

Bakcell-i başa düşürəm!!!

Mən [Azərbaycanda marketingin](#) ən güclü istifadə olunduğu sektor kimi əlbəttə ki, telekommunikasiyanı görürəm. Əminəm ki, marketoloq dostlarımız mənimlə bu barədə razılaşar (sağ olun ki, razısınız!). Buna baxmayaraq hərdən bu mobil operatorlar elə hərəkətlər edir ki... yumşaq desək bu edilənlərə bir anlam verə bilmirəm. Bunlardan ən birincisi və ən təzəsi buginlərdə hamımızın dəfələrlə gördüyü “Ulduzlar Liqasıdır!”

Mən başa düşürəm ki:

- Mançester Un. əlbəttə çox dəyərli brenddir;
- Mançester Un. çox bacarıqlı futbolçular oynayır;
- Mançester Un. Azərbaycanda həvəskarları var (çox və ya az başqa söhbətdir)
- Bakcell marketinginin pulunun çox olduğunda mən başa düşürəm
- Hətta mən başa düşürəm ki, məşhur adamların reklamda çəkmək brendin imicinə müsbət emosiya qatır və s.

Mən nəyi başa düşürəm:

- Futbol klubu ilə mobil operatorun arasında hansı emosional bağ var?!
- Niyə məhz MY? Yoxsa Bakcell global brend qurur?! (niyə Şakira yox, məsələn?!)
- Bu kampaniya ilə müştəri xidmətlərində nəyin dəyişdiyini demək istəyir Bakcell?
- Bakcell-in işi azdır deyəsən hə? MY reklama çəkinəcə belkə hansısa texniki xətasını düzəltsin. Axı dünya məhdud resursların faydalı istifadəsi dünyasıdır!

Birdə mən bilmirəm məgər adamın büdcəsi çox olanda pulu havaya atarlar?!

[Azercell – Ev Brend nümunəsi](#)

Marketing kreativləşir!