



کوفته تبلیغی، یک لقمه از دنیای تبلیغات!

تصور کنید وارد رستورانی می‌شوید و با منوی عجیبی روبه‌رو می‌شوید: "کوفته تبلیغی!"

کوفته‌ای که فقط شکم رو سیر نمی‌کنه، بلکه ذهن‌ها رو هم با پیام‌های تبلیغاتی پر می‌کنه. بله، تبلیغاتی که مثل کوفته‌ای خوشمزه، تا ته می‌خورید و آخرش هم نمی‌دونید چطور جذبش شدید! مواد لازم برای یک تبلیغ خوب (یا کوفته تبلیغی):

- گوشت محتوا: هر تبلیغی باید محتوای دلچسپ داشته باشه، درست مثل گوشت کوفته. یادت باشه اگه محتوات خشک باشه، همون اول کار همه مشتری‌ها فرار می‌کنن!

- سبزی خلاقیت: خلاقیت توی تبلیغات همون نقش سبزی رو داره توی کوفته: بدون سبزی، کوفته بی‌طعم می‌شه، بدون خلاقیت هم تبلیغ بی‌عطرو بوئه. یادتون باشه! هر چقدر این سبزی بیشتر باشه، تبلیغ سرحال‌تره!

- ادویه استراتژی: به تبلیغ بدون استراتژی مثل یه کوفته ی بدون نمکه! خیلی زود فراموش می‌شه. حواستون باشه که این ادویه باید دقیق و به اندازه باشه، نه زیاد که همه چیز رو خراب کنه!

- شس بودجه: مثل سس گوجه‌ای که کوفته رو خوشمزه می‌کنه، بودجه هم تبلیغات رو خوشمزه می‌کنه. ولی اگه بودجه درست نباشه، یا کم بریزی خشک می‌مونه یا زیادی بریزی، تبلیغات هدر می‌ره!

- لپه کلام: لپه کلام شما باید مناسب با نوع مخاطبین انتخاب شود. در کسب و کارهای رسمی لپه‌های بزرگ و سفت و سخت تر و در کسب وکارهای کوچک با لحن برنبد شوخ، لپه‌های ریزتر و نرم و وارفته پیام شما را بهتر منتقل میکنند.

طرز تهیه کوفته تبلیغی:

- ۱- اول باید به محتوای تازه و جذاب رو با یه ایده‌ی بکر قاطی کنید. بعدش خوب ورز بدید، نه زیاد که کوفته واداده شه!
 - ۲- حتما و لزوما سبزی خلاقیت را به صورت ساطوری خرد کنید تا به خوبی در تمام ابعاد تبلیغ پخش شود و عطر فراوان و به یاد ماندنی تری از خود ساطع کند و به جا بگذارد. اینجاست که خلاقیت باید بچربه. یادتون باشه کوفته تبلیغی بدون خلاقیت همون بهتر که اصلا پخته نشه!
 - ۳- لپه رو با گوشت خوب ورز بدید که یکدست بشه. هماهنگی اجزاس که به تصویر درست تو ذهن مخاطب بجا میذاره! (بهتر است لپه کلام هم از شب قبل خیس بخورد تا فرصتی برای از بین بردن باد بیهوده کلام فراهم شود).
 - ۳- توی قابلمه‌ی استراتژی بذارید و اجازه بدید آروم جا بیفته. عجله نکنید، هر تبلیغی زمان می‌خواد که جا بیفته و به دل مشتری‌ها بشینه.
 - ۴- در نهایت، با یه سس بودجه خوب تزئینش کنید. تبلیغ بدون پول که نمی‌شه!
- یادتان نرود که در طی پخت کوفته مدام آن را چرخانده و ارزیابی کنید تا تمام قسمت های آن به خوبی جا افتاده و زیر زبان مخاطب آب شود.



کوفتگی بر اثر تبلیغات

کوفتش بگیرد این تبلیغات کوفتی را!

بعضی شان اعصاب آدم را خط خطی میکنند.

مادر مدیران برنبد و آژانس‌های خلاقیت بگردد. وسط اتوبان، روی ماشین، داخل وسایل حمل و نقل و هزار جای دیگر و می‌روند از دیدن این تبلیغات کوفتی، هسته‌ی آلودی خیس نخورده‌ی وسط شان بدجور دندان شکن است و دهان گس‌گس.

ارزش نقد ندارد که! شما مخاطبان فهیم خودتان به قدر کفایت شعور نقد و بررسی‌اش را دارید.

مسئله این است که چشمان نازپرورده‌مان هر روز باید زورکی تحمل شان کند. پیامک‌ها که قسم می‌خورم پای هیچ لیست سیاهی وسطشان نیست. شب از یکجا بلاک‌شان میکنی، صبح کله سحر از سوراخ و شماره دیگری چشمش به جمال‌شان می‌افتد.

خلاصه که اعصاب مان را این تبلیغات به ظاهر دهن‌پرکن تبلیات کرده است. کاش لااقل صندوق انتقادات و پیشنهاداتی داشتند آدم از خجالتشان در می‌آمد!

ارواح عمه‌تان دست بردارید. به مویتان قسم که ذهن و بدن‌مان دچار کوفتگی شد.



خاستگاه کوفته تبلیغی

بیزینس هایی که بر پایه استراتژی برند خود، تبلیغات را طراحی و اجرا میکنند.



خمیردندان سفیدکننده ی Colgate، و نمایش همزمان عوامل تیرگی دندان ها و خود دندان ها!



تبلیغ خلاقانه هدفون JBL، به طرز هوشمندانه ای از فضای منفی طراحی ها استفاده شده.

شخصیت های تاثیر گذار بر یک کمپین موفق تبلیغاتی

(Content Marketer)

- کسی که کسان مخاطب را با محتوای تصویری و متنی پاره کرده و چشم مارکت را میخوابد در بیاورد.

(Communications Manager)

- کسی که بطور حرفه ای و با کامیون پیام های شرکت را منتقل کرده و به خارج و داخل ترنسفر میکند.

(Public Relations Specialist)

- کسی که روابط خیلی عمومی اش دو تا سه دور به روابط سرسبز سال های ترکیبی زده است.

(Brand Manager)

- کسی که ایده های قلمبه و سلمبه در سر داشته و آن را تا مرحله ی ساخت برندبوک پیش میرد اما آن چیزیکه در نهایت تحویل میگیرد یک تغییر رنگ در لوگوست و خودش آن را بطور جادویی به مشتری می پوزتاند.

(Campaign Manager)

- حاکم عمه ی تبلیغات را داشته و تمام بد و بیراه مخاطبان در نهایت به او میرسد.

(Email Marketing Manager)

- این شخصیت همان فضول دیجیتالست که با یک کلیک، تبلیغات را از گوشه ی صندوق ورودی به سخنرانی کلیدی تبدیل میکند و در عین حال به طور مخفیانه میخواهد ببیند بقیه چه کاری انجام داده اند و از کجا میتوان بیشتر ایده دزدید!

(Marketing Manager)

- شخصی که تمام اعضای تیم را بدون دلیل خاصی جر داده تا مارکت را به دست بگیرد و بتواند ذهن مشتری و کارفرما را ببندد.

(Digital Marketing Specialist)

- مانند یک دیجی سایت و دیگر پلتفرم های آنلاین را گرم میکند تا مشتری ها لذت برده و از کارکردن با آژانس در آستینشان عروسی باشد

(Product Manager)

- مثل یک دکتر (داکتر) خیلی سمی و پررو محصولات را بهبود داده و چرخه ی عمرشان را بالا میرد و آن را بعد از هواگیری در قلب مشتری فرو میکند.

(Market Research Analyst)

- کارش تحلیل داده های بازار و رفتار مصرف کننده است اما در نهایت با سرچ اش میریزد، برگهای بازار: /

(Social Media Section)

- کسی که مشتری را سخته میدهد تا یک مدیای خوب و قابل انتشار تحویل دهد.

(Advertising Manager)

- کسی که افراد وراج را به آژانس ادد کرده تا بدین ترتیب توجه مشتریان را جلب نموده و برند را در مرکز توجه قرار دهد.

(SEO Specialist)

- این شخص از ابتدا به شما وعده ی رنگ یک گوگل در همان کلمات کلیدی که میخواهید را میدهد اما بدانید که شیر ی جانتان را خواهد کشید چون گوگل به ریال کار نمیکند:



در طی این شماره از ابتک - برنامه تلاش خود را جهت ثبت ملی کوفته تبلیغی بکار بردیم.