

الوحدة التعميمية الخامسة أنواع الإعلانات الأهداف التعميمية: تيدف بذه الوحدة لتحقيق الأغراض التالية1 - تعريف الطالب بأنواع الإعلانات بعامة .ويمكن تقسيم الإعلانات وفق عدة معايير ندرجيا في الآتي:أوال - أنواع الإعلانات بحسب الهدف منها:قد يدردف الإعدال إنلدى تدرويج مبيعات أو خددمات مددن سددمعة أو خدمدة معيندةوفي بذه الحالة تنقسم الإعلانات إلى نوعين رئيسيين1 - إعالن أولي: حيث ييدد فإلدى تدرويج مبيعات سددمعة أو مندج بغدض النظر عدن العالمة التجارية (الماركة)، مثال ذك الحممة الإعالنيدة التدي قدام بيدا اتحاداد تجدارالشداي فدي وقددت مددن ألوقددات لتدرويج شدررب الشداي وكانددت الحممة تدمخص فديشدهعار "الشداي مددعش" دون ذكددر أي عالمدات تجاريدة (ماركدات) محددة. كح ددث المسدديمك عمدى شد دراءالش دداي أو الحمي ددب مد ددن ن ددوع مع ددين) وبد ددذا الن ددوع م ددن الإعالند دات يناس ددب السد ددمعوالخدمات التدي انشدر اسدخداميا ، وئمة تصنيف آخر لإعلانات بحسب الهدف منها أو بحسب وظائفها(1) (التسويقية حيث تقسم الإعلانات إلى1 - :الإعلان التعميمي: بو نوع يتعمق بتسويق السمع الجديدة التي لم يكن ليا وجود - في السوق من قبل ، فييدف الإعلان إلى إبراز خصائص السمعة بالنسبة لمسمع المنافسة لحت المستيمك ألخير أو المشتري الصناعي عمى تفضيميا عمى السمعألخرى والى تفضيل التعامل مع منجر معين دون المتاجر المنافسة . ثانياً - أنواع الإعلانات من وجهة النظر البيعية:تنقسم الإعلانات بحسب بذا التصنيف إلى نوعين رئيسيين:أ- إعالنات تجارية: كما ينقسم بذا النوع من الإعلانات إلى عدة أنواع يمكن إجماليا في الأنواع التالية1 - :الإعلان القومي National Advertising ويطمق أيضاً عمى بذا النوع Brand - Name Ad ويركز الإعلان القومي عمى السمع التي تباع في المتاجر4 - ، إعالنات البريد Mail - Order Ad وقد يطمق عميا أيضاً إعالناتالتسويق المباشر Direct Marketing Ad حيث تطمب السمعة عن طريقالبريد أو التليفون أو التمزبون أو الإنترنت ، وينقسم بذا النوع من الإعلانات إلى عدة أنواع يمكن إجماليا في الأنواع التالية1 - :إعالنات الخدمات العامة: ويمكن استخدام الإعلان لترويج منتجات وخدمات غير تجارية تيدف إلى إعالم وتثقيف وتحفيز الجميور حول قضاياغير تجارية ، وأيضاً ترويج أفكار لقبول الناس بفكرة مخطط تنموي أو بناء مشفى عام أو حديقة عامة أو ممعب رياضي عام .ثالثاً - أنواع الإعلانات بحسب النطاق الجغرافي(4):وبو أحد المداخل التي يجب أن ينظر إليها بعين الاعتبار في مجال التقييم النوعي لإعالنات المخططة وفي بذا الصدد يمكن تقسيم الإعلانات إلى الأنواع التالية1 - :إعلان محمي: بو الإعلان الذي يتم ويستيدف منطقة جغرافية محددة مثل الإعلانات التي تقوم ببا المعادة في إطار المحافظة2 - ، الإعلان الإقليمي: بو الإعلان الذي يتم توجيهو إلى فئة محدودة من العمال الموجودين في نطاق جغرافي محدد بغية إحداث تأثير أو توليد الرغبة لديمإلثارة انتماميم نحو نماذج سمعية أو خدمية محددة4 - ، الإعلان الدولي: بو الإعلان الذي يقوم بتعريف منتج معين أو خدمة معينة في دولة معينة إلى مستيمكين وعمال حقيقيين خارج تمك الدولة ، رابعاً - أنواع الإعلانات بحسب الجمهور المستهدف:تنقسم الإعلانات بحسب الجميور الذي تتوجو لو إلى1 - :الإعلان الاستهالكي: حيث يدم نشدر بذا النوع مدن الإعلانات إلىدى المسدديمكين النيايين لدفعيم وحثيم للاستجابة والقتناع باقتداء السدمع المعمدن عنيدا مدن خداللإثارة الدوافع الظاهرة والباطنية التي تحرك سموكيم2 - .الإعلان الصناعي أو إال نتاجي: تطمق بذه التسمية نسبة إلى المسدديمكين الموجولي ددم إالع ددالن أي المس ددديمكين الص ددناعيين أو المس ددديدين الص ددناعيين حي ددث ي ددتم الإعلان فيو عدن السدمع الصدناعية ونصدف المصدنعة والجدايزة جزئياً أو الخدمات التي ستعاد عممية تصنيغيا بغية الحصول عمى منتجات جديدة3 - ، إعالن الأعمال أو الإعلان الخاص بالوسططا :وبو الإعدال المتعمدق بالوسططا والموزعين ووكالء البيع لتوصيل معمومات محددة متعمقة بالمنافع الخاصة بالسدمعوالخدمات وحدثيم عمدى التعامل مدع منتجات معينة . والإعطالان السططهالكي يمكند أن ينقسدم بددوره إلدى إعطالان جمطاعي حيددث يوجو إلى فئات كبيدة مدن المسدديمكين وقد يكون الإعلان السدديالكي موجو إلدى طبقدة معين ددة أو فى ددة مح دددة مدن المس ددديمكين وف ددي ى ددذه الحالدة يطم ددق عمي ددو اس ددم"الإعلان الطبقي أو الفئوي" مثال ذك الإعلان الذي ينشره منتج آلالت التصويرفدي إحددى المجداللت المتخصصدة فدي التصديوير وآلددو ويوجدو إعالندو إلدى خب دراءالتص ددوير م ددثال أو إل ددى محترف ددي التص ددوير الس ددديمائي4 - ، إعالن المنشآت«أو المنظمات»: بو الإعلان الذي يختص بالفكارالمتعمقة بالمنشأة ككل فيسمى إعالن المنشآت ، وينقسم بدوره إلى ثلاثةأنواع: إعالنات سمعة المنظمة: وظيفه بذا النوع من الإعلانات تقديمصورة متكاملة عن المنظمة بغض النظر عن المنتجات التي تقدميا مثل العبارات التي تروج لمنظمة بشكل عام مثال: قطر لمبترو . ويعد جميورالعمال والمجتمع لمشاركة في عالج المشاكل التي تواجيبم أو تينئة الجميور في المناسبات والأعياد القومية والدينية أو مشاركة المجتمع بأفراحو وأتراحو مثل ، الرسائل

القصيرة عبر الجوال التي ترسمها شركات الياتف المحمول أو النصائح المرورية التي تقدمها المنظمات في أثناء أسبوع المرور العربي . سادساً - أنواع الإعلانات بحسب الدوافع التي يهدف الإعلان إلى إثارتها(5): تنقسم الإعلانات بحسب الدوافع التي تسعى إلى إثارتها إلى 1 - :إعلانات الدوافع الأولية: بي الإعلانات التي تيدف إلى حث المستمك عمى شراء واستخدام منتج معين بصرف النظر عن عالمتها التجارية3- ، إعلانات خاصة بإثارة دوافع التعامل: بي الإعلانات التي تيدف إلى التعريف بالمؤسسات أو المنظمات وتكوين اتجاهات ايجابية نحوها مما يدفع الغير لمتعامل معيا والوالء ليا ولمنتجاتيا(. ووفق نذا المعيار لدينا نوعين من الإعلانات تحت نذا الأنواع1 - :إعلان الاستجابة المباشرة: ويتم ذلك لمحصل عمى استجابة فورية من الزبائن ، بعد تمقيو الإعلان ليس بيدف شراء المنتج أو تبني الخدمة لكن بيدف رسم صورة إيجابية ليذه العالمة التجارية أو المنتج أو الخدمة في ذنو .تاسعاً - أنواع الإعلانات بحسب دورة حياة المنتج: يمر المنتج سواء كان سمع أو خدمات بثالث مراحل إعالنيو تتميز كل منيا بخصائص معينو وترتبط بدورة حياتو أو المراحل التسويقية التي يمر بيا نذا المنتج وقد حددت نذه المراحل الإعالنية فيما يمي1 - :مرحمة الارتياذ: أي مرحمة دخول المنتج إلى السوق أول مره ودف الإعلان فييا يتركز في خمق الطمب عمى المنتج وذلك عن طريق التأكيد عمى ما يمكن أن يشبعو من حاجات لدى المستمكين .وفي التطبيق العممي ألدإعلانات تخدم دورة حياة السمع والخدمات من هذا النوع يجب أخذ عدة أمور بعين الاعتبار هي:أ- عدم وجود حدود فاصمة بين كل مرحمة وأخرى ألنيا تتداخل فيما بينيا في مجال التطبيق العممي عاش ار- أنواع الإعلان ات بحسب الوسيمة الإعالنية(8) :ليست وسائل الإعلان قيمة العدد . في نذه أليام وربما تكون مباشرة أو غيرالمستخدمة من قبل المعمن مباشرة ، وتشير الطرق المباشرة لإعلان إلى تمك الأنظمة والتي يتمك عن طريقيا من تكوين اتصال مباشر مع الجية المحتمة معتمداً عمى ستأجرة لنشر المعمومات ، وتتوقف فاعمية وكفاءة الإعلان عمى اختيار الوسيمة وكالمة م الإعلان المناسبة لنشر الإعلانات التي يمكن عن طريقيا وصول الإعلان إلى الجميور المستيدف بأقل تكمفة ، ودوريات النشر واليافطات والممصقات والمطويات (الكتموغات) والكتيبات والإعلانات التي ترسل بالبريد والمنشورات2- ، إعلانات الوسائل المسموعة: وتتمثل في إعلانات الراديو واعالانات العربات التي تستخدم مكبرات الصوت ، إذ يمعب الصوت دو أر بالغ الألمية في التأثير عمى المتمقي بما يحمل من خصوصيات في التنعيم والنبر والجير واليمس ، وتصحب الكممة المسموعة أحياناً الموسيقي فتزيدا طاقة كبرى عمى الإلحاء والووم والتخيل3- ، إعلانات الوسائل المرئية: وبى جميع الرسائل الإعالنية التي يتم توصيميا عبرحاسة البصر عدا المقروءة مثل الموحات والتمفزيون والدعايات ورسائل الوسائل4- . إعلانات الوسائل الإلكترونية: وبى الإعلانات التي تصل إلى الجميور عبرالشاشات الطرقية ورسائل الجوال القصيرة ، كدلل مددن تمددك الرسدائل الإعالنيده المختمفده تتطمددب إمكانيددات فنيدده وأسدداليب فددي التحريدر والإخدرج الإعالندي تختمدف عدن غيريدا مدن الوسدائل ، من ناحية أخرى فدإن لكذل مدن تمددك الوسدائل الإعالنيده قدرده وفعاليده محددهدة تتفدق مدع بعددض أندواع الإعدالن دون http://www.9-ولكن ينبغي أن نؤكد نقطة م يمة بي أن تمك الأنواع من الإعلان ليست منفصمة عن بعضيا تمام الانفصال بل قد يتمثل في إعلان معين أكثر من نوع واحد،