

#MMF2016 & Azərbaycanada Marketing

Ölkənin ən böyük marketing tədbiri olan Milli Marketing Forumu artıq dördüncü dəfə həyata keçirildi. Təbii olaraq biz bu forumdan sonra Azərbaycanımızda marketingin vəziyyəti barədə düşüncələrimizi Sizinlə paylaşmaq istəyirik – Ölkəmizdə Marketingin vəziyyəti necədir?

Əziz oxucu, fikirlərimiz Sizlərə “qurtum-qurtum” demək üçün istəyirəm yazımı 3 hissəyə bölmə:

1. Milli Marketing Forumunun Statistika. Burada biz MMF yaxşı və ya pis keçirilməsi ilə bağlı göstəricilər barədə məlumat verəcəyik, forumu keçən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə təhlil edəcəyik.
2. Milli Marketing Forumun panellər üzrə təhlili. Burada biz MMF-də bu il olan panelləri təhlil edəcəyik, nəyi – necə etdik. Spikerlərimiz necə oldu.
3. Milli Marketing Forumunun pərdə arxası. Burada biz MMF-dən kənarada olan məsələlər barədə Sizinlə səmimiyyət edəcəm.

Hətta istəsiniz bloq postu bir neçə günədə oxuya bilərsiniz! Beləliklə... başlayaq.

Milli Marketing Forumunun Statistika. Mən riyaziyyat elmini çox sevirəm, ən azı ona görə ki, burada nəyisə çox səliqəli etmək deyil, məhz düzgün etmək lazımdır. Riyazi düşüncə əsasında biz istənilən məsələ barədə fikir sahibi ola bilirik və “marketoloq” bu zaman çox danışa bilmir. Milli Marketing Forumunun bəzi statistikasını Sizlərə təqdim etmək istəyirəm.

- ***İştirakçı sayı.*** Bu il biz Milli Marketing Forumu üçün biletlərdə yerlərə göstərmədik. Məntiq çox sadə idi – bəzi insanlar forumun hansısa panelində iştirak etmək istəyirdi, bəziləri isə digərində... nəticədə biz “yerli”

biletlər təklif etsəydik, çoxlu dostlarımız forumda iştirak edə bilməyəcəkdi. Həmçinin biz Cinema Plusla danışıq təxminən 50 ədəd əlavə oturacaq qoyduq... nəticədə bu il, böhran dövründə Milli Marketing Forumunda rekord sayda (!) iştirak qeydə alındı. Bütün biletlər Cinema Plus vasitəsi ilə iştirakçılara təqdim edilirdi və nəticə etibarlı ilə MMF2016-da MMF2015lə müqayisədə iştirakçı sayında 70%, şirkət sayında isə 45% artım qeydə alındı.

- **Kitablar.** Milli Marketing Forumunda bu dəfə biz 5 kitabla təqdim edilirdik. Biz bu ənənəyə 2015-ci ildən başlamışdıq. O dövrdə Sizlərinde oxuduğunuz 360 dərəcədə branding kitabı ilk dəfə olaraq Milli Marketing Forumunda təqdim edildi. Biz o vaxt 100-dən çox kitab satmışdıq və bizə elə gəlirdi ki, guya biz rekord nəticə əldə etmişik... AMMA və LAKİN bu il olan Milli Marketing Forumu sübut etdi ki, bu heçdə rekord deyil. MMF2016 biz 5 kitabla təqdim edildik (360 dərəcədə branding, Bugünün Marketingi, Biznes nə istəyir, Böhrandan yeni dövrəyə və AIR məzunu dostumuz Pərviz Əzimovun yazdığı – Rəqəmsəl Marketing Bələdçisi) və 2 gün ərzində 300-ən çox kitab satıldı!
- **MMF və KİV.** Milli Marketing Forumu bu dəfə sözün əsl mənasında ölkə səviyyəsində hadisə qədər işıqlandırıldı. Bir ay ərzində Marketing Forumu barədə ölkənin kütləvi informasiya vasitələrində 60-a qədər press-reviz, informasiya xarakterli məlumat dərc edildi. 3 radioda çıxışımız oldu, TV-də reportajlar və sosial şəbəkədə demək olar ki, hamı Milli Marketing Forumu barədə məlumat aldı. Bu o deməkdir ki, Marketingin marketingi çox yüksək səviyyədə təşkil edilmişdir. Həmçinin bu #MMF2016 haştağı ilə rekord sayda (500-ən çox) Twitter atıldı.
- **Təşkilatı məsələlər.** Bu il Milli Marketing Forumu kamera ilə "silahlandırılmışdı". Forum zamanı, 3 bir-biri ilə heç bir əlaqəsi olmayan foto-studio bizi çəkdi, Antaris, Konsis və Azerizone olanda dostlarımız isə digər texniki imkanlarını sərgilədilər. Həmçinin bu il, Cinema Plusda

forumu yüksək səviyyədə hazırlamışdı. Bu həm işıq, həm səs, həm prezentasiyanın görüntüsündə hiss edilirdi. Sizə deyim ki, bu il keçən illərlə müqayisədə 2 dəfə daha çox texnikadan istifadə etdik. Nəticələr göz qabağındadır!

Milli Marketing Forumun panellər üzrə təhlili. Hər il olduğu kimi bu il bizim 6 panelimiz var idi. Bu panellərdən Milli Keyslər, Marketing Kommunikasiyaları bizim “köhnə” panellər olsada digər 4 panel tamamiylə yeni formada təqdim edilirdi. Forumun ana konsepti olan böhran anlayışı barədə idi. Hər bir panel barədə fikirlərimiz paylaşım.

Birinci panel – Böhran dövründə marketing strategiyaları. Moderatoru forumun təsisçilərindən olan dostumuz Anar Bayramov olan panel son dərəcə aktual mövzuya həsr edilmişdi. Spikerlərdən Firdovsi və Cəbrayıl müəllimin çıxışları son dərəcə xoşuma gəldi. Fəxrinin biznesin yaşının cəmi 2 yaş olduğuna dair tezisi maraqlı səslənsədə, mənəcə doğru deyildi, çünki devalvasiyadan əvvəldə Azərbaycanda ciddi bizneslər qurmuş insanlar var və onlara hörmək etmək lazımdır. Amma ümumi olaraq Fəxri Ağayevin savadı, dünya görüşü və spiker bacarıqları nəticəsində çıxışı maraqlı oldu. Ümumi olaraq panel yaxşı idi.

İkinci panel – Marketing Kommunikasiyaları. Panel tam istədiyimiz formada olmada. Burada Elnur bəyin çıxışı son dərəcə həvəslə dinlədim, bildiyini və etdiyini sərbəst formada izah edirdi.

Üçüncü panel – Rəy liderliyi və bloqçuluq. Bu bizim forumun tam yeni məhsulu idi. Düşünürəm ki, burada olan iki xanım spiker son dərəcə maraqlı danışdı. Ramin və Davud bəyin danışmaları açıq şəkildə yazarlıqları ilə müqayisədə geriye qalırdı...

Dördüncü panel – Milli Keyslər. Bu panelə mən moderatorluq edirdim və son bir həftədə 2 spikeri tam dəyişdik (İdeal

Parfumeriya və Slavyanka suları) və hesab edirəm ki, məhz bu dəyişikliklərə görə panelimiz forumda ən çox bəyənildən panellərində başında idi. Bizim spikerlərdən Zaur müəllim Cinema Plusun rebrendinqdən, ümumi strateqiyası, məhsullarından danışdı. Maraqlı idi. Murad Kərəmov – Turizm.az şirkəti və ümumi ölkəmizdə olan turizm vəziyyətini yaxşı izah etdi. İsmayıl müəllim Neyron şirkətindən, Müşfiq isə FMCG olaraq son trendlərdən danışdı. Dostumuz Pərviz Azerelli isə, Crazy İnnovation şirkəti olaraq “made in Azərbaycan” brendinin güclənməsi üçün lazımı addımlardan danışdı. Maraqlı oldu mənə.

Beşinci panel – Rəqəmsəl marketinq. Moderatoru bizim gənc və son dərəcə istedadlı AİRçi dostumuz olan Aysel Cəbrayilova olan panelin spikerlərindən yalnız və yalnız Perviz xoşuma gəldi. Digərləri ümumiyyətlə danışmaq qabiliyyətləri aşağı görünürdülər. Amma... nəzərə alsaq ki, ölkəmizdə dijitalda... olan spikerlər yaxşı spikerlər deyillər... deməli bu panel əslində yaxşı oldu.

Altıncı panel – Şəxsi brendinq. Burada əlbəttə, ulduzlar paneli olduğundan məsələ son dərəcə qorxulu idi və gözlədiyimiz kimi oldu, panelin ulduzu olan Nərgiz Cəlilova – 3, Murad Dadaşov – 4, içlərində ulduzluq xəstəliyinə ən az tutulmuş Doktor Ziya isə – 5 balla qiymətləndirilə bilərdi. Amma Sizə deyim ki, ulduzlar paneli çox maraqlı keçdi, çünki hər 3 spiker AS formada danışdılar.

Milli Marketing Forumunun pərdə arxası. Əziz dostlar, hər il biz Milli Marketing Forumunun hazırlığı fevral ayından başlayırıq. Başqa sözlə desək, hazırlıqla işin həyata keçirilməsi arasında 4 ay vaxt gedir. 2 günlük forum üçün biz dörd ay hazırlaşırıq. İş görmüş, savadlı dostlarımız bilir ki, hansısa bir böyük tədbirin keçirilməsi necə çətin və vaxt aparan şeydir. Birdə diqqət edin... bu forumu biz üçümüz edirik və adamlara baxın... Anar Bayramov – DemirBank marketing direktoru, MBA müəllimi, Rafiq Vəliyev – Gilan FMCG strateji marketing direktoru, MBA müəllimi, mən – Mənidə tanıyırsızda...

bir sözlə bizim heç birimizin əsas işi bu deyil, bizim bu işlər üçün demək olar ki, vaxtımız olmamalıdır. AMMA biz öz enerjimizi, vaxtımızı Milli Marketing Forumuna verməyə hazırıq və Qurban olduğumuzu min şükür, ildən-ilə Sizə daha keyfiyyətli Forum təklif edirik... cəmi-cümlətəni simvolik bir rəqəmi – 30 manat!!! Milli Marketing Forumu heç zaman kommersiya tədbiri olmayıb, biz sadəcə bu tədbirlə ölkəmizdə marketingin inkişafı üçün hərəkət edirik... yoxsa inanın mənə heç birimizin saatını dəyəri bu deyil!))

Çox zaman bəzi “ağzı göyçək”lər deyirlər: “Forumdan hamı öz şirkətini reklam edir...”, “Forumdan heç öyrənə bilmədik...”, “Forumda filən spiker pis idi” və s. İcazə versəniz bu suallara pərdə arxasından cavab verim..., çünki bu adamların heç biri bizimlə bir-başə danışmağa cəsarəti çata bilməz.

Birincisi – dünyanın istənilən ölkəsində... marketing forumunda spikerlər öz şirkətlərindən danışirlar, özlərini və şirkətlərini reklam edirlər. Bu çox təbiidir. Başqa cür olada bilməz! Mən marketing direktoru işlədiyim vaxtlar dünyanın müxtəlif ölkələrində keçirilən marketing forumlarında olmuşam, indidə Marketing sahəsində İqtisad Elmləri namizədi olaraq çox sayılı elmi forumlarda iştirak edirəm və Sizə əminliklə deyirəm ki, hamı öz şirkətindən danışır... necədə ola bilər!? Amma biz bu şirkətlərin etdiklərini dinləyərək öz biznesimizdə eyni şeyi tətbiq etmək barədə düşünməliyik. Coca-Cola gəlib... mühazirə deyəsi deyil ki!? Bu təbii ki, gəlib bizə Coca-Colada olan keyslərindən danışaceyik, məgər bu reklamdır!? Belə çıxır ki, bunu deyənlər sadəcə ömürləri boyu, xarici forumlarda olmaıblar, ya da sadəcə ağızları boş qalmasın deyə danışirlar.

İkincisi Forum təlim deyil. Biz başə düşməliyik ki, forumda insanlar öyrənməyə gəlmir, nədə heç kim onları öyrətmək istəmir. Forum həmçinin Milli Marketing Forumu biznes əlaqələr qurmaq, kolleqalarının etdiyi dinləmək üçün yer hesab edilməlidir. Burada spikerlər çıxıb öz uğur və (və ya) uğursuzluqlarından danışirlar. Kimlərsə yaxşı, kimlərsə pis. Məgər MarketingOne və ya digər forumlarda bütün spikerlər

super olur!?

Üçüncüsü forumda olan spikerlərin səviyyəsi ölkədə marketingin səviyyəsinə düz mütnasibdir. Spiker zəifdirsə, deməli ölkədə marketing zəifdir və ya elə zəifdir deyən adam zəifdir. Necə deyərlər uzaqdan meydan boş görünür... Əzizlərim Sizdə edin... təsəvvür edin ki, dörd il ərzində bir nəfərdə olsun, bizdən başqa, Marketing AIR-dən başqa marketing sahəsində aktivlik etməyib. Ölkədə yalnız bir forum olduğuna görə, ölkədə yalnız bir marketing aktivliyi olduğuna görə, hamı hər şeyi Marketing Forumundan istəyir. Əslində bir təşkilatçı olaraq bu bizi sevindirir... AMMA hər şeyə bir-az realist yanaşmaq lazımdır.

Çox təəsüf ki, bizdə son vaxtlar danışmaq etməkdən daha çox dəbə minib, lakin məndən Sizə bir məsləhət – Danışanlar heç vaxt, edənlərdən önə keçə bilməzlər. Marketingdə, biznesdə... əsas nəticədir – Milli Marketing Forumu, Marketing AIR, Facemark... ortaya nəticələr qoyur. Nəticə...

Bizim gücümüz çox sadədir, bu nəticələri edə bilmə səbəbimiz çox sadədir, biz marketingi çox sevirik, ətrafımızda olan dostlara hörmət edirik və işləyirik, digərlərindən daha çox, daha həvəslə...

Sizlərə söz veririk ki, 2017-ci ildə, Milli Marketing Forumu bu il ki, forumdanda yaxşı olacaq... hələlik isə Dijital Marketing Forumuna hazırlaşın!)

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [Milli Marketing Forumu – 2015-ci il – HESABAT](#)
- [Milli Marketing Forumu – 2014-cü il – HESABAT](#)
- [Mənə maraqlıdır...](#)
- [2 dəfə daha yaxşı](#)