

# MOR İNEK (Seth GODIN)

---

- Eski müşteriye elde tutmak, yeni bir müşteri kazanmaktan daha ucuzdur.
- Sadece 4 tip insan vardır: (Müşteri anlamında)
  1. Mükemmel müşteriler
  2. Müşteriler
  3. Sadık müşteriler
  4. Eski müşteriler
- Eğer hedef kitlenin, sizin ihtiyacınıza göre belirlediğiniz satış fiyatından ürününüzü almaya parası yetmiyorsa, pazarınız yok demektir.
- **“Askeri Endüstri Karması”**
  - Hükümet silahlara para harcar
  - Şirketler silah yapmak için vergileri alırlar.
  - Bu şirketler işçi istihdam ederler.
  - Vergilerini öderler.
  - Bu vergiler daha fazla silah almak için kullanılır.
  - Hükümet güçlendi – istihdam arttı.
- Teknolojinizi kullanmak ya da kullanıcılarınızın standart davranışlarına göre daha iyi bir ürün geliştirmeye çalışmak yerine, ürününüzün çok daha iyi iş görmesi için kullanıcıları davranışlarını değiştirmeye yönelin.
- Eğer bir ürünün gelecekte çarpıcılığını yitireceği muhtemelse, eğer insanların ürününüzden yeniden etkilenecekleri bir geleceği hayal edemiyorsanız, o zaman oyunun kurallarının değiştiğini anlamamanın zamanı gelmiştir. Ölmek üzere olan bir ürüne yatırım yapmaktansa, paranızı yeni bir ürün geliştirmek için harcayın.
- Tüketicilerin gerçekten yardıma ihtiyaç duyduğu zaman ve size ulaşabildikleri bir yerde reklam yapmalısınız.

# MOR İNEK (Seth GODIN) – (Devam)

---

- Artık TV sonrası dünyada pazarlama, bir ürün tasarlandıktan ve üretildikten sonra, onu çarpıcı, ilginç, eğlenceli veya güzel hale getirmeye çalışmak değil, en baştan virüs değeri taşıyacak şekilde tasarlamaktır.
- Hiç kimsenin umursamadığı bir pazarla karşı karşıya kaldıysanız, en akılcı plan orayı terk etmektir.
- Müşterilerinizi sınıflandırın. En karlı grubu bulun. En konuşkan grubu bulun. Her bir grubu nasıl geliştireceğinizi/nasıl reklam yapacağınızı/nasıl ödüllendireceğinizi belirleyin, kalanları boş verin. Reklamlarınızın (ve ürünlerinizin) büyük kitlelerin ihtiyaçlarını karşılaması gerekmez. Eğer müşterilerinizi seçebildiyse, reklamlarınız (ve ürünleriniz) seçtiğiniz bu müşterileri hedef almalıdır.
- Bir kez gerçekten dikkat çekici bir şey ortaya koymayı başardınız mı hemen ardından iki şey yapmak önemlidir;
  1. İnekten alabildiğiniz kadar süt alın. Onu nasıl zamana yayacağınızı ve ondan olabildiğince uzun zaman nasıl kazanç elde edeceğinize bakın.
  2. Onun faydaları bir gün kaçınılmaz olarak yok olduğunda zaman içinde ilkinin yerini alacak yeni bir mor inek icat edebileceğiniz bir ortam yaratın.
- Hiçbir şey yapmamak, büyük şeyler yapmak kadar iyi değildir. Ama sırf meşgul olmak için pazarlama yapmak da hiçbir şey yapmamaktan daha kötüdür.
- Mor inekler yaratan şirketler , pazarlamacılar tarafından yönetilmelidir.
- Ucuzluk hiçbir harika fikri olmayan bir ürün geliştirici ya da pazarlamacının son sığınağıdır.

# MOR İNEK (Seth GODIN) – (Devam)

- Başka bir donuk reklam kampanyasına, ticari şova ve satış konferansına tek bir dolar/TL bile harcamadan önce, mühendislerinize ve müşterilerinize zaman harcayın. Adamlarınızı bembeyaz bir sayfa açarak yeniden işe başlamaları, bir şey yapacak olsalar ne yapacaklarını ortaya koymaları için harekete geçirin.

## İŞİNİZE MOR İNEK'E GETİRMENİN 8 YOLU

1. Ürününüzü çok küçük bir kitleye hitap edecek şekilde değiştirmenin on yolunu isteyin.
2. Küçük düşünün. Eğer düşündüğünüz şey herkese hitap etmiyorsa, hiçbir değeri yoktur demeyin. Artık öyle değil. Olabilecek olan en küçük pazarı düşünün ve çarpıcılığıyla bu pazara hakim olabilecek bir ürün belirleyin.
3. Dış kaynakları kullanın.
4. En sadık müşterilerinizle doğrudan görüşebilme yeteneği geliştirdiğiniz zaman, şaşırtıcı şeyler geliştirmeniz ve satmanız kolaylaşacaktır.
5. Taklit edin. Kendi sektörünüzün dışında bir sektörü tabii.
6. Bir kez daha deneyin. Genellikle uçlarda olduğu kabul edilen bir rakibi belirleyin ve ondan üstün olun. O ne ile iyi tanınıyorsa, siz daha fazlasını, daha iyisini, daha güvenlisini yapın.
7. Sektörünüzde "henüz yapılmamış" olanı bulun ve onu yapın.
8. "Neden olmasın?" sorusunu sorun kendinize. Yapmadığınız hemen her şey için iyi bir neden yoktur.

