

የንግድ ማስታወቂያዎች (Commercial Advertisement)

ልዩ ገጽታ

ከኔታቸው አሸኔ

እንደሚታወቀውም የውርስ ቃላት ሁሉ፣ በእንግሊዝኛ ቋንቋ “Commercial Advertisement” ወይም በአጭሩ አጠራር “Commercial” የሚለው የውጭ ቃል በአማርኛው “ የንግድ ማስታወቂያ በሚል ትርጉም በተለምዶ ይነገራል።

ሆኖም የንግድ ማስታወቂያ የሚለው ቃል አሻሚና አሳሳች የሆኑ ትርጓሜዎችን ያቀፈ ነው። የንግድ ማስታወቂያ ሲባል፣ የንግድ ድርጅትን ምስረታ ወይም ስያሜ ወይም የድርጅትን ምልክት፣ ወይም የንግድ ቤት አድራሻን ወዘተ... ለማሳወቅ የሚከናወኑ ድርጊቶችን አመላካች ሊሆን ይችላል። የዚህ ጽሑፍ መነሻና ትኩረት ግን፣ የንግድ ሥራ ምርትን ወይም አገልግሎትን፣ ለተጠቃሚዎችና ሽማግሌዎች ለሆኑና ሊሆኑ ለሚችሉ ደንበኞች፣ ስለምርታችን ወይም አገልግሎታችን ዓይነት/ይዘት፣ ሥራት/ጥራት፣ አጠቃቀምና (እንደአስፈላጊነቱ) ዋጋ የምንገልጽበት የማስተዋወቂያ ዘዴ ነው። ስለዚህም “Commercial Advertisement” ለሚለው ቃል በተቀራራቢ የንግድ ማስተዋወቂያ ቢባል የበለጠ ተግባራቱን የሚገልጽ በመሆኑ ይመረጣል።

የንግድ ማስታወቂያ የሚቀርብላቸው ዘዴዎች፡-

- 1. በጽሑፍ በሚታደል/በሚበተን ወረቀት (flyer) በተንጠልጣይ ጽሑፍ (overhead banner)፣ በመጽሔት/በጋዜጣ በንግድ ዳይሬክተሪ ወዘተ...
- 2. በንባብ (በሬዲዮ ፣ በስብሰባ ወይም መዝናኛ ቦታዎችንና በገበያ በመሳሰሉት ወዘተ...
- 3. በምስል ማስተላለፊያ ፣ በቴሌቪዥን ወይም በኢንተርኔት (Website)

ከዚህ በላይ የተጠቀሱት የማስተዋወቂያ ዘዴዎች አንዱ ከሌላው ሳይተናነስ እንደምርቱና አገልግሎቱ ዓይነት፣ እንደ ደንበኛው ስፋትና ግኝት፣ እያንዳንዱ ዘዴ የተለየ ክስተትና ውጤት እንደሚኖረው ይታመናል። ስለዚህም የትኛው ዘዴ ይበልጥ ለሚፈለገው ደንበኛ ዘልቆ ይደርሳል፣ የሚለው በውጤት ደረጃ (effectiveness) መገምገም ይኖርበታል።

ወደ ዋናው ርዕስ ስንመለስ የንግድ ማስታወቂያ በኢትዮጵያ እንዴት ተጀመረ ለሚለው ተጠቃሽ ጽሑፍ ባይገኝለትም፣ በግምት በአብዛኛው የአገሪቱ ቀደምት የንግድ ልውውጥ (ዕቃን በዕቃ የመለወጥ) (barter trade) ጋር በተያያዘ መልኩ እንደሆነ ይገመታል። በወቅቱ በደረጃትና በተለመዱ የመገበያዪ ቦታዎች በተወሰኑ የገበያ ቀናት በመገናኘት አንድ ዓይነት ዕቃ ወይም ምርት የላቸው ሰዎች በሚፈልጉት ሌላ ዓይነት ምርት ለመለወጥ ሲሹ፣ በገበያ ቦታ እየዞሩ ይለፍላሉ። ለምሳሌ ዳውላ ጤፍ ይዞ ማር የሚፈልገው ሰው፣ “ማር ያለህ በማኛ ጤፍ መለወጥ የምትሻ” ብሎ የራሱን ምርት/ሸቀጥ አሞካሽቶ ያቀርባል። ከጥንት አባት ነጋዴች አንደበት እንደሚነገረው ፣ ንግዱ እየደረጀና የመገበያዪ ገንዘብ በአገልግሎት ላይ በዋለበት ጊዜ የወቅቱ ነጋዴዎች ጥሩ አንደበት ባላቸው አሻሻሎች (በአሁኑ አጠራር ደላሎች) አሞካይነት ሸቀጦቻቸውን በገበያ መሀል ያናግሩ ነበር። በማስተዋወቅ የሚያሻሽሉትም ሰዎች (ደላሎች) በሚያስገኙት ውጤት መጠን ከነጋዴዎች ይከፈላቸው እንደነበር ይወሳል።

ይህ በጠባቡ ገበያ መሃል ይፈጸም የነበረ ሲሆን አሁን ባለንበት ሰፊ ድንበር ዘልል ንግድ ውስጥ የንግድ ማስታወቂያዎችን እንዴት እናያቸዋለን?

በመጀመሪያ ደረጃ የማስተዋወቂያ ዓላማዎች ስለምርቱ ወይም አገልግሎት በሚገባና በቀላል መንገድ መግለጫ ማቅረብ ሲሆን፣

- ሁለተኛ የምርቱን ወይም የአገልግሎቱን የተለየ ባህሪ ወይም የሚያስገኘውን ጥቅም መግለጽ፣
- ሦስተኛ የትና እንዴት እንደሚገኝ፣ መጠኑና ተገቢም ከሆነ ዋጋውን መግለጽ ናቸው።

ለምሳሌ ስለአንድ ቅባት መግለጽ ቢያስፈልግ

- ሀ) ከምንና ምን ቅመማት (Chemicals) እንደተቀየሩ/እንደተሠራ፣ መጠናቸውን ጭምር መግለጽ
- ለ) የተጠቀሱት የምርቱ ቅመማት (Chemicals) የተባለውን አገልግሎት እንዴት እንደሚያከናውኑ ወይም እንደሚረዱ በቤተ-ሙከራ ተጠንተው ያስገኙትን ጥቅም ጭምር መግለጽ
- ሐ) የሚከፋፈሉት /የሚሸጡበት ቦታዎች፣ ለሽያጭ የሚዘጋጁበት መጠን (packing size) እና ዋጋቸውን መግለጽ ናቸው።

የአገልግሎት ዘርፉንም ስንቃኝ በተመሳሳይ መልኩ፣

- ሀ) ምንና ምን የአገልግሎት ዘርፍ እንዳለው/እንደሚያከናውን፣
- ለ) ለደንበኞቹ የሚሰጠው የተለየ አገልግሎት ፣ ቅልጥፍና፣ እንክብካቤ ወይም ጥቅም፣
- ሐ) አገልግሎቱ የሚገኝበት ቦታ፣ የሚቻልም ከሆነ ለአገልግሎቱ የተተመነውን ዋጋ መግለጽ ያስፈልጋል።

የማስተዋወቂያውም ይዘት ያልተንዛዛ፣ ለዛ ባለው ቋንቋ ወይም ዘይቤ የተዋበ፣ ለተጠቃሚው ወይም አድማጭ በሚጥም ሁኔታና ዘዴ የቀረበ መሆን አለበት።

በዚህ ረገድ ከፍተኛ ጥንቃቄ የተሞላበት የአካባቢውን ባህልና ወግ የጠበቀ፣ ትክክለኛው ቃል ተፈላጊውን ተግባር የሚገልጽበት፣ የቃላት አመራረጥ ጥበብን የተካነ እንዲሆን ከማስተዋወቂያ ዝግጅቱ ይጠበቃል።

ለምሳሌ፣ ጭስ መውጫው ተቀዶ የሚሸከረከር መኪናን አስመልክቶ የቀረበው የማስተዋወቂያ ዘዴ ግሩምና የተሟላ የማስተዋወቂያ መልዕክትን የያዘ ሆኖ እናገኘዋለን።

- ሀ. መኪናው ከጭስ ማውጫ ብልሽት የተነሳ “ማጓራት” (ማጓራት የበሽታ ምልክት ነው)
- ለ. የአገልግሎቱን ቦታ በመጠቀም አሁን ገና ዘየደ የሚለውን ዘይቤ መጠቀም
- ሐ “በቀላል ዘዴ አሮጌውን አውልቆ አዲስ መተካት” በሚል መፍትሔውን መጠቀም

በአንጻሩ በወጭ አገር ተዘጋጅተው የሚመጡትን ማስተዋወቂያዎች በቀጥታ በመተርጎም፣ ወይም በማስታከክ የሚቀርቡ ለአንባቢውም ሆነ ለአዳማጩ ትንሽ ግራ የሚያጋቡ ይገኙበታል።

ለምሳሌ፣ The best “T” money can buy በትርጉም የቀረበው ገንዘብ ሊገዛው የሚችል እጅግ በጣም ጥሩ “T”

- Never Rush the Drink ተተርጉሞ የቀረበው “አጣጥመህ ጠጣ !” በሚል ነው።
- “በግሩም ጣዕሙ ለመርካት ረጋ ብሎ መጠጣት” ተብሎ ቢቀርብ ከትዕዛዛዊ አቀራረቡ ይመረጣል።

ሌላው አንድን የአገር ውስጥ የምርት ውጤት ለማስተዋወቅ ሲፈለግ ነጭ ቱታ የለበሰ የውጭ አገር ዜጋን (በተለምዶ ፈረንጅ ብለን የምንጠራቸውን) የማቀረቡ ልምድ የአገር ልጅ ባለሙያዎች እያሉ እንደሌሉ የሚያስመስል በመሆኑ ለገበያ መደለያ ሲባል በራስ ልጅ አለመተማመንን የሚያሳይና የሚያስገምት ሆኖ ይታያል።

በሌላ አጋጣሚ ደግሞ በንብረቱ ላይ ደረሰውን ቃጠሎ ለመቋቋም አቅም አጥቶ በኡኩታ የሚዋትተውን ደንበኛ አቅርቦ፣ “በቃጠሎ ለሚደርሰው ጥፋት ንብረትህን እተካለሁ” የሚለው አለኝታነት መቅረቡ ቢደገፍም ፣ ይህን አስደግፎ ደንበኛው የቃጠሎ መንስዔዎችን እንዲጠነቀቅባቸው ትምህርታዊ መግለጫ በሚሰጥ መልኩ ማስተዋወቂያው ቢቀርብ ምንኛ በበጀ ያሰኛል።

በአብዛኛው በአሁኑ ጊዜ ያለው የማስተዋወቂያ ሥራ በመጠኑም ቢሆን “ Professionalism” የጎደለው ይመስላል፤ የጽሑፍ አቅራቢው (script writer) አቀናባሪው (producer) እና ተዋናዩው (announcer/actor) እንደ የችሎታቸው የተለያዩ ባለሙያዎች ቢሆኑ ለሥራው ጥራት ይበጃል።

1

ስለምርቱ ወይም አገልግሎቱ የሚተላለፈው መልዕክት ትክክለኛ መግለጫን የያዘና በሚስብ መልክ ተዘጋጅቶ ተዋናዩም ተናጋሪውም ከምርቱ ቀረቤታ ያለው መሆን ይገባል።

ለምሳሌ፤ የከረሜላ ወይም የመስቲካ ወይም ተበጥብጦ የሚጠጣ መጠጥን አንድ አዛውንት ከሚያቀርቡት ይልቅ ፣ በብዛት የሚጠቀሙበት/የሚገዙት ወጣት ልጆች ቢያቀርቡት የበለጠ ተቀባይነት (effectiveness) ይኖረዋል።

በአጠቃላይ የንግድ ማስተዋወቂያዎች እና የአስተዋወቂያዎች የቁጥር እድገት ቢታይል፣ ከሙያ አንጻር ግን እራሱን የቻለ ጥናትና ጥበብ የሚጠይቅ መሆኑን በመገንዘብ የየድርጅቱን የማርኬቲንግ/ፕሮሞሽን ኃላፊዎች ትኩረት ሊሰጡት ይገባል፤ ምክንያቱም አዎንታዊ ውጤት ሲጠበቅ አሉታዊ ሁኔታ እንዳያጋጥም ያስጋናል።

¹ የጽሑፍ አቅራቢ ፣ ከአ.አ.ዩ በቢ.ቢ.ኤ. (በከፍተኛ ማዕረግ) ምሩቅ ሲሆን በስተርሊንግ ፕሮዳክትስ ኢንተርናሽናል በFinance Manager, New Products Manager እና General Manager በመሆን በድምሩ ለ15 ዓመታት አገልግሏል። በአሁኑ ጊዜ Gneral Cargo Trading የሚባል ድርጅት በማቋቋም ድርጅቱን በመምራት ላይ ይገኛል።