

ارتباطات، تبلیغات، اقناع

دکتر محمد هادی مشفق

دکتر افسانه بهارلو

انتشارات نوید شیراز

www.ketab.ir

سرشناسه	:	مشفق، محمدهادی، ۱۳۶۴.
عنوان و نام پدیدآور	:	ارتباطات، تبلیغات، اقناع / محمدهادی مشفق، افسانه بهارلو؛
مشخصات نشر	:	ویراستار صبا دباغ‌منش شیراز: نوید شیراز، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	:	۱۲۰ ص.: مصور
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۱۹۲-۷۹۰-۴
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیپا
یا داشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	ارتباط -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	:	Communication -- Social aspects
موضوع	:	تبلیغات
موضوع	:	propaganda
موضوع	:	اقناع (روانشناسی) -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	:	Persuasion (Psychology) -- Social aspects
شناسه افزوده	:	Baharloo, Afsaneh
شناسه افزوده	:	بهارلو، افسانه، ۱۳۶۲.
رده‌بندی کنگره	:	۹۶ ۴۰۰/۴۵ HM1۲۰۶
رده‌بندی دیویی	:	۰۲/۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۲۰۰۰۰۷۵



ارتباطات، تبلیغات، اقناع

دکتر محمد هادی مشفق، دکتر افسانه بهارلو

صفحه‌آرایی: ندا گزینی □ ویراستار: صبا دباغ‌منش □ طرح جلد: مهرزا دیرین

لیتوگرافی و چاپ: دنیا □ چاپ اول پاییز: ۱۳۹۶ □ تیراژ: ۱۰۰۰

حق چاپ محفوظ

ناشر: انتشارات نوید شیراز

دفتر شیراز- تلفن ۶۲-۳۲۲۶۶۶۱-۳۲۲۲۹۶۷۶ نمابر

دفتر تهران- تلفن ۵۹۴۵-۸۸۹۰۵۹۴۵ نمابر ۲۱-۸۸۹۲۱۵۲۲

پست الکترونیکی: navideshiraz.pub@gmail.com

وب سایت: www.navideshiraz.com

ISBN: 978-600-192-790-4

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۹۲-۷۹۰-۴

۱۴۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه	۵
فصل اول: ارتباطات	
ارتباط و ارتباطات چیست؟	۱۱
تعاریف ارتباطات	۱۳
عناصر ارتباطات	۱۷
روش‌های ارتباطات	۱۸
انواع ارتباطات	۱۹
نقش‌ها و وظایف ارتباطات	۲۲
فصل دوم: تبلیغات	
تبلیغات و اساس آن	۲۷
تاریخچه تبلیغات در جهان	۲۸
تاریخچه تبلیغات در ایران	۲۹
هدف از تبلیغات	۳۱
تبلیغات موفق	۳۵
نقش لوگو در تبلیغات	۳۵
ویژگی سبک‌های تبلیغاتی در برخی از کشورها	۳۷
سواد تبلیغاتی	۵۰
تئوری گشتالت Gestalt	۵۲
بازاریابی عصبی	۵۴
انواع تبلیغات	۵۸
تبلیغات فرهنگی	۶۰

۶۰	ابزارهای کلان ایجاد تغییرات اجتماعی
۶۲	تکنیک‌های ساخت تبلیغ
۶۵	نقش رسانه‌ها در تبلیغات
۶۹	ظهور رسانه‌های جدید
۶۹	بازاریابی جاویژه
۷۱	بازاریابی بخش بندی شده
۷۲	گسترش تبلیغات منحصر به فرد
۷۳	گسترش تبلیغات جهانی به زبان محلی
۷۳	مزاد و معادلات رسانه‌های تبلیغاتی
۷۸	روش‌ها، مدرن تبلیغات
۸۲	باندلینگ (Bundling)
۸۳	آگهی پیش از پخش (Pre-roll)
۸۴	تبلیغات در نقطه خرید (Point Of Purchase)
۸۵	واقعیت افزوده (Augmented Reality)
۸۶	اینفوگرافیک (Infographic)
۸۷	گیمیفیکیشن (Gamification)

فصل سوم: اقناع

۹۳	اقناع
۹۴	تعریف اقناع
۹۴	تفاوت بین سه واژه اقناع، ترغیب و تبلیغ
۹۵	تفاوت اقناع و تبلیغ
۹۶	اصطلاحات اساسی در اقناع
۹۸	هدف‌های کلی اقناع
۹۹	ویژگی‌های اقناع
۱۰۰	تاریخچه تبلیغ اقناع در جهان
۱۰۲	نظریه‌های اقناع
۱۰۴	فنون اقناع
۱۱۱	منابع

به م خداوند جان و خرد
خداوند نام و خداوند جای

کزین برتر اندیشه برنگذرد
خداوند روزی ده رهنمای

سخنی با خوانندگان این اثر

انسان به عنوان اشرف المخلوقات همواره در راستای اهداف و نیازهایش با هم‌نوعان خود در تعامل بوده است. عبارت دیگر، خصلت اجتماعی بودن انسان‌ها منجر به شکل‌گیری روابط اجتماعی در موقعیت‌های گوناگون گردیده است. در حقیقت، به لطف پرورش در عالم و رحمان، انسان تنها موجودی است که می‌تواند با بهره‌گیری از قدرت بیل و قوه تعقل، آنچه در ذهن دارد در قالب کلام به زبان آورد و مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد. این نعمت که در اصل سر منشاء بیشتر روابط انسانی است، به‌دفعه گران‌بها و سزاوار استفاده شایسته است که در قرآن کریم نیز به آن اشاره شده است:

خَلَقَ الْإِنْسَانَ (۳) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۴)

"سوره الرحمن"

از آنجایی که موفقیت در ارتباطات اجتماعی نقش بسزایی در کیفیت زندگی افراد و حس رضایتمندی آن‌ها دارد، یاد گرفتن مهارت‌های ارتباطی

مؤثر، دغدغه بسیاری از کسانی است که در جهت رسیدن به قله‌های موفقیت گام برمی‌دارند. آن‌ها از هر موقعیتی برای ارتقاء قابلیت‌های وجودی خود بهره می‌گیرند. افرادی که در برقراری ارتباط قوی عمل می‌کنند، شانس بیشتری برای تأثیرگذاری و نفوذ بر دیگران دارند. بنابراین، آن‌ها می‌توانند بر ذهن مشتری‌ها، مراجعه‌کنندگان، دوستان و در یک کلام مخاطبان‌شان نفوذ داشته باشند. همین امر آن‌ها را به طرز ویژه‌ای در رسیدن به اهداف‌شان موفق می‌کند.

بنابراین، قدرت کلام و تکنیک‌های ارتباطی، موجب موفقیت شغلی، اجتماعی و شخصی این افراد می‌شود. به عنوان مثال، یک فروشنده موفق قادر است مشتری را به خرید کالایی که شاید اصلاً تصور هم نمی‌کرده به آن نیاز داشته باشد، ترغیب و متقاعد کند. به عبارتی، کلام و رفتار فروشنده، ذهن و فکر مشتری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. حتماً شما هم متوجه این موضوع شده‌اید؛ افرادی که دارای کلام اثرگذاری هستند، دوستان بسیار زیادی دارند و دیگران از مصاحبت با آن‌ها لذت می‌برند. در واقع این افراد اوقات زیادی را صرف یادگیری و تمرین مهارت‌های ارتباطی کرده‌اند. آن‌ها شیوه بیان خود را با توجه به سبک شخصیتی و نیاز مخاطب‌شان هماهنگ می‌کنند و با بهره‌گیری شایسته از کلام و زبان بدن، تأثیر لازم را بر مخاطب خود می‌گذارند. این افراد اغلب از زیاده‌گویی و خسته کردن مخاطب با توضیحات غیر ضروری اجتناب می‌کنند و با بهره‌گیری از تکنیک‌ها و مهارت‌های ارتباطی بالا، با مختصرترین سخن، بیشترین تأثیر را بر مخاطبان می‌گذارند.

با اینکه سخن به لطف آب است

کم گفتن هر سخن صواب است

با اندکی تأمل، درمی‌یابیم که همه ما در هر سن و سال، مقام و یا موقعیتی که باشیم، همواره باید در جهت رشد درونی و بهبود تعاملاتمان در دنیای پیرامون خود گام برداریم. البته این تلاش برای پیشرفت در روابط اجتماعی و ارتباطات ما باید مستمر و همیشگی باشد. برای دستیابی به این

موفقیت باید به سخنرانی‌های افراد موفق گوش کرد، رفتار افراد موفق را به دقت مورد بررسی و تحلیل قرار داد، از هر فرصتی برای مطالعه کتاب بهره گرفت و مهارت‌های یاد گرفته شده را در موقعیت‌های مختلف تمرین کرد. لذا هدف از تدوین این کتاب، برداشتن گامی مؤثر در جهت موفقیت در ارتباطات اجتماعی و آشنایی مخاطبان با اصول و نکات اساسی در زمینه ارتباطات در دنیای امروز بوده است. ذکر این نکته حائز اهمیت است که در تألیف و گردآوری این کتاب از نظرات ارزشمند کارشناسان و محققین این عرصه نیز بهره گرفته شده است.

در حقیقت، اساتید بزرگوار و کارشناسان والایی که با اندیشه‌های خود ما را در این مسیر یاری دهند و بر رشد و تعالی شخصیتی و انسانی ما اثر می‌گذارند، سرمایه‌های ارزشمند و گنجینه‌های ماندگاری هستند که گاه کلام برای نسل‌های از آنها قاصر است. جا دارد به رسم ادب، از اساتید گرانقدر جناب آیت الله دکتر محمود شاکر، جناب آقای دکتر سیدحسین حقایقی و جناب آقای دکتر فیرو دیندار فرکوش به‌خاطر دانش، ایده‌های ناب و همراهی‌های گرم و ارزشمندشان تشکر ویژه‌ای داشته باشیم.

علاوه بر آنچه که مؤلفین این کتاب برای ارائه به مخاطبان گرانقدر در نظر داشته‌اند، مطالب مفید و مرتبطی نیز از منابع موجود داخلی و خارجی گردآوری و ترجمه شده و در این اثر مورد استفاده قرار گرفته است. امید است بتوانیم گامی هر چند کوچک اما مؤثر در راه ایجاد تغییراتی ارزشمند که به موفقیت‌های بزرگ منجر شود، برداریم.

چه خوش باشد سخن از روی حکمت

سخن نیکو بر باطن و همت