

عنوان مقاله:

طراحی ایده کمپین تبلیغاتی مناسب، برای معرفی فرش دستباف کاشان

محل انتشار:

دوفصلنامه گلجام، دوره 13، شماره 32 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

محمد کریمیان راوندی - پردیس فارابی دانشگاه تهران

حمیدرضا یزدانی - پردیس فارابی دانشگاه تهران

حمیدرضا ایرانی - پردیس فارابی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

فرش دستباف، علاوه بر بعد اشتغال، صادرات و ارز آوری و منافع اقتصادی، از بعد هنری و فرهنگی، نماد و تبلور فرهنگ غنی این سرزمین از دیرباز بوده و شهرت جهانی دارد. بر اساس اطلاعات بدست آمده از سوی دست اندرکاران فرش دستباف، فقدان ارتباط با مصرف کنندگان و شناخت آن ها و همچنین تبلیغات هدفمند و خلاق و بازاریابی مناسب، موردی است که در فرش دستباف ایران و به طبع آن فرش دستباف کاشان نادیده گرفته شده است. هدف اصلی این پژوهش شناسایی شاخصه های فرش دستباف کاشان جهت طراحی ایده کمپین تبلیغاتی، برای معرفی فرش دستباف کاشان در بازارهای داخلی ایران می باشد. تحقیق حاضر با استفاده از دو ابزار مصاحبه و اسناد مورد بررسی قرار گرفت. اطلاعات بدست آمده از طریق دو ابزار فوق، مورد توصیف، تفسیر و تحلیل جامع قرار گرفت تا پاسخ سوال اصلی پژوهش (ایده کمپین تبلیغاتی مناسب برای صنعت فرش دستباف کاشان، چیست) داده شود. این ارزیابی جامع و عمیق با استراتژی مطالعه موردی و استفاده از روش تحلیل تم و محتوای کیفی است. در نتایج پژوهش به خلق ایده اصلی و استراتژی کمپین تبلیغاتی برای معرفی فرش دستباف کاشان، مزایای منحصربفرد این کالا، رسیده شد، با تمرکز بر اینکه، اگر به دنبال نرم ترین و مقرون به صرفه ترین کفیوش دستباف هستید، فرش پشمی کاشان را خریداری نمایید، ایده این کمپین، تمرکز بر مقرون به صرفه بودن و نرم بودن این فرش برای زیرپا است که فرش کاشان به سبب، درشت بافی و جنس پشمی آن، هم بسیار نرم و لطیف است و هم به لحاظ قیمتی بسیار مناسب است و از این حیث منحصر بفرد است که اینک مشتریان در حال خرید اصیل ترین و بهترین فرش دستباف ایران هستند. در پایان این پژوهش، پیشنهادهای به محققان آینده در صنعت فرش دستباف ارایه شد.

کلمات کلیدی:

Advertising campaign, handmade carpet, marketing, advertising idea, کمپین

تبلیغاتی، فرش دستباف، بازاریابی، ایده تبلیغاتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1145157>

