



an

**ABDULLAH
NURATA**

— YARI ZAMANLI —
PAZARLAMA YÖNETİMİ
— HİZMETLERİ —

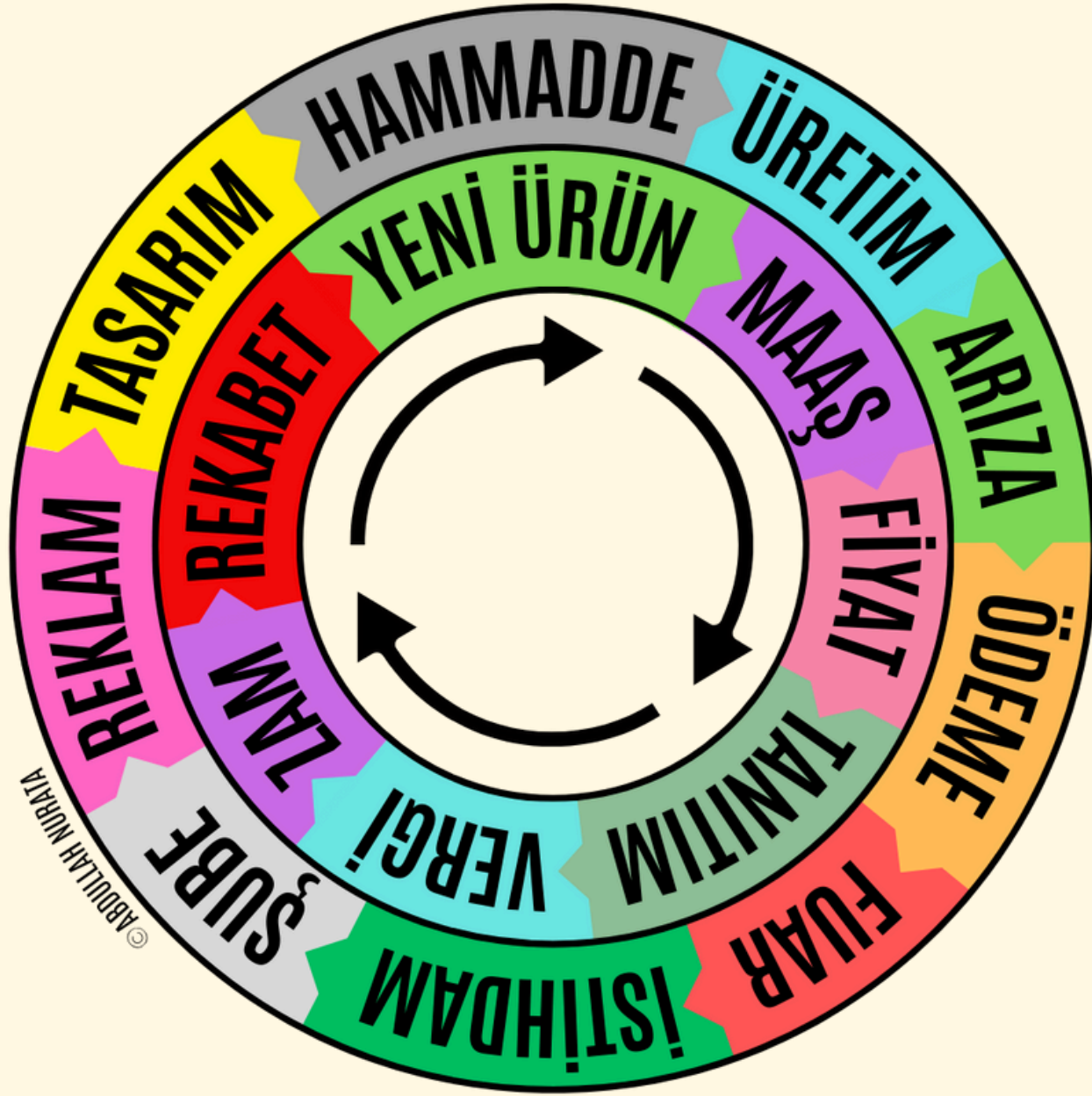
PAZARLAMA = DEĞER YARATMAK

Günlük operasyonlara harcanan zaman, çoğu kez pazarlamanın asıl fonksiyonu olan "değer yaratmak" konusunun gözden kaçmasına sebep olur.

Dolayısıyla zamanı verimli kullanmak sadece üretimde değil, marka yönetiminde de size görünmeyen bir maliyet avantajı sağlar. Bu anlamda, pazarlama ve marka hakkında araştıran, okuyan, yazan, anlatan bir yol arkadaşı size de iyi gelir.

Abdullah Nurata'nın 20 yılı aşkın pazarlama deneyimleriyle harmanlanmış hizmetleri, markanızı yönetirken size rehberlik edecek ve zaman kazandıracaktır.

Çünkü her şeye yetişemezsiniz...



HİZMETLER

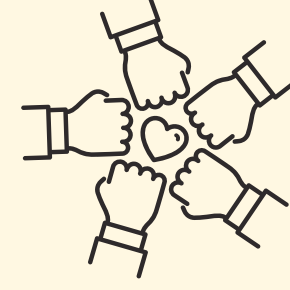


**PAZARLAMA
CHECK-UP**



**PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ**

YOKSA



**PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ**

VARSA



**EĞİTİM
PROGRAMLARI**

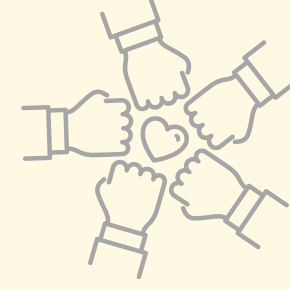
HİZMETLER



**PAZARLAMA
CHECK-UP**



**PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
YOKSA**



**PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
VARSA**



**EĞİTİM
PROGRAMLARI**

PAZARLAMA CHECK-UP



Pazarlama Check-Up hizmeti, kurumunuzun pazarlama yetkinliğini ve departmanlar arası koordinasyonunu değerlendirmek için bir ölçüt niteliğindedir.



Günümüz iş dünyasında, pazarlama etkinliği, işletmelerin rekabet avantajını sürdürebilmesi için kritik bir öneme sahiptir.



Bu kapsamlı hizmet, işletmenizin pazarlama faaliyetlerinin ne kadar verimli olduğunu ortaya koyarak, gelişim alanlarını ve fırsatları net bir şekilde belirlemenizi sağlar.

PAZARLAMA CHECK-UP



Hizmet süreci, firmanızın farklı departmanlarındaki kilit çalışan ve yöneticilerle birebir görüşmeler gerçekleştirilerek başlar.



Bu görüşmelerde, mevcut uygulamalar, süreçler ve departmanlar arası iletişim gibi konular detaylı olarak incelenir.



Elde edilen veriler; sektörel standartlar, rakip uygulamaları ve en iyi uygulamalarla kıyaslanarak analiz edilir.



Pazarlama Check-Up hizmetinin sonunda, firmanızın pazarlama performansını güçlendirmek için özel olarak hazırlanmış bir rapor ve aksiyon önerileri sunulur.

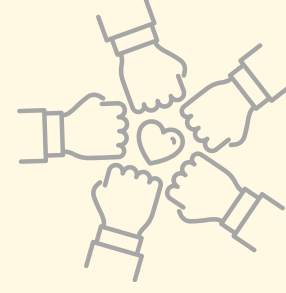
HİZMETLER



PAZARLAMA
CHECK-UP



PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
YOKSA



PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
VARSA



EĞİTİM
PROGRAMLARI

PAZARLAMA DEPARTMANINIZ YOKSA



Bu hizmet, markanız için stratejik bir yol arkadaşlığı sunarak pazarlama süreçlerinizi kurgulayıp, uygulamaya geçirmenize yardımcı olur.

Yarı Zamanlı Pazarlama Yöneticiliği

Dünyada hızla yayılan yarı zamanlı pazarlama hizmetleri kullanımı, işletmelerin pazarlama uzmanlığına uygun maliyetlerle erişimini sağlayan bir yaklaşımdır. Bir şirketin tam zamanlı bir pazarlama yöneticisi istihdamı yerine deneyimli pazarlama profesyonellerinden günlük hizmet alarak tecrübelerinden faydalanmayı ifade eder.



Böylelikle hem maliyet avantajı sağlar, hem de firmanızın pazarlama çalışmalarını sürekli gelişim odaklı bir yaklaşımla sürdürebilirsiniz.

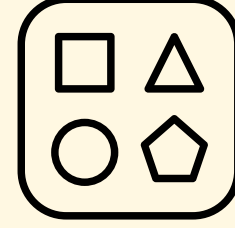
PAZARLAMA DEPARTMANINIZ YOKSA



YZ

T

YARI ZAMANLI
PAZARLAMA
TEMEL



Yarı Zamanlı Pazarlama Temel hizmeti, herhangi bir pazarlama yapılanması olmayan şirketler için tasarlanmıştır. Pazarlama kaslarının güçlenmesini sağlar.



Şirketinizin pazarlama yetkinliklerine uyumlu bir yol arkadaşlığı ve uygulama desteği sunulur. Çalışmaların tamamı ekiple birlikte, ekibin bir parçası olarak yapılır.



*Haftanın (en az) 1 tam gün mesaisi şirketinizde geçirilir.
Rota çıkarılır ve kaptanlık yapılır.*

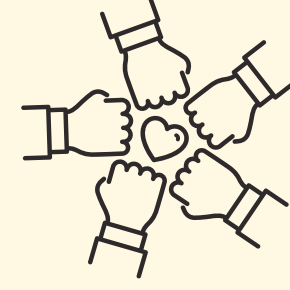
HİZMETLER



PAZARLAMA
CHECK-UP



PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
YOKSA

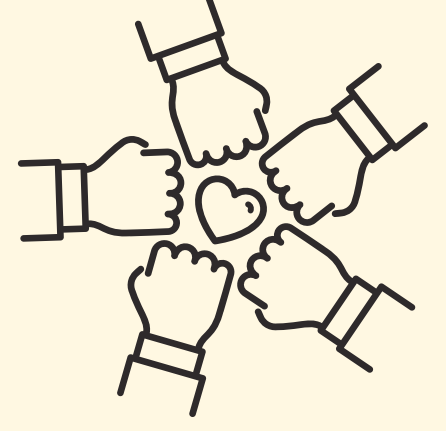


PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
VARSA



EĞİTİM
PROGRAMLARI

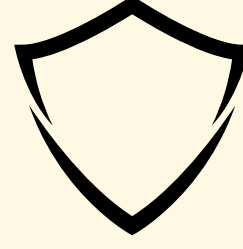
PAZARLAMA DEPARTMANINIZ VARSA



YZ

U

YARI ZAMANLI
PAZARLAMA
UZMAN



Yarı Zamanlı Pazarlama Uzman hizmeti, pazarlama fonksiyonunu güçlendirmek ve/ya daha profesyonel bir yapıya taşımak isteyen şirketler için tasarlanmıştır.



Bazı işletmelerde pazarlama, farklı birimlere hizmet veren bir destek fonksiyonu olarak görülür. Bu, pazarlamanın stratejik önemini göz ardı eden bir yaklaşımdır.



*Pazarlama, yalnızca grafik işleri yapmak ya da sosyal medya iletişimi ile sınırlı değildir. **Pazarlama, müşteri ihtiyaçlarını anlamak, marka değeri oluşturmak ve rekabet avantajı elde etmek için kritik bir fonksiyondur.***

PAZARLAMA DEPARTMANINIZ VARSA



*Bu hizmet, markanız için katma değer üretir. **Satış artışı, büyüme oranı, bulunurluk, kampanya verimliliği gibi somut verileri masaya yatırır.***



İlk etapta mevcut pazarlama uygulamaları ve geri dönüşleri analiz edilir. Farklı yöneticiler ile birebir görüşmeler yapılır.



Edinilen bilgiler ışığında, firma yetkinlikleri de göz önüne alınarak bir pazarlama aksiyon planı hazırlanır.



Haftanın (en az) 1 tam gün mesaisi şirketinizde geçirilir. Rota çıkarılır ve kaptanlık yapılır.

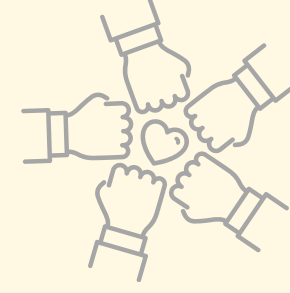
HİZMETLER



PAZARLAMA
CHECK-UP



PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
YOKSA



PAZARLAMA
DEPARTMANINIZ
VARSA



EĞİTİM
PROGRAMLARI

EĞİTİM PROGRAMLARI



Bu hizmet, ekiplerinizin bireysel gelişimine katkıda bulunurken kurum aidiyetinin artmasına da yardımcı olur.



Yarı Zamanlı Pazarlama Yöneticiliği Hizmetlerinin yanı sıra, şirketinize özel eğitimler organize edebilir ya da devam eden kurum eğitimlerinize katkıda bulunabiliriz.



Her biri en az 2+ saat süren hazır eğitimlerle çalışanlarınızın gelişimine katkı sağlayabiliriz.



Bazen de terzi işi çalışır ve özel ihtiyaçlara yönelik bir planlamayı birlikte hazırlayıp, yine birlikte değer üretiriz.

EĞİTİM PROGRAMLARI



ZATEN PAZARLAMACISIN!

Şirket içindeki farklı departmanların pazarlama ve müşteri ile olan ilişkisini anlatan ve farkındalık oluşturan bir içerik sunar.

MARKA NEDİR?

Markanın ve markalaşmanın önemini anlatan, Türkiye'den ve dünyadan örnekler ile zenginleştirilmiş, temel düzeyde marka farkındalığı oluşturan bir içerik sunar.

PAZARLAMA FONKSİYONLARI

Marka Yönetiminden Ticari Pazarlamaya, Reklamdan Halkla İlişkilere kadar Pazarlama altında toplanan onlarca fonksiyonu örneklerle anlatan öğretici bir içerik sunar.

EĞİTİM PROGRAMLARI



SATIŞ VE PAZARLAMA

İŐletmeler için vazgeçilmez olan bu iki fonksiyonun önemini, ayrışması gereken noktaları ve sıklıkla karıştırlan özelliklerini anlatan keyifli bir içerik sunar.

SATIŐLARIMI NASIL ARTIRIRIM?

Özellikle perakende mağazacılık ve satış konularında nihai tüketici ile birebir muhatap olan noktaların faydalanacağı, örnek olaylarla zenginleştirilmiş bir içerik sunar.

MÜŞTERİ TANIMA SANATI

Müşterilerin nasıl farklılaştığını, seçim kriterlerinin nasıl değiştiğini, ihtiyacın nasıl deşifre edileceğini, kime nasıl yaklaşılması gerektiğini anlatan eğlenceli bir içerik sunar.

ABDULLAH NURATA



İstanbul Bilgi Üniversitesi Ekonomi bölümünden mezun olduktan sonra Marmara Üniversitesi'nde Pazarlama alanında Yüksek Lisans derecesini aldı.

20+ yıldır pazarlama, marka, büyüme, iletişim, kurumsallaşma, satış, rekabet, reklam, strateji konularında çalışıyor, okuyor, yazıyor, eğitim ve danışmanlıklar veriyor.

*Ayrıca Türkiye'nin ilk ve tek büyüme ajansı **Argus Growth Agency** danışmanlarından.*

İstanbul'da yaşıyor. 42 yaşında. Evli ve bir oğlu var.

 abdullahnurata.com

 [/abdullahnurata](https://www.linkedin.com/company/abdullahnurata)

 abdullahnurata@gmail.com

an

**ABDULLAH
NURATA.com**

2024 • ÜSKÜDAR • İSTANBUL