٦ اصل مهم در تبلیغات

تهیه مطلب: سحر ونستانی - تیم تحریریه مدیرسبز

در هر صنعت یا کسب‌وکاری که فعالیت می‌کنید، درک قوانین تبلیغات برای شما سودآور و پرفایده است. اگر شرکت شما به طراحی و توسعه برنامه تبلیغاتی خود می‌پردازد یا حتی از مشاوران خارجی در این امر استفاده می‌کند، توجه به اصول زیر در هر صورت ضروری است:

۱. از یک پیام استفاده کنید

آن دسته از آگهی‌های تبلیغاتی که بالاترین تاثیرگذاری را بر مخاطبان دارند، اغلب یک پیام واحد و مشخص را انتخاب می‌کنند و انتقال می‌دهند؛ تبلیغات شما باید به‌گونه‌ای باشد که بتواند این پیام اصلی را به‌سرعت و در مدتی کمتر از ۳ ثانیه به مخاطبان برساند.

۲. اعتبار آگهی تبلیغاتی

بی‌اعتمادی به پیام‌های تبلیغاتی ریشه در ماهیت تفکرات بشری دارد. به همین دلیل، ادعاهای شما باید واقعی و معتبر باشد. روی اچ. ویلیامز، نویسنده کتاب پرفروش جادوی تبلیغات معتقد است که: «هر ادعایی که در پیام‌های تبلیغاتی خود بر آن تکیه کنید و مشتری شما به صحت آن اعتقادی نداشته باشد، تنها دور ریختن پول شما است.» اگر بتوانید در تهیه پیام تبلیغاتی خود از بیانات و رضایت مشتریان از محصولات استفاده کنید، اعتبار فعالیت تبلیغاتی شما افزایش می‌یابد.

۳. ابتدا همه‌چیز را بیازمایید

کسب‌وکارهای بزرگ با تکیه‌بر حاشیه سود بالا، امکان به دور ریختن سرمایه و منابع مالی خود را به جهت عدم ارزیابی و آزمون تبلیغات قبل از اجرای آن‌ها دارند؛ اما کسب‌وکارهای کوچک از چنین مزیت و نعمتی بی‌بهره‌اند؛ آزمودن پیام‌های تبلیغاتی می‌تواند در نهایت سادگی با پرسش از مشتریان در خصوص نظرات و دیدگاه‌های آن‌ها نسبت به یک آگهی تبلیغاتی و تصویر ذهنی آن‌ها از کسب‌وکار انجام شود و نیازی به هزینه‌های کلان برای حصول اطمینان از کیفیت پیام تبلیغاتی نیست.

٤. تماس مشتریان با شرکت را آسان کنید

هر بروشور، ایمیل، نامه و حتی واژگان و ادبیات به‌کاررفته از سوی شرکت شما (در قالب سربرگ، کارت، صورتحساب و غیره) باید پر از اطلاعات تماس مشتریان (نشانی سایت اینترنتی، ایمیل یا پست الکترونیکی، شماره تلفن و فکس و نشانی شرکت) با شما باشد. اگر از شعار تبلیغاتی برای معرفی شرکت خود استفاده می‌کنید آن را در تمامی ابزارهای ارتباطی مشتریان با خود درج کنید.

۵. پیام‌های تبلیغاتی را با گروه‌های هدف خود منطبق سازید

تبلیغات موفق، تبلیغاتی هستند که به‌راحتی با یک بخش هدف از بازار ارتباط برقرار می‌سازند. پیام خود را به‌گونه‌ای طراحی کنید که با نیازها، خواسته‌ها، سلایق و نگرانی‌های گروه هدف شما منطبق باشد و بر آن‌ها تمرکز کند و از تهیه پیام‌های عمومی برای جلب همگان بپرهیزید.

٦. حس کنجکاوی مشتریان را تحریک کنید

تبلیغات موفق با ذکر جزئیات فروش یک محصول یا خدمت متفاوت است؛ امروزه موفق‌ترین تبلیغات آن‌هایی هستند که حس کنجکاوی مشتریان هدف را تحریک کنند و آن‌ها را برای برقراری تماس به‌منظور کسب اطلاعات و ارتباط با شرکت ترغیب می‌سازند.