



KOBİ'lere finansal yönden katkı sağlayacak 5 adım

Koronavirüs salgını, uluslararası ticareti ve lokal ekonomileri ciddi ölçüde etkilemeyi sürdürüyor. Salgının ekonomik etkilerini en çok hissedenlerin başında ise, her ülkede olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de son derece önemli bir yere sahip olan KOBİ'ler geliyor. 150 yılı aşkın köklü geçmişiyle **Generali Sigorta**, bu kritik dönemde KOBİ'lere finansal yönden katkı sağlayacak ve gelirlerini artıracak 5 adımı paylaştı.

Generali Türkiye
Zeren Kurt Turan
+90 535 702 44 21
zeren.turan@generali.com.tr

Ajans Dijital Kalem
Özkan Özbey
+90 507 589 19 96
ozbey@ajansdijitalkalem.com

Pazarlama çalışmalarına ara vermemek

KOBİ'lerin kritik dönemlerde yaptığı belki de en kritik hataların başında pazarlamayı geri plana itmek gelmektedir. KOBİ'nin ürettiği ürün ya da sunduğu hizmet ne kadar iyi olursa olsun, sektördeki rakip markalar arasında öne çıkmak, doğru hedef kitlelere ulaşmak için pazarlama kritik önem taşımaktadır. KOBİ'ler pazarlamayı bir gider kalemi olarak değil, gelir kalemi olarak görmeli, mevcut bütçelerinden pazarlama çalışmalarına mutlaka pay ayırmalıdır.

Değişen müşteri beklentilerini dikkate almak

Pandemi ile birlikte müşteri beklentilerinde de bir değişim söz konusu. Değişen müşteri beklentilerini analiz edemeyen KOBİ'ler büyümemeye, müşteri ve gelir kaybı gibi önemli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. KOBİ'ler, finansal yönden büyüme için öncelikle yüksek müşteri memnuniyetini ve beklentilerini merkeze koymalı, müşteri ile daha fazla iç içe olmalı, müşterilerinin ihtiyaçlarını kolaylıkla analiz ederek, anlık kararlar verebilmelidirler.

Dijital dünyaya odaklanmak

Pandeminin getirdiği yeni dönem ile birlikte dünya dijital uygulamalara ve çalışma hayatına doğru daha hızlı bir şekilde evriliyor. Türkiye'de toplamda 60 milyondan fazla internet kullanıcısı bulunduğu ve ülke nüfusunun hemen hemen %70'inin ise aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu göz ardı edilmemelidir. Dijital dünya, KOBİ'lerin hedef kitlelerine doğrudan dokunmalarına olanak sağlarken, aynı zamanda bu kritik dönemde hem küçük bütçelerle hedef kitlelere ulaşılmasına hem de ekonomik açıdan tasarruf edilmesine olanak sunmaktadır.



E-posta pazarlamaya da yönelmek

Kişiye özel e-posta gönderimi, özellikle kritik dönemlerde KOBİ'lerin daha fazla geri dönüş almalarına olanak sağlamaktadır. Web sayfasında tüketicilerin gezindikleri kategorilerin ve ürünlerin bilgisi kullanılarak kişiye özel atılan e-postalar, KOBİ'lerin rekabette ön plana çıkmasına ve finansal açıdan ek gelirler elde edilmesine olanak sunmaktadır.

İşbirliklerine odaklanmak ve ağırlık vermek

Pandeminin getirdiği mevcut ortamda diğer işletmelerin de her zamankinden daha fazla işbirliğine ihtiyaç duydukları unutulmamalıdır. Hem mevcut müşterilere fayda sunacak hem de farklı sektörlerden müşteri adaylarına ulaşmayı sağlayacak işbirliklerine açık olunmalı ve bu işbirliklerini araştırmak ve oluşturmak iş süreçlerinde merkeze alınmalıdır. Farklı sektörlerden diğer KOBİ'lerle yapılacak işbirlikleri, bu zorlu dönemde hem gelir artışı sağlayacak hem de müşterilerle olan iletişimin sürdürülmesine olanak sunacaktır.

Generali Hakkında:

En büyük küresel sigorta ve varlık yönetimi sağlayıcılarından biri olan Generali, 1831'de kuruldu. Grup, 2019'da 69,7 milyar Euro'nun üzerinde toplam prim geliri ile dünyanın 50 ülkesinde faaliyet gösteriyor. 61 milyon müşteriye hizmet veren ve yaklaşık 72.000 çalışanı bulunan Grup, Avrupa'da lider konumda yer alırken, Asya ve Latin Amerika'da yükselen bir varlığa sahip. Generali'nin amacı, benzersiz dağıtım ağı sayesinde yenilikçi ve kişiselleştirilmiş çözümler sunarak müşterilerinin ömür boyu ortağı olmak.