

TİCARƏT ŞƏBƏKƏSİNDƏ ZAHİRİ REKLAM



(əvvəli ötən saylarımızda)

Ərzaq məhsullarının reklamı zamanı hazır məhsulun özünü göstərmək lazımdır.

Tədqiqatlar müəyyən etmişdir ki, birinci növbədə illüstrasiyalar nəzərdən keçirilir, sonra sərlövhə, daha sonra isə həmin mətnin özü oxunur. Materialı belə bir qaydada bölmək lazımdır: illüstrasiya yuxarıda, sərlövhə onun üstündə, mətn isə sərlövhənin altında yazılır. Əgər sərlövhə illüstrasiyanın altında verilsə, onda mətnin qəbul edilməsi, yaxud qavranılması 10% aşağı düşür. Mətni heç də hamı oxumur, lakin hamı illüstrasiyanın altında imza yazısını oxuyur. Buna görə də imzalı yazılar illüstrasiyasız olmamalıdır.

Mağazanın xarici görünüşü, onun lövhəsi, rəngi və işıq tərtibatı diqqəti cəlb edən və potensial alıcıların artım sayını müəyyənləşdirən əsas amillər hesab olunur. Parlaq, nəzəri cəlb edən, gözqamaşdırıcı vitrin qeyri-iradi olaraq yoldan keçənlərin diqqətini cəlb edir və mağazaya daxil olmaq arzusunı doğurur.

Hazırda yoldan keçənlərin diqqətini cəlb etmək üçün çox zaman belə üsuldən istifadə olunur: kiçik az güclü lampalardan olan hörük şəkilli naxışlar yoldan keçənlərdə bayram əhval-ruhiyyəsi yaradır. Ağacdakı belə hörük şəkilli naxışların dəyəri hər uzununa ölçülən metrə görə 3 dollar, hazır naxışlar şəbəkəsinin dəyəri 90 dollar, işıq "yağışının" dəyəri isə hər 1 kvadratmetrə görə 40 dollar təşkil edir. Mağazada 1 kvadratmetrə görə dəyəri 5 dollar olan çevik parlaq işıq naqili kimi fleksilaytın istifadə olunması diqqəti cəlb edir.

Mağaza lövhələrinin tərtibatı üçün müəyyən tələblər mövcuddur. Mağaza lövhələri ticarət müəssisələrin xarici reklamlarının bir növüdür. Onlar oriyentir, yəni istiqamət hesab olunur və buna görə mağazanın yeri, onun əmtəə profili tanınır.

Yerləşmə yerinə görə mağaza lövhələrini fasad, dam üstü, künc, fronton, brandmaner növlərə bölmək olar. Mağaza lövhələrinin növləri binanın tipindən, onun memarlıq həllindən, nisbətən yanaşı (qonşu) yerləşən binalardan, insan axınlarının istiqamətindən, eləcə də mağazanın fəaliyyət həcmindən, onun maliyyə vəziyyətindən asılıdır.

Fasad lövhəsi, bir qayda olaraq, işıqlı olur və binanın fasadında yerləşir. Lövhə mağazaya girişin bilavasitə üstündə yerləşə bilər və ya divar üzrə onun bütün frontu boyunca və ya kronşteyn, 6 dirsək (divara bənd edilmiş altıq, dayaq) üzərində ona perpendikulyar olaraq yerləşə bilər.

Mağazanın lövhəsi çox sözlü olmamalı və onun əmtəə profilini dəqiq əks etdirilməlidir. Metal, şüşə, plastik kütlə lövhənin karkasının (fonunun) hazırlanması üçün lazım olan materiallardır. Hərflər və dekorativ elementlər karkasın səthinə rənglərlə çəkilir və ya ağacdan, gipsdən, polistoldan, penoplastdan, metaldan olan üstədən çəkilmiş detallara bərkidilir. Lövhənin tərtibatının daha cəlbedici olması üçün zərb naxışlarından, ağac, metal, şüşə üzərində divar naxışından istifadə olunur. Kiçik ixtisaslaşdırılmış mağazaya perpendikulyar yerləşdirilən və ya çəkmə (ayaqqabı mağazası), krendel (çörək dükanı) kimi səkidə nəzərdən keçirilən həcmli lövhə orijinal görünür. Belə lövhələr ticarət müəssisəsinin fərdiliyini ayrıca qeyd etməyə imkan verir və alıcıların diqqətini cəlb edilməsinə səbəb olur.

Lövhə üzərində mətn həm yaxın məsafədən, həm də küçənin əks tərəfindən rahat oxunmalıdır. Buna görə də hərflərin, eləcə də lövhənin özünün ölçüləri məsafənin nəzərə alınması ilə seçilir ki, burada onu

yoldan keçənlər nəzərdən keçirə bilsinlər. Hərflərin və şəkillərin rəngi fona münasibətdə təzadlı olur. Lövhə üçün şrift sadə və açıq-aydın olmalıdır. Böyük, xüsusilə maili şriftlər tövsiyə olunmur. Bütün fasad boyunca lövhə mətnini uzatmaq lazım deyil, çünki bu zaman hərflər bir-birindən uzaqda durur, mətni isə oxumaq çətinləşir.

Ticarət müəssisələrinin lövhələri tipik və fərdi ola bilər. Mağazanın adının tipik lövhələri konstruksiyanın vahid prinsipi ilə, şriftlərin uzunluğunun və enli olmasının nisbətində, rəng həllində vəhdətlə fərqlənir. Fərdi lövhələr ticarət müəssisəsinin firma adının göstərilməsi üçün tətbiq edilir. Belə lövhələr, bir qayda olaraq, konstruksiyanın və formanın orijinallığı ilə, materialların seçilməsinin, rənglərin, şəkilin uyğunlaşdırılmasının özünəməxsusluğu ilə fərqlənir.

Pərakəndə ticarətdə işıq lövhələri geniş tətbiq olunur. Bu lövhələr qaranlıqda işıq verən (parlaq) və işıqlandırılan növ-

lərdə olurlar. Qaranlıqda işıq verən lövhələrin özləri sutkanın qaranlıq, tutqun vaxtında yazını asanlıqla oxumağa imkan verən işıq saçır. Işıqlandırılan lövhələr onlara yönəldilən işıq hesabına görünür.

İşıq lövhələri üfüqi və şaquli formada olur. Şaquli lövhələri çox zaman evin divarına və ya küncünə perpendikulyar olaraq kronşteynlərdə bərkidirlər. Kronşteynlərin üzərində görünən lövhələri, adətən, ikitərəfli edirlər ki, onları əks istiqamətdə küçədən keçənlər oxuya bilsinlər. Lövhələrdə işıq mənbələri qismində közərmiş lampalar, lüminessent lampalar, qazla işıqlanan borucuqlar və qaranlıqda işıq saçan materiallar tətbiq olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, qazla işıqlanan borucuqlar kifayət qədər kövrək və tez sınıandır, çox zaman sıradan çıxır və hazırda onlardan, demək olar ki, istifadə olunmur. Məsafədən yazıların oxunması imkanı mağaza binasının divarındakı işıq lövhəsinin yerləşməsindən asılıdır. Şüşə salınmış qazla işıqlanan lövhələr istismar zamanı daha praktik və rahatdır. O, fasadın divarında quraşdırılır və ya onun səthi üzərində çıxış edir.

Qazla işıqlanan lövhələrdən başqa, hazırda müxtəlif rəngli və həcmli üzvi şüşə bloklar, plastik material, işıq salan və üstədən vurulan rəngli hərflərlə metallar geniş tətbiq olunur. Bloklar klub, paralepiped, prizma, silindr şəklində müxtəlif formalarda olur. Yarı şəffaf olan bloklardan yazıları blokun daxili tərəfində boya ilə yerinə yetirirlər, üzvi şüşədən olan aplikasiyalarla (quramalarla) yapışdırırlar. Metal blokların üzərində hərflərin siluətlərindən dəşik açılır.

Fasad işıq lövhələrində mətni güclü surətdə dartıb uzatmaq olmaz, eyni zamanda, hərflər arasında intervalların eni hərfin yarısından az olmamalı, sözlər arasında interval isə hərfin enindən az olmamalıdır. Belə ki, yandan görünüş zamanı yaxın yerləşən hərflər başdan-başa işıq sütununa qovuşur. Hərflərin eni və hündürlüyünün ən yaxşı nisbəti 1:5 hesab olunur. Lövhə üzərində şriftin işıqlanma qabiliyyətinin ən səmərəlisi ağ rəng hesab olunur, onun ardınca öz gücünə görə yaşıl, sarı, göy və narıncı rənglər gəlir.

İşıq lövhəsi üçün hərflər metaldan (poladdan, latundan), plastik kütlədən və s. hazırlana bilər. Konstruksiyaya görə hərflər yarımhəcmli (arxa və ön divarsız), həcmli, eləcə də yarımşəffaf plastik kütlədən hazırlanmış qutu və ya üz tərəfdən konturlarla kəsilmiş, yaxud dəşik açılmış şəklində ola bilər.

Lövhənin hərfləri birbaşa binanın divarında quraşdırıla bilər, lakin metaldan, şüşədən, plastik kütlədən hazırlanmış ekranın fonunda daha effektiv görünür. Onun fonunda yerləşən ekran və hərflər rəngə görə təzadlı olmalıdır. Açıq fonda tünd rənglər daha yaxşı oxunur. Əgər ton tünd, hərflər isə açıqdırsa, onda onları bir qədər böyük ölçüdə etmək lazımdır, çünki zəngin fon hərflərin parlaqlığını azaldır. Bu halda rənglərin aşağıdakı kimi uyğunlaşdırılması daha əlverişlidir: sarı hərflər qara fonda, qırmızı hərflər qara fonda, ağ hərflər qırmızı fonda.

Əgər metal lövhələr nəzərdə tutulubsa, onda hərflərin siluətləri birbaşa metal ekranda kəsilir, kəsmələri (deşikləri) ağ rəngli və ton verilmiş üzvi şüşə ilə bağlayırlar, altında közərmiş lampalar və ya bağlayıcılar və bunun altında közərmiş lampalar və ya gündüz işıqlı lüminessent lampalar yerləşdirilir.

Mağazanın işıq lövhəsi effektivliyinin gücləndirilməsi üçün hərflərin hərəkətliyiindən istifadə edirlər.