

دکړني د ضروري توکو داغلان (اشتهار) او خرڅلاؤ پرمختگ

پيژاند : ډاکټر ايچ-بي-سينگ

IFDC

د خرڅلاؤ پرمختګ څه ته وای ؟

د تفاهم مختلفې لارې په کار اچول لکه شخصي خبرې اترې او
اشتهار، د ترویج لارې او د خرڅلاؤ تشویق ترڅو په ټاکلې مارکېټ کېښی د
مشخصو تولیداتو د خرڅلاؤ کچه لوړه کړي .

اهمي برخي (ضروري اجزاء):

- ☐ اعلانونه او اشتهارات (تبليغات).
- ☐ دکرني دترویج لاري (طريقي).
- ☐ دسوداگرو/ بیوپاریانو تشویق .

دکړنی د ضروري توکو توليدات

- ☐ نسبتا نوي (تازه) او گڼ شمېر توليدات .
- ☐ د تعلیم کمۍ او کمزوری بېو پارېان (معا مله کونکي)
- ☐ توزیع کولو او نرخ ټاکلو کښی دولتی کنترول او پالېسی .
- ☐ بېو پارېان نېغ په نېغه توليدات نه صرف کول
- ☐ د توليداتو ښه کردار په ټولو شمېر عواملو / فکتورو نو پوری تړون لری .

د خرڅلاؤ د پرمختګ په خطر کې اچولو عوامل

- ☐ نتایج شاید هغو دعو ادعا گانو چه داشتهار په واسطه اعلان شوی وی مطابقت اونه لري .
- ☐ غیر مناسب وخت اوداستعمال طریقې شاید دتولېداتو په نما پش باندی بده اغېزه اوکړی .
- ☐ بېو پاری شاید مطلب پوهېدلی نه وی او یا به ورسره موافق نه وی اودابه د خرڅلاؤ پوه حېله / چل ول گنی .

د خرڅلاؤ د پرمختګ په لاره کېنې د تماسونو د مخلوطو رسانيو کېدا

د خطر دامکا ناتو کېموالی لپاره بائېد د تماسونو د مخلوطو
رسانيو څخه کار واخستل شي .
پر مخ تللو مارکېټونو کېنې درادېو او د تروېچ لپاره د مناسبو
منابعو تخصېص کول ډېر ضروري گڼلې شي .

اعلان کول (تبلېغات)

دارتباطاتو دلگښت په ذریعہ بائېد دماکېت دنوی ټاکنی دتولېداتو
په گټی او مناسب قیمتونو زور واچوی.

اعلانونکی / اشتہار ورکونکی

- ☐ تجارتی کمپنی .
- ☐ دضروری موادو جوړونکی او پلورونکی .
- ☐ غیر تجارتي سازمانونه .
- ☐ دکرښو سوداګرو ټولنی .
- ☐ عمده او پرچون پلورونکی سوداګران .
- ☐ انفرادی کمپنی او تاجران .

تجارتی کمپنیاں



Kraft Foods

غیر تجارتی سازمانونہ



انفرادی اعلان کونکی / اشتہار ورکونکی

□ دتلوپزون نامتو (مشہور) وگری

□ ڊاکٽران

□ وکیلان

□ دمارکیٽ مشاورین

□ اداری مشاورین

دکرنېزو ضروری موادو دتبلیغ موانع

- ☐ دبزرګرانو مطبوعاتو اورسانېو ته محدوده دسترسی.
- ☐ ډېر کوتاه پېغا مونه او ټولومرېو ټولومرېو ټولومرېو دپوهېدولو مشکلات .
- ☐ اعلانونه عموماً تجارتي انځورونو پر مخ بېا يي.
- ☐ ضرورتات بائېد دمصرف کونکو په زړه پوری وی.

دلوگو (Logo) او تجارتی بېنرو شهرت

دټولنو دانخوړونو پر مختگ
دکمپنی دلوگو په ذریعه .

دټولنو دانخوړونو پر مختگ
دتجارتی نومو نو په ذریعه

دکمپنی لوگو (Logo)



We bring good things to life.



تجارتی نومونہ



HYDRO



لوگو او تجارتی نشانی

لوگو او تجارتی نشانی:

- ☐ د لوگو او تجارتی نښانو لاس ته راوړنه
- ☐ د بېوپار ادراک او پوهه
- ☐ احساسات او جذبات
- ☐ خواهشات او غوښتنې

لوگو او تجارتی نښانی باید:

- ☐ رښتینې (دمنلو وړ) او مناسبې وی
- ☐ پوښان او موافق وی
- ☐ منفردی خو ساده وی
- ☐ په اسانۍ سره پر ځای راوړلی شی
- ☐ او په یاد ساتلی شی

تجارتی نېټی (انځور) په څه شی مشتمل وی:

- ☐ تروتازه.
- ☐ په زړه پوری قطی کولو بسته بندی.
- ☐ تضمین شوی تحلیونه
- ☐ صحیح وزن.
- ☐ ښه خرڅېدونکی تولیدات.
- ☐ اسانی سره لاس ته راوړني.
- ☐ دسپالی د قیمتونو ارزونی.
- ☐ د خرڅلاؤ څخه وروسته خدمات .

نور د تجارتی انځورونو جوړونکي عوامل

شعارونه:

- د کمپنی د قابلیتونو پخپله کوتاه او ساده بیانې .

سرودونه او موزېک :

په زړه پوری سرودونه او موزېک چه د کمپنی هویت او تولید په گوته کړی .

رنگ :

دېو شان رنگ استعمال د ټولو لوگو گانو، تجارتی نښانو، بېنرو او بروشرو لپاره.

خوندى ساتونكى انخۇر(عكس)

- ☐ راجستر كول / ثبت كول
- ☐ پخپله غلط استعمال
- ☐ دنورو له خوا غلط استعمال

دټولو اتحادیو تجارتي انځورونه ډیر اهمیت لری

د سازمان جابډاد او دارائی

دزرعی توکو دا اعلانولو لپاره پلان جوړول

اساسات (بنستونه)

نوی کمپنی

روانی پروژي

د مارکېټ (بازار) حاصېټ

د تولېداتو ډولونه

د جوړولو مرحلې

- ☐ مقصد بیانول
- ☐ د ټاکلې نندارچېانو (اورېدونکو) تشخیصول
- ☐ دخبرولو لپاره د ځانګړې پیغام پرېکړه
- ☐ دوخت ټاکلو پرېکړه
- ☐ درسانۍ انتخاب
- ☐ د بودجې پرمختګ
- ☐ د موادو امدادګی
- ☐ تطبیق / اجراء

دکیمپای سرو اعلانول

مقاصد

- ☐ دکمپنی او تولیداتو د خدماتو تعارف (ورپیژندنه)
- ☐ دنوو تولیداتو پیل کول
- ☐ نوی مارکېټنو کښی برخه اخستل
- ☐ دمخصوصو لېلامونو لپاره هڅی کول
- ☐ منظمی یادونی
- ☐ دبازارونو او بیوپاربانوبیرته لاس ته راوړنی
- ☐ په خاصو سېمو کښی دمارکېټ برخه استونکی پرمختگ
- ☐ درقابت فعالېتونو مخنیوی

په نښه شوی نندار چپان انتخاب کړی

- ☐ فقط او فقط بزگران او با دعالي مفکورو لار ښوونکی
- ☐ هغه بزگران چه تمام قسم فصلونه کړی او با مشخص فصلونه کړی
- ☐ دتمام هېواد بزگران او با دخاصی سپمی بزگران
- ☐ دترویچ درپاست(خانگی)کارکونکی
- ☐ او داسی نور

پیغام په ښه ډېر دقت سره انتخاب کړه

☐ زېاته پاملرنه/توجه مقاصدو ته وکړه

☐ بڼېد ساده وی

☐ بڼېد په څو موضوع گانو/ عنوانونو مشتمل وی

داعلان کووخت اوتکرار

دکرنی دتجارت وخت او تکرار پو بحرانی مرحله ده لاندېنی پو پا دوهی انتخاب
کړی:

☐ دموسم څخه مخکي

☐ عېن دموسم په دوران کښی

دمناسبي رساني انتخابول/اختيارول

↓ د موجودو رسانيو لست:

- | | | | | |
|--------------------------|----------------------|--------------------------|--|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | تلویزون | <input type="checkbox"/> | په دېوالو درنگ په ذریعہ | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | د سپنما سلائیډونه | <input type="checkbox"/> | مستقیمه د برېښنا لېک (اېمېل) په ذریعہ. | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | رادیو | <input type="checkbox"/> | تحائف یا په تخفیف ورکول. | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | د سرک پر غاړه په غټو | <input type="checkbox"/> | د تېلېفون یا انټرنېټ په ذریعہ خرېد و فروخت | <input type="checkbox"/> |
| | لوحو باندی | | | |
| | POP | ↓ | | |

درسانپو دانتخاب اساسات (بنستونه)

مقاصد(افاقی):

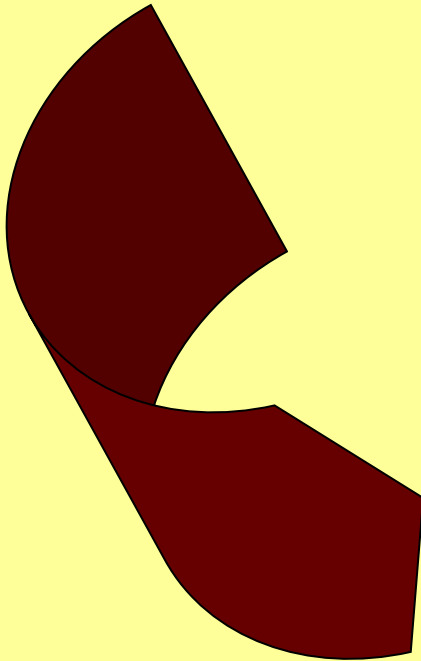
□ ټاکل شوی نندار چپان

□ اغېز ناک ارزښتونه

دېودجى تشخيص

اساسات :

- ☐ دخرخلاؤ فېصدى
- ☐ دصنعت اوسط
- ☐ درقابت سره مخامخ كېدل
- ☐ دفعاليت اساسات
- ☐ تاريخى تجمع



دموادو تيارول

- ☐ مقاصدو ته بيا کتنی
- ☐ دمتن / لنډو مقالو انتخاب
- ☐ دبوچی تخصیص
- ☐ دنماښدگی سره لومړنۍ خبری اتری
- ☐ ابتدایي موادو ته بيا کتنه
- ☐ قطی کښی بندول .
- ☐ داخري کتل شوو موادو دخپرولو/خرگندولو څخه وړاندی بيا ازموبنه

دتروپج دطریقو خخه کار اخستل

دکړني دتروپج دطریقې :

- ☐ دباخبرې پیدا کول
- ☐ دلچسپي/علاقه څرگندول
- ☐ په ارزښت کې یا پرېکړه کولو کې په کار راتلل

د بزگر سلوک په نظر کښی نیول

ابتکار کونکی ☐

وختی قبول کونکی ☐

وختی مکلفیت / اکثریت ☐

ناوخته مکلفیت / اکثریت ☐

ناوخته قبول کونکی ☐



د تروېج لاری د ساحوي

- ☐ ساحوي نښات
- ☐ د بزرگانو مجلسي
- ☐ د بزرگانو ملاقاتونه
- ☐ د خاوري ازموبنه
- ☐ رادېوي/تلوېزوني کرنېز پروگرامونه
- ☐ د بزرگانو دزدکړي پروگرامونه
- ☐ چاپ شوي مواد
- ☐ د ساي لپاره ټاکلي ورځي

نتیجه

باد ساهه چه بهترین اعلان او پرمخ تللی کوشش هم ددی قابلیت نه لری چه دناکاره تولېداتو پا خدماتو تر ډېره جاری اوساتی .

بهرترین اعلان هغه وخت واقع کېږي چه کله پو خوشحاله /سوکاله بېوپار دنورو خلکو سره دتولېداتو دښه والی اودخدماتو درېښتنوالی په کار کښی خبری اوکړی

ختم (پای)

منتنه