

فاعلية الواقع المعزز فى تحويل الإعلان الثابت لمتحرك

أ.م.د/ حنان سمير عبد العظيم

أستاذ مساعد بالمعهد العالى للفنون التطبيقية - ٦ أكتوبر

hanansamir1993@gmail.com**المخلص:**

نعيش الآن عصر الابتكار من خلال وسائل ترويجية مختلفة وقد ساعدت التكنولوجيا الحديثة على ذلك، ففي الماضى بدأت الإعلانات مكتوبة يدويا على شكل رسالة موجهة، ثم تحولت إلى وسائل مطبوعة وابتكرت بعد ذلك وسائل كثير للطباعة، ثم تطور أكثر وأصبحت مصورة واستخدمت الرسوم المتحركة فى صناعة الإعلان التي جعلت منها طفرة تسويقية كبيرة، والآن مع هذا التقدم أصبحت الشركات المعلنه تبحث عن كل الوسائل المبتكرة لزيادة مبيعاتها وهي السمة الأساسية للإعلان، ومع ظهور الواقع المعزز أصبح التسويق اليوم بطرق مختلفة والتي أصبحت تجذب عدد أكبر من الشركات فى مجال التسويق والإعلان.

تعتبر عملية التسويق عن المنتج هي إحدى الركائز الأساسية لأي شركة تجارية، وإن السوق اليوم بمختلف قطاعاته أصبح مليء بالمنافسين وهذا يجعل الإعلان عن المنتجات يحتاج إلى إبتكار وسائل جديدة لطرح المنتجات على المتلقي وإبهاره بكل الطرق لشراء هذا المنتج دون المنتجات الأخرى.

ومع ظهور تقنيه الواقع المعزز للمعلنين حدث تقارب وسد للفجوة بين المنتجات وبين المتلقي من خلال إضفاء سمة التفاعلية بين المنتج والمتلقي، وأتاحت الفرصة للمتلقي بأن يشاهد المنتج أفتراضيا واختياراته، فهذا يتيح الفرصة للمشتري وجعله يأخذ القرار بالشراء، بعد ان قام ببناء الثقة بين المتلقي والشركات المنتجة، حيث تخصص المشروعات الكبرى مبالغ كبيرة لحملاتهم الإعلانية لتسويق منتجاتهم، فأصبحت الوسيلة الجديدة إضافة لهم، ومن هنا أصبح الواقع المعزز وسيلة للربح وتحقيق نتائج أكثر ايجابية فى عملية الترويج، حيث ان تكلفة تصميم تطبيق لواقع معزز ترويجي للمنتج بتفاصيله تكون تكلفة متوسطة وتعد التكلفة اقل بكثير من حملات الجرائد مثلا، وإن توظيف الواقع المعزز سيكون الإستفادة منه أكبر ومستمرة بإستمرار وجود هذا المنتج فى السوق، وسوف تستفيد أيضا الشركة المعلنه أطول فترة ممكنة، وسوف يترك إنطبعا جيدا عن الشركة فى ذاكرة العملاء(المتلقي).

التطور التكنولوجي فى مجال الإعلان أدى إلى ظهور تقنية الواقع المعزز والتي تضيف تفاعلا ديناميكيا جذابا على مضمون الرسالة الإعلانية، ومع تطو هذه التكنولوجيا قدمت التقنيات الإعلانية الحديثة أشكال مبتكرة للإعلان، وأدى هذا الإبتكار فى التوظيف الجيد للتكنولوجيا الحديثة بشكل متوافق مع التوظيف الإعلاني!

تحدد مشكلة البحث فى الأسئلة التالية:

- ما مدى فاعلية الواقع المعزز فى تطوير الإعلان؟
- ما هي تقنيات الواقع المعزز لتحويل الإعلان الثابت لمتحرك؟
- ما مدى فاعلية الواقع المعزز على عملية الإدراك للمحتوي الإعلاني؟

أهداف البحث:

- ١-تحديد آليات استخدام الواقع المعزز فى الإعلانات .
- ٢- توضيح التطور التقني للإعلانات الواقع المعزز.

أهمية البحث:

١- التأكيد على عملية إدراك المشاهد لإعلانات الواقع المعزز.

٢- رصد إعلانات الواقع المعزز المتحركة .

الكلمات المفتاحية:

فاعلية,الواقع المعزز,الإدراك, الإعلان المتحرك