

"Made In Germany" brendinin uğur səbəbləri

Çox zaman biz brend dediyimiz zaman ilk ağla gələnlərdən P&G, Unilever, Coca-Cola və Kraft-ın olur, lakin unutmamaq olmaz ki, bugün ölkə, şəhər, şəxsiyyətlər belə özlərində brend dəyərləri əks etdirir. Bu yazıda mən dünyanın ən güclü ölkə brendi olan "Made in Germany" brendinin güclü tərəflərindən danışacam.

Mən bloqda düşündüklərimi Sizinlə bölüşürəm və əlbətdə ki, yaşadıklarım bir-başə olaraq yazılarımda öz əksini tapır. Bugün mən Avropanın ən innovativ bölgəsi olan Almaniyanın Baden-Wurtemberg vilayətindəyəm – şvabların vətəninə... və burada olan biznes infrastruktura yaxşı mənada qibtə edirəm. Tarixə görə II-ci Ekaterinanın dövründə bu vilayətlərdə böyük aclıq var idi və rus xanım almanlara mərhəmət edərək onları Rusiyaya dəvət edir... bəs necə oldu bugün Baden-Wurtemberg Avropanın işsizliyi faizi ən aşağı bölgəsidir, bəs necə olur ki, Avropadan olan patentlərin 60% bu vilayətdə tətbiq edilir və bu bölgə adam başına düşən gəlirlətə görə ən varlı bölgədir?! Mən bunu Sizlərə qısaca olaraq çatdırmağa çalışacam.

Almaniya təbii sərvətlər nöqtəyi nəzərdən çox kasıbdır, lakin bunun kompensasiyası kimi burada dünyaya meydan oxuyan, Daimler AG, Volkswagen AG, BASF, Siemens, Lufthansa, Heidelberg Sement və s. dünyaya innovasiya öyrədən şirkətlər var. Bu şirkətlərdə və bötüvlükdə alman biznesində digər ölkələrdən fərqlənən aşağıdakı amillər var:

- **İnnovatsiya.** Bugün Almaniya bütün parametrlərə görə biznesdə yeniliklərin tətbiqi üzrə lider mövqedədir. Düşünün ki, yalnız almaniyanın bir vilayətində dünya üzrə mövcud olan patentlərin 35% cəmləşmişdir. Təbii ki, sözü gedən innovasiyanın əsas səbəbi ölkədə olan təhsil sistemidir. Alman təhsil sistemi sırf praktikanın

üzərində qurulmuşdur və bu kadrların dar ixtisaslaşmasına və faydalı iş əmsalının artmasına gətirib çıxarır.

- **Bazarlara və müştəriyə yaxınlıq.** Alman şirkətləri müştəri ehtiyaclarına maksimum cavab verən məhsul istehsalını sözdə deyil əməldə tətbiq edə bilirlər. Əslində Sizin üçün paradoksal görünə bilər: “Bir tərəfdən almanlar standartdan danışır, digər tərəfdən müştəriyə fərdi həllər təklif edir?!”. Bəli Almaniya biznes proseslərinin standartlaşdırılması hesabına müştəriyə personal həllər təklif edə bilir. Mercedes E-klass modelinin müştəri ehtiyaclarına görə yalnız oturacaq konfigurasiyası 25000 çoxdur! Təsəvvür edirsinizmi bu nə deməkdir?! Huelsta (mebel şirkəti) müştəri ehtiyaclarına uyğun eyni yataq dəstinin 290 versiyada təklif edə bilir. Bax bu personal təklif şirkətdə gedən düzgün standartlaşdırmanın nəticəsidir.
- **Biznes – insan münasibətləri.** Alman şirkətlərində işçilərin şirkətdə işləmə vaxtı 2006-2012-ci illər üzrə digər Avropa ölkələri ilə müqayisədə 2 dəfə daha çoxdur. Başqa sözlə desək alman işçilər bugün şirkətləri ilə identifikasiya edilirlər. Digər bir misal alman işçilərin böyük əksəriyyəti şirkətlərinin nə iş gördüyünü və konkret fərdin (işçinin) bu prosesdə rolunu dəqiq başa düşür. Eyni zamanda alman şirkətlərində (əsasən orta biznesdə) şirkət sahibləri bir-başa olaraq prosesdə iştirak edir. Bu biznesdə burakratiyanı minimuma endirir. Qeyd edim ki, Miele kimi dünyada lider şirkət belə hələdə sahibkar tərəfindən idarə edilir.
- Qənaətçilik və inam. Alman brendlərinin daha bir güclü tərəfi bütün biznes həlqəsi boyu “almanlara” xas olan qənaət prosesidir. Bütün dünyada dəhşətli “xəsisliklə” fərqlənən şvablar bugün Avropanı idarə edirlər... səbəb isə sadəcə zəhmətkeşlikdir!

“Made In Germany” brendindən çox danışmaq olar lakin, biz bir şeyi başa düşməliyik: Azərbaycan bu təcrübələri dərindən

öyrənməli və biznes fəaliyyətində sınılanmış metodlardan istifadə edərək uğur qazanmalıdır!

Maraqlı yazı: [EMBAWOOD -a 5 il və ya MƏN NƏYİ ÖYRƏNDİM?](#)

Oxumağa dəyər: [Türk biznesinin uğur səbəbləri](#)