

Pastanızı nasıl alırdınız?

Global krizin etkileri dünyanın her köşesinde hissediliyor.

Ancak bazı girişimciler krizi fırsata çevirip, pastadaki paylarını büyütüyorlar.
Nasıl mı?

TV reklamlarını keşfeden küçük işletmeler krizi fırsata çevirmeyi başardı.

Son dönemde birbiri ardına ulusal mecraları kullanarak iletişim atağına geçen Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler reklam dünyasının oyuncu profilini değiştirdi.

Araştırmalara göre reklam veren oyuncu profili son iki yılda %50 oranında değişti. Bazı küçük işletmeler, iletişim yapmanın avantajlarını keşfettiler ve atağa geçerek pazar paylarını büyütme başardılar.

2001'deki kriz döneminde agresif reklam yapan firmaları hatırlayın! İletişim yatırımları sonucunda kat be kat büyüme göstererek bugün bir üst ligde yarışlarına devam ediyorlar.

Şahin Sucukları, Bolulu Hasan Usta, Özsüt, Karaca, Atiker Sıralı Gaz Sistemleri, Zavoli, Ekogaz, Yağmur Mobilya, Ufo Istıcı, Kemal Kükrer Sirkeleri, Nazo, Pronet, Özsüt, Muratbey Peynirleri, Tahsildaroğlu; son dönemde iletişime yatırım yaparak markalarını konumlayan ve pazar paylarını artıran markalardan bazıları...

Sizin pazarınızda payınız ne kadar?

Gelin beraberce krizi fırsata çevirelim!