



مهندس کامبیز فروزان  
مدیر امور تحقیقات و بذر  
شرکت توسعه کشت دانه های روغنی

## تبلیغات رادیویی: با ارزش یا بی ارزش

تولیدی خود هدایت کنید؟

**دومین قدم گوش دادن به آگهی های تبلیغاتی رقبا است:**

چه اقداماتی را آنها انجام می دهند؟ پیام های آنها چیست؟ درجه ساعتی از روز بر روی آنتن هستند؟ آیا برنامه ای که آنها در آن تبلیغات می کنند ویژه است؟ معمولاً تبلیغات را چه زمانی انجام می دهند؟

**ارائه پیام کوتاه مهارت است:**

زمانی یک آگهی رادیویی هوشمندانه می تواند کاملاً اثرگذار باشد که شنوندگان تازه کار بتوانند پیام شما را مستقیم و ساده دریافت کنند. اولین جمله شما باید توجه شنونده را به خود جلب نماید. کار را می توانید با ارائه مزایای مهم یا سوالاتی که کنجکاوی را برانگیزد آغاز کنید مثلاً "شما باید چه کاری را انجام دهید تا درآمد بیشتری از سویا بدست آورید؟" "آیا شما در حال جنگ با عملکرد کم سورگوم هستید؟"

**همیشه از شنونده درخواست کرده و آنها را به واکنش مجبور**

**کنید:**

**مثلاً:**

به روز مزرعه ما بیایید.

نمونه بذر را آزمایش کنید.

با من برای اطلاعات بیشتر تماس بگیرید.

**آگهی تبلیغاتی خود را بر روی دوستان و مشتریان امتحان کنید:**

حرفه ای ها در تبلیغات همیشه آگهی های خود را تست می کنند. آگهی خود را بر روی دوستانتان که کشاورز هستند و یا مشتریان خوبتان محسوب می شوند تست کنید، سپس با رادیو قرارداد ببندید و به دقت به اثر این تبلیغات توجه کنید.

**سعی کنید ایستگاه رادیویی را انتخاب کنید که مشتریان شما بیشتر به آن گوش می کنند:**

سعی کنید زمان آگهی خود را با زمانی که مخاطبین شما بیشتر شنونده هستند تنظیم کنید. قرار دادن آگهی شما در کنار اخبار کشاورزی گزارشات هواشناسی و یا اخبار محلی هوشمندانه است.

**صبور باشید:**

تبلیغات یک سرمایه گذاری بلند مدت است نه یک اقدام فوری منتج به نتیجه. تغییر آگهی هایتان را به نحوی برنامه ریزی نمایید

تبلیغات رادیویی، وقتی تمام عوامل به خوبی هماهنگ باشند می تواند بسیار مفید باشد. مخابره کردن خوب یک خبر، می تواند تاثیر گذاری مناسب داشته باشد. انتخاب شبکه رادیویی مناسب، عرضه تبلیغات در زمان صحیح و عکس العمل شنوندگان بسیار مهم است. توجه نکردن به هریک از این آیتم ها ممکن است فاقد هر گونه اثر مثبتی باشد. یک سری از تبلیغات رادیویی چنانچه با مهارت ارائه و قیمت های محصولات عرضه شده در آنها قابل رقابت باشد، می توانند همانند یک مبارزه انتخاباتی عمل کنند.

در درجه اول اهداف رقابت رادیویی خود را ارزیابی کنید:

**اولین گام ایجاد یک هدف ساده و قابل اندازه گیری برای تبلیغات رادیویی می باشد:**

یک هدف می تواند «جذب تعداد بیشتری از مشتریان» باشد که بسیار مهم است. آیا شما می خواهید یک محصول جدید را معرفی کنید؟ آیا هدف شما گسیل داشتن تعداد مشخصی از مردم به روز مزرعه است؟ آیا شما سعی دارید تا کشاورزان را به سمت فروشندگان نهاده های



ابزار

تولید

بذر

قسمت ۱۵

ابزار

تولید

بذر

کیلوگرمی سویا از سوی شرکت توسعه کشت دانه های روغنی".

✓ همیشه گزارشگران ایستگاه های رادیویی را به روز مزرعه خود دعوت کنید حتماً برای آنها به سیستم های مختلف دعوت نامه بفرستید و یاد آوری کنید به صورت واضح مواردی که بازدیدکنندگان می بینند را تشریح کنند.

که مدت ارائه آن قبل از اظهار نظر کشاورزان به اندازه کافی طولانی باشد.

#### ارائه و عرضه مطالب مناسب در ایستگاههای رادیویی محلی:

معمولاً ایستگاه های رادیویی به دنبال موضوعات خوب به همراه برنامه هایشان هستند در حقیقت بسیاری از برنامه های کشاورزی وجود دارند که معمولاً از ایده های خوب فقیرند و یا مردم را به خوبی نمی شناسند. این ویژگی می تواند باعث شود تا شما بتوانید با ارائه ایده های خوب بر برنامه ها سلطه کامل داشته باشید. اگر شما بتوانید در یک زمان مشخص اطلاعات مفیدی ارائه دهید بسیاری از ایستگاه های رادیویی از آن استقبال می کنند و ممکن است به شما امکان عرضه پیام های تجاری را به صورت رایگان بدهند.

برای مثال:

✓ ایستگاه رادیویی ممکن است ایستگاه سیاری در روز مزرعه شما و یا جلسات با کشاورزان داشته باشد. اگر چنین است انجام مصاحبه های همراه با جایزه مفید است.

✓ توصیه های کشاورزی و فنی را جهت عرضه ارائه نمایید اگر محتویات آنها مناسب باشد ایستگاه رادیویی ممکن است آن را رایگان عرضه نماید.

✓ در رابطه با عرضه تعدادی نمونه بذر به ایستگاه رادیویی به عنوان جوایز تشویقی مذاکره کنید که می تواند شرکت و محصولات شما را معرفی نماید. برای مثال: "جایزه مسابقه امروز یک بسته ۳۰