

Sevilən brendlər: Lenovo

Yadıma gəlir... 2008-ci ilin yay ayları idi, o vaxt ilk Rusiyada nümayəndə rəhbəri kimi, işə başlamaq üçün Moskvaya uçurdum. Təyyarədən düşər-düşməz ətrafda olan reklamlara baxdım və ilk gözümə gələn Lenova yazılı nootbuk şəkilləri oldu. Başa düşmədim... nə gizlədim bu brendi tanımırdı. Hava Limanında (Şeremetyeva) sənəd yoxlanışından sonra taksiyə mindi və yol boyu saysız-hesabsız “lenovalı” Billbordlar gördüm... sonra bildim ki, elə həmin il keçirilən Pekin Olimpiyadasında brend ilk dəfə olaraq böyük reklam büdcəsi ilə sponsorluq edir. Lenova brendi özünün inkişaf prinsiplərinə görə hər mənada ibrət götürüləcək bir biznesdir. İstəyirəm bu yazıda Lenova barədə Sizinlə danışam.

Lenova şirkətinin əsası Çində qoyulub. Deyilənə və oxuduqlarımıza görə şirkət olaraq **New Technology Developer Inc.** adı ilə iki elm adamı tərəfindən yaradılıb. Daha sonra Çin bazarında B2C bazardada pay götürmək üçün adı Legend Group olaraq dəyişilib.

Lenova ilk olaraq program təminatı istiqamətində çalışsada 1992-cı ildən daha çox Çində olan portativ kompyuter ehtiyaclarını ödəməyi hədəfləyib. Sizin bildiyiniz kimi, Çin bazarı “yumşaq” desək böyük olduğu üçün xarici bazarlar şirkəti heç maraqlandırmayıb. 1996-cı ildə şirkət ilk dəfə olaraq özünün ilk serverini yaradıb və 2003-cü ilə qədər bir mənalı olaraq Çinin sərhədini çıxmadan yüksək templərlə inkişaf edib.

Çox maraqlı bir məqamdır ki, AC Nielson şirkətinin keçirdiyi araşdırmaya görə respondentlərinin yalnız 25% Lenovanın Çin brendi olduğunu deyib. Biz Sizə əsasən bu barədə danışmaq istəyirik... necə olub ki, bugün Lenova dünyanın ən çox portativ kompyuter satan şirkəti olub?

Qayıdaq yenə 2008-ci ilə, bu il Lenova global bazarlara giriş

ili kimi hesab etmək olar. Təsəvvür edin ki, bu il ərzində Lenova eyni vaxtda dünyanın 35 ölkəsində özünün nümayəndliyini açıb (!) bir ilin içində. Bunu düşünmək belə adamı qorxuzur... indi gələn edəsiniz!) Hesab edirəm ki, Lenova əfsanəsinin yaranması 3 əsas diqqət yetiriləcək məqam var. Bunlar hansılardır?

1. **Brendinq.** Lenova brendi qlobal bazarlara giriş etdiyi zaman rebrendinq edir. Legend Grup adından Lenovaya çevrilir. Diqqət edin rebrendinq şirkətin ana strateqiyasınının tam dəyişildiyi zaman edilir. Lenova sözü De Nova – yeni yeni eranın başlanılması mənasını verir. “De” “le” ilə isə sırf brendin kökünün saxlanması üçün edilir. Adın dəyişməsi ilə Lenova 2008-2010-cü illərdə reklama ən çox investisiya qoyan IT şirkəti olur. Kommunikasiyalarda əsas vurğu məhsulun yenilikçi ruhuna qoyulur. Eyni zamanda paralel olaraq Lenova 360 dərəcə olaraq öz imicini verilən mesajla uyğunlaşdırır.
2. **ArGe.** Lenova Çin məntiqindən tam kənarlaşır. Əgər biz Çin dedikdə ağılımıza ilk gələn ucuz kopya edən məntiqi gəlirdisə, Lenova qlobal bazara yenilikçi kimi girir. Kopya deyil, yeni həllər təklif edir. Dünyanın 8 ölkəsində ArGe komandası yaradan şirkət bu işdə Çinə bel bağlamır. Ucuz işçi güvvəsini əsas üstünlük kimi qəbul edən şirkət qlobal rəqabətqabiliyyətli olmaq üçün bunun yetərsiz olduğunu düşünür və güclü brend qurmaq üçün lazım olan sistemli ArGe fəaliyyəti aparır. 2015-ci ildə Lenova dünyanın ən innovativ 10 şirkətinin sırasında olmuşdur!
3. **İnsan.** Lenova şirkəti xarici bazarlarda işlədiyi zaman istər distribyutorları, istərsədə personalı sırf həmin ölkələrdən gətirir. Marketing komandası, əməliyyat və ya satış işlədiyi ölkənin sakinləri olur. Bununla şirkət öz qlobal düşüncəsini, lokal şərtlərə daha tez adaptasiya edə bilir və s. Mərkəzi ofislərdə Lenova öz səhmlərini sırf işçilərinə satır. Lenovada korporativ mədəniyyət

məhz bunu diktə edir.

Əslində diqqət etsək muasir biznesin sözü gedən bu 3 amilin üzərində qurulduğunu görmək olar. Vacib deyil bu Lenovadır, P&G və ya Aldi sözün gedən amillər biznesin əsasını təşkil edir. Yerli şirkətlərimiz üçün global rəqabət aparmaq üçün bu məsələyə diqqət etmək, korporativ mədəniyyət formalaşdırmaq şərtidir.

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [Sevilən brendlər – Домик в деревне](#)
- [Sevilən brendlər – dm](#)
- [Sevilən brendlər – Евросеть](#)
- [Sevilən reklamlar](#)