

المحاضرة الرابعة عشر:

نماذج للسلوك الاستهلاكي الاعلاني:

السلوك الاستهلاكي الاعلاني يشير إلى كيفية تفاعل المستهلكين مع الإعلانات وقراراتهم الشرائية الناتجة عنها. ومن النماذج والسلوكيات الاستهلاكية التي تظهر في سياق الإعلانات:

١- نموذج AIDA

هذا النموذج يعد من أكثر النماذج شيوعاً في مجال التسويق والإعلان، ويتكون من أربع مراحل:

-الانتباه (Attention): جذب انتباه المستهلك من خلال وسائل إعلانية مبتكرة وجذابة.

-الاهتمام (Interest): إثارة اهتمام المستهلكين عبر تقديم فوائد ومميزات المنتج.

-الرغبة (Desire): تحويل الاهتمام إلى رغبة من خلال خلق صورة إيجابية للمنتج.

-العمل (Action): تحفيز المستهلك على اتخاذ إجراء معين مثل الشراء.

٢- نموذج يشمل العوامل النفسية والاجتماعية

يتأثر سلوك المستهلك بعوامل نفسية واجتماعية، مثل:

-الدوافع: الرغبات والاحتياجات التي تدفع المستهلك للبحث عن منتج معين.

-الإدراك: كيف يفهم المستهلك الرسالة الإعلانية وما إذا كانت تتماشى مع توقعاته.

-القيم والمعايير الاجتماعية: كيف تؤثر ثقافة المجتمع وقيمه على قرارات الشراء.

٣- نموذج التسويق السلوكي

يركز هذا النموذج على كيفية تفسير سلوك المستهلك من خلال تحليل البيانات والتفاعل مع الجمهور:

-تحليل البيانات: دراسة سلوك المستهلك عبر الإنترنت وكيف يتفاعلون مع الإعلانات.

-الترغيب: تقديم عروض خاصة استناداً إلى سلوكيات الشراء السابقة.

-التجزئة: تقسيم السوق إلى مجموعات صغيرة وفقاً لسلوكيات المستهلكين لضمان الوصول إلى الجمهور المناسب.

٤- نموذج الشخصيات Buyer Personas

هذا النموذج يركز على إنشاء شخصيات افتراضية تمثل نوعية المستهلكين:
-تحديد الصفات: إدراج العمر، الجنس، مستوى الدخل، المهنة، والاهتمامات.
-خلق تجارب مخصصة: تطوير استراتيجيات تسويقية تستهدف تلك الشخصيات وتلبي احتياجاتها ورغباتها.

٥- نموذج اتخاذ القرار

يمر المستهلك بمجموعة من الخطوات قبل اتخاذ قرار الشراء:
-التعرف على المشكلة: تمييز حاجة أو رغبة غير مشبعة.
-البحث عن المعلومات: البحث عن خيارات المنتج والخدمات المتاحة.
-تقييم الخيارات: مقارنة بين الخيارات المختلفة بناءً على السعر، الجودة، المميزات.
-اتخاذ القرار: اتخاذ القرار النهائي بشأن الشراء.
-التقييم بعد الشراء: تقييم المشتريات وتجربتها، مما يؤثر على قرارات الشراء المستقبلية.

٦- السلوك الاجتماعي

السلوك الاجتماعي يمكن أن يلعب دوراً مهماً في اتخاذ قرارات الشراء:
-تأثير الأقران: قد يتأثر المستهلكون بآراء أصدقائهم وعائلاتهم.
-المراجعات والتوصيات: يمكن أن تؤثر مراجعات المنتجات من قبل مستخدمين آخرين على السلوك الشرائي.

فهم نماذج وأنماط السلوك الاستهلاكي الإعلان يعطي الشركات insights القيمة حول كيفية تحسين حملاتها الإعلانية وتوجيه رسائلها بشكل أكثر فعالية. يتطلب ذلك تحقيق توازن بين الفهم العميق لاحتياجات المستهلك وتقديم حلول تلبي هذه الاحتياجات بشكل مثير وجذاب.

اسئلة :

س ١: اشرح وبشكل موجز نشأة الاعلان ومراحل تطوره؟

- س٢ ما مفهوم الاعلان الصحفي ؟ مع ذكر تعريف واحد للاعلان
- س٣ الإعلان يحقق اهدافه كعملية اتصال تسويقية خلال مراحل متتالية عددها؟
- س٤ ان الهدف الرئيس او الأساسي للإعلان "هو....."
- س٥ يتفق معظم الكتاب على ان للإعلان وظائف محددة عددها ؟
- س٦ تصميم الإعلانات يعتمد على عدة أسس فنية بماذا تتضمن هذه الاسس عددها
- س٧ ماذا نقصد بتقنية الاعلان ؟
- س٨ كيف يتم استخدام التقنيات لإنتاج وتصميم وعرض الإعلانات المختلفة؟
- س٩ ما القواعد والتشريعات التي يجب مراعاتها في الاعلانات؟
- س١٠ - ما المقصود باخلاقيات الاعلان؟
- س١١ ما المقصود بالرموز اللفظية في الاعلان مع ذكر الامثلة والشرح
- س١٢ ما المقصود بالرموز غير اللفظية في الاعلان مع ذكر الامثلة والشرح
- س١٣ عدد انواع الرسائل الإعلانية:
- س١٤ للصور والرسوم في الإعلان اهداف ووظائف في الاستخدام عددها؟
- س١٥ ماذا نقصد الجوانب السيكولوجية في الاعلان مع ذكر هذه الجوانب؟
- س١٦ عرف التسويق التقليدي - التسويق الرقمي - وما فوائد التسويق الرقمي وما التحديات التي تواجه التسويق الرقمي
- س١٧ عرف الحملة الاعلانية وما هي خطواتها وما هي انواع الحملات الاعلانية؟
- س١٨ ما المعايير التي من خلالها نصف الجمهور المستهلك في الاعلان؟
- س١٩ يعتمد قياس الاثر الاعلاني على عدة معايير عددها مع الشرح؟
- س٢٠ ما النماذج والسلوكيات الاستهلاكية التي تظهر في سياق الإعلانات؟