

REKLAM MƏTNLƏRİNİN TƏRTİB EDİLMƏSİNİN ƏSAS PRİNSİPLƏRİ

(əvvəli ötən sayımızda)

Reklam mətninin dördüncü prinsipi konkret adama müraciətdir. "Biz insanlara təklif edirik", yaxud "Biz sizə təklif edirik" sözlərindən başlayaraq, reklam mətnini tərtib etmək olmaz. Reklamı tərtib edənəin vəzifəsi potensial alıcıda inam formalaşdırmadır.

Reklam mətnlərinin tərtib edilməsinin beşinci prinsipi sadə və anlaşıqlı dildən istifadə edilməsidir. Reklam mətnlərinin tərtib edilməsinin prinsipləri ondan ibarətdir ki, mətn asan oxunmalıdır. Əgər hər bir abzasın sonu növbəti abzasın oxunulmasını stimullaşdırırsa, belə hal düzgün hesab olunur.

Reklam mətnlərinin yaradılmasının altıncı prinsipi alıcıların rəy və fikirlərindən istifadə edilməsinədir. İstifadəçilərin seçilmiş düzgün rəyləri alıcıların müsbət rəyini artırır.

Reklam mətnlərinin tərtib edilməsinin yeddinci prinsipi onun yoxlanılmasından ibarətdir. Reklam mətnlərinin bir neçə variantlarını hazırlayın və onların səmərəliliyini yoxlayın. Ən uğurlusundan istifadə edilməsinə dəyər.

Reklam mətnlərinin dərk olunması və təsir səviyyəsi həm mətnin özünün keyfiyyətindən, həm də oxuculardan asılıdır: reklamın üslubu onun istiqamətləndiyi şəxslərin zövqlərini və üstünlüklərini əks etdirməlidir. Bütünlükdə, savadlı və təsirli reklam mətninin tərtib edilməsinin geniş prinsipləri aşağıdakılardır:

1. Minimum mətnə yerləşdirilmiş maksimum informasiya. Əmtəənin üstünlüyünü alıcılara çatdırmaqdan ötrü lazım olandan çox danışmaq lazım deyil. Əgər məhsulunuzun rəqabət üstünlüyü qismində ayırdığınız dəlil istehlakçı üçün güclü və vacibdirsə, onda artıq sözlər sizə lazım olmayacaqdır.

2. Bir çoxlarının istifadə etdiyi, məsələn, "keyfiyyəti" kimi xəyali və aldadıcı anlayışlarla əməliyyat aparmayın. Axı, sizin rəqibləriniz də öz məhsulunun yüksək keyfiyyətini sizə xatırladacaqdır. Çoxlarında olduqlarına diqqət yetirmək şansı sıfıra bərabərdir.

3. Obrazlardan istifadə edin. Parlaq, yadda qalan obrazlardan istifadə edərək orijinallıqda məzmun-suzluğa, bayağılığa diqqət verin.

4. Uzun cümlələr qurmayın və passiv dəlildən (sübutdan) qaçın, aktiv dəlil (sübut) hərəkətə sövq etməklə bərabər, daha əlverişli və canlıdır.

5. Parlaq, qeyri-standart ifadələrdən istifadə edin, lakin həddi aşmayın – onları dəbdəbəli, təmtəraqlı, kəskin etməyin. Elə etmək lazımdır ki, sizin reklam mətniniz diqqəti cəlb etsin, ürək bulanmasına gətirib çıxarmasın (məsələn, "çox qəşəng məhsul" və "çox əla marka" hətta loyal alıcılarda məmnunluq doğurmayacaqdır).

6. Aşkar özünü öyən, lovğa ifadələrdən, "qeyri" ədatlarından, ara sözlərdən və vergüllərdən istifadə etməyin, bütün bunlar oxucunu yorur və əsəbləşdirir.

7. Sizin məqsədli auditoriyanız üçün təbii sözlərdən istifadə edin, lakin mətni artıq mövcud olmuş sözlərin yeni mənaları və ya xüsusi sözlər dəsti ilə yükləməyin, təbii səslənən hər bir şey çap şəklində heç də həmişə yaxşı görünmür.

8. Sizin məqsədli auditoriyanızı əmtəənin xarakteristikasının təsviri ilə "yükləməyin" – siz əks effektdə nail olacaqsınız. Sizin reklam elanı nə qədər sadə və asan oxunaqlıdırsa, onun oxunması ehtimalı bir o qədər çox olacaqdır.

9. Bəzi siyasətçilərə bənzəməyin və digər əmtəələri pisləməyin. Məhsulunuzun necə olması və istehlakçıya nə verməsi haqqında danışın.

10. Reklam mətnlərində pafosa, hamıya məlum olan həqiqətlərə yer verilməməlidir. Faktlara, faktlara və bir daha faktlara üstünlük verilməlidir. Gözəl sözlərə artıq, çətin ki, bir kəs diqqət yetirsin, üstünlüyü ləyaqətlə əsaslandırmaq lazımdır.

11. Mətnə sizin potensial alıcınızın probleminin həlli əks olunmalıdır. Yadda saxlayın – hər bir insanda problem mövcuddur. Sizin vəzifəniz ona bunu təlqin etmək, sonra isə əmtəə və ya xidmətin əldə edilməsi kimi asan çıxış yolunu təklif etməlidir.

12. Bir insana müraciət edin. "Biz insanlara kömək edirik" yox, "Biz Sizə kömək edəcəyik" ifadəsini yazın. Onda aydın olacaqdır ki, kim məhz sizi, həqiqətən, maraqlandırır. İnsan kütləsinə müraciət edərək, sizin bütün söyləriniz səpələnir. Bəzi hallarda ifadəni danışq üslubundan istifadə edərək, birinci şəxsin adından yazmaq daha faydalıdır. Bu, sizin dediyinizə inamı və marağı artırır.

13. Alıcıların inandırıcı fikirlərindən və rəylərindən istifadə edin. Savadlı tərtib edilmiş fikirlər və rəylər reklam mətninin səmərəliliyini bir neçə dəfə yüksəldə bilər. Hamı sizdən təklif etdiyiniz əmtəə haqqında təsirli danışmağı istəyir. Sübut edin ki, sizin əmtəə və ya xidmətiniz, həqiqətən, xeyir gətirir.

14. Yazın və təzədən yazın. Oxuyun və təzədən oxuyun. Kənar şəxsə yazının keyfiyyətinin qiymətləndirilməsini xahiş edin – onda nöqsanlar görünəcəkdir. Mətnin istismarı zamanı düzəlişləri edin. Bəzi ifadələrin yenidən dəyişdirilməsini sınayın. Baxın ki, cavab necə dəyişəcəkdir. Hansı reklam mətninin sizdə xüsusi təəssürat yaratdığını nəzərə alın.

15. Ən yaxşı üsullardan istifadə edin.

16. Yaxşı reklam mətninə, bir qayda olaraq, aşağıdakılar mane olur:

1. Aşkar əşyaları görmək və reklamın mətninin tərtib edilməsinin minimum prinsiplərinə diqqət verilməsinin arzu olunmaması;

2. Qanunvericilik;

3. Bəzən uyğunsuz korporativ üslub. Çox zaman şirkətlərdə hər hansı bir fantaziyanın təzahür etməsi korporativ üsluba kənarlaşma və uyğunsuzluq kimi qəbul olunur.

4. Rəhbərliyin mühafizəkarlığı. Bu, əsl ciddi maneədir. Öz nöqtəyi-nəzərinizi qorumaqdan ötrü layiqli sübutların və təsir alətlərinin tapılması sizdən asılıdır. Təəssüf ki, bir çox rəhbərlər indiyə qədər reklam mətninin hazırlanmasını layiqli iş hesab etmirlər və bu işə görə təcrübəli mütəxəssisə əlavə pul ödənilməsinə vacib saymırlar.

F.M.Qarayev,
BDU-nun dosenti