



StitchPoint Yaratıcı Reklam Kampanyası Tasarımı

StitchPoint, öncelikli olarak kadınları hedef alan ancak yelpazesini genişleterek erkeklerle de hitap etmeyi amaçlayan bir e-ticaret markasıdır. Şıklık ve zarafeti öne çıkararak, rakiplerini zorlayan bir marka olarak pazarda kendini konumlandırmaktadır. Online alışverişi tercih eden ve şıklığı ön planda tutan müşterilere hitap eden bu kampanya, marka algısını güçlendirmeyi amaçlamaktadır.

Başlama Tarihi: 21.10.2024 Bitiş Tarihi: 25.11.2024

İçindekiler:

- Kavram Seçimi
- Pazar Araştırması ve Analiz
- Hedef Kitle Belirleme
- Mesaj Oluşturma ve Görsel Tasarım
- Medya Seçimi ve Entegrasyon
- Bütçe ve Kaynak Planlaması
- Kampanya Değerlendirme
- Kaynaklar
- Ekler

Kavram Seçimi:

Kampanya kavramı olarak “Şıklığın Zarafet ile Dikildiği Nokta” belirlenmiştir. Bu kavram, StitchPoint’un zarafeti ve şıklığı birleştiren tarzını, aynı zamanda markanın iddialı duruşunu vurgular. Müşterilere, zarafetin ve şıklığın bulunduğu noktada kendilerini özgür hissettirecek ürünler sunulmaktadır.

Pazar Araştırması ve Analiz:

Kampanya için yapılan pazar araştırmasında, StitchPoint’un rakiplerini fiyatlandırma konusunda zorlayan bir marka olduğu vurgulanacaktır. Markanın rakiplerinden (İpekyol, Zara, Oxxo) farkı, şıklık ve kaliteyi sunarken, fiyatlandırma politikasında onlara meydan okumasıdır. Ayrıca, markanın şıklığı öne çıkaran tasarımları ve online alışverişi tercih eden hedef kitlesi ile pazardaki yeri analiz edilmiştir.

**Hedef Kitle Belirleme:**

- Yaş: 18-45 yaş arası kadınlar ve erkekler
- Gelir Durumu: Orta ve üst gelir grubuna sahip bireyler
- Alışveriş Alışkanlıkları: Online alışverişi tercih eden, şıklığı ve zarafeti ön planda tutan bireyler
- Psikografik Özellikler: Kendi ekonomik özgürlüğünü kazanmış ve moda ile ilgili duyan kişiler

Özellikle, 25 yaş ve üzeri ekonomik özgürlüğe sahip kadınlar öncelikli hedef kitledir. Erkeklerle yönelik yelpazeyi de genişletmeyi amaçlayan markanın, bu kitleye hitap etme potansiyeli bulunmaktadır.

Mesaj Oluşturma ve Görsel Tasarım:

"Şıklığın Zarafet ile Dikildiği Nokta" StitchPoint, narin ancak iddialı bir marka modeli benimsemektedir. Görsel tasarımlar, markanın şıklığını ve zarafetini yansıtan, dikkat çekici ama aynı zamanda zarif bir stil ile oluşturulacaktır. Görsellerde zarafet ve şıklığı tanımlayan renk paletleri kullanılacak ve içerikler bu doğrultuda şekillendirilecektir.

Medya Seçimi ve Entegrasyon:

Kampanya, dijital pazarlama kanallarına öncelik verilerek yürütülecektir. Sosyal medya olarak Instagram ve TikTok, görsel ve video içerikler ile marka mesajını yaygınlaştırmada kullanılacaktır. İçerikler, zarafeti ve şıklığı tanımlayan renk paletleriyle hazırlanacak ve şıklığı vurgulayan görseller, videolar paylaşılacaktır. Dijital pazarlama stratejisinde SEO çalışmaları ile rakiplerimizin önüne geçmeyi hedefleyeceğiz. SEO optimizasyonu, web sitemizin görünürlüğünü artırmayı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra görünürlüğü arttırmak amaçlı SEM ve PPC çalışmaları üzerinde de durulacaktır.

Bütçe ve Kaynak Planlaması:

- **Sosyal Medya Yönetimi ve Görsel İçerik Üretimi**

Kampanyanın öncelikli bütçesi, sosyal medya yönetimi ve görsel içerik üretimine ayrılacaktır. Bu bütçe, fotoğraf çekimleri, grafik tasarımlar ve video prodüksiyonları gibi görsel içeriklerin üretimi için kullanılacaktır. Instagram ve TikTok gibi görsel odaklı platformlarda, şıklık ve zarafeti ön plana çıkaran paylaşımlar yapılacaktır.

- **SEO Çabaları ve Web Sitesi Optimizasyonu**

SEO çalışmalarına da bütçe ayrılacaktır. Bu bütçe, yazılı içerikler oluşturmak ve web sitemizi optimize etmek için kullanılacaktır. SEO çabaları, web sitemizin arama motorlarında üst sıralarda yer almasını sağlamak ve kullanıcı deneyimini iyileştirmek amacıyla harcanacaktır.

- **Ücretli Dijital Reklamlar**

SEM, PPC gibi ücretli dijital reklamlar için de küçük bir bütçe ayrılacaktır. Bu bütçe, kampanyanın farkındalığını artırmak için kullanılacak ve hedef kitleye yönelik reklamlar oluşturulacaktır. Bu çalışmalar, kampanyanın görünürlüğünü pekiştirmeyi amaçlayacaktır.

Kampanya Değerlendirme:

Kampanyanın başarısı, web sitemizin ve sosyal medya hesaplarımızın ne kadar etkileşim aldığını gözlemleyerek değerlendirilecektir. Instagram ve TikTok'taki etkileşim oranları, kampanyanın hedef kitleye ne derece bağ kurduğunu gösteren önemli bir gösterge olacaktır. Ayrıca, satışlardaki artış ya da azalışlar da dikkate alınarak kampanyanın etkisi analiz edilecektir.

Kaynaklar:

<https://www.coursera.org>

<https://app.leonardo.ai/>

Ekler:

