تبليغات در بازايابي ورزشي

**چکیــده**

هرساله مبالغ زیادي صرف امور تبلیغات در بازاریابی ورزشی می شود ، بنابر این لازم است انجام تبلیغات به شکلی کارا و مؤثر صورت پذیرد . کاربردهاي تبلیغات بسیار زیاد است با این وجود تمامی آنها داراي ویژگی مشترکی هستند که آن ويژگي ، لزوم انتقال یک پیام می باشد.کارگزاران تبلیغات تلاش می کنند از آخرین فناوري هاي ارتباطی و رسانه اي براي معرفی کالا بهره گیرند تا تمایل مخاطب را نسبت به یک محصول یا خدمت جلب کنند.

به طور کلی تبلیغات یکی از ابزارهاي برنامه هاي ترویجی به حساب می آید. ابزارهاي دیگربرنامه هاي ترویجی عبارتند از: فروش شخصی، روابط عمومی، پیشبرد فروش و بازاریابی مستقیم. در این مقاله از بین ابزارهاي پنجگانه برنامه هاي ترویجی، تنها به ابزار تبلیغات در بازاریابی ورزشی پرداخته شده است. تبلیغات هر گونه ارائه و ترویج غیرشخصی، ایده، کالا یا خدمات توسط یک تبلیغ کننده است که انجام آن مستلزم پرداخت هزینه باشد.تبلیغات تأثیری ناملموس بر روی فروش ، در بازار مورد نظر ایجاد می کند. در حال حاضر برنامه های تبلیغاتی به سمتی پیش می روند که بتوانند موجب افزایش فروش شرکت شوند.شرکتها از تبلیغات براي هدایت ارتباطات تشویق کننده خود به سوي خریداران و جوامع هدف خود، استفاده می کنند.

تبلیغات تاثیر به سزایی در بالا بردن آگاهی مشتری دارد. تبلیغات وسیله ای است که توسط آن ، مشتریان از ابداعات و نوآوری های شرکت آگاه می شوند.با وجود اهمیت بالای تبلیغات در بازاریابی ورزشی ، ارزیابی تاثیر آن به سادگی صورت نمی گیرد.یکی از مشکلاتی که بر سر راه مسئولین تبلیغات قرار دارد ، چگونگی ارائه رابطه های مشخص بین اثر بخش بودن تبلیغات بر بازاریابی می باشد..

در این تحقیق ، به تبلیغات در بازاریابی ورزشی پرداخته شده است.