

الترويج

مفهوم الترويج:

هو أحد عناصر المزيج التسويقي الذي يهدف الى ايصال المعلومات عن المنتج الى المشتري والتعرف على خصائصه ووظائفه ويتم الترويج عن طريق عملية الاتصالات والتنسيق المباشر والغير مباشر (الإعلان-البيع الشخصي- ترويج المبيعات-العلاقات العامة).

س- ماهي أفضل وسيلة للترويج؟

كل الوسائل فعالة (الإعلان-البيع الشخصي-ترويج المبيعات-العلاقات العامة) كلها تلعب دوراً فعالاً وهاماً في عمليات الترويج .

أهمية الترويج:

تعد عملية الاتصال بالجمهور عملية أساسية يتعرف من خلالها الجمهور على الشركة وسياساتها ومنتجاتها في الأسواق وبالتالي التسويق يتعلق بسلوك المستهلك .

إن عملية الاتصالات تتكون من العناصر التالية:

* المصدر (أي مرسل الرسالة)

* الرسالة (المعلومات المراد إرسالها الى المستهلك

* قناة الرسالة (وسيلة الاتصال)

* تحليل المعلومات وتفسيرها

* المستقبل للرسالة

* التغذية العكسية (المعلومات التي تكشف عن أثر الرسالة على المستقبل أي مدى فعالية الرسالة التي أعطيت الى المستهلك وذلك بالعودة الى مرحلة المعلومات وتقييم فعالية المنتج).

عناصر المزيج الاتصالي الترويجي :

الإعلان:

وهو أهم عنصر من عناصر الإتصال وهو عبارة عن الجهود المدروسة والموجهة إلى دراسة الأسواق وتصميم الحملات الإعلانية وإختيار وسائل النشر وتخصيص الأموال اللازمة وقياس نتائج الإعلان .

دور الترويج في التسويق وهدفه:

يهدف الترويج بشكل رئيسي الى الاخبار والاقناع والتعريف بالمنتج للوصول الى المستهلكين بأفضل صورة ممكنة ، واقناع المشتري بالمنتج من خلال عناصر المزيج الترويجي .

وظائف الإعلان و أنواعها :

* حث المستهلكين ع اقتناء السلع أو شراء الخدمات من خلال تغيير اتجاهاتهم وسلوكهم بالاعتماد على الأساليب التالية :

* المظهر

* اسم الماركة

* الحالة اللغوية

* تغيير السلوك بما يناسب المستهلك

* يقدم الإعلان مظهراً حضارياً للشركات ويبيعث على تسليية الأفراد بالعروض والحوافز والخدمات **مثل** :

* عروض على السلع والمنتجات

* التنزيلات

* الحوافز

أنواع الإعلان :

- * الإعلان الشخصي
- * الإعلان الإرشادي
- * الإعلان التذكيري
- * الإعلان الإعلامي : تتضمن وسائل الإعلام المختلفة (المقروءة ، والمسموعة ، والمرئية)
- * الإعلان التنظيمي
- * الإعلان التنافسي

الإعلان : هو جزء من الإعلام المرئي والمسموع

مراحل الإعلان :

- * مرحلة التعليم .
- * مرحلة المنافسة .
- * مرحلة الاحتفاظ بالشهرة .

العوامل المؤثرة في فاعلية الإعلان :

* الخبرة .

* تكامل الإعلان .

* الإعلان القوي هو رأس المال القوي .