

# Marketing kinoya bənzər?!

Sabah məni marketing haqqında master-klass keçirməyə dəvət ediblər. Mən yalnız [sevdiyim işləri](#) edirəm və Sizdə bilirsiniz ki, hansısa işin sevilməsi üçün mütləq aşağıdakı amillər olmalıdır:

- İş mənim ürəyimcə olmalıdır;
- İşlədiyim adamlar mənim ürəyimcə olmalıdır;
- İş mənim bildiyim bir şey olmalıdır;
- İş mənim gələcək planlarımla üst-üstə düşməlidir;
- İş mənə yalnız maddi deyil, həm də mənəvi dəyərlər verməlidir.

Təbii ki, savadlı gənclərlə marketing haqqında danışmaq sevilən işlərin siyasına aiddir.

Belə olmayan heç bir işi mən görmürəm... daha doğrusu görə bilmirəm. Bu aralar işlərim adi qrafikimlə müqayisədə daha çoxalıb, xarici ezamiyyələrdə çox oluram, Bakıda çalışdığım şirkətdə yeni layihələrimiz var, özümün şəxsi planlarımda aktivlik və əlbətdə ki, biz [Marketing AIR](#) hazırlaşıırıq. Buna baxmayaraq mənim sabah ki, görüşümün əhəmiyyəti çox böyükdür.

Mən əminəm sabah Azərbaycanın ən dəyərlili [gənclərinin](#) bir hissəsi ilə görüşəcəm və biz bir-birimizdən nələrsə öyrənəcəyik. Sabah ki, görüşün (master-klassın) adını Marketing kinoya bənzər qoydum. Bunun həm rəasional, həm də emosional səbəbləri var. Dostlar həqiqətəndə marketing demək olar kinodur. Səbəbi?!

1. Kinoların sujet xətti bizim gündəlik həyatımızı ifadə edir. Əslində marketingin ana xəttidə budur. Uğurlu marketing bizim gündəlik həyatımızda baş verən hadisələrin dəqiq öyrənilməsi əsasında mümkündür. Gündəlik hadisələrin öyrənilməsi, bu hadisələrin istehlakçı davranışlarına təsiri əsasında biznesi daha gəlirli etmək... bunlar əsl marketingdir. [Marketing](#) –

kinoya bənzər...

2. Cəmiyyətdə baş verən bütün yeniliklər, kinoların sujetlərini ifadə edir. Son vaxtlar kinolarda action tərzinin çox olmasının səbəbidə budur. Mən çox zaman yeni çıxan kinolara baxaraq, gələcək reklam konsepsiyaları üçün fikirlər axtarıram... hərdən alınır!)). [Sibirdə günəş axtarmaq lazım deyil](#). Yeni ideyalar kinolarda tapılır. Həmçinin kinoları reklam elementi kimi istifadə etmək... bu tamam başqa söhbətdir.
3. İstənilən kinonun başlanğıc və son nöqtəsi olur. Marketingdə belədir. Uğurlu marketing [layihə](#) fəaliyyətidir. Hədəf, başlanğıc və son nöqtə görülməlidir. Çox zaman belə suallar eşidirəm: "Sizcə imic kampaniyası yaxşıdır, yoxsa satışın stimullaşdırılması?!". Burada cavab sadədir: "Sizin hədəfiniz nədirsə, o doğrudur".

Mən sabah ki, təlimdə bu məsələləri konkret olaraq Azərbaycan kinolarının timsalında göstərməyə çalışacam.

Sabah görüşərik!!!

[4-cü seminar mövzumuz](#)

[3-cü SEMİNAR MÖVZUMUZ](#)