MASTER OF BUSINESS ENGINEERING

**1) Biznes 4.0 – Biznes Modelin Strukturu**

* 2011-ci il "Marketing 3.0 – növbəti etap – 2015-ci il Business 4.0."
* Sistem yanaşma - Biznes 4.0 hissələri.
* Biznesin əsas elementləri – 3 müstəqil hissələr.
* Məhsul-Satış-Marketin. Potensial inkişaf zonalarının aşkar edilməsi.
* SMM - Social Media Marketing.
* Marketinq aksiyalarının effektivliyinin təhlili

Məqsəd 1: Biznesi əsas hissələrə bölmək, boşluqları aşkar etmək.

**2) İstiqamətin seçimi – sahə, seqment və məhsul.**

* Biznes ideyaların motivi və məqsədi. Biznesdə istiqamətin seçimi.
* Hər istiqamət üçün perspektivli məhsulların seçimi.
* Satış saytı - Landing Page, Web Design & Marketing system.
* Google Keyword Planner, Google AdWords, Google Analytics.

Məqsəd 2: Biznesdə perspektivli sahəni və istiqaməti seçmək.

**3) Məhsulun yaradılması və “qablaşdırılması”**

* Məhsulun dərin təhlili və anlayışı.
* Kimə və nə satmağı planlaşdırırsınız?
* Müştərinin tələbi nədir? – Diqqət: Qiymət-Keyfiyyət.
* "Müştəri avatarı" metodu. Problem-Həlli-Uğur üçbucağı.
* Brendin məhsullar cərgəsi. Rəqiblərin təhlili, müqayisəsi.

Məqsəd 3: Məhsulu dəqiq izah etmək – “Problem-Həlli-Uğur”, "Müştəri avatarı" yaratmaq.

**4) "Satışların idarə edilməsi."**

* Vasitələr və satış skriptləri.
* “Passiv” satış, “Axın” üzrə satış, “Birbaşa” satış – Direct Selling.
* Telefonda satış – Telemarketinq, Online Satış.
* Marketinq Advertising, Email marketing, içtimayi şəbəkə - Networking.

Məqsəd 4: Əsas satış kanalları və vasitələrini istiqamətləndirə bilmək.

**5) Brendin formalaşdırılması.**

* Ad verməkdən yüksək qiymətə kimi olan addımlar.
* Brendin satış edən qablaşdırılmasınn yaradılması.
* Biznesi necə qablaşdırmaq lazımdır ki, onun məhsulunu hamı almaq istəsin?
* Bir brendin məhsullarının yüksək qiymətə uyğun olmasının əsaslandırılması.

Məqsəd 5: Məhsulun və Brendin Strategiyasının təhlili.

**6) Marketinqin idarə edilmsə.**

* Müştəri axının cəlb edilməsi. Satış burulğanı.
* Müştəri ilə 3 toxunuş - Facebook, Instagram, Google, WhatsApp.
* Müasir müştəriləri cəlb edilməsi vasitələri.
* 1 müştərinin qiymətinin hesabatı – təhlil, strateji qərar vermə.
* Boston cədvəlinin müasir tətbiqi – məhsulun bazarda ömrünün uzadılması.

Məqsəd 6: Müştərilərin cəlb edilməsi vasitə və kanalları ilə tanış olmaq.

**7) Maliyyənin idarə edilməsi.**

* Biznesin rentabelliyi.
* Rentabellik düsturu: İcarə, Personal, Reklama.
* Nə qədər satış icra edilməlidir. Xərclərin nəzarəti.
* Dekompozisiya. Məhsullarda aksentuasiya metodu.
* Merçendayzinqin formalaşdırılması.
* CRM sistemini qurulması, HRM sisteminin əsasnaməsi.

Məqsəd 7: Maliyyə hesabatlarının tərtib edib idarə edilməsi.

**8) Strateji Management.**

* Bazarda mövqeyiniz. Rəqabət strategiyası.
* İstehsalat həcminin artırılması. Həvalə edilmə və Kooperasiya.
* İdarəçilik qərarların verilməsi sistemi – direktorlar şurası, idarə heyəti.
* Partnyorlarla kommunikasiya və aktiv biznes cəmiyyətinin qurulması.

Məqsəd 8: Şirkətin biznesinin inkişafı planının yazılması.