



♦ هادی نخعی

رئیس انجمن صنفی کانون‌های تبلیغاتی کرمان

مزیت‌های تبلیغات در کسب‌وکارها و تجارت بر هیچ‌کس پوشیده نیست و در این میان تبلیغات تجاری شاید شناخته‌ترین شاخه تبلیغات است که همه ما به‌طور روزمره در معرض آن هستیم.

در ابتدای مطلب تعریف ساده‌ای از تبلیغات تجاری ارائه می‌دهیم: تبلیغات تجاری یعنی معرفی کالا، خدمت و ایده در قبال دریافت وجه که شاید همین کلمه دریافت وجه موجب تمایز بین اهداف تبلیغات تجاری و سایر شاخه‌های غیرتجاری آن مثل تبلیغات فرهنگی، تبلیغات مذهبی و ... می‌باشد و شاید گاهی وجود مسائل مالی در این تبلیغات به پاشنه آشیل آن تبدیل می‌شود و به دلیل هزینه‌بر بودن، از برنامه‌های مدیران صنایع و کارخانجات حذف می‌گردد.

در تبلیغات تجاری که امروزه در سطح دنیا نیز بسیار مورد توجه است، مشتریان با طیف گسترده‌ای از تنوع در طراحی و ساختار پیام، رسانه‌های ارسال‌کننده پیام، مخاطبان پیام و ... مواجه هستند و از یک تراکت تبلیغاتی کوچک تا کمپین‌های ۳۶۰ درجه با آخرین متد تبلیغاتی و تیزینگ‌های رسانه‌ای در دسترس‌شان است.

عمدتاً در تبلیغات تجاری ایده‌های نوین و جذاب و ساختارهای متفاوت، تبلیغات یک برند را با رقبایش نمایان می‌سازد و به همین علت است که برندهای معتبر برای برند شدن سعی خود را بر متفاوت نشان دادن محصولاتشان می‌گذارند و اصولاً بعد از شناخته شدن توسط جامعه و اصطلاحاً محبوب شدن

برند، شروع به ایجاد کمپین‌های یادآور می‌کنند تا علاوه بر صرفه‌جویی در هزینه‌ها از رقبا عقب نمانند.

از آنجا که رویکرد این مکتوب در رابطه با تبلیغات تجاری در استان کرمان است زیاد به حاشیه نرفته و بحث را با مقدمه‌ای خلاصه از تاریخچه تبلیغات در کرمان آغاز می‌کنیم. بیش از سه دهه از شروع اولین فعالیت‌های رسمی تبلیغاتی در کرمان می‌گذرد و این صنعت تقریباً نوپا در طی همین دوره کوتاه به دلیل وابسته بودن به تکنولوژی‌های نوین و قابل‌انعطاف بودن در ماهیت خود شاهد تغییرات زیادی بوده است. همچنین این هنر صنعت با توجه به زیرساخت‌های فرهنگی و اقتصادی در استان کرمان جایگاه متعادلی را در سطح کشور و در قیاس با سایر استان‌ها دارد.

اولین فعالیت‌های تبلیغات تجاری در کرمان بیشتر در حوزه تبلیغات محیطی و با نصب چند تابلوی شهری آغاز شد و پس از آن تبلیغات چاپی و هدایای تبلیغاتی بیشترین رویکرد را در میان متقاضیان تبلیغات داشت.

همان‌گونه که در مقدمه عنوان شد در میان شاخه‌های مختلف تبلیغاتی، تبلیغات تجاری شاید از رشد بیشتری هم در سطح کشور و هم در سطح استان برخوردار بوده است و دلیل این موضوع ورود نقدینگی و برنامه‌های متنوع و روش‌های نوین تبلیغاتی در این شاخه مهم تبلیغات است و شاید به همین دلیل، شاخه‌هایی مثل تبلیغات فرهنگی مهجورتر مانده‌اند. شرکت‌های تبلیغاتی کرمان از سال ۱۳۸۰ بنا به مصوبه وزارت ارشاد همانند سایر نقاط کشور به‌عنوان کانون تبلیغاتی معرفی شدند و پروانه فعالیت خود را در رشته‌های تعریف‌شده از وزارت ارشاد دریافت نمودند. پس از آن اولین هسته تشکل صنفی تبلیغاتی با حمایت اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان و نظارت اداره کار و امور اجتماعی در کرمان راه‌اندازی شد و در حال حاضر دوره چهارم این تشکیلات تحت عنوان انجمن صنفی کارفرمایی کانون‌های تبلیغاتی کرمان در حال فعالیت می‌باشد که با ایجاد این انجمن، تبلیغات، خصوصاً تبلیغات تجاری در کرمان مسیر دقیق‌تر و قانون‌مندتری یافت و با متصل شدن کانون‌های فعال به یکدیگر و ایجاد زنجیره‌ای کاری و همچنین برگزاری دوره‌های متعدد آموزشی و بالا بردن دانش تبلیغاتی شکلی حرفه‌ای‌تر پیدا کرد. همچنین دریافت شناسه ملی انجمن صنفی، عضویت در هیئت‌رئسه انجمن تبلیغات کشور و در جمع ۱۶ استان دارای صنف تبلیغات و حضور مؤثر در تصمیم‌گیری‌های حوزه تبلیغات وزارت محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی و تهیه اساسنامه کشوری تبلیغات نشان از توانمندی مدیریت تبلیغات در استان کرمان دارد.

تبلیغات تجاری را در کرمان می‌توان از چند منظر بررسی و کارشناسی و آسیب‌یابی نمود. شاید مهم‌ترین علت کند بودن آهنگ رشد تبلیغات تجاری در کرمان «مأخوذ به حیا بودن ذاتی ما کرمانی‌ها» و همچنین بی‌علاقگی به «در چشم بودن تجار و فعالیت‌های تجاری‌شان» است که گاهی در جلسات مختلف با صاحبان صنایع و تولیدکنندگان آن برخورد می‌کنیم. البته لازم به توضیح است این طرز تفکر در طی سالیان و در معرض تبلیغات مختلف قرار گرفتن تا حدودی تعدیل شده، اما همچنان یک معضل در فرآیند تبلیغات تجاری در کرمان محسوب می‌شود. دلیل دیگر ضعف اقتصادی و کم بودن زیرساخت‌های تجاری و تولیدی به نسبت استان‌های ثروتمندتر است. عموماً کارخانجات تولیدی کرمان که نیاز به کمپین‌های تبلیغاتی تجاری دارند و مایل‌اند محصول خود را در سطح کشور معرفی کنند، به تعداد انگشتان دو دست نمی‌رسند و مابقی در مقیاس‌های کوچک‌تر و با سطح عملی کمتر فعالیت می‌نمایند و بعضاً به دلیل این‌که مشتریان خاص خود را دارند، نیازی به تبلیغات بیشتر نمی‌بینند که این خود آفت

بزرگی برای آن‌ها محسوب و در آینده‌ای نه‌چندان دور موجب برتری رقبا در بازار بر آن‌ها خواهد شد.

مورد دیگر عدم اعتماد برخی صاحبان مشاغل و مدیران صنایع به مشاوران تبلیغاتی کرمانی است که به دو دلیل این مورد خودنمایی می‌کند. اول این‌که احتمالاً در گذشته با کانون‌های تبلیغاتی در کرمان کار کرده و از عملکرد و نتایج آن ناراضی بوده‌اند و دوم این‌که تمایل به ارتباط با شرکت‌های تبلیغاتی مطرح در مرکز کشور که بعضاً افتخار انگیز می‌باشد موجب شده تا کمتر به سمت کانون‌های تبلیغاتی هم‌استانی میل نمایند. مورد بعدی ورود بی‌ضابطه برخی دستگاه‌های دولتی و خصوصاً شهرداری کرمان به بخش تبلیغات است که دائماً موجب آشفتگی این صنف و کانون‌های فعال در آن می‌شود. در موارد بسیاری شهرداری با واگذاری سازه‌های تبلیغات محیطی از طریق فرآیند تهاوت به شرکت‌های مهندسی یا غیر تبلیغاتی در جهت تسویه بدهی‌های خود با آن‌ها موجب ورود غیرقانونی افرادی بدون مجوز تبلیغاتی و ناکار بلد به این حوزه می‌شود و این شرکت‌ها نیز برای رسیدن به منافع مالی بیشتر بدون ارتباط گرفتن با کانون‌های تبلیغاتی شروع به انجام فعالیت‌های تبلیغاتی تجاری می‌نمایند و نتیجه آن می‌شود که بیشترین موارد درگیری و شکایات مشتریان و نارضایتی سفارش‌دهندگان بالقوه تبلیغات در کرمان از این سوء مدیریت در حوزه شهرداری به وجود می‌آید.

حال که تبلیغات تجاری را در استان کرمان تا حدودی به‌طور خلاصه آسیب‌شناسی نمودیم باید توانمندی‌ها و سطح تجربه و دانش کانون‌های تبلیغاتی فعال کرمان که در سال‌های اخیر با تلاش زیاد موفق به ایجاد جایگاهی مناسب برای این صنعت در استان و شهر کرمان شده‌اند نیز عنوان نمود. در حال حاضر در استان کرمان بیش از ۲۰۰ کانون تبلیغاتی مجوز فعالیت دارند که در حدودی نیمی از آن‌ها به‌صورت مستمر فعالند و تعدادی نیز به شکل حرفه‌ای کار تبلیغات تجاری را در دو بخش اصلی تبلیغات دیجیتال و غیر دیجیتال و در حوزه‌های تبلیغات محیطی، تبلیغات فضای مجازی، تبلیغات آگهی‌نامه و کتاب تبلیغاتی تخصصی، مشاوره تبلیغاتی، طراحی گرافیک، هدایای تبلیغاتی، تبلیغات تلویزیونی و ماتی مدیا و... انجام می‌دهند. این کانون‌ها با استفاده از روش‌های نوین تبلیغاتی و ارتباط با بهترین چاپخانه‌ها و تولیدکنندگان اقلام و نرم‌افزارهای تبلیغاتی توانسته‌اند تا حدود زیادی نیاز مشتریان استان را برطرف نمایند و در سطح کشور نیز از جایگاه معتبری برخوردار باشند که در صورت حمایت بیشتر کارخانجات، صنایع، شرکت‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی می‌توانند اثرگذاری بیشتری در سطح شهر و استان کرمان داشته باشند. ♦♦

شاید مهم‌ترین علت کند بودن آهنگ رشد تبلیغات تجاری در کرمان «مأخوذ به حیا بودن ذاتی ما کرمانی‌ها» و همچنین بی‌علاقگی به «در چشم بودن تجار و فعالیت‌های تجاری‌شان» است که گاهی در جلسات مختلف با صاحبان صنایع و تولیدکنندگان آن برخورد می‌کنیم. البته این طرز تفکر در طی سالیان و در معرض تبلیغات مختلف قرار گرفتن تا حدودی تعدیل شده، اما همچنان یک معضل در فرآیند تبلیغات تجاری در کرمان محسوب می‌شود.