



# Marka Yarattığını Sanan Pazarlamacılar

Can Turanlı

*Farketing*

Markan umrumda değil. Beni, ben, arkadaşlarım, yakınlarım ve sadece bazen diğerleri ilgilendiriyor. Ve 'diğerleri'nin benden sadece faydalanmak isteyen, paramı almak isteyen insan veya şirketler olabileceğini sanıyorsan, yanlıyorsun. Üstelik çok fena şekilde.

Geleneksel (en yaygın) pazarlama Őu Őekilde ilerliyordu. Ürünü geliŐtiryorduk, markayı hazırlayıp tanıtıyorduk, markayı kanallardan sunuyorduk, satıŐ yapıyorduk, daha fazla tanıtım yapıyorduk, daha fazla satıyorduk...

Yeterince tekrar edilirse, herkes bir Őeyler hatırlar. Markadan bahsediyorsak en azından markamızın adını. Fakat istediğimiz aslında tam olarak da bu değil. Diyelim ki sınırsız paramız var, her yere reklam verdik. Herkesin markamızı ve mesajımızı görmesini sağladık. İnsanların mesajımızı almasını sağlayabilir miyiz? Lider marka olduğumuzu her yerde bağırdığımız için bize inanırlar mı?

Yoksa, hiğbir kelimesini hatırlamadığımız, hatırlasak bile umursamadığımız ilkokul Őiirleri gibi zoraki ezberletmelerin bir değeri yok mu?

*Ben ancak hazır olduğumda fikrimi deđiŐtiririm. Ben ancak istediğimde hazır olurum. Ben ancak dinlersem isteyebilirim. Ben ancak yakın çevremi dinlerim.*

Her gün binlerce mesaj, yüzlerce e-posta, sürekli bizi ikna etmeye çalışan insanlar, satıcılar, reklamlar...

- Yan yana dizilmiş 3 büfeye ihtiyacım var mı?
- 10 farklı şampuan markasına?
- Böyle bir dünyada neyin doğru, neyin yanlış olduğunu bulmak için ne kadar fırsatım var?
- Benim zamanım yoksa iyi olduğunu düşündüğümüz markamızı anlamak için müşteriler ne kadar zaman harcar?

Aldığımız mesaj sayısı katlanarak artıyor, yaptığımız seçim sayısı aynı hızla olmasa da artıyor, düşünmek ve anlamak için ayrılmış zamanımız azalıyor. Neyse ki, pazarlamada eskiden çalışan yöntemlerin, çalışmaya devam etmeyebileceğini anlayacak kadar akıllıyız.

"Pazarlar sohbetlerdir" diyor 1999'da yazılmış Cluetrain Manifesto kitabında. Şüphesiz öyle. Bu fikrin bir kısmını alıp, adını ister kulaktan kulağa pazarlama, ister başka bir şey koyalım fark etmez, şunu kabul edelim:

*Markamızın mesajları müşterilerimizin sohbetleriyle yayılıyor. Ve istediğimiz kadar kendi istediğimiz mesajı iletmek için bağıralım, mesajımızı bu sohbetler belirliyor.*

O halde pazarlamanın amacı, insanların bir sonuca varmalarını sağlamak değil, marka mesajımızı/değerlerimizi müşteri sohbetlerine yeterince ve doğru olarak taşıyabilmektir.

Peki, nasıl başaracağız? İnsanların sohbetlerine girebilmek için ilgilerini nasıl çekeceğiz? Şüphesiz bunun basit analitik bir yöntemi yok. İçerisinde insan ilişkileri ve kontrolümüz dışında gerçekleşen sohbetler varken zaten nasıl basit bir yöntem olabilir ki?

Çözüm olarak pazarlama camiasında, herkes her zaman yeniliklerden bahsediyor. Direkt pazarlama, Gerilla Pazarlama, WOM (kulaktan kulağa pazarlama), CEO Blogu, Öner kazan kampanyaları...

Oysa, çoğu müşterileri kısa süreli oyalamaktan öteye gidemiyor. Çoğu başta işe yarıyor çünkü yeni olan her zaman ilgi çekiyor, çekecek. Mesela CEO için blog yapmaktan bahsediyorsak, kendimize sormalıyız, CEO'nun blogu olması mı, CEO'nun ne söylediği midir insanlar için önemli,

konuşmaya değer olan? Evet CEO'nun blogu olması bir süre ilgi çekici olabilir, pazarlama dergileri bu blogdan bahsedebilir ama peki müşteriler?

Şüphesiz yeni trendleri, yenilikleri, son günlerin modalarını izleyeceğiz ve hatta yeri geldiğinde uygulayacağız. En azından müşterilerimizin kısıtlı ilgisini kısıtlı süreyle olsa da yakalayabilmek için.

Öte yandan asıl yapmamız gereken, yaptığımız her şeyin müşteri sohbetlerine nasıl taşınacağını bulmak. Ne yapılacağını söylemek çok kolay değil ama neye bakılması, kimin dinlenmesi gerektiği çok açık.

Anlayana...

Yaptıklarında benim  
veya çevremi hayatını  
değiştirecek ne var?

Yazdıklarımı, fikirlerimi takip etmek isterseniz:

 Twitter'dan: [@cturanli](https://twitter.com/cturanli)

 Facebook'tan: [facebook.com/farketing](https://facebook.com/farketing)

[www.farketing.com](http://www.farketing.com)

Kapak fotoğrafı: <http://flic.kr/p/67PFfE>

*Farketing*