

تسعى جميع المؤسسات إلى تطوير منتجاتها لتعزيز صورتها التجارية، خاصةً مع زيادة المنافسة والعلمة. تلعب الإعلانات دوراً محورياً في هذا السياق، فهي أداة فعالة للتواصل، تستهدف التأثير على الأفراد باستخدام وسائل التسويق لربط المستهلكين بالمنتجات. الإعلان أسلوب يستخدم للتأثير على المشتري عبر وسائل اتصال غير شخصية لنقل الأفكار وتعزيز المنتجات والخدمات. يمتاز الإعلان بعدم وجود اتصال مباشر، وتكلفة المالي، وهدف إقناع الجمهور، واستخدامه عناصر جذابة، وإمكانية تحديد الرسالة، وضوح هوية المعلن. مثال لإعلان ناجح هو إعلان مؤسسة الدكتور مجدي يعقوب، الذي يستخدم وجهاً معروفة للتبرع لعلاج قلوب الأطفال. أما مثال لإعلان سيء، فهو إعلان ببسي الأخير، الذي استخدم شخصيات مؤثرة رغم إدراج الشركة على لائحة المقاطعة تضامناً مع غزة، مما أثار غضب الكثرين 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.