



۱۵ ایده خلاقانه برای تبلیغات

نویسنده: ۹۱marketing.com - ترجمه: بنفشه عطرسائی

تبلیغات خلاقانه یک روش تبلیغاتی است که تیمی از افراد خلاق گرد هم می‌آیند تا کمپین‌های تبلیغاتی طراحی کنند، داستان برندتان را با روش‌های خلاقانه به اشتراک بگذارند و گفتگو با مشتریان را ارتقا دهند و بهینه کنند. ثابت شده که تبلیغات خلاقانه بیشتر نتیجه محور هستند و نرخ بازگشت سرمایه‌شان ۱۱ برابر بیشتر از کمپین‌های تبلیغاتی غیرخلاقانه است.

تبلیغات خلاقانه چیست؟

تبلیغات خلاقانه، تبلیغ موثر و خلاقانه یک برند یا محصول به شکلی است که مردم آن را به‌خاطر بسپارند. این نوع تبلیغ مشتریان را به اقدام ترغیب می‌کند و از طریق برقراری ارتباط با آن‌ها ادراکشان را شکل داده یا تغییر می‌دهد. یک تبلیغ هوشمندانه شبیه یک آگهی معمولی نیست، بلکه در قلب و ذهن مشتری حک می‌شود.

چرا تبلیغات خلاقانه مهم هستند؟

در دنیایی که مردم حتی پس از تماشای چندباره یک تبلیغ در طول روز به سختی آن را به خاطر می‌آورند، تبلیغات خلاقانه بسیار ضروری است. امروزه بیشتر بر کمیت تاکید می‌شود تا کیفیت و همین موضوع باعث کاهش تبلیغات خلاقانه و موثر شده است. باید به روشی برای یک برند یا محصول تبلیغ کنید که عموم مردم آن را به خاطر بسپارند. اگر مشتریان بتوانند برند و تبلیغات آن را به خاطر بیاورند، آن برند در بلندمدت به موفقیت می‌رسد. سرمایه‌گذاری یک دلار در کمپین تبلیغاتی خلاقانه تقریباً دو برابر بیش از سرمایه‌گذاری همان یک دلار در کمپین تبلیغاتی غیرخلاقانه فروش به همراه می‌آورد.

دلیل استفاده از تبلیغات خلاق، اثرگذاری خلاقانه بر روان مشتریان به منظور برندسازی و بازاریابی بهتر شرکت و کالاها و خدمات آن است. از آنجاکه مردم وقت زیادی برای مشاهده مکرر تبلیغات خسته‌کننده و معمولی ندارند، این نوع تبلیغ اهمیت زیادی پیدا می‌کند. اکثر مشتریان خیلی راحت از تبلیغات شما رد می‌شوند و سراغ ویدیوهای جذاب دیگر می‌روند. این همان نقطه‌ای است که تبلیغات خلاقانه وارد عمل می‌شود. تبلیغات با محتوای غیرمتعارف، جذاب و ملموس باعث می‌شود برندان به میلیون‌ها نفر دسترسی پیدا کنند. با تبلیغات خلاقانه مردم هم تبلیغ و هم برند را به خاطر می‌آورند.

تبلیغات خلاقانه چه ویژگی‌هایی دارد و شامل چه مواردی است؟

تبلیغات خلاقانه چند ویژگی اساسی دارند که آن‌ها را برای بینندگان جذاب می‌کند و عبارتند از:

۱. اصالت محتوا

اصالت عامل مهمی در خلاقیت است. خلاقیت شما از درون شما می‌آید نه از شخص دیگری. پس، هر چیزی که اصیل باشد و متعلق به شما باشد، نمود دیدگاه خلاقانه

شماست. اصالت و منحصر به فردی در تبلیغات هم اهمیت زیادی دارد. ایده‌های گنجانده شده در تبلیغات باید منحصر به فرد و غیر تکراری باشند. می‌توانید از جزئیات تصویری جدیدتر یا کپشن‌ها و شعارهای اصیل و دست‌اول استفاده کنید که توجه مخاطبان را جلب کند. در تبلیغات ویدیویی هم می‌توانید از ماجراهای جدید، چهره‌های جدید و تصاویر جدید استفاده کنید که به خلاقیتتان اضافه می‌کند.

۲. توجه به جزئیات تبلیغ

وقتی ایده اصلی تبلیغ نهایی شد، گام مهم بعدی تصویرسازی است. کار روی جزئیات تبلیغ دو نوع دارد: می‌توانید جذابیتی غیرمنتظره به داستان اضافه کنید یا داستان را به سطح کاملاً جدیدی ببرید. توضیح جزئیات علاقه مخاطبان را برمی‌انگیزد و آن‌ها را وادار می‌کند روی محصول شما سرمایه‌گذاری کنند. باین‌حال، باید مراقب باشید که این جزئیات خسته‌کننده و طولانی نشوند و تازه و جذاب باشند. توضیح اضافه بدون دلیل مشخص تبلیغ را خراب می‌کند و باعث ارتقای آن نمی‌شود.

۳. انعطاف‌پذیری ایده‌ها

انعطاف‌پذیری خاصیتی است که به وسیله آن می‌توان یک موضوع را به راحتی در چندین شکل مختلف ارائه کرد. ما در دنیایی سرشار از تنوع زندگی می‌کنیم که افرادی با طرز فکر، ایدئولوژی و الگوهای فکری متفاوتی در آن حضور دارند. اگر می‌خواهید محصول یا خدمات خود را به بازارهای جهانی معرفی کرده و در طولانی‌مدت حفظ کنید، باید با انواع اندیشه‌ها و تفکرات سازگار شوید. اگر انعطاف‌پذیری را به تبلیغات خود تزریق کنید، حتماً به این هدف می‌رسید. داستان تبلیغات باید طوری طراحی شود که برای اکثر بینندگان جذاب باشد. واقعیت این است که هیچ ایده‌ای نمی‌تواند برای تک‌تک افراد جهان جذاب باشد، اما می‌توانید مخاطبان هدف خود را مشخص کرده و انتظاراتشان را برآورده کنید. در این مرحله می‌توانید خلاقیت خود را محک بزنید.

۴. ترکیب چند موضوع در تبلیغ

طراحی داستان به معنی تعریف داستان و بیان روابط بین شخصیت‌ها و موضوعات مختلف است. هر آگهی داستانی دارد که در مورد یک محصول یا خدمت صحبت می‌کند. شخصیت‌های داستان باید برای مخاطبان ملموس بوده و رویدادها هم باورپذیر باشند. سخنان شخصیت‌ها یا پیام تبلیغ نباید نابجا و بی‌ربط باشد و همه این عوامل باید با هم هماهنگ شوند. فقط در این صورت است که کلیت آگهی برای بینندگان جذاب می‌شود.

۵. ارزش هنری

ظاهر تبلیغ نقش مهمی در موفقیت آن دارد. در هر تبلیغ سه جنبه اصلی یعنی تصویر، کلام و موسیقی وجود دارد. جذابیت بصری بسیار مهم است. رنگ‌های مورد استفاده در تبلیغ، نوع پالت سایه‌ها و رنگ‌های زمینه و لباس شخصیت‌ها جذابیت بصری را شکل می‌دهد. موسیقی و آهنگ تبلیغ هم خیلی مهم است. این آهنگ‌ها برای همیشه در ذهن مخاطب می‌مانند، مردم آن‌ها را زمزمه می‌کنند و بی‌نهایت از آن‌ها لذت می‌برند. نکته بسیار مهم بعدی، بخش کلامی تبلیغ است. دیالوگ‌های شخصیت‌ها و نوع بیان آن‌ها نقش مهمی در اثرگذاری تبلیغ دارد.

بعد از این موارد به هیجان‌انگیزترین بخش تبلیغ یعنی شعار تبلیغ می‌رسیم. شعار گروهی از کلمات است که کلیت محصول را تعریف کرده و درباره ارزش‌ها و کاربردهای محصول صحبت می‌کند. در طول تاریخ بعضی از این شعارها رکورد محبوبیت را شکسته‌اند و بسیار به موفقیت محصول کمک کرده‌اند. پس، اصول هنری هم نقش مهمی در خلاقیت تبلیغ دارند.

۱۵ ایده خلاقانه برای تبلیغات

۱. تبلیغات چریکی

این یکی از محبوب‌ترین، خلاقانه‌ترین و موثرترین روش‌ها برای تبلیغ محصول یا برند

است و بنام هنر خیابانی هم شناخته می‌شود. این تبلیغات خلاقانه می‌تواند شامل هنر نقاشی با گچ، گرافیتی، برچسب‌ها یا هر چیز دیگری باشد که بتوان آن را روی دیوار خیابان‌ها کشید و نمایش داد. معمولا این نوع تبلیغ به قدری جذاب است که مردم در کنار آن عکس می‌گیرند و با همین عکس‌ها برای محصول/برندتان تبلیغ می‌کنند.

۲. تبلیغ از طریق دیگران

وقتی دیگران برای برند شما تبلیغ می‌کنند، آن تبلیغ حتما به دست افراد زیادی می‌رسد؛ بنابراین، یکی از راه‌های ترغیب دیگران برای تبلیغ برندتان، نصب تبلیغی است که به محل سلفی گرفتن آن‌ها تبدیل شود. این تبلیغ می‌تواند یک قاب بزرگ اینستاگرام یا فیلترهای اسنپ‌چت باشد که باعث جذابیت برند می‌شود.

۳. تبلیغ با عکس حیوانات بامزه

برندها تبلیغاتی طراحی کرده و آن‌ها را با روش‌های مختلف جذاب می‌کنند. یکی از این روش‌ها استفاده از حیوانات بامزه مانند سگ‌های کوچک، اسب یا بچه گربه است. وقتی موجودات دوست‌داشتنی و معصومی در تبلیغ حضور داشته باشند، مردم بیشتر به آن برند جذب می‌شوند.

۴. تبلیغ با لطیفه‌های ایهام‌دار

مردم لطیفه‌های خوب را دوست دارند، به‌ویژه وقتی این شوخی‌ها دوپهلو باشند و ایهام داشته باشند. بازی خلاقانه و هوشمندانه با کلمات برای یک تبلیغ موثر بسیار مهم است. با گرافیک هم می‌توانید لطیفه‌های دوپهلو برای تبلیغات طراحی کنید.

۵. تبلیغ طنز

افرادی که عضویت ویژه شما را خریداری کرده‌اند، وقت و حوصله تماشای تبلیغات ندارند. پس یکی از روش‌های موثر دسترسی به مشتریان استفاده از تبلیغات طنزآمیز

به جای تبلیغات خسته کننده است. برندها باید دلیلی برای مکت کردن و تماشای تبلیغات خود به مشتریان ارائه دهند. ساخت یک آگهی کوتاه که با مشتریان شوخی می کند هم باعث می شود کمی مکت کرده و به تبلیغتان توجه کنند.

۶. شعر تبلیغاتی

شاید استفاده از شعر در تبلیغ کلیشه ای به نظر برسد، اما روشی عالی در دنیای تبلیغات خلاقانه است. این اشعار باید کوتاه، واضح، هوشمندانه، مناسب و ملموس باشند تا افراد فوراً آنها را به خاطر بیاورند و همیشه در ذهنشان بماند. وقتی شعری در ذهن مردم نقش می بندد، باعث تبلیغ عالی برای برندگان می شود. وقتی این شعر کارآمد و موثر بر هر صفحه ای نقش ببندد، ورد زبان مشتریان می شود و هنگام تماشای تبلیغ این شعر را زمزمه می کنند. همین موضوع باعث دسترسی برند به طیف وسیعی از مخاطبان می شود.

۷. کارت ویزیت جالب

باز کردن کارت تبریک تولد و خواندن نوشته درون آن همیشه لذت بخش است. کارت های ویزیت هم می توانند همین قدر جذاب باشند و برای جذب مشتریان و اثرگذاری بر آنها طراحی شوند. طراحی کارت ویزیت بر اساس نیازهای شغلی فرد، یک ایده عالی برای تبلیغات خلاق است. مثلاً کارت ویزیت شرکت خدمات مجالس بونویوان یک رنده است که مردم می توانند برای رنده کردن پنیر از آن استفاده کنند.

۸. خلاقیت

تبلیغات خلاقانه به تفکر غیرمعمول و متفاوت نیاز دارد. استفاده از جنبه های هنری در تبلیغ بسیار موثر است. طراحی یک تصویر خنده دار یا یک پوستر سه بعدی درباره ویژگی های برند، یکی از روش های خلاقانه برای تبلیغ است.

۹. ویدیوهای الهامبخش

یکی از بهترین روش‌های آزمون شده برای تبلیغات، برقراری ارتباط احساسی با مشتریان است. ساخت ویدیوهای الهامبخش راهی برای تعامل با مشتریان و ایجاد هیاهو و سروصدا درباره تبلیغ است. وقتی مشتریان تجربه خوب خود از برند شما را با دیگران به اشتراک می‌گذارند، باعث تبلیغ موثر برندتان می‌شوند. مثلاً حمایت مالی شما از سازمان‌های خیریه می‌تواند موضوعی جذاب برای ساخت چنین ویدیوهایی باشد.

۱۰. تبلیغ برعکس

تبلیغ برعکس وقتی است که یک موضوع را تبلیغ می‌کنید و در واقعیت چیز متفاوتی به مشتری ارائه می‌دهید. اگر از گرافیک درست استفاده کنید، فوراً می‌توانید تبلیغ خسته‌کننده را به تبلیغی جذاب تبدیل کنید. تبلیغ‌نویسی با گرافیک‌های جذاب بسیار آسان است.

۱۱. برگزاری مسابقه با حمایت مالی برندگان

همه دوست دارند درباره خودشان صحبت کنند. به‌ویژه دوست دارند خود را جای شخصیت محبوبشان بگذارند یا در دنیای فیلم‌ها زندگی کنند. برگزاری مسابقات جایزه‌دار هم چنین حسی به افراد می‌دهد و هیاهویی درباره برندگان ایجاد می‌کند. این روشی درخشان برای تبلیغ برند است، زیرا مردم معمولاً جذب مسابقاتی می‌شوند که درباره زندگی و نیازهای خودشان باشد. شرکت‌ها می‌توانند مسابقات جالبی درباره سریال‌ها، فیلم‌ها یا شخصیت‌های معروف و محبوب برگزار کرده و حمایت مالی از این مسابقات تبلیغاتی را بر عهده بگیرند.

۱۲. تبلیغ محیطی

برندها باید خود را به خلاقانه‌ترین شکل ممکن تبلیغ کنند. یکی از این راه‌ها تبلیغ محیطی است. مثلاً شرکت فرانت‌لاین تصویر یک سگ بسیار بزرگ را کف یک مرکز خرید طراحی کرده است. افراد شرکت از بالا روی عکس کلیک می‌کنند و افرادی که

روی عکس سگ ایستاده‌اند، شبیه مگس می‌شوند. تبلیغات محیطی خلاقانه، یک آگهی خسته‌کننده را به تبلیغی جذاب تبدیل می‌کنند که در یک محیط معمولی و ساده شکل می‌گیرد.

۱۳. هدیه و جایزه

شرکت‌های مختلف انواع کالاهای خوب را در اختیار مشتریان قرار می‌دهند، اما هدیه دادن همیشه راهی خلاقانه برای تبلیغ برند است. این روش افراد بیشتری را جذب می‌کند، زیرا خیلی از افراد کالای رایگان را دوست ندارند، اما آن را در قالب هدیه می‌پذیرند. مثلاً شرکت وورداستریم بطری‌های آب رایگان به مشتریان می‌دهد تا با کاهش استفاده از بطری‌های یکبارمصرف پلاستیکی به حفظ زمین کمک کنند. به‌علاوه، اقلام کوچکی مانند تیشرت، قوطی بازکن و خودکار هم به مشتریان هدیه می‌دهد. این هم نوعی تبلیغ است و از آنجاکه مردم دلشان می‌خواهد باز هم از این هدایا دریافت کنند، اسم برند مدت‌زمان بیشتری در خاطرشان می‌ماند.

۱۴. تصاویر تکه‌تکه در اینستاگرام

اولین کاری که مشتری پس از آشنایی با برند انجام می‌دهد این است که آن را در گوگل یا اینستاگرام جستجو می‌کند. گوگل حتماً نتایج مناسبی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد، اما خیلی‌ها انتظار ندارند که تصاویر تکه‌تکه و جذاب آن برند را در اینستاگرام ببینند. آپلود تصاویر چندتکه جذاب در اینستاگرام، روشی عالی برای تبلیغ خلاقانه برند است. رسانه‌های اجتماعی برای دسترسی به مردم طراحی شده‌اند و اگر افراد حاضر در شبکه‌های اجتماعی برندی را دوست داشته باشند، فوراً برای آن تبلیغ می‌کنند. مثلاً شرکت تجهیزات آشپزخانه رینولدز تصویر تکه‌تکه انواع ظروف را در صفحه اینستاگرام خود گذاشته است و هنگامی که به صفحه اصلی می‌روید تا تصویر کامل را ببینید با تصویر یک میز بزرگ و همه آن ظروف مواجه می‌شوید که باسلیقه روی میز چیده شده‌اند.

۱۵. قدرت اینترنت

چالش‌های رسانه‌های اجتماعی همیشه مردم را به خود جذب کرده‌اند و بعضی چالش‌ها در اینترنت معروف شده‌اند، مثل چالش معروف سطل یخ که برای آگاهی‌رسانی درباره بیماری ALS طراحی شد. همفکری مدیر و کارمندان برای طراحی چالش‌های جذاب، یکی از روش‌های خلاقانه تبلیغ برند است. وقتی چالش برند شما در رسانه‌های اجتماعی محبوب شود، نشانه این است که از قدرت اینترنت درست استفاده کرده‌اید. هدف شبکه‌های اجتماعی ارتباط با مردم است، پس یادتان باشد که تبلیغات خلاقانه در این پلتفرم‌ها باعث جذب مخاطبان می‌شود.