

Sosyal Medya Okuryazarlığı & Pazarlama Stratejileri Projesi

KAPSAMLI PAZARLAMA PLANI

Ürün Adı: ClearSeat-Taşınabilir Tek Kullanımlık Klozet Örtüsü



Hazırlayan: Nurcan Kurtoğlu

İletişim Bilgileri: nurcankurtoglu100@gmail.com

1. Adım: Pazarlama Araştırması ve Analizi

Pazar Büyüklüğü ve Trendler:

Türkiye'de kamusal alan hijyeni konusundaki bilinç son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Özellikle pandemi sonrası dönemde, toplumda hijyen hassasiyeti daha fazla gündeme gelmiş, bireyler dış mekân tuvaletlerinde hijyenik çözümler aramaya başlamıştır. Bu doğrultuda, taşınabilir ve tek kullanımlık hijyen ürünlerine olan talep ciddi oranda artmıştır. Özellikle kadınlar, çocuklu aileler, yaşlılar ve sık seyahat eden bireyler bu ürünlere daha fazla ihtiyaç duymaktadır. **ClearSeat**, bu ihtiyaca yönelik modern ve yenilikçi bir çözüm sunarak pazarda güçlü bir potansiyel taşımaktadır.

Rakip Analizi:

Türkiye'de benzer kategoride birkaç basit tek kullanımlık klozet örtüsü bulunmaktadır. Ancak bu ürünlerin büyük bölümü sabitlenemeyen, kokusuz ve genellikle pratik taşımaya uygun olmayan tasarımlara sahiptir. Ayrıca çoğu sadece medikal ürün kategorisinde bulunmakta ve günlük kullanım için uygun ambalaj ya da estetikten yoksundur. **Clearseat**, bu alanda fonksiyonel, şık, kokulu ve cüzdan boyutunda taşınabilen ilk ürün olma özelliğiyle farklılaşmaktadır.

Tüketici Alışkanlıkları ve Tercihleri:

Türkiye'deki tüketiciler hijyen konusunda özellikle kamusal alanlarda büyük hassasiyet göstermektedir. Kadınlar ve çocuklu anneler, yolculuk sırasında veya dış mekânlarda tuvalet kullanmak zorunda kaldıklarında ciddi hijyen kaygıları yaşamaktadır. Tüketiciler artık hem fonksiyonel hem de estetik ürünler aramakta; kolay taşınabilir, güvenli, çevreye zarar vermeyen ve kullanımı basit ürünleri tercih etmektedirler. **Clearseat**, bu ihtiyaçlara doğrudan çözüm sunmaktadır.

Dağıtım Kanalları ve Satış Noktaları:

Clearseat; eczaneler, hijyen ürünleri satan zincir mağazalar, seyahat ürünleri mağazaları, AVM içi stantlar ve e-ticaret platformlarında satışa sunulacaktır. Özellikle Trendyol, Hepsiburada gibi çevrimiçi alışveriş siteleri hedef müşteri kitlesine ulaşmak için etkili bir kanaldır. Ayrıca kadınlara yönelik etkinliklerde ve fuarlarda tanıtım yapılması da satışları artıracaktır.

Trendler ve Demografik Değişiklikler:

Türkiye’de kadın nüfusunun artması, hijyen bilincinin yükselmesi ve bireysel ürünlere yönelimin fazlalaşması **Clearseat** gibi taşınabilir hijyen çözümlerine olan ihtiyacı artırmaktadır. Genç anneler, aktif çalışan kadınlar ve hijyen konusunda bilinçli bireyler bu ürünün öncelikli kullanıcı kitlesini oluşturur. Ayrıca yaşlanan nüfus ve hareket kabiliyeti kısıtlı bireyler de hedef gruplar arasındadır. Bu demografik değişimlerle birlikte ürünün yaygınlaşma potansiyeli oldukça yüksektir.

Bu analizler doğrultusunda, "**Clearseat**" markasının Türkiye pazarındaki fırsatları ve müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlayabiliriz.

Pandemi sonrası artan hijyen bilinci ve kamusal alanlarda hijyen ihtiyacının yükselmesi, Clearseat ürününe olan talebi artırmaktadır. Türkiye’de özellikle kadınlar, çocuklu aileler ve sık seyahat edenler arasında taşınabilir hijyen çözümlerine yönelik güçlü bir talep mevcuttur. Mevcut ürünlerin eksik kaldığı sabitleme, taşınabilirlik ve koku giderme gibi özellikler, Clearseat’in pazarda farklılaşmasını sağlamaktadır.

Bu bilgiler ışığında, **Clearseat** için etkili pazarlama stratejileri geliştirmek, hedef kitlenin beklentilerine uygun ürün özellikleri sunmak ve doğru dağıtım kanallarıyla hızlı bir yaygınlık sağlamak mümkün olacaktır.

SWOT ANALİZ

Güçlü Yönler (Strengths):

1. Yenilikçi ve özgün tasarıma sahip taşınabilir tek kullanımlık klozet oturağı kılıfı.
2. Kaymaz ve sabitlenen taban sayesinde kullanım kolaylığı.
3. Hoş kokulu, hijyenik ve estetik ambalaj tasarımı.
4. Çift aşamalı paketleme.
5. Kolay taşınabilirlik, cüzdan boyutunda kompakt ürün yapısı.

Zayıf Yönler (Weaknesses):

1. Pazarın yeni ve gelişmekte olması nedeniyle düşük marka bilinirliği.
2. Tek kullanımlık ürün olması sebebiyle tüketim döngüsüne bağlılık gerektirmesi.

3. Kullanıcı alışkanlıklarının değiştirilmesinin zaman alması.
4. Yeni bir ürün olması sebebiyle tüketicilerin ürüne karşı tüketim alışkanlığının oluşmaması.
5. Ürün kullanma talimatlarının yeni bir kullanıcıya karmaşık geleceği konusunda endişelerin olabilecek olması.

Fırsatlar (Opportunities):

1. Pandemi sonrası artan hijyen bilinci ve kamusal alanlarda hijyen ihtiyacının yükselmesi.
2. Kadınlar, çocuklu aileler ve hijyen hassasiyeti olan bireyler arasında yüksek talep.
3. Online alışveriş ve e-ticaretin hızla büyümesiyle geniş müşteri erişimi.
4. Sosyal sorumluluk projeleri ve hijyen kampanyaları ile marka farkındalığının artırılması.

Tehditler (Threats):

1. Ucuz ve kalitesiz taklit ürünlerin piyasaya girmesi.
2. Çevre dostu olmayan ürün algısının marka imajına zarar vermesi.
3. Ekonomik dalgalanmaların üretim ve fiyatlandırmayı etkilemesi.

• 2. Adım: Ürün Konsepti Geliştirme

Ürün Özellikleri:

- Tek kullanımlık, çevre dostu ve geri dönüştürülebilir malzeme.
- Kaymaz tabanlı, klozete sabitlenebilen yapısı.
- Hafif, hoş koku veren yüzey.
- Katlandığında cüzdana sığan kompakt tasarım.
- Modern, şık ve çeşitli ambalaj seçenekleri.

Ürün Faydaları:

- Kullanıcıya psikolojik rahatlık ve estetik deneyim sunar.
- Kullanıcılarda estetik ürün algısı oluşturma potansiyeli yüksek.
- Kolay taşınabilir ve pratik kullanım avantajı sağlar.
- Çevre dostu malzeme kullanımı ile sürdürülebilirlik sağlar.

Slogan:

"Her anında Hijyen ve Konfor"

Ürün Görselleri:







Fiyatlandırma Stratejisi:

Türkiye’de hijyen ürünleri pazarında fiyatlar genellikle ürün türüne, kullanım alanına ve paket sayısına göre değişiklik göstermektedir. Tek kullanımlık klozet oturağı ürünleri ise hâlihazırda sınırlı sayıda bulunmakta ve genellikle sade, kokusuz ve sabitlenemeyen ürünlerdir. Clearseat, farklılaşan özellikleriyle bu alanda hem kalite hem de estetik sunarken, erişilebilir fiyatlandırmasıyla geniş bir müşteri kitlesine hitap etmeyi hedeflemektedir.

Clearseat, **rekabetçi fiyatlandırma stratejisi** izleyerek, tekli ve çoklu paket seçenekleriyle kullanıcıların farklı ihtiyaçlarına cevap verir:

- **Tekli Paket:** 9,90 TL
- **5’li Paket:** 39,90 TL
- **10’lu Paket (Ekonomik Seri):** 74,90 TL
- **“Anne-Çocuk” Özel Seri (10 adet + hediye taşıma çantası):** 89,90 TL

Bu fiyatlar hem ekonomik erişilebilirliği hem de ürünün sunduğu benzersiz avantajları dengeleyerek pazarda rekabet avantajı yaratacaktır.

• **3. Adım: Hedef Kitleye Yönelik İletişim Stratejisi**

Hedef Kitlenin İletişim Tercihleri:

- **Sosyal Medya:** Instagram & TikTok kullanıcıların günlük hayatlarında karşılaştıkları “tuvalet hijyeni” endişelerini samimi ve eğlenceli kısa videolarla ele alan “Clearseat Challenge” gibi interaktif kampanyalar düzenlenecek. Gerçek kullanıcı deneyimleri ve mikro-influencerların doğal anlatımlarıyla ürünün pratikliği ve şıklığı vurgulanacak. “Clearseat ile rahat otur” temalı efektler ve filtreler hazırlanarak kullanıcı etkileşimi artırılacak. Pinterest & YouTube ile kadınlara özel hijyen ve konfor tüyoları içeren estetik içerikler paylaşılacak. Uzun formatta “Hijyenle özgürlüğünü kazan” videoları ve ürün tanıtımları sunulacak.
- **E-posta:** Düzenli olarak gönderilecek kişiselleştirilmiş bültenlerle hijyenle ilgili pratik ipuçları ve Clearseat’in faydaları paylaşılacak. Ürün paketleri ve kampanyalar hakkında özel indirimler, abonelere erken erişim fırsatları sunulacak. Kullanıcıların geri bildirimlerine dayalı başarı hikayeleri ve müşteri yorumlarıyla marka bağlılığı hedeflenecek.
- **Dijital Reklamlar:** Programatik reklamlar; kadınların sık kullandığı web siteleri, bloglar ve alışveriş platformlarında hedeflenmiş, hijyen ve konfor temasını öne çıkaran banner ve video reklamlar yayınlanacak. Influencer iş birlikleri; hijyen, seyahat, annelik ve kadın sağlığı alanında mikro ve makro influencerlarla iş birliği yapılarak ürün deneyimlerinin doğal ve güvenilir şekilde tanıtımı sağlanacak.
- **Retargeting (Yeniden hedefleme);** web sitesini veya sosyal medya içeriklerini ziyaret eden potansiyel müşterilere kişiselleştirilmiş reklamlar gösterilerek dönüşüm artırılacak.

Hedef Kitlenin İlgi Çekebileceği Mesajlar ve İçerikler:

- **Hijyen ve Konforu Ön Plana Çıkarma:** “Clearseat ile her oturuşta tam hijyen ve konfor seninle.” Kullanıcıların günlük hayatında, seyahatlerinde ve dış mekanlarda hijyen konusunda yaşadığı endişeyi gideren pratik ve güvenilir bir çözüm olduğunu vurgulanacak. İçerik önerisi olarak “Clearseat ile dış mekân tuvaletlerinde konfor nasıl sağlanır?” başlıklı blog yazısı ve video serisi.
- **Kadınlara Özel Şıklık ve Taşınabilirlik:** “Hijyen artık çantan kadar şık ve kolay taşınabilir.” Kadın kullanıcıların ürününü rahatlıkla taşıyıp kullanabileceğini, estetik ve kompakt ambalaj tasarımının günlük yaşamlarına nasıl uyduğunu anlat. İçerik önerisi olarak Instagram’da kullanıcı deneyimleri, estetik ambalaj fotoğrafları ve kullanım tüyoları paylaşımı.
- **Çevre Dostu ve Sürdürülebilirlik Vurgusu:** “Clearseat ile hem hijyenin hem doğanın yanında ol.” Tek kullanımlık plastik alternatiflerinden daha çevreci, biyobozunur malzeme kullanıldığı bilgisini ön plana çıkar. İçerik önerisi olarak “Clearseat’in çevreye duyarlı üretim süreci” infographic ve sürdürülebilirlik blog yazıları.
- **Sağlık ve Güvenlik Mesajları:** “Hijyenini koru, sağlığını ön planda tut.” Pandemi sonrası artan hijyen bilincine vurgu yaparak, Clearseat’in kullanıcı sağlığını nasıl desteklediğini anlatılacak. İçerik önerisi olarak sağlık uzmanlarıyla röportajlar, hijyen ve enfeksiyon önleme ipuçları.
- **Pratiklik ve Kolay Kullanım Öne Çıkarma:** “Clearseat ile pratik hijyen, hızlı çözüm.” Ürünün kolay uygulanabilirliği ve taşınabilirliği, özellikle hareket halindeki kullanıcılar için ideal olduğu vurgulanmalı. İçerik önerisi olarak kısa “nasıl kullanılır” video klipler, hızlı montaj ve kullanım kolaylığı gösterimleri.

Marka Kimliği:

- Clearseat, modern yaşamın hızlı temposuna uyum sağlayan, güvenilir ve hijyenik çözümler sunan, çevreye duyarlı yenilikçi bir markadır. Kadınların ve ailelerin günlük hayatında karşılaştığı hijyen zorluklarını pratik, şık ve sürdürülebilir ürünlerle kolaylaştırır.
- Modern: Tasarımında ve iletişimde çağdaş, estetik ve fonksiyonel yaklaşımı benimser.

- **Güvenilir:** Ürün kalitesi ve performansı ile kullanıcıların sağlığını ve konforunu ön planda tutar.
- **Hijyenik:** Hijyen standartlarını en üst seviyede sağlayarak, kullanıcıya her zaman temiz ve güvenli deneyim sunar.
- **Çevre Dostu:** Biyobozunur ve sürdürülebilir malzemeler kullanarak doğaya saygılı üretim yapar.
- **Kadın ve Aile Odaklı:** Kadınların ve ailelerin günlük hijyen ihtiyaçlarını anlayan, onlara yönelik özel çözümler geliştirir.
- **Yenilikçi:** Sürekli gelişen teknolojiyi ve kullanıcı geri bildirimlerini takip ederek ürünlerini ve hizmetlerini geliştirir.

4. Adım: Pazarlama Kanallarının Belirlenmesi

İnternet Üzerindeki Pazarlama Kanalları:

1. **Sosyal Medya:** Instagram, Facebook, Twitter ve TikTok gibi sosyal medya platformlarında kullanıcı deneyimlerini ve hijyen konusundaki bilinçlendirme içeriklerini paylaşarak etkileşim artırılır. Hashtag kampanyaları (#ClearseatRahatlığı, #HijyenHerYerde) ile topluluk oluşturulur. Eğlenceli, gerçek kullanıcı videoları ve influencer iş birlikleri ile marka bilinirliği yükseltilir.
2. **Arama Motoru Optimizasyonu (SEO):** Clearseat'in web sitesi hijyen, taşınabilir hijyen ürünleri, kadın hijyen çözümleri gibi anahtar kelimelerde optimize edilir. Blog ve içerik sayfalarında hijyen ipuçları, dış mekân tuvalet kullanımı rehberleri gibi değerli bilgiler sunularak organik trafik artırılır. Ayrıca, kadın ve çocuk sağlığı alanındaki güvenilir sitelerin linkleri, içerik sayfalarında doğal ve içeriğe uygun şekilde kullanılarak site otoritesi ve arama motorlarındaki görünürlük artırılır.
3. **İçerik Pazarlaması:** Blog yazıları, makaleler ve infografikler ile “Kamusal alanda hijyen nasıl sağlanır?”, “Taşınabilir hijyen ürünlerinin avantajları” gibi konular anlatılır. Kısa videolar ve kullanım önerileri, sosyal medya ve YouTube üzerinden yayınlanarak ürün faydaları etkili biçimde anlatılır.
4. **E-posta Pazarlama:** Hedef kitleye özel kampanya duyuruları, hijyen ve bakım tavsiyeleri içeren bültenler gönderilir. Sadakat programı kapsamında abonelere özel indirim ve promosyonlar sunularak müşteri bağlılığı güçlendirilir.

5. Geleneksel Pazarlama Kanalları:

1. Eczane ve Kadın Sağlığı Merkezlerinde Broşür ve Standlar: Hedef kitlenin yoğun bulunduğu noktalarda görsel ve fiziksel şekilde ürün deneyimini artıracak tanıtımlar yapılacaktır.
2. Kampüs ve Kadın Kulüpleri İş Birlikleri: Üniversite ve kadın kulüplerinde hijyen ve sağlıklı yaşam konulu etkinliklerde sponsor olarak görünürlük artırılacaktır.
3. Mobil Tanıtım Tırları: AVM ve kalabalık şehir alanlarında ürünün demo gösterimlerini içeren hareketli tanıtımlar düzenlenecektir.

4. Dağıtım Kanalları ve İş birliği Yapabilecek Ortaklar:

1. Perakende Mağazaları: Büyük alışveriş merkezlerinde, kadın ve bebek ürünleri satan mağazalarda Clearseat ürünleri özel stantlarla sergilenerek kolay erişim sağlanabilir. Ayrıca, eczane zincirleri ve kişisel bakım mağazaları ile iş birlikleri kurularak hedef kitleye doğrudan ulaşılabilir.
2. Online Perakende Siteleri: Trendyol, Hepsiburada, Amazon gibi popüler e-ticaret sitelerinde yer alınarak geniş dijital kitleye ulaşılır. Web sitesi üzerinden kullanıcı deneyimlerini artırıcı interaktif içerikler ve kampanyalarla satış desteklenir.
3. Seyahat ve Turizm Sektörü İş Birlikleri: Havalimanları, oteller ve seyahat acenteleriyle yapılan ortaklıklarla, Clearseat ürünleri seyahat eden müşterilere özel olarak sunulabilir. Turizm merkezlerinde açılacak tanıtım stantları ile doğrudan deneyim imkânı sağlanabilir.
4. Kadın ve Aile Odaklı Mekanlar: Kadın merkezleri, anneler dernekleri ve çocuk bakım merkezleriyle iş birlikleri yapılarak ürün bilinirliği artırılır. Ayrıca, popüler kafe ve restoranlarda hijyen temalı sosyal sorumluluk kampanyaları ile markanın görünürlüğü ve güvenilirliği güçlendirilir.
5. Benzin İstasyonları ve Yol Üstü Tesisler: Özellikle uzun yola çıkanlar için hijyen büyük bir sorun haline gelmektedir. Bu nedenle benzinlik marketleri ve mola tesislerinde ürünün bulunması, seyahat eden bireylerin anlık ihtiyaçlarına çözüm sunar.
6. Spor Salonları ve Fitness Merkezleri: Aktif yaşam süren bireylerin hijyen duyarlılığı yüksektir. Clearseat, spor salonlarının soyunma odalarında veya kadın kullanıcıların yoğun olduğu salonlarda satılabilir ya da promosyon olarak sunulabilir.

7. Kuaför ve Güzellik Salonları: Kadınların düzenli olarak ziyaret ettiği bu mekanlar, hedef kitleyle doğrudan buluşma noktasıdır. Clearseat ürünleri burada şık ve dikkat çekici kutularla sergilenerek satışa sunulabilir.
8. Metro ve Ulaşım Noktaları: Yoğun şehir içi ulaşım alanlarında, özellikle metro ve otobüs istasyonlarındaki kiosklar veya otomatlar aracılığıyla satış yapılabilir. Bu alanlarda yapılan tanıtımlar, ürünü geniş kitlelere ulaştırmada etkilidir.
9. Hastaneler ve Sağlık Kuruluşları: Özellikle doğumhaneler, kadın hastalıkları poliklinikleri ve çocuk servislerinde Clearseat, güvenli kullanım çözümü olarak önerilebilir. Hastane kantinleri ve eczaneleri, satış noktası olarak değerlendirilebilir.
10. Alışveriş Merkezleri (AVM'ler): AVM içi pop-up stantlar, kiosklar veya tuvalet girişlerindeki hijyen panoları aracılığıyla ürün deneyimi yaşatılabilir. Aynı zamanda mağazalarla iş birliği içinde promosyonlu satış kampanyaları düzenlenebilir.

Bu dağıtım kanalları, Clearseat'in günlük yaşamın tam merkezinde, doğru yer, doğru zaman, doğru kitleyle buluşmasını sağlar.

- **5. Adım: Pazarlama Kampanyalarının Planlanması**

Kampanya Planı: Kampanya Süresi: 1 ay sürecek bir lansman kampanyası planlayın.

-
- **Kampanya İçeriği ve Mesajları:**
 - Sosyal Medya: Her gün farklı kullanım senaryosu (yolda, kafede, spor salonunda, çocukla dışarıda vb.) içeren görseller ve kısa videolar paylaşılacak. Instagram Reels / TikTok serisi ile kullanıcıların ilk kez denediği ve tepkilerini paylaştığı 15 saniyelik “Deneme Anı” videoları paylaşılacak.
 - Mesaj örnekleri:
 - “Hijyen artık cebinde! #ClearseatYanımda”
 - “Tuvalet stresi? Artık yok! #HerYerdeHijyen”
 - “Kendin için, çocuğun için, hijyenin için #ClearseatKullan”

- Blog Yazıları ve Videolar: Web sitesinde haftalık olarak başlıklar ve içerikler paylaşılacak. Bazı Örnekler:

“Kamusal alanlarda hijyen nasıl sağlanır?”

“Çocuğunuzla dışarıda hijyenli kalmanın yolları”

“Kadınlar için hijyen çantasında olması gereken 5 şey”

“Clearseat nasıl kullanılır?” anlatan animasyon video

- E-posta Kampanyaları:

1. Hafta: “Tanışalım mı?” başlığıyla ürün tanıtımı ve ilk alışverişte %10 indirim.

2. Hafta: “Senin için tasarlandı” – anneler, kadınlar ve aktif bireyler için özel seri tanıtımı.

3. Hafta: “Hijyenle kazandır!” – referans programı duyurusu

4. Hafta: “Son şans!” – lansman kampanyasında son hafta hatırlatması ve ekstra sürpriz indirim.

- İş Birliği ve İfluencer Pazarlaması: Kadın sağlığı, annelik, temizlik ve hijyen içerikleri üreten influencerlarla iş birliği yapılacak. Influencer içerik örnekleri:

“Bugün Clearseat’i dışarda denedim, tuvalet korkum bitti!”

“Bir anne olarak hijyen benim için çok önemli, bu ürün kurtarıcı.”

“Çantamda hep var, özellikle spor salonlarında mükemmel!”

Instagram hikayeleri, “ürünü göster – nasıl kullanılır – linkle satın al” formatında olacak.

Bu kampanya planı, Clearseat’in yalnızca bir ürün değil, bir yaşam kolaylaştırıcısı ve kişisel hijyen güvencesi olarak konumlanmasını sağlar.

- **Performans Hedefleri ve KPI'lar:**

Satış Hedefleri:

- Lansman kampanyası süresince minimum 5.000 adet Clearseat ürün satışı hedeflenmektedir.

- İlk hafta hedefi: 1.000 satış
- Dördüncü hafta hedefi: Kampanyanın sonuna yaklaşırken %20 artışla ivme kazanmak
- Satışlar; e-ticaret platformları, markanın resmî web sitesi ve fiziki dağıtım noktaları üzerinden günlük olarak takip edilecektir.

Web Sitesi Trafik ve Dönüşüm Oranı:

Kampanya süresince Clearseat resmî web sitesine minimum 50.000 ziyaretçi çekmek hedeflenmektedir.

Ziyaretçilerin en az %3'ünün satın alma veya kayıt gibi bir işlem gerçekleştirmesi hedeflenir.

Hedeflenen dönüşüm oranı: %3-5 arası

İzlenecek metrikler: Toplam ziyaretçi sayısı, ortalama oturum süresi, sepete ekleme oranı, satın alma oranı

- Sosyal Medya Etkileşimi:

Instagram ve TikTok'ta paylaşılan içeriklerin toplamda %10 etkileşim oranına ulaşması beklenmektedir. Hedeflenen sayılar:

100.000 erişim

10.000 beğeni

1.000 paylaşım

500+ yorum

Hashtag performansı ve kullanıcı tarafından üretilen içerik (UGC) de ayrıca izlenecektir.

- E-posta Açılma ve Tıklama Oranları

Gönderilen bültenlerde minimum %30 açılma oranı ve %5 tıklama oranı hedeflenmektedir.

İlk e-postada özel indirim veya ücretsiz kargo gibi harekete geçirici teklifler sunularak etkileşim artırılacaktır.

E-posta listesinden gelen satışlar ayrı olarak raporlanacaktır.

- **İfluencer Pazarlaması Performansı:**

İş birliği yapılan her influencer için içerik erişimi, görüntülenme, kaydetme ve takipçi artışları takip edilecektir. Minimum hedef:

Her iş birliğinden 10.000 görüntüleme

%3 etkileşim oranı

Satışa dönüşüm için özel takip linkleri ile performans ölçümü yapılacaktır.

Hijyen tavsiyelerinde en başarılı 3 influencer ile kampanya sonrası sürdürülebilir iş birliği planlanacaktır.

Bu performans hedefleri, Clearseat'in lansman döneminde yalnızca tanınırlığını artırmakla kalmayıp, gerçek satış ve kullanıcı kazanımı ile pazara güçlü bir giriş yapmasını sağlayacaktır.

- **6. Adım: Satış ve Dağıtım Stratejisi**

Satış Noktaları:

1. **Kadın & Kişisel Bakım Odaklı Mağazalar:** Clearseat, özellikle kadın hijyenine önem veren bireyler için Watsons, Gratis, Rossmann gibi kişisel bakım mağazalarının kasalarına yakın stantlarda konumlandırılarak dikkat çekici bir sunumla satışa sunulabilir.
2. **Benzin İstasyonları ve Yol Üstü Marketler:** Seyahat halindeyken hijyen arayışı içinde olan bireyler için Shell, BP, Total gibi akaryakıt istasyonlarındaki market raflarında satılabilir.
3. **Kafeler, Restoranlar ve Spor Salonları:** Tuvalet kullanımının sık olduğu mekanlarda, özellikle kadınlar için ayrılmış alanlara yakın yerleştirilecek hijyen köşelerinde ürün tanıtımı ve satış yapılabilir.
4. **AVM'ler ve Metro İstasyonları:** Geniş kitlelere erişim sağlamak için AVM içi pop-up kiosklar veya metro istasyonlarında yer alan otomatlar aracılığıyla satış yapılabilir.
5. **Online Satış Platformları:** Clearseat, Trendyol, Hepsiburada, Amazon, N11 gibi platformlarda “kişisel bakım” ve “seyahat hijyeni” kategorilerinde yer alarak dijital

görünürlüğünü artıracaktır. Ayrıca markaya özel bir e-ticaret sitesi ile doğrudan satış modeli kurulabilir.

Lojistik Stratejiler:

1. Akıllı Depolama ve Hızlı Sevkiyat: İstanbul merkezli bir ana depo üzerinden Türkiye genelindeki perakende ve online siparişler için dağıtım yapılacaktır. Depo süreçleri otomasyon sistemleriyle desteklenerek stok takibi ve zamanında teslimat sağlanacaktır. Ayrıca bu süreçte stok yönetim modelleri kullanılarak oluşturulan şube ve dağıtım kanallarında stok yönetimi iyileştirme yöntemleri kullanılacaktır.
2. Tedarik Zinciri Yönetimi: Geri dönüştürülebilir ambalaj, kokulu yüzey kaplaması ve sabitleme sistemine ait malzemeler için sürdürülebilir tedarikçilerle çalışılacaktır. Kalite kontrol süreçleri düzenli olarak denetlenerek ürün standardı korunacaktır.

Satış Noktalarıyla İş Birliği:

1. Promosyonlar ve İndirimler: “Hijyen Deneyim Alanları” Oluşturulması: AVM'lerde, kafe tuvalet girişlerinde veya kadınlar için ayrılan bekleme alanlarında “Clearseat Hijyen Deneyim Noktaları” kurularak, ürünün doğrudan test edilmesini sağlayacak hijyen stantları oluşturulabilir. Deneyen müşterilere özel indirim kuponları veya örnek ürünler verilebilir.
2. Kadın Tuvaletlerine Özel Raf Sistemi: Restoran, benzin istasyonu, spor salonu gibi yerlerde kadın tuvaletlerinin girişine minimalist, şık raf sistemleri kurulabilir. Bu raflarda Clearseat ürünleri hijyen temasına uygun, görsel olarak sade ama dikkat çekici bir sunumla satışa sunulabilir. Aynı alanlarda QR kodla bilgilendirme yapılabilir.
3. Kuaför ve Güzellik Salonlarıyla Takaslı Promosyon: Kuaför salonlarında belli bir harcama yapan müşterilere Clearseat ürünü hediye edilebilir. Karşılığında Clearseat, kuaförün sosyal medya sayfasında tanıtılır. Bu hem tanıtım hem fiziksel dağıtım için iki taraflı bir kazanım sağlar.
4. Kadın Sağlığı Etkinliklerinde Marka Görünürlüğü: Kadın sağlığı, anne-çocuk festivalleri, hijyen seminerleri gibi etkinliklerde sponsor olarak yer alınabilir. Bu etkinliklerde Clearseat ürünleri hem hediye olarak dağıtılabilir hem de marka bilinirliği artırılır.

5. “Yolculukta Hijyen” Kitleri Hazırlama: Benzin istasyonları ve seyahat acenteleriyle iş birliği yapılarak; Clearseat, ıslak mendil, maske ve küçük el dezenfektanından oluşan kompakt “Seyahat Hijyen Paketi” hazırlanabilir. Bu kitler yolculuk öncesi özel indirimle sunulabilir.
6. “İlk Deneyenler Kulübü” Uygulaması: Seçilen belirli satış noktalarında, ilk kez Clearseat alan müşterilere “ilk deneyimci rozetleri” ve sonraki alışverişlerinde %20 indirim sağlayan kişisel kodlar verilebilir. Müşteri sadakati bu yolla başlatılır.
7. Görsel ve Tanıtım Materyalleri: Ürün stantlarına yerleştirilecek modern ve minimal tasarımlı tanıtım kartları, broşürler ve bilgilendirici infografikler ile kullanıcı bilgilendirilirken marka farkındalığı artırılacaktır. Ayrıca QR kodlar aracılığıyla kullanıcılar ürünün kullanımı ve hijyen faydaları hakkında hızlı bilgiye ulaşabilecektir.

- **7. Adım: Müşteri İlişkileri Yönetimi**

Müşteri Destek ve Geri Bildirim Mekanizmaları:

1. Çok Kanallı Müşteri Destek Hattı: Kullanıcıların ürün hakkında her an ulaşabileceği bir destek sistemi kurulacaktır. Web sitesi, WhatsApp hattı, e-posta ve Instagram DM üzerinden destek olacaktır. Temizliği dert etme, biz hep buradayız!” mottosuyla çalışan eğitimli müşteri temsilcileri, özellikle ilk kullanıcıların yönlendirilmesine yardımcı olacaktır.
2. QR Kod ile Geri Bildirim Sistemi: Ürün ambalajlarına yerleştirilecek QR kodlar aracılığıyla kullanıcılar doğrudan geri bildirim formuna ulaşabilecek. Kullanıcı memnuniyeti veya öneri türünde form başlıkları ile veri kategorize edilecektir.
3. Sosyal Medyada Aktif ve Samimi İletişim: Kullanıcı yorumlarına hızlı ve empatik dönüşler yapılacak, markanın dili her zaman destekleyici ve pozitif olacak. Ayrıca haftalık “Senden Gelenler” hikâyeleriyle geri bildirimler görünür kılınacaktır.

Müşteriye Özel Promosyonlar ve İndirimler:

1. “Temizlik Kulübü” Sadakat Programı: Her alışverişe puan kazandıran sistemle, kullanıcılar puanlarını biriktirerek indirim, kargo avantajı veya özel serilere erişim elde edebilecek. Kulüp üyeleri aynı zamanda erken kampanya bilgilerine de ulaşacak.

2. Kişisel Günlere Özel Sürprizler: Kullanıcıların doğum günü haftalarında gönderilecek e-posta veya mesajla, doğrudan onların adına hazırlanmış “Hijyen Senin Hakkın” temalı özel paket veya %20 indirim sunulacaktır.
3. Referans Programları: “Arkadaşını Getir, İkiniz de Kazanın!” Her yeni kullanıcı referansı için hem öneren hem de yeni kullanıcıya tek kullanımlık indirim kodu verilecek. Üstelik ilk alışverişlerde mini Clearseat örneği de hediye olarak eklenecektir.

Geri Bildirim Analizi ve İyileştirmeler:

1. Veri Tabanlı Geri Bildirim Analizi: Web formu, sosyal medya ve e-ticaret yorumları haftalık olarak analiz edilerek, ürünün hangi özelliklerinin beğenildiği ya da geliştirilmesi gerektiği belirlenir. Örneğin: “Koku yoğunluğu fazla” ya da “Sabitlenme yeterli değil” gibi yorumlar ürün iyileştirme sürecine doğrudan aktarılır.
2. “Sen Söyle, Biz Geliştirelim” Programı: Her ay bir müşteri önerisi seçilerek sosyal medya üzerinden duyurulur ve öneriyi sunan kullanıcıya özel hediye paketi gönderilir. Bu yöntem, müşteri ile duygusal bağ kurmayı ve markaya katılımı artırır.

• 8. Adım: Sonuç

Clearseat için hazırlanan bu pazarlama planı, hijyenin sadece bir ihtiyaç değil, aynı zamanda kişisel konfor ve özgüvenin parçası olduğunu savunan yepyeni bir bakış açısıyla oluşturulmuştur. Türkiye’de giderek artan kamusal hijyen hassasiyetine, özellikle kadınlar, anneler ve aktif bireyler arasında yükselen "taşınabilir hijyen" ihtiyacına doğrudan çözüm sunan Clearseat, klasik bir ürün değil, bir yaşam kolaylaştırıcısıdır.

Planın ilk adımında detaylı bir pazar araştırması yapılarak, tüketici alışkanlıkları, beklentiler ve sektörün boşlukları analiz edilmiştir. SWOT analiziyle markanın güçlü yönleri, karşılaşılabileceği riskler ve pazar fırsatları bütünsel olarak değerlendirilmiştir. Ardından, Clearseat’in en güçlü avantajı olan ürün konsepti geliştirilmiş; taşınabilirliği, sabitlenebilir yapısı, estetik ambalajı, kokulu yüzeyi ve “Her Anında Hijyen ve Konfor” sloganıyla fark yaratacak şekilde konumlandırılmıştır. İletişim stratejileri, dijital dünyanın tüm kanallarını kapsayacak şekilde planlanmış; sosyal medyada eğlenceli ve dikkat çekici içeriklerle, e-postalarla kişisel temalarla, influencer iş birlikleriyle etkili bir marka sesi oluşturulmuştur. Ayrıca AVM’lerden metro istasyonlarına, kafelerden kuaförlere kadar günlük yaşamın içinde

gerçek temas noktalarında fiziksel görünürlük stratejik olarak planlanmıştır. Kampanya sürecinde kullanıcıyı sadece müşteri değil, markanın bir parçası gibi hissettirmek için promosyonlar, sadakat programları ve deneyim paylaşım sistemleri devreye alınmıştır. Müşteri geri bildirimleri birer gelişim fırsatına dönüştürülmüş, her yorum markanın daha iyiye evrilmesine katkı sağlamıştır.

Ve sonuç? Clearseat yalnızca bir klozet örtüsü değil, bir özgürlük alanıdır. Her kadının, her annenin, her bireyin "Nerede olursam olayım rahat ve güvende hissedebilirim!" diyebilmesini sağlayan yepyeni bir yaşam alışkanlığıdır. Bu pazarlama planı, Clearseat'in pazarda sadece görünür değil, unutulmaz olmasını sağlayacak şekilde tasarlanmıştır.

Çünkü biz şuna inanıyoruz:

- Hijyen lüks değil, hak.
- Konfor, her yerde mümkün.
- Clearseat varsa, hijyen seninle!