

الوظائف الرئيسية للإشهار التلفزيوني: يعد الإشهار المتلفز من أهم الأنشطة التسويقية في المؤسسات الحديثة فهو يخدم أهدافا لها صلة و مصلحة بالنشاط التسويقي، فأبرز الأدوات التي يؤديها الإشهار بالنسبة للمؤسسة يقضي بتحديد الوظائف التي يؤديها بالنسبة للطرف الرئيسية في العملية الإشهارية و في هذا الصدد سنوضح هذه الوظائف لكل من المنتج ، المستهلك و البائع أو الموزع: بهدف تحقيق درجة كافية من ادراك المستهلكين لهذه السلع و الخدمات في هذا المجال ، و بهذا يكون الإشهار المتلفز همزة وصل بين المنتج و المستهلك. [٤] يتعرف المستهلك بما لدى المنتج من سلع و خدمات عن طريق الإشهار المتلفز بعد الإشهار التلفزيوني مساهمة في زيادة الطلب و تنشيطه على السلع و الخدمات التي تنتجها المؤسسة ، و تحقيق وفرة التكاليف من جهة أخرى. [٥] الإشهار التلفزيوني يزيد من قوة وحدة المنافسة بين المؤسسات و جذب عدد كبير من المرتقبين عن طريق توفير كميات وفق سياسات تنوع و تطوير المنتجات بما يناسب و حاجيات و رغبات المستهلكين و مما لا شك فيه أن هذا يقود الى استخدام الاساليب الحديثة في الانتاج و التطوير الصناعي على المستوى العام. الوظائف التي يؤديها الإشهار المتلفز للمستهلك: [٦] الإشهار التلفزيوني دور هام في تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية التي تساعد على اتخاذ القرار الاستهلاكي المناسب ، و انطلاقا من هنا يمكن توضيح الوظائف التي يؤديها الإشهار للمستهلك. [٧] ان الإشهار التلفزيوني يعتبر مصدر رئيسي للمعلومات عن السلع و مزاياها و منافعها و أماكن الحصول عليها و الاسعار التي تعرض بها. [٨] يحاول الإشهار التلفزيوني أن يقدم السلع و الخدمات التي ترضي حاجات و رغبات المستهلك ، و لهذا فان الإشهار المتلفز يلعب دورا هاما في توجيه ما لدى القوى المنتجة من سلع و خدمات متنوعة الى الحاجات الاستهلاكية أيضا و بالتالي فان الإشهار المتلفز يعتبر المصدر الاول و الهام الذي يقدم كل المعلومات حول المنتجات التي توجه للمستهلك و بواسطته يستطيع المستهلك أن يختار ما يناسبه من السلع. [٩] يعد الإشهار التلفزيوني وسيلة فعالة لتتقيف و تعليم المستهلكين بما يرفع من مستوى أذواقهم الاستهلاكية. العوامل المساعدة في إحداث الأثر في الإشهار المتلفز: (Jerome Mecathy) أن الإشهار التلفزيوني لكي يحقق أهدافه ينبغي أن تتوفر فيه عدة مقومات و آليات من أبرز هذه الآليات ما يلي: [١٠] أن يكون قادرا على خلق الوعي و الادراك بوجوده. [١١] أن يكون قادرا على اثاره الانتباه و الاهتمام و الرغبة. ان أكثر ما يهم المسوقون و المشهورون أن يكون الإشهار المتلفز قادرا على خلق الوعي و الادراك اذا ما حصل فانه يقود المستهلك الى رسم صورة ذهنية عن الشيء المشهر عنه ، أ – التكرار : بمعنى أن تكرر الإشهار من خلال مواصلة بثه أو نشره أو عرضه ، فالمستهلك يواجه كل يوم و كل ساعة و كل دقيقة بمئات الإشهارات التلفزيونية المختلفة ، و التكرار نوعان تكرر موزع و تكرر مركز ، فالنوع الاول أفضل من الثاني ، و بما يعود سبب تكرر الموزع ، ان معظم المشهرين يدركون أن التنوع الهائل في تشكيلة السلع خصوصا النمطية ، المعروضة في الاسواق و المعلن عنها بشكل مكثف يوميا ، يتطلب حملات اشهارية مستمرة و متواصلة على مدار العام . فالإشهار المتلفز الذي يظهر و سرعان ما يختفي ينساه المستهلكون ، لان الضجج الإشهاري من الشركات الاخرى يكون مستمرا ، و يحدثها على حساب الإشهار المتلفز المتقطع أو الغير متواصل نظرا ، و يخدم الاستمرار في تثبيت الرسالة الإشهارية المتلفزة بالذاكرة ، الصوت المرافق للإشهار و غيرها . ج – الوقت: إن الإشهار التلفزيوني يتطلب المال و الوقت فهو كالبذرة يزرعها المشهر و يسقيها و يريها ثم ينتظر أن تنبت و تنمو ثم تحصد ، و يفضلون هذه الاوقات دون غيرها ، و يدفعون أجورا أكبر لساعات الثروة. تتمثل عناصر الإشهار التلفزيوني فيما يلي : أ – العنوان : تراعي فيه الدراسة النفسية للمستهلكين و حاجياتهم و هو من أهم العوامل الرئيسية القادرة على جذب اهتمام المشاهد و اثاره انتباهه للرسالة الإشهارية المتلفزة ، – الدقة في الكلمات حيث يتم اختيار هذه الكلمات بعد دراسة التأثير المتوقع. ( د عبد السلام أبو قحف ، – القدرة على التلميح على أهم الافكار و الفوائد التي تعود على المستهلك جراء استخدامه للسلعة المعلن عنها خلال كميات قليلة مثل الإشهار المتلفز لأوريدو 'طور عالمك'. ب – الرسوم و الصور : تعد الرسوم و الصور أهم أسلوب لنقل المعلومات الموجودة في الإشهار المتلفز الى المشاهدين لأنها أكثر تأثيرا على نفوسهم من استخدام الكلمات و الجمل ، لان استخدامها في الإشهار المتلفز يقوي انتباه المشاهد له و يساعد على فهم المضمون و تذكره بشكل دائم ، و تصديقه لانه يرى السلعة أو كيفية استخدامها بأمر عينه. كما يجب أن تتضمن هذه الصورة و الرسوم شيئا من الإبداع و البراعة في استخدامها لتعبير الجيد ، مضمون الإشهار المتلفز ، و كذا تناسبها مع الكلمات و الجمل المصاغة في نص الإشهار المتلفز. (ص 124). ج – الحركة و الألوان : محمد جودت ناصر ، [١٢] استخدام الالوان بشكل جيد يمكن ان يحقق اهداف تتمثل في زيادة فعالية الإشهار المتلفز من خلال زيادة جذب الانتباه اليه. ان التعبير بالكلام لنقل افكار المعلن اسهل و أبلغ وسيلة لنقل المعلن الى أذهان جميع الشرائح من المستهلكين و هذا يتطلب البراعة و الابداع في انتقاء الكلمات لتخدم الهدف الذي يسعى اليه الإشهار المتلفز لان النص الإشهاري يحتاج الى ذكر التفاصيل عن

السلعة أو الخدمة أو مميزاتهما ، و في كثير من الاحيان نجد ان النص الإشهاري يعتمد على عدد محدد من الكلمات المصاغة بأسلوب بسيط و ترتيب منطقي و بشكل مختصر مثلا الإشهار المتلفز الخاص بـ OOREDOO فالعبارة المستخدمة ذات الصدى الواسع 'المزيد من الراحة و الأمان'. ص 131). هي عبارة عن اختصار لفكرة الرسالة المتلفزة في جملة بسيطة و سهلة الحفظ ، و التذكر نتعرض لموضوع الإشهار المتلفز بهدف جذب المستهلك و خلق نوع من التأكيد النفسي عليه لتوليد الرغبة لديه في معرفة ما وراء هذا الشعار. تعمل على لفت نظر المشاهد الإشهار لانها تقوم بوظيفة نقل المعاني لكلمات الإشهار المتلفز ،