

اختيار الوسيلة المناسبة:

وفيما يتعلق بعملية اختيار الوسيلة الإعلانية المناسبة فإنها تخضع لمجموعة من الأسس والمعايير والتي تتمثل في:¹

- تحديد الأفراد والأطراف المستهدفة من الحملة الإعلانية فعلى سبيل المثال إذا ما كان الشباب أو المراهقون هم المستهدفون من خلال الإعلانات فإن أفضل وأنسب وسيلة تستخدم في ذلك هي التلفزيون أو الراديو.
 - طبيعة المنتج وخصائصه المميزة، فإذا ما كان المنتج يخص النساء عامة ومن هن بعمر الشباب خاصة، فإن أفضل وسيلة لذلك هو اعتماد المجالات المتخصصة كوسيلة إعلانية للوصول إليهن.
 - الرسالة المطلوب إيصالها إلى الجمهور المستهدف، وما ترغب الشركة إيصاله إليهم يحتم عليها اختيار تلك الوسيلة دون غيرها وبما تمتلكه من خاصية في قدرة إيصال جوهر الفكرة إلى الآخرين، فيما يمكن أن تقدمه الصحيفة من مضمون لرسالة إعلانية يختلف تماما عما يقدمه الراديو أو البريد المباشر.
 - التكلفة المترتبة على استخدام الوسيلة الإعلانية على اعتبار أن المساحات الإعلانية المتوفرة في مختلف الوسائل الإعلامية ثمنها يختلف من وسيلة لأخرى تبعا لخصائص كل وسيلة إعلانية، وعلى المعلنين أن يراعوا في اختيارهم للوسيلة الإعلانية الميزانية المخصصة لذلك.
- تتميز الوسائل الإعلانية بالتعدد والتنوع وهو ما يقودنا إلى محاولة تصنيف هذه الوسائل مابين وسائل إعلان مرئية ومسموعة، ووسائل إعلان مقروءة و مطبوعة.

¹ تامر البكري، الاتصال التسويقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ل 2005، ص 206.

