

Space-in "qonağı" olmağım barədə...

Bu yaxınlarda Kamran Həsənlinin Space kanalında apardığı "Sizin Saat" verilişinin qonağı edim, daha doğrusu qonaq olaraq çağrılmışdım... lakin verilişin gedişatı əsasında hiss etdim ki, mən heçdə "sevilən" qonaq deyiləm. Bu haqda Sizinlə söhbət etmək istəyirəm.

Deməli verilişə marketoloq qismində dəvət almışdım və əvvəlcədən mənə Azərbaycan [reklam bazarının](#) vəziyyəti barədə söhbət edəcəyik deyilmişdi. Rəhim müəllim (Hüseynov) mənə zəng çaldı dedi ki, "İlkin onlar, reytinglərdən boş-boş danışacaq, sən onlara professional cavab ver ki, heç olmasa nəyisə başa düşsünlər". Xatırladırım ki, eyni verilişin bundan əvvəl ki, seriyasında Rəhim müəllimdə iştirak edirdi. Verilişdə mənimlə birlikdə daha 3 qonaq var idi: Faiq müəllim Sücəddinov, teleaparıcı Elçin Əlibəyli və müğənni Elnarə. Hər üç qonağı daha əvvəlcədən tanıdığım üçün studio kənarında çox səmimi və xoş söhbətimiz alındı.

Nə oldusa veriliş başladıqdan sonra oldu... bizim aparıcımız Kamran Həsənli bir-başa olaraq Space TV reytinginin aşağı olmasında marketoloqları "günahlandırdı", başqa sözlə desək, ona elə gəlirdi ki, bugün Space şirkətlərinin reklam verməməsinin əsas səbəbi... marketing elmidir və s.

Təbii ki, elə veriliş gedə-gedə cavabımı verməyə başladım... Sizingdə bildiyiniz bəzi faktları yadlarına saldım. Daha konkret:

1. Bugün Space, həmçinin digər televiziya auditoriyalarının təyin edilməsi üçün heç bir araşdırma etmirlər. Onlara elə gəlir, bunlar nə çalsalar, tamaşaçı ona baxacaq. Amma tamaşaçının bugün çoxlu alternativləri var, heç yerli kanallar bir yana qalsın, bugün türk, rus

kanalları Azərbaycan kanallarının rəqibləridirlər. Bu baxımdan Azərbaycanda marketinqin ən lazımlı sahələrdən biridi, məhz televiziyalardır;

2. Bugün Space kanallının işinə yanaşması, digər kanallarla müqayisədə daha tənbəldir. Elementar olaraq hər sezonda kanalın efirində olan yeni verilişlərin sayını azlığı, təbii olaraq kanalı baxımsız edir... ;
3. Kanalda göstərilən verilişlərin saatları görə bölgüsü, verilişlərin son dərəcə “keyfiyyətsiz”, “estetikasız” yerlərdə olması Space yenədə Azərbaycan televiziya bazarında autsayder vəziyyətinə salır, və s.

Bugün Space kanalı reklam, marketinq sənayesi haqqında veriliş aparmaq əvəzinə ştatına bir marketoloq götürsə Sizcə daha yaxşı olmaz?

AMMA və LAKİN... bu adamlar veriliş başladıqdan sonra, elə bir formada “sifət deyışdilər” inanın ki, şoka düşdüm. Ən vacibi, bu adamlar (əsasəndə Elçin və Kamran) əvvəlcədən danışılmış formada sözlər deyirdilər və ən əsası – danışmağa imkan vermirdilər. Təbii ki, məndə onların cavablarını verdim və inanmıram ki, veriliş efirə gedə!)

Ordan-burdan, milli mənəviyyətlərdən danışan Kamran, verilişdə müğənnilik etməsi... mənə bir daha təcübləndirdi. Səviyyəsinin necə aşağı olduğunu göstərirdi.

Mənim üçün həyat dərəsi oldu, insanları dahada tanıdım. Verilişdən sonra Rəhim müəllimlə yarım saat telefonla danışıb, bu adamlara sadəcə pis olduq. Bu veriliş mənə öyrətdi ki, stresli vəziyyətlərdə olur. Yaxşı dərəs oldu. Tam ciddi. Nəysə... inanmıram veriliş efirə gedə... AMMA inanıram ki, bu adamlar düzələ!)

Bilirsiz problem odur ki, mən şəxsən İlkin, İlkin Manafov bizim kanallarımızın belə aşağı səviyyədə istəmirəm. Axı TV cəmiyyətin aynasıdır və biz elə etməliyik ki, bu ayna daha şəffaf olsun. Həmçinin hamımız bilir ki, [informasiya bugün](#)

əsas silahdır, təsirli silah!

Bugün Azərbaycan kanalları, ilk əvvəldə Space mütləq və mütləq özünə marketoloq ştatı götürməlidir. Bu müasir dövrdə ən vacib məsələlərdən biridir. Əslində bu ştat olmayada bilər, amma TV kanallarımızda marketinqlə məşğul olan adamlarımızın olması mütləqdır. Bu adam – marketoloq, hansı istiqamətlər üzrə fəaliyyət aparmalıdır?

Birincisi, marketoloqun əlifbası olan mövqeylənmə prosesini təşkil etməlidir. Marketoloq kanal əməkdaşlarına (daxili müştərilərə) və tamaşaçılara (xarici müştərilə) konkret şəkildə göstərməlidir ki, onlar niyə məhz bu kanalda çalışmalı və ya niyə məhz bu kanala baxmalıdırlar. Bugün Azərbaycanda konkret mövqeylənmə edən TV kanal yoxdur. Bu işi ən yaxşı edənlərdən biri (müqayisədə) Xəzər TV olsada, digər ölkələrlə müqayisədə daha zəifdir.

İkincisi kanallarımızda olan verilişlərinin konkret hədəf kütlənin şərtlərini uyğunlaşdırmaq məncə TV kanal marketoloqunun əsas vəzifə öhdəliyi olmalıdır. Maraqlı – baxımlı sözünə alternativdir. Kanallarımız təşkil etdiyi verilişləri konkret auditoriyasına görə, mövqeylənməsinə görə təşkil etməlidir.

Üçüncüsü kanallarımızda olan verilişlərin keyfiyyəti artmalıdır Bunun üçün investitsiya lazımdır, şəffaf investitsiya. Demək ki, *“Azərbaycan bazarı çox balacadır, burda keyfiyyətli veriliş çəkmək olmur...”* sadəcə tənbəllikdir. Necə olur ki, Gurcustanda olur, bizdə olmur?!

Biz hesab edirik ki, bugün kanallarımızın “yuxudan” oyanması üçün əsl vaxtdır, hətta biz xeyli gecikmişik. Əgər biz birazda geciksək, artıq yerli televiziyalarımız heç kimə lazım olmayacaq. İnsanlar gündəlik yerli xəbərləri internetdən, əyləncəni isə xarici kanallardan alacaqlar. Düşünməyə dəyər!

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- Yenilənmiş mətbuat yenilənib?
- Press-reliz necə yazılır?
- Reklamın rəfiqəsi kimdir?
- Dördüncü hakimiyyət kimdir?