

# TANGRAM YÖNETİM DANIŞMANLIK A.Ş.

## YAZI DİZİSİ

### PAZARLAMA DANIŞMANLIĞI SORULAR VE CEVAPLAR

#### **1- Pazarlama Danışmanlığının şirketlere olan katkıları hakkında bilgi verebilir misiniz?**

Geçtiğimiz 20.yüzyılın sonlarında; özellikle 1980'lerden itibaren ivme kazanan "küreselleşme" olgusu ve bilgi teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması girmiş bulunduğumuz 21.yüzyıla damgasını vuran iki gelişme olmuştur. Bu süreç içerisinde bir yandan mal ve hizmet ticaret, sermaye hareketleri ve doğrudan sermaye yatırımları ile, diğer yandan internet ve uydu haberleşmesi ile komüniksasyon ve lojistik alanında yaşanan gelişmeler, evvelce uzak denilen pazarları birbirine yaklaştırmış ve bir anlamda tek Pazar – dünya pazarı kavramı öne çıkmış bulunmaktadır.

Bu hızlı gelişmeler ve küreselleşme olgusunun giderek yayılması ile klasik Pazar anlayışı çözülmüştür. Bugün artık ucuz işgücü ve girdi maliyetleri ile ucuz mal üretimi ve buna dayalı ölçek ekonomileri anlayışı giderek önemini yitirmektedir, çünkü üretim teknolojileri hızla değiştikçe maliyet avantajı yalnızca kısa süreli bir rekabet silahı olabilmektedir.

Bu açıklamaların ışığında konuya dönecek olursak; kendi markasını yaratarak dünyaya açılmak, artık diğer ülkeler için olduğundan daha fazla, Türk üreticilerinin üzerinde çalışmaları gereken bir konu olmaktadır.

İşte bu noktada etkin pazarlama danışmanlığı hizmeti almak firmalar için çok önemli hale gelmektedir.

#### **2- Pazarlama Danışmanlığı, şirketler tarafından yeterince tercih ediliyor mu? Tercih edilmiyorsa, neler yapılmalı?**

Pazarlama danışmanlığı, tıpkı diğer danışmanlık hizmetleri gibi, olması gereken seviyede tercih edilmemektedir. Pazarlama danışmanlığı sadece bir ürünün pazarlanması değil, aynı zamanda tüm firmanın etkin pazarlanması anlamına gelmektedir. Bizim gözlemimiz, firmaların bu işe çok kapalı çerçeveden baktıklarını, ürünlerinin bir gecede marka haline getirilerek satışta patlama yaşanacağına inandıklarıdır. Bu elbette imkansızdır. Bir markanın yerleştirilmesi ve hedeflenen satış seviyelerine ulaşması için en az 6 ay üzerinde çalışılmalıdır. Bu sadece başlangıçtır. Eğer ürüne uluslararası nitelik kazandırılmak isteniyorsa bu süreç çok daha uzun ve zahmetlidir.

Pazarlama danışmanlığı hizmetinin tercih edilmesi için firmalar bilinçlendirilmelidir. Pazarlama, uzmanlık işidir. Firmanın patronunun ürün ile görüşmelere gitmesi ya da firmadan 1-2 kişinin fuarlara katılması "pazarlama" değildir.

# TANGRAM YÖNETİM DANIŞMANLIK A.Ş.

## YAZI DİZİSİ

Bu konuda medyaya da önemli görevler düşmektedir. Örneğin pazarlama danışmanlığının öneminin vurgulandığı haberler ve yayınlar çıkartılması, pazarlama danışmanlığı hizmeti ile başarıya ulaşmış firmaların tanıtılması gibi. Ülkemizde en önemli sorunlardan bir tanesi de "dışarıdan destek almak" yani danışmanlık hizmeti almanın firmayı küçülteceği ve sahibi ile çalışanlarını başarısız/beceriksiz göstereceği endişesidir. Kısacası "kendisi yapamadı, dışarıdan yardım aldı" denmesinin küçültücü olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle birçok firma danışmanlık hizmeti almakla birlikte bunu sır gibi saklamaya çalışmaktadır. Bu konularda da firmaların özgüven kazanmaları desteklenmeli, dışarıdan alınan hizmetin küçültücü değil, aksine bütünlüyci ve güçlendirici olduğu medyada da vurgulanmalıdır.

### **3- Etkin bir pazarlama stratejisi nasıl belirlenmelidir?**

Strateji geliştirmek için öncelikle firmanın ciddi bir misyon ve hedefler tanımlaması gerekir. Hedefler olmaksızın strateji geliştirilmesi, yol haritasının çizilmesi mümkün değildir. Tangram olarak yaptığımız tüm pazarlama ve markalaşma danışmanlığı projelerimizde, çalışmalarımıza öncelikle firmanın misyon ve hedeflerinden başlarız. Bu ilk adım çok önemlidir zira firma nereye gitmek istediğini bilmiyorsa yapılacak çalışmaların bir katkısı olamayacaktır.

### **4- Pazarlama Danışmanlığı hakkında genel bir değerlendirme yapabilir misiniz?**

Konuya "pazarlama danışmanlığı ve markalaşma" olarak yaklaşacak olursak, öncelikle İngiltere'de resmi olarak yapılan ve uluslararası marka klasmanı diyebileceğimiz bir araştırmaya göz atmalıyız. "İnterbrand" adlı bu araştırma, değeri 1 milyar doların üstündeki firmaları sıralamaya almaktadır. Bu sıralamada 100 global firma ve bunlara bağlı yaklaşık 250 marka yer alıyor. Bu sıralamada henüz hiçbir Türk firması yer alabilmiş değildir. Ancak 500 firmayı kapsayan ikinci grupta birkaç Türk firması yer almaktadır. Bu da gösteriyor ki Türkiye global pazarlarda yer alabilecek marka geliştirme konusunda henüz emekleme çağındadır.

Yurtdışında Türk markasıyla globalleşmenin evreleri arasında en başta gelen "global dağıtım ağı"nın kurulmasıdır. Bu ise herşeyden önce yeterli üretim kapasitesinin olmasına bağlıdır. Bunlardan sonra pazarlama, tanıtım, yurtdışında çok çeşitli ülkelerde ve şehirlerde yaygın mağaza ağı kurulması, ülkelerin büyük "departmant store"larında reyon elde etmeleri, belli bölgelerde depolama-stoklamalar yapabilmeleri gelmektedir. Bütün bunlar için milyonlarca dolar harcanması gerekmektedir. Her biri için belli bir rakam vermek gerçekçi olamaz çünkü sektörlere ve üretilen mala göre masraflar farklılık gösterecektir.

# TANGRAM YÖNETİM DANIŞMANLIK A.Ş.

## YAZI DİZİSİ

Bu konuda öncelikle İngiltere’de resmi olarak yapılan ve uluslararası marka klasmanı diyebileceğimiz bir araştırmaya göz atmalıyız. “İnterbrand” adlı bu araştırma, değeri 1 milyar doların üstündeki firmaları sıralamaya almaktadır. Bu sıralamada 100 global firma ve bunlara bağlı yaklaşık 250 marka yer alıyor. Bu sıralamada henüz hiçbir Türk firması yer alabilmiş değildir. Ancak 500 firmayı kapsayan ikinci grupta birkaç Türk firması yer almaktadır. Bu da gösteriyor ki Türkiye global marka konusunda henüz emekleme çağındadır.

Yurtdışında Türk markasıyla globalleşmenin evreleri arasında en başta gelen “global dağıtım ağı”nın kurulmasıdır. Bu ise herşeyden önce yeterli üretim kapasitesinin olmasına bağlıdır. Bunlardan sonra pazarlama, tanıtım, yurtdışında çok çeşitli ülkelerde ve şehirlerde yaygın mağaza ağı kurulması, ülkelerin büyük “departmant store”larında reyon elde etmeleri, belli bölgelerde depolama-stoklamalar yapabilmeleri gelmektedir. Bütün bunlar için milyonlarca dolar harcanması gerekmektedir. Her biri için belli bir rakam vermek gerçekçi olamaz çünkü sektörler ve üretilen mala göre masraflar farklılık gösterecektir.

Bu konuda Türk Devleti de imkan dahilinde destekte bulunmaktadır. Örneğin; “Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması ve Türk Malı İmajının yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ” uyarınca, dolar bazında oldukça tatminkar miktarlarda destekte bulunmaktadır. Ayrıca açacakları mağaza, ofis, depo, vb. Yerlerin kirasına, demirbaşlarına ve tanıtım giderlerine katkıda bulunmaktadır.

### **5- Pazarlama Danışmanlığının, Türkiye ekonomisine katkısı hakkında bilgi verebilir misiniz?**

Kanımızca, etkin bir pazarlama ve markalaşma danışmanlığı çalışmalarının desteği ile, önümüzdeki 10 yıllık bir süreç sonunda Türkiye’den 50 civarında, bölge bazında kuvvetli marka ortaya çıkacaktır. Dikkat edilirse “bölge markası” dedik, “dünya markası” demedik. Bunlar, bulunduğumuz bölgelerde etkin markalar olacaktır. Bugün bir hayli yol almış olan 3 firmamızın ise önümüzdeki 10 yıl içinde birinci ligde oynayacak güç ve etkinliğe geleceklelerini ümit ediyoruz.

*Pazarlama danışmanlığı konusunda size yardımcı olmamızı isterseniz lütfen bize e-mail gönderin.*

*[info@tangram.com.tr](mailto:info@tangram.com.tr)*