

## «Արցախբանկ» ՓԲԸ Գովազդային քաղաքականություն

Բանկի գովազդային քաղաքականությունը մշակվում է Բանկի ռազմավարական և ընթացիկ նպատակներից ելնելով՝ հաշվի առնելով գովազդվող ծառայության կամ տվյալ շուկայի, սպառողական լսարանի առանձնահատկությունները: Բանկում գովազդման օբյեկտ է հանդիսանում՝

- Բանկն ամբողջությամբ (Բանկի առանձնահատկությունները, գրավչությունը, թափանցիկ գործելաոճը, գործունեության ուղղությունները և տարածքային ընդգրկվածությունը, մասնակցությունը երկրի տնտեսության, ֆինանսական ոլորտի զարգացմանը):

- Բանկի գործունեության ոլորտները, մատուցվող ծառայությունները /ներկայացվում են դրանց որակական նկարագրերը, առավելությունները, շահավետությունը, հարմարավետությունը /:

Մարքեթինգային քաղաքականության խնդիրներից և գովազդային քաղաքականության նպատակներից ելնելով՝ Բանկը կարող է գովազդային միջոցառումները զուգակցել PR-ի հետ, նաև իրականացնել գովազդային արշավներ՝ համադրելով գովազդի տեսակները և միջոցները:

Բանկը գովազդ կիրառելիս առաջնորդվում է հետևյալ սկզբունքներով.

-գովազդի իրականացում բարեխիղճ հիմունքներով՝ չխախտելով սպառողների իրավունքները,

-գովազդի հիմնական գաղափարի շեշտադրում՝ չծանրաբեռնելով գովազդի տեքստը ավելորդ մանրամասնություններով, հատուկ ուշադրություն դարձնելով գովազդի վերնագրին,

-գովազդում ոչ միայն անհատական, այլև սոցիալական շահերի ընդգծում,

-գովազդի միջոցով հրապարակվող տեղեկատվության արժանահավատություն և համահունչություն,

-գովազդի շփոթեցուցիչ, խրթին կամ մոլորեցնող լինելու՝ գովազդում երկար, առավել ևս արտասահմանյան բառերի և տերմինների օգտագործման բացառում. Բանկի կողմից ծառայությունների գովազդն իրականացվում է բացառապես գրական հայերենով, գովազդը մշակվում է այնպես, որ այն լինի հակիրճ և հասկանալի միջին ներկայացուցչական սպառողի համար,

-Բանկի գովազդային միջոցառումներում ապակողմնորոշող այնպիսի տեղեկությունների կամ այլ անձանց կողմից Բանկի վերաբերյալ կատարված հայտարարությունների բացառում, որոնք կարող են թյուր ենթադրության տեղիք տալ Բանկի ֆինանսական վիճակի, ֆինանսական շուկայում նրա զբաղեցրած դիրքի, հեղինակության, գործարար համբավի կամ իրավական կարգավիճակի վերաբերյալ,

-այլ բանկերի կողմից մատուցվող ծառայությունների, ինչպես նաև իրավաբանական և ֆիզիկական անձանց իրավունքների և դիրքի հետ անհարկի համեմատություններ պարունակող գովազդի բացառում:

Եթե գովազդն ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն պարունակում է որևէ սակագին և (կամ) ծառայության մասին տեղեկություն, ապա նման գովազդում ներկայացվում է նաև.

1) Բանկի կայքի հասցեն,

2) Բանկի հետ հաղորդակցման տվյալները (հեռախոսահամար, էլեկտրոնային հասցե):

Բանկի կողմից իրականացվող գովազդը բացառում է գովազդվող ծառայության անճշտության, անորոշության, չափազանցության կամ թերներկայացման միջոցով

գովազդելը կամ նման միջոցներով Բանկի կամ գովազդվող ծառայության նկատմամբ սպառողի վերաբերմունքի վրա ազդեցություն գործելը:

Գովազդում առկա անվանումները, տեքստերը, հղումները, կանխատեսումները, բնութագրումը կամ գովասանքը, ծառայության վերաբերյալ հատուկ տեղեկությունները և նախազգուշացումները ներկայացվում են հստակ և հասկանալի՝ բացառելով գովազդի բովանդակության, դիզայնի, կառուցվածքի կամ ներկայացման միջոցով քողարկված բովանդակությամբ տեղեկատվության փոխանցումը սպառողին:

Գովազդում առկա տողատակի ծանոթագրությունները կամ մանր շարվածքով տեքստերը ընթեռնելի լինելու համար ներկայացվում են բավարար մեծությամբ: Այդպիսիք առկա լինելու դեպքում հղում է կատարվում համապատասխան աղբյուրին՝ մանրամասներին ծանոթանալու համար:

Գովազդում մեկից ավելի ծառայություններ ներկայացնելու դեպքում հստակորեն տարանջատվում են յուրաքանչյուր ծառայության տարբեր հատկանիշներն այնպես, որ սպառողը կարողանա ծառայությունները հստակ տարբերակել միմյանցից:

Բանկի կողմից իրականացվող սպառողական կրեդիտավորման վերաբերյալ որևէ գովազդ, հայտարարություն, առաջարկ, օֆերտա կամ օֆերտա անելու հրավեր, որը կատարվում է Բանկի գործունեության վայրում կամ Բանկի ինտերնետային կայքում կամ զանգվածային տեղեկատվության էլեկտրոնային կամ տպագիր միջոցներով կամ գովազդի, հայտարարության, առաջարկի կամ օֆերտայի տարածման այլ եղանակով, և որը պարունակում է տոկոսների չափի կամ կրեդիտի տրամադրման վերաբերյալ որևէ այլ վճարի կամ ծախսի վերաբերյալ նշում, ներառում է նաև տարեկան տոկոսադրույքի չափը, ընդ որում, այն դեպքում, երբ հնարավոր չէ սպառողների համար ողջամիտ ձևով հասու դարձնել տարեկան փաստացի տոկոսադրույքի չափը, ներկայացվում է դրա հաշվարկման օրինակը:

Բանկի կողմից իրականացվող ավանդների ներգրավման վերաբերյալ որևէ գովազդ, հայտարարություն, առաջարկ կամ օֆերտա կամ օֆերտա անելու հրավեր, որը նշում է պարունակում ավանդի դիմաց վճարվող որոշակի տոկոսադրույքի, եկամտաբերության կամ որևէ այլ հատուցման չափի մասին, ներառում է նաև «Բանկային ավանդների ներգրավման մասին» ՀՀ օրենքով պահանջվող տեղեկատվությունը:

Բանկը գովազդային քաղաքականության իրականացման ժամանակ կիրառում է գովազդի հետևյալ տեսակները.

**Ապրանքային գովազդ՝** գովազդային տարբեր միջոցների կիրառմամբ Բանկի կողմից առաջարկվող ծառայությունների, դրանց բնութագրերի, առավելությունների մասին տեղեկացում հանրությանը՝ հնարավոր սպառողին մշտական հաճախորդ դարձնելու նպատակով:

**Վարկանշային /իմիջային/ գովազդ՝** Բանկի հասարակայնության հետ կապերի բաղկացուցիչ մաս, նպատակաուղղված հանրության /պոտենցիալ հաճախորդների/ շրջանում ձևավորելու Բանկի գործունեության առանձնահատկությունների, համբավի վերաբերյալ որոշակի պատկերացումներ, Բանկի նկատմամբ դրական տրամադրվածություն, նպաստելով Բանկի վարկանիշի բարձրացմանը ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին շուկայում՝ չիրապարակելով բանկային և առևտրային գաղտնիք կազմող տեղեկություններ:

**Տեղեկատվական գովազդ՝** նոր ծառայությունների շուկա դուրսբերման, մատուցվող ծառայությունների պայմաններում փոփոխությունների, արդեն ձևավորված ծառայությունների նկատմամբ որոշակի պահանջարկի խթանման, ինչպես նաև այլ նպատակներով Բանկում լայնորեն կիրառվող և պարբերական բնույթ կրող միջոց:

**Նպատակային գովազդ՝** Բանկի հանրության հետ փոխառնչվող՝ թափուր աշխատատեղերը համալրելու, որոշ ծառայությունների, աշխատանքների իրականացման համար Բանկի կողմից հրապարակային մրցույթներ /տենդերներ/ և այլ միջոցառումներ կազմակերպելու և իրականացնելու ձևաչափ:

**Հեռուստագովազդ՝** կիրառվում է, հաշվի առնելով լայն լսարանի առկայությունը, օպերատիվությունը, հաճախորդին գրավելու ավելի մեծ հնարավորությունների առկայությունը:

Բանկի կողմից հեռուստագովազդը հիմնականում իրականացվում է գովազդային հոլովակների, հեռուստատեսային հայտարարությունների և հատուկ հեռուստահաղորդումների միջոցով:

**Ռադիոգովազդ՝** կախված բովանդակությունից և հետապնդող նպատակից, կիրառվում է ինչպես ռադիոկայաններում գովազդային հոլովակների, ռադիոհաղորդումների, այնպես էլ նպատակային ռադիոհայտարարությունների միջոցով գովազդը:

**Տպագիր գովազդ (գովազդ մամուլում, տեղեկագրերում, Բանկի հրապարակումներում)՝** իրականացվում է լրատվական գործակալությունների հետ համագործակցելով, գնահատելով թերթերի, ամսագրերի տպաքանակը, ընթերցողների կազմը, մասնագիտական ուղղվածությունը, վարկանիշը:

**Արտաքին գովազդ՝** պոտենցիալ հաճախորդի ուշադրությունը գրավելու և վարկանիշի (իմիջի) ձևավորման կարևոր գործիք:

Բանկը, որպես արտաքին գովազդի կրիչ, կիրառում է գովազդային պաստառներ, վահանակներ (այդ թվում՝ լուսային (light box)), հայտարարությունների ցուցատախտակներ՝ Բանկի մասնաշենքերում և մերձակա տարածքներում՝ հաշվի առնելով տվյալ գովազդի խնդիրները և տվյալ տարածքում նպատակային լսարանի հոսքը:

**Ինտերնետային գովազդ՝** Բանկի ինտերնետային գովազդը տեղադրվում է Բանկի պաշտոնական կայքէջում: Բացի դրանից, Բանկի ինտերնետային գովազդը, Բանկի վերաբերյալ տեղեկատվությունը կամ պարզապես Բանկի ապրանքանիշը կարող է տեղադրվել նաև ինստիտուցիոնալ և ոչ ինստիտուցիոնալ (լրատվական, տեղեկատվական, ժամանցային, սոցիալական և այլն) ինտերնետային կայքէջերում՝ գովազդի խնդիրներից ելնելով՝ հաշվի առնելով կայքի քարոզչության ոլորտը, ուղղվածությունը, այցելուների թիվը, գնային քաղաքականությունը և այլ հանգամանքներ:

Բանկը հրապարակում և պարբերաբար իրականացնում է տեղադրված ինֆորմացիայի թարմացումներ՝ ղեկավարվելով «Գովազդի մասին» ՀՀ/ԼՂՀ, «Սպառողական կրեդիտավորման մասին», «Բանկային ավանդների ներգրավման մասին» ՀՀ օրենքների, «Բանկերի, վարկային կազմակերպությունների, ապահովագրական ընկերությունների, ապահովագրական բրոքերների, ներդրումային ընկերությունների, ներդրումային ֆոնդերի կառավարիչների, Կենտրոնական դեպոզիտարիայի և դրամական փոխանցումներ իրականացնող վճարահաշվարկային կազմակերպությունների կողմից տեղեկությունների հրապարակումը» Կանոնակարգ 8/03-ի, «Բանկերի ներքին հսկողության իրականացման նվազագույն պայմանները» կանոնակարգ 4-ի պահանջներով, Քաղաքականությամբ և Բանկի այլ ներքին իրավական ակտերով:

**Գովազդի այլ եղանակներ՝** Բանկը կարող է կիրառել նաև գովազդի այլընտրանքային եղանակներ՝ տրանսպորտային գովազդ, «sms»-հաղորդագրությունների, էլեկտրոնային

փոստի և այլ միջոցներով ինֆորմացիայի տարածում առկա և պոտենցիալ հաճախորդների շրջանում:

Բանկը կարող է կիրառել նաև հեռախոսազանգերի միջոցով նոր ծառայությունների վերաբերյալ Բանկի մշտական հաճախորդներին տեղեկացնելու եղանակը:

Բանկը մարքեթինգային նպատակների իրագործման արդյունավետության ապահովման նպատակով գովազդային միջոցառումները կարող է զուգակցել PR արշավների իրականացման հետ՝ կիրառելով PR-ի հետևյալ գործիքները.

- Հասարակական կյանքին մասնակցություն (հովանավորչություն, բարեգործության իրականացում),

- Բանկին նույնականացնող տարբեր միջոցների (Բանկի կորպորատիվ ոճին համապատասխան այցեքարտերի, աշխատողների հագուստի, շենքի ներքին հարդարանքի և այլնի) կիրառում,

- Բանկի ներքին իրավական ակտերով սահմանված շրջանակներում Բանկի գործունեության վերաբերյալ հասարակությանը իրազեկում:

- Սպառողների նպատակային սեգմենտին ուղղված կազմակերպվող տարբեր սեմինարներին, ցուցահանդեսներին մասնակցություն:

Կախված մարքեթինգային անհրաժեշտությունից և շուկայում տիրող իրավիճակից՝ Բանկը կարող է իրականացնել նաև **կարճաժամկետ իրացման խթանման միջոցառումներ** (BTL ակցիաներ. պրոմո-ակցիա, event-մարքեթինգ, վիզուալ կոմունիկացիաներ, հաճախորդներին խթանման ծրագրեր), որոնք կիրառվում են գովազդային միջոցառումների արդյունավետության բարձրացման, Բանկի ծառայությունների նկատմամբ պահանջարկի խթանման, ծառայությունների վաճառքի խրախուսման համար: