

Nasıl bir tanıtım ve reklam stratejisi oluşturdunuz?

- Kolonyanın temel özelliği cilde sürüldükten sonra içerisinde bulunan alkolün hızla buharlaşması ve bu sırada buharlaşan alkol moleküllerinin çevrelerinden ısı çekmesi nedeniyle kullanan kişiye serinlik vermesi ve ferahlatması. Biz bu noktaya odaklanmak istiyoruz.
- Vikipedi kolonya tarihçesine göre kolonyanın yükselişinin başladığı 18. yüzyılda adeta bir çılgır açtı. Sınıf savaşının en keskin biçimde yaşandığı yıllarda yükselen burjuvazi karşısında, ağır ve pahalı parfümlerle özdeşleşen aristokrasi yenik düşünce, ağır kokuların da itibarı azalmıştı. Kolonya gibi hafif ve ferahlatıcı kokular sadeliğin, saflığın simgesi haline geldi ve burjuvazinin gözdesi oldu. Bunun da tanıtım stratejimizde önemli bir referans noktası olabileceğini düşündük
- Günümüzde parfümler ağır kokularıyla bazen kullanan kişinin yakınındaki insanlara dahi rahatsızlık vermekte ve parfümlerin uzun süre kalıcı olması nedeniyle bu rahatsızlığı astım vb. hastalığı olan insanlarda yaşamı çekilemez hale getirmekte.
- Kolonya sürüldüğü anda parfümden farklı olarak serinlik ve ferahlık etkisini kısa bir sürede gösteriyor çünkü hızlıca buharlaşıyor. Böylece parfümün ağır etkilerinden sakınmış oluruz.
- Kolonyalar içeriğinde alkol bulunan ürünlerdir. 70 derece ve üstünde alkol bulunan kolonyalar, elde ve yüzeyde tutunan virüsleri hızlı bir şekilde öldürmede mükemmel sonuçlar verir. Kolonya sizin yolda, iş yerinde pratik bir şekilde virüslerden, mikroplardan temizlenmenize yardım eder. Bunu da reklam stratejilerimizde kullanabileceğimizi düşündük.
- Kolonya günümüzde hep geleneksel kokulara sahip tütün, limon gibi. Biz hedef kitemizi düşünerek kolonyalarımızda modern, sofistike kokuları kullanmayı hedefliyoruz.
- Tasarımsal olarak kolonya şişeleri günümüzde hep aynı silindirik biçimde. Hedef kitemizi etkilemek için kolonya şişelerini daha dikkat çekici ve çağa uygun bir hale getirmek istiyoruz. Şişelerimizin sert köşeli olması hedef kitemizin ilgisini çekeceğini düşündük.

Örneğin:



Hedef kitlemiz gençler olduğu için sosyal medyada reklam vermeyi düşünüyöruz. Ek olarak beyaz yakalı kitlemiz için de televizyonda bir reklam düşündük.

SLOGAN: Hijyen ve ferahlığı tek şişeye sığdırdık

Hangi mecraları kullanırdınız? Neden?

Sosyal Medya için twitch ve instagram kullanmayı düşündük. Ek olarak da Televizyonda o ürünü kullandıklarında neler hissedeceklerini anlayabilecekleri güzel bir reklam düşündük.

Günümüzde gençlerimiz internette sosyal medya alanında sohbet ve oyun sitelerinde vakitlerini geçiriyor. Bu yüzden Twitch platformu bize mantıklı geldi.

Instagram ise aylık 1.000.000.000 aktif kullanıcısı olan bir platform. Bu nedenle geniş kitlelere ulaşmamızda çok yardımcı olacağını düşündük.

Günümüzde her evde bulunan televizyon için de bir reklam stratejisi oluşturduk. Bu sayede özellikle orta yaşlı kitlemize ulaşmayı düşünüyöruz.

Reklam için ise ufak bir fikir yürüttük;

Hakan 21 yaşında bir üniversite öğrencisi. Derslerinden arta kalan vakitlerde Twitch'te canlı yayın açıp izleyicileriyle keyifli vakit geçiriyor. Reklamımız sabah Hakan'ın uyanması ile başlıyor. Sabah erken uyku sersemi bir şekilde uyanan Hakan, okula gitmek için evinden çıkar uyku sersemliğini üstünden atmak için kolonyasını kullanır ve kolonyanın ayıltıcı özelliğı ile kendine gelir. Bunun ardından otobüse biner ve birisinin yanına oturur. Yanına oturduğu kişi otobüste markasız, ağır parfümünü çıkarır ve sıkır, Hakan da kokudan anlık olarak rahatsız oldu. Okuldan sonra gittiğı kafenin lavabosunu kullanmak isteyen Hakan, lavaboda karşılaştığı hijyen probleminden dolayı kolonyası ile elini temizler. Akşam eve döndüğünde, izleyicileri ile vakit geçirmek için Twitch platformundan yayın açar. Yayın sırasında oynadığı oyuna sinirlenen Hakan, izleyicileri önünde kolonyayı kullanarak ferahlar ve sakinleşir.

Biz bu reklamda Hakan sabahın erken saatinde kalkması ve toplu taşımada yaşadığı sıkıntılar beyaz yakalılar ile özdeşleşirken, yayıncılık kısmında daha çok genç kitleyle özdeşleşir.

Hedefleriniz ne olurdu?

Kurum ve marka farkındalığını artırarak, hedef kitle ile bağ kurmayı ve bunların sonucunda bu bağ müşterilerimizde satın alma isteğine dönüştürerek kârlılığı artırmak ve pazarda büyümek. Bütün bunları yaparken de çağın gereksinimlerini düşünerek gelecek planlamaları yapmak.

Yaptığınız tüm bu planın başarılı olduğunu gösterecek KPI'lar neler olurdu?

- 1- Pazarlama ile ilgili seçtiğimiz KPI'lar
 - Online reklam oranı
 - Online müşteri bağlılığı seviyesi
 - Sosyal etki skoru
 - Arama motoru sıralaması
 - Instagram günlük etkileşim oranı
 - Instagram günlük takipçi artış oranı
 - Sayfa gösterimi ve geri dönüş oranı
 - Twitch canlı reklam izlenme oranı
- 2- Pazar performansı ile ilgili seçtiğimiz KPI'lar
 - Pazar payı oranı
 - Pazar gelişme oranı
 - Marka değeri
- 3- Müşterilerimiz ile ilgili seçtiğimiz KPI'lar
 - Müşteri memnuniyet endeksi
 - Müşteri kaybı oranı
 - Müşteri şikayetleri
 - Net tavsiye skoru

Ahmet Fatih Çopur

Alper Doğukan Nizamoğlu

Ahmet Kağan Bildirici