

بازی‌های تبلیغی و ویژگی‌های اثربخش آن

مونا جامی پور^۱، حسین معینی^۲، زهره کاظمی^۳

۱-۲- استادیار گروه آموزشی مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه^س، قم، ایران

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه^س، قم، ایران

چکیده

در عصر حاضر با پیشرفت تکنولوژی و بستر اینترنت، شرایط کسب و کارها تحت تاثیر آن تغییر یافته است. اینترنت به طور گسترده به عنوان یک سلاح استراتژیک توسط کسب و کارها برای رسیدن به گروه هدفشان استفاده می‌شود، زیرا اینترنت در مقایسه با دیگر رسانه‌ها تاثیرگذارتر می‌باشد. اخیرا بازی‌ها علاوه بر سرگرمی نوع مهمی از ابزار تبلیغاتی محسوب می‌شوند، که به عنوان روش‌های نوین در تبلیغات دیجیتال گسترش یافته‌اند. این گسترش توجه بازاریابان را به خود جلب کرده و به آنها برای انتقال پیام تبلیغاتی به مصرف‌کننده کمک می‌کند. به عبارتی با رشد و توسعه اینترنت، شاهد افزایش قدرت نفوذ بازی‌های تبلیغی در بین کاربران هستیم هدف از این پژوهش بیان اثربخشی بازی‌های تبلیغی به عنوان یک روش نوین در تبلیغات است. نتایج مطالعات به این موضوع اشاره می‌کند که بازی‌های تبلیغی یک کانال موثر ارتباطی برای شرکت‌های تجاری و کاربران است و می‌تواند در ایجاد آگاهی از برند کمک کند. همچنین این نوع بازی‌ها در مقایسه با روش‌های دیگر تبلیغات هزینه‌های کمتری دارند و به راحتی قابل فهم هستند.

واژگان کلیدی: بازی‌های تبلیغی، بازی، جایگذاری محصول