



## عقل سلیم تبلیغات موفق را می سازد

جو گریفیت ( Joe Griffith )

هر چقدر که می توانید از وسایل و امکاناتتان استفاده کنید این فقط یک شروع برای شما خواهد بود. توجه کردن به چیزی زود گذر است از این رو یا باید تبلیغات شما جالب و جذاب باشد و یا در غیر این صورت شما خواننده یا شنونده و یا بیننده ی خود را از دست خواهید داد. تبلیغات مؤثر به سرعت افراد را به سوی توجه به تبلیغات شما وادار می کند و آنان را مجذوب تبلیغات شما می کند. شما باید از روش های گوناگون استفاده کنید که برای مثال می توان از « استفاده از حس کنجکاوی مردم ، پیشنهاد قیمت های ارزان و پیشنهاد چانه زدن ، سوء استفاده کردن از طمع و حرص مردم و ... » نام برد. وقتی مشتریان شما می خواهند که بیشتر ببینند ، بیشتر بشنوند و بیشتر بخوانند خواسته ی آنان را برآورده کنید و از این موقعیت به سود خود استفاده کنید. شاید شما شنیده باشید که خیلی از افراد به دنبال گنج زمین ها را می کنند به نظر ما آنان کمی از دنیا عقبند و نسبتا کم هوش

در دنیا سه چیز وجود دارد که هرکس می تواند بهتر از هرکس دیگر انجام دهد: ۱. مربیگری و آموزش فوتبال. ۲. قضاوت یک مسابقه ی زیبایی زنان. ۳. نوشتن یک تبلیغات.

با تبلیغات رک و راست باشید و ببینید چه چیزی را می خواهید بیان کنید. برای این کار ، برای این سوال جوابی تنظیم کنید «چرا مردم باید از محصولات ویا سرویس شرکت من خریداری و استفاده کنند؟» یک جواب پیچیده و گیج کننده خواهد بود. علاوه بر این ، یک جواب بی هدف و کلی نیز متقاعد کننده نیست. پیام خود را ساده و واضح بیان کن.

تبلیغات خود را آزمایش کن. تبلیغات خود را ارائه ده و سپس از چند مشتری درباره ی آن نظرسنجی کن و نظرشان را بخواه. گروه های خودی «رایگان» برای معرفی کالايت به مردم در محیط ایجاد کن تا مردم با استفاده و توانایی های محصولات جدید آشنا شوند. شنیدن سخنان و پیشنهادات مشتریان ممکن است تو را از یک اشتباه بزرگ که ممکن است بهای گزافی نسبت به آن دهی نجات دهد.

سخن تاثیرگذار «گتیزبورگ ادرس» (در قرن ۱۹ سخنرانی مشهوری که توسط ابراهام لینکن درباره ی جنگهای داخلی بود و در آن بسیار واضح و ساده صحبت کرد. ) میتواند مثال خوبی برای بیان سخنان به صورت ساده و واضح باشد. وقتی هیچ کسی پیام شما را درک نکند و نفهمد چه فایده ای دارد؟ اگر شما در بیان ساده و واضح اینکه کسب و کار شما درباره ی چیست و یا بیان اینکه چرا افراد باید با شما معامله کنند مشکل دارید از مشتریان خود بپرسید. آنان می توانند به شما بگویند اینگونه بپرسید که: «چرا شما با شرکت من معامله می کنید؟» شما با این روش آنان و خودتان را متعجب خواهید کرد.

### توجه - سود - میل و خواسته - اقدام

تبلیغات شما باید توجه شنونده یا خواننده را جلب کند. تبلیغات باید با جلب توجه آنان باعث سود آوری و بهره برداری شود. تبلیغات باید خواننده یا شنونده و یا بیننده را به میل به بهره برداری سوق دهد. در نهایت شما به سرعت فعالیت و اقدام فروش را انجام می دهید.

شاید معلوم و هویدا نباشد ولی موفقیت در تبلیغات در بین هر یک از این چهار مراحل بدست می آید. باید توجه داشت که یک عنوان مثل: عکس های برجسته یا فردی که در محل عبور عام محصولات را معرفی کند زیاد روش و میکانیزم قابل توجه و قوی نباشد. جلب توجه آسان ترین بخش این فرآیند (تبلیغات) است. اما با روش های دیگر چه طور؟



چون این روش خود کمتر از به دست آوردن گنج نیست. برای اینکه شما از این گونه روش ها استفاد کنید نیاز به یک سری کلمات و جملات در تبلیغات و روش خود دارید که میتواند این گونه باشد: همین حالا تما بگیرید - امروز سفارش دهید - درنگ نکنید - وقت را از دست ندهید - همین حالا اقدام نمایید - ما در گرفتن سفارشات محدودیم تا دیر نشده یکی از مشتریان ما باشید و... اگر پی فروش محصولات خود هستید باید از هرگونه تبلیغاتی که شما

استفاده می کنید در توجه و به قول معروف تابلو باشد.

چگونه می توان یک تبلیغات خوشانسان داشت؟ چگونه می توانید بفهمید که یک تبلیغات مفید و خوب است؟ و چگونه می توان آن را شناسایی کرد؟ یک سفارش از طریق پست الکترونیکی؟ یک پخش و بازتاب تلویزیونی؟ فکرش هم نکنید این گونه باخته اید و تبلیغات شما مؤثر نخواهد بود.

### یک تذکر کوچک

هیچ وقت شما نمایندگی تبلیغات خود را به دست نگیرید اگر چنین کنید مثل این است که حسابدار مالیاتی ویا وکیل خود باشید. هدایت کننده و کارگردان برنامه های تبلیغاتی خود نباشید. نمایندگی های کوچک محلی میتواند در موفقیت شما بسیار کارا و مفید باشند. شما محصولات و بازار های خود را می شناسید پس با هدایت نمایندگی ها بگذارید آن ها مستقیما پیام های شما را منتقل کنند و به گوش عام برسانند.

اگر شما برای شرکت ها و کمپانی های بزرگ و کوچک کار می کنید و کالا و محصولات آنان را معرفی می کنید درباره ی اصول تبلیغات از آنان پرسید به این جواب میرسید که بیشترین درصد شرکت ها تبلیغات خود را به روزنامه ها یا مجلات می دهند. چیزی که شما نیاز به آن دارید این است که اسم و آدرس نمایندگی شما ذکر شود.

اگر تبلیغات شما به گونه ای است که در روزنامه ها و مجلات بدین عنوان هاست «به کمک شما نیاز داریم» ویا «پول از شما کار از ما» و... پول بیشتری خرج کنید تا آگهی شما با حاشیه چاپ شود تا قابل شناسایی و نمایان تر باشد

تا توجه خواننده را جلب کند. تبلیغ هایی مانند تبلیغ سوپر مارکت ها باید نمایان تر باشند. قبل از انجام تبلیغات خود تبلیغات را تست کنید صفحه ی روزنامه یا مجله را بررسی کنید: چه چیزی شما را جلب می کند؟ چشمهای شما بی اراده به کدام قسمت از صفحه گرایش پیدا می کند؟ این همان رمزی است که باید در تبلیغات خود بگنجانید تا به موفقیت برسید.

و در آخر اینکه اگر شما می خواهید سرمایه خود را در راه تبلیغات صرف کنید فقط تبلیغ نکنید چون همه میکنند و درگران می گویند که باید تبلیغ کنید تبلیغ کنید با این هدف که محصولات و خدمات شرکت خود را بفروشید اگر تبلیغاتتان موفق نبود دلایلش را بیابید روش آزمایش و خطا پر هزینه و گزاف است راه دیگری پیدا کنید.