

ثانيا : الرسالة الإعلانية:

- إعداد وتحليل الرسالة الاعلانية:

ماذا يقصد بالرسالة الاعلانية؟ هي شرح الفكرة الرئيسية للاعلان او ما يريد المعلن ان يقوله للجمهور المستهدف او المرتقب عن المنتج .

ولابد من الاشارة في هذا السياق الى ان بناء واعداد الرسالة الاعلانية وتصميم الاعلان يتحددان في ضوء الوسيلة المستخدمة للاعلان، فبناء وصياغة الرسائل المطبوعة يختلف نسبياً عن بناء وصياغة الرسائل التي تستخدم الوسائل المسموعة او المرئية او الاعلان المباشر .

- الابتكار وتحليل الرسالة الاعلانية

- مداخل بناء الافكار الاعلانية: تتكون من فقرة او عدة فقرات، وتتضمن الفكرة الرئيسية للإعلان المطلوب توصيلها الى القراء والمستهلكين، وقد تتكون الرسالة الاعلانية من كلمة او كلمتين، أو جملة مصاغة بطريقة معينة.

- هيكل الرسالة الاعلانية: والمقصود بهيكل الرسالة هنا الجسم المبنى على مجموعة من العناصر الرئيسية المكونة للرسالة سواء كانت الرسالة مطبوعة او مسموعة او مرئية فمن الضروري توافر عناصر عدة رئيسية تكون هيكلها كما يلي:

■ التقديم : يعكس الفكرة التي تحتويها الرسالة الاعلانية والتي يمكن التعبير عنها في العنوان الرئيسي والعناوين الفرعية.

○ العنوان الرئيس ويشمل على وعد المستهلك بتحقيق منفعة معينة.

○ العنوان الفرعي: وظيفته الرئيسية ايجاد صلة بين العنوان الرئيسي والنص الاعلاني كما يستخدم للتأكيد على نقاط بيعية او نقل القارئ او المشاهد من فقرة الى اخرى فمثلا :-

راني (عنوان) رئيسي اشرب وانتعش عنوان فرعي عصير طبيعي فاخر. زين العراق (عنوان رئيسي) مع زين العراق وبس (عنوان فرعي) اتصال محلي دولي.

• النص (مضمون الرسالة: يجب ان يحتوي على معلومات تفصيلية عن السلعة وخصائصها كما يجب ان يتضمن على شرح للمنافع التي ستعود على مستخدميها والتي يمكن أن تخلق الرغبة لدى المستهلك المرتقب لتجربة السلعة.

• البرهان والاثبات .

• الانهاء

ومن اهم اهداف ووظائف الرسالة الإعلانية:

- 1 . اثارة اهتمام القراء بموضوع الإعلان .
- 2 . استثارة رغبة القراء الى شراء السلعة أو طلب الخدمة .
- 3 . اقناع المستهلكين بمضمون الإعلان .
- 4 . اقتراح الاستجابة المرغوبة على قراء الإعلان .

انواع الرسالة الإعلانية:

1 . الرسالة الإعلانية التفسيرية :

وهي رسالة تعتمد على صياغة المعلومات بشكل تعليمي او توضيحي يساعد على توضيح مزايا السلعة وفوائدها، وتعتمد على معلومات اساسية وحقيقية غالبا .

2 . الرسالة الإعلانية الوصفية:

وهي الرسالة التي تعتمد على وصف السلعة وخصائصها وكيفية استعمالها واستخداماتها المختلفة وتستخدم بشكل ضئيل لان المعلن يخشى من ان يصبح الإعلان نشرة تعليمات تتصف بالملل .

3 . الرسالة الإعلانية الخفيفة:

وهي الإعلانات التي تتميز بالخفة والبساطة، بحيث تقدم للمستهلك اسم السلعة ومزاياها في صياغة فنية بسيطة ولطيفة تنفذ الى النفوس بسهولة، وغالبا ما تختص هذه الرسالة بالسلعة البسيطة مثل الجبنة والالبان والادوات المنزلية والشكولاتة ... الخ .

4 . الرسالة الإعلانية المحتوية على الشهادة:

وهي استخدام ذلك الأسلوب الذي يعتمد على شهادة شخصية معروفة عند وصف سلعة أو خدمة مراد الإعلان عنها وذكر مزاياها وفوائدها ولكن هنا تعتمد فاعلية الرسالة على فاعلية الشخص مثل استخدام ابطال كرة القدم في دعاية ماكينات الحلاقة .

5 . الرسالة الإعلانية ذات الحوار:

وهي الرسالة التي تأخذ شكلا من الحوار بين فردين او اكثر في تقديم اعلان وغالبا ما تصلح تقديم هذه الرسالة بواسطة الراديو والتلفزيون بحيث تضيف نوعا من الحركة والحيوية.