

# مدیریت یک برنامه تبلیغاتی

شهرزاد اسفرجانی



شهرزاد اسفرجانی (استاد دانشگاه و رئیس هیئت مدیره شرکت تبلیغاتی داروگ) از جمله اساتید بسیار دلسوز و پرمهر آموزشگاه است که طی برگزاری موفق ۵ دوره کلاس "مدیریت یک برنامه تبلیغاتی" توانسته است بیش از ۱۰۰ شرکت کننده را در طیف های گوناگون کاری از جمله: دانشجوی گرافیک، دانشجوی معماری، طراح گرافیک، مدیر شرکت تبلیغاتی، مدیر روابط عمومی، کارمند بخش تبلیغات، مجری تبلیغات، مدیر فروش، مدیر موسسه انتشاراتی، مدیر شرکت تولیدی، مدیر شرکت بازرگانی، مدیر آتلیه شرکت تبلیغاتی، بازاریاب خدمات تبلیغاتی مسئول تبلیغات شرکت تولیدی و صنعتی و مدیر دولتی آموزش دهد.

به واسطه اهمیت این موضوع بر آن شدیم تا کلیه تیتراها و سرفصل های مهم کلاس ایشان را برای آگاهی علاقه مندان دیگر به شرح زیر اعلام نمائیم.

## تبلیغات چیست؟

- مدیریت تبلیغات
- شیوه های طبقه بندی تبلیغات
- چرا صاحبان مشاغل تبلیغ می کنند؟
- تبلیغات دهندگان چه کسانی هستند؟
- آژانس های تبلیغاتی چه هستند؟
- خلاق ترین آژانس های جهان کدامند؟
- آژانس های رسانه ای جهان کدامند؟

## تبلیغات در بازاریابی

- راهبرد بازاریابی
- مفهوم جدید بازاریابی
- اجزاء بازار
- تبلیغات در ترکیب بازار
- فرایند یک پیام
- مقایسه اهداف بازاریابی و اهداف ارتباطات
- شرح اهداف ارتباطات

## اصول ما برای برنامه ریزی کمپین

- تحقیقات راهبردی چیست؟
- تحقیق در مورد مصرف کننده
- شرح طبقه اجتماعی مصرف کننده
- طبقه بندی مصرف کننده از نظر رفتار و عادت ها
- ویژگی های مختلف انسانی و جزئیات طبقه بندی
- مصرف کننده از نظر رفتار و عادت ها
- تحقیق در مورد محصول
- مهمترین پرسش ها در مورد محصول
- بازار، مراحل خرید
- مهمترین پرسش ها در بازار

## برنامه ریزی برای کمپین

- اهمیت اهداف
- اهداف قابل دستیابی در تبلیغات با توجه به طبقه بندی

## رسانه و تبلیغات

- عناصر تشکیل دهنده برنامه ریزی برای رسانه
- وزن و برد برنامه ریزی برای رسانه
- گروه مخاطب
- نفوذ
- GRP موارد میزان مبلغ کل
- تاثیر گذاری رسانه
- ویژگی های رسانه
- مشخصات رسانه

## بودجه و برنامه ریزی رسانه

- اهداف ممکنه تبلیغات به ترتیب اهمیت
- تکامل یک ترکیب خلاق
- انواع استراتژی های پیام تبلیغاتی
- تبلیغات چه می کند؟
- خلاقیت تبلیغات چیست؟
- نقطه اشتراک تمام شیوه های تبلیغاتی چیست؟
- ایده چیست؟
- مراحل پنج گانه فرآیند خلاقیت
- غرق شدن
- درک
- پرورش
- درخشش
- واقعیت
- ورودی های بیشتر برای فرایند خلاقیت

## تهیه استراتژی پیام تبلیغاتی

- بیان استراتژی
- استراتژی پیام تبلیغاتی و برنامه ریزی برای بازاریابی
- ایده همه سرمایه ماست
- برای رسیدن به راه حل های بزرگ باید مشکلات بزرگ داشت
- به دنبال ظرایف و نکات هوشمندانه بگردید
- لازمه یک کمپین بهترین شدن است
- خوب دشمن عالی است

