



Azərbaycan Respublikasının
Kiçik və Orta Biznesin
İnkişafı Agentliyi

SAT
GROUP

Bazar araşdırması təqdimatı
REKLAM VASİTƏLƏRİNİN
YARADILMASI VƏ ONLARIN
EFFEKTİVLİYİ



► Araşdırma metodologiyası

Reklam vasitələrinin yaradılması və onun effektivliyi üzrə bazar araşdırması çərçivəsində aşağıdakı araşdırmalar və sorğular aparılıb :

- Kabinet araşdırması, o cümlədən müxtəlif mənbələrdən əldə edilmiş statistik və analitik məlumatlar;
- Sahə ekspertləri ilə görüşlər və ekspert müsahibələri;
- Əhali arasında onlayn qaydada sorğular;



REKLAM VASITƏLƏRİNİN NÖVLƏRİ

► Reklam vasitələrinin növləri

Mətbəə

Promo

Reklam
materialları

Daxili
reklamlar

Çöl
reklamları

► Mətbəə reklam vasitələri aşağıdakı alt kateqoriyalara bölünür

1. Blank
2. Kağız
3. Kraft paketlər
4. Kataloq
5. Roll up
6. Setka Vinil
7. Kətan üzərində çap
8. Qiymət kitabçası
9. Poster

1. Stiker və etiket
2. Şirkətdaxili qaimələr
3. Qeyd kağızları
4. Polietilen paketlər
5. Pelur kağız
6. Yapışdırıcı kağızlar
7. Özüköçürən kağızlar

1. Flayer
2. Broşur
3. Zərf
4. Buklet
5. Vizitkart
6. Vinil
7. Banner
8. Plastik kart
(Bank, loyallıq, kartı və s.)

► Promo reklam vasitələri aşağıdakı alt kateqoriyalara bölünür

1. Qələm
2. Yaddaş kartı
3. Powerbank
4. Texnoloji məhsullar
və aksesuarlar
5. İş gündəlikləri
6. Qeyd dəftərləri
7. Vizitkart qutuları;
8. Açarlıqlar
9. Fincanlar
10. Boşqablar
11. Termos və su qabları

1. Divar saatları
2. Çantalar
(noutbuk, planşet və s.)
3. Tekstil məhsulları
(uniforma, papaq və s.)
4. Uşaqlar üçün məhsullar
5. Şəxsi istifadə məhsulları
6. Hədiyyəlik dəstlər
7. Alışqan
8. Bayraq

1. Masaüstü təqvim
2. Yaxa kartı
3. Rozet
4. Puzzle
5. Masa dəsti
6. Hesablayıcı
7. Masaüstü lampa
8. Avtomobil ətirliəri
9. Fincan altlığı
10. Kubok və plaketlər
11. Yastıq
12. Lent üzərində çap və s.

► Reklam istehsalı avadanlıqları

1. Ofset çapı avadanlığı;
2. Rəqəmsal çap avadanlığı;
3. İri formatlı çap avadanlığı;
4. Naxış tikmə avadanlığı;
5. Lazer nəqqaşlama avadanlığı;
6. Sublimasiya çapı avadanlığı;
7. Naxış basma üsulu ilə çap avadanlığı;
8. İpək çapı avadanlığı;
9. Tampon çapı avadanlığı;
10. UV printer Brotherjet 4480 avadanlığı;
11. Flexoqrafik çap avadanlığı

▶ Daxili və xarici reklamlar

Daxili

1. Metrolarda reklamlar
2. Ticarət mərkəzlərində reklamlar
3. Məlumat lövhələri
4. Monitor reklamlar
5. İşıqlı və işıqsız tablolar
6. Giriş lövhələri
7. Promouter masaları
8. Stendlər
9. Pop up
10. Brandwall

Xarici

1. Qabarıq hərflərlə işıqlı çöl reklamları
2. Vinil və banner montajı
3. Billboard
4. İşıqsız çöl reklamları
5. İşıqlı və işıqsız tablolar
6. Laytbokslar
7. Dayanacaq lövhələri
8. Məlumat lövhələri
9. Monitor reklamlar
10. Avtobrending

DAXİLİ VƏ XARİCİ (ÇÖL) REKLAMLARI

► Xarici (çöl) reklamları

Çöl reklamı ənənəvi reklam növlərindən biri olub, müştərilərin küçədə hərəkəti zamanı heç bir səy göstərmədən qarşılaşdıqları reklam formasıdır. Çöl reklamı maksimal dərəcədə qısa, lakonik, başadüşülən, səliqəli, diqqəti cəlb edən olmalıdır. Burada reklamın dizaynı da son dərəcə önəmlidir.

Çöl reklamlarından istifadə etməklə siz biznesinizin 24 saat aktiv olan tanıtımına nail ola bilərsiniz, nəzərdə tutduğunuzdan daha geniş müştəri kütləsinə xitab edə bilərsiniz. Eyni zamanda xüsusi coğrafi bölgəyə fokuslanmaqla, yəni çöl reklamının biznesin hədəf kütləsinə uyğun ərazidə yerləşdirilməsi ilə onun birbaşa potensial müştərilərə xitab etməsinə şərait yarada bilərsiniz. Bundan əlavə, bütün reklam fəaliyyətlərinin effektivliyini artırmaq üçün digər reklam formaları ilə eyni mesajı ifadə edən çöl reklamlarının xatırladıcı rolundan faydalana bilərsiniz.



► Daxili reklamlar

Mağazanın, şirkətin və ya hər hansı bir obyektin daxili reklam işləri ora gələn müştərilərin diqqətini cəlb etmək üçün çox önəmlidir. Daxili reklamın xüsusi dizaynı və özünəməxsus cəlbediciliyi sizə əlavə dəyər qazandıracaq. Bu, şirkətin və ya brendin yaddaqalan olması cəhətdən də çox əhəmiyyətlidir.



► Reklam daşıyıcılarının növləri

Fərdi layihələr əsasında hazırlanmış daşıyıcılar



Hava şarı

Bir tərəfinin reklam səthi 2-4x4-8m, dayaq dirəyinin hündürlüyü 2-8m. Birtərəfli olduqda arxa tərəfi dekorativ tərtibatlı olmalıdır.



Dirijabl

Fərdi layihələr əsasında hazırlanmış reklam qurğuları həcm-fəza quruluşuna malik olan, həm həcmi, həm də səthi reklamın yayımı üçün istifadə olunan qurğulardır.



Xüsusi tərtibat

Qeyri-standart forma və quruluşu, həcmi və ya səthi reklam yayımı üçün istifadə edilən qurğu.

► Reklam daşıyıcılarının növləri

Elektron (rəqəmsal) daşıyıcı



Monitor

İşıq diod (LED), lampa və işıqəksədirən elementlər hesabına təsvirin göstərilməsi üçün nəzərdə tutulmuş qurğu



Elektron ekran(tablo)

Elektron ekran (elektron tablo) işıq-diodlar, lampalar, digər işıq mənbələri və işıqəksədirən elementlər hesabına ekran səthində təsvirin göstərilməsi üçün nəzərdə tutulmuş reklam qurğularıdır.

Təsviri dinamik dəyişən daşıyıcı



Roller

Müəyyən vaxt intervalı ilə reklam təsvirlərini diyircəklə dinamik dəyişən 1-3x1.8-4m ölçülü qurğu

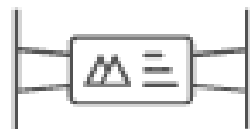


Prizmatron

Müəyyən vaxt intervalı ilə sinxron dəyişən, özündə 3 tərəfli prizmaları birləşdirən 3x6m və ya 3x12 ölçülü qurğu

► Reklam daşıyıcılarının növləri

Hərəkətsiz daşıyıcılar



Transparant / banner

Yer səviyyəsindən ən azı 6m hündürlükdə, bir tərəfinin reklam səthinin eni 1.1 metrədək, uzunluğu 15 metrədək olmaqla iki ayrı dirək, yaxud bina arasında bərkitmə qurğuları və burazla (metal kəndirlə) asqı şəklində yerləşdirilmiş qurğudur.



Körpüüstü reklam

Körpüüstü reklam körpülərin və yerüstü piyada keçidlərinin divarında (hərəkət üçün nəzərdə tutulmayan hissəsində) üfüqi şəkildə yerləşdirilən reklam qurğusudur.

► Reklam daşıyıcılarının növləri



Dayanacaq

İctimai nəqliyyat dayanacağına yerləşdirilən eni 1.3 metrədək, uzunluğu 2.1 metrədək, dayaq dirəyinin hündürlüyü 0.6 metrədək olan ikiərəfli reklam qurğusu



Tumba

Dairəvi və ya üç xarici reklam səthinə və daxili işıqlandırmaya malik reklam qurğusudur.



Dayaqlı işıqlandırılan qutu

Dayaqlı işıqlandırılan qutu ayrıca dayaqlı, ikitərəfli, daxili işıqlandırmaya malik kiçikölçülü reklam qurğusudur.



Bilbord

Bir tərəfinin reklam səthi 2-4x4-8m, dayaq dirəyinin hündürlüyü 2.20-8 metrədək təşkil edir. Tərəflərinin sayı 3-dən çox ola bilməz.



Meqabord

Bir tərəfinin reklam səthi 4-6x8-15m, dayaq dirəyinin hündürlüyü 8-18m. Birtərəfli olduqda arxa tərəfi dekorativ tərtibatlı olmalıdır.



Ödəniş terminalı

Ödəniş terminalı üzərində yayımlanan statik və rəqəmsal reklam



Avtomatlaşdırılmış satış köşkü (vending)

Avtomatlaşdırılmış ticarət köşkü üzərində yayımlanan statik və rəqəmsal reklam

► Reklam daşıyıcılarının növləri

Hərəkətsiz daşıyıcılar



Kronşteyn panel

Üzərinə, işıq və ya ayrı dirəklərə yerləşdirilən birərəfli və ya 2 tərəfli, daxili işıqlandırmaya malik kiçikölçülü qurğu.



Brandmauer

Divar panosu (branmauer) binaların pəncərələr olmayan divarına, yaxud səthinə yerləşdirilən, xarici işıqlandırmaya malik böyük ölçülü reklam qurğusudur.



Binaların damında hərf və loqotiplər

Hərf və loqotipin hündürlüyü 1-3 mərtəbəli bina üçün 1.8 metrdən, 4-7 mərtəbəli bina üçün 3 merdən, 8-12 mərtəbəli bina üçün 4 metrdən, 13-17 mərtəbəli bina üçün 5 merdən, 18 və daha çox mərtəbəsi olan bina üçün 6 metrdən çox olmamalıdır



Fasad reklamları

Ticarət, ictimai iaşə, məişət və digər növ xidmət obyektlərinin giriş hissələrindəki fasadlarında, birinci və ikinci mərtəbələrin pəncərələri arasında fasad üzərində yerləşdirilən reklam qurğusu

► Reklam daşıyıcılarının növləri

Hərəkətsiz daşıyıcılar



Çətir

Açıq havada olan ticarət, ictimai iaşə, məişət və digər növ xidmət obyektlərində yerləşdirilən və üzərində reklam əks olunan çətir şəklində reklam qurğusu



Tent

Ticarət, ictimai iaşə, məişət və digər növ xidmət obyektlərinin üzərinə, virinlərin, bina və digər tikililərin qapı və pəncərələrinin üzərinə yerləşdirilən günlük şəklində reklam qurğusu



Bayraq

Bünövrə, flaqstok və parçadan ibarət ikitərəfli stasionar reklam qurğusu



Afişa stendi

Teatr, kino, idman və digər kütləvi tədbirlərin proqramı əks olunan, reklam səthinin eni 2 metrədək, uzunluğu 2.5 metrədək, aşağı küncünün yerdən hündürlüyü 0.50 metrədək olan qurğu

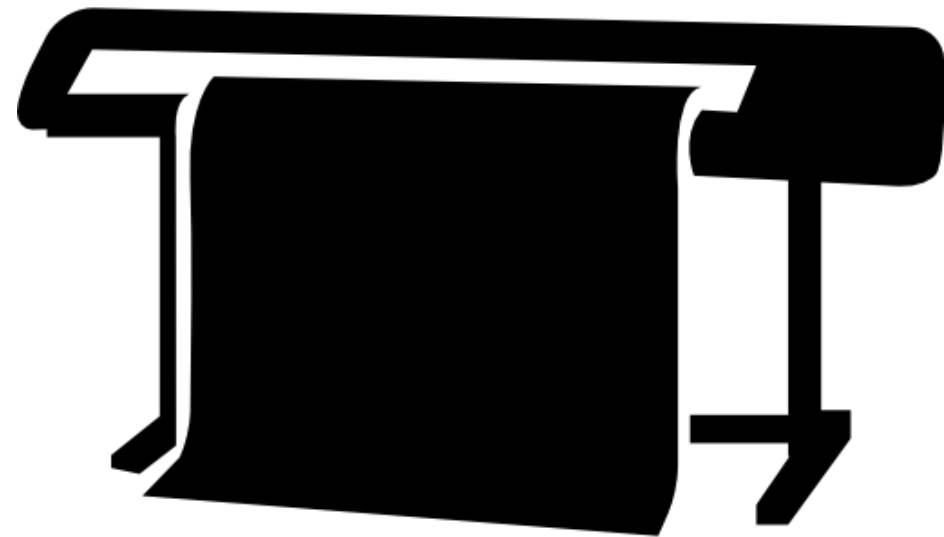


Vinil

Binaların qapı və pəncərələrinin üzərinə vurulan polimer tərkibli yapışqan reklam daşıyıcısı

► İri formatlı çap

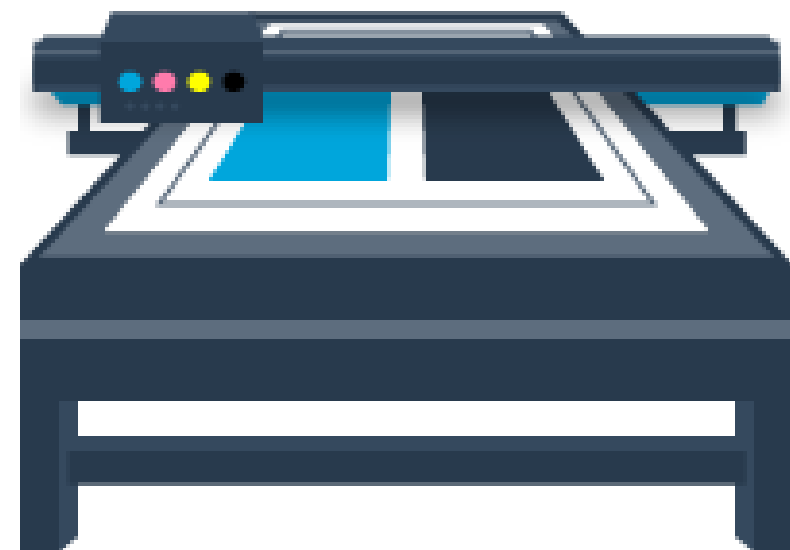
İri formatlı çap dedikdə iç və çöl reklamlarının hazırlanmasında istifadə olunan rulon şəkilli materiallar üzərində çap nəzərdə tutulur. Bu çap növü əsasən kağız, vinil, banner, flesk, tekstil, holst və s. materialların çapı zamanı tətbiq olunur. Onlardan da öz növbəsində reklam xarakterli konstruksiyaların yığılmasında, nəqliyyat vasitələri üzərində reklamların yerləşdirilməsində, vitrinlərin üzlənməsi kimi işlərdə istifadə olunur. İri formatlı çapların tətbiqi növünə görə solvent və ekosolvent kimi kateqoriyaya ayrılır. Ekosolvent çap əsasən interyer, solvent isə eksteryer çap işləri üçün nəzərdə tutulmuşdur. Belə çapı həyata keçirən avadanlıqlar 1440x2882 dpi icazəyə qədər və saatda 52 kv.m tam rəngli çap imkanına malik olurlar



► Rəqəmsal çap texnologiyası

Rəqəmsal çap bu sənayesinin ən operativ texnologiyası hesab olunur. Bu texnologiyada heç əlavə proses olmadan verilənləri kompüterdən birbaşa daxil etmək və çap etmək mümkünlüyü sifarişlərin operativ yerinə yetirilməsinə imkan verir. Müasir proqram təminatı isə məlumatların çox qısa vaxtda çapa hazırlanmasını təmin edir. Bu da iri həcmli sifarişlərin daha tez hazırlanmasına imkan yaradır. Nisbətən az tiraja malik sifarişlərin çap olunmasında bu texnologiya daha rentabellidir. Burada qiymət sifarişin miqdarına görə müəyyən olunur.

Rəqəmsal texnologiyadan istifadə edərək sifarişçinin istəyinə uyğun qısa vaxt ərzində çap sonrası xidmətlər də göstərmək mümkündür. Bu da görülən işin keyfiyyətini bir qədər də yüksəltmiş olur.



AVADANLIQLAR

► UV Printer Brotherjet 4480 avadanlığı

UV çap avadanlığı 2003-cü ildən reklam və promo bazarına daxil olmuş və hal-hazırda müasir dövrün tələblərinə uyğun olaraq təkmilləşməkdədir. Brotherjet 4480 UV planşetli printerinin çap sahəsi 420x600 mm təşkil edir. Bu avadanlıq EPSON DX5 çap başlığı ilə çalışaraq 2880x1440 dpi icazə ilə foto keyfiyyətli görüntü realizə edir

Qiyməti: 3000\$-dan başlayaraq



► Xerox Versant 80 rəqəmsal çap avadanlığı

Xerox Versant 80 rəqəmsal çap avadanlığının Azərbaycana yeni gətirilib. Bu çap avadanlığı digərlərindən çap sürətinə görə xeyli fərqlənir. Belə ki, Ultra HD texnologiyasına əsaslanaraq qalınlığı 52-350 q/m² arasında olan materiallarda tam rəngli rejimdə dəqiqədə 80 vərəq çap etmək imkanına malikdir. Eyni zamanda çox kiçik ölçülü yazıların tam dəqiq görüntüdə çap olunması mümkündür.

Qiyməti: 8200\$-dan başlayaraq



► HP Latex 360 iri formatlı çap avadanlığı

HP Latex 360 iri formatlı çap avadanlığı yüksək sürətlə yüksək keyfiyyətin ahəngini özündə birləşdirir. Maksimal çap sahəsinin eni 1620 mm təşkil edir. Çap sürəti keyfiyyətdən asılı olaraq saatda 91m²-ə bərabərdir. 8 düym sensor ekrana malikdir. Katriclərin sayı 7 ədəd, çap başlığının sayı isə 6 ədəddir. Bu avadanlığında çap olunmuş məhsulun keyfiyyəti onu həm çöl reklamında, həm də interyer dizaynda istifadə etməyə imkan yaradır.

Qiyməti: 7100\$-dan başlayaraq



► Docucolor 252 rəqəmsal çap avadanlığı

Bu avadanlıq ağ-qara rejimdə - 65 vərəq (A4 format), rəngli rejimdə isə - 50 vərəq (A4 format) çap etmə imkanına malikdir. Rəqəmsal lazer çap avadanlığında lazerlər dəqiq fokuslaşmaya malik olması nəticəsində çox nazik şüalar əmələ gəlir və bu da fotohəssas barabanın lazımı sahələrinə təsir göstərir. Məhz bu xüsusiyyətə görə müasir rəqəmsal lazer printerlər yüksək çap icazəsinə malikdirlər. Onlar ağ qara rejimdə 600x600-dən 1200 x1200 pikselə qədər, rəngli rejimdə isə 9600x1200 pikselə qədər ola bilər. Eyni zamanda çap avadanlığında yerləşən CREO kontrollerinin köməyi ilə bütün çap prosesinə nəzarət etmək mümkündür.

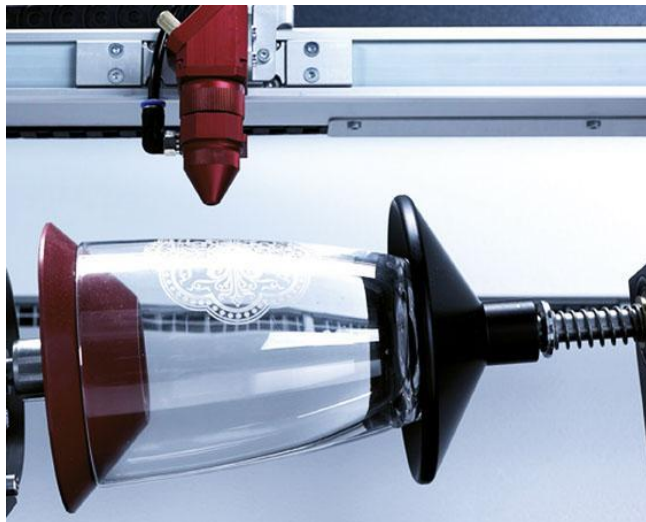
Qiyməti: 4500\$-dan başlayaraq



► Lazer nəqqaşlama avadanlığı

Lazer nəqqaşlama görüntünü hər hansı bir məmulatın üzərinə fokuslaşmış lazer şüası vasitəsilə həkk olunmasıdır. Bir qayda olaraq görüntü müəyyən dərinliyə - relyefə malik olmalıdır. Bir qayda olaraq məmulat üzərində alınan görüntü loqo, yazı, hər hansı bir ornament və ya şəkil ola bilər. Lazer avadanlığında şüalanmadan əmələ gələn işıq tam olaraq fokuslaşma əldə etmək və nəqqaşlanacaq materialın üzərinə düşmək üçün ya güzgü sistemi ya da optik lif vasitəsilə linzaya ötürülür. Bu zaman linzadan məmulata qədər olan məsafə nə qədər yaxındırsa bir o qədər nəqqaşlanan sahədə fokuslaşmış şüa daha dəqiq və nazik olacaq. Lazer nəqqaşlama zamanı məmulatın üst qatı soyulması nəticəsində məmulatın səthində dərinlik əmələ gəlir. Nəticədə zəruri olan görüntü əldə edilir.

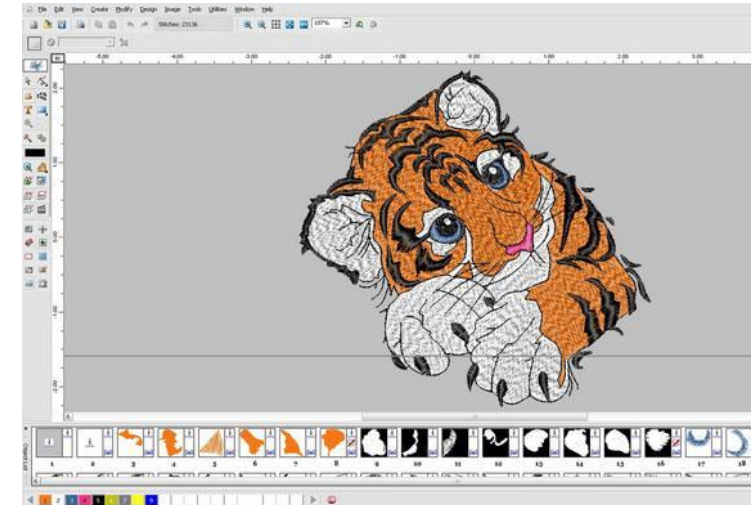
Qiyməti: 6500\$-dan başlayaraq



► Naxışikmə avadanlığı

Tekstil üzərinə görüntünün daha uzunmüddətli və dəqiq həkk olunmasının üsullarından biri də naxışikmədir. Müasir tikiş avadanlıqları fərqli qalınlıqda və fakturada parça ilə çalışan proqramlaşdırılmış mexanizmlərdir. Belə mexanizmlərin yüksək istehsal qabiliyyətinə və funksionallığa malik olması tikişin sürətindən, keyfiyyətdən və görüntünün dəqiqliyindən asılıdır.

Qiyməti: 700\$-dan başlayır



► Tampon çapı avadanlığı

Tampon çapı - təsviri çap formasından (klişe) elastiki tampon vasitəsilə çap olunan səthə ötürülmə üsuludur.

Bu, tez və səmərəli çap üsuludur. Çap formasında təsvir birbaşadır. Çap aşağıdakı ardıcılıqda baş verir:

- Çap formasında boya endirilir.
- Boya bərabər yayılaraq artığı rakellə xaric edilir.
- Bundan sonra tampon çap olunan səthə basılır və artıq görüntü hazırdır.

Qiyməti: 2400\$-dan başlayaraq



► Sublimasiya çapı avadanlığı

Geniş çeşiddə məmulatlara tətbiq olunan çap texnologiyalarından biri də sublimasiya çapıdır. Bu çap növü 180-220°C temperaturda və təzyiqlə istənilən görüntünü çap olunmuş xüsusi kağızdan birbaşa məmulatın üzərinə həkk olunması ilə həyata keçirilir. Belə çap adətən termoemala davamlı tekstil məmulatları və promo məhsullar üzərində həyata keçirilir.

Sublimasiya çapı digər çap növlərindən fərqli olaraq tekstil üzərinə yüksək keyfiyyətdə foto görüntü həkk etmək iqtidarındadır. Bu texnologiya ətraf mühitin təsirinə davamlı parlaq rənglər əldə etməyə imkan verir. Tekstil üzərində sublimasiya çapının xüsusi tələbləri vardır. Bu tələblərə: parçanın 100% sintetik lifdən ibarət olması, yalnız ağ parçaya görüntünün həkk olunmasının mümkünlüyü, parçanın 200-220°C temperatura 40 saniyə davam gətirməsi və s. aiddir.

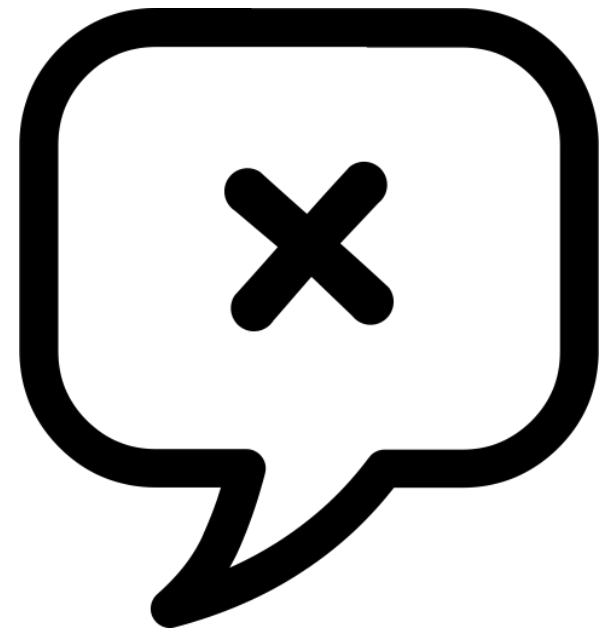
Qiyməti: 2600\$-dan başlayaraq



AZƏRBAYCANDA DAXİLİ VƏ XARİCİ REKLAM İSTEHSALI İLƏ BAĞLI BƏZİ QAYDALAR

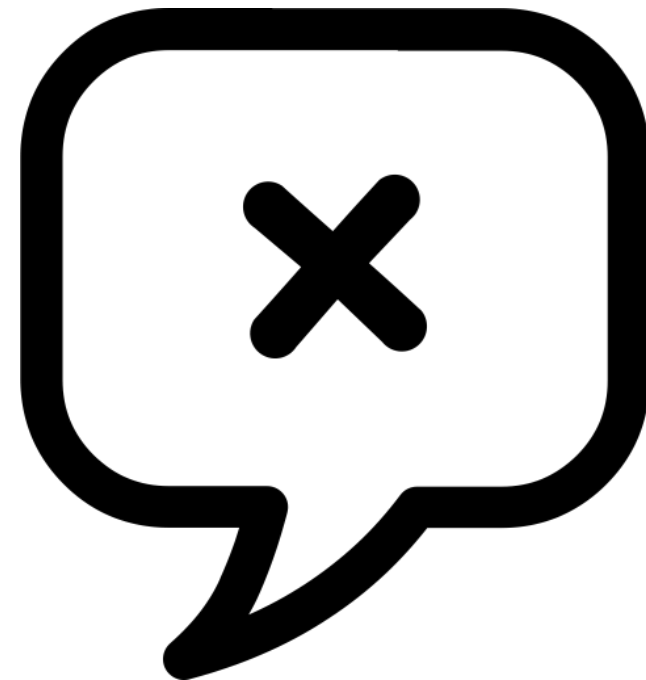
► Daxili və xarici reklam istehsalında mövcud olan qadağalar

- Sertifikatlaşdırılmalı olan, lakin sertifikatlaşdırılmamış əmtəələr;
- İstehsalına (satışına) lisenziya tələb olunan, lakin barəsində belə lisenziya verilməyən əmtəələr;
- Həkim resepti əsasında buraxılan dərman vasitələri;
- Dopinq vasitələri;
- İstifadəsinə (tətbiqinə) Azərbaycan Respublikasının Səhiyyə Nazirliyi tərəfindən icazə verilməmiş tibbi təyinatlı texnika, müalicə, profilaktika, diaqnostika və reabilitasiya metodları, o cümlədən hipnoz seansları, kontaktsiz, psixi və ya bioenergetik təsirə əsaslanan müalicə metodları;
- Hamiləliyin süni yolla pozulması üzrə tibbi xidmətlər;
- Süni mayalanma üzrə tibbi xidmətlər;
- Tütün, tütün məmulatları və onların ləvazimatları, o cümlədən tənəkə çubuqları, qəlyanlar, elektron siqaretlər, siqaret kağızları, alışqanlar;
- Satışa çıxarılması barədə qərar qəbul edilməmiş qiymətli kağızlar;



► Daxili və xarici reklam istehsalında mövcud olan qadağalar

- Keçirilməsi qadağan edilmiş stimullaşdırıcı lotereyalar və qeydiyyatda alınmamış digər lotereyalar;
- Azərbaycan Respublikasının Gənclər və İdman Nazirliyi tərəfindən tanınmamış və idman növlərinin dövlət reyestrinə daxil edilməmiş idman növləri;
- Qumar oyunları;
- Pornoqrafiya;
- “Mülki dövriyyənin müəyyən iştirakçılarına mənsub ola bilən və dövriyyədə olmasına xüsusi icazə əsasında yol verilən (mülki dövriyyəsi məhdudlaşdırılmış) əşyaların siyahısı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə müəyyən edilmiş əmtəələr;
- “Mülki dövriyyədə olmasına yol verilməyən (mülki dövriyyədən çıxarılmış) əşyaların siyahısı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə müəyyən edilmiş əmtəələr.



► Açıq məkanda reklamın qiyməti nəyə əsasən hesablanır?

Açıq məkanda reklam yerləşdirilməsinə icazə verilməsi üçün dövlət rüsumu və yayım haqqı Prezident İlham Əliyevin 19 dekabr 2017-ci il tarixli Fərmanına əsasən tənzimlənir. Ümumilikdə reklamların qiyməti onların effektivlik dərəcələrinə görə müəyyənləşir. Qiymətlər tənzimlənərkən onun ölçüsü, yerləşmə yeri, nəqliyyatın intensivliyi, küçə və meydanların sıxlığı və digər amillərdən əlavə, reklam daşıyıcısının növü – yəni bilbord, rolap, prizmatron və ya başqa biri olması da nəzərə alınır. Paytaxtdan bölgələrə doğru istiqamətləndikcə, istehlakçıların sayı azaldıqca tətbiq olunan rüsumların məbləği də differensial əsasda hesablanır.



YERLİ ŞİRKƏTLƏR

► Əsas oyunçular

Bazarın əsas oyunçuları istehsal daxil əlində daha çox xidmət növü toplayanlardır. «Ideart», «Vitam», «ELCOM group», «AdMedia» kimi agentliklər böyük paya sahibdilər. Yeni açılan və böyüyə bilməyən agentliklər məcbur olaraq bahalı avadanlıqlar ala bilmədiklərinə görə istehsal gücü olan şirkətlərlə çalışırlar.



ELCOM
group

AD MEDIA
MEDIA BƏLƏDÇİNİZ

VITAM®

PROFESSIONAL
ADVERTISING SOLUTIONS

► Promo və mətbəə reklam növü üzrə yerli şirkətlərin siyahısı

Promo

Universal Poligraphy
Moon Group
Maxprint.az
Creatime.az
Paket.az
Maxoffset
Promoline.az
Elcom Group
Promoplus.az
Admedia
Nurart.az
Printex.az
İsar Group

Mətbəə

Şərq-qərb
Maks Ofset
Printline.az
Creatime
Moon Group
Allprint
İdeart
Vitam
Piramida
Billboard.al
Billboard.az
İnnomark
Uniform Express

► Xarici və daxili reklam növü üzrə yerli şirkətlər siyahısı

Xarici

Poster
Mirror
ADV
Innova
İdeart
Vitam
RMM
Air media
New Line

Daxili

Elcom Group
Promoplus.az
Admedia
Universal Poligraphy
Moon Group
Maxprint.az
Creatime.az
İsar Group
İnnomark

► Təminatçı və istehsal fabrikinə sahib yerli şirkətlər siyahısı

Təminatçı

Maxprint.az
Admedia
İsar Group
Pluto Promo
Allprint
İdeart
Vitam
Piramida
Bilboard. al
Billboard. az
İnnomark

İstehsalçı

Elcom Group
Admedia
Allprint
İnnomark
Uniform Express
İdeart
Vitam

► Bilbordlar üzrə Dövlət Reklam Agentliyinin təqdim etdiyi operator agentliklərin siyahısı

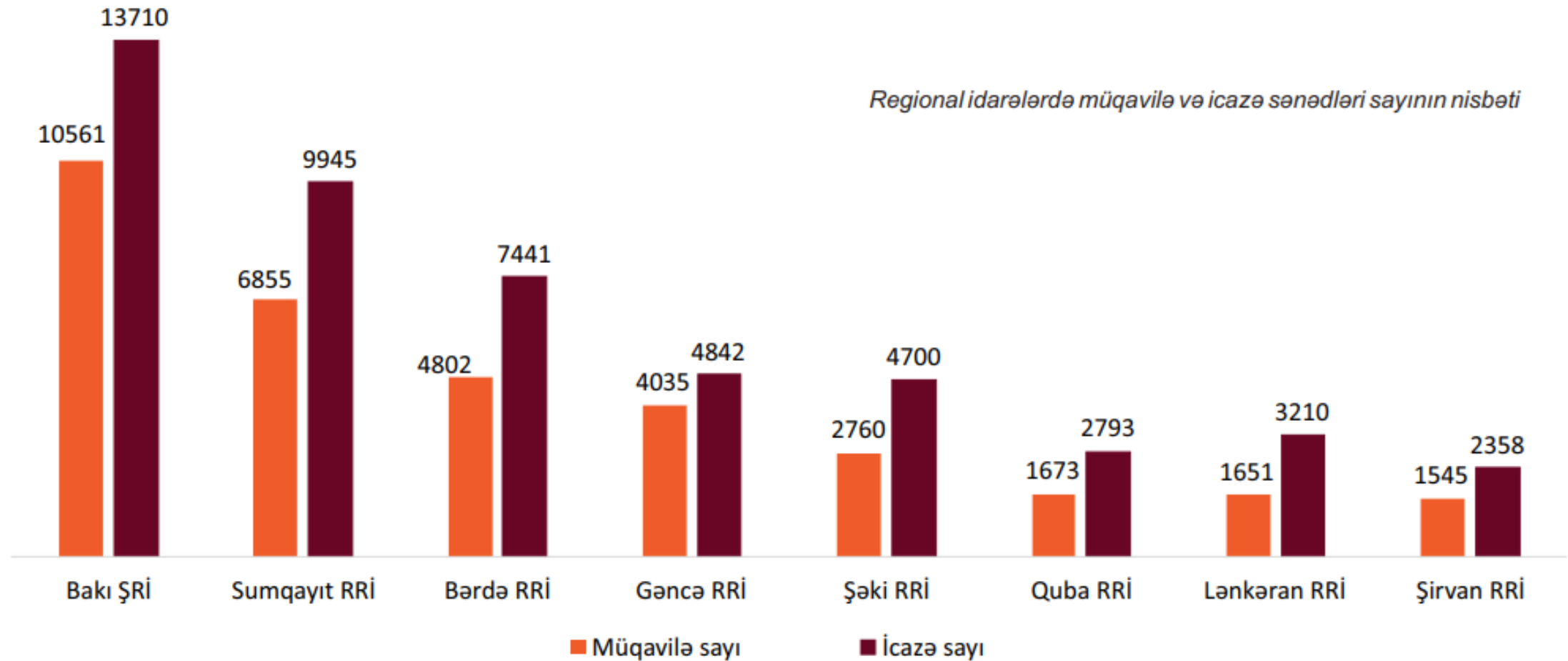
Poster Mmc
Mirror Mmc
Adv Production Mmc
Rmm Qrup Mmc
Renessans Reklam Mmc
Smart Way Mmc
Olive Ads Mmc
Air Group Mmc
Jcdecaux Azerbaijan Mmc
Kontur Reklam Mmc
İstanbul Reklam Market Mmc
Setline Mmc
Brand Media Group Mmc
Azreklam Mmc
Mediacity Mmc
Qizil Qələm Mmc

New Line Mmc
Artmood Agency Mmc
Cənub Reklam 12 Mmc
Reklam Layihə Mmc
Brg Mmc
D Group Mmc
Yolreklam servis Mmc
Azəravtoreklam Mmc
Admedia.Az Mmc
Project
Fleksibl Solutions
(Qlobus International
Grand Media
Nihat-2015 Mmc
Upmedia Mmc
Next Media

BƏZİ STATİSTİK GÖSTƏRİCİLƏR

► Azərbaycan Dövlət Reklam Agentliyinin 2019-cu ildə verdiyi hesabat

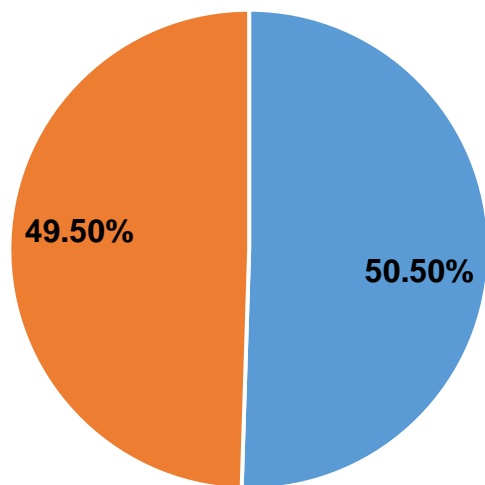
Ölkə üzrə açıq məkanda reklam yerləşdirilməsinə dair sahibkarlarla bağlanmış icazə müqavilələri əsasında 57494 reklam daşıyıcısına icazə sənədləri verilmişdir.



EFFEKTİVLİYİN ÖLÇÜLMƏSİ ÜÇÜN ƏHALİ ARASINDA SORĞU

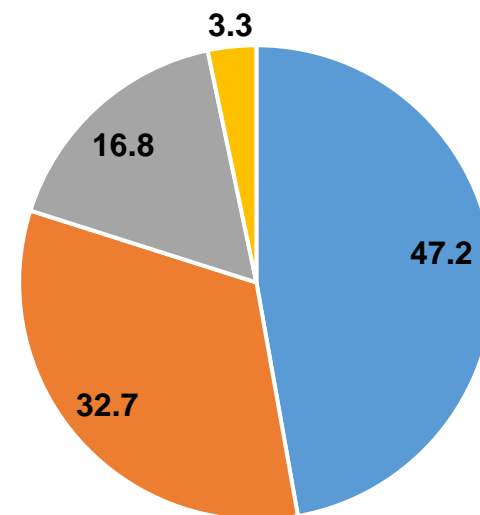
► Reklam növlərinin effektivliyinin ölçülməsi üzrə əhali arasında onlayn sorğu

Cins



■ Kadın ■ Kişi

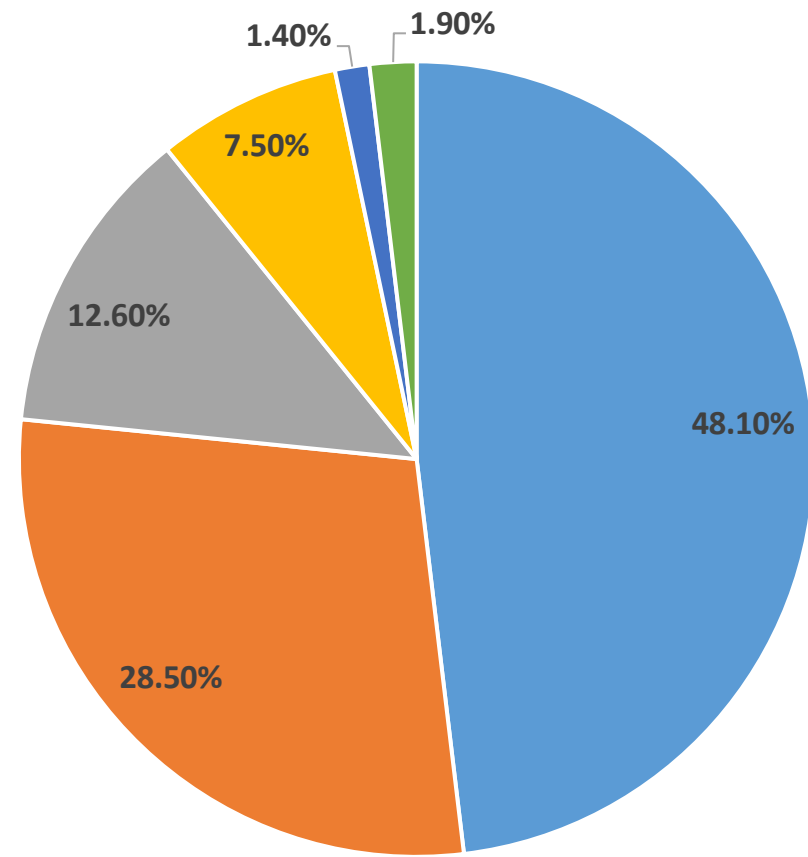
Yaş



■ 18-25 ■ 26-35 ■ 36-45 ■ 46-59 ■ 60+

▶ Reklam növlərinin effektivliyinin ölçülməsi üzrə əhali arasında onlayn sorğu

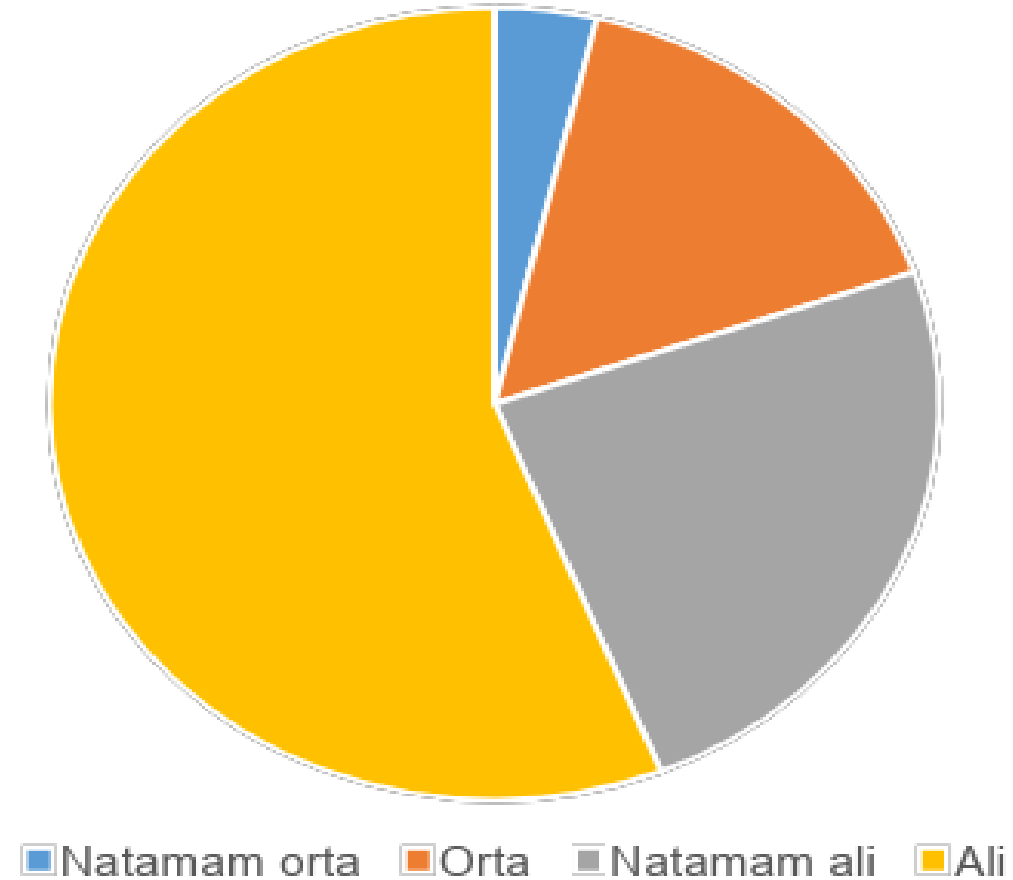
Təxmini aylıq orta gəlir



- >500 Azn
- 501-1000 Azn
- 1001-2000 Azn
- 2001-3000 Azn
- 3001-4000 Azn
- <4000 Azn

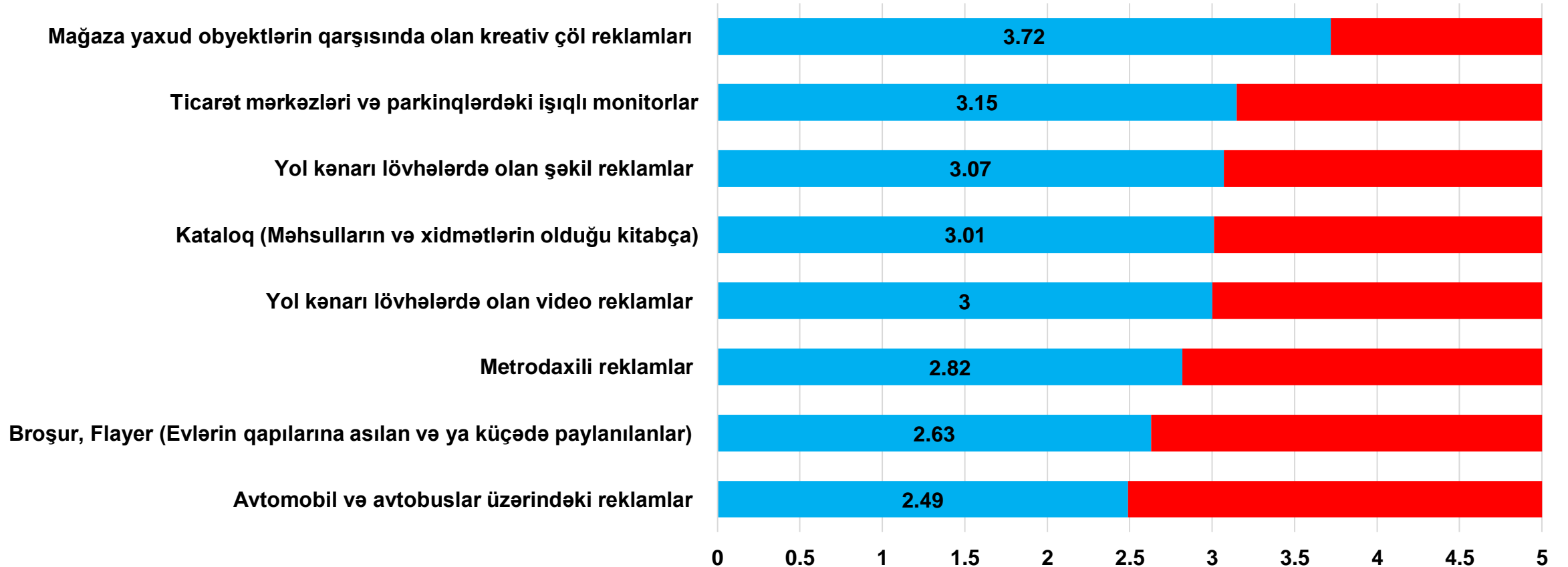
► Reklam növlərinin effektivliyinin ölçülməsi üzrə əhali arasında onlayn sorğu

Təhsil



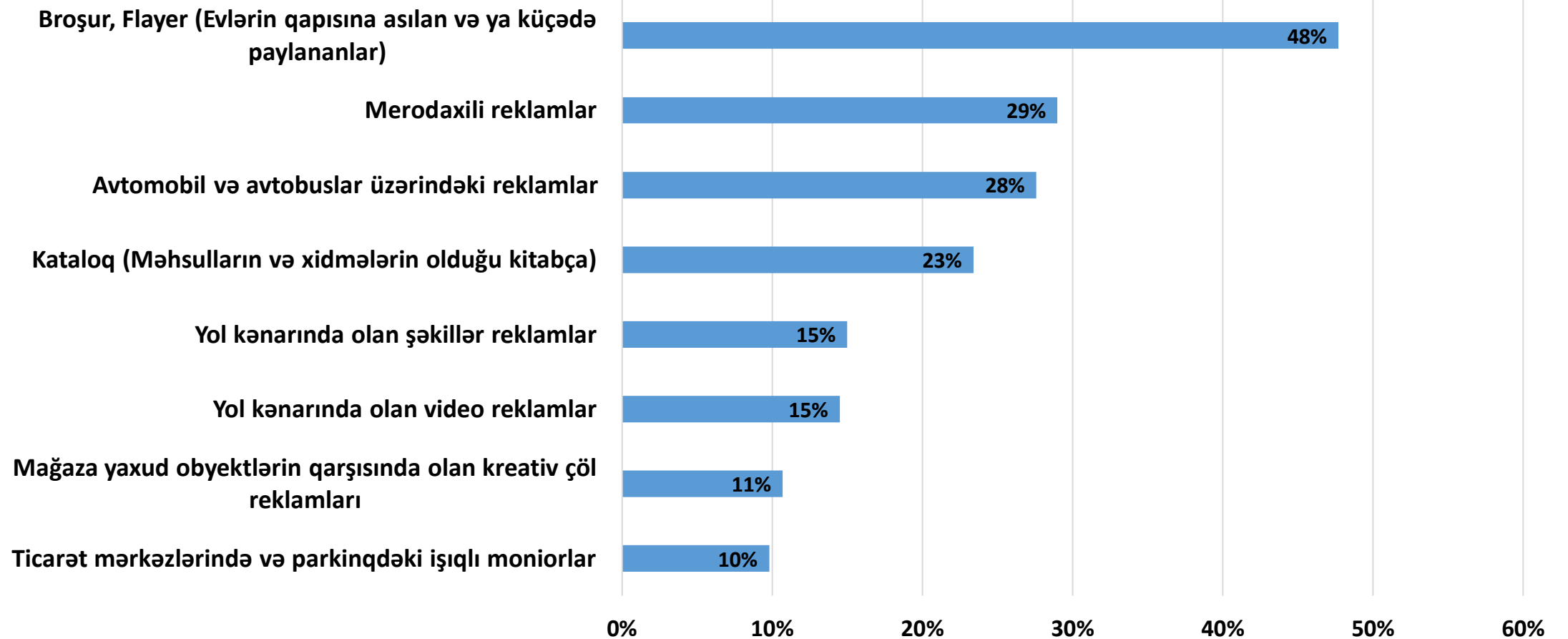
► Müştərilər üçün ən vacib amil məhsulun keyfiyyəti və ustanın təklifidir.

Hansı reklamlar daha çox diqqətinizi çəkir? Zəhmət olmasa 5 ballıq şkala ilə qiymətləndirin
(5 - Çox diqqətimi çəkir; 1 - Heç diqqətimi çəkmir)



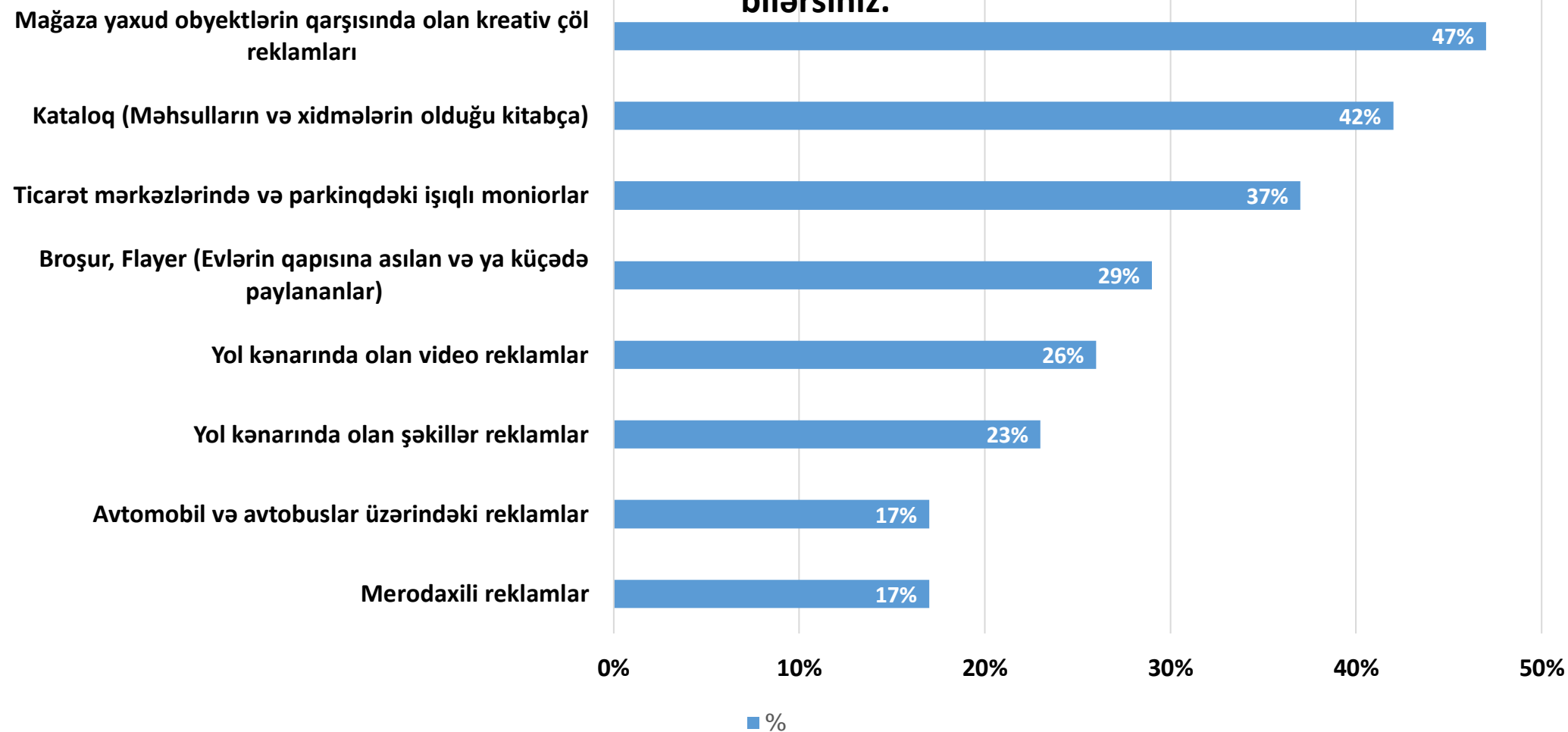
► Reklam növlərinin effektivliyinin ölçülməsi üzrə əhali arasında onlayn sorğu

Hansı reklamlar sizə bezdirici gəlir?



► Reklam növlərinin effektivliyinin ölçülməsi üzrə əhali arasında onlayn sorğu

Hansı reklamlar alıcılıq davranışlarınıza daha ciddi təsir edir? Bir neçə cavab işarələyə bilərsiniz.



MÜTƏXƏSSİS RƏYİ

► Mütəxəssis rəyi

Avadanlıqlar

Heç bir avadanlıq yerli istehsal deyil. Əsasən Çindən gətirilir. Hətta Türkiyədən gələn avadanlıqların da çoxu Çin istehsalıdır. Növbəti sırada Yaponiya, Türkiyə, Almaniya, İtaliya gəlir. Avadanlıqlar gücünə görə qiymətlərə bölünür. Daha bahalı işləri Rolland, Mimaki kimi avadanlıqlarla istehsal edirlər. Əsasən HP Latex, Docucolor, Xerox, Epson, Vutek, Durst, Muteh firmaları istifadə olunur. Zəif də olsa hazırda sektor üzrə lazım ola biləcək bütün avadanlıqlar var.

Ölkəyə gətiriləcək hər hansısa avadanlığı mütləq rəsmi dilerdən əldə etmək lazımdır. Qara bazarda keyfiyyətsiz zəmanəti olmayan xüsusilə Çin istehsalı xeyli avadanlıq var. Rəsmi dilerlər zəmanət şərtləri ilə verirlər.



► Mütəxəssis rəyi

Xammal

Xammal materialları da avadanlıq kimi demək olar ki, hər biri xaricdən gətirilir. Buraya avadanlıqların ehtiyat hissələrindən tutmuş, kağız materialı, boyalar və s. də daxildir. Mütəxəssislərin fikrincə ümumiyyətlə bazarda bu işlə məşğul olan şirkətlər zəif işləyirlər. Sifarişlər ya sabit keyfiyyətdə olmur, ya da zaman baxımından agentlikləri gecikdirirlər. Gömrük qaydalarının sadələşməsi sektorun canlanması üçün çox vacib amildir. Hələki agentliklər bu barədə xeyli çətinlik çəkirlər. Qiymətə də təsir edən bu kimi amillər sifarişləri xüsusilə Bakı şəhəri ilə sərhədləyir. Regionlarda vəziyyət ümumiyyətlə acınacaqlıdır. Sahənin inkişafında birbaşa regionların bu sahəyə maraqlı olması da mühüm rol oynayır.



► Mütəxəssis rəyi

Problemlər

Satış menecerləri adətən ustaları dinləmək istəmirlər. Onların rəyini almadan müştəriyə vaxt deyilir, bu proses çox vaxt təyin olunan vaxtdan gec tamamlanır. Belədə isə ustalar adətən tələsir və iş keyfiyyətsiz başa gəlir. Satış menecerləri işə götürülərkən xüsusilə onlara ustaların iş prinsipləri öyrədilməlidir.

Hər bir agentliyin adətən öz şablonları olur. Riskə və əlavə xərclərə getməmək üçün bu şablonları çox dəyişməzlər. Belədə də yeni ideyalar yaranmır, inkişaf ləngiyir.

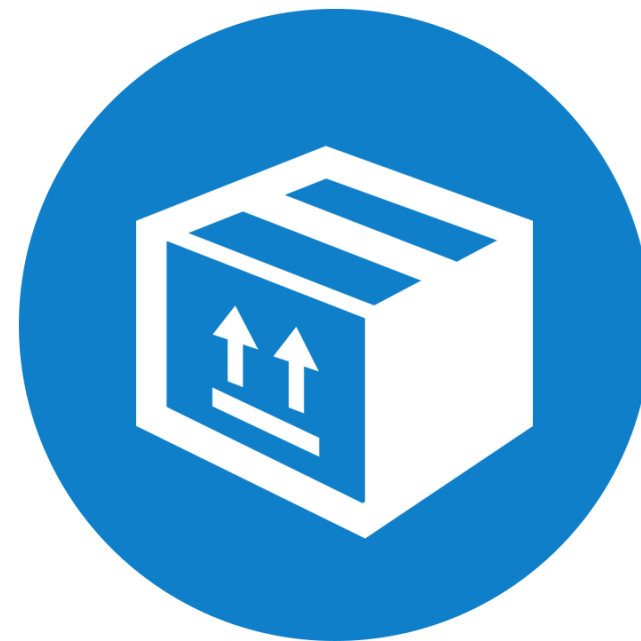
Müştərilər ideyaları bəyənsələr də büdcə ayırmırlar. Şirkətlərdə savadlı reklam mütəxəssisləri azdır.



► Mütəxəssis rəyi

Üstünlük verilən məhsullar

Yeni yaranan və kiçik şirkətlər əsasən promo, kiçik mətbəə məhsullarına önəm verirlər. Ümumilikdə xüsusilə işıqlı hərflər, billboard, buklet, vinil, banner və yol kənarı videolara müraciət edilir. Səbəbi bu məhsullardan daha tez geridönüş ala bilmələridir. Paket, kiçik mətbəə məhsulları illərdir əsasən eyni formalarda çap olunur. Hər hansı bir yenilik olmadığından və istehsalatda standart şablonlar üzərində işləndiyindən hər iki tərəfə ucuz başa gəlir.



► Mütəxəssis rəyi

Bazardakı əsas oyunçular

Mətbəə üzrə:

Şərq-Qərb, Maks Ofset (böyük layihələr)

Crea Time, Moon Group (nisbətən kiçik layihələr)

İstehsalat:

Maks Print, Admedia, Elcom, Vitam və Ideart

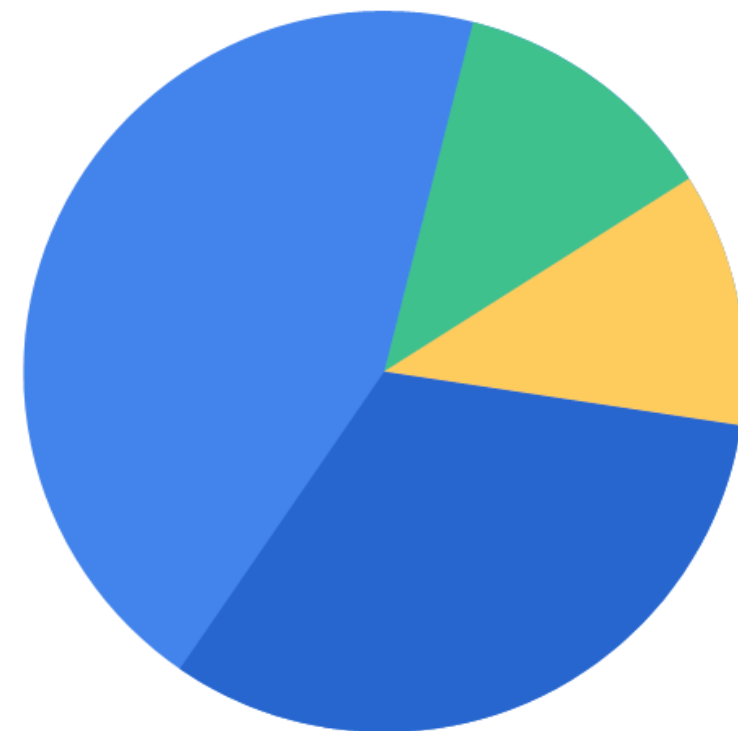
Bilboard:

Poster, Mirror, ADV, RMM

Yeni güclü oyunçular:

AirMedia, New Line, Innova

Times Consuling xüsusilə körpü üzərlərində və plazalarda reklamlarda əsas oyunçulardandır.



İMKANLAR

► Bazar imkanları

Paytaxtdan regionlara

Bazar araşdırması və mütəxəssislərin rəyinə əsasən deyə bilərik ki, bazar ötən illərlə müqayisədə böyüməklə yanaşı, rəqiblər də günü-gündən artır. Sahə olaraq yeni formalaşdığından yaranan agentliklərlə birgə bazardan çıxan oyunçular da çoxdur. Artıq qlobal bazarlar texnologiya vasitəsilə daha rahat izlənildiyinə görə tətbiqi də daha sürətlə gedir və bu da sektorun inkişafına müəyyən mənada təkan verir. Hələki xüsusilə paytaxt şəhərlə sərhədlənən sifarişlərin getdikcə regionalara da yayılacağı proqnozlaşdırılır. Xüsusilə də işğaldan azad olunan bölgələrin inkişafı həm həmin regiondda reklam kampaniyalarının yaradılmasına, həm də yol kənarı boyu bilbord satışlarına zəmin yaradacaq.



► Bazar imkanları

Avadanlıq istehsalı

Mütəxəssislərin fikrincə heç bir agentlik bunu açıqlamasa da bu da qaçınılmazdır ki, artq ölkədə çap avadanlıqlarının işləmə prinsipi və və hissələri öyrənilir. Gələcəkdə avadanlıq istehsal edib yerli agentlərə satışına başlanması proqnozlaşdırılır. Xüsusilə də xaricdən gətirilən aparatların həm öz qiymətinin baha olması, həm də gömrük xərclərinin sahibkarlara yaratdığı çətinlik istehsalat üçün açıq bazar şəraiti yaradır. Xüsusilə də ADRANın getdikcə bazara hakim olması bu addımın onlar tərəfindən atılacağı zərurətini yaradır. Bu sahədə mütəxəssislərlə danışmalı, istehsalçılar ciddi şəkildə araşdırılmalı və ilk addımları atmaq lazımdır. Qarşıdakı 3-4 il ərzində bazarda avadanlıq üzrə istehsalçı şirkətlərin adlarına rast gəlinəcək.



► Bazar imkanları

Güclü kadrlar

Xarici və daxili reklam çap texnologiyası qlobal bazarda olduqca geniş sahədir və Azərbaycan bu inkişafdan olduqca geri qalır. Son illər qlobal bazar daha intensiv izləndiyindən müəyyən mənada inkişaf var. Lakin kadr çatışmazlığı bu sahədə hər hansısa yeniliklərin olmasına, şirkətlərin açıq fərqlə irəli getməsinə mane olur. Olduqca çox sayda şablon, avadanlıq və ideyalar güclü kadrlar tərəfindən araşdırılmalı və qlobal nümunələri ölkəmizə gətirmələri üçün onlara şərait yaradılmalıdır. Hələ ki, ölkə reklam sahəsi bu mənada çox az yol keçib. Bu sahəyə güclü kadrlarla girəcək olan şirkət qısa zaman ərzində həm markalaşma həm də mövqelənmə baxımından yol qət edə bilər.

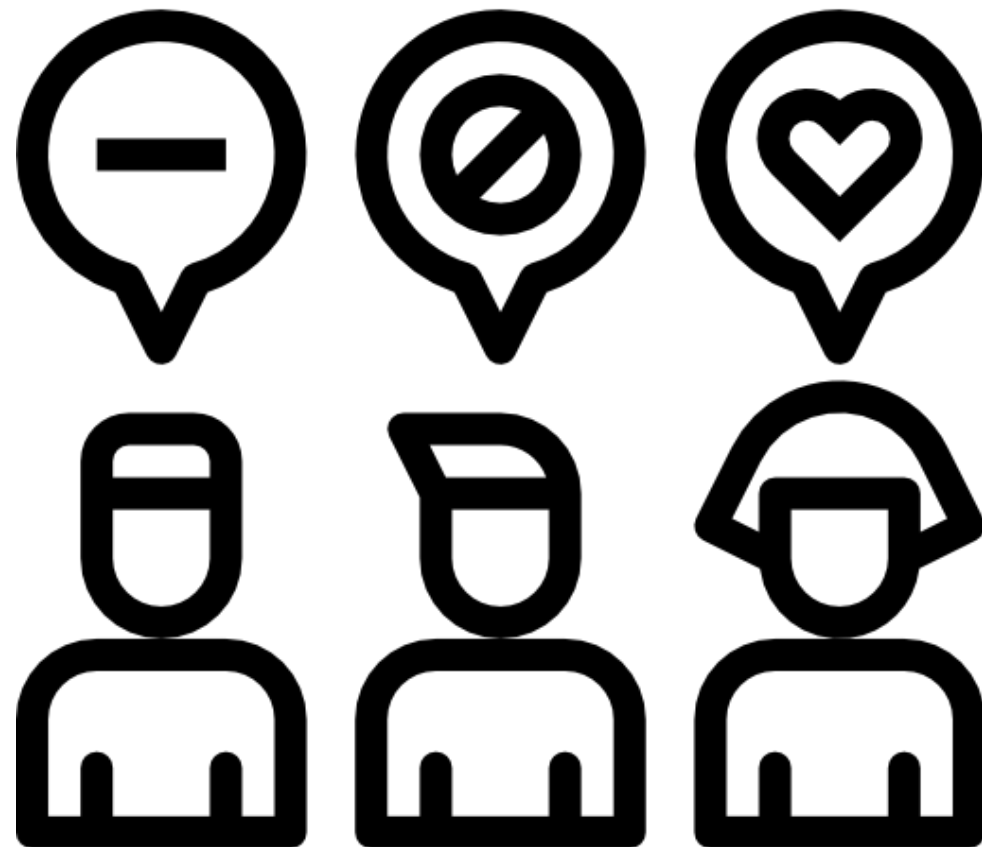


BAZARDAKI BOŞLUQLAR

► Bazardakı boşluqlar

Müştəri əlaqələri

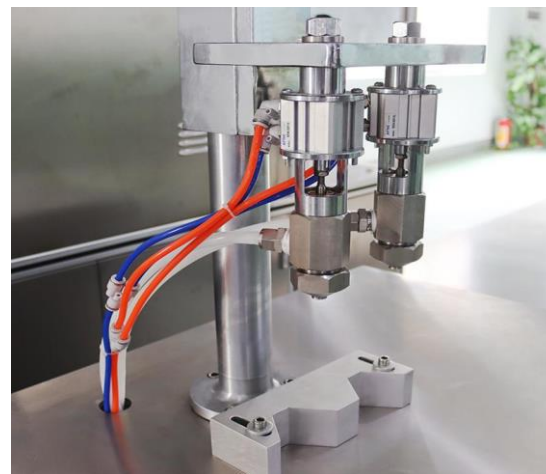
Müştərilərlə iş məsələsində bazarda böyük boşluqlar var. Yuxardakı bölmələrdə mütəxəssislərin də bildirdiyi kimi reklam istehsalçısı şirkətlərin güclü satış komandalarına ehtiyacı var. Bu əslində yeni yaranan şirkətlər üçün bir növ fürsət rolunu oynayır. Çünki müştəri şirkətlərin çox az hallarda daimi çalışdığı şirkətlər olur. Sürətlə dəyişən təcrübəsiz satış menecerləri, satış strukturunun olmaması, satış şöbəsi ilə istehsal şöbəsi arasındakı əlaqənin pozulması şirkətin həm imicini, həm də satış paylarını getdikcə aşağı salır. Bazarın hazırda güclü istehsalçı olmaqla yanaşı korporativ iş mühiti olan agentliklərə ehtiyacı var.



► Bazardakı boşluqlar

Avtoqoxu istehsalı

Hazırda ölkədə olmayan olduqca çox sayda yeni avadanlıq və şablonlar mövcuddur. Sadəcə hazırda həmin avadanlıqların istehsal etdiyi reklam növlərinə tələbat olmadığı üçün ümumiyyətlə agentliklər bu avadanlıqlar üçün müraciət etmirlər. Lakin mütəxəssis rəylərinə əsasən avtoqoxu istehsalı avanlığına artıq bazarda müəyyən bir tələbat var və bu aparat hazırda ölkədə yoxdur. Aparatın satış qiyməti 6500\$-dan başlayır.



► Bazardakı boşluqlar

Avadanlıq və xammal istehsalı

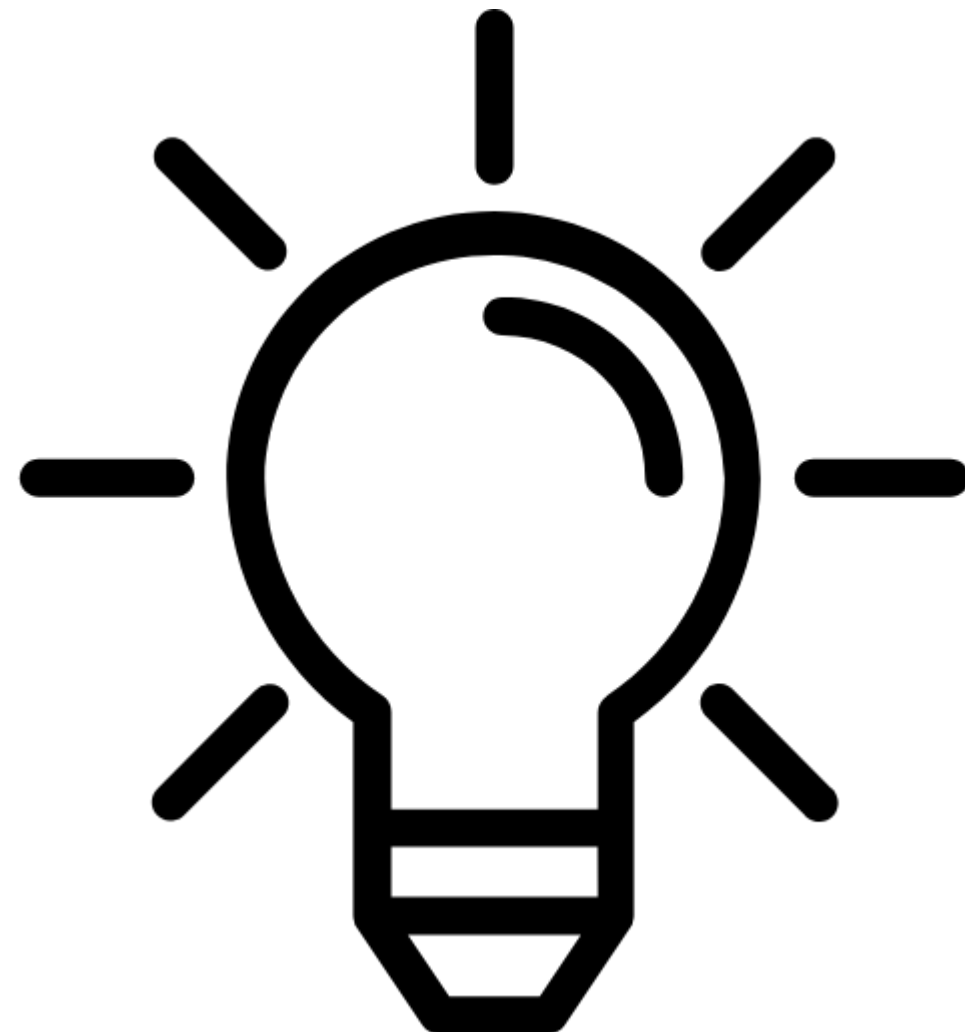
Hazırda bazarın ən böyük boşluğu xammal və avadanlıq istehsalı ilə bağlıdır. Bu boşluğu və kadr çatışmazlığını nəzərə alsaq agentliklər hətta gərəkli olduğu təqdirdə xarici ölkələrdən peşəkarları ölkəyə dəvət edərək istər xammal istərsə də avadanlığın yerli istehsalı ilə bağlı işlər görməlidirlər. avadanlıqların satış qiymətinin baha olması ilə yanaşı gömrük xərclərinin də bunun üzərinə əlavə edilməsi yerli istehsalata çox güclü təkan verir.



► Bazardakı boşluqlar

Standart şablonlar və standart təkliflər

Bazarda yeni fikir və yeni forma istehsalı ilə bağlı boşluqlar var. Bütün mütəxəssislər eyni fikri dilə gətirirlər. Agentliklər eyni təklif qovluğunu bütün şirkətlərə göndərirlər. Rəqiblər artdıqca şirkətlərə gələn təkliflər də artır. Artıq xüsusi təkliflər hazırlamaq vaxtıdır. Şablon formalardan kənara çıxmaq lazımdır. Misal gətirək: Ölkədəki şirkətlərin 90% nin paketləri eyni formalarla, eyni şriftlərlə istehsal olunur. Qlobal bazar izlənməli buna uyğun yeni bıçaqlar hazırlanmalı, maraqlı təkliflər hazırlanın şirkətlərə göndərməlidir. Artıq müştərilərə fərdi yanaşmaq lazımdır.



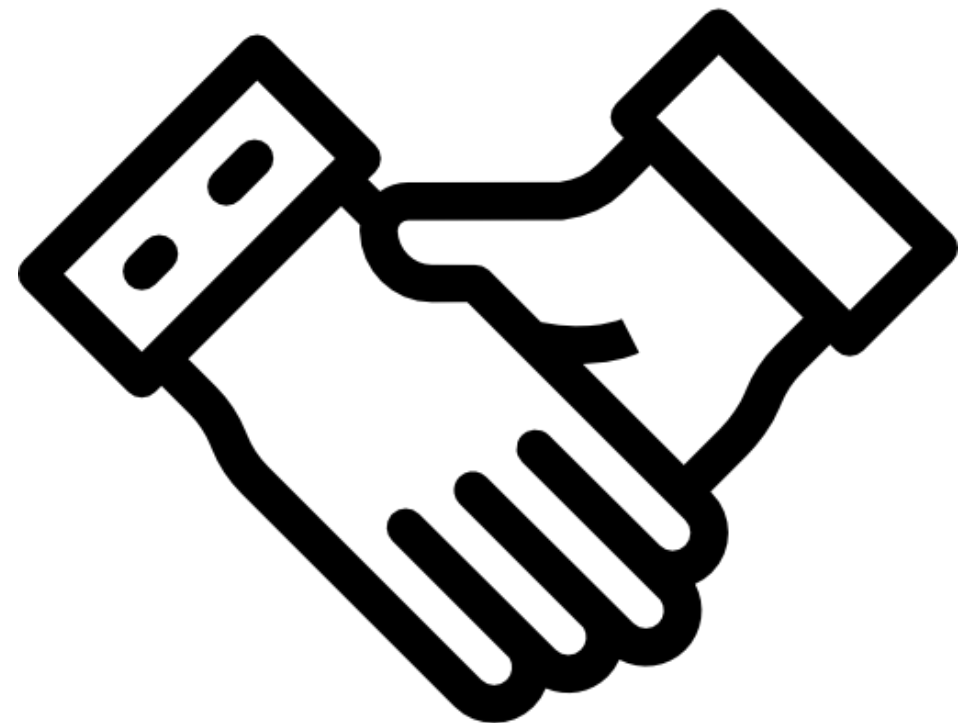
TƏKLİFLƏR

► Təkliflər

Sərfəli əlaqələr və iş birliyi

Bazarın qaydalarına əsasən yeni yaranan şirkətlər ən qısa zamanda bazardakı digər, xüsusilə böyük oyunçularla iş birliyinə keçir. Çünki gələn müştərilərin sifariş siyahısı adətən müxtəlif ölçü və avadanlıq tələb edən sifarişlər olur və müştəri bütün sifarişləri eyni vaxtda tələb edir.

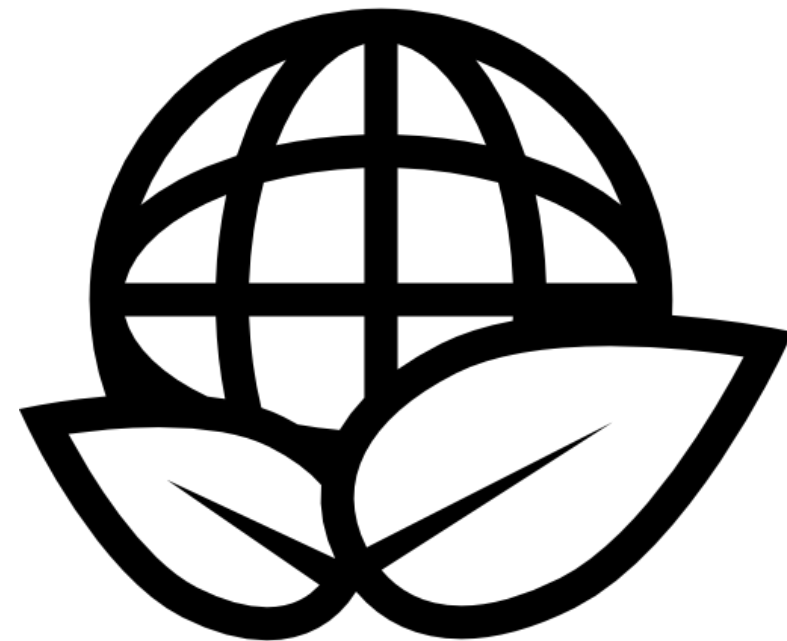
Mütəxəssislərin fikrincə bu problem hələ də davam edir. Müştərilər gördükləri xarici bazarlarda olan reklamları burda qısa bir zamanda həll edir. Agentlik həll yolunu tapıb məhsulu ortaya çıxarmaq üçün məcbur iş birliyinə getməlidir. Yerli bazar yeni formalaşdığından və çap avadanlıqlarının ölkəyə gətirilməsi baha olduğundan bir agentlik müştərilərin qarşısına tək başına çıxıb bilmir. Adətən böyüyən agentliklər sonradan kiçik agentlikləri avadanlıqları ilə birgə alıb özünə qatır. Böyümək üçün ilk öncə bazarda güclü əlaqələr qurmaq bu sahənin ən vacib şərtlərindəndir.



► Təkliflər

“Eko” istehsalat

Xarici və yerli bazarda getdikcə daha tez-tez eşitməyə başladığımız “Eko” anlayışı qarşıdakı illərdə reklam istehsalatına da ciddi təsir edə biləcək amillərdən biridir. Son dəfə ölkəmizdə polietilen paketlərdə xüsusi ölçü qanunu paket istehsalı şərtlərini və materialını dəyişməyə sövq etdi. Dünya bazarında şirkətlər artıq təbiətə zərər vurmayaacaq materiallar axtarışındadır. Bu proses paket istehsalı ilə hal-hazırda başlayıb. Bu kimi yeniliklər agentliyin özünə müştəri cəlb etməsi üçün də çox vacibdir.



► Təkliflər

Marketing və satış

Mütəxəssislərlə danışdığı zamanı məlum oldu ki, işin istər marketing, istərsə də satış tərəfində ciddi problemlər var. Satış problemi hər iki tərəfə aid edilə bilər. İstehsalçı şirkət satış menecerinə xüsusi önəm verməlidir. Bu probleme görə bazarda ciddi müştəri itkisi yaranır. Satış menecerinə keçirilən təlimdə ustalar mütləq iştirak etməli və satıcıları iş prinsipləri ilə yaxından tanış etməlidirlər. Satış menecerləri satdıqları istehsal məhsullarını tanıyırlar. Belə olduqda, müştəriyə çox vaxt və çox vəd verirlər. Məhz buna görə yerli bazarda şirkətlər agentlikləri tez-tez dəyişirlər.

İşin marketing tərəfində isə agentliklər artıq bir-neçə sifariş götürdükdən sonra rahatlaşıb yalnız işin icrası ilə məşğul olur. Markalaşmaq üçün heç bir cəhd etmir. Mütəxəssislər bildirirlər ki, getdikcə böyüyən bazar şərtlərində indiki şirkətlər bunun əziyyətini çəkəcəklər. Çünki yeni oyunçular bu mənada bazara daha innovativ, daha canlı girirlər. Xarici bazarda yaratdıqları fərqli şablonlarla diqqət çəkmək agentliklərin tez-tez müraciət etdiyi pr addımıdır. Yerli bazarda isə bu kimi hallara demək olar ki, rast gəlinmir.



► Təkliflər

İstehsal həcmi

Müştərilərin şikayətçi olduğu məsələlərdən biri də istehsal həcmi limitidir. Bu problem xüsusilə promo və mətbəə çap istehsalında yaranır. Artıq bir çox agentliklər problemin həlli yolunu axtarıb tapmağa çalışırlar. Xüsusilə loyall müştəriləri üçün çalışan kiçik şöbə və ayrıca mütəxəssis çalışdırırlar. İstənilən şirkətin böyük həcmli sifarişləri ilə yanaşı müntəzəm olaraq sayı az lakin vacib olan sifarişlərə də ehtiyacı olur. Belə də agentliklər bu sifarişləri gözardı edərək öz müştərilərini başqa bir agentliyə yönləndirirlər. Bu işə sadıq müştərinə itirməyə gətirib çıxara bilər. Hər kəsə olmasa da ən azından öz sadıq müştərilərinə bu xidməti agentliklər verə bilməlidir. Xarici bazar araşdırması da şirkətlərin buna getdiyini və bu mərhələnin əslində çox vacib olduğunu bildirir.



Diqqətiniz üçün təşəkkürlər!