

ՀԱՅԱՎԵՐՆՈՐԴՅՈՒՆ՝ ՀԱԻՖԱՎՈՐ, ՆՄԱՏԱԿԱՅԻՆ ՈՒ ԻՆՎՈԼՈՒՄՆԵՐԻ ԱՅԱՐԴԵՐԸ ԽԱՆԱՋՈՒ ԳՈՎԱԳՈՒ

Դեռահասության ցրանում բատրի են փորձում կրել մորագություններ կունքները կամ հոր գոտին, ու ոչինչ, որ դրամ չափսի, ոճի անհամարախախանություն ունեն, փոխարենը կա համելի իննախարկամթ, թե իրեն հասունացել ու նկատելի լինելու այլ ոլորտներ են տեղափոխվել:

Նմանահամ իննախարկամթ կա նաև հայաստանյան գովազդային ուլկայում, որտեղ գովազդատում առաջնորդվում է «որդան աւա» ու համախ, այժման լավ» սկզբում: Բայց բայց ու ասելի հասցեագրման ճշգրտությամբ: Եվ գովազդատում քանի ու յնայում սեփական արտադրանակամ կամ ծառայության գովազդությունը կամ ծառայության գովազդությունը տեղադրելու հենց PRIME TIME-ում, առանց հաւայի առնելու, որ, ասեմ, լվացի փուլու կամ սպասի լվացման նյութերի տեսակով հետարկություն այլ ժամկի լի, որ նաև հետուստադիտությունը է: Շետեւարա, այդ սկզբումնով PRIME TIME-ում գովազդ տեղադրելու լավագույն դեմքում դատարկ կրակոց է, իսկ ավելի ծիս՝ հակառակ ազդեցության հիմք: Ինչդ վասար, վասարա, ասինկամ չէ գովազդատուի համար, ավելին՝ ֆինանսական կորուս է դատաձառնում: Մինչդեռ գովազդի ուլկայում խելամին վարկելու, ֆինանսական կորուսներից խուսիկելու եւ աշույր ավելացնելու հնարավորություն կա, անգամ կա այդ հարցում դրոֆեխնայ ծառայություն մատուցու կազմակերտություն Հայաստանում, անգանում է՝ «TV MR AM» ընկերություն: Միջազգային «AGB Nielsen MR» ընկերության դատաձառնական ներկայացուցիչն է Հայաստանում: Որդես հեռուստա եւ ասդիտերների գովազդատությունից հոգնած հայաստանարկամ՝ փորձեցին «TV MR AM»-ի գործադիր մասնակի համար բեզզարմանի դարձել, թե ո՞ւ ին ին եւ ինչդեն է աշխատում ընկերություն:

- Ո՞րն է ծեր դեկավարած ընկերության գործունեության նորածություն:

- Ամերիկացի մի գործարա՝ Զոն Վանդեմերի կերպ մի հակիմ ու դիլով խոսի է ասել: «Լավ գիտեմ, որ ին գովազդային գոմարների կեսը զու է ծախսվում, բայց թե որ կեսը՝ անհայտ է: Կարելի է ասել՝ մենի հենց այդ անհայտ են դարձում: Նորածությունը հեռուստատեսային, գովազդային ուլկան գարզացնելու ու հեռուստային վարկանիշի բարձրացնելու ու օգնություն տալու համար կազմակերտությունը է: Իսկ դա նույնական է, որ օգնություն են մարտական գովազդային այլեւ՝ ողջ հեռուստաբերների ուրակն ու արդյունավետությունը:

- Եվ որո՞նք են այն մերուներն ու գործիները, որոնցով իրականացնություն է վերոնշյալ նորածությունը:

- Եթե այս դարձ ծետու ասելու լինեն, աղա ողջ գործընթացն ունի հետեւալ հաջորդականություն՝ փիփլմեր, ընտանիք, ընկերություն, հեռուստաընկերություն: Սակայն սա գործընթացի ամբողջական դասեւը չէ: Նախ տեղական հարցում է կատարվում, որով ծետավորվում է ընտանիքների բոլոր շիմերը բնութագրող բազա, այնուհետեւ ընտվյան են նաև նախականից ընտանիքները, որոնց հեռուստացույցներին տեղադրվում է հեռակառավարման վահանակով փիփլմեր կոչվող սարքը: Այս ուլուգոյա աշխատելու հմագուրությունը ունի եւ արձանագրություն է, թե որվա ո՞ւ ժամկի ո՞ւ հեռուստադիտությամբ ո՞ւ հեռուստայինի ո՞ւ հաղորդաւառ է նայել: Տվյալներն ամենօրյա ուժինով վերլուծվում են ընկերության կողմից ու նոյն ամենօրյա ուժինով տրամադրվում են հեռուստաընկերություններին: Դիտակումները կատարվ են 4 արտեկամից բարձ բնակչության ցրանում:

- Եվ դա բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան, վերլուծելով մեր տրամադրած սվյաները, որոնցու սուբյեկտիվությունը ըստ եւլույն գրեթե բացական է աշխատելու մասին:

- Եվ բավական է հեռուստատեսության ու գովազդի ուլկական փոփոխման համար:

- Ոչ, իհարկե, ոչ: Գործի հաջորդ մասն աղբն յուրանցու հեռուստաընկերության անհիմքն է: Այդ նրան,

