

راهنمای انتخاب بهترین روش‌های تبلیغات محیطی برای رشد کسب و کار

حتماً شما نیز بارها در کوچه و خیابان‌های سطح شهر خود، هنگام خرید یا رانندگی و یا حتی نشستن در سالن انتظار دندانپزشکی، چشمتان به انواع پوسترها، بنرها و اطلاعیه‌های تبلیغاتی خورده است. با توجه به فراوانی تبلیغات مختلف، بی‌راه نیست اگر بگوییم که تبلیغات به عضوی جدایی‌ناپذیر از زندگی امروز ما تبدیل شده‌است. هدف اصلی تبلیغات، ایجاد احساس نیاز به خرید یک محصول و یا خدمت است و نقش موثری در رشد کسب و کارها دارد.

اگرچه شیوه‌های تبلیغاتی دیجیتال، مانند تیزرهای تبلیغاتی تلویزیونی و یا تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی، به سرعت در حال گسترش‌اند، با این حال، تبلیغات محیطی، همچنان تاثیر زیادی در بازاریابی دارند. بنابراین اگر کسب و کاری دارید، نباید از اهمیت این نوع تبلیغات غافل شوید. در این مقاله، معیارهای انتخاب مناسب‌ترین شیوه‌های تبلیغات محیطی برای برند شما را معرفی کرده‌ایم و قصد داریم با بررسی مزایا و معایب هر روش تبلیغات محیطی، شما را در انتخاب بهترین روش‌های تبلیغات محیطی، راهنمایی کنیم.

تبلیغات محیطی به چه معناست و چرا هنوز روشی موثر است؟

تبلیغات محیطی به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و تکنیک‌ها اطلاق می‌شود که در آن برندها پیام‌های خود را در فضاهای عمومی و خارج از خانه به نمایش می‌گذارند. این نوع تبلیغات شامل بیلبوردها، تبلیغات سیار، و دیگر فرم‌های بصری است که در مکان‌های مختلف شهری نصب می‌شوند. یکی از دلایل ماندگاری و اثرگذاری این روش، توانایی آن در جلب توجه مخاطبان است.

این روزها، افراد به اندازه کافی با محتوای دیجیتال بمباران می‌شوند و ممکن است نسبت به آن بی‌توجه شوند. اما تبلیغات محیطی به دلیل قرارگیری در مکان‌های عمومی و دیداری بودن، می‌تواند تأثیر بیشتری بر روی مخاطب بگذارد. همچنین، این نوع تبلیغات قابلیت دسترسی به جمعیت‌های بزرگ را دارد و می‌تواند به افزایش شناخته شدن برند کمک کند.

انواع روش‌های تبلیغات محیطی

تبلیغات بیلبوردی

بیلبوردهای تبلیغاتی معمولاً در مکان‌های شلوغ و پررفت‌وآمد مانند حاشیه بزرگراه‌ها، بالای پل‌های هوایی، گوشه‌های میدان و چهارراه‌ها نصب می‌شود و هدف آن جلب توجه سریع مخاطبان است. بیلبوردها معمولاً بزرگ و قابل مشاهده از فاصله‌های دور هستند و می‌توانند پیام‌های تبلیغاتی را به شکل بصری جذاب منتقل کنند. از مزایای استفاده از بنر تبلیغاتی خلاقانه می‌توان به قابلیت پوشش وسیع جمعیت، امکان نمایش پیام‌های خلاقانه و تأثیرگذاری بالا اشاره کرد. طراحی خلاقانه و استاندارد محتوای بیلبوردها، کلید موفقیت این نوع از تبلیغات محیطی است.

مزایای تبلیغات بیلبوردی	معایب تبلیغات بیلبوردی
قابلیت پوشش وسیع جمعیت	هزینه بالای نصب و نگهداری
امکان نمایش پیام‌های خلاقانه	عدم امکان تعامل مستقیم با مخاطب
تأثیرگذاری بالا	محدودیت در زمان نمایش پیام

تبلیغات بیلبوردی دیجیتال

تلویزیون‌های شهری در ابعاد مختلف، یکی از نوآوری‌های اخیر در حوزه‌های تبلیغاتی محیطی هستند که به کمک آن‌ها می‌توانید محتوایی متنوع و خلاقانه را در دسترس بسیاری از افراد قرار دهید. این نوع تبلیغات معمولاً در مکان‌های شلوغ شهری مانند میدان‌ها و ایستگاه‌های مترو نصب می‌شود و می‌تواند شامل تصاویر متحرک و یا تیزر تبلیغاتی بی‌کلام باشد.

مزایای تبلیغاتی بیلبوردی دیجیتال	معایب تبلیغات بیلبوردی دیجیتال
قابلیت بروزرسانی سریع محتوا	هزینه بالای نصب و نگهداری
امکان نمایش محتوای متنوع (تصاویر متحرک، ویدیوها)	نیاز به برق و زیرساخت‌های مناسب
جلب توجه بیشتر نسبت به بیلبوردهای سنتی	احتمال خرابی تکنولوژی

تبلیغات سیار

تبلیغات سیار یا ترانزیتی به استفاده از وسایل نقلیه عمومی مانند تبلیغات روی اتوبوس‌ها، متروها و تاکسی‌ها برای نمایش پیام‌های تبلیغاتی اشاره دارد. این نوع تبلیغات به دلیل حرکت مداوم وسایل نقلیه، قابلیت دسترسی به افراد بیشتری را در نقاط مختلف شهر دارد. همچنین، تبلیغات ترانزیتی می‌تواند تجربه‌ای جالب برای مسافران ایجاد کند و باعث افزایش دیده شدن برند شود.

مزایای تبلیغات سیار	معایب تبلیغات سیار
قابلیت دسترسی به افراد بیشتر	محدودیت در زمان نمایش پیام
هزینه نسبتاً پایین‌تر نسبت به بیلبوردها	عدم کنترل بر روی مسیر حرکت وسایل نقلیه
ایجاد تجربه‌ای جالب برای مسافران	احتمال عدم مشاهده توسط عابران پیاده

تبلیغات در فروشگاه‌ها و مراکز خرید

فرآیند تبلیغات محیطی در مراکز خرید و فروشگاه‌ها شامل قراردادن بروشور خلاقانه در سبد خرید مشتریان و یا نصب پوستر بر شیشه‌ها و دیوارها در داخل یا اطراف فروشگاه است. این نوع تبلیغات می‌تواند تأثیر زیادی بر روی تصمیم‌گیری خرید مشتریان داشته باشد. با قرارگیری در فضای نزدیک به محصولات، این شیوه تبلیغ می‌تواند توجه مشتریان را جلب کرده و آن‌ها را ترغیب به خرید کند. بروشورهای جذابی که قابلیت تبدیل به وسایل جالبی مانند اورنگامی را دارند نیز می‌توانند توجه کودکان و نوجوانان را به خود جلب کرده و آن‌ها تبلیغات شما را با خود به خانه ببرند.

مزایای تبلیغات در فروشگاه‌ها	معایب تبلیغات در فروشگاه‌ها
تأثیر زیاد بر روی تصمیم‌گیری خرید مشتریان	محدودیت در دسترسی به جمعیت
امکان تعامل مستقیم با مشتریان	نیاز به همکاری با فروشگاه‌ها
نزدیک بودن به محصولات	هزینه ممکن است بالا باشد

تبلیغات محلی با استرابورد، لمپوست بنر و استندهای کوچک

این شیوه از تبلیغات برای جلب توجه ساکنان همان منطقه‌ای است که محتوای تبلیغاتی شما در آن‌جا قرار دارد. این تبلیغات معمولاً هزینه کمتری نسبت به بیلبوردها دارند و می‌تواند تأثیر خوبی بر روی

جامعه محلی بگذارند. انتخاب صحیح مکان تبلیغات، نقشی مهم در بازخورد بیشتر آن دارد. به عنوان مثال، تبلیغ محصولات زیبایی و بهداشتی در داروخانه‌ها یا مراکز پزشکی، تاثیر بالاتری نسبت به نصب این تبلیغات در وسط بزرگراه‌ها دارد.

مزایای تبلیغات محلی با استرابورد، استند و لمپوست	معایب تبلیغات محلی با استرابورد، استند و لمپوست
هزینه کمتر نسبت به بیلبردها	محدودیت در دامنه پوشش
هدف‌گیری دقیق مخاطب هدف	نیاز به طراحی خلاقانه
تأثیر خوب بر روی جامعه محلی	احتمال عدم مشاهده توسط عابران

کمپین‌های تبلیغاتی چریکی و تجربه محور

کمپین‌های تبلیغاتی چریکی نوعی از بازاریابی غیرمتعارف هستند که با استفاده از تکنیک‌های خلاقانه و غیرسنتی سعی در جلب توجه مخاطبان دارند. این کمپین‌ها معمولاً در مکان‌های غیرمنتظره اجرا می‌شوند تا تأثیر بیشتری بر روی مخاطب بگذارند.

تبلیغات تجربه محور بر ایجاد تجربیات خاص برای مشتریان تمرکز دارند؛ مانند برگزاری رویدادهای زنده یا فعالیتهایی که باعث تعامل مستقیم با برند می‌شوند. این دو نوع کمپین می‌توانند حس کنجکاوی و هیجان را در مخاطبان ایجاد کنند.

برخی شیوه‌های تبلیغات چریکی در سطح شهر

- نصب آثار هنری غیرمنتظره: قرار دادن آثار هنری یا نصب‌کردن مجسمه‌ها در مکان‌های عمومی که مخاطبان را غافلگیر کند.
- استفاده از رسانه‌های اجتماعی: ایجاد فعالیتهایی که مردم را تشویق کند تا تجربیات خود را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند.
- برگزاری رویدادهای زنده: برگزاری رویدادهایی مانند کنسرت‌ها یا نمایشگاه‌ها که برند را معرفی کرده و تعامل مستقیم با مخاطب ایجاد کند.
- نصب بنرهای خلاقانه: استفاده از بنرهایی با طراحی خاص که توجه عابران را جلب کند.

مزایای تبلیغات چریکی و تجربه محور	معایب تبلیغات چریکی و تجربه محور
-----------------------------------	----------------------------------

نیاز به خلاقیت بالا	جلب توجه بیشتر با تکنیک‌های غیرمتعارف
ممکن است هزینه تبلیغات بالا برود	ایجاد تجربه‌ای خاص برای مشتریان
خطر عدم موفقیت یا سوءتفاهم	افزایش آگاهی از برند

عوامل موثر بر موفقیت تبلیغات محیطی

تعیین مخاطب هدف و انتخاب صحیح مکان

تعیین مخاطب هدف اولین مرحله در هر کمپین تبلیغاتی است. شناخت دقیق ویژگی‌ها، علایق و رفتارهای مخاطبان کمک می‌کند تا مکان‌هایی انتخاب شوند که بیشترین تأثیر را داشته باشند. انتخاب مکان مناسب باید بر اساس تردد روزانه مخاطبان هدف انجام شود؛ مثلاً اگر هدف شما جوانان هستند، مکان‌هایی مانند دانشگاه‌ها، باشگاه‌ها یا مراکز خرید جوانان باید مورد توجه قرار گیرد.

بودجه تبلیغاتی

تعیین بودجه مشخص کمک می‌کند تا گزینه‌های موجود محدود شده و برنامه‌ریزی دقیق‌تری انجام شود. همچنین، باید بررسی شود که کدام روش‌ها بیشترین بازدهی را نسبت به هزینه دارند تا منابع مالی به بهترین نحو استفاده شوند.

انتخاب مکان تبلیغات محیطی اثرگذار

انتخاب بهترین مکان برای تبلیغات، گامی مهم در راستای پیشبرد اهداف تبلیغاتی شماست و تأثیری مستقیم بر نتیجه دادن تلاش‌های شما دارد. اگر مکان مناسبی برای نمایش تبلیغات خود انتخاب نکنید، تمام زحماتتان به هدر خواهد رفت.

مدت زمان نمایش و تکرار پیام

مدت زمان نمایش تبلیغ نیز اهمیت زیادی دارد؛ هرچه یک پیام برای مدت بیشتری در معرض دید باشد، احتمال یادآوری آن بیشتر خواهد بود. تکرار پیام نیز می‌تواند تأثیر مثبت داشته باشد؛ زیرا تکرار باعث تثبیت نام برند در ذهن مخاطب می‌شود.

طراحی خلاقانه و تاثیرگذار

یک طراحی جذاب و منحصر به فرد باعث می‌شود که مخاطب بیشتر به آن توجه کند و تمایل بیشتری برای تعامل با برند داشته باشد. استفاده از رنگ‌ها، تصاویر جذاب و متن کوتاه اما مؤثر می‌تواند تأثیر زیادی بر روی موفقیت کمپین داشته باشد.

معیارهای موفقیت تبلیغات محیطی

معیارهای موفقیت هر کمپین تبلیغاتی باید مشخص شوند تا بتوان عملکرد آن را ارزیابی کرد. محاسبه دو معیار زیر، می‌تواند موفق بودن یا نبودن تبلیغات شما را تا حد زیادی نمایش دهد. البته برای تحلیل جزئی نقاط قوت و ضعف تبلیغات، باید از شیوه‌های تحلیلی حرفه‌ای و آمار استفاده کرد.

نرخ بازگشت سرمایه

نرخ بازگشت سرمایه (ROI) یکی از مهم‌ترین معیارها برای ارزیابی موفقیت یک کمپین تبلیغاتی است. محاسبه ROI کمک می‌کند تا مشخص شود آیا سرمایه‌گذاری انجام شده بر روی یک روش خاص سودآور بوده یا خیر.

میزان استقبال و وفاداری مشتریان

میزان استقبال مشتریان از یک کمپین نیز نشان‌دهنده موفقیت آن است؛ اگر مشتریان تمایل بیشتری برای خرید داشته باشند یا درباره برند صحبت کنند، نشان‌دهنده تأثیر مثبت کمپین است.

نمونه‌هایی از تبلیغات محیطی برندهای معروف

برخی از برندهای معروف نمونه‌هایی موفق از تبلیغات محیطی دارند:

- برند کلاستون: این شرکت با شیوه‌ای خلاقانه بیلборدهای تبلیغاتی مخصوص رنگ موی خود را به گونه‌ای طراحی کرد که با تابش نور خورشید، موهای مدل، جلوه‌ای جذاب و طبیعی پیدا کردند.
- کمپانی ایکس یا توییتتر سابق: این شرکت با نمایش برخی از توییت‌های خاص کاربران بر روی بیلبوردها، به سرعت توجه مخاطبان بسیاری را به خود جلب کرد و افراد زیادی برای فعالیت در این شبکه اجتماعی انگیزه گرفتند.

- Coca-Cola: استفاده از بیلبردهای خلاقانه که نام مشتریان را روی بطری‌ها چاپ کرده بود.
- شرکت Coops Paint: این شرکت در اقدامی جسورانه، نمای ساختمان خود را سوژه تبلیغات کرد و با استفاده از المان یک قوطی رنگ ریخته، دیوارها و برخی بخش‌های نزدیک به ساختمان را به طور کامل رنگ کرد.

کدام روش‌های تبلیغاتی برای کسب و کارهای کوچک به صرفه‌اند؟

برای کسب‌وکارهای کوچک، روش‌هایی مانند تبلیغات محلی با استرابوردها یا لمپوست بنرها می‌تواند بسیار مؤثر باشد؛ زیرا هزینه کمتری دارد و امکان هدف‌گیری دقیق‌تر مخاطب را فراهم می‌کند. همچنین، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و یا اقداماتی مانند پیامک مارکتینگ، با قابلیت هدف‌گیری دقیق مخاطبان نیز یک گزینه مقرون‌به‌صرفه برای افزایش شناخته شدن برند محسوب می‌شود.

نتیجه‌گیری

انتخاب بهترین روش‌های تبلیغات محیطی نیازمند بررسی دقیق عواملی همچون مخاطب هدف، مکان مناسب، بودجه موجود و طراحی خلاقانه است. با شناخت درست این عوامل و انتخاب مناسب‌ترین روش‌ها، کسب‌وکارها می‌توانند تأثیر قابل توجهی بر روی بازار هدف خود بگذارند و نتایج مثبتی کسب کنند. دریافت مشاوره از افراد و شرکت‌های متخصص در زمینه برندینگ و مارکتینگ، می‌تواند به کسب و کارها در انتخاب صحیح شیوه‌های تبلیغاتی کمک کند. اگر قصد دارید جانی دوباره به کسب و کار خود ببخشید، همین حالا، با آژانس دیجیتال مارکتینگ رامیس تماس بگیرید. متخصصان ما در اینجا، آماده کمک به شما در رشد و توسعه کسب و کار شما هستند.

منابع

+++

[/https://www.yektanet.com/blog/۵۳۱۳۹/outdoor-advertising](https://www.yektanet.com/blog/۵۳۱۳۹/outdoor-advertising)

[/https://dmboard.media/offline-marketing/iran-environmental-advertising](https://dmboard.media/offline-marketing/iran-environmental-advertising)

[/https://tablighatbastam.ir/creative-environmental-advertising](https://tablighatbastam.ir/creative-environmental-advertising)