تسعى جميع المؤسسات إلى تطوير منتجاتها لتعزيز صورتها التجارية، خاصةً مع زيادة المنافسة والعولمة. تلعب الإعلانات دوراً محورياً في هذا السياق، فهي أداة فعّالة للتواصل، تستهدف التأثير على الأفراد باستخدام وسائل التسويق لربط المستهلكين بالمنتجات. الإعلان أسلوب يُستخدم للتأثير على المشتري عبر وسائل اتصال غير شخصية لنقل الأفكار وتعزيز المنتجات والخدمات. يمتاز الإعلان بعدم وجود اتصال مباشر، وتكلفته المالية، وهدف إقناع الجمهور، واستخدامه عناصر جذابة، وإمكانية تحديد الرسالة، وضوح هوية المعلن. مثال لإعلان ناجح هو إعلان مؤسسة الدكتور مجدي يعقوب، الذي يستخدم وجوهاً معروفة للتبرع لعلاج قلوب الأطفال. أما مثال لإعلان سيء، فهو إعلان بيبسي الأخير، الذي استخدم شخصيات مؤثرة رغم إدراج الشركة على لائحة المقاطعة تضامناً مع غزة، مما أثار غضب الكثيرين بسبب توقيته الحساس وتجاهله للجانب الإنساني. في الختام، للإعلانات دور حاسم في الاستراتيجيات التسويقية، وتحتاج لخصائص معينة لضمان نجاحها، مع تجنب التعارض مع منتجات أخرى واحترام القواعد الأخلاقية.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي