

فرمول تبلیغات

نویسنده:

محمد جبارپور

محمد سلطانی

بازاریابی دارای چهار رکن است، که یک رکن آن تبلیغات و اقدامات ترویجی است. در دنیای کنونی، حتی اگر خاک را به طلا تبدیل کنید، بدون رسانه نمی‌توانید موفق باشید. در مجموع این است که چگونه تبلیغ کردن مهیتر از تبلیغ کردن است، چراکه اگر درست تبلیغ نکنیم، مثل این می‌ماند که اصلاً تبلیغ نکرده ایم.

سرشناسه	جبارپور، محمد، ۱۳۷۰ -
عنوان و نام پدید آور	فرمول تبلیغات/ نویسنده محمد جبارپور، محمد سلطانی .
مشخصات نشر	کرج: پیدار، ۱۳۹۸ .
مشخصات ظاهری	۱۲۳ص: مصور (بخشی رنگی): ۱۴/۵×۲۱/۵ س م.
شابک	۲۸۰۰۰ ریال ۲-۴۳۹-۴۹۹-۶۰۰-۹۷۸ :
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۱۲۳ .
موضوع	تبلیغات
موضوع	Propaganda
موضوع	آگهی های تبلیغاتی
موضوع	Advertising
موضوع	مشتري شناسی
موضوع	Customer relations
شناسنامه رده	سلطانی، محمد، ۱۳۶۲ -
رده بندی ده	HM۱۲۳۱
رده بندی دیوید	۳۰۳/۳۷۵
شماره کتابشناسی ملی	۵۹۶۷۳۰۶

نویسنده: محمد جبارپور، محمد سلطانی
طراح جلد: پیدار
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
نوبت چاپ: اول
شابک: ۲-۴۳۹-۴۹۹-۶۰۰-۹۷۸
ناشر: انتشارات پیدار
قیمت: ۲۸۰۰۰ تومان

فرمول تبلیغات

فصل اول: چرا تبلیغات ۱۳

جایگاه تبلیغات در بازاریابی ۱۶

فصل دوم: برنامه‌ریزی تبلیغاتی ۲۱

شناخت بازار و ترک مخاطب ۲۷

تکنیک‌های تبلیغات ۳۰

ایده تبلیغاتی ۳۴

خلاقیت در تبلیغات ۳۹

فصل سوم: چگونه آگهی بنویسیم ۴۵

متن آگهی ۴۷

موثر ساختن آگهی ۵۵

شعار تبلیغاتی ۵۸

گوریلا مارکتینگ ۶۰

فصل چهارم: نام و نشان تجاری ۷۱

نشان تجاری ۷۵

نقش تصویر در آگهی تبلیغاتی ۸۱

طراحی گرافیک ۸۴

پوستر تبلیغاتی ۸۷

تبلیغات دیجیتال ۹۴

کمپین تبلیغاتی ۹۹

فصل پنجم: بسته بندی ۱۰۷

رنگ در بسته بندی ۱۰۹

شکل بندی ۱۱۳

درجه اطلاعات ۱۱۵

کارکردهای بسته بندی ۱۱۹

منابع ۱۱۵

پیشگفتار

هشتصد میلیون بابت تبلیغات پرداخت کرده‌ام و وضع مناسبی نداشت، کسب و کارش را مطالعه کردم و به زبان بی‌دانی به او گفتم که در حال ورشکست شدن است، به این راحتی‌ها قبول نمی‌کرد، ما شش ماه بعد، ورشکسته شد. خیال می‌کرد با تبلیغات نجات پیدا می‌کند، اما در حقیقت تبلیغات بیشتر از اینکه نجاتش بدهد، هلاکش کرد و ۸۰۰ میلیون به ایشان ضرر زد. شاید خیلی دیر سراغ من آمده بود که به او این جما رو بگویم: «تبلیغات معجزه نمی‌کند!»

از اولین باری که پا به عرصه تبلیغات گذاشتم، حدود ۱۲ سال می‌گذرد، درواقع نرم‌افزارهای گرافیکی و علاقه من به رایانه موجب شد به عرصه تبلیغات وارد شوم و وقتی به خود آمدم، دیدم سال‌هاست که تبلیغاتچی شده‌ام، به همین موجب، برای ادامه تحصیلات در مقطع ارشد وارد رشته بازاریابی شدم

تا شناخت دقیق‌تری از کسب‌وکار به دست آورم.

در این سال‌ها انواع و اقسام تبلیغات را تجربه کردم، از طراحی یک کارت ویزیت ساده گرفته تا تبلیغات سه‌بعدی روی بیلبوردها، تبلیغات مجازی، محیطی، تلویزیونی، چریکی، انتخاباتی و هر آنچه فکرش بکنید را انجام داده‌ام. در پروژه‌هایی بسیار موفق عمل کردم و در بعضی از پروژه‌ها نیز کل بودجه تبلیغات را به باد داده‌ام؛ اما به شکست‌هایم بیش از موفقیت‌هایم می‌بالم. چراکه آدم بدون شکست یعنی آدم بدون حرکت.

حالا نمی‌دانم این را دیده است که کتابی بنویسم و تجربیات تبلیغاتی خودم را در کنار تجربه تبلیغاتی منضمه کنم تا مطالعه‌کنندگان این کتاب اشتباه ۸۰۰ میلیونی را تکرار نکنند. به شدت خواننده این کتاب مژده می‌دهم که در پایان این کتاب، بتوانید تبلیغاتی بر سر و پا کنید برای خود یا دیگران پایه‌ریزی کنید.