தலைப்பு: ASM\_1 விளம்பர முகவர்

ENG APS45

காலம்: 16:14

0.03-0.05

மாணவர்களை வரவேற்கிறோம்.

Aps45\_slides\_still001 0.06-0.11

இன்று விளம்பர முகவர் பற்றி விவாதிப்போம்.

Aps45\_slides\_still002 0.12-0.24

எனவே விளம்பர நிறுவனம் என்றால் என்ன?

ஒரு விளம்பர நிறுவனம் ஒரு டிரெய்லர் போன்றது.

இது விளம்பரங்களை உருவாக்குகிறது, எப்படி, எப்போது, எங்கு வழங்கப்பட வேண்டும் என்பதைத் திட்டமிடுகிறது,

Aps45\_slides\_still003 0.25-1.12

அதை வாடிக்கையாளரிடம் ஒப்படைக்கவும்.

விளம்பர முகவர் பெரும்பாலும் எந்தவொரு நிறுவனங்களையும் சார்ந்து இல்லை.

இந்த ஏஜென்சிகள் வாடிக்கையாளரின் தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்வதற்கான அனைத்து முயற்சிகளையும் எடுத்துக்கொள்கின்றன.

அவர்கள் தங்கள் குறிப்பிட்ட துறைகளில் நிபுணர் குழுவைக் கொண்டுள்ளனர், இதனால் நிறுவனங்கள் அல்லது அமைப்பு தங்கள் இலக்கு வாடிக்கையாளரை எளிதான மற்றும் எளிமையான முறையில் அடைய உதவுகிறது.

முதல் விளம்பர நிறுவனம் வில்லியம் டெய்லர், பதினேழு எண்பது ஆறு, ஜேம்ஸ் ஜெம் வைட், பதினெட்டு நூறு, லண்டனில், மற்றும் பதினெட்டு நூறு பன்னிரண்டு பேரில் ரெய்னெல் மற்றும் மகன்.

எனவே இது, விளம்பர முகவர் நிறுவனங்களின் குறுகிய வரலாறு என்று நாம் கூறலாம்.

Aps45\_slides\_still004 1.13-1.23

எனவே விளம்பர முகவர் நிறுவனங்களின் பங்கு என்ன?

எங்கள் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் பிராண்டிங் செய்வதில் இந்த ஏஜென்சிகள் வகிக்கும் பாத்திரங்கள் என்ன?

Aps45\_slides\_still005 1.24-2.54

இதைப் பார்ப்போம்.

தயாரிப்பு பற்றி சேகரிக்கப்பட்ட தகவல்களின் அடிப்படையில் ஒரு விளம்பரத்தை உருவாக்குதல்.

நிறுவனம் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் தயாரிப்பு மற்றும் எதிர்வினை குறித்து ஆராய்ச்சி செய்வது.

பயன்படுத்தப்பட வேண்டிய ஊடக வகை, எப்போது, எங்கு பயன்படுத்தப்பட வேண்டும், எவ்வளவு நேரம் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்.

வாடிக்கையாளரிடமிருந்தும், வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்தும் பின்னூட்டத்தை எடுத்துக்கொள்வது, பின்னர் மேலும் நடவடிக்கைகளை தீர்மானித்தல்.

அனைத்து நிறுவனங்களும் இந்த வேலையை அவர்களால் செய்ய முடியும்.

அவர்கள் விளம்பரங்களை உருவாக்கலாம், அவற்றை தொலைக்காட்சி அல்லது பிற ஊடக இடங்களில் அச்சிடலாம் அல்லது விளம்பரப்படுத்தலாம்.

அவர்கள் கணக்கையும் நிர்வகிக்க முடியும்.

பின்னர் அவர்களுக்கு ஏன் ஒரு விளம்பர நிறுவனம் தேவை?

நிறுவனங்களால் விளம்பர நிறுவனங்களை பணியமர்த்துவதற்கான காரணம்,

அவர்கள் என்னவாக இருக்க முடியும் என்று நீங்கள் நினைக்க முடியுமா?

சரி, நான் உங்களுக்குக் காட்டுகிறேன்.

ஏஜென்சிகள் இந்த துறையில் வல்லுநர்கள்.

அவர்கள் நகல் எழுத்தாளர்கள், கலை இயக்குநர்கள் மற்றும் திட்டமிடுபவர்கள் போன்ற வெவ்வேறு செயல்பாடுகளுக்கு வெவ்வேறு நபர்களின் குழுவைக் கொண்டுள்ளனர்.

ஏஜென்சிகள் இந்த நபர்களையும், அவர்களின் அனுபவங்களையும், அவர்களின் அறிவையும் உகந்த முறையில் பயன்படுத்துகின்றன.

அவர்கள் ஒரு குறிக்கோளுடன் வேலை செய்கிறார்கள் மற்றும் மிகவும் தொழில்முறை.

அவற்றை பணியமர்த்துவது செலவை ஓரளவிற்கு சேமிக்க வழிவகுக்கிறது.

Aps45\_slides\_still006 2.55-3.15

எனவே வெவ்வேறு வகையான ஏஜென்சிகள் என்ன என்று பார்ப்போம்.

அடிப்படையில் ஐந்து வகையான விளம்பர முகவர் நிறுவனங்கள் உள்ளன.

முதலில், முழு சேவை முகவர், பின்னர் ஊடாடும் முகவர், படைப்பு பொடிக்குகளில், ஊடக வாங்கும் முகவர், உள் முகவர் நிறுவனங்கள்.

அவை அனைத்தையும் ஒவ்வொன்றாகப் பார்ப்போம்.

Aps45\_slides\_still007 3.16-3.39

முழு சேவை முகவர், நாங்கள் அவர்களை பெரிய அளவிலான ஏஜென்சிகள் என்று அழைக்கிறோம்.

விளம்பரத்தின் அனைத்து நிலைகளையும் அவை கையாள்கின்றன.

வெவ்வேறு துறைகளுக்கு வெவ்வேறு நிபுணர் நபர்கள்.

தரவைச் சேகரித்தல், அதை பகுப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் ஊடக மக்களுக்கு பில்கள் செலுத்துவதில் இருந்து முடிக்கத் தொடங்குங்கள்.

Aps45\_slides\_still008 3.40-4.03

அனைத்து முழு சேவை நிறுவனங்களும் வணிகத்தின் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விளம்பர அம்சங்களைக் கையாள முடியும்.

இவற்றில் பொதுவாக மூலோபாய திட்டமிடல், உற்பத்தி, படைப்பாற்றல் மற்றும் புதுமை, அத்துடன் இணையம் வழியாக ஊடாடும் சந்தைப்படுத்தல் சேவைகள் ஆகியவை அடங்கும்.

Aps45\_slides\_still009 4.04-4.12

பல்வேறு வகையான முழு சேவை விளம்பர முகவர் மட்டு முகவர் மற்றும் வீட்டு ஏஜென்சிகள்.

அவை என்ன என்று பார்ப்போம்.

Aps45\_slides\_still010 4.13-5.08

பல்வேறு வகையான ஏஜென்சிகள் உள்ளன, அவை மட்டு மற்றும் வீட்டில் உள்ளன.

எனவே ஒரு மட்டு நிறுவனம் என்றால் என்ன?

இந்த வகை ஏஜென்சி அதன் சேவைகளை ஒரு துண்டு அடிப்படையில் விற்கிறது.

செய்யப்பட்ட வேலைக்கு ஏற்ப கட்டணம் வசூலிக்கப்படுகிறது.

வீட்டு ஏஜென்சிகளில்.

இவை விளம்பரதாரருக்கு முற்றிலும் சொந்தமானவை.

அவர்கள் மற்ற வாடிக்கையாளர்களுக்கு சேவை செய்யலாம், ஆனால் தற்போதைய வாடிக்கையாளரின் ஒப்புதலுடன்.

ஏஜென்சி பணியாளர்களில் மிகவும் திறமையான தயாரிப்புக் குழு, ஒரு கதை கலைஞர், இது உங்கள் தயாரிப்பு மற்றும் கிராஃபிக் டிசைனரைச் சுற்றி நல்ல மற்றும் நம்பக்கூடிய கதைகளை உருவாக்கும்.

எனவே ஒரு நிறுவனத்தின் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை விற்பனை செய்வதற்கு முழு சேவை விளம்பர நிறுவனம் மிகவும் முக்கியமானது என்பது தெளிவாகிறது.

Aps45\_slides\_still011 5.09-5.21

முழு சேவை முகவர் நம்பகத்தன்மை மற்றும் செயல்திறன்.

படைப்பாற்றல், மூலோபாயம், தகவல் தொடர்பு, உற்பத்தி மற்றும் பகுப்பாய்வு ஆகியவற்றின் அளவுருக்கள் மீது இதை எடுக்கலாம்.

Aps45\_slides\_still012 5.22-10.13

நம்பகமான மற்றும் திறமையான முழு சேவை நிறுவனத்தை எவ்வாறு அடையாளம் காண்பது என்று பலர் கேட்பார்கள்.

ஒரு முழு சேவை நிறுவனத்தை பணியமர்த்தும்போது ஒருவர் கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய சில காரணிகள் உள்ளன, அவற்றில் அடங்கும்

படைப்பாற்றல் முதல் அளவுரு.

ஏஜென்சி ஊழியர்கள் எவ்வளவு ஆக்கபூர்வமானவர்கள் என்பதை நீங்கள் கண்டுபிடிக்க வேண்டும்.

அவர்களின் முந்தைய விளம்பரங்கள் அனைத்தும் போதுமான ஆக்கபூர்வமானவை?

ஆன்லைனில் அவற்றைத் தேடுங்கள், அவர்கள் பிற நிறுவனங்களுக்கான விளம்பரம் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் எவ்வாறு செய்தார்கள் என்பதைப் பாருங்கள்.

ஒரு முறை அவர்களை வேலைக்கு அமர்த்தியவர்களிடமிருந்து சில கருத்துகளைப் பார்க்கச் செல்லுங்கள்.

இதிலிருந்து, உங்கள் வேலைக்கு எந்த நிறுவனத்தை பணியமர்த்த வேண்டும் என்பதை நீங்கள் தேர்ந்தெடுக்க முடியும்.

அவர்கள் கருத்து அறிவு, நகல் எழுதுதல், கிராஃபிக் வடிவமைப்பு மற்றும் பிராண்ட் பொறியியல் மற்றும் ஸ்டுடியோ படைப்புகளில் தேர்ச்சி பெற வேண்டும்.

படைப்பாற்றலை பல வழிகளில் காணலாம்.

விளம்பரம் ஆக்கபூர்வமாக இருந்ததா என்பது மக்களை தயாரிப்பு வாங்க அல்லது கவனத்தைத் தேட அல்லது கவனத்தை ஈர்க்கும் அளவுக்கு.

இவை சரிபார்க்கக்கூடிய விஷயங்கள்.

பின்னர் மூலோபாயத்தைப் பற்றி பேசுகிறோம்.

இது இரண்டாவது அளவுரு.

ஒரு சிறந்த முழு சேவை விளம்பர நிறுவனம் உங்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவைகளை எவ்வாறு சந்தைப்படுத்துவது மற்றும் விளம்பரப்படுத்துவது என்பதற்கான நல்ல மூலோபாய திட்டத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

அவர்கள் சரியான சந்தை பகுப்பாய்வு திறன்கள் மற்றும் ஒரு ஊடக மூலோபாயம் மற்றும் பிராண்ட் பொருத்துதல் நுட்பங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

அவர்கள் உங்கள் தயாரிப்பை சந்தையில் அல்லது சந்தையில் உங்கள் சேவையை எவ்வாறு நிலைநிறுத்துவார்கள் என்பதைக் காட்டும் ஒரு வேலைத் திட்டம் அவர்களிடம் இருக்க வேண்டும்.

ஏனெனில் உங்கள் சேவை தனித்துவமாக இருக்கலாம் அல்லது ஏற்கனவே இருக்கும் ஒன்றாக இருக்கலாம், ஆனால் நீங்கள் இந்த நிறுவனத்துடன் முதல் முறையாக கையாள்கிறீர்கள்.

எனவே, இதைச் செய்வதற்கான ஒரு மூலோபாயம் அவர்களுக்கு இருக்கிறதா இல்லையா என்பதை நீங்கள் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

தொடர்பு என்பது மூன்றாவது அளவுரு.

முழு சேவை விளம்பர நிறுவனத்தை பணியமர்த்தும்போது நல்ல தகவல்தொடர்பு திறன்கள் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டிய மற்றொரு விஷயம்.

அவர்கள் உங்களுக்கும் உங்கள் வாடிக்கையாளருக்கும் தொடர்பு கொள்ள முடியும்.

அவர்கள் உங்களுக்கும் உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் இடையிலான இடைத்தரகர்.

எனவே, அவர்கள் தங்கள் தகவல்தொடர்புகளை தரத்திற்கு வைத்திருக்க வேண்டும்.

தகவல்தொடர்பு சரியாக இல்லாவிட்டால், வாடிக்கையாளர்கள் உங்கள் தயாரிப்பு மீது தங்கள் கவனத்தை புரிந்து கொள்ளவோ அல்லது பெறவோ முடியாது.

அவர்கள் அதை வாங்க மாட்டார்கள்.

அவர்கள் வாங்க விரும்புகிறீர்களா என்று பாருங்கள், அவர்கள் உங்கள் பிராண்டை நோக்கி ஈர்க்கப்பட வேண்டும்.

அது தகவல்தொடர்பு பங்கு.

பின்னர் எங்கள் உற்பத்தியுடன்.

இது நான்காவது அளவுரு.

இதில் டிஜிட்டல் அச்சிடுதல், தரவு செயலாக்கம் மற்றும் வலை அபிவிருத்தி ஆகியவை அடங்கும்.

இலவச சேவை விளம்பர நிறுவனம் உற்பத்தியில் நன்றாக இருக்க வேண்டும்.

இதனால் அவர்கள் உங்கள் தயாரிப்பை சரியான முறையில் விளம்பரப்படுத்தவும் சந்தைப்படுத்தவும் முடியும்.

அவர்களால் விஷயங்களை சரியாக அச்சிட முடியாவிட்டால் அல்லது வலை வடிவமைப்பின் வளர்ச்சி சரியானதல்ல என்றால், உங்கள் தயாரிப்புக்கு இருக்க வேண்டிய கவனத்தை இழக்க வழிவகுக்கும்.

ஆனால் பல தவறுகள் காரணமாக அது நடக்கக்கூடும்.

எனவே நீங்கள் இதைத் தேடும் போதெல்லாம், மூலோபாய புள்ளிகளில் ஒன்று உற்பத்தி.

பகுப்பாய்வு.

ஏஜென்சி எந்த நேரத்திலும் உங்களுக்கு எளிய அறிக்கைகளை பகுப்பாய்வு செய்து தயாரிக்க முடியும்.

அவர்கள் ஏதேனும் சிக்கல்களை சுட்டிக்காட்ட வேண்டும், அவர்களால் முடிந்தவரை விரைவில் உரையாற்ற வேண்டும்.

அவர்கள் ஸ்மார்ட் மறுமொழி பிடிப்பு அமைப்பு மற்றும் மாறும் வணிக நுண்ணறிவு கொண்டிருக்க வேண்டும்.

பகுப்பாய்வு என்பது முக்கியமான பகுதிகளில் ஒன்றாகும்.

ஏனென்றால், உங்கள் வாடிக்கையாளருக்கான உங்கள் விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவத்தை அல்லது விளம்பரத்தை அடைய முடியாவிட்டால், நீங்கள் சரியாக பகுப்பாய்வு செய்ய முடியாவிட்டால், உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரு பயனுள்ள விளம்பர பிரச்சாரத்தை நீங்கள் செய்ய முடியாது.

எந்தவொரு நிறுவனத்தையும் பணியமர்த்த விரும்பும் எவரும் இந்த அளவுருக்களை முழுநேர சேவை நிறுவனத்திற்கு கவனிக்க வேண்டும்.

Aps45\_slides\_still013 10.14-10.28

ஊடாடும் முகவர்.

அவர்கள் ஆன்லைன் விளம்பரத்தைப் பயன்படுத்தி நவீனமயமாக்கப்பட்ட தகவல்தொடர்பு முறைகளைப் பயன்படுத்துகிறார்கள், மொபைல் போன்கள் போன்றவற்றில் விளம்பர செய்திகளை அனுப்புகிறார்கள்.

தயாரிக்கப்பட்ட விளம்பரங்கள் மிகவும் ஊடாடும், மிக புதிய கருத்தைக் கொண்டுள்ளன

Aps45\_slides\_still014 10.29-10.43

மற்றும் மிகவும் புதுமையானது.

வலை வடிவமைப்பு, மேம்பாடு, இணைய வணிக சந்தைப்படுத்தல், மின் வணிகம், இணையவழி ஆலோசனை ஆகியவற்றின் கலவையை வழங்கும் ஒரு நிறுவனம் உண்மையில் ஒரு ஊடாடும் நிறுவனம்.

Aps45\_slides\_still015 10.44-10.59

பின்னர் படைப்பு பொடிக்குகளில்.

இவர்கள் மிகவும் ஆக்கபூர்வமான மற்றும் புதுமையான விளம்பர தயாரிப்பாளர்கள்.

உண்மையான விளம்பரங்களை உருவாக்குவதைத் தவிர வேறு எந்த செயல்பாடும் செய்யப்படவில்லை.

சிறிய அளவிலான ஏஜென்சிகள் தங்கள் சொந்த நகல் எழுத்தாளர்கள், இயக்குநர்கள் மற்றும் படைப்பாற்றல் நபர்களுடன்.

Aps45\_slides\_still016 11.00-12.09

கிரியேட்டிவ் பூட்டிக் என்பது படைப்பு சேவையை மட்டுமே வழங்கும் ஒரு நிறுவனம்.

இந்த சிறப்பு நிறுவனங்கள் வெளிப்புற வழங்குநரின் படைப்பு திறமைகளை மட்டுமே பயன்படுத்த வேண்டும் என்ற சில வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பத்திற்கு பதிலளிக்கும் வகையில் வளர்ந்தன, அதே நேரத்தில் மற்ற செயல்பாடுகளை உள்நாட்டில் பராமரிக்கின்றன.

வாடிக்கையாளர் இரண்டு காரணங்களுக்காக வெளியே படைப்பு திறமைகளை நாடலாம்.

முதலாவதாக, அவர் கூடுதல் ஆக்கபூர்வமான முயற்சிகளை விரும்புகிறார்.

இரண்டாவதாக, அவரது சொந்த ஊழியர்களுக்கு உள்-நிறுவனம் அல்லது அவர் நியமித்த ஏஜென்சி இருப்பதால் படைப்பாற்றலில் போதுமான திறமை இல்லை.

ஏனெனில் இது நடக்கலாம்.

முழு சேவை முகமைகளும் தங்கள் படைப்புப் பணிகளை இந்த படைப்பு பொடிக்குகளில் மிகவும் பிஸியாக இருக்கும்போது அல்லது முழுநேர ஊழியர்களை தங்கள் ஊதியத்தில் சேர்ப்பதைத் தவிர்க்க விரும்பும்போது துணை ஒப்பந்தம் செய்கின்றன.

கிரியேட்டிவ் பொடிக்குகளில் வழக்கமாக முழு சேவை நிறுவனங்களின் படைப்புத் துறையின் உறுப்பினர்கள் காணப்படுகிறார்கள், அவர்கள் நிறுவனத்தை விட்டு வெளியேறி, அவர்களின் படைப்பு திறமைகளைத் தக்கவைத்துக் கொள்ளும் வாடிக்கையாளர்களுடன் அழைத்துச் செல்கிறார்கள்.

இந்த பொடிக்குகளில் பொதுவாக கட்டண அடிப்படையில் ஆக்கபூர்வமான செயல்பாடுகள் உள்ளன.

Aps45\_slides\_still017 12.10-12.32

மீடியா வாங்கும் முகவர்.

இந்த ஏஜென்சிகள் விளம்பரத்திற்கான இடங்களை வாங்கி விளம்பரதாரர்களுக்கு விற்கின்றன.

விளம்பரங்கள் வைக்கப்படும் நேரங்கள், வெவ்வேறு தொலைக்காட்சி சேனல்கள் மற்றும் வானொலி நிலையங்களில் இடங்களை திட்டமிடுகின்றன.

இறுதியாக, விளம்பரம் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட நேரத்திலும் இடத்திலும் ஒளிபரப்பப்பட்டதா இல்லையா என்பதை மேற்பார்வையிடவும் அல்லது சரிபார்க்கவும்.

Aps45\_slides\_still018 12.33-15.25

பல்வேறு வகையான ஊடகங்களில் விளம்பர இடத்தை வாங்குவதற்கான சிறப்பு அவர்களுடன் உள்ளது.

மீடியா வாங்குபவர்கள் செய்தித்தாள் அல்லது பத்திரிகை அல்லது தொலைக்காட்சி அல்லது வானொலியில் நேர இடங்களை வாங்கலாம்.

அவை பொதுவாக விளம்பர முகவர் மற்றும் ஊடக வாங்கும் முகவர் நிறுவனங்களுக்கு வேலை செய்கின்றன.

அவர்கள் வேலை செய்யும் ஊடகத்தைப் பொறுத்து விண்வெளி வாங்குபவர்கள் அல்லது நேர வாங்குபவர்கள் என்றும் குறிப்பிடப்படலாம்.

மீடியா வாங்குபவர்கள் பல்வேறு வகையான ஊடகங்களின் விலை மற்றும் ஒவ்வொரு ஊடகமும் அடையக்கூடிய பார்வையாளர்களின் வகை மற்றும் அளவு ஆகியவற்றை நன்கு அறிந்த வல்லுநர்கள்.

விளம்பர முகவர் நிறுவனங்களில், ஊடக வாங்குபவர்கள் பெரும்பாலும் கணக்கு நிர்வாகிகளுடன் இணைந்து வாடிக்கையாளருக்கு குறைந்த செலவில் அதிக சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களை அடைவதற்கான திட்டத்தை உருவாக்குவார்கள்.

ஒரு திட்டத்தை அவர்கள் முடிவு செய்தவுடன், கிளையன்ட் செயல்பாட்டுக்கு முன் ஏஜென்சி ஒப்புதலைப் பெற வேண்டும்.

ஒப்புதலுக்குப் பிறகு, ஊடக வாங்குபவர்கள் முன்னோக்கிச் சென்று செய்தித்தாள்கள், பத்திரிகைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சியுடன் ஒப்பந்தங்களை பேச்சுவார்த்தை நடத்துகிறார்கள், அந்த வாடிக்கையாளரின் விளம்பரத்திற்கான இடம் அல்லது நேரத்தை வாங்க.

எனவே அவர்களின் வேலை அடிப்படையில், ஊடக இடத்தை வாங்குவது.

எடுத்துக்காட்டாக, அவர்கள் டிவியில், ஸ்டார் டிவியில் ஒரு விளம்பரத்தை வழங்க விரும்புகிறார்கள், மேலும் பிரபலமான சோப் ஓபராவின் போது அவர்கள் கொடுக்க விரும்புகிறார்கள், சொல்லலாம், உங்கள் திரைப்படங்கள் ஸ்டார் பிளஸில் சனிக்கிழமைகளில் ஒன்பது மணிக்கு ஸ்லாட்டில் காட்டப்பட்டுள்ளன.

அதன் நடுவில் தங்கள் விளம்பரத்தை அவர்கள் விரும்புகிறார்கள்.

எனவே இந்த நிறுவனங்கள் படத்திற்கு வருகின்றன.

அவர்கள் அந்த ஸ்லாட்டை எடுத்துக்கொண்டு விளம்பரதாரர் அதன் குறிப்பிட்ட விளம்பரங்களை அங்கு விளம்பரப்படுத்த விரும்பும்போது அதைக் கொடுக்கிறார்கள்.

ஒரு வானொலியில் நீங்கள் நிறைய விளம்பரங்களைக் கேட்கும்போது, தொண்ணூற்று மூன்று புள்ளி ஐந்து, தொண்ணூற்று இரண்டு புள்ளி ஏழு, சிவப்பு எஃப்.எம், சிட்டி ரேடியோ, சிட்டி எஃப்.எம் போன்ற எஃப்.எம் போன்ற எஃப்.எம் இந்த சேனல்கள் அனைத்தும் அவற்றின் இடங்களை வாங்குகின்றன அல்லது விற்கின்றன.

இது ஊடக நிறுவனங்கள் அல்லது ஊடக நிறுவனங்களால் வாங்கப்பட்டுள்ளது.

பின்னர் அவர்கள் இந்த இடங்களை விளம்பரதாரர்களுக்கு விற்கிறார்கள்.

எடுத்துக்காட்டாக, எங்கள் வானொலி சேனலான ரேடியோ சிட்டியில் குர்குரே ஒரு விளம்பரத்தை கொடுக்க விரும்புகிறார் என்று சொல்லலாம்.

ஆகவே, அவர்கள் ஒரு விளம்பரத்தை கொடுக்க விரும்பினால், ஏழு முதல் ஒன்பது வரை, பெரும்பாலான மக்கள் தங்கள் அலுவலகத்தை நோக்கிச் சென்று இந்த குறிப்பிட்ட எஃப்எம் நிலையத்தைக் கேட்கும்போது, அது அதிக தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் என்று சொல்லலாம்.

மக்கள் ஆறு மணியளவில் தங்கள் அலுவலகங்களை விட்டு வெளியேறி, எட்டு முப்பது வரை தங்கள் வீட்டை அடையும் போது அதே வழியில்.

Aps45\_slides\_still019 15.26-16.04

இந்த குறிப்பிட்ட ஸ்லாட்டின் போது அவர்கள் விளம்பரத்தைப் பெற விரும்புகிறார்கள்.

எனவே இந்த ஊடக ஏஜென்சிகள் இந்த இடங்களை, எப்போதாவது முன்கூட்டியே வாங்குகின்றன, மேலும் யாராவது அவர்களை அணுகும் வரை அவர்களுடன் வைத்திருங்கள்.

அவர் அவர்களை அணுகியதும், அவர்கள் விலையை மேற்கோள் காட்டி, தங்கள் விளிம்பை வைத்து விளம்பரதாரருக்குக் கொடுக்கிறார்கள்.

எனவே ஊடக நிறுவனங்கள் அடிப்படையில் செயல்படுவது இதுதான்.

இந்த ஏஜென்சிகளைத் தவிர, சில சிறப்பு ஏஜென்சிகள் உள்ளன, அவை சில சிறப்பு விளம்பரங்களுக்கு வேலை செய்கின்றன.

இந்த வகையான ஏஜென்சிகளுக்கு அந்த துறையில் சிறப்பு அறிவு உள்ளவர்கள் தேவை.

எடுத்துக்காட்டாக, சமூக செய்திகள், நிதி விளம்பரங்கள் அல்லது மருத்துவம் அல்லது மருத்துவ தொடர்பான விளம்பரங்களைக் காட்டும் விளம்பரங்கள்.

Aps45\_slides\_still020 16.05-16.11

எனவே இதைத்தான் நாங்கள் பேசினோம், பல்வேறு வகையான விளம்பர முகவர்.

நன்றி.