

MARKETING · PULSUZ RESURS

Reklam büdcəsi olmadan böyümək: 6 üsul və 7 günlük plan

Biznesinizə uyğun pulsuz tanıtım üsullarını seçin, ilk paylaşımlarınızı hazırlayın və hansı işin müştəri gətirdiyini izləyin.

QISACA

Orqanik böyümə reklam yerləşdirməyə pul ödəmədən insanları biznesinizə cəlb etməkdir. Vaxt və davamlı iş tələb edir. Müştərinizin olduğu iki kanalı seçin, konkret sualı cavablandırın və növbəti addımı aydın göstərin. Bəyənmələrlə yanaşı müraciətləri və sifarişləri də sayın.

KİMƏ LAZIMDIR

Kafe, kiçik mağaza və xidmət biznesi sahibləri, frilanserlər və reklam büdcəsi məhdud olan marketing komandaları üçün.

Nə əldə edəcəksən

- Biznesinizə uyğun iki tanıtım kanalı seçəcəksiniz.
- Bir həftəlik paylaşım və əlaqə planı hazırlayacaqsınız.
- Vaxtınızı hansı üsula ayırmağa dəyər olduğunu ölçəcəksiniz.

Müəllif: Anar Rustamli · **Auditoriya:** Sahibkarlar · Rəqəmsal peşəkarlar · **Yeniləndi:** 2026-10-08 · anarrustamli.com/resources/grow-without-an-ad-budget-6-practical-methods-and-a-weekly-p-2026-10-08-1/

Üsul kataloqu: sizə uyğun ikisini seçin

Seçimə bu sualla başlayın: müştəri sizin kimi biznesi harada axtarır və kimə inanır? Aşağıdakı üsullar reklam yerləşdirmə xərci tələb etmir. Hazırlıq, çəkiliş və yazışma isə vaxt aparır.

- Yerli axtarış: Bakıda kafeniz varsa, Google Business Profile məlumatlarını yoxlayın. Ünvanı, iş saatlarını, telefonu və real fotoları əlavə edin. Profil pulsuzdur, amma yalnız onlayn işləyən bizneslər üçün uyğun deyil. Uyğunluq şərtlərini [Google-un rəsmi bələdçisində](<https://support.google.com/business/answer/7039811?hl=en>) yoxlayın.
- Sualı cavablandırıran paylaşım: Instagram-da məhsul göstərməklə kifayətlənməyin. Onlayn geyim mağazası üçün “Ölçünü necə seçim?” mövzusunda qısa video hazırlayın. Sonda ölçü cədvəlini necə əldə etməyi yazın. Paylaşımın neçə nəfərə çatacağına zəmanət yoxdur.
- Faydalı qrup iştirakı: mövzunuza uyğun Facebook və ya LinkedIn qrupunda real suala dolğun cavab verin. Məsələn, dizayner menyunun telefonda rahat oxunması üçün üç məsləhət paylaşa bilər. Qrup qaydalarını oxuyun, xidmət linkini yalnız icazə veriləndə əlavə edin.
- Qarşılıqlı tanıtım: eyni müştəriyə fərqli xidmət göstərən bizneslə ortaq faydalı material hazırlayın. Fotoqraf və tədbir dekoratoru “Çəkilişdən əvvəl hazırlıq siyahısı” paylaşa bilər. Kimin nə hazırlayacağını və harada paylaşacağını əvvəlcədən razılaşdırın.
- Müştəri tövsiyəsi: işi təhvil verdikdən sonra məmnun müştəridən sizi ehtiyacı olan tanışına tövsiyə etməsini xahiş edin. Ona göndərməsi asan olan iki cümləlik xidmət təsviri verin. Rəyini paylaşmazdan əvvəl icazə alın.
- Axtarışa uyğun faydalı səhifə: saytınız varsa, tez-tez verilən bir suala ayrıca cavab yazın. Məsələn, “Ofis üçün həftəlik nahar sifariş necə verilir?” Şərtləri, xidmət ərazisini və sifariş yolunu göstərin. Axtarışdan nəticə gəlməsi vaxt ala bilər.

Başlamaq üçün: kafe yerli axtarış və ortaq tanıtımı, onlayn mağaza sual-cavab paylaşımaları və müştəri tövsiyələrini, frilanser isə qrup iştirakı və faydalı sayt səhifəsini seçə bilər.

7 günlük tətbiq planı

- 1-ci gün: bir xidmət və ya məhsul seçin. Kimə kömək etdiyini və hansı problemi həll etdiyini bir cümlə ilə yazın. Yuxarıdakı kataloqdan iki üsul seçin.
- 2-ci gün: sifariş yolunu yoxlayın. Profilinizə baxan adam nə satdığınızı, harada işlədiyinizi və sizinlə necə əlaqə saxlayacağını anlaya bilirmi? Çatışmayan məlumatları tamamlayın.
- 3-cü gün: müştərilərin verdiyi beş sual yazın. Birini seçib qısa cavab hazırlayın. Real foto, nümunə və ya sadə nümayiş əlavə edin.
- 4-cü gün: materialı birinci kanalda paylaşın. Sonda bir addım göstərin: “Menyu üçün bizə yazın” və ya “Ölçü cədvəlini istəyin”.
- 5-ci gün: ikinci üsulu tətbiq edin. Bir uyğun tərəfdaşa konkret əməkdaşlıq təklifi göndərin və ya icazə verilən qrupda bir suala cavab yazın.
- 6-cı gün: gələn suallara cavab verin. Eyni sual təkrarlanırsa, paylaşımınızı və ya xidmət səhifənizi həmin cavabla tamamlayın.
- 7-ci gün: sərf etdiyiniz vaxtı, müraciətləri və sifarişləri qeyd edin. Növbəti həftə üçün bir dəyişiklik seçin.

Kopyalayıb doldurun: “[Müştəri tipi] üçün [problem] barədə qısa bələdçi hazırladıq. İlk addım: [faydalı məsləhət]. [Konkret məlumat] üçün bizə yazın.” Əsas cavabı paylaşımın özündə verin.

Nəticəni sadə cədvəllə izləyin

Google Sheets-də və ya dəftərdə bir cədvəl açın. Hər fəaliyyət üçün ayrıca sətir yazın. Cədvəl müraciətin mənbəyini özü müəyyən etmir. Müştəridən “Bizi haradan tapdınız?” soruşun və cavabı qeyd edin.

- Sütunlar: tarix | kanal | mövzu | çağırış | sərf edilən dəqiqə | müraciət | sifariş | qeyd.
- Müraciət sayın: qiymət, uyğunluq, rezervasiya və ya sifariş barədə real sualları qeyd edin. Bəyənmələri ayrıca saxlayın.
- Təkrarları ayırın: eyni adam bir neçə mesaj yazıbsa, həmin mövzu üzrə bir müraciət kimi qeyd edin.
- Müraciət var, sifariş yoxdursa: qiymət, çatdırılma və ya cavab müddəti ilə bağlı maneələri yoxlayın.
- Müraciət yoxdursa: mövzunu, təklifi və əlaqə addımını nəzərdən keçirin. Bir həftənin nəticəsi ilə bütün kanalı yararsız saymayın.
- Həftəlik qərar yazın: “Növbəti həftə ___ üsulunu davam etdirəcəyik, ___ hissəsini dəyişəcəyik.”

AI Builders icması ilə irəli get

Real nümunələr, digər iştirakçıların rəyləri və müzakirə üçün Azərbaycanın AI Builders icmasının [resurslar səhifəsinə] (<https://abcommunity.org/resurslar>) keçin. Sınadığınız üsulu və nəticənizi icmada paylaşın. “Bu paylaşımnda təklif aydındırmı?” kimi konkret sual vermək faydalı rəy almağı asanlaşdırır.

Paylaşım şablonu: “Biznesim: _____. Seçdiyim üsul: _____. Hazırladığım material: _____. Aldığım nəticə: _____. Rəy istədiyim məsələ: _____.” Müştəri adlarını və şəxsi yazışmaları çıxarın.

Tez-tez verilən suallar

Reklama pul xərcləmədən böyümək həqiqətən mümkündür?

Bəli, amma nəticəyə zəmanət yoxdur. Faydalı paylaşım, tövsiyələr və tərəfdaşlıqlar müştəri gətirə bilər. Vaxtınızı da xərc kimi nəzərə alın. Başlanğıcda iki üsul seçib müraciətləri izləyin.

Saytım yoxdursa, haradan başlayım?

Mövcud sosial profilinizdə məhsulu, xidmət ərazisini və sifariş yolunu aydın yazın. Müştərilərin ən çox verdiyi suala cavab paylaşın. Uyğun fiziki və ya müştərinin ünvanında göstərilən xidmət biznesiniz varsa, Google Business Profile şərtlərini də yoxlayın.

Nə qədər müddətə nəticə gözləməliyəm?

Həmı üçün eyni müddət yoxdur. Bu yeddi günlük plan işə başlamaq və ilk reaksiyaları toplamaq üçündür. Axtarışdan görünürlük və etibar qazanmaq daha uzun çəkə bilər. Həftəlik baxış edin, bir dəfəyə bir dəyişiklik sınayın və satış vədi verən müddətlərə əsaslanmayın.