

تقویم تبلیغاتی

گالری تصاویر تقویم تبلیغاتی

منظور از تبلیغات در این روش این است که در آن حس بینایی بیش از سایر حس ها فعال شده و از طریق روزنامه یا تقویم و سررسید و ... انتشار می یابد در این نوع تبلیغات مخاطب ضمن دیدن عکس و یا طرح از موضوع مورد **تبلیغ** پیام های آن را مطالعه کرده و یا حتی از طریق نمادهای نوشتاری پیام تبلیغ کننده را دریافت می کند از ضروریات مهم براب فردی که قصد **برنامه ریزی** در مورد تبلیغات **خدمات** خود را دارد داشتن ذهنی باز و فعال است تا بتواند بهترین روش را که نتیجه حاصل از آن سودمند باشد را انتخاب نماید امروزه دامنه **تبلیغاتی** بسیار گسترده شده است و تا با علم تبلیغات آشنا نشویم نمیتوانیم به درستی بدانیم کدام راه بهترین گزینه برای خدمات ماست و حتی انتخاب بهترین و یا پر هزینه ترین تبلیغات صرفا برای تعداد معدودی از **کسب و کار** ها نتیجه بخش باشد علم و داشتن تجربه این که ، چه نوع تبلیغی مناسب مخاطب محصولات ما است در کار ما بسیار ماهر خواهد بود



تقویم تبلیغاتی

در تبلیغات تاکتیک های کلی و مرجعی وجود دارد که انواع مختلفی داشته و به سرعت تاثیرگذار نیز هستند مانند:

- برجسته سازی
- تکرار و تایید
- خاطره انگیزی
- تاکتیک مجاورت
- تازگی و تفاوت
- فراوانی
- احتمال و شانس
- کلی بافی
- استفاده از تصاویر و یا افراد مشهور
- سبک های خاص

از جمله این موارد هستند که میتوان نیمی از این تاکتیک ها را در تقویم تبلیغاتی یافت

و بر روی این نوع از تبلیغات تمرکز بیشتری نمود تا بتوانید نتیجه دلخواه خود را بگیرید **۹۸**

تقویم تبلیغاتی از دیرباز برای ایجاد ارتباطی هدفمند همیشه مورد توجه تجار و صاحبان کسب و کار و صنایع بوده است

و اهمیت روزافزون آن نشان دهنده این است که **تقویم** میتواند ارتباط موثری بین مشتریان با خدمات ما را ایجاد کند

1	هزینه چاپ	%40
2	میزان رضایت مشتری	%90
3	تقویم تبلیغاتی	دارد