

Өзүңдүн креативиндин мыйзамга шайкеш келгендигин кантип текшерүүгө болот?



Жарнама таркала баштагандан кийин гана контролдоочу органдын байкоосуна кабылышы мүмкүн. Креативди иштеп чыгуу этабында кийинкилерди эске алуу маанилүү:

Жарнамада сатып алууга сунушталып жаткан товар жөнүндө керектөөчүлөргө **туура** маалымат берилиши керек.

Товарга көңүлдү буруу жана аны рынокто илгерилетүүгө багытталган бардык маалымат – жарнама болуп саналат.

Жарнамалык бинго

Айрым товарлардын же кызмат көрсөтүүлөрдүн жарнамасына карата Атайын талаптарды бузбайт	Атаандашын жаманатты кылбайт	Маанисин бурмалоочу чет элдик сөздөрдү камтыбайт.
Сөгүнгөн сөздөрдү, уятсыз же кемсинткен сүрөттөрдү колдонбойт	Сатып алуу шарттары (баасы, арзандатуунун өлчөмү, төлөө тартиби ж. б.) тууралуу ишенимдүү маалымдайт.	Товарлардын ассортиментин жана комплектациясын (себилин) толук ачып берет

Жарнамада «мыкты», «биринчи», «№1» сөздөрүн колдонууга болобу?



Тигил же бул товарды башка окшош товарларга карата мыкты деп атоого болот. Бул учурда, сиз **мындай салыштыруу жүргүзүлгөн конкреттүү критерийди көрсөтүшүңүз керек.**

**Жарнамадагы маалымат анык болуп,
керектөөчүлөрдө товар, анын сапаты, керектөө
касиеттери жөнүндө туура, чыныгы көз карашты
калыптандырууга тийиш**

Керектөөчү кайсы салыштыруу критерийи боюнча товар же кызмат мыкты же биринчи орунда экендигин түшүнүшү керек.

Көңүл буруңуз, эгерде бул маалымат "жылдызча" жана кичинекей тексттин астында болсо, анда аны окууга дайыма эле мүмкүн боло бербейт. Бул маалыматты кабыл албоо контролдоочу орган тарабынан анын жоктугуна теңелет.

Жарнаманы жаратуу этабында эмнелерди билүү маанилүү?



Жарнамага карата жалпы жана атайын талаптар бар.

Жалпы талаптар бардык товарларды жарнамалоого колдонулат.

Мындай талаптарга төмөндөгүлөр кирет:

- ◆ ишенимдүүлүк;
- ◆ Атаандаштарга карата ак ниеттүүлүк;
- ◆ Этикалуулук

Атайын талаптар товарлардын кээ бир түрлөрүн жарнамалоого багытталган (мисалы, алкогольдук продукцияны, дары каражаттарын, финансы кызматтарын) .

**ЖАРНАМА АГА КАРАТА КОЮЛГАН ЖАЛПЫ ЖАНА
АТАЙЫН ТАЛАПТАРДЫ БУЗБООСУ КЕРЕК.**

Товарды сатып алуунун кошумча шарттарын шилтеменин алдында жайгаштырууга болобу?



Маалыматты «жылдызчанын» алдында жайгаштырууга **тыюу салынбайт**. Адатта жарнама ээлери мындай жол аркылуу товар жөнүндөгү көлөмдүү түшүндүрмөлөрдү, мисалы, насыянын же акциянын кошумча шарттарын майда текст менен жайгаштырышат.

САТЫП АЛУУНУН ШАРТТАРЫНА ТААСИРИН ТИЙГИЗҮҮЧҮ ЖАНА ЖАРНАМАЛЫК СУНУШТУ ТОЛУГУ МЕНЕН ӨЗГӨРТӨ ТУРУУЧУ МААЛЫМАТТАР ОКУЛА ТУРГАН ШРИФТ МЕНЕН КӨРСӨТҮЛҮШҮ КЕРЕК.

Жарнамада олуттуу маалыматтын бир бөлүгү майда жазылып, керектөөчүлөр тарабынан кабыл алынбаса, ошондой эле аларды адашууга алып келсе, **мыйзамсыз** деп табылат.

Керектөөчү товарды жеткирүү жөнүндө анын акыркы наркына таасир этүүчү толук маалыматты билиши керек.

Жарнаманы канткенде пайдалуу, кызыктуу кылуу менен мыйзамды да бузбоого болот?



Жарнамадан гана керектөөчүлөр дүкөндөрдөгү жаңы буюмдар же кадимки буюмдардын кызыктуу касиеттери, жүргүзүлүп жаткан сатып өткөрүүлөр, арзандатуулар жөнүндө билүүгө болот.

Жарнама **маалымат** гана бербестен, ошондой эле кызыктырышы, күлдүрүшү, ал тургай, искусство чыгармасы болушу мүмкүн. Жарнамалоо объектисине көңүл бурдурууга ар кандай жолдор менен жетишүүгө болот. Керектөөчүнүн кызыгуусун көздөп жатып, **чектен чыгып кетпөө** маанилүү.

**ЭСИҢЕРДЕ БОЛСУН: КОЛДОНУЛУП ЖАТКАН
МЫЙЗАМДЫ БУЗБАСА, ЖАРНАМАДА
КРЕАТИВ ӨЗ ОРДУН ТАБАТ.**