MARKETING 4.0

Moving from Traditional to Digital

PHILIP KOTLER
HERMAWAN KARTAJAYA
IWAN SETIAWAN

KU SAABSAN BUUGGA

Buuggan waxa la daabacay sanadkii 2016, wuxuuna ka mid yahay buugaagta ugu muhiimsan ee ka warama suuq-geynta casriga ah .

Wuxuu si faahfaahsan u sharxayaa sida ganacsiyadu ay uga guuri karaan suuq-geynta duuga ah *qadiimiga ah* una guuri karaan suuq-geynta dijitaalka ah.

Ujeeddada buuggu waa in la dhiso qaacidooyin cusub oo suuq-geyn ah, iyadoo la tixgelinayo horumarka degdegga ah ee tiknoolajiyada, iyo sida loogu adeegsan karo saamaynta iyo soo jiidashada macaamiisha .

Ku saabsan Qorayaasha Buugga

Philip Kotler –waa Khabiir Maraykan ah oo caan ku ah suuq-geynta, wuxuu dhashay 1931, wuxuuna bare sare ka noqday Jaamacadda Northwestern ee Mareykanka.

Wuxuu la-taliye suuq-geyn u ahaa shirkado waaweyn sida IBM iyo General Electric.

Sidoo kale Kotler wuxuu ka mid yahay mufakiriinta ugu waawayn caalamka ee wax laga waydiiyo dhanka maamulka waxaana loo yaqaannaa “Aabbaha ruuxiga ah ee Suuq-geynta Dijitaalka ah” sababtoo ah wuxuu suuq-geynta u arkayay inaysan ahayn waax ka mid ah shirkadda oo keliya, balse ay tahay wadnaha ganacsiga iyo xudunta korriimadiisa.

Sanadkii 2001, jariidadda *Financial Times* waxay ku tilmaantay Kotler inuu yahay fikir yahanka afraad ee ugu saamaynta badan maamulka ganacsiga qarnigii 20aad. Buugaagtiisa suuq-geynta waxa lagu dhigay jaamacado badan oo caalami ah, waxaana loo turjumay in ka badan 30 luqadood.

Qaar ka mid ah buugaagtiisa ugu caansan waxaa ka mid ah :

- *Marketing Management*
- *Principles of Marketing*
- *Marketing 4.0*
- *Marketing 5.0*

Hermawan Kartajaya – Waa khabiir suuq-geyn oo u dhashay Indonesia, wuxuuna dhashay sanadkii 1947. Wuxuu mar noqday madaxweynaha ururka caalamiga ah ee suuq-geynta. Waxaa sidoo kale lagu xusay liiska 50ka qof ee ugu saamaynta badan

suuq-geynta caalamka, oo ay soo saartay hay'adda Nashazd Marketing ee UK.

Hermawan waxa uu haystaa shahaado digrii injineernimo iyo Master- Maamulka Ganacsiga (MBA) oo uu ka qaatay Jaamacadda Strathclyde ee UK.

Wuxuu madax ka yahay shirkadda suuq-geynta ee *MarkPlus Inc*, wuxuuna qoray in ka badan 10 buug oo ku saabsan suuq-geynta.

Iwan Setiawan – Waa la-taliye suuq-geyn oo u dhashay Indonesia, wuxuu caawiyaa shirkadaha sidii ay u samaysan lahaayeen istaraatijiyado suuq-geyn oo hal-abuur leh.

sidoo kale waa qoraa iyo hadal-jeediye ka khudbadeeya munaasabadaha waaweyn ee suuq-geynta.

Iwan waxa uu madax ka yahay jariidadda *Marketeers*, oo ah jariidadda ku takhasusutay suuq-geynta .

Wuxuu haystaa shahaado nmastar MBA uu ka qaatay Kulliyadda Kellogg ee Mareykanka, iyo shahaado digrii Injineernimo oo uu ka qaatay Jaamacadda Indonesia.

Yuu ku haboonyahay buugu?

- Qof kasta oo ka shaqeeya suuq-geynta.
- Kuwa bilaababaya xirfadda suuq-geynta dijitaalka ah.
- Qof walba oo danaynaya inuu ogaado saamaynta tiknoolajiyada ku leedahay ganacsiga casriga ah.

HORDHAC

Dunidu waxaa ku socda isbeddelo waaweyn oo dhanka bulshada iyo tiknoolajiga ah, taasoo u beddeshay suuq-geynta si qoto dheer

Isbeddellada bulsheed iyo kuwa tiknoolajiyadeed ee qarnigan waxay abuureen baahi wayn oo loo qabo in si dhab ah loo fahmo saameynta ay ku yeesheen dunida suuq-geynta.

Sababtaas darteed ayaa buuggan muhiimka ah loo qoray – si aan ula wadaagno maareeyayaasha, suuq-geeyayaasha, iyo akhristayaasha oo dhan, safar xiiso leh oo dhex gaynaya dunida suuq-geynta casriga ah.

Buuggan wuxuu iftiiminayaa xeeladaha iyo istaraatijiyadaha ugu muhiimsan ee saameeya go’aan qaadashada macaamiisha marka ay wax iibsanayaan.

Waxa uu si qoto dheer u fahamsiinayaa akhristaha sida looga guuray suuq-gayntii hore ee soo jireenka ahayd looguna guuray suuq-gaynta dijitaalka ah ee maanta, iyo sida tiknoolajiyadu u noqotay laf-dhabarta suuq-geynta casriga ah .

halkan waxaad ka helaysaa hababka ugu caansan ee caawinaya inaad noqoto suuq-geeye casri ah oo waqtigan casriga ah la jaanqaada .

Suuq-geeyayaashu waa inay u gudbaan fahamka cusub ee suuq-geynta casriga ah

isbeddellada xawliga ah ee dunida ku socda awgeed waxaa isna si buuxda isu beddelay fahamkii hore ee suuqa oo yeeshay faham cusub oo kii hore si wayn ugu duwan .

Hore, shirkaduhu waxay ahaayeen isha ugu weyn ee hal-abuurka iyo wax soo saarka .

Laakiin maanta, suuqu waa mid furan oo xor ah, waana isha ugu weyn ee fikradaha cusub — suuq-geeyahana waxaa laga rabaa inuu fahmo , Suuqu inuu san ahayn mid u xudhan shirkadaha waaweyn oo kaliya.

Tiknoolajiyadda iyo internet-ka ayaa suurtageliyay in astaamaha ganacsi ee yaryar ay helaan fursado oo ay ku tartamaan, kuna koraan suuqa dhexdiisa.

Shirkadaha bilowga ah waxaa u suurta gashay inay si toos ah ula xidhiidhi karaan macaamiisha, waxayna ka qaybgalin karaan howlaha hal abuurka iyo horumarinta alaabta . Macaamiisha maanta waxay go'aankooda ku saleeyaan markay badeecad qiimaynayaan warbixinaha ay ka helaan qoyska, asxaabta, iyo bulshada dhexdeeda – halkii ay hore ugu tiirsanaan jireen markay badeecad qiimaynayaan sumcadda shirkadaha waaweyn.

Intaa waxaa dheer, faafitaanka internet-ka ayaa suuq-geeyayaasha ku riixay inay u wareegaan ganacsiga elektarooniga ah (e-commerce), kaas oo si buuxda ula tartamaya

ganacsigii hore ee soo jireenka ahaa – balse waa tartan ku saleysan **is-dhamaystir**, ee ma ahan mid is-reeb-reeb ah.

Xidhiidhka joogtada ah ee macaamiishu la leeyihiin internet-ka waxa uu hor seeday in dareenkoodu yaraado, go'aan qaadashaduna ay ku adkaato.

Sidaas darteed, go'aamadooda iibsiga waxay ku saleyaan ra'yiga dadka kale iyo tijaabooyin daku ku sameeyeen badeecadan .

Qaybta xigta ee buugga waxa aad si qoto dheer ugu ogaan doontaa xiriirka cusub ee ka dhexeeya macaamiisha iyo calaamadaha ganacsi ee suuq-geynta dijitaalka ah.

Dhallinyarada iyo dumarku waxay door weyn ku leeyihiin dhaqaalaha dijitaalka ah

Guusha suuq-geeyayaasha maanta waxay si weyn ugu tiirsan tahay awooddooda ay ku gaadhaan tiro badan oo macaamiil ah, gaar ahaan **dhallinyarada**.

Kooxdan ayaa ah inta ugu badan ee bulshada, waxayna metelaan macaamiisha mustaqbalka — waana suuqa ugu faa'iidada badan ee cid waliba qorshaynayso in ay kasbto muddada fog .

Sidoo kale, **dumarku** waxay door muhiim oo aan ka yarayn kan dhalin-yarad ku leeyihiin go'aannada wax iibsiga .

Waana il lagu kalsoonaan karo marka laga hadlayo go'aamada wax iibsiga .

Qaybta saddexaad ee muhiimka ah ee door weyn ku leh suuq-geynta waa **muwaadiniinta intarnetka** (digital citizens). Kuwaas oo noqon kara kuwa ugu badan ee si togan u taageera astaamaha ganacsi ee casriga ah , iyagoo si dabiici ah u noqda safiirada (ambassadors) aan rasmiga ahayn ee suuq-geeya uguna faafiya sumadda shirkadda bulshada dhexdeeda.

Dhaqaalaha dijitaalka ah wuxuu si gaar ah ugu fiican yahay xidhiidhka **toosan ee joogtada ah**, ee u dhexeeya shirkadaha iyo macaamiisha

Macaamiishu waxay door wayn kaciyaaraan horumarinta alaabta iyo adeegyada, taas oo keentay in shirkaduhu si joogta u daryeelaan macaamiishooda iyagoo dhegeysanaya , ka jawaabaya , qiimayanaya , lasoconaya falcelinta macaamiisha — iyada oo intaas oo dhan lagu qabanayo nidaamka suuq-geynta dijitaalka ah .

Xidhiidhkani waxa uu abuuraa kalsooni iyo is-dhexgal toos ah oo qoto dheer una dhaxeeya shirkadda iyo macaamilka. Halkaan ayeyna iska shabahaan suuq-geynta dijitaalka ah iyo tiin soo jireenka ahayd , laakiin suuq-geynta dijitaalka ah waxa ay kaga fiicantahay **xawligeeda iyo waxtarkeeda sare ee isku xidhaya macmiilka iyo sirkadda** – waana ta aad si qoto dheer uga ogaan doonto **cutubka xiga**.

Istaraatiijiyadda kasbashada daacadnimada macaamiisha waxay ku tiirsan tahay afar qaybood oo waaweyn oo aasaasi ah.

Fahamka dariiqa macmiilka ee xiliga iibka iyo sida loo wareejiyo.

Waxaa loola jeedaa in qof aan badeecadan waxba ka ogayn lagu qanciyo ilaa laga gaadhsiinayo heer uu xiiseeyo badeecda .

Arrintan waxa lagu gaadhaa in la aqoonsado qaababka aasaasiga ah ee ka jira gudaha ganacsiga, sida:

- In lala socda inta ay le'egyihiin macaamiisha xiisaynaysa badeecadda ama adeega .
- In laqiyaaso heerka ay gaarsiisantahay soo jiidashada sumadda ganacsiga .
- In la cabiro heerka rabitaanka ay u qabaan l macaamiishu lamacaamika summadda ganacsiga .
- In lacabiro inta ay le'gtahay joogtaynta iyo lasocodka macmiilka ee sumada ganacsiga .

Habka ugu wax-ku-oolsan ee lagu dhiso xiisaha iyo kalsoonida macaamilka ee summadda ganacsiga waa in lagu tiirsanaado awoodda suuq-geynta ku dhisan bani'aadamnimada (human marketing).

Si uu

suuqgeeyuhu ugu guuleysto saameynta uu ku yeelanayo macmilka, waa in uu leeyahay **lix astaamood** kuwaas oo kala ah:

1. Muuqaal wanaagsan
2. Caqli bisil
3. Xirfada dad laxidhiidhka
4. Caadifad kicin
5. Shakhsiyad awood leh
6. Anshax suuban

Suuq-geynta loo yaqaano (Content Marketing): waa Kacaanka Suuq-geynta Casriga dhijitalka ah

Suuq-geeyayaashu waa in ay si xeel dheer u adeegsadaan baraha bulshada, iyaga oo raacaya talaabooyinka soo socda :

1. **Ujeeddooyinka waa in loo kala saaraa laba qodob**:
   - In la kordhiyo iibka
   - In la dhiso sumcadda shirkadda (brand-ka)
2. **In la aqoonsado cidda loo suuq-geynayo** (bartilmaameedka suuq-geynta) – yaa la rabaa in farriintu ay gaadho?
3. **Qorsheynta sheeko wax dhiseysa** – In la qoro sheeko macquul ah, oo si wanaagsan loo diyaariyey, kuna habboon dareenka iyo baahida bartilmaameedka.
4. **Hal Abuurista (content) miisaaman, oo qiimo leh**

5. **In si fiican loo faafiyo content ga**
6. **Balaadhinta Saameynta content ga**
7. **Qiimeyn iyo cabbir** – Waa in si joogto ah loo qiimeeyaa loona   cabbiraa guusha content ga : sidee ayuu u saameeyay iibka iyo ahdaaftii la dajiyay?
8. **Horumarinta suuq-gaynta content ga si joogto ah** – In si joogto ah loo cusbooneysiiyo fikradaha, naqshadaha, iyo qaababka loo diyaariyo content ga .

Sida caadiga ah waxaa lagu sifeeyaa habka wax iibsiga ee macaamiisha xiligan inuu yahay mid ku dhisan wareegaysi (halzoni) oo aan toosnayn, sababtoo ah waxaa jirta in macaamiishu is bedbedelaan marka la eego wax iibsashada mar waxay aadaan iibka dijitaalka ah (online) marna waxay aaadaan

iibsashada caadiga ah offline ka ee dukaamada iyo carwooyinka.

Hadaba Suuq-geeyayaashu waxay jihaynayaan isla markaana hagaan macaamiisha si ay u dukaameystaan si nidaamsan oo dheellitiran labada haba online & offline.

Isku dhafka kanaalada suuq-geynta qadiimiga ah iyo tan dhijitaalka ah wuxuu gacan ka geysaznayaa in macaamiisha laga dhaadhiciyo go’aan qaadasha iibsiga.

Suuq-geynta kanaalada badan waxay u baahan tahay qorshe istiraatiijiyadeed oo ku saleysan in la sameeyo khariidad qeexeysa dhammaan meelaha xiriirka macmiilka, kanaalada suurtagalka ah ee laga helayo macmiilka,

Suuq-geynta is-dhexgalka ah (Interactive Marketing) waxay door muhiim ah ka ciyaartaa kordhinta xiisaha iyo soo jiidashada macaamiisha."

Marka macmiilku gaadho heerka iibka, waxay ka dhigan tahay inuu si buuxda u fahmay qiimaha summadda ganacsiga iyo badeecooyinkeeda. Sidoo kale, tani waxay muujinaysaa in suuq-geeyuhu dhameystiray wareeggii dabiiciga ahaa ee iibka. Mid ka mid ah qalabka ugu waxtarka badan ee lagu ilaashan karo guusha wareegga iibka waa horumarinta barnaamij moobil app ah, maadaama taleefannada gacantu ay noqdeen isha ugu weyn ee macluumaadka waqtigan.

Talaabada xigta waa in la hubiyo in waayo-aragnimada macmiilku ay ahaato mid nadiif ah oo aan lahayn khaladaad, si loo helo daacadnimadiisa sumadda. Tan waxaa lagu gaadhayaa in si qoto dheer loo garto dhibaatooyinka sababay niyad-jabka macmiilka kadib isticmaalka barnaamijka mobel app ka , kadibna la naqshadeeyo wajiga app ka isticmaale (UI) oo soo jiidasho leh. Ugu dambayn, waa in la isku xidhaa fikradda barnaamijka moobilka ah iyo dhammaan aaladaha elektarooniga ah ee kor u qaadi kara tayada waayo-aragnimada macmiilka, sida baraha bulshada.

Sidoo kale, suuq-geeyayaashu waxay si hufan uga faa’iidaysan karaan baraha bulshada iyagoo raacaya tallaabooyin muhiim ah: ugu horrayn, waa in la dhiso nidaam casri ah oo awood u leh in uu aqoonsado wada sheekaysiyada macmiisha ee saameynta

togan ku leh sumadda, isla markaana la hawlgeliyo. Tallaabada labaad waa in la horumariyo wakiillada maamulka bulshada ee xariirka macaamiisha. Tallaabada saddexaadna waa in la xoojiyo ka-qaybgalka bulshada iyadoo lagu tiirsanaanayo taageerayaasha daacadda .