



**V**əzifə onun üçün birinci yerdə dayanmır. Sadəcə, hədəflərinə çatmaqda kömək edir. Düşünür ki, marketoloq üçün ən vacib məqam brend yaratmaq, bunu insanlara təsdiq etdirmək və xaricə satmaqdır. Müsahibimiz GILAN FMCG Group-un marketing rəhbəri Müşfiq Hüseynovdur.

- Marketing direktoru olana kimi uzun bir yoldan keçmiş, satış üzrə müxtəlif vəzifələrdə çalışmışınız; satış nümayəndəsi, distribyutor, brend meneceri və s. Marketing direktoru kimi bu təcrübəniz sizə nə dərəcədə kömək edir?

- Satış meneceri satış həcmi artırmağı, marketing meneceri isə qazanmağı düşünür. Ümumiyyətlə, marketoloq son nəticədə satmağı bacarmalıdır. Satana qədər müəyyən etaplar var. Maliyyəçi, hüquqşünas, marketoloq və s. öz işlərini görür. Satış meneceri isə son olaraq topu qapıya vururlar.

Sualınıza gəlincə, müştəri ilə birbaşa ünsiyyətdə olmaq marketoloq üçün çox vacibdir. O bilməlidir ki, müştəriyə hansı sözü deyəndə reaksiyası necə olacaq. Marketoloq ərazidə, müştərinin yanında olmalıdır. Öyrənməlidir ki, müştərinin hansı variantları, istiqamətləri var və o istiqamətə yönəlik daha çox təsir etmək mümkündür. Bu baxımdan marketoloqun sözügedən sahədən çıxması üstünlük olar. Mənim üçün də əvvəllər satış sahəsində işləməyim yaxşı təcrübə oldu. Bir zamanlar, təxminən 10 il əvvəl Azərbaycana fləş-kartların, MP3, MP4 pleyerlərin gətirilməsini və satışını təşkil etmişəm. A-dan Z-yə iş adamının nə düşündüyünü, hansı problemlərlə üzləndiyini öz təcrübəmdə görə bildim. Buna görə də hazırladığım layihələrdə hansı mərhələdə hansı problemin və avantajların olacağını qabaqcadan görə və ya təxmin edə bilərəm. Maliyyəçi deyə bilər ki, bu, çox bahadır, şirkət rəhbəri deyə bilər, ümumi strategiyaya ziddir və s. Bu baxımdan təcrübəm oyuna kənardan baxa bilməyim üçün gözəl üstünlükdür.

- Ümumiyyətlə, yaxşı marketoloq olmaq üçün sizin keçdiyiniz mərhələləri keçmək vacibdir?

- Qətiyyətlə vacib deyil. Ümumiyyətlə, marketingdə mütəxəssis deyilən bir şey yoxdur. Marketoloqlar qaydaları pozur. Qaydalar pozulursa, burada heç bir qayda ola bilməz. Bir vaxt var idi ki, hamı məhsulun üstünlüyündən danışdı, ikinci mərhələdə məhsulun xarakteristikası gündəmə gəldi, üçüncü dövrdə məhsulun sizin həyatınıza gətirəcəyi dəyişiklikdən söhbət açıldı, dördüncü mərhələdə deyildi ki, hamı bizim məhsulumuzdan istifadə edir, siz də edin. Beşinci dövrdə bildirildi ki, hamı filan məhsuldan istifadə edir, siz hamı kimi olmayın, bizim məhsulu istifadə edin. Bu baxımdan, hər dəfə yanaşmalar fərqlənir. Fərqləndiyinə görə heç vaxt demək olmaz ki, marketing bir qayda ilə bu istiqamətdə getməlidir. Bunun qaydası yoxdur. Dünənə maliyyəçisi bu gün marketoloq ola bilər. Əgər dünənə maliyyəçisi bu gün marketoloqudursa, demək, dünən o, maliyyəçi olmayıb.

- Bir marketoloqun uğurlu olması nədən asılıdır?

- Marketoloq uğur qazanmaq istəyirsə, ilk növbədə işinə həvəsi olmalıdır. Ruslarda belə bir məsəl var, "sürüşmək istəyirsənsə, xizəyi yuxarı qaldırmalısın". Risk etməyi bacarmalısınız. Xüsusən gənclər üçün risk etmək çox vacibdir. Çünki cavan olduğunuz zaman o qədər enerjiniz var ki, risk edib uğursuzluğa düşər olsanız belə, enerjiniz imkan verəcək ki, ayağa durub yola davam edəsiniz. Gərək həvəsdən düşünməsiniz. Bu, yalnız marketoloqlara deyil, bütün peşə sahiblərinə aiddir. Sonadək getmək lazımdır. Öz üzərində daim işləmək də vacibdir.

XXI əsrin marketoloqu şirkətə satmağa deyil, müştəriyə almağa kömək etməlidir.

- Sonadək mübarizə aparmağın, yola davam etməyin vacibliyindən danışdınız. Uzun müddət insanın bir sahə-

## Risk etməyi bacarmalısınız

Müşfiq Hüseynov hesab edir ki, XXI əsrin marketoloqu şirkətə satmağa deyil, müştəriyə almağa kömək etməlidir

### Lalə MUSAQIZI

**də çalışıb sonra tamam başqa bir sferada karyerasına davam etməsi, sizcə, nə dərəcədə düzgündür?**

- Çox vaxt belə hallarla rastlaşırıq, Azərbaycanda hansısa peşə sahibi problemlə üzləşəndən sonra iş istiqamətini dəyişib tamamilə başqa bir sahəyə keçir. Bu, çox böyük səhvdir. Çünki əvvəl qazandığın təcrübənin üstündən xətt çəkmisə olursan. Bir sözlə, kim sona qədər israrla gedirsə o, qalib gəlir.

Düşünməyin ki, dəyişəcəyiniz istiqamətdə və ya işdə daha az rəqabət və ya çətinliklərlə üzləşəcəksiniz.

- Adam var iddialıdır, ambisiyası böyükdür, amma nəzəri bilikləri zəif, təcrübəsi azdır. Buna baxmayaraq, karyerasında uğur qazana bilər. Amma adam da var, ömrü boyu özünü oxumağa, öyrənməyə, işləməyə sərf etsə də, karyerasında elə də böyük irəliləyiş əldə edə bilmir. Sizcə, ambisiyanı əsasdır, yoxsa bilikləri, təcrübəni artırıb avtobiografiyanı zənginləşdirmək?

- Bu iki tərəfdən biri zəifdirsə, digərinə üstünlük verilmə-



lidir ki, o birini kompensasiya etsin. Amma arzu edilir ki, hər ikisi eyni dərəcədə olsun, balans yaransın.

Həqiqətən də heç vaxt görməmişəm ki, hər hansı bir məktəbdə, universitetdə "5" alan, birinci cərgədə oturanlar şirkətin aparıcı adamları olsunlar. Həmişə "4" alan zərbəçilər, kafi alanlar karyeralarında irəliləyirlər. Çünki onlar balans tuta bilirlər. İki alanlar isə çox nadir hallarda şirkətlərdə söz sahibi ola bilərlər.

"5" alanların karyeralarında uğur qazana bilməmələrinin əsas səbəbi odur ki, "onlar bildiklərini satmağa yox, onu artırmağa yönəliirlər. Nəticədə öz içlərində konflikt yaranır və bu zaman uğur əldə etmək çətin olur. Demirəm, olmur, amma çətinlik çəkirlər. Dediğim kimi, istisnalar qaydaları pozmur.

- Müşfiq bəy, bizdə insanlar vəzifədən gedəndə nədənsə depressiyaya düşür, elə bilirlər onlar üçün həyatın sonudur. Amma xaricdə hansısa vəzifə sahibi rahatlıqla vəzifəsindən istefa verə bilər...

- İnsanın həyatında 3 dənə 8 var. Bir səkkizində dincəlik, o biri səkkizində ailəsi ilə keçirir, digər səkkizində isə 8 saat işləyir. Hər üçündə mütləq balans olmalıdır. Təəssüflər olsun ki, Azərbaycan reallığında işləyən adamlar işə o qədər bağlanırlar ki, özlərini şirkətdən kənardə təsəvvür edə bilmirlər. Onlara "siz kimsiniz" sualını verəndə, cavab verirlər ki, "filan yerin direktoru, yaxud filan şöbənin müdiriyəm". Vəzifələrinə o qədər aludə olurlar ki, ciddi səhvlər edir, səhvlərə göz yumurlar, irəli getmək istəmir, risk etmirlər. İşlərini də tərk etdikləri zaman boşluğa düşür, nə edəcəklərini bilmirlər. Düşünür ki, "axı mən kiməm, dünənə qədər filan şöbənin müdiri idim, dövlət strukturunda işləyirdim və s. İndi mən kiməm?". Bu problemi yaşamamaq üçün gərək özünü inkişaf etdirənsən və həyatda prioritetləri, balansı düzgün qoruyasan.

- Satış sahəsində işləməyə başlayanda qarşınızda marketing departamentinə rəhbərlik etmək kimi bir hədəf var idi?

- Xeyr, vəzifə mənim üçün birinci yerdə deyil. Vəzifə məne hədəflərimə çatmaqda köməklik edir. Mənim üçün ən vacib və sevdiyim məqam brend yaratmaq və bunu insanlara təsdiq etdirməkdir. Ən əsası isə bunu xaricə satmaqdır. Çünki burada böyüdüyün üçün müəyyən üstünlüklərin var, yerli bazarı, Məmmədi, Ceyhunu yaxşı tanıyırsan, bəs xaricdə bunu necə edəcəksən? Xarici bazarda alıcıları inandırmaq, onlara mal satmaq çox vacibdir. Məncə, hər bir marketoloq üçün bundan vacib bir şey olmamalıdır.

- 10 ildən çoxdur satış və marketing sahəsindəsiniz. Necə düşünürsünüz, Azərbaycan müştərisinə məhsul satmaq nə dərəcədə asan, yaxud çətindir?

- Azərbaycan müştərisinə mal satmaq həddən ziyadə asan idi. Çünki ödəniş qabiliyyəti yüksək idi, marketə daxil olduğu zaman məhsulun 1 manat 17 qəpik, yoxsa 1 manat 18 qəpik olmasına fikir vermirdi. Bir manatı görürdüsə, arxasındakı qəpiyə fikir vermədən götürüb səbətə qoyur və ödəniş edirdi. Amma son iqtisadi dəyişiklikdən sonra artıq meydana güclü marketoloqları görəcəyik. Çünki bir qəpiyin belə vacib olduğu dövrə adlanmış. Məhsulu satmaq üçün marketoloqların hərəkətə keçmək zamanıdır.

- Böhran dövründə marketingdə yaradıcı yanaşma nə dərəcədə vacibdir?

- Bizdə bir az zəlzələ baş verdi. Bu zəlzələdən sonra bəzi məsələlər ortaya çıxdı və aydınlaşdı. İlk növbədə bütün şirkətlər xərclərin effektivliyinə çalışacaqlar. Ondan sonra iki məhsul eyni qiymətə oturacaq. Bu zaman artıq rəqabət yaranaacaq və yaradıcı marketingə ehtiyac olacaq.

2016-2018-ci illər həm bazarı, həm bazar iştirakçılarının hərəkətlərini tamamilə başqa formada görəcəksiniz. Yanaşmalar, məhsullar tam fərqli olacaq. Bazar dəyişir, istehsalçı da dəyişməlidir. Biz də ortaya əvvəlki kimi yanaşma qoymayacağıq.

- Müşfiq bəy, işinizin ən çox sevdiyiniz tərəfi hansıdır?

- Nəticələrə baxmaq. İş tamamlananından sonra nəticə olaraq satışları görüb sevinərsən, əhvalın yaxşılaşır.

- Boş vaxtlarınızı necə keçirirsiniz?

- Çalışmam əsasən ailəmlə, dostlarımla keçirirəm. Əksər hallarda buna müvəffəq oluram. Paralel olaraq həm də öz üzərimdə işləyir, ədəbiyyatla oxuyuram. Oxumaq, öyrənmək mənim üçün bir həyat tərzidir. İmkan olduqca nəse öyrənməyə çalışıram. Yeni bir şey öyrənmək, öyrəndiklərimi tətbiq etməkdən zövq alıram. Layihələr düşünüb üzərində işləməyi xoşlayıram.

- Ənənəvi sualımız: uğur sirriniz nədədir?

- Birincisi, özümü uğurlu hesab etmirəm. Amma qarşıdakı hədəflərim böyükdür və çoxdur.

Uğur üçün bir tek istiqamət yoxdur. Bunun üçün düşünərək işləmək, hədəfi düzgün tutmaq, qorxmamaq, çəkinməmək, düşünülmüş risk etmək, oxumaq, öyrənmək, səhvlər etmək lazımdır...

