

# Maxi.az reklamları barədə

Marketing – cəmiyyətin aynasıdır və əlbəttə ki, cəmiyyətdə baş verən istənilən proses bir mənalı olaraq marketing alətlərinin təsiri dəyişə bilər. Son vaxtlar Maxi.az pərakəndə ticarət şəbəkəsinin apardığı reklam kampaniyası, daha konkret desək “Maqsud” personajı sözün əsl mənasında müasir marketing kommunikasiyaları tarixinə qızıl hərflərlə yazılmalıdır. Niyə?! Niyələr barədə fikirlərimi blogumuzda paylaşmaq istəmişəm. Mövzu maraqlıdırsa, buyurub oxuya bilərsiniz.

Bu cümlələri yaza-yaza özümü... “bir cür hiss edirəm”. Yadıma gəlir, keçmiş vaxtlarda blogumuz yalnız yazı formatından ibarət idi və əlbəttə ki, yazı yazmaq bir növ xobbiyə çevrilmişdi. Bugün video-kontent yaratmaq və ya blogumuzun yeni “imici” mənim yazı yazmaq vərdişlərimi mənfəət təsir edib. Artıq yazmaqdan çox, danışmaq, Sizinlə səsli söhbət etmək istəyirəm. Bu mənə həm daha rahat olur, həm də mənə elə gəlir ki, Sizin üçündə belə rahatdır. Bilmirəm... yaxşısını yenə də Siz bilərsiniz. Neysə... keçək əsas mövzuya.

Blogumuzun oxucuları bilir ki, daha əvvəl bizim “De görüm haralısan” adlı blog yazımız var idi və bu yazıda biz ölkəmizin regionlarını xasiyyətinə görə, daha dəqiq desək biznesdə roluna görə qruplaşdırmaq istəmişdik. Məncə pis alınmamışdı, istəsəniz burada yazını ətraflı [oxuya bilərsiniz](#). Maxi.az dediyimiz prinsipdən çox yaxşı istifadə edir. Personajın bölgələrə xas olan tərzdə danışması brendi bir növ xalqa daha yaxın edir. Necə bunu bir vaxtlar, rəqibi olan Soliton ( o vaxt Beko) – canım ay Beko sloganı ilə etmişdi.

Maxi.az şəbəkəsinin apardığı reklam siyasətinin 3 əsas fərqləndirici cəhətləri barədə fikirlərimi cəmləmək istəyirəm, daha konkret desək maxi.az reklamlarını fərqləndirən və çox uğurlu edən faktorlar hansılardır?

1. **Personaj.** Maxi.az reklamlarında çəkilən “canlı maskod”

əslində bir pərakəndə şəbəkənin ən qiymətli resursu olan satıcı obrazıdır. Bununla brend bir daha sübut etmək istəyir ki, satıcı pərakəndə ticarətin əsas güvvəsidir və müştərinin cibinə (ordanda ürəyinə) gedən yol məhz düzgün işləyən satış personalından keçir. Reklam siması bir-başa olaraq müştəri ilə, şirkət arasında körpü funksiyasını daşıyır. Həmçinin şirkət öz işçilərində satış adamının necə vacib biri olduğunu göstərmiş olur. Çox uğurlu alınıb.

- 2. Sinerji effekti.** Sizlərdə yaxşı bilirsiniz ki, marketing kommunikasiyalarında 1+1 = 3 olur. Daha dəqiq desək, sinerji effekti biznes üçün həyatı əhəmiyyət kəsb edir və çox vacibdir ki, müştərilər eyni mesajı bir neçə dəfə, amma müştərini yormadan eşitsinlər. Maxi.az bunu mükəmməl edə bilib, çünki hər bir yeni reklam sujeti özündə fərqli mövzunu birləşdirsədə, ümumi ana xətt olaraq eyni mesajı gücləndirir. Sinerji effekti yaradır. Bu çox vacibdir.
- 3. Yayım əlavə kanalı.** Müasir dövrdə istehlakçı reklam barədə məlumat almaq istəyi günü-gündən azalır. İnsanlar yorulmaq istəmir, hətta insanlar hansısa məlumatı belə 3-cü şəxslərdən almaq istəyir ki, aldanmasın. Bizim vaxtımız azdır, bizim çoxlu qayğılarımız var və əlbəttə ki, reklama vaxt itirmək istəmirik. İstəyirik reklam bizi həm əyləndirsin, həm maarifləndirsin. Maxi.az bunu mükəmməl edə bilib. Sosial şəbəkə üzərindən yayım əlavə metodu hesab edirəm ki, çox doğrudur və brendin tanınmasına müsbət təsir etmiş olur.

Hesab edirəm ki, maxi.az marketing kommunikasiyası istiqamətində işlərini son dərəcə effektiv təşkil etmişdir. Hətə son həftələrdə İrşad Telekomla aralarında olan “söz davasında” belə Maxi.az çox sistemli və yaxşı çıxış bildi. Məncə qalib oldu, çünki cavabları çox keyfiyyətli olması ilə yanaşı, cəld və maraqlı idi. Siz elə düşünürsünüz? Mənim çox xoşuma gəldi. Yalnız onlara – halaldır deyə bilərəm)

Əziz oxucu, mən çox istəyirəm ki, blogumuzda müsbətlər barədə danışaq, Azərbaycan biznesləri daim yeniliklərlər etsin və biz bunu sevinə-sevinə bloglarımızda yazaq. Ölkəmizin inkişafı yalnız və yalnız sistemli biznes adamlarımızın əlindədir. Çox sevindirici haldır ki, hər keçən gün belə şirkətlər çoxalır. Bu superdir.

Maxi.az kollektivini belə mükəmməl iş gördüklərinə görə təbrik edirəm!

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [Reklam kampaniyaları barədə](#)
- [Mavi reklamları](#)
- [Effektiv brend kommunikasiyalar barədə](#)