ابتكار الإعلان بالوسائل المحيطة
(مدخل لابتكار تصميم الإعلان بالوسائل المحيطة)

نجوان فتحى محمود بدران
مدرس - قسم تصميم الوسائط والجرافيكس - جامعة بدر كلية الفنون التطبيقية - مدينة بدر - القاهرة
Dr.nagwan@yahoo.com

الملخص

فى هذا العصر أضحى المستهلكون يتعرضون للعديد من الرسائل الاعلانية من خلال الوسائط المختلفة ، مما قد يتسبب فى فقد المتلقى للانتباه وتشتته ، لذا يبذل المعلنون جهودا حثيثة لإيجاد وسائل جديدة وأساليب مبتكرة لجذب إنتباه المستهلك ، وتقديم رسائل اعلانية مميزة لافتة للانتباه فى ظل شوشرة الرسائل الاعلانية اليومية التى يتعرض لها المتلقى.

وأحد هذه الأساليب هو الإعلان بالوسائل المحيطة (Ambient advertising)، حيث يعتبر الإعلان بالوسائل المحيطة أحد إستراتيجيات تسويق الغوريللا (Guerrilla marketing)، والذى يتمحور حول الوصول إلى العملاء المستهدفين بأساليب تتسم بالإبتكار والتشويق والمفاجأة مما يجعلها تتعلق بذهن المستقبل، ويساعد ذلك فى وصول الرسالة إلى مجتمع أكبر من المستخدمين فى ظل ميزانيات منخفضة. (وهى استراتيجية تعتبر اكثر ملاءمة للمشروعات الصغيرة والمتوسطة التى تنفذ بميزانيات منخفضة)

يستخدم هذا البحث المنهج الوصفى فى إلقاء الضوء على الإعلان بالوسائل المحيطة وتحديد وسائله وأساليبه، آملا أن يساعد ذلك المصممين ويشجع المسوقين المحليين لاستخدام هذه الاستراتيجية الإعلانية، كما يستخدم هذا البحث المنهج التجريبى وذلك لإبتكار تصميمات خاصة بالإعلان باستخدام الوسائل المحيطة، حيث يمثل الإبداع والإتصال الفعال بالمستخدمين المحور الأساسى فى إعلان بالوسائل المحيطة. ووصولا لهذا تم تطبيق تقنيات التفكير الإبداعى، تقنيات مختارة تتوافق مع عملية التصميم بهدف إبتكار تصميم إعلان بيئة محيطة، ثم قياس مدى تحقيق سمات الإبداع وفعالية الإعلانات المقدمة من خلال إجراء إستبيان لآراء المتخصصين، وحيث أن النتيجة جاءت بالإيجاب بنسب مقبولة لكل إعلان (79% إلى 89%) لذا نأمل أن يمثل هذا البحث مدخل إلى تصميم اعلانات الوسائل المحيطة التى تتسم بالابداع، إلا أن هذا المدخل بحاجة إلى المزيد من التدقيق والبحث.

الكلمات المفتاحية:

الاعلان بالوسائل المحيطة، الاعلان الخارجى، الابداع، الفعالية

DOI: 10.21608/mjaf.2020.23466.1501