

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سمینار مدیریت تبلیغات

ADVERTISING

روانشناسی تبلیغات

مهندس مازیار قاسم زاده سنگرودی

مدرس و مشاور مدیریت بازاریابی و فروش

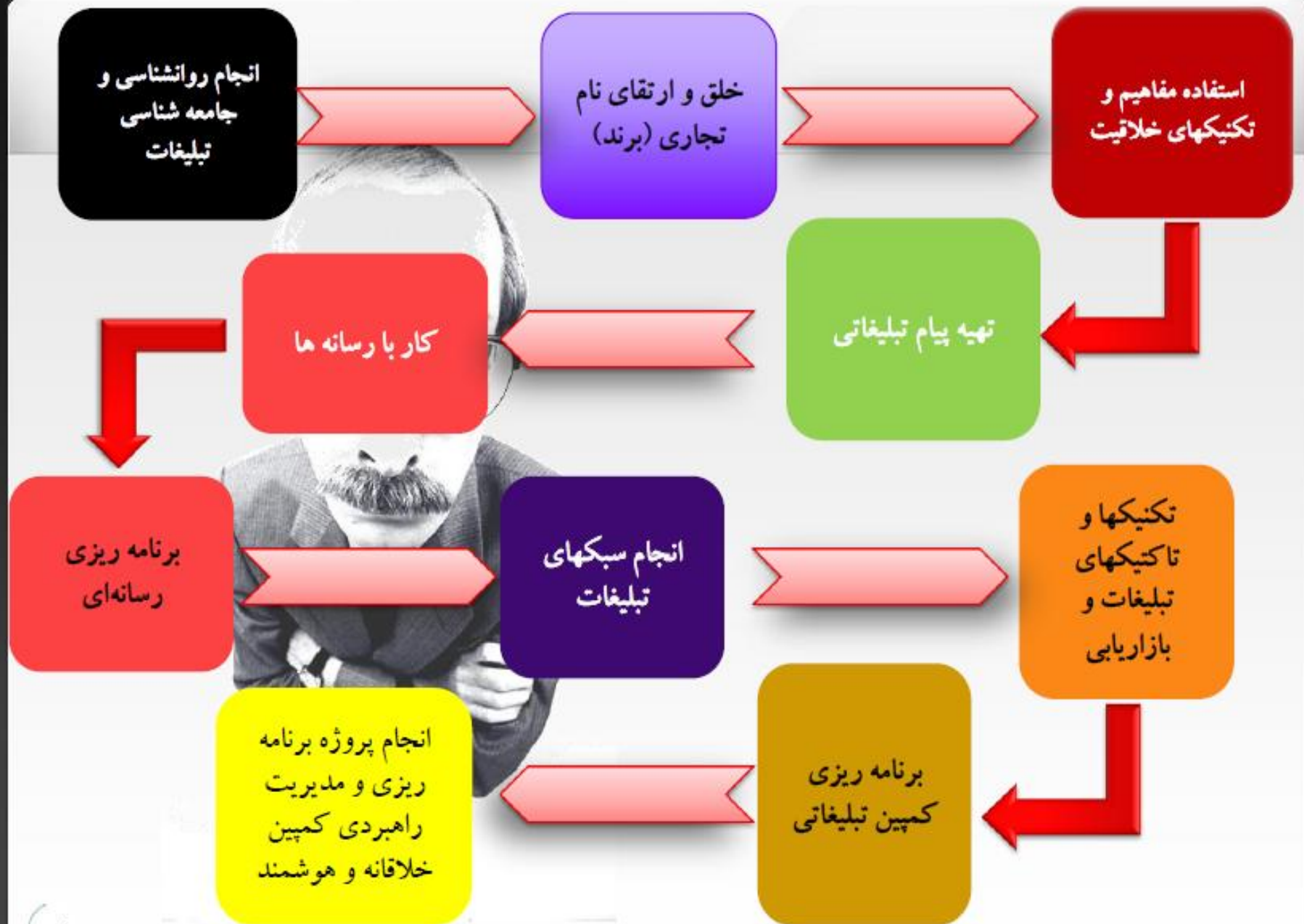
تعریف روانشناسی

● علم کاربردی مطالعه رفتار و فرایندهای ذهنی



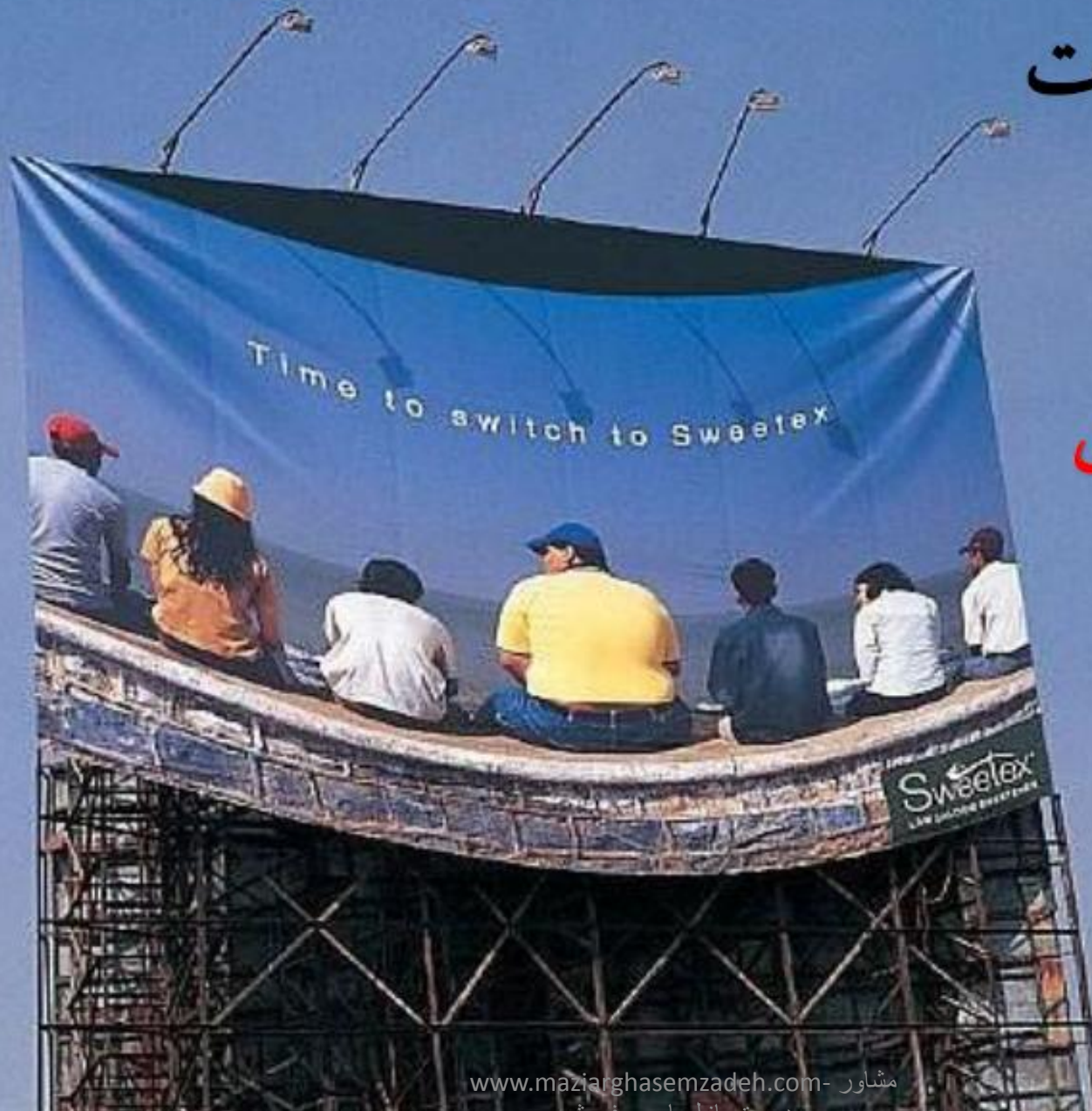
روانشناسی در تبلیغات؟





تأثیر تبلیغات

رابط داشتن
اصیل بودن
تأثیر گذاری



محیط تبلیغات



به شدت پر ازدحام است.

مخاطب

- توجه کم
- زمان کوتاه توجه
- نحوه پردازش اطلاعات
- اجتناب

مخاطب

اکثر مردم بخشی از توجه خود را معطوف تبلیغات می کنند.
در بهترین حالت یک آگهی نیمی از ذهن و یکی از چشمان را جذب
می کند.

تبلیغات چگونه عمل می کند؟

یا روانشناسی تبلیغات



مشاور - www.maziarghasemzadeh.com

مدیریت بازاریابی و فروش

چهار مقوله اساسی روانشناختی تبلیغات

- ادراک
- آگاهی
- فهم
- ترغیب



ادراک: ایجاد قدرت توقف دهی



بزرگترین چالش تبلیغ کنندگان
توجه مصرف کنندگان به پیام های آنها



ادراک: ایجاد قدرت توقف دهی

گام اول: در معرض قرار گرفتن

گام دوم: جلب توجه



ادراک: ایجاد قدرت توقف دهی

گام اول: در معرض قرار گرفتن

گام دوم: جلب توجه

خودتحمیل کنندگی
اصالت



آگاهی: ایجاد یک تاثیر تاثیر پیام بر بیننده یا شنونده و شناسایی تبلیغ کننده از جانب آنان



مشاور - www.maziarghasemzadeh.com

مدیریت بازاریابی و فروش

آگاهی: ایجاد یک تاثیر

- مربوط بودن
- علاقه به محصول
- ربط شخصی
- حفظ علاقه
- درگیر شدن





FORMAL
FASHION

OPENING
SALE

50%
OFF
MARKED PRICE

16th September 2014



BEAUTIFUL DRESSES FOR ALL OCCASSIONS

ADDRESS: 159-175 Church street, Parramatta 2150

PHONE: 02 9870 5482

Web: www.formalfashion.com.au

Email: sales@formalfashion.com.au

www.maziarghasemzadeh.com - مشاور

مدیریت بازاریابی و فروش

فهم: شفاف سازی

تلاش آگاهانه فکری بیتنه یا
شنونده برای دریافت معنای
اطلاعات عرضه شده



FORMAL
FASHION

OPENING
SALE

50%
OFF
MARKED PRICE

16th September 2014



BEAUTIFUL DRESSES FOR ALL OCCASSIONS

ADDRESS: 159-175 Church street, Parramatta 2150

PHONE: 02 9870 5482

Web: www.formalfashion.com.au

Email: sales@formalfashion.com.au

فهم: شفاف سازی

- پاسخ فعال
- یاد دادن
- تداعی

مشاور - www.mazlarchasemzadeh.com

مدیریت بازاریابی و فروش

ترغیب: ساختن پیام‌های متحرک

ترغیب افراد به باور داشتن یا انجام دادن کاری
ایجاد یا تقویت یا تغییر نگرش



ترغیب: ساختن پیام‌های متحرک

- باور پذیری
- جذبه‌ها
- نگرش‌ها و عقاید
- دوست داشتنی بودن
- استدلال‌ها
- احساسات (عواطف)

قدرت قفل کنندگی:
به یاد ماندنی کردن پیام
آگهی های موثر پیام های خود را در ذهن قفل می کنند.

خلاقیت خون آشام

تکرار

تصاویر کلیدی



تصویرهای نام تجاری چگونه عمل می کند؟

شخصیت ها و تصویرهای نام تجاری احساسی از آشنایی بایک محصول شناخته شده ایجاد می کنند.



شکل و تصویر نام تجاری

منعکس کننده نحوه ادراک نام تجاری است.

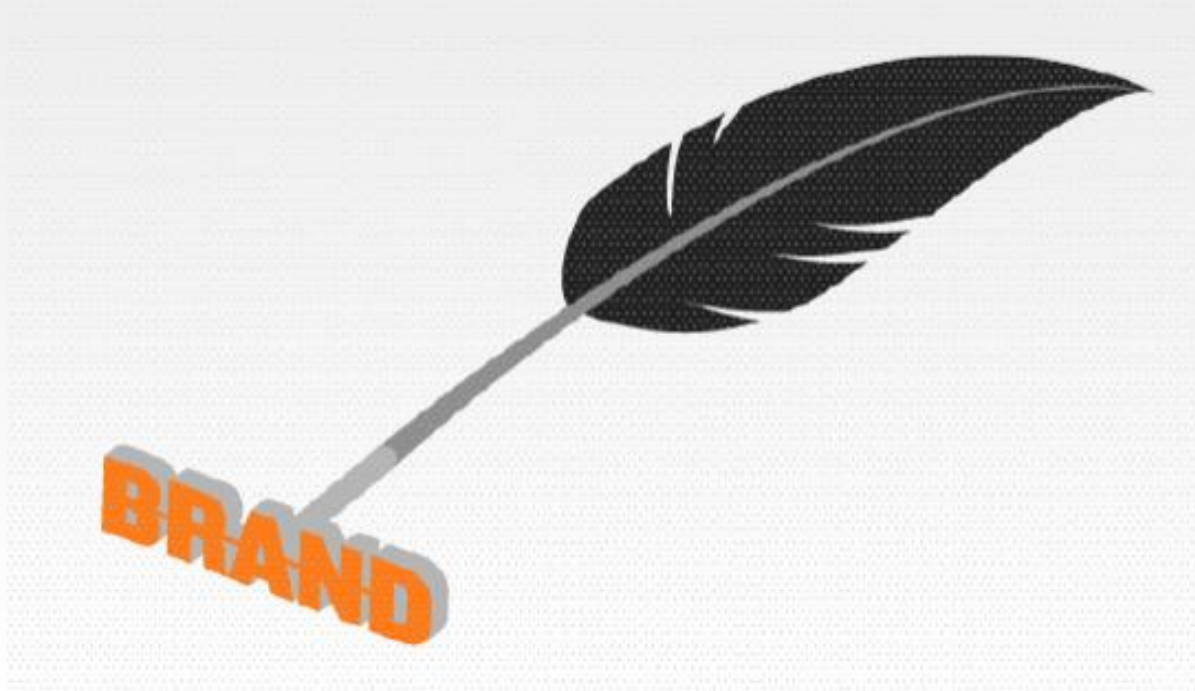
بعد فیزیکی

بعد روانشناختی



ایجاد نام تجاری

روشی برای کمک به فراگرد حافظه مصرف کنند



ارزش یک نام تجاری

نام تجاری بسیار فراتر از محصول



Touchstone Pictures

Disney

اسامی نام‌های تجاری

معانی مشخص و ضمنی نام‌های تجاری



عناصر گرافیکی

نمادین ساختن نام تجاری با حروف متمایز رنگ‌ها و کارهای هنری



MAYTAG

TM



تبلیغات دگر ساز

تغییر تجربه خرید و استفاده از یک محصول



HELMET



HELL MET

Issued in public interest by Dubai Traffic Police

مشاور - www.maziarghasemzadeh.com

مدیریت بازرگانی و فروش

A large billboard against a clear blue sky. The billboard features a photograph of a man with dark hair, wearing a dark suit, shouting into a white megaphone. His eyes are closed and his mouth is wide open. The billboard is held up by a black metal frame with several spotlights attached to the top. The Persian text 'با سپاس' is written in a large, black, stylized font at the bottom left of the billboard.

با سپاس

مشاور - www.maziarghasemzadeh.com

مدیریت بازرگانی و فروش

با تشکر فراوان



WWW.MAZIARGHASEMZADEH.COM

GHASEMZADEH.S_MAZIAR@YAHOO.COM