

استراتيجيات إعلان الجوريل "نهج نظري"

أ.م.د/ هدى عثمان

أستاذ مساعد التصميم الجرافيكي والوسائط المتعددة. مدرس هيئة التدريس والمدرسين في كلية نيابرا السعودية

dr.hoda.osman@gmail.com

ملخص

في السيناريو الاقتصادي الحالي، يتعرض الناس لعدد هائل من الرسائل التجارية التي لا يمكن إدراكها إلا إذا جذبت الانتباه من الوهلة الأولى. يتطور العملاء في تجنب التأثير بالإعلانات التقليدية، سواء باستخدام تقنية تكنولوجية جديدة أو ببساطة عن طريق صدها عقلياً. لذا استخدم المعلنون بعض الوسائط الإعلانية الجديدة التي لم ترق إلى توقعات الجمهور، وأدركوا أنهم بحاجة إلى استخدام أساليب واستراتيجيات وتقنيات مبتكرة ومبتكرة وغير تقليدية للحفاظ على عملائهم. تعرض استراتيجيات إعلان الجوريل أفكاراً إبداعية مقدمة ديناميكياً بأساليب غير تقليدية في الأماكن التي يكون الإعلان فيها أقل توقعاً. والهدف هو مفاجأة المستهلك وإثارة اهتمامه وسحره وتحريكه. تتميز استراتيجيات إعلان الجوريل بأنها أكثر إبداعاً وجاذبيةً من الطرق التقليدية. توصف استراتيجيات إعلان الجوريل بأنها خيالية، غير نمطية، غير عادية، أصلية، مثيرة، مرنة، ديناميكية، مبتكرة، خلاقية، وروح الدعابة. هناك ثلاث تأثيرات تميز استراتيجيات إعلان الجوريل عن الأساليب التقليدية، وهي المفاجأة والانتشار والتكلفة المنخفضة. الهدف من هذه الورقة هو المساهمة في إنشاء نهج نظري لاستراتيجيات إعلان الجوريل من خلال تناول ما يلي: ما هو أصل إعلان الجوريل؟، ما هي الاختلافات بين استراتيجيات إعلان الجوريل واستراتيجيات الإعلان التقليدية؟، ما هي الفلسفة ومبادئ استراتيجيات إعلان الجوريل؟ وما هي أشكال إعلان الجوريل؟. تفترض هذه الورقة أن استخدام استراتيجيات إعلان الجوريل يترك انطباعاً أكثر قيمة على المستهلكين، واستخدام إعلان الجوريل يصور العلامات التجارية على أنها مبتكرة ومثيرة. يتم تحليل الأشكال الرئيسية لاستراتيجيات حرب العصابات في هذه الورقة بما في ذلك الإعلان المحيطي والإعلان المتخفي وتسوق التسلل والتسويق الفيروسي ودفعي العلامات التجارية وتسويق المشاهير وتسويق ألعاب الفيديو وجوريل موبايل ووضع المنتج والإعلان التجريبي والتسويق التابع وإعلان المصعد وإعلان الحمام والإعلان العابر والإعلان الجوي.

الكلمات المفتاحية

استراتيجيات إعلان الجوريل ، تأثيرات المفاجأة ، الانتشار وانخفاض التكلفة.