

# Reklamcılık ve Pazarlama Projesi

## Marka İmajı, Logo Tasarımı ve Kurumsal Kimlik Oluşturma Stratejisi

### Temel Reklamcılık ve Pazarlama Projesi

#### Aşama 1: Marka Analizi ve Strateji Oluşturma

##### Marka Analizi:

- SWOT Analizi
  - Güçlü Yönler:**
    - 584 km üst segment menzil (Tesla ve Mercedes ile doğrudan rekabet). Geniş ürün yelpazesi.
    - Tek şarjla 518 km kadar maksimum sürüş menzili.
    - Fiyat/performans oranı yüksek (~1.918.500 ₺) ve lüks segmentlere göre daha ulaşılabilir.
    - Aerodinamik tasarım, verimlilik ve teknoloji açısından 2024'te büyük övgüler aldı.
    - Küresel pazarda hızlı yükselen elektrikli araç satışları ve güvenilir marka algısı.
  - Zayıf Yönler:**
    - Türkiye'de sınırlı bayilik ve servis erişimi.
    - Elektrikli araç vergilendirmesi nedeniyle yüksek fiyat algısı.
  - Fırsatlar:**
    - Elektrikli araçlara yönelik devlet teşvikleri.
    - Artan çevre bilinci ve sürdürülebilir ulaşım trendi.
    - Şarj altyapısının hızla gelişmesi.
  - Tehditler:**
    - Yoğun rekabet (Tesla, Mercedes EQE, TOGG vb.).
    - Değişen moda trendleri ve müşteri beklentileri.
    - Elektrikli araç piyasasının Türkiye'de artış göstermesi.

- **Pazar Analizi:**

- Türkiye’de elektrikli araç pazarında 2025 yılında %20’nin üzerinde büyüme öngörülmektedir.
- Elektrikli araç pazarının büyüme potansiyeli analiz edilerek kampanya zamanlaması optimize edilmiştir. Rakip analizleri doğrultusunda fark yaratacak tasarım, fiyatlandırma ve iletişim stratejileri belirlenmiştir.
- Ana rakipler: Tesla Model Y, Mercedes EQE, TOGG T10X.

- **Misyon ve Vizyon:**

- **Misyon:** İleri teknolojiyi çevreci çözümlerle birleştirerek sürdürülebilir mobilitayı yaygınlaştırmak.
- **Vizyon:** Elektrikli araç sektöründe teknolojik liderlik sağlayarak toplumsal dönüşümde öncü olmak.

## **Aşama 2: Hedef Kitle ve Kampanya Kavramı Belirleme**

### **Hedef Kitle:**

- **Demografik Profil:**

- Yaş: 25-55
- Cinsiyet: Kadın ve erkek.
- Konum: Büyükşehirlerde yaşayan, çevre duyarlılığı yüksek, teknolojiyi yakından takip eden ve performansa önem veren bireyler.
- Gelir Düzeyi: Orta-üst ve üst gelir grubu.

- **Psikografik Profil:**

- Çevre bilinci yüksek
- Teknolojiyi takip eden
- Tasarım ve performansa önem veren bireyler.

### **Kampanya Kavramı ve Mesajı:**

- "Rüzgâr bile seni takip eder. "
- Hyundai Ioniq 6’nın aerodinamik tasarımı, sürdürülebilirliği, yüksek menzili ve teknolojik üstünlüğü vurgulanacaktır.

### Aşama 3: Logo Tasarımı

Hyundai logosu kampanya boyunca mevcut haliyle korunacak; ancak elektrikli mobilite temasını vurgulamak amacıyla logo çevresine neon mavi elektrik akımı detayları eklenecek. Bu tasarım “elektrik” “sürdürülebilirlik” kavramlarını görsel olarak pekiştirecektir:

- Mavi elektrik akımı detayları eklenecek.
- Renk paleti: Siyah, beyaz ve mavi.
- Bu logo, yalnızca kampanya materyallerinde geçerli olacak ve enerjik bir görsel kimlik oluşturacak.

### Aşama 4: Kurumsal Kimlik Materyalleri Tasarımı

#### Poster Tasarımı:

- Pazarlaması yapılan modelin şık bir görünümünden yola çıkılarak hazırlanmış tasarımda slogan kullanılmalıdır “Rüzgâr bile seni takip eder”. Posterin alt kısmında model hakkında bilgilendirmeler olacak.

#### Sosyal Medya Gönderisi:

- Instagram Hikayesi: #YENİIONIQ6 #RüzgarıHisset gibi hashtagleri kullanılacak. Model tasarımının ön planda olduğu son derece dinamik bir görsel çalışma olacak.
- Post: Aerodinamik tasarımı vurgulayacak bir tasarım. Arka planda elektrik akımları olacak ve bu elektrik akımları aracın aerodinamik yapısını işaret edecek şekilde tasarımı yapılacak. Kullanılacak hashtag #YENİIONIQ6.
- **Kartvizit ve Broşür:**
- Ön yüzde: Gümüş renkte sert tabaka zemin üzerinde dinamik bir görsel kimlik oluşturması adına yerleştirilen ve sadece elektrikli araç tanıtımları için özel tasarlanmış olan logo kullanılacak. Markanın IONIQ 6 model aracının reklam kampanyası olduğu ön yüzde “Aerodinamik” tasarıma vurgu yapmak amaçlı bu tasarımın vurgulandığı lazer çizim araç görseli yer alacak.
- Arka yüzde. İsim/Unvan/İletişim Bilgileri olacak ve yan tarafında “Sürüş deneyiminizi doruklarda yaşayın. Test sürüşü için QR kodu tarayın” ifadesi yer alacak.

## Ek Materyaller:

- Dijital reklam için web site **banner** çalışması olacak

## Aşama 5: Medya Seçimi ve Entegrasyon

### Medya Planı:

- Dijital platformlar (Instagram, YouTube, TikTok) ağırlıklı kullanılacak.
  - TV reklamları ve otomotiv portallarında banner kampanyaları yürütülecek.
- 

## Aşama 6: Uygulama Planı ve Sunum

Proje sonuçları, bir sunum dosyası ile paylaşılacak. Bu dosya:

- Logo ve tasarım materyallerini.
  - Medya planı detaylarını.
  - Değerlendirme raporunu içerecek.
- 

## Aşama 7: Değerlendirme ve Geri Bildirim

- Hedef kitle ve uzmanlarla geri bildirim oturumları düzenlenecek.
  - Tüm materyaller, gelen geri bildirimler doğrultusunda optimize edilecek.
- 

## Nihai Çıktılar:

- “Rüzgâr bile seni takip eder” temalı, aerodinamik tasarıma ve elektrikli mobilite tutkunlarına özel, sürdürülebilirlik odaklı çağdaş kampanya tasarımları:**  
Hyundai IONIQ 6'nın ileri düzey aerodinamik yapısı, sessiz gücü ve çevreci teknolojisi; estetik, hareket ve yenilik odaklı tasarımlarla birleştirilerek sunulmuştur. “Rüzgâr bile seni takip eder” temasıyla desteklenen görseller, çevreyle dost hızın ve sessizliğin simgesi haline getirilmiştir.
- Tüm medya kanallarında uygulanabilir stratejik bir plan:** Dijital medya (Instagram, YouTube, TikTok), televizyon, açık hava reklamcılığı, otomotiv portalları ve deneyimsel pazarlama etkinlikleri üzerinden yürütülecek çok kanallı bir strateji oluşturulmuştur. Her kanal için uyarlanmış yaratıcı içerikler ile geniş kitlelere ulaşılması hedeflenmiştir.

**3) Marka-model uyumluluğunu hedef kitle ile bütünleştirecek dijital adımlar:**

Test sürüşü QR kodları, interaktif sosyal medya kampanyaları (#IONIQlaEs, #ElektrikliZeka), dijital broşürler ve influencer iş birlikleri ile Hyundai IONIQ 6'nın karakteri; çevreci, yenilikçi ve prestijli yaşam tarzı arayan hedef kitleyle uyumlu bir iletişim diliyle sunulmuştur.

**4) Elektrikli araç piyasasında en üst segmentlere yerleşmek:**

Hyundai IONIQ 6'nın hem teknik üstünlüğü hem de ulaşılabilir lüks algısı sayesinde, premium elektrikli araç segmentinde güçlü bir konumlandırma yapılmıştır. Tesla ve Mercedes gibi güçlü rakiplerle rekabet edebilecek potansiyele sahip olan marka, sürdürülebilirlik vizyonu ve performans gücüyle liderlik hedeflemektedir.



RÜZGÂRIN DİLİNDEN ANLAYAN TASARIM.

RÜZGAR BİLE SENİ TAKİP EDER.

HYUNDAI IONIQ 6

AERODİNAMİK ÇİZGİLERİYLE  
RÜZGARİ BÖLMEZ,  
ONUNLA DANS EDER.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ  
KONFORLA OLUŞTURUR.

Hyundai Assan  
www.hyundai.com.tr  
Copyright 2020 Hyundai Assan  
Tüm hakları saklıdır.





www.hyundai.com

**HYUNDAI IONIQ 6**  
**EŞSİZ AERODİNAMİK TASARIM**

Elektrikli araç deneyimini doruklarda yaşa!



**#YENİIONIQ6**

**RÜZGAR BİLE SENİ TAKİP EDER.**

**HYUNDAI**





