

Marketing Direktor - Azərbaycanda

Bugün Xəzər TV-də Aktual Xəbər verilişinə məni qonaq olaraq dəvət etmişdilər. Mövzu Azərbaycanda marketingin vəziyyəti edi və söhbətimiz Marketing Direktoru vəzifəsi haqda oldu. Nədir bu vəzifə, hansı xarakterləri özündə birləşdirməlidir və s. kimi suallar verildi. Mövzu çox uzundur və hal-hazırda ezamiyyədə olduğum üçün bu haqda düşüncələrimi Sizlərə qıscaca tezislər kimi çatdıracam. Tezislərə keçməzdən əvvəl qeyd etməliyəm ki, [marketoloq dostumuzun](#) yazdığı fikirlərlə qismən razı olsamda qeyd etməliyəm ki, marketing Azərbaycanda inkişaf dövrünü yaşayır. Əgər bir vaxtlar Azərbaycanlı sahibkarlar marketingin faydası haqqında tam məlumatlı deyidilərsə, bugün artıq, marketingin sadəcə reklam və satışın stimullaşdırılması olmadığını qəbul edirlər. Təbii ki, bizim marketing Türkiyə, Amerika və ya Avropa ölkələrindəki səviyyədən xeyli geri qalır, lakin vacib məsələ budur ki bu istiqamətdə inkişaf hiss edilir.

Uğurlu marketing direktoru olmaq şərtləri. Marketing direktoru muasir dövrdə ən çətin vəzifələrdən biridir. Təsadüfi deyil, ki marketing direktorunun şirkətdə ortalama qalma müddəti cəmi 16-18 aydır. Bu baxımdan marketing direktoru digər vəzifələrlə müqayisədə öz üzərində daha çox işləməli, yeniliyə daim açıq olmalıdır. Düşünürəm ki, marketing direktoru: yenilikçi, dünyada baş verən proseslərə maraqlı və ən əsası zəhmətkeş olmalıdır. Marketing elə bir sahədir ki, burada öz üzərində daim işləmək tələb olunur, marketing direktoru daim oxumalı və öz bazar dəyərini artırmalıdır. Belə olmasa nə marketoloqun özü, nədə onun fəaliyyət göstərdiyi şirkət bazarda rəqabət mübarizəsində qalib gələ bilməz.

Marketoloq olmaq üçün nə vacibdir, ixtisas bilikləri və ya təcrübə? Marketoloq əlbətdəki nəzəri biliklərə hakim

olmalıdır. Şirkətdə marketinqi təşkil etmək üçün marketinq sahəsində istər nəzəri istərsədə praktik bilik çox vacibdir. Lakin uğurlu marketoloq olmaq üçün sadəcə nəzəri biliklər kifayət deyildir. Bu yaxında Unilever şirkətinin marketinq direktoru çox maraqlı bir araşdırma nəticələri barədə mənə məlumat verdi, marketoloqun uğuruna təsir edən amillərin təsirlik dərəcəsinə görə: 60% marketinq praktikasını, 25% networking (sektorda olan şəxsi tanışlıqlar) və cəmi 15% teoritik biliklərdən asılıdır.

Gənc marketoloqlara məsləhət. Marketinq Azərbaycanda inkişaf edən bir peşəsidir və bu istiqamətdə ixtisaslaşmış kadrlara ehtiyac gündən-günə artır. Gənc marketoloqlara ən başlıca tövsiyəm ixtisas biliklərini artırmaqdır, öz üzərlərində ciddi işləməli və ən əsası başa düşməlidirlər ki, marketinq yalnız reklam deyil, marketinq strateji düşüncə tərzidir.

Düşünürəm ki, Azərbaycanda Marketinq Direktoru vəzifəsi ən çox ehtiyac olan vəzifələrin başında durur və bu istiqamətdə kvalifikasiyalı kadrlara həqiqətəndə ehtiyac var.

Oxşar yazı: [Marketinq funksiyaları](#)