

الاستاذة : ريغي أسماء

مقياس:إشهار

المحاضرة العاشرة:دراسة الوكالات الاشهارية

أولا - تعريف:

وكالات الاشهار هي:"عبارة عن شركات مستقلة أو شبه مستقلة ،متخصصة في تقديم الخدمات الاعلانية و التسويقية للعملاء مقابل عمولة معينة، أو هي عبارة عن شركة أعمال متخصصة في تخطيط و إدارة و تنظيم و رقابة و تنسيق النشاطات و الفعاليات الاعلانية للمعلنين".

كم تعرف على أنها"عبارة عن منشأة أعمال متخصصة في تخطيط إدارة و تنظيم رقابة و تنسيق النشاطات والفعاليات الاعلانية للمعلنين".

أو هي"شركات متخصصة تعمل في مجال النشاط الاعلاني تتولى تخطيط وتصميم وتنفيذ و نشر الاعلانات و تقديم خدماتها الفنية المختلفة واجراء البحوث و الدراسات الاعلانية و التسويقية".

ثانيا - وظائفها:

تقوم وكالات الاشهار بعدد من الوظائف التي تتباين من وكالة الى أخرى حسب حجم الوكالة وعدد من عملائها و امكانياتها المادية و البشرية و من بين هذه الوظائف:

**1/ التخطيط:** تقدم الوكالة لعملائها توصيات و مقترحات حول الاهداف الاعلانية و كذلك

بخصوص وضع الاستراتيجية الاعلانية ،و الوظائف التخطيطية التي تقدمها الوكالة للعميل

تتضمن مايلي:

- اقتراح الخطط الاعلانية و إعدادها و تنفيذها و متابعة تنفيذها.

- اقتراح وتنفيذ الحملات الاعلانية و تحديد أهداف كل حملة.

2/ إعداد الرسائل الاعلانية: تتضمن هذه الوظائف مايلي:

- تخطيط وكتابة وتحديد الرسالة الاعلانية.

- التنسيق مع قسم الانتاج و القسم الفني بخصوص اخراج الرسالة الاعلانية في اطارها المتكامل تمهيدا لتضمينها في النسخة الاعلانية الجاهزة للنشر أو العرض أو البث في وسائل الاعلان المختلفة.

3/ الاعداد و التصميم الفني للاعلان.

4/ انتاج الاعلان: تقوم بتنفيذ ذلك عدة جهات متخصصة من خلال تعامله مع عدد من الفنانين و المخرجين و المهندسين المتخصصين بالاخراج و الانتاج الاعلاني.

5/ قسم وسائل الاعلان: يتولى هذا القسم المهام التالية:

- اختيار أفضل الوسائل الاعلانية المناسبة للعمل في طبيعة السلعة و الخدة المعلن عنها .
- القيا بشراء المساحات و الاوقات الاعلانية من دور نشر الاعلانات
- تسوية العمليات المحاسبية مع دور النشر.

6/ الدراسات و البحوث

7/ الحسابات

8/ التسويق

### ثالثا- أنواع وكالات الاعلان:

1- وكالة الخدمة المتكاملة:توفر خدمات عديدة بدء من التسويق الى الابتكار و الابداع و الاعمال الفنية وكتابة الاعلان واعداده و تنفيذه وحجز المواد الاعلانية و انتاج الأفلام،ومواد الدعاية و الترويج المختلفة.

2- وكالات الاعلان الجزئية:وهي تقدم خدماتها بشكل جزئي أو تنفيذه جزء معين من الحملة فهناك وكالة تختص بالعمل الفني أو انتاج الأفلام و وكالات أخرى تقوم بتخطيط الحملة الاعلانية.

3- وكالات محلية أو داخلية.

4-وكالات فنية.

كما تقسم كذلك وفقا لحجم وكالة الاعلان فنجد:

وكالات الشخص الواحد:تتكون من خبير واحد يعاونه عدد محدود من الموظفين يخدم عدد محدود من المعنين.

وكالة الاثنين:تتكون من خبيرين يخص واحد بالنواحي الفنية و التخطيط والتنفيذ و الاخر بيع الخدمات و الشراء.

الوكالة الصغيرة الكاملة:تتكون من عدد من الخبراء كل يختص بنشاط معين.

وكالة الاعلان الكبيرة:تعتمد على عدد كبير من الاختصاصيين و الفنيين في مختلف أوجه النشاط الاعلاني.

مراجع:

- أحمد موسى قريعي، "فن الاعلان و الصورة الصحفية"، تأليف المكتبة الاكاديمية ،ط01، شركة مصرية ، 2011
- القاضي أنطوان الناشف، "الاعلانات و العلامات التجارية بين القانون و الاجتهاد،دراسة شاملة،منشورات الحلبي الحقوقية ،بيروت، 2011.
- بشير عباس العلاق ،علي محمد ربايعة،"الترويج و الاعلان "،ط1،دار البازوي العلمية،1998.
- حمد عادل راشد،"الاعلان"، دار النهضة العربية للطباعة و النشر.
- سمير عبد الرزاق العبدلي،"وسائل الترويج التجاري"،دار الميسرة للنشر و التوزيع "،ط01، 2011.
- علي فلاح الزغبى،"الاتصالات التسويقية،دار اليسرة للنشر و التوزيع ،ط1، 2010.