

€ TRAINING

تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة

25 - 29 أغسطس 2024
كوالالمبور (ماليزيا)



تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة

رمز الدورة: Z523 تاريخ الإنعقاد: 25 - 29 أغسطس 2024 دولة الإنعقاد: كوالالمبور (ماليزيا) - التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

إن إعداد الرسائل الإعلانية المؤثرة والفعالة يتطلب توافر الإمكانيات المادية والبشرية، وتخطيطاً مبنياً على أسس واعتبارات علمية وميدانية، حيث يقصد بالتخطيط للنشاط الإعلاني «تحديد الأهداف الإعلانية المراد تحقيقها، وترجمة ذلك في شكل برامج وإجراءات وسياسات لتحقيق ذلك خلال فترة زمنية معينة»، وتأسيساً على ذلك فإن المخطط الإعلاني في حاجة إلى معلومات كافية تتعلق بالمستهلك المستهدف من الإعلان، وبالمنتج المراد الإعلان عنه، وكذلك ما يتعلق بالمنشأة التي ترغب بالإعلان عن منتجاتها من سلع وخدمات، والمعرفة الدقيقة والشاملة للبيئة التسويقية الداخلية والخارجية، بالإضافة إلى كل ما يتعلق بالنشاط الترويجي من أساليب ووسائل، ومن ثم فإن تخطيط البرامج والحملات الإعلانية يعد من المتطلبات الأساسية ليس فقط لنجاح النشاط الإعلاني، ولكن أيضاً للمساهمة في نجاح النشاط التسويقي ككل. ويمكن الإشارة في هذا المجال إلى مفهوم الحملة الإعلانية "singAdver campaign" على أنها: «برنامج إعلاني يتم توجيهه إلى فئات معينة من المستهلكين المرتقبين، ويسعى إلى تحقيق أهداف اتصالية من خلال مجموعة من الجهود المخططة والمدرسة»، ونسعى في هذه الدورة إلى إلقاء الضوء على تخطيط الحملات الإعلانية وكيف تقوم المؤسسات بوضع الخطط الإعلانية وتنفيذ الحملات الإعلانية.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- التزود بالأسس الفنية والإبداعية في مجال الإبداع الإعلاني وتقييم ودراسة فاعلية الحملات الإعلانية.
- التعرف على المتغيرات التي تتفاعل بالإيجاب والسلب مع المراحل المختلفة للحملات.
- التعرف على الجوانب التي تتحكم في زيادة التأثير.
- تحقيق الأهداف الاستراتيجية بانسيابية وجودة عالية.
- نقل المعلومات والمعاني والأفكار والمشاعر بين شخص وآخر أو بين مجموعة أشخاص لتحقيق هدف ما أو غرض معين أو توجيه الرأي العام.
- ترجمة الرموز والإشارات في شكل رسالة قابلة للفهم والتمييز من قبل المستقبل أو المتلقي.

الفئات المستهدفة:

- العاملون في المجال الإعلاني والعلاقات العامة والإعلام والموظفين داخل المؤسسات والشركات.
- العاملون في العلاقات العامة في المؤسسات والمنشآت الصناعية والتجارية والخدمية.
- الناطقون الإعلاميون الرسميون في الأجهزة والمؤسسات المختلفة.
- العاملون في مجال الدعاية والإعلان والترويج.
- مشرفو المبيعات والتسويق.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

- القواعد الحاكمة لقياس فاعلية تخطيط الحملات الإعلانية المؤثرة.
- نقاط أساسية قبل البدء في التخطيط.
- اعتبارات تحديد الأهداف الواقعية للحملات الإعلانية.
- المواصفات الواجب توافرها في القائمين على تخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية.
- كيفية التحديد الفعال لجمهور الحملات الإعلانية.

- العلاقات المتبادلة بين المعلنين و جماهير الحملات الاعلانية.
- دراسة حالات.

الوحدة الثانية:

- حدود علاقات التأثير بين رسائل ووسائل الحملات الاعلانية.
- العوامل المؤثرة في اختيار وسائل الإعلان الفعالة.
- الشروط الواجب توافرها في رسائل الحملات الاعلانية الفعالة.
- كيفية تحديد التأثيرات المطلوبة.
- مهارات التقويم المتتابع لعرض قضايا الحملات الاعلانية.
- دراسة حالات.

الوحدة الثالثة:

- الأهداف السيكولوجية للحملات الاعلانية وكيفية تحقيقها.
- جانب الإنتباه والعوامل المؤثرة في نجاحه.
- إثارة إهتمام جمهور الإعلان المستهدف.
- إستثارة الرغبة في الاستجابة الاعلانية.
- الإقناع بمحتوى الإعلان.
- الإستجابة السلوكية للإعلان.
- تدعيم الأفكار الاعلانية.
- خطوات تخطيط الحملات العلامية.
- دراسة الموقف.

الوحدة الرابعة:

- تحديد الأهداف.
- تحديد المزيج الاعلاني.
- جدولة الحملة الاعلانية.
- تحديد ميزانية الحملة الاعلانية.
- متابعة وتقويم الحملة الاعلانية.
- تأمين سياسة البقاء والديمومة للمؤسسات أو الشركات.
- فتح أفق الابداع والتميز في رسم السياسات.
- تطبيقات عملية.

الوحدة الخامسة:

- تنمية خزين المعلومات والفهم الجيد لدى جميع الموظفين..
- تشجيع كل موقف من شأنه تحفيز الموظفين والرضا الوظيفي.
- تصحيح أي معلومة خاطئة أو مواقف مظلمة أو غموض في السياسات أو إشاعات مغرضة.
- إعداد الموظفين لأي تغيير في الأساليب أو البيئة التفاعلية.
- تشجيع المرؤوسين على تقديم أفكارهم واقتراحاتهم.
- تحسين العلاقات بين الموظفين والإدارة.
- تعزيز العلاقات الاجتماعية بين الموظفين.
- تعزيز الإتصال بالجمهور المصنف بكافة شرائحه.
- بيان رأي ومزاج الجمهور حول الخدمات المقدمة وكيفية تطويرها.