

دراسة تحليلية لتطبيق استراتيجية الإعلان الرشيق في تطوير الأداء الإعلاني في القضايا العالمية "حملات التغير المناخي نموذجاً"

م.د/ هايدي يوسف ابو الغيط
مدرس بكلية الفنون التطبيقية - جامعة بنها

haidy4444@hotmail.com

ملخص البحث:

تعتمد الفوائد بشكل أساسي في استراتيجية الإعلان الرشيق على تقديم التفكير العملي والفهم لأليات التكامل للعاملين بمنظومة الإعلان والتسويق، وعرض السلعة او الخدمة للمتلقى. وتكمن صعوبة تطبيق هذه الاستراتيجية في العمل الإعلاني إلى أنه لم يكن التفكير المنهجي المدروس القائم على استراتيجية التسويق الرشيق جزءاً من مفردات عمل التصميم الإعلاني، حيث أن العاملون بالتصميم والإعلان ربما يعتبرون ذلك مقيداً لأفكارهم، ويخفق الإبداع المطلوب في عملهم. كما انه عبر استراتيجية الإعلان الرشيق. يمكن أن تعتمد الفوائد بشكل أساسي على تقديم الاتصال الفعال للحملات الإعلانية ذات القضايا العالمية والذي يعد سر نجاحها إدارة العملية الإعلانية من بدايتها التصميمية إلى نهايتها والتفاعل مع المتلقي وإحداث تكامل فعال بين عناصر المنظومة الإعلانية مع إدارة قنوات اتصال بصرية من خلال نماذج البوسترات الإعلانية لرصد ظواهر شكلية يمكن إستغلالها "كنقاط تأثيرية" يمكن من خلالها إيجاد لغة تواصل مع الفئات المستهدفة عبر استخدام فكرة تمس النواحي النفسية والعقلانية في نفس الوقت. على ذلك يهتم هذا البحث بتقديم رؤية واضحة عن عناصر استراتيجية الإعلان الرشيق وفلسفتها ودور تطبيقها بفاعلية الحملات الإعلانية على مستويات التفكير الرشيق والاتصال الرشيق والابتكار الرشيق والترويج الرشيق، كما يهتم البحث بقياس ذلك عبر تقديم دراسة تحليلية متعلقة بقضية هامة تمس العالم أجمع والاهتمام والتوجه المصري وهي قضية تغير المناخ، ورصد تحليلي لحملات إعلانية عن تغير المناخ من وجهة نظر الإعلان الرشيق.

الكلمات المفتاحية:

استراتيجية الإعلان الرشيق، الأداء الإعلاني، التغير المناخي