



دانشگاه تهران  
پردیس بین‌المللی کیش

## راهکارهای ارتباطی موفق با مخاطب در تبلیغات فضای مجازی

نگارش

سید محمودرضا مریخی

اساتید راهنما

دکتر مصطفی اسدالهی

دکتر مهرناز کوبی

پایان‌نامه برای دریافت درجه  
کارشناسی ارشد در رشته ارتباط تصویری

بهمن ماه ۱۳۹۵

## چکیده فارسی

پژوهش حاضر با موضوع راهکارهای ارتباطی موفق با مخاطب در تبلیغات فضای مجازی می‌باشد که با جستجو در منابع کتابخانه‌ای و با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی جمع‌آوری شده است. در ابتدا به بررسی معنای ارتباط و فرایند برقراری ارتباط با مخاطب پرداخته شد. در ادامه، اهمیت اثربخشی تبلیغات و مزایای تبلیغات در فضای مجازی مورد بررسی قرار گرفت. پس از آن انواع مختلف تبلیغات فضای مجازی عنوان شد و سرویس‌ها و خدماتی که شبکه‌های اجتماعی به کاربرها ارائه می‌دهند نام برده شد. در ادامه با بررسی آمار از تعداد کاربران فضای مجازی در جوامع امروزی این نتیجه به دست آمد که بیشتر افراد به‌منظور صرفه‌جویی در وقت و مقایسه کالاها و خدمات با یکدیگر تمایل به خرید آنلاین دارند و به همین دلیل ارائه تبلیغات تأثیرگذار و جلب توجه مخاطبین آنها از مواردی است که در این تحقیق به آن پرداخته شده است، در این راستا ضروری دیده شد که رفتار و ادراک مشتریان از کیفیت و کاربردپذیری در صفحات آنلاین تلفن‌های هوشمند، تبلت‌ها، وبسایت‌ها و رعایت استانداردهای طراحی در این صفحات مورد بررسی قرار گیرد. سپس نمونه‌هایی از تصاویر صفحات آنلاین موفق ارزیابی شدند و عناصر مهم ارتباطی در هر یک از آنها مورد بررسی قرار گرفت. این عوامل که شامل صفحه‌آرایی، روانشناسی رنگ‌ها، استفاده از عکس واقعی کالا به جای تصویرسازی در فروشگاه‌های اینترنتی، مدیریت چشم مخاطب در تصاویر و استفاده از عناوین و شعارهای تبلیغاتی در تبلیغات پست الکترونیک می‌باشد، باعث شد که در نهایت صفحاتی طراحی شوند که کاربران در لحظه ورود و یا مشاهده تبلیغات با آن ارتباطی موفق برقرار کنند و کالا و محصولات موردنیاز خود را به راحتی تهیه نمایند.

**کلیدواژه‌ها:** ارتباط با مخاطب، تبلیغات فضای مجازی

فصل اول: کلیات

۲	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- بیان مسئله
۲	۳-۱- ضرورت پژوهش
۳	۴-۱- روش پژوهش
۳	۵-۱- سؤالات پژوهش
۳	۶-۱- فرضیات تحقیق
۳	۷-۱- پیشینه تحقیق

فصل دوم: ارتباط با مخاطب در تبلیغات فضای مجازی

۵	۱-۲- فرایند برقراری ارتباط با مخاطب
۹	۲-۲- شناخت مخاطب
۱۱	۳-۲- اهمیت اثربخشی تبلیغات
۱۳	۴-۲- تبلیغات در فضای مجازی
۱۶	۵-۲- مزایای تبلیغات در فضای مجازی
۱۷	۶-۲- انواع تبلیغات در فضای مجازی
۱۷	۱-۶-۲- بنر
۱۸	۲-۶-۲- تبلیغات مبتنی بر بازی
۱۹	۳-۶-۲- تبلیغات مبتنی بر پست الکترونیک
۲۰	۴-۶-۲- تبلیغات ناخواسته (پاپ آپ و پاپ آندر)
۲۰	۵-۶-۲- تبلیغات مبتنی بر حامی گری
۲۱	۶-۶-۲- تبلیغات با استفاده از موتورهای جستجو
۲۲	۷-۶-۲- تبلیغات با استفاده از شبکه‌های اجتماعی

فصل سوم: کیفیت، کاربردپذیری و بررسی استانداردها در تبلیغات فضای مجازی

۲۵	۱-۳- اهمیت کاربردپذیری و کیفیت در تبلیغات فضای مجازی
۲۶	۲-۳- رفتار مشتریان در فضای مجازی
۲۹	۳-۳- استانداردها و قوانین طراحی تبلیغاتی در فضای مجازی
۲۹	۱-۳-۳- پیکسل
۲۹	۲-۳-۳- رزولوشن یا وضوح تصویری
۳۲	۳-۳-۳- استانداردهای ابزار جهت‌یابی در وبسایت
۳۳	۴-۳- عناصر مهم ارتباطی در فضای مجازی در برخورد با مخاطبین
۳۳	۵-۳- اهمیت تصویر در تبلیغات اینترنتی
۳۴	۶-۳- کادر
۳۴	۷-۳- کادراژ
۳۴	۸-۳- ترکیب‌بندی یا صفحه‌آرایی
۳۵	۹-۳- اصل وحدت

۳۵	..... اصل هماهنگی.....	۳-۱۰-
۳۶	..... تنوع.....	۳-۱۱-
۳۶	..... تضاد.....	۳-۱۲-
۳۶	..... فضا.....	۳-۱۳-
۳۷	..... تعادل.....	۳-۱۴-
۳۸	..... انواع تعادل.....	۳-۱۴-۱-
۳۸	..... توازن.....	۳-۱۵-
۳۹	..... اهمیت رنگ در جذب مخاطب.....	۳-۱۶-
۴۰	..... رنگ‌های آر جی بی.....	۳-۱۷-
۴۰	..... روانشناسی رنگ‌ها در تبلیغات فضای مجازی.....	۳-۱۸-
۴۴	..... ارکان نوشتاری در تبلیغات فضای مجازی.....	۳-۱۹-
۴۵	..... مالی مدیا در تبلیغات.....	۳-۲۰-
۴۵	..... تأثیر صدا و موسیقی در تبلیغات.....	۳-۲۱-

#### فصل چهارم: ارائه نمونه‌های موفق تبلیغات در فضای مجازی

۸۲	..... نتیجه‌گیری.....	۴-۱-
۸۴	..... منابع.....	
۸۶	..... بخش عملی.....	
۸۷	..... گزارش کار عملی.....	

## فهرست جدول‌ها

صفحه	عنوان
۱۴	جدول ۱-۲- آمار جمعیت جهان و کاربران اینترنتی (اینترنت لایواستتس).....
۱۶	جدول ۲-۲- وقایع مهم صنعت تبلیغات اینترنتی (وبسایت دانشنامه رشد).....
۲۷	جدول ۱-۳- ادراک کاربران از کیفیت وبسایت‌ها (کریستو کوبال، فلاویان و گواینالو).....
۳۰	جدول ۲-۳- ابعاد استفاده شده در طراحی وبسایت.....
۳۱	جدول ۳-۳- ابعاد استاندارد برای طراحی وب بنر (وبسایت دیزاینر تولباکس).....
۳۱	جدول ۴-۳- ابعاد استاندارد برای طراحی پاپ آپ.....
۳۲	جدول ۵-۳- ابعاد استاندارد طراحی برای نمایشگر تلفن‌های هوشمند.....
۳۲	جدول ۶-۳- بررسی صفحه‌نمایش سه وبسایت پربیننده (وبسایت دیزاینر تولباکس).....

## فهرست شکل‌ها

صفحه	عنوان
۴۹	شکل ۴-۱- نمونه تبلیغات بنر و صفحه نمایش
۵۰	شکل ۴-۲- نمونه تبلیغات بنر و صفحه نمایش
۵۱	شکل ۴-۳- نمونه تبلیغات بنر و صفحه نمایش
۵۲	شکل ۴-۴- نمونه تبلیغات بنر و صفحه نمایش
۵۳	شکل ۴-۵- نمونه تبلیغات بنر و صفحه نمایش
۵۴	شکل ۴-۶- نمونه تبلیغات بنر و صفحه نمایش
۵۵	شکل ۴-۷- نمونه تبلیغات بنر و صفحه نمایش
۵۶	شکل ۴-۸- نمونه تبلیغات به وسیله پست الکترونیک
۵۷	شکل ۴-۹- نمونه تبلیغات به وسیله پست الکترونیک
۵۸	شکل ۴-۱۰- نمونه تبلیغات به وسیله پست الکترونیک
۵۹	شکل ۴-۱۱- نمونه تبلیغات به وسیله پست الکترونیک
۶۰	شکل ۴-۱۱- نمونه تبلیغات به وسیله پست الکترونیک
۶۱	شکل ۴-۱۲- نمونه تبلیغات به وسیله موتورهای جستجو
۶۲	شکل ۴-۱۳- نمونه تبلیغات به وسیله موتورهای جستجو
۶۳	شکل ۴-۱۴- نمونه تبلیغات به وسیله موبایل
۶۴	شکل ۴-۱۵- نمونه تبلیغات به وسیله موبایل
۶۵	شکل ۴-۱۶- نمونه تبلیغات به وسیله موبایل
۶۶	شکل ۴-۱۷- نمونه تبلیغات به وسیله موبایل
۶۷	شکل ۴-۱۸- نمونه طراحی وبسایت‌های موفق
۶۸	شکل ۴-۱۸- نمونه طراحی وبسایت‌های موفق
۶۹	شکل ۴-۱۹- نمونه طراحی وبسایت‌های موفق
۷۰	شکل ۴-۲۰- نمونه طراحی وبسایت‌های موفق
۷۱	شکل ۴-۲۱- نمونه طراحی وبسایت‌های موفق
۷۲	شکل ۴-۲۱- نمونه طراحی وبسایت‌های موفق
۷۳	شکل ۴-۲۳- نمونه طراحی وبسایت‌های موفق
۷۴	شکل ۴-۲۴- نمونه ترکیب بندی مناسب
۷۵	شکل ۴-۲۵- تفاوت عکس و تصویرسازی
۷۶	شکل ۴-۲۶- نمونه ترکیب بندی مناسب
۷۷	شکل ۴-۲۷- نمونه ترکیب بندی مناسب
۷۸	شکل ۴-۲۸- نمونه ترکیب بندی مناسب
۷۹	شکل ۴-۲۹- نمونه تنوع در رنگ
۸۰	شکل ۴-۳۰- نمونه تنوع در شکل
۸۱	شکل ۴-۳۱- نمونه تضاد

# فصل اول

## کلیات

## ۱-۱- مقدمه

در بازار جهانی امروز اینترنت نقش مهمی در برقراری ارتباط بین صاحبان مشاغل و مصرف‌کنندگان ایفا می‌کند. دسترسی شبانه‌روزی، قابلیت فروش و ارائه خدمات جهانی، دسترس‌پذیری آسان و ارتباط هدفمند با کاربران از مواردی هستند که بر اهمیت تبلیغات در فضای مجازی می‌افزایند. در این زمینه جلب توجه مخاطبین و طراحی مناسب با استفاده از جذابیت‌های گرافیکی در جهت برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان حائز اهمیت می‌باشد. در این راستا نیاز است که فرایند برقراری ارتباط و شناخت مخاطبین و سپس جذابیت‌های گرافیکی در این تبلیغات بررسی شود. در این زمینه استفاده از عناصر بصری مناسب و تبعیت از استانداردهای موجود می‌تواند نقش مهمی در جلب توجه مخاطبین وبسایت‌ها داشته باشد.

## ۱-۲- بیان مسئله

با توجه به افزایش روزافزون کاربران اینترنتی در جوامع امروزی اکثر آگهی‌دهندگان آنلاین و صاحبان مشاغل به دنبال جذب مشتریان و مخاطبین خود می‌باشند. برای برقراری ارتباط بهتر بین آگهی‌دهنده و مخاطب نیاز به بررسی عواملی می‌باشد که نقش مهمی را در این ارتباط ایفا می‌کنند. برای بررسی این عوامل در ابتدا باید فرایند برقراری ارتباط با مخاطبین با استفاده از شناخت آنها و در ادامه به جست‌وجوی کانال‌های ارتباطی مناسب در جهت موفقیت در برقراری این ارتباط موردبررسی قرار گیرد.

در این زمینه تحقیق در مورد سلیقه و نیازهای کاربران و استفاده از ابزارهایی در جهت ترغیب مخاطبین به دنبال کردن این تبلیغات می‌تواند آگهی‌دهنده را در زمینه ارتباط موفق با مخاطب یاری دهد.

پژوهش حاضر به دنبال ارائه راه‌کارهای ارتباطی موفق با مخاطب در تبلیغات فضای مجازی می‌باشد.

## ۱-۳- ضرورت پژوهش

امروزه با پیشرفت سریع تکنولوژی و استفاده انسان از وسایل ارتباطی مختلف از قبیل تلفن‌های هوشمند، تبلت و انواع کامپیوترها نیاز هر چه بیشتر به ارائه خدمات مطلوب کاربران از دغدغه فکری آگهی‌دهندگان و طراحان این بخش می‌باشد. هر ساله هزینه‌های بسیار زیادی صرف طراحی تبلیغات و انتشار آنها در اینترنت می‌شود بنابراین جلب توجه مخاطبین و موفقیت برقراری ارتباط با آنها از اهداف مهم آگهی‌دهندگان می‌باشد. استفاده از کانال‌های ارتباطی مختلف همچون وبسایت‌ها، نرم‌افزارهای خرید اینترنتی، پست الکترونیک و موتورهای جستجو به آگهی‌دهندگان این امکان را می‌دهد که مخاطبین خود را شناسایی و پیام خود را به آنها منتقل سازند. ارائه تبلیغاتی متناسب با



نیاز کاربران و عدم ایجاد مزاحمت برای آنها و استفاده از رساندن سریع پیام به آنها از عواملی است که بر ضرورت این تحقیق می‌افزاید.

#### ۱-۴- روش پژوهش

در این پژوهش که به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است در ابتدا با استفاده از منابع کتابخانه‌ای در زمینه معنای ارتباط و فرایند برقراری ارتباط تحقیقاتی انجام شد در ادامه با استفاده از منابع اینترنتی و بررسی آمار مربوط به سال‌های اخیر در مورد تبلیغات اینترنتی تحقیقاتی انجام شد و سایت‌های مختلف بررسی شد. در نهایت عوامل تأثیرگذار در تبلیغات موفق عنوان شد.

#### ۱-۵- سؤالات پژوهش

- ۱- آیا دسته‌بندی مخاطبین در تبلیغات موفق تأثیر دارد؟
- ۲- آیا استفاده از ترکیب‌بندی مناسب در جلب توجه مخاطبین تأثیر دارد؟
- ۳- آیا استفاده از رنگ مشکی در جلب توجه مخاطب تأثیر دارد؟

#### ۱-۶- فرضیات تحقیق

استفاده از تعادل و تضاد رنگی مناسب می‌تواند توجه مخاطبین را جلب کند. استفاده از عکس در تبلیغات فضای مجازی بیشتر از تصویرسازی با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند. صدا و موسیقی در تبلیغات آنلاین دو امر ضروری در جذب مخاطبین می‌باشند.

#### ۱-۷- پیشینه تحقیق

یاسمن مجد زنگنه در پایان‌نامه خود با موضوع پژوهشی در جذابیت‌های گرافیکی تبلیغات آنلاین در محیط وب‌سایت به بررسی جذابیت‌های گرافیکی در محیط وب‌سایت پرداخته است. محمدرضا علوی در پایان‌نامه خود به ارائه مدلی مفهومی برای ارزیابی اثربخشی تبلیغات اینترنتی پرداخته است.