

Healthcare Marketing

تسويق الرعاية الصحية



Dr. Israa Al-Rawashdeh MD, MPH, PhD

Faculty of Medicine

Mutah University

2022

Background

- A shift from public (free) services (already overcrowded , no need to attract more clients) to expansion of for-profit (fee-for-service) hospitals (not afforded by everybody, need to attract clients) التحول من الخدمات العامة (المجانية) (مزدحمة بالفعل ، ولا حاجة لجذب المزيد من العملاء) إلى التوسع في المستشفيات الربحية (الرسوم مقابل الخدمة) (لا يقدمها الجميع ، وتحتاج إلى جذب العملاء)
- Introduction of new services.. إدخال خدمات جديدة..
- Growth of elective procedures نمو الإجراءات الاختيارية

With all this expansion and improvement came competition

مع كل هذا التوسع والتحسين جاءت المنافسة

More health care (consumers) have more choices (options) of what service to have and from whom to get those services → The final decision belongs to the consumer. المزيد من الرعاية الصحية (المستهلكين) لديهم المزيد من الخيارات (الخيارات) بشأن الخدمة التي يجب الحصول عليها ومن الذين يحصلون على هذه الخدمات - القرار النهائي يعود إلى المستهلك.

The role of the provider has changed to focus on supporting the consumer by giving more confidence about the outcome or reduce fear about their choice . This is done by communication with the consumer. لقد تغير دور المزود للتركيز على دعم المستهلك من خلال منح المزيد من الثقة حول النتيجة أو تقليل الخوف من اختيارهم. يتم ذلك عن طريق التواصل مع المستهلك.

Every business (remember, health care is a business) survive and thrive only if people utilize their services. So, there is a need for the marketing of healthcare services. كل شركة (تذكر أن الرعاية الصحية هي عمل تجاري) تستمر وتزدهر فقط إذا استفاد الناس من خدماتهم. لذلك ، هناك حاجة لتسويق خدمات الرعاية الصحية.

تعريفات: Definitions:

Marketing: *a management process that involves the assessment of customer wants and needs, and the performance of all activities associated with the development, pricing, provision, and promotion of product solutions that satisfy those wants and needs.*

التسويق: عملية إدارية تتضمن تقييم رغبات العملاء واحتياجاتهم ، وأداء جميع الأنشطة المرتبطة بالتطوير والتسعير والتوفير والترويج لحلول المنتجات التي ترضي تلك الرغبات والاحتياجات.

Healthcare marketing: involves any activities that relate to the development, packaging, pricing and distribution of healthcare products and to any mechanisms used for promoting these products.

تسويق الرعاية الصحية: يشمل أي أنشطة تتعلق بتطوير منتجات الرعاية الصحية وتعبئتها وتسعيورها وتوزيعها وأي آليات مستخدمة للترويج لهذه المنتجات.

Wants and Needs الرغبات والحاجات

أولاً ، تقييم رغبات واحتياجات المستهلكين. First, assessing the wants and needs of consumers.

NEED: is something that a person requires for well-being and possibly survival.

الحاجة: هي شيء يحتاجه الشخص من أجل الرفاهية وربما البقاء على قيد الحياة.

WANT: is something that a person simply desires. الرغبة : هو الشيء الذي يرغب فيه الشخص ببساطة.

For example: coronary artery bypass surgery (need), elective cosmetic surgery (want).

على سبيل المثال: جراحة مجازة الشريان التاجي (الحاجة) ، جراحة التجميل الاختيارية (رغبة).

Products منتجات

The term product refers to any offer provided by an entity for purchase and consumption. يشير مصطلح المنتج إلى أي عرض يقدمه كيان للشراء والاستهلاك.

The Nature of Healthcare Products طبيعة منتجات الرعاية الصحية

1. Ideas: الأفكار:

- Concepts that deliver a perception to the consumer. المفاهيم التي توصل تصورًا للمستهلك.
- Example: The organization's image, quality care, professionalism, value. Etc. ، جودة الرعاية ، صورة المنظمة ، الاحتراف ، القيمة. إلخ.
- Aims to increase familiarity-----→utilization. تهدف إلى زيادة الإلمام ----- استخدام.

2. Goods: البضائع:

- A (tangible) product that is typically purchased on a one-at-a-time basis. منتج (لمس) يتم شراؤه عادة على أساس واحد في كل مرة.
- Example: Health products (e.g. band-aids, toothpaste, pharmaceuticals, home testing kits and therapeutic equipment (sale and rental)).
- مثال: المنتجات الصحية (مثل الضمادات ومعجون الأسنان والمستحضرات الصيدلانية ومجموعات الاختبار المنزلية والمعدات العلاجية) (البيع والتأجير).

3. Services: الخدمات:

- Services are (intangible) (e.g. physical examinations, medical advice). الخدمات (غير ملموسة) (مثل الفحوصات الطبية والنصائح الطبية).
- It is more difficult to quantify and evaluate services than goods. من الصعب تحديد وتقييم الخدمات أكثر من السلع.
- Services cannot be stored and once provided they have no residual value. لا يمكن تخزين الخدمات وبمجرد شريطة ألا يكون لها قيمة متبقية.

The purchase of goods tends to be a one-shot episode, while services may represent an on-going process.

تميل عملية شراء البضائع إلى أن تكون حلقة واحدة ، بينما قد تمثل الخدمات عملية مستمرة.

Brief history, stages of Healthcare Marketing

نبذة تاريخية ، مراحل تسويق الرعاية الصحية

- Most of hospitals and physicians considered marketing (advertising) to be *inappropriate and even unethical*. (in 1950s) (في الخمسينيات) اعتبر معظم المستشفيات والأطباء أن التسويق (الإعلان) غير مناسب وحتى غير أخلاقي.
- After that, The Media relations role often consisted of answering reporters' questions about patients' conditions. (Pre-marketing) المرسلين حول ظروف المرضى. (ما قبل التسويق) بعد ذلك ، كان دور العلاقات الإعلامية يتألف غالبًا من الإجابة على أسئلة (Pre-marketing)
- Gradually, an understanding that there is nothing wrong in making the public aware of the services available in a hospital. Providing information to people about healthcare services without any exaggeration is not considered unethical. تدريجيًا ، فهم أنه لا حرج في توعية الجمهور بالخدمات المتوفرة في المستشفى. لا يعتبر تقديم معلومات للأشخاص حول خدمات الرعاية الصحية دون أي مبالغة أمرًا غير أخلاقي.
- By the turn of the **twenty-first century**, marketing became **an essential function** for healthcare organizations. Internet presence (e.g. social media, chat services) ، بحلول مطلع القرن الحادي والعشرين ، أصبح التسويق وظيفة أساسية لمنظمات الرعاية الصحية. التواجد على الإنترنت (مثل وسائل التواصل الاجتماعي وخدمات الدردشة).
- The emphasis of marketing shifted from sick people to well (all) people. تحول تركيز التسويق من المرضى إلى الأشخاص المعافين.



NOW...Scientific Evidence on Effects of Smoking!

A MEDICAL SPECIALIST is making regular bi-monthly examinations of a group of people from various walks of life. 45 percent of this group have smoked Chesterfield for an average of over ten years.

After ten months, the medical specialist reports that he observed...

no adverse effects on the nose, throat and sinuses of the group from smoking Chesterfield.

MUCH MILDER CHESTERFIELD IS BEST FOR YOU



APRIL 1953



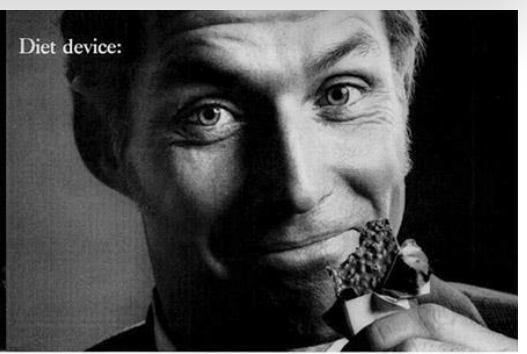
According to a recent Nationwide survey:

MORE DOCTORS SMOKE CAMELS THAN ANY OTHER CIGARETTE

DOCTORS in every branch of medicine—113,897 in all—were queried in this nationwide study of cigarette preferences. These leading research organizations made the survey. The gist of the query was—What cigarette do you smoke, Doctor?

The brand named most was Camel! The rich, full flavor and cool mildness of Camel's

Your "T-Zone" Will Tell You...
T for Taste... T for Throat... that's your



Sugar just might be the willpower you need to curb your appetite.

We know it sounds odd—but it can work. Spoil your appetite by eating something with sugar. Sugar works faster than any other food to turn your appetite down, your energy up.

Then, when mealtime comes, you're less apt to overeat. Willpower never tasted so good. Sugar... only 10 calories per teaspoon, and it's all energy.

Sugar Information
General Post Office Box 94, New York, N. Y. 10001

Sugar's quick energy can be the willpower you need to eat less.

Surprise! Sugar isn't a bad guy. The sugar in a soft drink or ice cream cone, shortly before mealtime, turns into energy fast. And that energy could be just the energy you need to say "no!"

to those extra helpings at mealtime. That's why sugar is a good guy. Surprise! Sugar... only 10 calories per teaspoon, and it's all energy.

Sugar Information
General Post Office Box 94, New York, N. Y. 10001

Nowadays! في الوقت الحاضر

- Health care organizations spend alot on marketing, advertising, and public relations activities on communication. تنفق مؤسسات الرعاية الصحية الكثير على التسويق والإعلان وأنشطة العلاقات العامة على الاتصالات.
- The money spent on marketing, advertising, and public relations is now considered as an investment that will return more money in revenues, even though this will appear on the “expenses” side of the facility’s financial balance sheet. يُنظر الآن إلى الأموال التي يتم إنفاقها على التسويق والإعلان والعلاقات العامة على أنها استثمار سيعيد المزيد من الأموال في الإيرادات ، على الرغم من أن هذا سيظهر في جانب "النفقات" من الميزانية العمومية للمنشأة.
- A line item to cover marketing, advertising and public relations activities should be included in the facility’s budget . يجب تضمين بند لتغطية أنشطة التسويق والإعلان والعلاقات العامة في ميزانية المنشأة.



"Levels" of Marketing التسويق "مستويات"

- According to the scope of the market, these include: وفقاً لنطاق السوق ، تشمل هذه:
 1. Mass marketing التسويق الشامل
 2. Target marketing الهدف التسويق

1. Mass Marketing التسويق الشامل

• Mass marketing :

- Involves the use of broad scope media that essentially target the entire population. يتضمن استخدام وسائط واسعة النطاق تستهدف بشكل أساسي السكان بالكامل.
- Most frequently utilized by large national firms. غالبا ما تستخدم من قبل الشركات الوطنية الكبيرة.
- In the early days of healthcare marketing, healthcare organizations used mass media to promote all services to all members of the target audience without regard for the fact that different segments of the audience might require different services. في الأيام الأولى لتسويق الرعاية الصحية ، استخدمت مؤسسات الرعاية الصحية وسائل الإعلام للترويج لجميع الخدمات لجميع أفراد الجمهور المستهدف دون النظر إلى حقيقة أن شرائح مختلفة من الجمهور قد تتطلب خدمات مختلفة.

الهدف التسويق Target Marketing

Target marketing:

- Focus on a market segment to which an organization desires to offer goods/services. ركز على شريحة السوق التي ترغب المنظمة في تقديم سلع / خدمات لها.
- Target markets in healthcare may be defined based on geography, demographics, lifestyles, insurance coverage, usage rates and/or other customer attributes

يمكن تحديد الأسواق المستهدفة في مجال الرعاية الصحية بناءً على الجغرافيا ، والتركيب السكانية ، وأنماط الحياة ، والتغطية التأمينية ، ومعدلات الاستخدام و / أو سمات العملاء الأخرى

- **Primary target market** the largest group of people with the biggest and most frequent need or want for your product or service.

السوق المستهدف الأساسي هو أكبر مجموعة من الأشخاص الذين لديهم أكبر احتياج أو رغبة أو أكثر شيوعاً لمنتجك أو خدمتك.

Marketing Mix 4Ps and 4Cs

المزيج التسويقي

Marketing Mix: marketers formulate the marketing mix for each customer group after target marketing is done.

المزيج التسويقي: يقوم المسوقون بصياغة المزيج التسويقي لكل مجموعة عملاء بعد الانتهاء من التسويق المستهدف.

• The 4Ps of Marketing للتسويق 4Ps

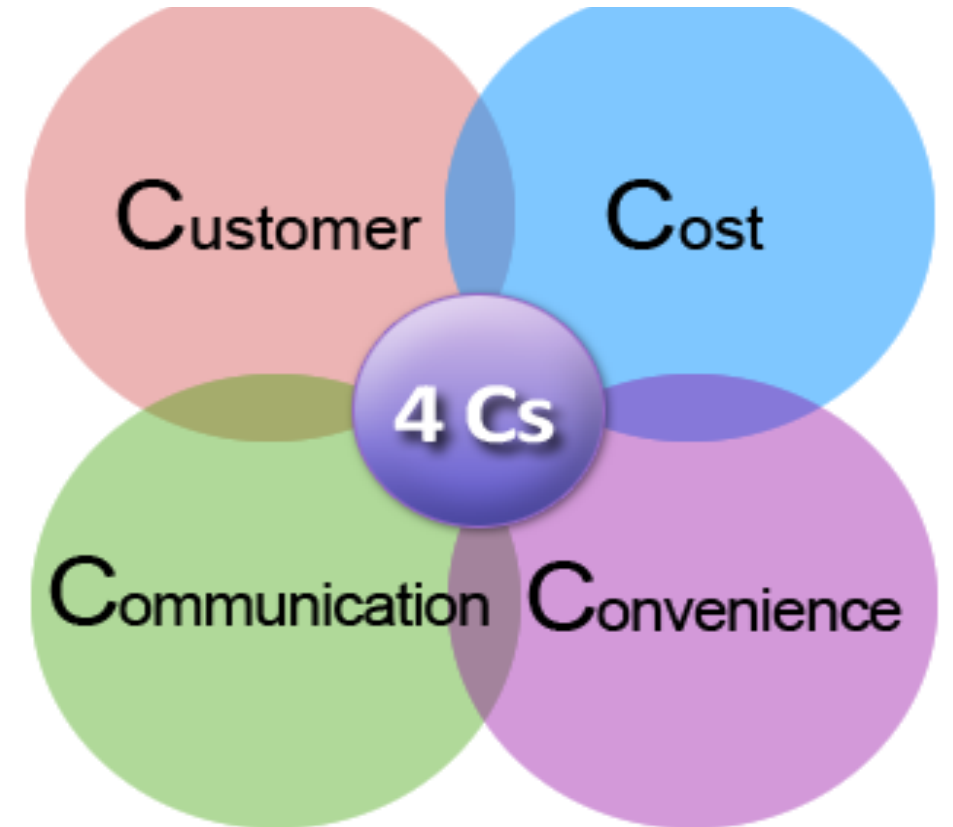
1. Product المنتج
2. Price السعر
3. Place المكان
4. Promotion الترقية

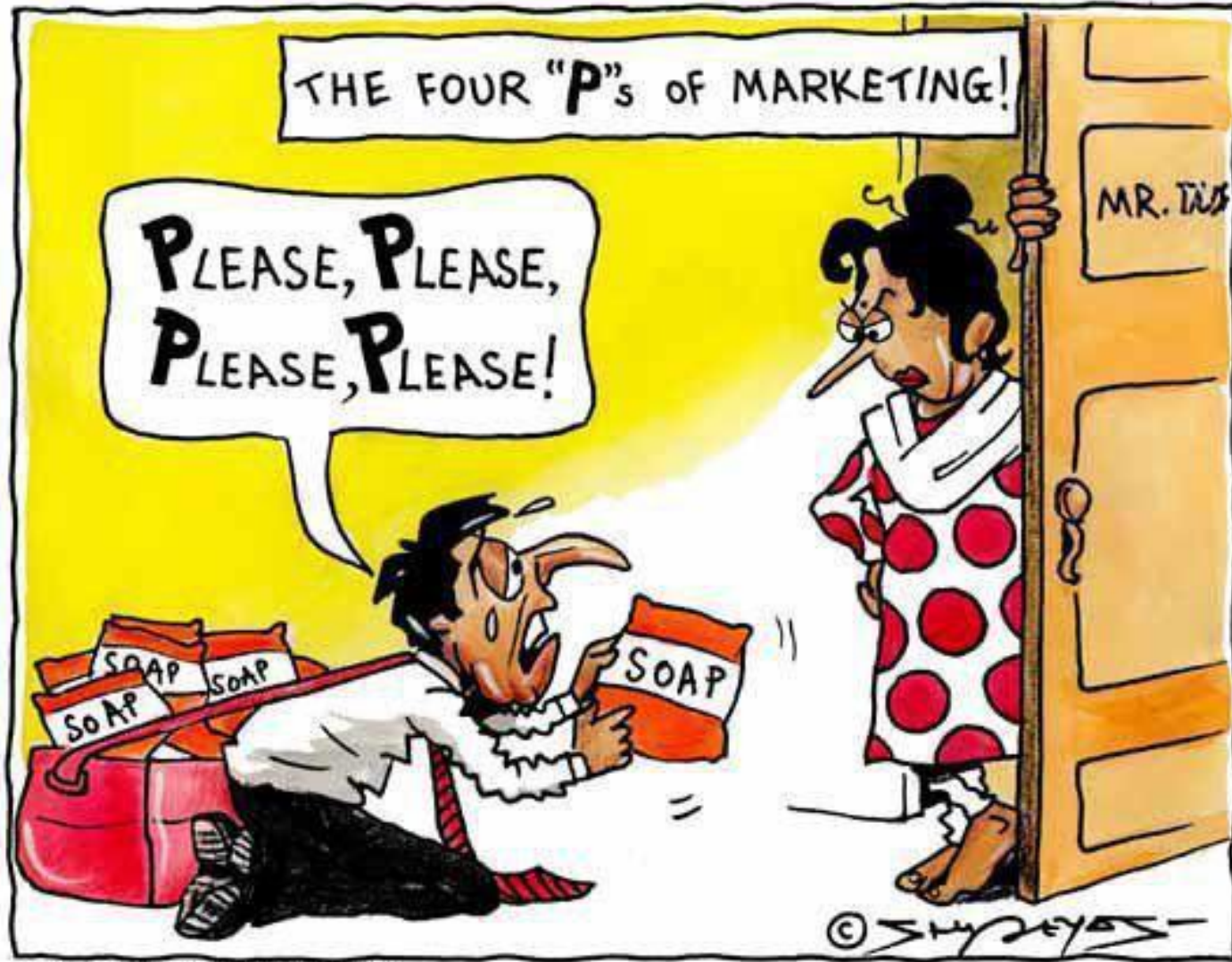
• These 4Ps of the providers are linked to the 4Cs of the consumers,

ترتبط 4Ps من مقدمي الخدمات بـ 4Cs للمستهلكين ،

1. Customer solution حلول العملاء
2. Customer cost, تكلفة العميل ،
3. Convenience الوقت المناسب
4. Communication in that order. الاتصال بهذا الترتيب .

• **People, Process & Physical evidence** are the extended marketing mix. الأشخاص والعمليات والأدلة المادية هي مزيج التسويق الموسع .





التخطيط والتسويق Marketing Planning

- a marketing plan is needed to let your consumer population, both current and prospective, know who you are and what you do. *A sign on the door stating "Doctor's Office" is no longer enough information.* هناك حاجة إلى خطة تسويق للسماح للمستهلكين ، الحاليين والمستقبليين ، بمعرفة من أنت وماذا تفعل. لم تعد لافتة على الباب تشير إلى "مكتب الطبيب" معلومات كافية.
- A written plan is preferred to prevent the waste of efforts and money. يفضل وجود خطة مكتوبة لمنع إهدار الجهود والمال.
- The plan should establish the activities for **two important stages: presence** and **reinforcement**. يجب أن تحدد الخطة أنشطة مرحلتين مهمتين: الحضور والتعزيز.
- Stage one establishes the **presence** in the community and attaches the **image** of what kind of health care provider you are, and stage two will maintain that presence in between campaigns. تحدد المرحلة الأولى الوجود في المجتمع وتربط صورة نوع مقدم الرعاية الصحية الذي أنت عليه ، وستحافظ المرحلة الثانية على هذا الوجود بين الحملات.
- 10-80-10 rule. القاعدة 10-80-10

Marketing plan steps

خطوات خطة التسويق



1. تحديد الجمهور (تحديد) . (a clear identification of primary target market) . واضح للسوق المستهدف الأساسي).
2. Spend all effort and money communicating with this target market. (not a process of exclusion, rather is a process of focus). بذل كل الجهد والمال للتواصل مع هذا السوق المستهدف. (ليست عملية استبعاد ، بل هي عملية تركيز).
3. Build support and enthusiasm – Find the experts who will help support marketing efforts through speaking engagements, newspaper interviews, and media. بناء الدعم والحماس - ابحث عن الخبراء الذين سيساعدون في دعم جهود التسويق من خلال مشاركات التحدث والمقابلات الصحفية ووسائل الإعلام.
4. Comparative analysis –competitors analysis (current and any future new services). التحليل المقارن - تحليل المنافسين (الحالية وأي خدمات جديدة في المستقبل).
5. Measure and evaluate: –track (new) consumers calls for information, physician referrals, website hits, patient/procedure records. القياس والتقييم: - تتبع مكالمات المستهلكين (الجدد) للحصول على معلومات ، وإحالات الطبيب ، وزيارات الموقع ، وسجلات المرضى / الإجراءات.
6. Timing is everything. التوقيت هو كل شيء.

Marketing Research بحوث التسويق

- Demographics and Psychographics الديموغرافيا وعلم النفس
- A target market profile consists of demographic and psychographic descriptors. يتكون ملف تعريف السوق المستهدف من واصفات ديموغرافية ونفسية.
- Demographics: describe a person or group of persons. Divide the general population into segments determined by age, gender, and income, occupation, education, location, marital status. التركيبة السكانية: وصف شخصاً أو مجموعة من الأشخاص. قسّم عموم السكان إلى شرائح محددة حسب العمر والجنس والدخل والمهنة والتعليم والموقع والحالة الاجتماعية.
- Narrow the target market as possible using these segments. تضيق السوق المستهدف قدر الإمكان باستخدام هذه القطاعات.

- Basic psychographics describes internal characteristics — personality, values, beliefs, lifestyle, attitudes, interests— so you can **market** accordingly.

يصف التخطيط النفسي الأساسي الخصائص الداخلية - الشخصية ، والقيم ، والمعتقدات ، ونمط الحياة ، والمواقف ، والاهتمامات - حتى تتمكن من التسويق وفقاً لذلك .

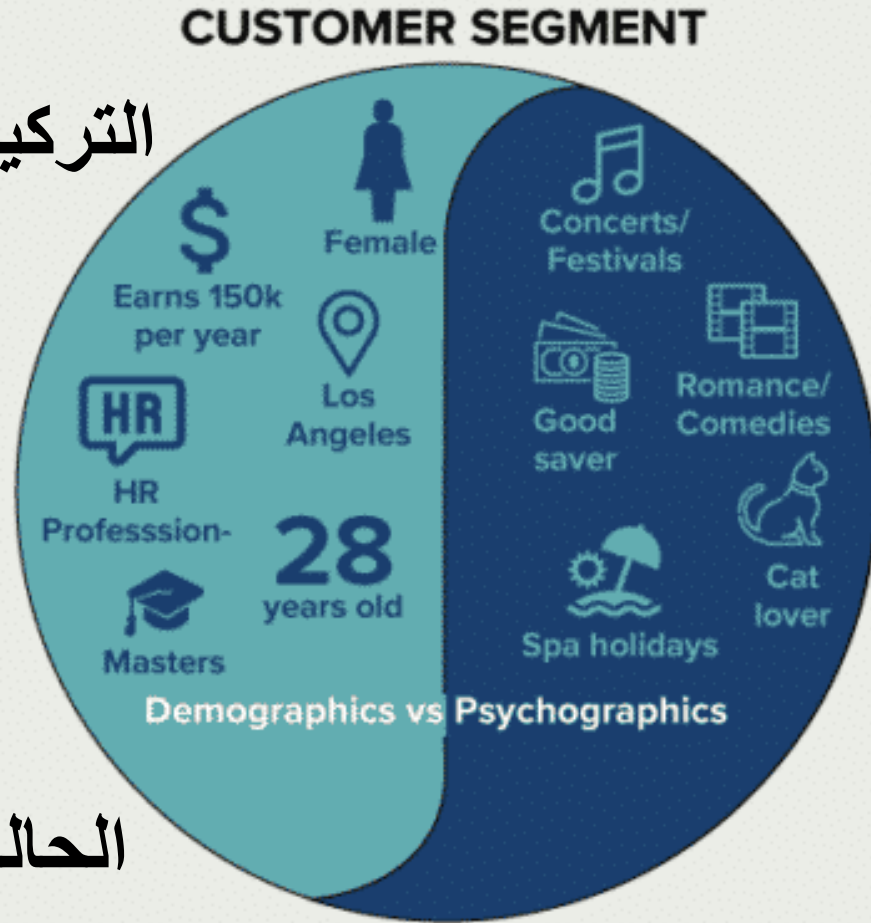
- Mind-set, refers to the consumers' frame of mind while experiencing the marketed message. marketers must be certain to communicate message with consumers when they are psychologically ready to absorb the information. **“you have a problem,” followed by “we have a solution”**

مجموعة التفكير ، تشير إلى الإطار الذهني للمستهلكين أثناء تجربة الرسالة المسوقة. يجب أن يتأكد المسوقون من توصيل الرسائل مع المستهلكين عندما يكونون مستعدين نفسياً لاستيعاب المعلومات. **“لديك مشكلة” ، متبوعة بعبارة “لدينا حل”**



Psychographic Segmentation and The Art of Persuasion

Demographics	التركيبة السكانية
- Age	السن
- Gender	الجنس
- Occupation	الوظيفة
- Location	الموقع
- Education	التعليم
- Marital status	الحالة الاجتماعية



علم النفس

Psychographics	سمات الشخصية
- Personality traits	سمات الشخصية
- Lifestyle	اسلوب الحياه
- Attitudes	الاتجاهات
- Values	القيم
- Interests	الاهتمامات
- Beliefs	المعتقدات

ترقية Promotion

- الترويج هو. Promotion is the action component of the marketing mix. مكون العمل للمزيج التسويقي.
- The variety of techniques used to reach consumers with the purpose of promoting an idea, organization, or product. مجموعة متنوعة من التقنيات المستخدمة للوصول إلى المستهلكين بغرض الترويج لفكرة أو منظمة أو منتج.
- **Traditional promotional activities includes familiar techniques such as:** تشمل الأنشطة الترويجية التقليدية تقنيات مألوفة مثل:
 1. Public relations علاقات عامة
 2. Advertising, sales مبيعات الإعلانات

العلاقات العامة والاتصال *Public Relations and Communication*

Public relations: the process of building good will and trust with the public.

العلاقات العامة: عملية بناء حسن النية والثقة مع الجمهور.

Involves distribution and information dissemination to influence feelings, opinions or beliefs about an organization and its services
يتضمن توزيع المعلومات ونشرها للتأثير على المشاعر أو الآراء أو المعتقدات حول المنظمة وخدماتها

العلاقات العامة تشمل: **Public relations include:**

- المواد الإضافية (بما في ذلك الضمانات الإلكترونية) Collateral materials (including e-collateral)
- كتيبات Brochures
- ورقة ذات رأسية Letterhead
- بطاقات العمل Business cards
- النشرات الصحفية Press releases
- المؤتمرات الصحفية Press conferences
- توزيع القصص الإخبارية على وسائل الإعلام Distribution of feature stories to the media
- إعلانات الخدمة العامة Public service announcements
- رعاية الحدث Event sponsorships

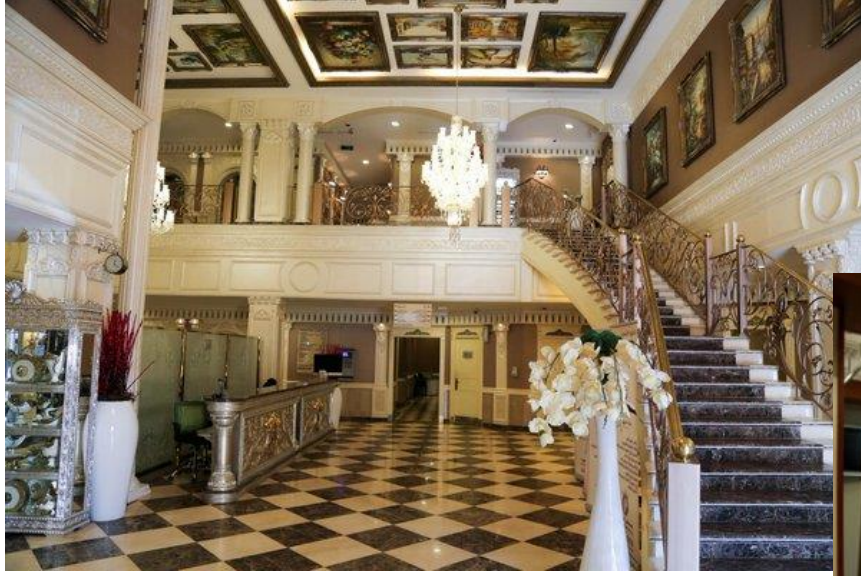
تواصل Communication

- It is an opportunity to tell what services can be offer to consumers.

إنها فرصة لمعرفة الخدمات التي يمكن تقديمها للمستهلكين.

- The message to the referring provider would be similar to the message communicated directly to patients: e.g. the organization's mission, the staff's skill and knowledge, accolades provided by accrediting bodies, and the assurance that the facility will give the best possible care to referred patients.

ستكون الرسالة إلى مقدم الإحالة مماثلة للرسالة التي يتم توصيلها مباشرة إلى المرضى: على سبيل المثال مهمة المنظمة ، ومهارات الموظفين ومعرفتهم ، والأوسمة المقدمة من هيئات الاعتماد ، والتأكيد على أن المنشأة ستقدم أفضل رعاية ممكنة للمرضى المحالين.



عروض الألماس

هدية قيادة ألماس عند الولادة

نقدم خدمة الوصيفة الخاصة لكل أم والتي تهتم وتشرف على خدمة الأم والزوار طوال فترة الإقامة في الجناح. توفير خدمة المساج والمكياج للأم.



العرض يشمل عملاء التأمين



@victoriahospita
victoriahospital

WWW.VICTORIA-HOS.COM

011 2099999



دعاية Advertising

- Advertising refers to direct methods for calling attention to something or someone. يشير الإعلان إلى طرق مباشرة لجذب الانتباه إلى شيء ما أو شخص ما.

Print مطبوعة

- Newspapers الصحف
- Magazines المجلات
- Journals المجلات
- Newsletters النشرات الإخبارية
- Brochures/flyers الكتيبات / النشرات

Electronic إلكتروني

- Television تلفزيون
- Radio راديو
- Internet انترنت

Outdoor في الخارج

- Billboards اللوحات الإعلانية
- Transportation venues وسائل النقل

Display عرض

- Store displays عروض المتاجر
- Posters بروشورات (ملصقات).

كورونا
وزارة الصحة
المملكة الأردنية الهاشمية

لقاح كوفيد-19

وزارة الصحة تطلق حملة
وطنية للتوعية بأهمية تلقي
لقاح كورونا (كوفيد-19)

بادر للحصول على اللقاح
وزارة الصحة الأردنية

www.vaccine.jo
الرباط الخاص بالتسجيل



TAKE A STAND AGAINST
BREAST CANCER

وزارة الصحة
Ministry of Health

#متر_ونص

حافظ على التباعد الاجتماعي
والتزم بـ #متر_ونص عند الحاجة لمخالطة الآخرين

www.moh.gov.sa | 937 | SaudiMOH | MOHPortal | SaudiMOH | Saudi_Moh

الرعاية الخاصة للأستنان
Special Care
- Since 1988 -

#احنا_نضبطك

DR. SHADY ALSHAIKH
Dental Care

DrShadiAlshaikh DrShadysh Faxmaxjo

www.DrShadySh.net

A simple question
can reveal as
much as a test.

"WHAT ARE OUR GOALS FOR TODAY?"

Ask your patients about their health priorities at each visit. When you do, both you and your patient can make the most out of the time you have together, and they'll feel more invested in their own care. Not only does that improve efficiencies, but it also helps improve health outcomes.

الجمهورية اللبنانية
وزارة الصحة العامة

1 من 4
أشخاص
لبنان ممكن يعانون من
اضطراب نفسي بمرحلة من حياتن

#صار_وقت_نحكي

Advertising/Print material / مواد إعلانية / مطبوعة

- **Print media** includes magazines and newspapers—in both paper and electronic formats. تشمل الوسائط المطبوعة المجلات والصحف - في كل من الأشكال الورقية والإلكترونية.
- **Flyers and brochures** on general good health, such as healthy eating, getting exercise, lifting heavy objects properly (with the name and address of the health care facility or provider) support the patient by educating them about these important healthy habits, and at the same time reminding them about provider services. المنشورات والكتيبات عن الصحة العامة الجيدة ، مثل الأكل الصحي ، وممارسة الرياضة ، ورفع الأشياء الثقيلة بشكل صحيح (مع اسم وعنوان مرفق الرعاية الصحية أو مقدم الخدمة) تدعم المريض من خلال تثقيفهم حول هذه العادات الصحية الهامة ، وفي نفس الوقت الوقت لتذكيرهم بخدمات المزود.
- **Article**, or series of articles published in a local magazine, newspaper, or on Facebook or LinkedIn can also establish a relationship with potential consumers. يمكن لمقالة أو سلسلة من المقالات المنشورة في مجلة أو إنشاء علاقة مع المستهلكين المحتملين. Facebook أو LinkedIn صحيفة محلية أو على
- Print materials provide space to completely describe a type of procedure and provide all details necessary to get the patient/consumer to contact the provider about the service. Audience can choose how much time to spend getting information. توفر المواد المطبوعة مساحة لوصف نوع الإجراء بشكل كامل وتوفر جميع التفاصيل اللازمة لجعل المريض / المستهلك يتصل بمزود الخدمة بخصوص الخدمة. يمكن للجمهور اختيار مقدار الوقت الذي يقضيه في الحصول على المعلومات.
- Can be used in waiting area, or distributed at a health occasions/fairs, these make great leave-behinds to deliver the message in a nonintrusive manner. يمكن استخدامها في منطقة الانتظار ، أو توزيعها في المناسبات / المعارض الصحية ، مما يجعلها بمثابة إجازات رائعة لإيصال الرسالة بطريقة غير متطفلة.

الالكتروني Electronic

- *Television* is a popular advertising method and have several advantages. These include: التلفزيون هو وسيلة إعلانية شائعة وله العديد من المزايا. وتشمل هذه:
 - (1) the ability to build a high level of awareness (1) القدرة على بناء مستوى عالٍ من الوعي
 - (2) access to large audiences (2) الوصول إلى جماهير كبيرة
 - (3) the ability to demonstrate a product (using sound and vision) (3) القدرة على إظهار المنتج (باستخدام الصوت والرؤية)
 - (4) compulsiveness;
 - (5) a comfortable, at-home viewing environment. (5) بيئة مشاهدة مريحة في المنزل.
- The disadvantages: العيوب:
- commercial breaks may be seen as irritating, TV is considered to be transient (short periods) , and the audience cannot be very targeted. In addition, television advertising time is very expensive. قد يُنظر إلى الاستراحات التجارية على أنها مزعجة ، ولا يمكن استهداف الجمهور بشكل كبير. بالإضافة إلى ذلك ، ويُعتبر التلفزيون مؤقتًا (فترات قصيرة) ، فإن وقت الإعلان التلفزيوني مكلف للغاية.

- *Radio* is a longstanding advertising medium that has a lot of advantages.

يعد الراديو وسيلة إعلانية طويلة الأمد تتمتع بالكثير من المزايا.

- Radios are often considered as “companions”.

غالبًا ما تُعتبر أجهزة الراديو "رفقاء".

- Can target the audience (the station type and the time of day to advertise). يمكن أن تستهدف الجمهور (نوع المحطة والوقت من اليوم للإعلان).

- Disadvantages: العيوب

Lacking visual attributes تفتقر إلى السمات المرئية

Having a small audience. وجود جمهور صغير.

• *Internet advertising: pop-up ads.* الإعلان عبر الإنترنت: الإعلانات المنبثقة.

Advantages: المزايا

Can reach both general public and targeted consumer groups. يمكن أن تصل إلى كل من الجمهور العام ومجموعات المستهلكين المستهدفة.

Low relative cost تكلفة نسبية منخفضة

Interactive + direct feedback تفاعلية + ردود فعل مباشرة

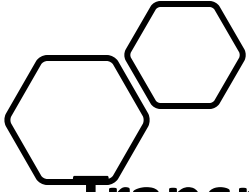
Disadvantage: العيوب

Irritating to some audience مزعج لبعض الجمهور

دعاية Advertising

- **Outdoor advertising** : : الاعلان في الهواء الطلق
 - The large signs alongside highways known as **billboards**. Can be seen and identified with from a distance in a very short amount of time.
- اللافتات الكبيرة بجانب الطرق السريعة المعروفة باللوحات الإعلانية. يمكن رؤيتها والتعرف عليها من مسافة بعيدة في فترة زمنية قصيرة جدًا.





- **Transportation venues or Signage** on bus stop shelters, inside the bus itself, signage in and on trains, and the kiosk signs along the walkways within shopping mall. أماكن النقل أو اللافتات الموجودة في ملاجئ محطات الحافلات ، وداخل الحافلة نفسها ، واللافتات في القطارات وفي القطارات ، وعلامات الأكشاك على طول الممرات داخل مركز التسوق.
- Message should be super short: the rule of thumb is no more than six words plus your logo. يجب أن تكون الرسالة قصيرة جدًا: القاعدة العامة لا تزيد عن ست كلمات بالإضافة إلى شعارك.

