



یکی از مهم‌ترین وظایف یک مدیر بازاریابی در هر سازمان تجاری تعریف پلن تبلیغاتی سالانه آن مجموعه است . پلن تبلیغات هر شرکت یا بنگاه تجاری اقتصادی بر مبنای فعالیت آن شرکت تعریف می‌گردد . این فعالیت‌ها می‌تواند شامل تولید محصول، واردات محصول و یا ارائه خدمات گوناگون در زمینه‌های مختلف باشد .

شناخت دقیق محصولات یا خدمات شرکت و بازارهای هدف و رقبای موجود در این بازارها در گام اول پایه گذار تدوین برنامه‌ها و تصمیم‌گیری‌های مهم و اساسی در خصوص سرفصل‌های قیمت گذاری و تبلیغات در مراحل بعدی تدوین برنامه کلی و جامع بازاریابی خواهد بود .

انتخاب استراتژی‌های بازاریابی مستقیم و غیرمستقیم نیز که از تعاریف اولیه دانش بازاریابی است از همین شناخت نشأت می‌گیرد و مبین این مطلب خواهد بود که می‌بایست با توجه به نوع محصول و خدمات سازمان متبوع و مشتری و مخاطب آن، رویکردها و تکنیک‌های تبلیغاتی خود را مشخص و تعیین کرد . با در نظر داشتن این نکته که جنس کالاها یا خدمات و مشتری شما سازمانی است ؟ (B2B) یا مخاطب عام و سطح وسیع‌تری از جامعه را بازار هدف خود می‌داند؟ (B2C)

اخیرا شاهد هستیم که صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در راستای تحقق موضوع اقتصاد مقاومتی و تولید ملی طرح رایگان پخش آگهی‌های بازرگانی در تلویزیون و رادیو را برای شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی ایرانی در نظر گرفته است.

بسیاری از شرکت‌ها به بهانه رایگان بودن این طرح و فرصت دیده شدن در رسانه ملی اقدام به تولید و پخش آگهی در زمان‌های مختلف نموده‌اند. فارغ از این که آیا برآستی کالا و فعالیت آنها مخاطب عام را هدف گرفته یا خیر؟! آیا پخش این آگهی‌ها در کوتاه مدت تاثیرگذار خواهد بود یا بالعکس از دید مشتریان واقعی این شرکت‌ها نوعی ضد تبلیغ به حساب می‌آید؟! آیا صحیح است در جایی که تبلیغ کیک و شکلات و بیسکویت پخش می‌شود شرکت‌های تولید کننده فولاد و ورق‌های پروپیلن ، قطعات خودرو ، لوازم تخصصی جراحی و پزشکی مخصوص اتاق عمل و ... اقدام به پخش آگهی نمایند؟!

پیشنهاد می‌شود مدیران محترم بازاریابی و فروش این شرکت‌ها و یا سایرمدیران ارشد تصمیم گیرنده این حوزه که بسیاری از آنها دارای مدرک تحصیلی نظیر MBA ، بازاریابی یا مدیریت کسب و کار هستند و در تدوین و نهایی کردن برنامه‌های استراتژیک سالانه سازمان‌ها نقش کلیدی ایفا می‌کنند، ابتدایی‌ترین و زیر بنایی‌ترین اصل تدوین برنامه بازاریابی ( 4P ) را با دقت و مطالعه و تامل بیشتری مد نظر قرارداده و از محصولات، بازارهدف، مشتری و رقبای خود آگاهی بیشتری کسب کنند.

نشانی منبع:

---

<https://www.shabakeh-mag.com/success-and-entrepreneurship/11486/%D8%AA%D8%A8%D9%84%DB%8C%D8%BA%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D9%87-%DA%86%D9%87-%D9%82%DB%8C%D9%85%D8%AA%D8%8C-%D8%AD%D8%AA%DB%8C-%D8%B1%D8%A7%DB%8C%DA%AF%D8%A7%D9%86%D8%9F>