



Sales promotion

CBME203

LECTURE 3

**Prepared by
Dr. Rizane Nassour**

الإعلانات الخارجية

الإعلان على
عربات النقل

الإعلان
الطريقي

الاعلان الخارجي

صبح الإعلان اليوم ثقافةً وفناً وصناعة مستقلة، وتنوّعت وسائله وأساليبه بين إعلانات الصحف والجرائد والسينما والتلفزيون والإعلانات الخارجية ومواقع الإنترنت، ولو ألقينا نظرة على تاريخ صناعة الإعلانات لوجدنا أنه فن قديم، إذ يعود تاريخ استخدام الإنسان للإعلان إلى أكثر من ٤٠٠٠ سنة قبل الميلاد.

كما كان الإعلان الخارجي لدى العرب قديماً يتمثل في شخصية المنادي الذي يستخدمه الأمراء والحكام للإعلان عن قراراتهم وما يودون إعلانه للشعب، ثم أصبح التجار يستخدمونه للإعلان عن وصول سفنهم وبضائعهم. وقد انتقلت هذه العادة للغرب، ولم يأخذ الإعلان شكله الحقيقي حتى بداية عصر الطباعة في القرن الخامس عشر والسادس عشر حيث أصبح على شكل منشورات توزّع باليد. فظهر عام ١٤٧٧م أول إعلان يهدف إلى زيادة مبيعات كتاب، وفي القرن السابع عشر بدأ ظهور الإعلان في الجرائد.

الاعلان الخارجي

ومع بداية الستينيات من القرن العشرين، بدأت صناعة الإعلان تنحو منحى جديداً، إذ لم تعد الدعاية البسيطة المباشرة تكفي لإثارة انتباه المستهلكين، لهذا بدأ البحث عن أفضل المواهب والأفكار الإبداعية الجديدة. وأصبحت الدعاية فناً بحد ذاته، حيث تقوم شركات الإعلان بدراسة المنتج دراسة وافية وتصميم شعار له وعلامة تجارية خاصة به، وإعداد حملة إعلانية للترويج له. ففي إعلانات التلفزيون أو الراديو قد يتاح للمصمم مساحة تعبير أكبر في استخدام الصورة والصوت والحركة والألوان لجذب انتباه المستهلك، بينما في الإعلانات الخارجية فهي تُعد تحدياً حقيقياً لمصمم الإعلان حيث إن المشاهد يكون متحركاً، وغالباً مستعجلاً، لذا يجب أن تكون الفكرة مختصرة ومقدمة بشكل واضح يحقق التأثير المطلوب. ومن مميزات الإعلان الخارجي انخفاض تكلفته مقارنة ببقية أنواع الإعلان، وهذا يتمكن أصحاب الشركات والأعمال المتوسطة والصغيرة من إيجاد فرص للإعلان من دون تكاليف باهظة.

الاعلان الخارجي

وفضلاً عن أهمية الملصق التجارية، فهو يرتبط ارتباطاً وثيقاً بفن الرسم. وكان من رواده وأساتذته في أوروبا جول دي شاريت وتولوز لوتريك اللذين كانا يرسمان الملصقات للمسرح والسيرك وأغلفة الكتب وعبوات زجاجات العطور. وكذلك قدم بابلو بيكاسو الكثير من الأعمال المميزة في فن الملصق حيث كان حوالي العام ١٩٤٦م ولمدة عدة أشهر يتردد على شارع دي شابرول ويعمل يومياً كأى مصمم للطباعة الحجرية.

الاعلان الخارجي

في الوقت الحاضر، انتشرت وكالات الإعلان المتخصصة. وراحت تتنافس في ابتكار الأفكار والوسائل الإعلانية الجديدة. فإضافة إلى الملصقات واللوحات الإعلانية تقوم بعض شركات الإعلان بتحويل شعار الشركة أو العلامة التجارية إلى تصميم ثلاثي الأبعاد على أي سطح كالأرضيات أو العشب في سهل أو حقل أو منحدر أو أرضية ملعب أو شاطئ البحر. وبعد نهاية الحملة يتم إزالة الإعلان دون أن يضر بالبيئة أو يترك أي أثر. وقد لاقى هذا النوع من الإعلانات رواجاً كبيراً لغرابة الفكرة وجاذبية التصميم،



جامعة
المنارة

اشكال الاعلانات الطريقية



ظهور الإعلان الخارجي

لكن الحاجة الملحة للإعلان ظهرت مع بداية الثورة الصناعية، وتدفق كميات كبيرة من البضائع. فكان لا بد من الترويج لها وتعريف المستهلكين بها عن طريق الإعلان. فظهرت بالإضافة إلى إعلانات الجرائد والملصقات الجدارية، أشكال أخرى من الإعلان كبالونات الهيليوم، وكتابة الإعلان على القطار ووسائل

النقل العامة●

الاعلان الطرقي ووسائل النقل

من أهم مقومات نجاحها :

- وضوحها ، وبروز العبارات والكلمات التي تحملها، وقدرة المتلقي على قراءتها، وإدراك مضمونها.
- استخدام الألوان المثيرة، والصور المؤثرة. فاللوحة الإعلانية في الأساس، هي عبارة عن رسالة، يجب أن توضع واضحة وجذابة ومقروءة.

التاريخ والتطور

- في البداية، كانت الغاية من هذه اللوحات، إيصال رسائل إلى عامة الناس، لاسيما غير المتعلمين الذين لا يملكون إمكانيّة القراءة والكتابة.
- أقدم لوحة إعلان عُثر عليها، كانت في مصر، منذ ثلاثة آلاف عام. وقد استخدمت للإعلان عن جوائز لمن يتعقب، أو يعرف، مكان العبد الهارب من بيت أسياده.

\$200 Reward!

Ranaway from the subscriber, living in Saline county, on the 4th inst., two Negromen, named Jim and Jack--each aged about 25 years.

Jim

is dish-faced; has sore eyes and bad teeth; is of a light black or brown color; speaks quick, is about 5 feet 7 inches high; had on when last seen, blue cotton pants, white shirt, white full coat and new custom-made boots.

Jack

had on the same kind of clothing with shoes, has a very small foot, wears perhaps a No. 6 shoe, and has heavy tacks in the heels; is about the same height and color of Jim. They are doubtless aiming for K. T.

A reward of \$100 each will be given if taken outside of the State, or \$50 each if taken in the State, outside of Saline county.

G. D. WILLIAMS,
Spring Garden, P. O., Pettis county, Missouri.
Harrisonville, Mo., June 7th, 1860.



CAUTION!!

COLORED PEOPLE
OF BOSTON, ONE & ALL,

You are hereby respectfully CAUTIONED and advised, to avoid conversing with the
Watchmen and Police Officers
of Boston,

For since the recent ORDER OF THE MAYOR & ALDERMEN, they are empowered to act as
KIDNAPPERS
AND
Slave Catchers,

And they have already been actually employed in KIDNAPPING, CATCHING, AND KEEPING SLAVES. Therefore, if you value your LIBERTY, and the Welfare of the Fugitives among you, Shun them in every possible manner, as so many HOUNDS on the track of the most unfortunate of your race.

Keep a Sharp Look Out for
KIDNAPPERS, and have
TOP EYE open.

APRIL 24, 1851.



ظهرت الملصقات الإعلانيّة في أوروبا، واستخدمت لعرض المعلومات الرسميّة. وبعدها تطورت الملصقات، عندما اخترعت الطباعة الحجرية نهاية القرن التاسع عشر.

البداية



أول ملصق احتوى المقومات الصحيحة لهذا الفن، وضعه الإنجليزي (فريدريك والكر) عام ١٨٧١ من أجل الإعلان عن مباراة في لندن.



في البداية، ارتبطت اللوحات الإعلانيّة الطرقيّة بالنهار، معتمدة على ضوء الشمس، ثم تطورت لتأخذ موقعاً هاماً في ليالي المدن والبلدات، بأكثر من شكل وصيغة.



جامعة
المفارقة
MANARA
UNIVERSITY

مزایا

- [illegible]

التلوث البصري



29/05/2017

١٧

لا يتوقف الأمر على اللوحات الإعلانية ورسوم الجدران والأرضيات، بل إن تقنيات الدعاية المعاصرة جعلت من الممكن تحويل السيارات والقطارات والشاحنات والحافلات والطائرات إلى لوحات إعلانية متنقلة. وقد جاء في نشرة لإحدى شركات الإعلان تعرف بطبيعة عملها: «هل تعتقد حقاً أن الأرصفة والشوارع وجدت فقط للمشاة؟ وأن النوافذ وجدت فقط للنظر من خلالها؟ والأبنية وجدت فقط للعيش والعمل فيها؟ والشاحنات لنقل الحمولات فقط؟ وأن وسائل النقل العامة وجدت لنقل الركاب من مكان لآخر فقط؟».

لقد سيطر الإعلان تماماً على المشهد البصري لمدن العالم. وأصبح ظاهرة بصرية عالمية، لدرجة أننا قد لا نلاحظها أحياناً ولا نلتفت لها. في طوكيو مثلاً من الممكن جداً أن ترى شاحنات كبيرة من دون أية حمولة تتجول في المدينة بهدف عرض الإعلان الملصق على جانبيها فقط. كما تستهدف اللوحات الإعلانية والملصقات مواقف الحافلات ومحطات القطار باعتبارها الأماكن الوحيدة التي يقف الناس فيها من دون فعل شيء، سوى الانتظار. وبهذا يكون لديهم متسع من الوقت لقراءة الإعلان. لهذا تكون هذه الأماكن مغطاة تماماً بالإعلانات، بل أصبح الإعلان يمثل شخصية بصرية لهذه الأماكن.





مزايا الإعلانات على/ في وسائل المواصلات:

- يتضمن الإعلان على/ في وسائل المواصلات الإعلانات التي نراها في الحافلات وعربات المترو ومداخل محطاته والقطارات:
- يمكن أن تطول مدة عرض الإعلان الواحد في داخل الوسيلة نفسها.
- قد يكون عدد مرات مطالعة المشاهد للإعلان كبيراً إن كان المشاهد يستخدم وسيلة المواصلات نفسها بشكل متكرر، على سبيل المثال قد يركب الشخص نفس المترو من العمل وإليه ١٠ مرات في الأسبوع.
- يرى الإعلانات الموضوعه جمهور كبير ومتنوع، ويمكن القول أن بعضهم أسير الإعلان إن أخذت في الاعتبار عدد السائقين الذين يضطرون إلى انتظار تحرك العربات أو عدد المشاة المنتظرين.



• يقتصر تصميم الإعلان على حجم الإطار أو الحامل الذي سيوضع فيه.

• ربما لا يكون راكبو المواصلات العامة في حالة مزاجية تمكنهم من استقبال الإعلان أو أنهم قد تعودوا على وجود الإعلانات في مساحات معينة لدرجة أنهم لا يرونها.

• من الصعب توجيه الإعلانات في/على وسائل المواصلات العامة، صحيح أن الإعلان يصل إلى العديد من الناس ولكنهم ليسوا بالضرورة عملاء متوقعين.

• ربما لا تتوافر لديك وسائل مواصلات عامة في منطقة إعلانك، على سبيل المثال لا يوجد في العديد من المدن شبكات مترو أنفاق كثيرة العدد.

• ربما لا يتلاءم مترو الأنفاق أو غيرها من وسائل المواصلات العامة مع صورة منتجك.

• قد تنقص البيئة المحيطة من قدر رسالتك ، فالعربة قد تتلوث بالوحل أو مدخل محطة مترو الأنفاق الغارق في تعليقات مختلفة ربما لا يكون النافذة المرتسمة في خيالك التي تخرج من خلالها إلى الجمهور.

تختلف الإعلانات في شوارع المدن والأماكن الخارجية عن غيرها لأسباب كثيرة تشمل توجهها إلى جمهور شبه محكوم بالاطلاع عليها ولا يستطيع تلافيها، وبالتالي تمتعها بفاعلية ترويجية قد تكون أكبر من غيرها من وسائل الإعلان. إضافة إلى أن حضورها الكبير والمتنامي في المدن الحديثة حوّلها إلى قضية جمالية وبيئية تشغل المسؤولين عن البلديات وتنظيم المدن

الاحصائيات (٢٠١٦)

