

توظيف فن الإنفوجرافيك المتحرك في الإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي

م.د/ ريهام محمد فهمم الجندى

مدرس قسم الإعلان – كلية الفنون التطبيقية – جامعة بنها

r.elgindy@fapa.bu.edu.eg

ملخص البحث:

أصبح التعرض اليومي للإعلان على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عادة يومية تبعا للثورة التكنولوجية المعاصرة ، مما يدفع إلى إحتمالية التحفز الشرائى للمستخدمين بسبب زيادة نسبة المشاهدة اليومية ، وبالتالي كما هبة الإعلان وتحفيز الرغبة والإقتناء والشراء. ويعد فن الإنفوجرافيك مدخلا متطورا لعرض المنتجات المصورة بشكل متتابع مع إتاحة كافة المعلومات عن المنتج في عرض متواصل مما يسهل على المستخدم إتخاذ القرار الشرائى وتبعا لحاجاته وميوله و رغباته.

كذلك تتسبب صفحات الإنترنت البيعية لعرض الكثير من المنتجات لها مميزات بيعية عالية وتتخلص مشكلة البحث في تعدد الصفحات التسويقية تنافسية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل (الفيس بوك ،تويتر ،إنستجرام) والتي تتيح كم كبير من المنتجات التنافسية ذات الميزات البيعية المختلفة و التي تتم عرضها بشكل يفنقر للجذب البصري و هنا تكمن أهمية البحث والتي تتلخص في تميز فن الإنفوجرافيك في عرض كافة مميزات السلعية بشكل مؤثر على المستخدم مما يحفزه إيجابيا للشراء حيث يمثل العرض الجيد لتصميم المنتج أحد أشكال الإبهار البصري والذي يجذب المستهلك و يتبع البحث الوصفي التحليلي في عرض مجموعة من النماذج الإعلانية و المنهج التجريبي لتصميم بعض النماذج الإعلانية بإستخدام فن الإنفوجرافيك بغرض تسويقها على مواقع التواصل الاجتماعي وتوصل البحث لعدة نتائج أهمها أن التوظيف الفعال لفن الإنفوجرافيك المتحرك للإعلان على مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر إيجابيا على القرار الشرائى للمستخدم.

الكلمات الإفتتاحية :

الإنفوجرافيك – معلومات مصورة – الإعلان المتحرك – مواقع التواصل الاجتماعي – التسويق – المالتى ميديا