

# Milli Brendlərin REYTINGİ

Əziz oxucu, bugünlərdə ölkə rəhbərliyi tərəfindən bir-başə nəzarət edilən strateji yol xəritəsinin icrası prosesi ilə bağlı çox saylı tədbirlər keçirilir. Bu sənədin aparıcı hissələrindən olan – Milli Brendlərin yaradılması istiqamətində, məndə işçi qrupun üzvü olaraq konsaltinq xidmətləri göstərirəm. Hal-hazırda Azərbaycanda Milli Brendlərin yaradılması üçün hansı addımlar atılır, hansı addımlar atılmalıdır və ümumiyyətlə nələr olacaq barədə, fikirlərimi Sizlərlə, blogumuzun dəyərli oxucuları ilə paylaşmaq istəyirəm. Mövzu maraqlıdırsa, oxuya bilərsiniz.

İlk əvvəl qeyd edim ki, [Strateji Yol Xətitəsində](#) Milli Brendlərimizin yaradılması prosesi son dərəcə ciddi əhəmiyyət verilir. Bu o deməkdir ki, ölkə iqtisadiyyatının Baş bilənləri... brend amilinin əhəmiyyətini qəbul edir və Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafı üçün brendin rolunu vacib hiss olduğunu deyirlər. Bu mənim üçün, çox yaxşı xəbərdir, çünki, Sizində bildiyiniz kimi, Ana dilimizdə brend haqqında İLK kitabın müəllifi kimi (bu arada ən çox satılan biznes kitab olub – 360 dərəcədə brendinq) mənim əsas ixtisaslaşmam brend yaratmadır. Həmçinin PhD diplomunu aldıqdan xeyli sonra, mən Brendinq sahəsində elmlər doktoru proqramı üzrə dissertasiya yazıram. Brendinq haqqında. Bir sözlə, brendinq mebellə paralel mənim əsas işimdir.

AzPromo rəhbərliyi bu istiqamətdə məndən kömək istədikləri zaman, vaxtımın demək olar ki, olmamasına baxmayaraq, “ürəklə” – HƏ dedim. Niyə? Çünki mən Azərbaycanda yaşayan bir vətəndaş kimi, öz biliklərimi ölkə iqtisadiyyatının inkişafına mütləq verməliyəm. Bu mənim borcumdur. Mən ölkəmizdə heç bir yerə getmək fikrim yoxdur və sözün tam mənasında öz gələcəyimi bol brendli Azərbaycanda görürəm. Bunun reallaşmasının ən sadə yolu əlbəttə, sözü gedən sahədə maksimum çalışmaqdır.

Ölkədə [Milli Brendlərinin](#) yaradılmasının həvəsləndirməyin

birinci yolu, brendlərimizin reytingini hazırlamaqdır. Hal-hazırda biz, xarici təcrübələrə əsaslanaraq, Azərbaycan şirkətlərinin brend reytinginin hazırlanma metodologiyasını qurmağa çalışırıq. Bunun üçün, xarici təcrübələr öyrənilir və Azərbaycan əhalisi arasında brend amilinin, güclü brendin nə olduğunu başa düşmək üçün sorğular keçirilir.

Ümumi olaraq ölkə brendlərinin reytingini hazırlamaq üçün 4 əsas komponentə fikir verməyə düşünürəm. Bu komponentləri Sizinlədə bölüşürəm ki, fikir və təkliflərinizi mənə yönləndirə bilərsiniz. Bu amillər hansılardır?

1. **Tanınma.** Burada söhbət brendlərin tanınma səviyyəsindən gedir.

- Spontan tanınma. Yəni brendin "Top of Mind" olaraq ilk sual verildikdə nə deyilir;
- İmic. Yəni brend haqda təəsüratlar nədir.

2. **Müştəri məmnuniyyəti.** Burada brendlə müştəri arasında olan münasibətlə öyrəniləcəkdir.

- Xarici müştərilər razıdırlarmı. Buraya CS indexlər, ümumi müştəri rəylər aiddir;
- Daxili müştərilər razıdırlarmı. Buraya əsasən işçilərin çalışdıqları şirkətdən razılıq dərəcələri aiddir. Bilirsiniz, işçi məmnun deyilsə, son müştəri məmnun ola bilməz və s;

3. **ArGe (R&D).** Buraya brendlərdə araşdırma və gəlişdirmə fəaliyyətinin rolu təhlil ediləcək.

- Yeni məhsulların brend satışında payı. Yəni satışda yeni məhsulların payı nədir;
- Şirkət daxilində yeni məhsul yaradılma prosesi necə işləyir. Burada məhsulun sürəti və ümumi qoyulan xərclər nəzərdən keçiriləcəkdir;

4. **Corafi əhatə.** Burada brendlərimizin təmsil olunduqları ərazilər təhlil ediləcək.

- Ölkə daxilində distribyusiya faizi;
- Xarici bazarlarda iştirak faizi;

Beləliklə, ümumi olaraq hesab edirik ki, bu 4 komponent

əsasında ölkəmizdə ilk dəfə, Milli Brendlərimizin reytingini qurmaq olar. Metodologiya hələlik “çiydir” və hesab edirəm ki, tezliklə tam yekun nəticəyə gələcəkdir. Bu sahədə fikirlərinizi oxumaq çox xoş olardı.

Sahə olaraq, iki ayırma etmək istəyirəm: qida və qeyri-qida sənayesi. Açıqı, mən pərakəndəçi brendlərimizdə burada görmək istərdim... amma hələlik yalnız sənaye şirkətlərimiz iştirak edəcəklər. Daha doğrusu yalnız onlar, müzakirə predmeti olacaqlar.

Hesab edirəm ki, sözü gedən reyting Milli Brendlərimizin gücünü artırmaqla yanaşı, onlara bir daha sübut edəcək ki, müasir biznesdə brend qurmadan uzunmüddət çalışmaq mümkün deyil. Yalnız güclü ölkə brendlərimiz hesabına biz, rəqabətqabiliyyətli məhsullar (xidmətlər) təklif edə bilərik. Yalnız əlavə dəyərli məhsullar satmaqla biznes inkişaf edə bilər. Bunun yolu isə əlbəttə güclü brendlər yaratmaqdan keçir.

Mövzu ilə bağlı yenilikləri Sizinlə paylaşacam və çox istəyirəm ki, bu reyting ölkə biznesinə yaxşı mənada yeniliklər qazandırsın.

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [2014-cü ilin brendləri](#)
- [Made in Azərbaycan brendi necə yaradılmalıdır?](#)
- [Brendizm dövrü barədə](#)