

# 1+1 = 3 Kommunikasiyanıza güc qatın (davamı)

Dostlar biz [birinci yazımızda](#) biznesdə müştərəkliyin faydasından danışmışdıq bu yazıda isə gəlin sinerji prinsipinin marketing kommunikasiyalarına effektindən danışaq.

Marketing kommunikasiyalarında dəyişməz qalan qaydalar dedikdə ağla gələn iki məsələ olur: bənzərsizlik və ardıcılıq.

Bənzərsizlik dedikdə biz nəzərdə tuturuq ki, istənilən kommunikasiya bu və ya digər formada mütləq fərqli olmalıdır. Standartlıq marketing kommunikasiyasında effekt verə bilməz və [təsiri bir həftə](#) sürür!

Ardıcılıq prinsipi əsasında yatan məntiq isə çox sadədir: Marketing kommunikasiyaları bənzərsizlik formada ardıcıl olaraq vahid kommunikasiya mesajını müştəriyə verməlidir. Başqa sözlə desək brendin (şirkətin) verdiyi müştəri vədi vahid olmalıdır bunun çatdırılma üsulu isə müxtəlif. Dediklərimizi “Bizim Tarla” brendinin üzərində misallar izah etməyə çalışım.

**Bizim Tarla.** [Azərbaycanda](#) ən uğurlu brendlərdən hesab etdiyimiz brendin müştəriyə verdiyi vəd bütün marketing kommunikasiyalarında eynidir. İstər TV reklam, istər Billbord, istər qablaşdırma, istərsədə satış nöqtələrində vizuallıq – mesaj vahiddir: “Tarladan evinizə təmiz məhsulu gətiririk”. Bunu Bizim Tarla bizə müxtəlif yollarla çatdırır, məsələn Park Bulvarda qoyduğu mini-stendin dizaynı ilə və ya televiziya reklamında verdiyi mesajla və s.

Yerli brend öz strateqiyasında sinerji prinsipindən yaxşı istifadə edir. istənilən pərakəndə satış nöqtəsinə gedin və orada Bizim Tarla brendinin necə fərqli formada düzülüşünün şahidi olacaqsınız. Bununla belə bu fərqlilik yuxarıda

sadaladıgımız vahid mesajın üzərində qurulmuşdur.

Bu prinsiplə brend öz kommunikasiya gücünə güc qatır. Sinerji marketing kommunikasiyalarında son dərəcə vacib elenentlərdəndir.

Əslində bu vahid kommunikasiya prinsipi yalnız Marketingdə deyil, bizim özümüz üçün də keçərlidir... neysə bu uzun mövzudur!

[Banklar bizi güldürsün?!](#)

[Reklam yaratma metodları](#)

[BLOQ KİMİN ÜÇÜNDÜR?!](#)