



## روند ایجاد تبلیغات موثر | راهنمای کامل تبلیغات

تیم تحریریه اقیانوس آبی

### تبلیغات چیست؟

تبلیغات یک فعالیت بر پایه تشویق و پیشنهاد است که هدف آن فروش یک محصول یا خدمت به مخاطبان بازار هدف است. این یکی از قدیمی ترین اشکال بازاریابی است که تلاش می کند بر عملکرد مخاطبان خود برای خرید، فروش یا انجام کار خاصی تأثیر بگذارد. با استفاده از یک پیام کاملاً متناسب ، تبلیغات می تواند گوشه ای از بازار (مخاطبان کمی را هدف قرار دهد) یا به صورت کلی (مخاطبان زیادی را هدف قرار دهد) همه را درگیر کند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

اما آیا هر تبلیغی موثر است؟ هر تبلیغی بازده مورد نظر شما را دارد؟ برای اینکه تبلیغات خود را موثرتر از قبل پیش ببرید باید روند آن را به درستی انجام دهید و به نتیجه دلخواه برسید.

## تاریخچه تبلیغات

قبل از اینکه اهمیت تبلیغات در بازاریابی را درک کنیم، بیایید تاریخچه تبلیغات را بررسی کنیم. انسانها با کشف آتش و یادگیری شکار و به وجود آمدن انقلاب کشاورزی شهرهای مدرن را به وجود آوردند. برای توسعه شهرها رقابت را رونق بخشیدند و در طی گسترش رقابت، تبلیغات به وجود آمد.

### دوره حکاکی و نوشتن (The Antique Period — Carving and Writing)

هیچ کس نمی داند دقیقاً چه زمانی مشاغل از تبلیغات برای شناساندن خود استفاده کردند. آنچه منطقی است و چیزی که ما به طور قطع می دانیم این است که اشکال اولیه تبلیغات به صورت کلامی بوده است. در جهان باستان، فروشندگان برای تبلیغ محصولات و خدمات خود فریاد می کشیدند و تبلیغات به صورت دهان به دهان شکل می گرفت. بعد از آن تصمیم گرفتند که با حکاکی تصاویر ساده روی سنگ و چوب تاثیر کلامشان را افزایش دهند.

### قرون وسطی – انقلاب چاپ (The Middle Ages — The Printing Revolution)

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

اولین گام به سوی تبلیغات مدرن با توسعه چاپ در قرن ۱۵ و ۱۶ پدید آمد. اولین رسانه تبلیغاتی چاپی جهان و علائم تجاری در چین به وجود آمد. بعد از آن گوتنبرگ با اختراع چاپخانه مکانیکی از نوع متحرک در سال ۱۴۳۹ انقلاب چاپ را در اروپا آغاز کرد.

## دوره صنعتی – رسانه های جمعی و آژانس های تبلیغاتی

(The Industrial Period — Mass Media and Advertising Agencies)

مرحله بعدی در تاریخ تبلیغات و جدول زمانی آن، انقلاب صنعتی و ظهور مطبوعات در قرن هفدهم بود. در کنار کتاب، مردم در سراسر اروپا فرصتی برای خواندن روزنامه ها، مجلات و ژورنال ها پیدا کردند.

## دوره ماشین – رادیو و تلویزیون

(The Machine Period — Radio and Television)

در اوایل قرن بیستم تبلیغات در همه جا حضور داشت. در آن زمان که تبلیغات در حال شکل گیری به صنعتی به ارزش میلیون ها دلار بود، تبلیغات چاپی در شرف رویارویی با یک رقیب جدید بود: امواج رادیویی.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

پس از جنگ جهانی دوم ، تلویزیون منبع اصلی تبلیغ محصولات و خدمات به مردم شد.

## دوره دیجیتال – فناوری های اینترنتی و رسانه های اجتماعی

( The Digital Period — Internet Technologies and Social Media)

هم افزایی اقتصاد و علم در تبلیغات که از دهه ۱۹۸۰ آغاز شد ، در دهه ۱۹۹۰ با ظهور چهارمین رسانه تبلیغاتی بزرگ: شبکه جهانی وب ، به اوج خود رسید.

برگرفته از : SOFTCUBE BLOG

## چرا تبلیغات در بازاریابی یکی از موثرترین روش ها است؟

**تبلیغات محصول:** ایجاد تبلیغات محصول اولین قدم مهم در چرخه حیات محصول است. این به عنوان مقدمه ای برای یک محصول عمل می کند و می تواند راهی عالی برای برند شما در جهان باشد.

**ایجاد تقاضا:** قبل از تولید یک محصول، متخصصان پیش بینی تولید، به منظور منطقی سازی هزینه تولید میزان تقاضای آن محصول را محاسبه می کنند. به محض ایجاد یک محصول، فروش باید به واقعیت تبدیل شود و صاحبان کسب و کار می توانند با تبلیغات هدفمند و موثر محصولات را به کل جهان معرفی کنند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

**کنترل و پیگیری:** تبلیغات دیجیتال امروزه به یک علم تبدیل شده است. شرکت ها می توانند تبلیغات و نرخ تبدیل و اثربخشی آن را با یک کلیک ساده ردیابی کنند و همچنین اهداف خود را دقیق تر و منسجم تر از قبل مشخص کنند. این کنترل و قابلیت پیگیری تبلیغات در بازاریابی، برای بهبود و بهینه سازی نرخ تبدیل (CRO) بسیار مهم است.

**رقابت:** تبلیغات به شما امکان می دهد کسب و کار خود را در یک صحنه عمومی در برابر رقیب خود قرار دهید. اما ایجاد هر نوع تبلیغ که شامل مقایسه غیر محترمانه با دیگر محصولات مشابه (یا همان نوع و یا متفاوت) می باشد برای حفظ رقابت منصفانه ممنوع می باشد.

## انواع تبلیغات

### تبلیغات مستقیم و غیر مستقیم:

تبلیغات می تواند به صورت مستقیم و غیر مستقیم صورت پذیرد.

**تبلیغات مستقیم:** پیام دهنده پیام خود را با رنگ و لعاب و صریح و بی پروا به مخاطبان خود ابلاغ میکند. در این روش مخاطبان متن یا تصویری را بعنوان پیام و

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

اطلاعيه تبليغي با محتوای کالا یا خدمات خاص دریافت می کند و پیام دهندگان آن نیز در مقام مبلغ قرار گرفته شناخته می شوند.

**تبلیغات غیر مستقیم:** از عنوان آن پیداست که این نوع تبلیغات نمود و ظهور علنی و صریح ندارد با این شیوه اهداف تبلیغی پیام های غیر مستقیم بصورت پنهانی و غیر محسوس صادر و منتقل می شود.

به عنوان مثال تبلیغات تلویزیونی نوعی تبلیغات مستقیم است. بیلبوردها، تبلیغات مجله ها، تبلیغات رادیویی و بازاریابی از راه دور نیز همین طور است. این بدان معنا نیست که تبلیغات و بازاریابی دیجیتالی نمی تواند مستقیم باشد. به عنوان مثال، بازاریابی از طریق ایمیل و تبلیغات کلیکي نیز اشکال بازاریابی مستقیم هستند. شما در اصل می خواهید مخاطبان خاصی را پیدا کرده و آنها را مخاطب قرار دهید و سعی دارید آنها را فوراً وارد عمل کنید.

## تبلیغات سنتی و تبلیغات دیجیتال

تبلیغات بسیار قدیمی تر از سایر فعالیت های بازاریابی مانند بازاریابی ایمیلی و بازاریابی موتور جستجو یا همان SEM است. از زمانی که اینترنت به یک قاعده عادی تبدیل شده است، تبلیغات به دو زمینه تقسیم می شوند: تبلیغات سنتی و تبلیغات دیجیتال.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

## تبلیغات سنتی

تبلیغات سنتی مربوط به تبلیغات چاپی، تلویزیونی و رادیویی است که بیش از ۱۵۰ سال محبوب بوده است. تبلیغات چاپی موثرترین تبلیغات برای مشاغل است زیرا حول یک گروهی از مخاطبین هدف که شخصاً تبلیغات را از طریق آگهی‌ها، روزنامه‌ها و پست‌ها دریافت می‌کنند، ایجاد می‌شود.

### • تبلیغات چاپی

اعم از مجله، روزنامه، نشریه یا آگهی‌های تبلیغاتی، برای معرفی برند و محصولات شماست.

### • بیلборدها

بالا بردن تابلوهای تبلیغاتی در سراسر شهرها می‌تواند تبلیغات ثابت یا متحرکی برای تقریباً هر چیزی باشد.

### • تبلیغات تلویزیونی

تبلیغات تلویزیونی محبوب‌ترین راه بدست آوردن موقعیت محصول و قرارداد آن در معرض دید مردم برای بیش از ۵۰ سال بود. از زمان ورود بازاریابی دیجیتال و

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

موبایل، جذابیت آن فقط اندکی کاهش یافته است. این کانال عالی برای معرفی برند شما است.

### • تبلیغات رادیویی

تبلیغات رادیویی، اگرچه فقط صوتی است و هیچ تصویری برای جفت شدن با آن وجود ندارد، اما هنوز هم بسیار موثر است. در این نوع تبلیغات دو مخاطب متمایز وجود دارد: مخاطب مسن و کسانی که در رفت و آمد کار خود رادیو گوش می دهند. با ایجاد تبلیغاتی کوتاه و اشاره مستقیم به موضوع، شنوندگان را علاقه مند می کند.

### تبلیغات دیجیتال

تبلیغات دیجیتال حول هرگونه فعالیت تبلیغاتی بصورت آنلاین مانند تبلیغات نمایشی، PPC، تبلیغات در شبکه های اجتماعی و غیره می چرخد. این شکل از تبلیغات ارزان تر و ردیابی آن آسان تر است، بنابراین به شکل پرکاربرد بازاریابی تبدیل شده است.

### • تبلیغات شبکه های اجتماعی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

در سال های اخیر پلتفرم های رسانه های اجتماعی محبوبیت بیشتری پیدا کرده اند و با این روند جدید، تبلیغات در این رسانه ها به وجود آمد. قرار دادن تبلیغات تشویقی و پروموشنال در این سایت های محبوب بسیار جالب است. زیرا شما می توانید جغرافیای بزرگتری برای دایره مخاطبین هدف خود در نظر بگیرید. فقط با چند کلیک می توانید گروه بندی سنی ، علایق ، مکان ها و موارد دیگری را برای موثرتر کردن تبلیغاتتان انتخاب کنید. مطالعه بیشتر :افزایش فروش با رسانه های اجتماعی

#### • تبلیغات برپایه جستجو و نمایش

موتورهای جستجو با سفارشی سازی نتایج مورد جستجو با توجه به کلمات کلیدی می تواند نتایج خارق العاده ای برای کسب و کار شما به وجود بیاورد. تبلیغات در گوگل ادوردز از این نوع تبلیغات است. تبلیغاتی که با پرداخت به موتور های جستجو انجام می دهید یکی از روش های تبلیغات موثر است.

#### • تبلیغات موبایلی

استفاده از موبایل در مدت زمان کوتاهی ده برابر شده است و تعجب آور نیست که تبلیغات موبایلی هم به وجود آمده است. تبلیغات برپایه موبایل می تواند شامل تبلیغات پیامکی، تبلیغات درون برنامه ای و تبلیغات پوش

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.

نوتيفيكيشن وب سايت با هدف کاربران تلفن همراه باشد. اين گزينه ها هنگامی که برای مخاطبانی که همیشه در دستگاهشان هستند بازاریابی می کنید بی پایان هستند.

## • تبليغات پاپ آپي

وب سايت ها همیشه در تلاشند تا تبديل و فروش بيشتري را در برنامه هاي بازاریابی خود قرار دهند. تبليغات موثر راهی برای رسيدن به اين هدف است. استفاده از پنجره های باز شو يا همان پاپ آپ ها که شامل فراخوان برای اقدام (Call To Action) هستند ایده خوبی است. هنگامی که شخصی قصد دارد از طريق يک پنجره خروج از صفحه خارج شود، می توانید با نمايش يک پنجره پاپ آپ نظر او را جلب کنید. پاپ آپ هایی که کد تخفيف يا پيوند به کالای دقيق مورد جستجوی شما را ارائه می دهند، می توانند برای مشتري بالقوه تفاوت ايجاد کنند.

## ۱۲ مرحله اساسی برای تبليغات موثر

### ۱. کسب و کار خود را به خوبی بشناسيد.

نقاط قوت ، ضعف و ویژگی های منحصر به فرد سازمان خود را شناسایی کنید.  
به تجارت خود نگاهی عینی بیندازید. و شما باید در این زمینه صادق باشید.  
مطالعه بیشتر: تشخیص نقاط قوت و فرصت ها برای نوشتن استراتژی

## ۲. رقبای خود را بشناسید.

آنها و موقعیت آنها در بازار را بشناسید. نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟ (این  
روند را با ۳ رقیب برتر خود طی کنید.)

## ۳. مخاطبان هدف خود را مشخص کنید.

محصول یا خدمات شما بیشتر مورد توجه چه کسانی قرار می گیرد؟ (جنسیت  
، سن ، درآمد ، موقعیت جغرافیایی و غیره) رویکرد "تفنگ ساچمه ای" را  
امتحان نکنید و سعی کنید برای همه به بازار عرضه کنید ، متمرکز باشید.

## ۴. خود را موقعیت یابی کنید.

یک پیشنهاد فروش منحصر به فرد (Unique Selling Proposition) بر اساس  
نقاط قوت و ضعف خود و همچنین رقبای خود ایجاد کنید. چه چیزی شما را از  
نظر مصرف کننده از رقبا متمایز می کند؟ آن را پیدا کنید و USP خود را به  
وجود آورید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبی](#) سر بزنید.



## ۵. بودجه تبلیغاتی تهیه کنید.

به طور کلی، این درصدی از فروش ناخالص سالانه شما خواهد بود و بسته به اهداف شما متفاوت خواهد بود. هنگامی که تعیین کردید این بودجه چقدر خواهد بود، به آن پایبند باشید. مطالعه بیشتر: نحوه تعیین بودجه کمپین تبلیغاتی

## ۶. یک قالب زیبا و هماهنگ ایجاد کنید.

پیشنهاد فروش منحصر به فرد خود (USP) را در یک قالب تبلیغاتی قرار دهید که به خاطر سپرده شود. از این موضوع در تمام تبلیغات خود استفاده کنید. (خواه مضمون کلمات باشد یا مضمون گرافیک. نکته اصلی سازگاری است: نگاه و پیام ثابت.)

## ۷. کمپین تبلیغاتی خوب بنویسید.

برای اینکه تبلیغات خود را به طور موثری برگزار کنید باید یک کمپین تبلیغاتی عالی تدوین کنید. اگر بلد نیستید می توانید از مقاله زیر کمک بگیرید. مطالعه مقاله : کمپین های تبلیغاتی موفق چگونه تدوین و اجرا می شوند؟



## ۸. پیام تبلیغاتی خود را منحصربه فرد و ماندگار تنظیم کنید.

هنگامی که مخاطبان خود را شناسایی کردید، با آنها به نوعی صحبت کنید که توجه آنها را جلب کند. تمام تصمیمات خرید ناشی از یک احساس است. آیا این باعث خوشحالی من می شود، مشکلم را حل می کند؟ خود را جای مخاطبان هدف قرار دهید و از این قبیل سوالها کمک بگیرید.

## ۹. از رسانه ای استفاده کنید که به طور موثرتری به بازار هدفتان دست پیدا کنید.

همه انواع تبلیغات برای انواع مخاطبان مقرون به صرفه و مناسب نیستند. قبل از خرید هر رسانه ای، تحقیق کنید. کپی برداری کورکورانه تاثیر تبلیغات شما را به صفر می رساند.

## ۱۰. نتایج خود را اندازه بگیرید.

ابزاری برای سنجش نتایج خود طراحی کنید. لازم نیست فقط فروش واقعی باشد. هدایت ترافیک به سایت و زنگ زدن تلفن بسته به شغل و اهداف شما روشهای اندازه گیری مناسبی است. دانستن اینکه کدام روش تبلیغاتی

موثر است به شما کمک می کند از بودجه تبلیغاتی آینده خود نهایت استفاده را ببرید.

## ۱۱. از آژانس های تبلیغاتی کمک بگیرید.

این آژانس های با تنظیم کمپین های تبلیغاتی موثر می توانند میزان سرمایه گذاری شما در حیطه تبلیغات را به حداکثر بهره وری برسانند.

مطالعه بیشتر: ۷ نکته که قبل از گرفتن مشاوره تبلیغاتی باید بدانید!

## ۱۲. خودتان آموزش ببینید.

برای افزایش بهره وری کمپین تبلیغاتتان می توانید روی آموزش خود و تیمتان در این زمینه سرمایه گذاری کنید.