



انواع تبلیغات موثر برای کسب و کارها

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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

دنیای تبلیغات در حال تغییر است. در سال ۲۰۲۰، برای اولین بار در تاریخ ایالات متحده، شرکت‌ها بیش از ۲۵۰ میلیارد دلار برای تبلیغات هزینه کردند. امروزه بیش از هر زمان دیگری شرکت‌ها برای انواع تبلیغات کالا و خدمات خود هزینه می‌کنند. شما هم می‌توانید **انواع تبلیغات** را با یک سرچ ساده در گوگل جستجو کنید و از انواع پلتفرم‌های بی‌شماری که وجود دارد برای اجرای **کمپین تبلیغاتی** محصول، خدمات یا برند کسب و کار خود استفاده کنید.

اکثر مدیران زمان زیادی را صرف طراحی، تولید و تکمیل محصولات خود می‌کنند؛ اما آیا به نظر شما این اقدامات به تنهایی منجر به فروش و **سودآوری کسب و کار** می‌شود؟ قطعاً این طور نیست. حتی بهترین محصولات نیز تا به بازار و جامعه هدف درست خود معرفی نشوند، به فروش نمی‌رسند. فروش هم زمانی اتفاق می‌افتد که محصول خود را به بازار معرفی و عرضه کنید که تنها راه آن، انجام انواع تبلیغات گوناگون به طور موثر و حرفه‌ای است.

در این مقاله از **مجله اقیانوس آبی** آموزشی به سوالات زیر پاسخ خواهیم داد و برترین نکات را برای روش‌های تبلیغات موثر خواهید آموخت:

۱. تبلیغات چیست؟
۲. قدمت انواع تبلیغات به چه زمانی برمی‌گردد؟ (تاریخچه تبلیغات)
۳. اهمیت تبلیغات در بازاریابی و فروش کسب و کار چیست؟
۴. انواع تبلیغات و رسانه‌های تبلیغاتی موثر کدام‌اند؟
۵. چگونه تبلیغات خود را موثرتر کنیم؟

تبلیغات چیست؟

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

هر محتوایی که فرد را ترغیب به اقدامی بکند، تبلیغ است. این محتوا می تواند به صورت فیلم، عکس، صوت، کاتالوگ یا هر چیز دیگری باشد. حال این اقدامات نیز حالت های مختلفی دارند، اما اقدامی که مد نظر اکثر کسب و کارهاست، اقدام به خرید می باشد.

در جواب تبلیغ چیست می توان گفت: تبلیغات فعالیتی بر پایه تشویق و پیشنهاد است که هدف آن فروش یک محصول یا خدمت به مخاطبان بازار هدف است.

یک تبلیغ اصولی 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** یا به صورت کلی مخاطبان زیادی را درگیر کند.

تاریخچه انواع تبلیغات

قبل از اینکه درک کنیم اهمیت تبلیغات چیست، بیايد تاریخچه انواع تبلیغات را بررسی کنیم. انسان ها 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، انواع تبلیغات مختلف به وجود آمد.

– دوره حکاکی و نوشتن برای تبلیغ

هیچ کس نمی داند دقیقاً چه زمانی مشاغل از انواع تبلیغات برای شناساندن خود استفاده کردند. آنچه منطقی است و چیزی که ما به طور قطع می دانیم این است که اولین نوع تبلیغ به صورت کلامی بوده است. در جهان باستان، فروشندگان برای تبلیغ محصولات و خدمات خود

فرياد مي کشيدند و تبليغات به صورت دهان به دهان شکل مي گرفت. بعد از آن تصميم گرفتند که با حکاکی تصاویر ساده روی سنگ و چوب تاثیر کلامشان را افزایش دهند.

–انقلاب چاپ و شروع انواع تبليغات چاپی

اولين گام به سوی روش های تبليغات مدرن با توسعه چاپ در قرن ۱۵ و ۱۶ پديد آمد. اولين رسانه تبليغاتی چاپی جهان و علائم تجاری در چین به وجود آمد. بعد از آن گوتنبرگ (يوهانس گوتنبرگ: مخترع ماشین چاپ) با اختراع چاپخانه مکانیکی از نوع متحرک در سال ۱۴۳۹ انقلاب چاپ را در اروپا آغاز کرد.

–انقلاب صنعتی و آژانس های تبليغاتی

مرحله بعدی در تاريخ انواع تبليغات 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 پيدا کردند و کسب و کارها از آن ها برای روش های تبليغات خود استفاده می کردند.

–انواع تبليغات در راديو و تلویزیون

در اوایل قرن بیستم انواع تبليغات در همه جا حضور داشت. در آن زمان که تبليغات در حال شکل گیری به صنعتی به ارزش میلیون ها دلار بود، تبليغات چاپی در شرف رویارویی با رقیب جدیدی بود به نام امواج رادیویی. پس از جنگ جهانی دوم نیز تلویزیون منبع اصلی تبليغ محصولات و خدمات به مردم شد.

–انواع تبليغات اینترنتی و رسانه های اجتماعی

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

هم افزايي اقتصاد و علم در روش هاي تبليغات كه از دهه ۱۹۸۰ آغاز شد، در دهه ۱۹۹۰ با ظهور چهارمين رسانه تبليغاتي بزرگ يعني شبكه جهاني وب، به اوج خود رسيد.

– تفاوت انواع تبليغات با بازاریابی

بازاریابی فرآيند شناسايي نيازهاي مشتري و تعيين نحوه برآورده كردن آن ها به بهترين شكل است. روش هاي تبليغات، زير مجموعه اي از بازاریابی است كه استراتژي محبوب و شناخته شده اي براي برقراري ارتباط با مخاطبان است.

استراتژي بازاریابی گسترده يك شركت، معمولا شامل يك طرح تبليغاتي است. مجموعه اي انواع تبليغات باعث مي شود تا پيام هاي كسب و كار بهتر به مشتريان برسد تا آنها براي خريد اقدام كنند. پس انواع مختلف تبليغات يكي از مولفه هاي بازاریابی است.

اهميت انواع تبليغات در فروش چيست؟

براي آن كه بتوانيم اهميت انواع تبليغات را شرح دهيم، مثالي مي زنيم. آيا به نظر شما شركت Apple نخستين شركت موفق در زمينه توليد mp3 و عرضه ان به بازار بوده است؟ خيرا! اپل هشتمين شركتي بود كه در اين زمينه شروع به فعاليت كرد و قطعا آخرين شركت نيز نبوده است.

قبل از اپل شركت هايي وجود داشتند كه mp3 هايي با قابليت ذخيره بيش از ۱۰۰۰ آهنگ را توليد مي كردند، اما هيچ كدام به اندازه اپل موفق نبوده اند و نتوانستند كه بازار را به دست بگيرند. **رمز موفقيت اپل بازاریابی و انتخاب درست بين روش هاي تبليغات و انجام تبليغات شگفت انگيز او بوده است.**

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

استيو جابز براي تبليغ محصول خود گفت: ”بيش از ۱۰۰۰ آهنگ در جيب شما جا مي شود!“ پس رمز موفقيت يك كسب و كار بازاریابی، انجام انواع تبليغات صحيح و سپس فروش آن است، نه زمان ورود به بازار!

مزایای انواع تبليغات براي يك كسب و كار

برخي از افراد تصور مي كنند كه تبليغات تنها به جهت فروش استفاده مي شود اما بايد گفت كه استفاده از انواع تبليغات مزيت هاي زياد ديگري را نيز به همراه دارد كه كسب و كار ها مي توانند از آن ها استفاده كنند. در ادامه با **گروه اقيانوس آبي** همراه باشيد كه به بررسي برخي از اين مزایا مي پردازيم.

۱. افزايش فروش به وسيله انواع تبليغات

افزايش فروش شايد اولين دليل كسب و كار ها براي شروع تبليغات باشد. تبليغات در صورتي كه به درستي انجام شود باعث افزايش حجم فروش مي شود. اين افزايش فروش باعث سود آوري بيشتري براي كسب و كار خواهد شد.

۲. معرفي محصول جديد به وسيله تبليغات

يكي ديگر از دلایلی كه كسب و كار ها از انواع تبليغات استفاده مي كنند معرفي محصولات و خدمات جديد خود است. از طريق تبليغات، كسب و كار ها مي توانند محصولات جديدي را كه در حال ارائه به بازار هستند به مخاطبين و مشتريان خود معرفي كنند.

۳. گسترش كسب و كار

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

كسب و كار ها براي آن كه بتوانند خود را گسترش داده و ميان مردم نيز شناخته شوند نياز به تبليغات دارند. اين گونه از تبليغات باعث گسترش و رشد تجارت و كسب و كار خواهد شد.

۴. پيشي گرفتن از رقبا به كمك انواع تبليغات

دليل ديگري كه باعث مي شود كسب و كار ها از انواع تبليغات استفاده كنند، پيشي گرفتن از رقبا است. كسب و كار ها به وسيله ي تبليغات صحيح مي توانند از رقباي خود پيشي بگيرند.

۵. افزايش كيفيت محصولات

زمانی که یک كسب و كار اقدام به تبليغات مي كند مجبور مي شود تا كيفيت محصول خود را به حد مطلوب و حتي بالا تر از آن برساند تا مشتري بتواند به آن اطمينان كند. بنابر اين انواع تبليغات باعث بالا رفتن كيفيت محصولات نيز مي شود

۶. آموزش به مشتريان در تبليغات

كسب و كار ها مي توانند به وسيله ي تبليغات به مشتريان و مخاطبيني كه به تازگي با محصولاتشان آشنا مي شوند آموزش استفاده دهند.

انواع تبليغات

دو نوع تبليغات وجود دارند كه هدف هر دوي آنها نيز رساندن **شعار تبليغاتي** به مخاطب است كه عبارتند از تبليغات مستقيم و غير مستقيم. در ادامه به بررسي اين دو نوع از تبليغ مي پردازيم.

–تبليغات مستقيم

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

برای تعریف تبلیغات مستقیم می توان گفت: پیام دهنده پیام خود را با رنگ و لعاب، صریح و بی پروا به مخاطبان خود ابلاغ می کند. در این روش مخاطبان متن یا تصویری را به عنوان پیام تبلیغاتی دریافت می کند و محصول یا خدمتی به آن ها معرفی 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. البته این بدان معنا نیست که دیگر انواع تبلیغات و بازاریابی دیجیتالی نمی تواند مستقیم باشد.

به عنوان مثال، بازاریابی از طریق ایمیل و تبلیغات کلیکی 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.

– نوع غیر مستقیم از انواع تبلیغات چیست

همانطور که از عنوان آن پیدا است، روش های تبلیغات غیرمستقیم نمود و ظهور علنی و صریح ندارند و پیام ها در این شیوه تبلیغ به طور غیر مستقیم و غیر محسوس به مخاطب منتقل می شود.

به عنوان مثال به کارگیری و نمایش محصولات و تولیدات یک کارخانه در فیلم های سینمایی نوعی از انواع تبلیغات غیرمستقیم است.

این نوع 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:

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



- تبليغات سنتي يا آفلاين
- تبليغات ديجيتال يا آنلاين.

انواع تبليغات سنتي

انواع تبليغات سنتي مربوط به تبليغات چاپي، تلويزيوني و راديويي است که تا به امروز بيش از ۱۵۰ سال است محبوب مي باشد. تبليغات چاپي موثرترين تبليغات براي مشاغل است، زيرا حول گروهی از مخاطبين هدف که شخصاً تبليغات را از طريق آگهی ها، روزنامه ها و پست ها دريافت مي کنند، ايجاد مي شود. انواع تبليغات سنتي عبارتند از:

-تبليغات چاپي

تبليغاتي چاپي یکی از انواع تبليغات سنتي و بازاریابی است که به وسيله ی رسانه های چاپي فیزیکی در مقیاس های وسیع به دست مشتريان مي رسد. اين گونه تبليغات در انواع مختلفی انجام مي شود مانند چاپ تبليغ در روزنامه و نشریات، مجلات، تراکت، بنر ها و اين نوع تبليغات چه براي بازاریابی انجام شود چه براي معرفي یک کسب و کار مي تواند مسمر ثمر باشد.

-تبليغات راديويي

از ديگر انواع تبليغات سنتي، تبليغات راديويي است، استفاده از یک ايستگاه راديويي براي پخش تبليغات را، تبليغات راديويي گویند که یکی از قديمی ترين انواع تبليغات نیز مي باشد. با گذشت زمان اينگونه تبليغات بسيار نوين و خلاقانه تر شد تا جایی که همچنان نیز از آن استفاده مي شود. اکثر تبليغات راديويي براي افزايش آگاهی مخاطب و مشتري از برند مي باشد.

-تبليغات تلويزيوني

براي مشاهده ساير مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

يکي از روش‌هاي تبليغات سنتي که به صورت گسترده انجام مي‌شود، تبليغات تلويزيوني است. استفاده از جلوه‌هاي صوتي و بصري باعث شده تا انتقال پيام در اين نوع از تبليغات بالا رود. اما مشکلي که اين شيوه از تبليغ را دچار مشکل کرده است، بيشتر شدن دغدغه‌هاي مردم مي‌باشد که ديگر زمان کمي را براي تماشاى تلويزيون ندارند.

-تبليغات سينما

سينما يکي از محبوب‌ترين رسانه‌ها مي‌باشد، جايي که جوان‌ها خانواده‌ها براي گذران وقت خود و داشتن ساعت‌هايي به دور از مشغله به آن روي مي‌آورند. تبليغات سينما يکي ديگر از انواع تبليغات سنتي مي‌باشد که در آن کسب و کارها تبليغات خود را براي تماشگران نمايش مي‌دهند. اما اين گونه تبليغات پس از همه‌گير شدن ويروس کرونا با مشکلات زيادي روبرو شده است.

انواع تبليغات اينترنتي

انواع تبليغات ديجيتال حول هرگونه فعاليت تبليغاتي آنلاين مانند تبليغات نمايشي، PPC، تبليغات در شبکه‌هاي اجتماعي و ... مي‌چرخد. اين شکل از انواع تبليغات ارزان‌تر و رديابي آن آسان‌تر است و بسيار پرکاربرد است.

-تبليغات نمايشي

تبليغات نمايشي را مي‌توان با سابقه‌ترين نوع تبليغات آنلاين ناميد. بنرهايي که در اطراف صفحات سايت، در بالای یک سايت، سايد بار و... مشاهده مي‌کنيد نمونه‌هايي از تبليغات آنلاين مي‌باشند. اين شکل از تبليغات تنها به سايت‌ها ختم نمي‌شوند بلکه در اپليکيشن‌ها و گيم

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



هاي موبایل هم مي توان اينگونه تبليغات را مشاهده کرد. به وجود آمدن بنر هاي متحرک تاثير اين گونه بنر ها را چند برابر کرده اند.

-تبليغات شبکه هاي اجتماعي

امروزه تبليغات در شبکه هاي اجتماعي به يکي از مرسوم ترين انواع تبليغات تبديل شده است. در دنياي امروز که افراد هر روزه وقت زيادي را در شبکه هاي اجتماعي مي گذرانند، تبليغات در شبکه هاي اجتماعي مي تواند بازدهي بسيار مناسبی داشته باشد.

-تبليغات کليکي يا CPC

يکي ديگر از انواع تبليغات آنلاين، تبليغات کليکي مي باشد که در آن صاحب وبسایت به ازاي تعداد کليک هايي که به ازاي آن تبليغ دريافت کرده است مبلغی را پرداخت خواهد کرد. بسياري از تبليغات نمايشي نيز مي توانند به صورت کليکي نيز باشند.

تبليغ در گوگل يا گوگل ادز

تبليغ در گوگل يکي از مؤثرترين روش ها براي افزايش ديده شدن کسب و کارها و جلب توجه مشتريان بالقوه است. با استفاده از ابزارهاي تبليغاتي گوگل، نظير Google Ads، کسب و کارها مي توانند تبليغات خود را به طور دقيق به مخاطبان هدف نمايش دهند و بر اساس کلمات کليدي مرتبط با صنعت خود، تبليغات خود را بهينه سازي کنند.

اين سيستم تبليغاتي به شرکت ها اين امکان را مي دهد تا در صفحات نتايج جستجو و وبسایت هاي مختلف به نمايش درآيند، و با استفاده از بودجه و استراتژي هاي مشخص، به افزايش ترافیک وبسایت و فروش محصولات يا خدمات خود بپردازند. تبليغات گوگل با ارائه

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

ابزارهای تجزیه و تحلیل پیشرفته، به کسب و کارها کمک می‌کند تا عملکرد تبلیغات خود را به دقت بررسی کرده و در نتیجه، به بهبود مستمر استراتژی‌های تبلیغاتی خود بپردازند.

–تبلیغات پاپ آپ

پاپ آپ ها پنجره های اضافه ای هستند که معمولا در یک وبسایت باز می شوند. این نوع از تبلیغ معمولا شامل دو نوع است. نوع اول آن به صورت آزاردهنده و بدون اجازه ی کاربر باز شده و به تبلیغ دیگر سایت ها می پردازد و نوع دوم با این که بدون اجازه ی کاربر می باشد به معرفی محصولی از خود سایت یا دریافت اطلاعات کاربر می پردازد.

تعیین بودجه برای انواع تبلیغ

مقدار بودجه ای که یک کسب و کار برای انواع تبلیغات خود در نظر می گیرد در نتایج تبلیغات بسیار تاثیر گذار است. بنابراین این موضوع یکی از مهم ترین موضوعاتی است که باید به آن بپردازید. شما می توانید بر اساس نیاز کسب و کارتان، بودجه ی خود را میان چند نوع تبلیغ تقسیم کرده تا نتایج بهتری را از آن بگیرید.

چرا برخی از تبلیغات شکست می خورند؟

امروزه نیز می‌توانید مدیرانی را بیابید که معتقدند کسب و کار بدون تبلیغ، هرگز موفق نمی‌شود و هم افرادی که اصرار دارند تبلیغات بیش از آن‌که بر پایه مطالعه و بررسی باشد، به نوعی عادت مدیریتی تبدیل شده و کمتر مدیری برای بررسی دقیق میزان موفقیت برنامه های تبلیغاتی خود، وقت می‌گذارد.

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

اگر شما از مديران دسته دوم هستيد، پيشنهاد ما اين است که دوره بازاریابی و تبلیغات
اقيانوس آبي را حتما ببينيد.