



BİR SÖZLƏ,
HƏYATDA
ƏN LAZIMLI
BACARIQ

HƏR KƏS ÜÇÜN.

CONTENTS

Giriş	04
I Hissə Məsələni Başa Salmaq : İnsanların Beyninə Girəcək Bıçaq Qədər İti Mesajlar.	05
II Hissə Müştərilərini Tanı : Düzgün Auditoriyaya Düzgün Mesajı Çatdırmaq.	07
III Hissə Sadəlik Güzəllikdir : Qısa və Aydın Mesajlarla Ən Yüksək Nəticənin Əldə Olunması.	08
IV Hissə Branding və Onun Quruluşu : Əsas Məsələyə Diqqət Verib və Daha Çox Pul Qazanmaq.	10

INTRODUCTION

HƏR ŞEY SƏNİN ƏLİNDƏDİR. BÖYÜK İŞLƏR KİÇİK ADDIMLARLA YARANIR. MARKETING İSƏ, BUNA YARDIMÇI OLUR.

Marketing, həyatın hər sahəsində tətbiq edilə bilən və dərinəndən anlaşılması vacib olan bir konseptdir. Əslində, marketing həyatımızın bir çox aspektində yer alır, həm iş və karyera dünyasında, həm də şəxsi həyatımızda. Əgər bir işdə uğurlu olmaq, layihələr təşkil etmək, bir məhsulu satmaq, bir fikri bölüşmək və ya bir münasibəti idarə etmək istəyirsinizsə, marketing sizi bu məqsədlərə nail etmək üçün bir alət və yol kimi xidmət edir.

Bu kitabın məqsədi, həyatın müxtəlif sahələrində marketing prinsiplərinin və təcrübələrinin necə tətbiq edilə biləcəyini və insanların həyatlarını inkişaf etdirmək, müvəffəqiyyətləri maksimum səviyyəyə çatdırmaq və həyatın qiymətini artırmaq üçün marketingin əhəmiyyətini göstərməkdir.

Hədəf marketingin əsas prinsiplərini anlamaq, onları həyat təcrübəsində tətbiq etmək və hər bir insanın öz potensialını reallaşdırmaq üçün marketingin gücündən istifadə etməkdir. İnsanların öz məqsədlərini qorumaq, həyatlarına yön vermək və uğurlu bir həyat yaşamaq üçün marketing prinsipləri və təcrübələri əsaslı bir alət olaraq istifadə edilə bilər.

Bu kitabı oxuyarkən, öz həyatınızdakı marketing potensialınızı açığa çıxarmaq, yenilikçi fikirlər inkişaf etdirmək və həyatınızda yeni uğurlar əldə etmək üçün mümkün olan ən yaxşı yolu tapmaq üçün zəngin bir perspektivə malik olacaqsınız.

I HISSƏ

MƏSƏLƏNİ BAŞA SALMAQ: İNSANLARIN BEYNİNƏ GİRƏCƏK BIÇAQ QƏDƏR ITI MESAJLAR.

Əsas Məqsəd

Modern marketingin əsas məqsədi insanların diqqətini cəlb etmək və onları hədəfli davranışa səsləndirməkdir. İnsanların məhsulları almaq, xidmətlərdən istifadə etmək və markaları seçmək üçün qərar vermələri, marketingin təsirindən asılıdır. Bıçaq kimi etibarlı və çox təsirli mesajların necə formalaşdırıla biləcəyi, müştəri əlaqələrini inkişaf etdirmək üçün əhəmiyyətini və nəticələrini öyrənəcəyik.

Duyğusal Bağlılıq

İnsanlar həqiqətən emosional varlıqlardır. Onların alış-veriş qərarlarının əsasında hisslər və emosiyalar yatar. Bu səbəbdən, marketing mesajları duyğusal bağlılıq yaratmağa nail olmalıdır. Məsələn, məhsul və ya xidmət alarkən istənilən hissə gətirəcək

bir şəkil, video və ya yazı təqdim edilərək, müştəri əlaqələrinin daha da güclənməsi təmin edilə bilər.

Təkliflərin Güneşləndirilməsi

Müştərilərin nəzərə çarpan və cazibədar təkliflər marketing kampaniyalarının əsasını təşkil edir. Buna görə də, təkliflərin doğru və aydın bir şəkildə kommunikasiyası, hədəf qrupun diqqətini çəkmək üçün əhəmiyyətli rol oynayır. Qarşı-qarşıya gələcək fərsətlər və təkliflər müştərilərə əlaqəli və faydalı gələcəklərini hiss etdirməlidir.

Müştəri Təcrübəsi

Bir müştəri brendin keyfiyyətini, dəyərlərini və şəffaf olmasını hər hansı bir məhsul və ya xidmət əldə etdikdən sonra dərhal anlamaq istəyir. İndiki zamanda, müştəri təcrübəsi loyallığının əsasını təşkil edir. Bu səbəbdən, marketing mesajları müştəri təcrübəsini öncədən nəzərə almalıdır.

II HISSƏ

MÜŞTƏRİLƏRİNİ TANI : DÜZGÜN AUDITORIYAYA DÜZGÜN MESAJI ÇATDIRMAQ.

Müştərilərinizi tanımaq və onların ehtiyaclarına uyğun mesajları təmin etmək, müvəffəqiyyətin əsasını təşkil edir. Bir şirkət olaraq, auditoriya ilə bağlı dərin anlayış və onlara müraciət etmək, sizə sahənizdə özündən asılılaşdırmaq və müştərilərin sadəcə bir alıcı olmaqdan çıxarmaq üçün əhəmiyyətli bir təlimatdır.

Müştəriləri Tanımaq

Əvvəlcədən, müştəriləri tanımaq, onların kim olduğunu, nəyi sevəcəklərini və nə ilə maraqlandıklarını anlamaq əsaslı bir addımdır. Bu məlumatlar, demografiya, geyim və tərz, istifadə olunan sosial media platformaları kimi müxtəlif mənbələrdən toplanıla bilər. Anonim müştəri məlumatları və sadəcə statistika toplamaqdan əlavə, müştəri profilinizi daha dərin bir səviyyədə anlamaq, onların müraciət etdiyi problemləri, həyata keçirdikləri hədəfləri və dəyərlərini anlamaq üçün zəruridir.

Doğru Auditoriyaya Yetişmək

Müştəriləri tanıdıqdan sonra, doğru auditoriyaya doğru mesajı çatdırmaq əsas məqsəddir. Hədəf qrupunuzu doğru şəkildə tanımaq və onların nəticələrinə görə uyğun marketing strategiyaları inkişaf etdirmək əhəmiyyətlidir. Hər bir müştəri qrupuna uyğun olan kanalları, dil və tonu seçmək və tətbiq etmək, mesajınızın daha effektiv şəkildə alınmasını təmin edəcək.

Müştəri Təcrübəsini Tənzimləmək

Müştəri təcrübəsi, müştəri ilə etibarlı bir əlaqə qurmağın əsasını təşkil edir. Müştəriləri tanımaq, sizi onların təcrübəsini tənzimləmək üçün daha effektiv strategiyalar inkişaf etdirməyə səsləyir. Buna daxildir :

- Müştəri təcrübəsini yaxşı idarə etmək.
- Onların təşəkkür və şikayətlərini eşitmək.
- Onlara uyğun həllər təqdim etmək

Bu, müştəri loyallığını artırmaq və şirkətinizə pozitiv təsirlər gətirmək üçün əhəmiyyətli bir mərhələdir.

III HISSƏ

SADƏLIK GÖZƏLLIKDIR : QISA VƏ AYDIN MESAJLARLA ƏN YÜKSƏK NƏTICƏNİN ƏLDƏ OLUNMASI.

Sadə və aydın mesajlar, müştəri ilə əlaqənin qurulması və məhsul və ya xidmətin təklif edilməsi üçün ən effektiv yoldur. Sadəlik, müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırır, brendin kimliyini gücləndirir və məhsul və ya xidmətin nəzərdə tutulan istiqamətini qurur. Bu bölümdə sadə və aydın marketing mesajlarının nə üçün əhəmiyyətli olduğunu və buna necə nail olunacağını müzakirə edəcəyik.

Müştəriyə Yaxınlaşmaq

Sadə və aydın mesajlar, müştərilərinizi məhsul və ya xidmətinizə daha yaxından birləşdirəcək və onlarla daha əlaqəli hiss etmələrini təmin edəcəkdir. Qarışıq və qəliz mesajlar, müştəriyə xeyir vermək yerinə onların diqqətini dağıtmaq və ya frustrasiya yaratmaq riskini daşıyır. Sadə və aydın bir dil, müştəri ilə bir təcrübə qurmaq və onları brendinizə cəlb etmək üçün ən yaxşı yoldur.



Niyə qəliz mesajlardan istifadə etməli deyilik?



Sadəlik, müştərilər üçün dünya miqyasında tanınan brendləri və məhsulları asanlıqla anlamaq və xatırlamaq imkanı yaradır. Bir brendin məşhurluğunu artırmaq və müştərilərinin ağılalarında yer tutmaq üçün, sadə və aydın mesajlar vacibdir.



Sadə və aydın mesajlar, təfərrüatlar və məzmun əlavə etmədən məhsul və ya xidmətin əsas mesajını dərhal ötürə bilər. Bir mesajın sadə və aydın olması, müştəriyə məhsul və ya xidmətinizdən asanlıqla nə istədiyini və necə istədiyini anlamağa kömək edir.



Sadəlik, müştərilərin digər kompleks və boğucu reklam məzmunlarından fərqli olaraq sizin məhsul və ya xidmətinizə marağı cəlb etməsinə kömək edir. İnsanların diqqətini çəkmək üçün sadə və aydın bir mesaj, onların sizi seçməsinə təmin edə bilər.



Sadəlik, yenilik və yaradıcılıqla birləşdirildikdə ən yüksək nəticələri əldə etməyə kömək edir. Düşünərək və yenilikçi yollarla məhsul və ya xidmətinizi təqdim etmək, müştərilərin diqqətini çəkmək və onları sizi seçməyə sövq etmək üçün böyük bir potensiala malikdir.



Müştərilərin müraciət etdiyi məsələləri və tələbləri gözləmək, onların maraqlarına uyğun olaraq məhsul və xidmətlərinizi tənzimləmək üçün əhəmiyyətli bir hədəfdir. Müştərilərə şəxsi məktublar, e-maillər və ya texniki dəstək mesajları kimi məqsədli məlumatlar təqdim etmək, onların brendinizə olan bağlılığı və etibarını artırır.



Müştəri ilə əlaqədə olmaq və onların geri bildirimlərinə asanlıqla cavab vermək, müştəri ilə bağlılığı gücləndirir. Geri bildirimləri qəbul etmək və müştərilərin problemlərini həll etmək, onların sizin brendinizə olan etibarını artırır və onlara göstərir ki, onların fikirləri və tələbləri sizin üçün əhəmiyyətlidir.

IV HISSƏ

BRENDİNG VƏ ONUN QURULUŞU : ƏSAS MƏSƏLƏYƏ DIQQƏT VERİB VƏ DAHA ÇOX PUL QAZANMAQ.

Bir işin uğuru və bu işin uzunmüddətli aydın perspektivləri geniş ölçüdə brendinqə bağlıdır. Brendinq, bir şirkətin kimliyini, dəyərlərini, məhsullarını və xidmətlərini müştərilərə təqdim etmək üçün istifadə olunan mərkəzi mənbədir. Yaxşı bir brendinq strategiyası, müştəri bazasını genişləndirmək, sadıqlıyı artırmaq və ən yaxşı halda daha çox pul qazanmaq üçün əhəmiyyətli bir metoddur.

Brendinqin Tənqidi Əhəmiyyəti

Brendinq, şirkətinizi müştərilərin zihnində qurğularaq və fərqli olaraq tanımaq üçün istifadə olunan bir metoddur. Yaxşı bir brendinq, müştərilərinizin sizin işiniz və məhsullarınız haqqında pozitiv bir imic yaradır. Buna görə də, brendinqinizi tənqidlə baxış açısı ilə qiymətləndirmək, sizi müştərilərinizin gözlədiyi təsirlərin və hisslərin yaradılmasında təşəbbüskar edə bilər.

Məhsulların Və Xidmətlərin Unikal Yönünü Qeyd Et

Brendinq strategiyasını inkişaf etdirmək üçün bir şirkətin unikal məhsulları və xidmətlərinin qeyri-adi, ayırt edici xüsusiyyətlərini vurğulamaq vacibdir. Bu, müştərilərin sizin məhsul və xidmətlərinizi digər alternativlərlə müqayisə etməkdə daha maraqlı və fərqli bir hal almasına kömək edir.

Müştərilərin Gözləntilərinə Cavab Verin

Bir brendinq strategiyasının müvəffəqiyyəti, müştərilərin gözləntilərinə doğru və effektiv bir şəkildə cavab verməklə bağlıdır. Müştəri bazasının anlayışını və tələblərini müşahidə etmək, onların nəyi gözlədiklərini və nəyə maraqlandıklarını anlamaq üçün əsas məqamını təşkil edir. Müştərilərinizin istəklərini qeyd etməkdən çox, onları tanımağa, onları şirkətinizin fəaliyyətinə daxil etməyə və onlara həsrətlərini qeyd etməyə imkan verir.