

# Sosial şəbəkələr - marketingin güclü silahı

21-ci əsr internet, informasiya kommunikasiyaları əsridir və təbii olaraq bu tendensiya özünü müştərilərlə ünsiyyət vasitəsi kimi də əks etdirir. İnternetin inkişafı tendensiyası bütün dünyada olduğu kimi Azərbaycanda da son dərəcə dinamik şəkildə hiss edilir. Bu yazıda mən Sizlərə internetdə aparılan reklam kampaniyaları barədə müəyyən məlumatlar verməyə çalışacağam.

İnternetin bugün bizim həyatımızda hansı yeri tutduğu barədə Statistik rəqəmlərə nəzər salaq. Hal-hazırda 2,34 mlr. insan onlayn rejimdədir və maraqlı məqəm burdadır ki, bu istifadəçilərin 70% -i hər gün ortalama 2,9 mlr. e-mail göndərir. Təbii ki, buraya müxtəlif spamlar da daxildir. 2010-cu ildə HP kommunikasiya Qrupunun verdiyi məlumata görə, hər bir dəqiqədə ən böyük sosial şəbəkə olan facebook-a 18 mln. adam daxil olur. Təbii olaraq sadalanan Statistikalər bir daha sübut edir ki, internet, şirkətlərin müştərilərə vermək istədiyi informasiyanı ötürəcək əsas kanallardan biri və hətta birincisinə çevrilir. Ümumilikdə sosial şəbəkələrin ilk yaradıcısı və hal-hazırda dünyanın ən böyük sosial şəbəkəsi facebook hesab edilir. Facebook fenomeninin arxasında 740 mln. aktiv üzv, 2,8 mlr şəxsi foto şəkil və əlbətdəki ayda 35 mlr. çox şərh dayanır. Maraqlı məqam burasındadır ki, facebook sosial şəbəkəsi öz inkişaf tempinə görə dünyada görünməyən templərə sahibdir. Əgər radio 50 mln. auditoriyaya 18 ilə, televiziya 13 ilə, internet 4 ilə çatmışdırsa, Facebook yarandığı gündən 6 ay sonra artıq 50 mln. daimi üzvü var idi!

Təbii olaraq internetə və sosial şəbəkələrə maraq Azərbaycandada son dərəcə böyükdür. Bugün Azərbaycan əhəlisinin internetlə əhatə dərəcəsi cəmi 44% təşkil edirsə də, bu rəqəm gündən-günə yüksək templərlə artır. Müqayisə üçün qeyd edək ki, əgər 2010-cu ildə internet istifadəçisinin sayı

3,7 mln. təşkil edirsə, 2009-cu ildə bu rəqəm cəmi 2,5 mln. təşkil edirdi, bu da internet istifadəçilərinin 1,5 dəfə çoxaldığından xəbər verir. Təbii olaraq 2011-ci ildə bu rəqəm daha da böyükdür. Ekspertlərin rəyinə görə 2015-ci ildə Azərbaycan əhalisinin internetlə əhatə olunma səviyyəsi 80%-i ötəcəkdir. Xarici ölkələrdən fərqli olaraq Azərbaycan istehlakçısının ən çox istifadə etdiyi sosial şəbəkələr rus dilli internet səhifələrdir ki, bunun da əsas səbəbi Azərbaycanda rus dilli auditoriyanın hələ də çoxluq təşkil etməsidir. Bugünkü vəziyyətə görə Azərbaycanda sosial şəbəkələrin vəziyyəti aşağıdakı kimidir:

№	Saytın adı	Istifadəçi sayı	İnternet istifadəçilərində %	Ümumi əhalidə %
1	Мой мир	785000	22%	9%
2	Facebook	472000	12,8%	5,7%
3	Odnoklassniki	485000	13,1%	5,8%
4	Vkontakte, LinkedIn və s.	160000	4,3%	0,8%

Burada "Moy Mir" sosial şəbəkəsinin əhali arasında belə yüksək istifadəçi sayının olması bir-başa olaraq mail.ru saytınının digər funksiyaları ilə bağlıdır. Başqa sözlə desək əgər internet istifadəçisi facebook yalnız sosial şəbəkə olaraq istifadə edərsə, moy mirdə qeydiyyatdan keçmək, mai.ru-a email olan kimi avtomatik həyata keçir ki, buda konkret saytın istifadəçi sayını artırır.

Göründüyü kimi internet reklam informasiyalarını ötürmək üçün əsas vasitələrdən biridir. İnternetdə reklam yerləşdirmənin digər üstün cəhətlərindən biridə TV və digər reklam daşıyıcılarından fərqli olaraq sosial şəbəkələrdən əldə edilən məlumatlara istehlakçıların inam faizi son dərəcə yüksək olmasıdır. Təsədüfi deyil PG kimi dünyanın ən iri reklam verən şirkətinin Marketing Direktorunu Mark Pritçardın sözlərinə

görə reklam sənayesi özünü bötüvlükdə sosial-medianın üzərində qurmalıdır, çünki insanlar artıq adi televiziya və küçə reklamlarından bezmiş vəziyyətdədirlər.

Təbii ki, eyni tendensiya Azərbaycanda da davam edir. Təcrübəmdə Azərbaycan istehlakçısının hansı mənbələrə əhəmiyyət verməsini təyin etmək üçün geniş araşdırmalar olmuşdur. Nəticələrə görə Azərbaycan əhalisinin yalnız 18% TV və radio reklamlarına inanır, ki bu rəqəmlərdə sosial medianın hal-hazırda nəqədər əhəmiyyətli olduğunu sübut edir. Bəs sosial-mediada məhsulu (və ya xidməti) necə reklam etmək olar? Uğurlu internet-reklamının formulu mövcuddurmu? Aşağıda yazılanlarla biz suallara cavab tapmağa çalışacağıq.

İstənilən reklam kampaniyası ümumi olaraq 6 əsas addımdan ibarətdir. Bu prinsipləri ardıcıl olaraq nəzərdən keçirək.

**Birinci addım: Hədəf kütlənin təyin edilməsi.** İnternet reklam hazırlamamışdan qabaq biz konkret olaraq bu reklamları kimə ünvanladığınızı təyin etməliyik. Hansı istehlakçı diliminə biz xitab etmək istəyirik? (sadiq müştərilərimizə, rəqib müştərilərinə, yeni istehlakçılara və s.) Hal-hazırda bu kütlə nə alır? Bu hədəf kütlənin xarakteri (təsviri). Bu addımdan bizim reklamın qrafik dizaynı, hansı internet istifadəçilərinə xitab etmək lazım olduğu aydın şəkildə təyin ediləcək.

**İkinci addım: Hədəflərin qoyulması.** Biz kampaniyadan nə istəyirik? Yeni müştəri, mövcud müştərilərə daha çox satış etmək, təkrar alışlar, ilk alışlar və s. və ilaxir. Burada biz kampaniyanın rəqəmsəl hədəfini qoyuruq. Bu rəqəm son dərəcə vacibdir.

**Üçüncü addım: Hədəfə çatmaq biz müştəriyə nə deməliyik?** Kommunikasiya stili və arqumenti nə olacaq? Burada biz kommunikasiya mövzusunu, bir növ Brifi hazırlayırıq. Müştəriyə nə demək istəyirik?.

**Dördüncü addım: Konkret informasiyanı müştəriyə hansı kanallarla çatdırmalıyıq?** Bu addımda hansı internet saytlarda

reklamımızı (məşajımızı) yerləşdirə bilərik suallının cavabını və axtarıyıq. Məsələn əgər bizim reklam etdimiz məhsul eynəkdirsə təbii ki, biz daha çox intellektual saytlarda reklamımızı yerləşdirməliyik (LinkedIn, Xing) və s.

**Beşinci addım: İnternet reklam hazırlanması və yerləşdirilməsi.** Burada biz sosial şəbəkələrdə çıxacaq informasiyanın dizaynı və konkret icrasını həyata keçiririk.

**Altıncı addım: Reklam kampaniyasının effektivliyini ölçülməsi.** Sonuncu mərhələdə biz nəyin düzgün, nəyin səhv olduğunu təhlilini aparmalıyıq.

Sadalanın alqoritm sosial şəbəkələrdə reklam kampaniyalarının hazırlanması üçün istifadə edilən ən geniş yayılmış və özünün təsdiqini almış bir metoddur.

Sonda bir daha qeyd etmək istəyirəm ki, internet reklamlar hal-hazırda bütün dünyada ən çox tərcih edilən reklam vasitəsidir və brendin (şirkətin) müştəri ilə ünsiyyəti üçün əvəzsiz imkanlara sahibdir. Bu baxımdan reklam kampaniyalarının aparılmasında sosial şəbəkələr müstəsna əhəmiyyət kəsb edir.

[Marketinq təhlilləri \(1-ci hissə\)](#)