



گروه تبلیغاتی مايا پينت

Mayapaint.ir

6 الی 88640194 – 021

09195944665

موضوع : انتخاب رسانه در تبلیغات



کسب و کارها برای پیشرفت و توسعه خود نیاز به برندینگ و آگاهی بخشی نسبت به برند دارند؛ برای برندینگ مناسب و معرفی صحیح کسب و کارها انتخاب رسانه در تبلیغات از اهمیت ویژه ای برخوردار است. انتخاب رسانه در تبلیغات از مهم ترین اقداماتی است که برند باید برای پیشرفت و توسعه خود انجام دهد؛ چراکه با انتخاب رسانه مناسب می توان از ابزارهای تبلیغاتی مناسب بهترین استفاده را کرده و موثرترین ارتباط با مشتریان خود برقرار نمود.

در ادامه این مقاله قصد داریم رسانه تبلیغاتی و تاثیرات آن بر تبلیغات را مورد بررسی قرار دهیم.

رسانه تبلیغاتی چیست

رسانه به هر گونه ابزار یا کانال ارتباطی گفته می شود که از طریق آن می توان پیامی را به مخاطبان خاصی ارسال کرد. البته این تعریف، تعریف کلی رسانه است؛ زیرا تعریف رسانه با توجه به هدفی که فرستنده پیام برای استفاده از رسانه دارد می تواند متغیر و گسترده باشد. در حوزه تبلیغات از رسانه برای اهداف تبلیغاتی به صورت گسترده استفاده می شود. رسانه تبلیغاتی به رسانه ای گفته می شود که پیام ها و شعارهای تبلیغاتی یک برند یا کسب و کار را به منظور بازاریابی و افزایش مخاطب به مخاطبان بازار هدف منتقل می دهد تا باعث ایجاد تعامل بین مخاطب و برند شده و باعث افزایش بازخورد می شود.

رسالت رسانه تبلیغاتی

رسانه ها کانال هایی هستند که اغلب مخاطبان زیادی دارند و می توانند تاثیر زیادی در رفتار این مخاطبان بگذارند. اهداف تبلیغات می تواند متفاوت باشد؛ از اطلاع رسانی گرفته تا ترغیب مخاطبان به خرید از رسانه از جمله اهدافی هستند که تبلیغات دنبال می کند. رسانه تبلیغاتی وظیفه انتقال پیام تبلیغاتی را به مخاطبان و واداشتن این افراد به تعامل با این پیام را دارد. رسانه تبلیغاتی سبب می شود که نرخ تعامل با مشتریان بالاتر رفته و بازخورد بهتری نیز از آن ها دریافت شود. با افزایش بازخورد، برند اعتبار بیشتری کسب کرده و با افزایش اعتبار، مخاطبان اعتماد بیشتری به برند و کسب و کار شما پیدا می کنند.

انواع رسانه تبلیغاتی



رسانه های تبلیغاتی انواع مختلفی دارند و به اشکال مختلفی دسته بندی می شوند. رسانه ها قابل تقسیم بندی به سه نوع ادراکی، شناختی و فنی انتقالی قابل تقسیم بندی هستند. رسانه های ادراکی به انواعی از رسانه گفته می شود که به مکان و زمان مربوط هستند؛ مانند بیلبرد هایی که در سطح شهر دیده می شوند. رسانه های شناختی به انواعی از رسانه گفته می شود که با تصویر، زبان، خط و موسیقی در ارتباط است؛ اغلب تبلیغاتی که می بینیم از این نوع می باشند.

رسانه های فنی انتقالی نیز به رسانه هایی مانند تلویزیون، رادیو، اینترنت و از این قبیل گفته می شود.

علاوه بر این نوع دسته بندی، رسانه ها را با توجه به میزان گستردگی مخاطب به سه دسته تقسیم می شوند: رسانه های ATL، BTL و TTL. به رسانه هایی گفته می شود که مخاطب وسیع دارند و هزینه تبلیغات از طریق آن ها هزینه زیادی دارد؛ رسانه های ATL ای که اغلب از آن ها استفاده می شود شامل اینترنت، تلویزیون، رادیو، سینما و مطبوعات را نام برد TTL. به رسانه هایی گفته می شود که مخاطب و هزینه استفاده از آن ها در رنج متوسطی قرار دارد؛ مهم ترین انواع رسانه TTL شبکه های اجتماعی هستند. رسانه BTL نیز رسانه هایی هستند که مخاطب محدود و هزینه پایین تری دارند و اغلب بازدهی چندانی ندارند؛ از جمله این رسانه ها می توان به تبلیغات فروشگاهی، تبلیغات تراکتی و چاپی و بازاریابی از طریق پست اشاره کرد.

نحوه انتخاب رسانه تبلیغاتی

انتخاب رسانه در تبلیغات با توجه به اهداف برند و جامعه هدف انجام می شود و باعث ایجاد یک برنامه منسجم و اصولی برای تبلیغات و مشخص شدن استراتژی تبلیغاتی و مسیر تبلیغاتی برند می شود. مهم ترین گام هایی که باید در انتخاب رسانه تبلیغاتی مناسب به آن ها توجه داشت، شامل موارد زیر است:

هدف گذاری از مهم ترین گام ها برای انتخاب رسانه تبلیغاتی است؛ باید مشخص کنید که کدام محصول باید ارائه شده و مخاطب تبلیغات کیست.

بررسی و در نظر گرفتن رفتارهای مشتریان و مخاطبان هدف برای انتخاب رسانه تبلیغاتی نیز حائز اهمیت است.

بودجه مورد نیاز برای تبلیغات نیز باید پیش از انتخاب رسانه تبلیغاتی باید تعیین شود؛ چراکه تبلیغات در صورتی موثر است که حداکثر نرخ بازگشت سرمایه را داشته باشد و این موضوع تنها زمانی اتفاق می افتد که بودجه مشخص شود و بر اساس آن تصمیمات تبلیغاتی گرفته شوند.

در نهایت لازم است انواع رسانه و تعداد مخاطبان آن ها برای سنجیدن آنکه این رسانه بیشترین بازدهی را با توجه به شرایط شما خواهد داشت، مورد بررسی قرار بگیرند.

اهمیت رسانه در تبلیغات

رسانه های تبلیغاتی نقش بسیار مهمی در شناخته شدن و دیده شدن کسب و کارهای مختلف خواهد داشت. مخاطبان فرصت نخواهند یافت خود به دنبال کشف برند و کسب و کارهای جدید بپردازند و لازم است کانالی فراهم شود یا انواع شرکت های تبلیغاتی که کسب و کارها و برندهای متفاوت این فرصت را داشته باشند تا توانایی ها و خدمات خود را به جامعه هدف معرفی کند و از این جامعه بازخورد بگیرد. بدون رسانه های تبلیغاتی امکان دیده شدن برند ها و کسب و کار وجود نخواهد داشت؛ بنابراین لازم است در انتخاب رسانه تبلیغات نهایت دقت را به خرج داده تا برند خود را به بهترین شکل به مخاطبین خود معرفی کنید.

بهترین رسانه تبلیغاتی



در اینجا سوال پیش می آید که بهترین رسانه تبلیغاتی کدام است و اینکه چرا باید تبلیغ کنیم پاسخ به این سوال برای برندها و کسب و کارهای مختلف ممکن است متغیر باشد؛ چراکه شرایط و اهداف هر برند با برند دیگر ممکن است متفاوت باشد. با این حال می توان گفت دو نوع از بهترین رسانه های تبلیغاتی شبکه های اجتماعی و رسانه های جمعی مانند تلویزیون و رادیو از بهترین رسانه های تبلیغاتی هستند. شبکه های اجتماعی رسانه هایی هستند که امروزه به فراوانی مورد استفاده قرار می گیرند و کاربران فعال زیادی نیز دارند؛ از همین رو یک پلتفرم مناسب برای انتقال پیام های تبلیغاتی فراهم می آید که می توانند بازخورد نسبتا بالایی داشته باشند. علاوه بر آن رسانه های جمعی از جمله

تلویزیون مخاطبان گسترده ای در تمامی سنین دارند و پیام به راحتی قابل انتقال به طیف گسترده ای از مخاطبان مختلف خواهد بود.

سوالات متداول انتخاب رسانه تبلیغاتی

۱- هزینه تبلیغات در رسانه های مختلف چگونه است؟

هزینه تبلیغات در رسانه های مختلف با توجه به عوامل مختلفی تعیین می شود که مهم ترین آن ها نوع رسانه انتخابی است. تعرفه های هر رسانه با رسانه های دیگر متفاوت است و برای اطلاع قیمت تبلیغات در رسانه های مختلف بهتر است با مراکز تبلیغاتی معتبر در ارتباط باشید.

۲- چگونه می توان در انتخاب رسانه تبلیغاتی مناسب موفق بود؟

انتخاب رسانه تبلیغاتی تا حد زیادی به حوزه فعالیت برند بستگی دارد؛ به همین دلیل لازم است ابتدا اهداف و توانایی های برند را به خوبی شناخته و مورد بررسی قرار داد تا بتوان با توجه به آن ها مسیر مناسبی انتخاب کرد. علاوه بر آن بهتر است از متخصصین عرصه تبلیغات نیز راهنمایی گرفت.

۳- آیا برای تبلیغات انتخاب تنها یک نوع رسانه کافی است؟

در برخی از موارد، مخصوصا برای کسب و کارهای نوظهور، تنها یک نوع رسانه تبلیغاتی می تواند کافی باشد؛ با این حال با گسترش برند و نیاز به بازار بزرگ تر ممکن است از رسانه های تبلیغاتی بیشتری استفاده شود.

۴- آیا نوع رسانه تبلیغاتی در نوع تبلیغات تاثیر دارد؟

بله؛ با توجه به نوع و حوزه فعالیت برند و کسب و کار رسانه های تبلیغاتی می توانند تاثیر متفاوتی داشته باشند؛ بالطبع برخی از رسانه ها در صورت انتخاب شدن متناسب با حوزه فعالیت برند تاثیر بهتری روی کسب و کار خواهند داشت.

۵- چه کسی باید رسانه تبلیغاتی را انتخاب کند؟

انتخاب رسانه تبلیغاتی توسط صاحبین برند و اغلب با مشورت و همکاری مشاورین تبلیغات و بازاریابی انجام می شود؛ مشاورین تبلیغات و بازاریابی به شما کمک می کنند مناسب ترین رسانه تبلیغاتی را برای برند خود انتخاب کنید.

منبع : www.mayapaint.ir