاده کنید. نکته ی مهم در مورد استفاده از رسانه های اجتماعی این است که عمومی هستند و البته رایگان هستند و هزینه ای بدنبال ندارند. اما در خصوص تبلیغات ویدیویی ، علاوه بر این رسانه ها می توان از تبلیغات در تلویزیون نیز استفاده کرد. فایده ی تلویزیون ها این است که همه ی مردم کشور تلویزیون را دنبال می کنند و تبلیغ شما را مشاهده می کنند پس راه خوبی برای معرفی تخصص و یا محصول شما خواهد بود. گرچه که محدودیت هایی دارد.



نتیجه گیری:

استفاده از شیوه های نوین تبلیغاتی در دنیای امروزی سبب شده که به شکل بهتری بتوانیم خود را به دیگران بشناسانیم. اما هنوز هم عده ای هستند که از شیوه های نادرست تبلیغاتی استفاده می کنند. متأسفانه افراد مختلف ، سعی نمی کنند که به تبلیغات در مورد کارهای خود بها دهند و آنرا دست کم می گیرند. با وجود اینکه تبلیغات نوین شیوه ی موثری برای معرفی تخصص ها و محصولات است. اما متأسفانه این کار بین مردم رایج نیست. مردم امروزی سعی نمی کنند که از شیوه ی درست تبلیغات استفاده کنند تا جایی که اگر از یک گرافیکست بخواهند برایش کار گرافیکی ای انجام دهد آنقدر به کارهای او گیر می دهند که در نهایت یک طرح بد و شلوغ را خودشان طراحی می کنند با وجود اینکه گاهی برخی افراد که به این شیوه ی نوین اعتماد کرده اند راضی هم بوده اند. متأسفانه طرز تفکر مردم در مورد تبلیغات غلط است یا اصلاً تفکری ندارند. مشکل هم همین است بهای زیادی به تبلیغات داده نمی شود. قصد و هدف این مقاله آشناسازی مخاطبان با شیوه های نوین تبلیغاتی و شیوه ی درست تبلیغات بود که امیدواریم مفید واقع شده باشد. البته نتیجه حاصل کار شماست. از همین حالا آغاز کنید. از همین امروز می توانید شروع کنید و تبلیغات نوین خود را ارائه دهید. پس دست به کار شوید.

نویسنده : محمد مهدی عنایتی | ITport.ir