چەمکی مارکێتینگی سیاسی و کاریگەرییەکانی لە سەر هەڵبژاردن دا

کامەران حەسەن حوسێن[١]

[١] دکتۆرای پیشەیی بەڕێوەبردنی کار لە زانکۆی تاران.
Kamaran16@gmail.com

هێز[1] یەکەمین وشەیەکە کە سیاسەت کاری پێ دەکات؛ بە شێوەیەکی دیکە دەتوانین بڵێین پێناسەی سیاسەتە. سیاسەت لە دەوری دەسەڵاتەوە دەسوڕێت. هەربۆیە هێز و دەسەڵات، کۆکراوەی ئەو سەرچاوە و کەرەستە جەبرییانەیە کە دەوڵەتەکان بە مەبەستی گەیشتن بە ئامانجەکانیان و پێشەوەبردنی بەرنامەکانیان سوودی لێ وەردەگرن. لە دیدگایەکی ترەوە، دەسەڵات، گرنگترین چەمکی ڕێکخستنەوەی سیاسەت و مەسەلە سیاسییەکانە کە چەندین هێزی جۆراوجۆری لەناودایە، لەوانە هێزی داهێنەرانە، هێزی دروستکەر، هێزی وێرانکەر، هێزی سافت وێری و هاردوێری و چەندین جۆری دیکە.

لە کۆمەڵناسی سیاسیدا، گرنگترین بابەت هێزی کۆمەڵایەتییە. هێزی کۆمەڵایەتییش، هێزی گروپگەلێکە کە پەیوەندییان لە گەڵ خۆیان و سیاسەتدا هەیە و پێکەوە بە دەوڵەتەوە دەبەسترێنەوە . لێرەشەوە پارتە سیاسییەکان بە مەبەستی بەدەستهێنانی هێز و دەسەڵات لەگەڵ یەکتردا ڕکابەری دەکەن و لە کۆتاییدا باشترینیان یان ئامادەترینیان دەسەڵات و هێز کە مەبەست لێی هەمان دەوڵەتە، بەدەست دێنێت.

بازاری هەڵبژاردن، بە هۆی بوونی چەندین پارتی سیاسی، سەرهەڵدانی و گۆڕانکاری لە بەشەکان و پێکهاتەکانی دانشتووان، بەکاربەری چالاکیی میدیایی و هۆشیاری جیهانی لە سیاسەتی وڵاتانی دیکە، پێشبینی ناکرێت. ئەم بابەتە تەنها وڵاتانی لیبراڵ و دیمۆکراتی ڕۆژئاوا ناگرێتەوە، بەڵکو پارتە کۆنەکانی ئاسیاش هەست دەکەن باردۆخی دەورو پشتیان گۆڕاوە. سیاسەتوانەکان لە ئەندامانی ئەنجومەنی شارەوە هەتا ئەندامانی پارلەمان، سەرۆکوەزیرەکان تەنانەت سەرۆککۆمارەکانیش بە بەردەوامی گوێ لە ئامۆژگارییەکانی مارکێتینگی سیاسی دەگرن و بەکاری دەبەن. مارکێتینگی سیاسی بریتییە لە ڕاپرسی، دابەشکردنی بازار، دروستکردنی پرۆفایلی دەنگدەران، شێوازی وەرە دەرەوە و دەنگ بدە، توێژینەوەی ڕکابەرەکان، گەشەدانی بەرهەمی ستراتیجی، مارکێتینگی ناوخۆیی، بەڕێوەبردنی خۆبەخشەکان، پەیوەندییەکان، مارکێتینگی ئەلێکترۆنی. بەڕێوەبردنی چاوەڕوانی دەنگدەران. مارکێتینگی سیاسی ستراتیجی و کەرەستەیەکە بۆ دەستەبژێرەکانی سیاسەت تا لە باشتربەڕێوەبردنی یارییە ئاڵۆزەکانی هەڵبژاردندا یارمەتییان بدات.

---

[1] Power

پێویستە پێناسەی مارکێتینگی سیاسی لە ڕوانگەی چەند بیرمەندێکی ئەم بوارە دا ئاماژەی پێ بکرێت:

گرونووس [1]دەڵێ: دروست کردن، بەرزکردنەوەی ئاستی پەیوەندییەکان بە شێوەیەکی درێژخایەن لەگەڵ دەنگدەران لە ڕێگەیەک کە هەم کۆمەڵگا و هەم پارتە سیاسییەکان تێدا سوودمەند بن لە هەمان کاتیشدا، ئامانجی چالاکوانانی سیاسی دابین بکرێت.

لاک و هەریس [2]: مارکێتینگی سیاسی وەک بەشێکی زانکۆیی خوێندنەوەی پرۆسەی دوولایەنەی نێوان بوونی سیاسی و ژینگەیان و نێوان بوون بە جەخت کردن لە سەر هەڵویستەکان و پەیوەندییەکانە. بە شێوەیەکی کرداری و پراکتیکی ئاماژەیە بە ستراتیژییەکان و وەرگرتنی هەڵویست و پەیوەندی و ئەو شێوازانە کە بە کاردێت، گەڕانە بە دوای وەرگرتنی زانیاری لە شێوازی بیرکردنەوە و هۆشیاری هەروەها چۆنیەتی وەڵامدانەوە بە لایەنی بەرامبەر و پەیامەکانە (Lock & Harris, 1996).

نیومەن [3]دەڵێ: بە کار هێنانی شێوازی مارکێتینگ لە هەڵبژاردەنکان لە لایەن کەسەکان و دامەزراوەکان دا بە مەبەستی گەشەی دیمۆکراسی لە ڕێگەی پرۆسەی هەڵبژاردنەکانە.

مارکێینگ تەنها لە بواری ئابووریدا کاری پێ ناکرێت، بەلکو لە بوارەکانی دیکە وەک دامەزراوەکان و دەزگا قازانج نەویستەکان، تاکە کەس و گروپە سیاسییەکان بە کاردێت. لە ڕاستی دا لە دوای پەرەپێدانی چەمکی مارکێتینگی کۆمەڵایەتی لە ساڵی ١٩٧٠ دا، مارکێتینگ لە بوارەکانی جگە لە ئابووری (مارکێتینگی کۆمەڵایەتی و سیاسی)، بە مەبەستی سودگەیاندن بە کۆمەڵگا دا پەرەی سەند (Poincu, 2009).

مارکێتینگی سیاسی[4]، لە زانکۆکاندا وەک بەشێک لە گەشەکردندایە، هەرچەندە مارکێتینگ چەندین ساڵ لەمەوبەر لە سیاسەتدا بەکار هاتووە و کاری پێ کراوە، بەڵام لە ساڵەکانی ١٩٨٠دا، لە لایەن شرۆڤەکارانی زانکۆیی و میدیاکانەوە زۆرتر گرنگی پێ دراوە، بە تایبەتیش لە ساڵەکانی ١٩٩٠ بە دوا کە جیهان گەشەکردنی لە بواری بەهاوبەشکردنی بیروڕا، شێوازەکان،

---

[1] Gronroos, Christian
[2] Lock & Harris
[3] Newman
[4] Political Marketing

ڕاوێژکاران و تەنانەت ئایدیاکان لە بارەی پرۆداکتەکانەوە بە خۆیەوە بینی، ئەم زانســـتە زیاتر گەشەی کرد.

بە بڕوای لایەنگیرانی بەکارهێنانی مارکێتینگی ســیاســی، بەکارهێنانی تەکنیکەکانی مارکێتینگ لە هەڵبژاردن دا، دەبێتە هۆکاری گۆڕانکاری بنەڕەتی لە شــێوازی ناســاندنی سیاســەتوانان و پارتە ســیاســیەکان بە کۆمەڵگا دا هەروەها دەبێتە هۆکاری زۆرتر ئاشــنا بوونی خەڵک لەگەڵ دەوڵەت و حکومەت دا (Marshement, 2001).

مارکێتینگی ســیاســی، تەنها بۆ مەبەســتی دروســتکردنی پەیوەندی نییە، بەڵکو بۆ ناســینی ئەو ژینگە و بازاڕەیە کە پارتە ســیاســییەکان کاری تێدا دەکەن و دەیانەوێ بە ناســینی پێویســتییەکانی بەکاربەرانی سیاسی، بەرنامەکانی هەڵبژاردن و شێوازی سیاسەتکردن هەروەها دەستنیشانکردنی پاڵێوراوەکانی خۆیان بە شــێوەیەکی زانســتی بەڕێوە ببەن. بۆ نمونە بەپێی ئەم زانســتە، یەکێک لە ئامانجەکانی ڕاپرســی ئەوەیە کە پارتەکان باشــتر لە "بازاڕی ســیاســی ژینگە"کەیان تێ بگەن. بۆیە دەوترێ "بازاڕی سیاسی" چونکە یەکێک لە بەشەکانی مارکێتینگ لێکۆڵینەوەی بازاڕە و تێکەڵبوونی دوو زانســتی لێکجیاوازی وەک ســیاســەت و مارکێتینگیش، چەندین چەمکی تازە دێنێتە ئاراوە، کە یەکێک لەوانە چەمکێکی تازە بە ناوی "مارکێتینگی ســیاســی"یە تا باشــتر بتوانێ خزمەت بە پارتە سیاسییەکان بۆ مەبەستی پێشخستنی ئامانجەکانیان بکات.

بە شێوەیەکی گشتی ئەو بابەتانەی کە لە چوارچێوەی مارکێتینگی سیاسی بەکار دێت کۆمەڵە تیۆر و مۆدێلێکی وەرگیراوە لە بەڕێوەبردنی مارکێتینگ دا کە پارتەکان دەتوانن لە کەمپەینەکانی هەڵبژاردن و بەدەست هێنانی دەنگی دەنگدەران سوودی لێ وەربگرن. مارکێتینگی سیاسی زۆرتر لە ژێر کاریگەری کەمپەینەکانی هەڵبژاردنی ئەمەریکا، بریتانیا، ئۆستralیا، دانیمارک، ئەلمانیا، نیوزلەند و کەنەدا سەری هەڵداوە و بە بۆچوونی شرۆڤەکارانی سیاسی، مارکێتینگی سیاسی ئەمڕۆکە بووتە بە بەرنامەیەکی بەردەوامی حکومەتەکان (Savigny,2009).

لە بەڕێوەبردنی مارکێتینگی ســیاســیدا، کار بۆ تێگەیشــتن لە بازاڕی ســیاســی دەکرێ و هەوڵ بۆ ناســـــینی ڕەفتاری بەکاربەران (هاووڵاتیيان) دەدرێت. هەروەها شـــــێوازی بەشـــــداریکردن و دروســـتکردنی پەیوەندییەکان لە ئامانجەکانی مارکێتینگی ســـیاســـییە. بۆ گەیاندنی پەیامەکانیش بە بەکاربەرانی سیاسی، پێویستە بە شێوەیەکی زانستی ئەم کارە بکرێت چونکە پەیامە سیاسییەکان

چ بە نووسـین، وێنە یان هەر شـێوەیەکی دیکە بێ، دەبێت لایەنی زانسـتی بە مەبەسـتی کاریگەرترکردنی لەبەرچاو بگیردرێت. هەربۆیە لە مارکێتینگی سیاسیدا بە گرنگییەوە باسی ڕێکلام دەکرێت.

مارکێتینگی سـیاسـی دەبیتە هۆکاری بەکارهێنانی کارامەی سـەرچاوەکان، کە واتا زانیارە بە نرخ بۆ پاڵێوراوان، حکومەتەکان، دەنگدەران و خەڵک دەسـتەبەر دەکات کە دەبێتە هۆی بە هێز بوونی وەلامدانەوە لە پرۆسـەی سـیاسـی دا و بە بۆ چوونی کاتلەر لە بازاری سـیاسـەت دا، پاڵێوراوان و پارتە سـیاسـییەکان، حکومەتەکان و دەوڵەتەکان بە دوای فرۆشـتنی ئایدیا و بیر و بۆچوونی خۆیان بە موشـتەرییەکانن کە مەبەسـت هەمان دەنگدارانن لە ناو کۆمەڵگا دا (Kotler & Andersen, 1991).

هەروەها براندینگ[1] دوایین قۆناغی گەشـەکردنی ئەدەبیاتی مارکێتینگی سـیاسـییە. بەپێی ئەم زانستە، لە مەیدانی سیاسەتدا پارتەکان دەبێ بیر لە براندی خۆیان بکەنەوە و هەوڵ بۆ بەهێزکردنی بدەن، چونکە بەبێ براندێکی بەهێز سەرکەوتن لە هەڵبژاردنەکاندا کارێکی زەحمەتە و ماندوبوون و لەدەسـتدانی وزەیەکی زۆرتری پێویسـتە. بۆ هەر ئەندامێکی هەر پارتێکی سـیاسـی، پێویسـتە سـتراتیژەکانی براندی پارتەکەی یان براندی پاڵێوراوەکانی ڕوون بێت هەتا بتوانێ کاری بۆ بکات، بۆ ئەمەش دەبێ بە باشی لە پرۆسەکانی بەڕێوەبردنی ستراتیجی براند تێ گەیشتبێت.

لە کۆمەڵگایەکی دیموکراتیکدا، هەڵبژاردنەکان شـێوازی حوکمڕانی دەسـتنیشـان دەکەن، بۆیە هەر پارتێکی سـیاسـی تەواوی هەوڵەکانی بۆ سـەرکەوتن لە هەڵبژاردنەکاندا تەرخان دەکات. کەمپەینەکانی هەڵبژاردن بە مەبەسـتی پەیداکردنی بازاڕی مەبەسـت و گەیاندنی پەیامی پارتەکان و بەرنامەداڕشـتن بۆ دروسـتکردنی پەیوەندی لە نێوان پارتەکان و دەنگدەرانە، بۆیە پێویسـتە لەگەڵ شێوازی بەڕێوەبردنی کەمپەینەکاندا ئاشنا بین بەوەی بازاڕی ئامانج چۆن دەستنیشان دەکرێت و چۆن کاری لەسـەر دەکرێت، هەروەها پەیامەکانی هەڵبژاردن چۆن دادەڕێژرێت و بەرنامەکانی پەیوەندیکردن لەگەڵ دەنگدەراندا چۆن دەبێت، لەگەڵ زۆر لایەنی تر.

بە مەبەسـتی لێکۆڵینەوە لە بازاڕی سـیاسـی ـــ مەبەسـت بەکاربەرانە کە هەمان ئەندامانی کۆمەڵگا دەبن ـــ دەبێ بە شـێوازێکی یەکپارچە و لەسـەر یەک سـتراتیجی کار بکرێت بۆ

---

[1] Branding

دەســــتنیشــــــانکردنی لایەنی بەهێز و بێهێز تـا بتوانین بەرنـامەیەکی توکمە دابڕێژین. بۆ ئـەم مەبەستەیش چەندین مۆدێلی کارکردن هەیە :

مۆدێلی فلیــپ نیفینگیر[1]، یەکێکە لەو مۆدێلانەی کە مۆدێلی 4Pی [2]مــارکیتینگی لەگەڵ مارکێتینگی ســیاســیدا هەماهەنگ کردووە و لە لایەن کەمپەینی هەڵبژاردنەکانەوە بەکار هاتووە. بۆ

نمونە ڕۆناڵد ڕیگان، ڕیچارد نیکسۆن، جیمی کارتەر ســوودیان لەم مۆدێلە و ســتراتیجییەکانی وەر گرتووە.

Source: Adapted from Niffenegger (1988)

1 Philip Niffingger
2 4P: Product, Price, Place, Promotion

به پێی ئەم مۆدێلە هەر کام لە بەشـــەکان بە وردی باســـی لێوە کراوە، بۆ نمونە لە بەشـــی دابەشکردندا نیفینگەر باس لە چوار ستراتیجی دەکات کە لە هەڵبژاردنەکاندا زۆر بە کار دێت :

١. ستراتیجی وردبوونەوە،[1]
٢. ستراتیجی ڕێکخراو،
٣. ستراتیجی گومڕاکردن،
٤. ستراتیجی شەڕی نێگەتیڤانە.

چەندین مۆدێلی دیکەیش هەن کە دەکرێ ســـوودیان لی وەربگیردرێت وەک مۆدێلی ڕید[2]، کاتلەر[3]، لیز مارشمێنت[4]، هەریس[5]، نیومەن[6] کە ئەم مۆدێلە یەکێکە لە چڕوپڕترین مۆدێلەکان.

لە ڕاســـتیدا، یەکێک لە گرنگترین بابەتەکانی مارکێتینگی ســـیاســـی، دابەشـــکردنی بازاڕی دەنگدەرانە[7]. ئامانجی ئەم دابەشکردنە، دەستنیشانکردن و هەڵسەنگاندنی پێویستییەکانی دەنگدەرانە، هەروەها بۆ تێگەیشـــتن لە تایبەتمەنییەکانی دەنگدەرانە. لە دوای ئەم بابەتە هەڵوێســـتی پاڵێوراوان دەســـتنیشـــان دەکرێت و لە ســـەر ئەم بنەمایە ســـتراتیجی هەڵبژاردن دیاری دەکرێت. لە ڕووی دابەشکردنی بازاڕیشەوە چەندین جۆرە دابەشکردن بوونی هەیە :

ـ دابەشکردنی سەرەتایی : کە تێیدا دەنگدەران لە سەر دوو پێوەر دابەش دەبن :

١. پەیوەندی دەنگدەران لەگەڵ پارتەکاندا (ئەندامی پارتەکانن یان سەربەخۆن).
٢. هێزی پابەندبوونی دەنگدەران (لایەنگری بەهێز، بێهێز، دوودڵەکان و پوچەڵکەرەکان).

ـــــ دابەشـکردنی دووەم : لە هەڵبژاردنەکاندا کار لە ســەر پتەوکردنی پەیوەندی لایەنگران و ڕاکێشانی سەرنجی ئەو کەسانەی کە دوودڵن دەکرێت.

بۆ ئەمەش چوار پێوەر گرنگە :

١. جیۆگرافیا Geographic
٢. ناسینی دانیشتوان Demographic

---

1 Concentration Strategy
2 David Reid
3 Philip Kotler & Neil Kotler
4 Jennifer Less-Marshment
5 Phil Harris
6 Bruce I. Newman
7 Voter Segmentation

٣. ڕەفتار Behavioral

٤. دەروونناسی Psychological

لە بارەی کارکردن لەم بوارانەدا بوونی ئاماری دروست و پۆلینکراو وا دەکات کە بەرنامەکان بە دروستی دابڕێژرێن و لە ئەنجامدا سەرکەوتنی زۆرتر بە دەست بێنێت.

لە هەر کۆمەڵگایەکدا، هەندێک کەس لە هەڵبژاردنەکان بۆچوونێکی ڕوون و دیاریان نییە، بۆیە بە دوودڵەکان ناسراون. ئەم بەشە لە بازاڕ خاوەن ستراتیجی تایبەتییە، چونکە زۆر جار دەبنە هۆکاری سەرکەوتنی لایەنێک، بۆ نمونە لە کەنەدا[1]، ساڵی ٢٠٠٤ دەرکەوت کە زۆربەی دەنگدەران لە کاتی بانگەشەی هەڵبژاردندا بڕیاری کۆتاییان داوە.

لە دوای دابەشکردنی بازاڕ پێویستە پارتەکان و پاڵێوراوان بە باشی لە پێگەی[2] خۆیان تێ بگەن، ئەمەش دەبێتە هۆکاری دروستبوونی پرۆسەیەک کە بەڕێوەبردنی وێنە زەینییەکان، درک و تێگەیشتنەکانە کە دەنگدەرێک لە بەرامبەر بە پاڵێوراوێک یان پارتێکی سیاسی هەیە و لە سەر بنەمای بەها و باوەڕی پاڵێوراو یان پارتەکە بە کار دێت. پەیداکردنی پێگە بە واتای دروستکردنی شوێنێک لە ناو زەینی دەنگدەرانە هەتا بتوانن بە شێوازێکی دروست لە بارەی بابەتە سیاسییەکانەوە بیر بکەنەوە. پێگەی پارتەکان یان پاڵێوراوان لە ناو زەینی دەنگدەراندا دەتوانێ دروست یان نادروست بێت، کەواتە ئەرکی مارکێتینگی سیاسی ئەمەیە بتوانێ ئەم کەلێنانە پڕ بکاتەوە. کۆمەڵە ڕێگەیەک بۆ دروستکردنی پێگەکان هەیە کە بە یارمەتی پرسیارنامە و ڕاپرسی و چاوپێکەوتن دەتوانین کۆمەڵە زانیاریەک بەدەست بێنین و دواتر بە پۆلینکردن و شیکردنەوەیان زانیارییەکان دەبنە داتا و سوودیان لێ وەربگرین.

هەر پارتێکی سیاسی یان پاڵێوراوێک گرنگە بزانێ کە خەڵکی دەنگدەر خاوەن چ وێنەیەکە و چۆن دەڕوانێتە ئەوان. پارتێکی نەتەوەیی کە هەوڵەکانی لە پێناو نەتەوەیە ئایا توانیویەتی پەیامی خۆی بە ڕوونی بداتە دەنگدەران؟ ئایا دەنگدەران ئەم پارتە بە نەتەوەیی دەزانن؟ ئایا پاڵێوراوانی ئەم پارتە بە نەتەوەیی دەزانن؟ لەسەر بنەمای ئەم پرسیارانە کۆمەڵێک بابەت هەیە کە دەبێ ڕەچاو بکرێت.

---

1 Patrick Founier et al

2 Position

هەر پاڵێوراوێکی ئەم سەردەمە پسپۆڕێکی وێناسازی، ستراتیجیستەکانی بەرنامەڕێژ و چاودێرانی هەڵبژاردنەکان و... لە کەمپەینی خۆی کۆ دەکاتەوە. بە یەکپارچە کارکردنی ئەمانە ئەگەری بردنەوە زۆر دەبێت.

لە براندینگدا، گرنگە کە بەرنامەیەکی توکمە هەبێت بۆ ئەوەی لایەنی بەرامبەر (دەنگدەر) چ بۆچوونێکی لە بارەی ئێمەوە هەبێ؟ هەروەها بە شیکردنەوەی زانستیی بزانین ئایا لایەنی بەرامبەر هەمان بۆچوونی هەیە کە ویستوومانە؟ بۆ شیکردنەوەی ئەم لایەنانە بابەتی براندینگ لەم چەند ساڵەی دواییدا گرنگییەکی تایبەتی پەیدا کردووە.

لە بانگەشەی هەڵبژاردنەکاندا هەر پارتێک یان پاڵێوراوێک پەیامی هەیە و دەبێ بە باشترین شێوە پەیامی خۆی بگەیەنێتەوە دەنگدەران. کۆمەڵە ڕێگەیەک بۆ ئەم مەبەستە هەیە وەک ڕۆژنامەکان، تیڤییەکان، رادیۆ و... گرنگترین بابەت بە پێی باردۆخی شوێن بە شێوەیەکی دروست دەبێ لەم ئامرازانە سوود وەربگیردرێت. لە باوترین بابەتەکانیش گردبوونەوە و گوتاردانە. دیبەیتەکانیش ڕۆژبەڕۆژ لایەنگیرانی زۆرتر دەبێ. بۆ نمونە لە ئەمریکا بابەتێکی ڕۆتینی نێو هەڵبژاردنەکانە. هەروەها لە وڵاتانی ئۆستترالیا، کەنەدا، کرواسی، فڕانسا، ئەڵمانیا، یۆنان، هۆڵەندا، نیوزلەند، کۆریای باشوور، سوید، پۆڵۆنیا و ئۆکرانیا بابەتێکی زۆر گرنگی هەڵبژاردنەکانە.

دیبەیتەکان کاریگەرییەکی زۆر لە ڕاگۆڕینەوەی دەنگدەرانی هەیە، بۆ نمونە بۆزۆ سکۆکۆ[1] (٢٠٠٥) دەڵێ : ١٨٪ دەنگدەرانی کرواسی لە دوای بینینی دیبەیتەکانی سەرۆکایەتی کۆماری کرواتیا لە ساڵی ٢٠٠٥دا ڕای خۆیان گۆڕیوە.

دیبەیتەکان لەبەر ئەوەی پاڵێوراوان بە شێوەیەکی ڕاستەخۆ باس لە بەرنامەکانیان دەکەن و لەگەڵ ڕکابەرەکانیاندا دەدوێن بینەران لە چەند ڕوویەکەوە بە شێوەیەکی ڕاستەخۆ یان ناراستەخۆ هەڵسەنگاندیان بۆ دەکەن. لەم بارەیە دەبێ ئامادە کارییەکی باش بۆ پێگەیاندنی پاڵێوراوان بکرێت و بە باشی پەروەردە بکرێن.

بۆ نمونە زمانی جەستە، براندی پاڵێوراوان، ئەو بابەتانەی کە باس دەکرێت، شوناسی پارتەکان و... زۆر لایەنی تر.

لە مارکێتینگی سیاسیدا، هەڵبژاردن دوایین قۆناغ نییە بەڵکو هاوشێوەی مارکێتینگی بازرگانی پەیوەندی لەگەڵ دەنگدەراندا بەردەوام دەبێت، بۆیە بە مارکێتینگی سیاسی ناسراوە نەک تەنها مارکێتینگی هەڵبژاردن، چونکە پارتەکانیش وەک هەر یەکەیەکی بازرگانی پێویستیان بەوە هەیە بە

1 Bozo Skoko

بەردەوامی چاودێری بازاڕ بکەن و ڕەچاوی گۆڕانکارییەکانی ناو کۆمەڵگا بکەن. نابێ لە بیری خۆمانی ببەینەوە کە هەڵبژاردنەکان ئەگەر هەر چوار ســـاڵ جارێک ئەنجام بدرێت لە ماوەی ئەم چوار ساڵەدا دەکرێ کۆمەڵێک بابەت گۆڕانکاری بەسەردا بێت، وەک ئەگەر ئەمڕۆ ڕۆژی هەڵبژاردن بێت، کەســـانێک هەن کە تەمەنیان ١٤ ســـاڵە و لە هەڵبژاردنی داهاتوودا بەشـــدار دەبن، ئەم ماوەیە زۆر گرنگە شرۆڤە بکرێت چونکە گەنجێکی ئەمڕۆ لەم ماوە چوارساڵییەدا دەکرێ زۆر جیاواز بێت. بۆیە مارکێتینگی ســـیاســـی پرۆســـەیەکی بەردەوامە بە مەبەســـتی مانەوەی پارتەکان لە مەیدانی سیاسیدا.

سەرچاوەکان:

1. Newman, B. I. (1999). A predictive model for voter behavior: The repositioning of Bill Clinton. In B. I. Newman (Ed.). Handbook of political (pp. 259-282), Thousand Oaksm CA: Sage.
2. Lock A. & Harris P. (1996) Political Marketing – Vive la Difference. European Journal of Marketing, Nol.30, No.10/11, pp. 14-31.
3. Kotler, Philips. & Andreasen, A.R.)1991). Strategic Marketing for Nonprofit Organizations, 4th ed., Prentice- Hall, Englewood Cliffs,NJ.
4. Marshment, L., J.(2001). The Marriage of Political & Marketing, Plotical Studies, Volume 49, Issue 4, pp. 692-713.
5. Savigny, H.(2009). Political Marketig, in C. Hay, M. Kenny, M. Flinders and A. Gamble(eds), the Oxford Handbook of British Political. Oxford: Oxford University Press, pp. 798-817.
6. Poincu, Cristian-Romeo, (2009). Features of the Socio – Political Marketing Bulletin of the Transilvania University of brasov. Vol. 2 (51), Series V: Economic Sciences, pp.231-236.
7. Neffengger, P.B. (1989) Strategies for Success from the political Marketing Journal of Consumer Marketing, Vol. 6 Iss: 1, pp.45-51.