

— THE DIFFERENCE —
— BETWEEN —
MARKETING
&
ADVERTISING

Understanding Two Powerful Concepts
That Drive Business Success



MARKETING

A strategy that understands
customer needs and creates
value for the long term.

VS



ADVERTISING

A communication tool that
promotes products or services
to a specific audience.



Different Roles.
One Goal: **Creating Value.**

The Difference Between Marketing and Advertising Introduction

Many people assume that marketing and advertising are the same concept. In reality, advertising is only one component of marketing. Marketing is a comprehensive process that begins with understanding customer needs and continues through creating value and building long-term customer relationships.

Understanding the difference between these two concepts helps businesses allocate their budgets more effectively, attract more customers, and achieve sustainable growth.

What Is Marketing?

Marketing is the process of identifying customer needs and delivering products or services that satisfy those needs.

It is much more than selling products. Marketing includes every activity involved in creating value for customers. Major marketing activities include:

- Market research
- Customer analysis
- Product development
- Pricing strategy
- Distribution
- Advertising and promotion
- Customer service
- Customer retention

The primary goal of marketing is to create long-term value for both customers and businesses.

What Is Advertising?÷

Advertising is one of the most important tools within marketing. Its purpose is to communicate persuasive messages to potential customers.

Advertising aims to:

- Capture attention
- Generate interest
- Introduce products or services
- Encourage purchasing decisions

Unlike marketing, advertising is usually designed for specific campaigns and shorterterm objectives.

Marketing vs. Advertising

Marketing is a complete business strategy, while advertising is only one part of that strategy.

Marketing starts by identifying customer needs and continues through product development, pricing, distribution, and customer relationship management.

Advertising mainly focuses on communicating messages that increase awareness and persuade consumers to act.

Simply put:

Marketing decides what to offer, to whom, and how. Advertising communicates that decision to the target audience.

How Advertising Influences Consumers

Consumers typically process advertisements through several stages:

1. Exposure
2. Attention
3. Comprehension
4. Evaluation
5. Memory storage
6. Information retrieval
7. Purchase decision
8. Action

The more effectively an advertisement guides consumers through these stages, the more successful it is likely to be.

The Role of Emotions in Advertising

Many purchasing decisions are influenced by emotions rather than logic.

Successful advertisements often evoke emotions such as:

- Happiness
- Love
- Trust
- Security
- Excitement

- Achievement

Emotional advertising helps consumers remember brands and develop stronger connections with them.

Why Some Advertisements Are Memorable

Advertisements are more memorable when they include:

- Simple messages
- Strong visuals
- Short slogans
- Engaging storytelling
- Relatable experiences
- Emotional appeal

These elements increase the likelihood that consumers will remember the brand when making purchasing decisions.

Misleading Advertising

Misleading advertisements do not always contain false statements.

Sometimes the wording is technically accurate but encourages consumers to reach incorrect conclusions.

For this reason, consumers should evaluate advertising messages carefully instead of relying solely on first impressions.

Advertising and Memory

Memory plays a crucial role in advertising effectiveness.

Simple brand names, distinctive logos, memorable colors, and concise slogans make it easier for consumers to recognize and recall brands.

Conclusion

Marketing and advertising are closely related but fundamentally different.

Marketing represents the overall strategy for creating customer value, while advertising is one of the communication tools used to support that strategy.

Understanding consumer behavior and designing clear, ethical, and emotionally engaging messages are essential for successful marketing and advertising.

ت ترجمه

فارسی

تفاوت بازاریابی و تبلیغات؛ شناخت دو مفهوم کلیدی در موفقیت کسب‌وکار مقدمه بسیاری از افراد تصور میکنند بازاریابی و تبلیغات یک مفهوم هستند، در حالی که این دو تفاوت‌های اساسی با یکدیگر دارند. تبلیغات تنها یکی از ابزارهای بازاریابی است و بازاریابی مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را شامل میشود که از شناخت بازار آغاز شده و تا حفظ مشتری ادامه پیدا میکند.

شناخت تفاوت این دو مفهوم به کسب‌وکارها کمک میکند بودجه خود را بهتر مدیریت کنند، مشتریان بیشتری جذب کنند و در بازار رقابتی عملکرد موفقتری داشته باشند.

بازاریابی چیست؟

بازاریابی فرآیندی است که با شناخت نیاز مشتری آغاز میشود و با ارائه محصول یا خدمتی که بتواند آن نیاز را برطرف کند ادامه پیدا میکند.

در واقع بازاریابی فقط فروش محصول نیست، بلکه شامل تمامی فعالیتهایی است که باعث ایجاد ارزش برای مشتری میشود.

از مهمترین بخشهای بازاریابی میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

- تحقیقات بازار
- شناخت مشتری
- طراحی محصول
- قیم‌گذاری
- انتخاب کانال توزیع
- تبلیغات
- خدمات پس از فروش
- ایجاد وفاداری مشتری هدف نهایی بازاریابی ایجاد رابطهای بلندمدت میان برند و مشتری است.

تبلیغات چیست ؟

تبلیغات یکی از مهمترین ابزارهای بازاریابی محسوب میشود که وظیفه دارد پیام برند را به مخاطب منتقل کند.

تبلیغات تلاش میکند:

- توجه مخاطب را جلب کند .
- علاقه ایجاد کند .
- ویژگیهای محصول را معرفی کند .

• مخاطب را به خرید ترغیب کند .

به همین دلیل تبلیغات معمولاً مدتزمان مشخصی دارد و برای دستیابی به اهداف کوتاهمدت طراحی م ی شود.

تفاوت اصلی بازاریابی و تبلیغات

بازاریابی یک استراتژی جامع است اما تبلیغات تنها بخشی از این استراتژی محسوب میشود. بازاریابی از مرحله بررسی نیاز مشتری شروع م ی شود و تا حفظ مشتری ادامه پیدا م ی کند؛ در حالی که تبلیغات بیشتر روی انتقال پیام و افزایش آگاهی از برند تمرکز دارد.

به بیان ساده :

بازاریابی تصمیم میگیرد چه چیزی، برای چه کسی و چگونه عرضه شود؛ تبلیغات آن تصمیم را به مخاطبان معرفی م ی کند.

تبلیغات چگونه بر ذهن مشتری اثر میگذارد؟

براساس مباحث مطرحشده در منبع، ذهن انسان تبلیغات را در چند مرحله پردازش میکند.

ابتدا مخاطب باید تبلیغ را ببیند یا بشنود.

سپس توجه او جلب شود.

در مرحله بعد پیام تبلیغ درک م ی شود.

بعد از آن مخاطب پیام را ارزیابی میکند.

اگر پیام ارزشمند باشد در حافظه ذخیره میشود.

در زمان نیاز، اطلاعات از حافظه بازاریابی میشود.

در نهایت مخاطب میان گزین ههای موجود تصمیم گرفته و اقدام به خرید میکند.

هرچه تبلیغ بتواند این مسیر را بهتر طی کند، احتمال موفقیت آن بیشتر خواهد بود.

نقش احساسات در تبلیغات

بخش زیادی از تصمیمهای خرید انسان بر پایه احساسات شکل میگیرد.

به همین دلیل بسیاری از برندهای بزرگ از احساساتی مانند:

- شادی
- عشق
- امنیت
- اعتماد
- موفقیت
- هیجان

برای طراحی کمپینهای تبلیغاتی استفاده میکنند.

وقتی تبلیغ بتواند احساس مثبتی ایجاد کند، احتمال به خاطر سپردن برند افزایش پیدا میکند.

چرا برخی تبلیغات ماندگار میشوند؟

مطابق مباحث کتاب، تبلیغاتی که ویژگیهای زیر را داشته باشند بهتر در حافظه باقی میمانند:

- پیام ساده
- تصویر قوی
- شعار کوتاه
- داستان جذاب
- ارتباط با تجربههای روزمره مخاطب
- ایجاد احساس

این عوامل باعث میشوند بازیابی اطلاعات از حافظه آسانتر شود.

تبلیغات گمراهکننده

یکی از موضوعات مهم کتاب، تبلیغات گمراهکننده است.

همه تبلیغات گمراهکننده الزاماً دروغ نمیگویند.

گاهی یک جمله از نظر ظاهری درست است اما به گونهای بیان میشود که مخاطب برداشت اشتباهی پیدا کند.

برای مثال ممکن است تبلیغی ادعا کند محصولی «به کاهش علائم کمک میکند». بسیاری از مخاطبان این جمله را به معنای «درمان کامل» برداشت میکنند، در حالی که چنین ادعایی بیان نشده است.

به همین دلیل مصرفکنندگان باید تبلیغات را با دقت بررسی کنند و صرفاً بر اساس برداشت اولیه تصمیم نگیرند.

تبلیغات و حافظه

حافظه نقش مهمی در موفقیت تبلیغات دارد.

هرچه نام برند، شعار تبلیغاتی یا لوگو سادهتر و قاب لتصویرسازیتر باشد، احتمال ماندگاری آن در ذهن بیشتر خواهد بود.

به همین دلیل بسیاری از برندهای موفق از نامهای کوتاه، رنگهای مشخص و شعارهای ساده استفاده میکنند.

نتیجهگیری

بازاریابی و تبلیغات دو مفهوم وابسته اما متفاوت هستند.

بازاریابی مسیر کلی موفقیت یک محصول را طراحی میکند، در حالی که تبلیغات یکی از ابزارهای اجرای این مسیر است.

درک رفتار مصرفکننده، شناخت نحوه پردازش اطلاعات در ذهن و استفاده از پیامهای شفاف و صادقانه، نقش مهمی در موفقیت فعالیتهای بازاریابی و تبلیغات دارد.

منبع: [/https://www.academia.edu](https://www.academia.edu)

منبع: <https://moshirin.com/blog/the-difference-between-marketing-and-advertising/>