



## PAZARLAMA İLETİŞİMİ

FATOŞ BOZKUŞ fbozkus@ekonomist.com.tr



# FC Barcelona'nın etkisi satışlara yansdı

**Lassa, sağlamlık ve dayanıklılık algısını Lassa 2.0 ile yeniden yaratıyor. Yeni stratejide lastik artık sadece kahramanın yanında yürüyen pasif bir yol arkadaşı değil. Barcelona sponsorluğunun ardından çekilen ilk reklam filminde bunun da altı çizildi. İlk global reklam kampanyasından alınan ilk sonuçlar ise memnuniyet verici oldu.**

FC Barcelona, dünyada 1 milyardan fazla kişiye erişimi olan bir kulüp. Geçen yıl Brisa, Lassa markasıyla futbol kulübünün lastik sponsoru oldu, tüm salon takımlarının da isim ve forma sponsorluğunu üstlendi. Ardından ise Barcelona Futbol Kulübü'ndeki gururumuz Arda Turan ile iki yıllık bir sponsorluk anlaşması yapıldı.

Bu anlaşmaların ardından herkes Lassa'nın yeni iletişim kampanyasının nasıl olacağını konuşmaya başladı. İlk film Arda Turan sponsorluğuyla ilgili oldu ve 'Sen bizim Ardamızsın' filmi izledik. Ardından ise Barcelona ile dört yıl sürecek bu anlaşma kapsamında yapılan ilk reklam filmi mecralarda yerini aldı. Bu film sadece Türkiye'de değil, Eurosport ile yapılan anlaşma kapsamında pek çok ülkede gösterilmeye başladı.

Geçen hafta Lassa'nın yeni pazarlama iletişimi stratejisini konuşmak üzere Brisa Tüketici Ürünleri Pazarlama ve Satış Genel Müdür Yardımcısı Levent Akpulat ile bir araya geldik. Akpulat, Lassa'nın 2016 yılındaki kampanyayla sadece



yol arkadaşı değil, sağlamlığıyla Barcelona'nın başarısında rol oynayan bir takım arkadaşı gibi konumlandırıldığını söylüyor. Levent Akpulat, tarafların değerlerinin altın çizilmeye çalışıldığını belirtiyor.

Lassa'nın sponsorluk süresince iki reklam çekme hakkı var. Levent Akpulat, ilk reklam filmi için oyuncuların 15 dakika ayırabildiğini belirtiyor. Ancak çok verimli sonuçlar alındığını ve çekilen görüntülerle yeni kısa filmlerin de gösterilmeye başlanacağı bilgisini veriyor.

### İLK GLOBAL KAMPANYA

Bu reklam filmi Lassa'nın tarihindeki ilk global kampanyası. Levent Akpulat, film henüz yeni olmasına rağmen gelen sonuçları çok iyi olduğunu belirtiyor.

İspanya pazarının kendileri için zor bir pazar olduğunu söyleyen Akpulat, sponsorluk sonrasında İspanya'daki satışlarının ciddi bir artış kaydettiğini dile getiriyor.

Peki şirket 2016 yılı sonuna kadar nasıl bir iletişim planı ile hareket edecek? Filmin kısa versiyonları frekans arttırılarak izleyiciyle buluşurken, diğer taraftan Arda Turan'lı reklam filmi ile yıla devam edilmesi planlanıyor. Levent Akpulat, Arda ile farklı projeler yapacakları bilgisini de veriyor. Akpulat, bu sponsorluklar dahilinde pek çok hakları olduğunu, bunları da zaman içinde kullanacaklarını söylüyor. Özellikle Camp Nou'da maç yapma hakkı ve locada maç izlemek, hem çalışanları hem bayileri hem de müşterileri etkileyen unsurlar olacak.

## SEKTÖRDEN 3 HABER

1. Ulusal ve uluslararası birçok markanın dijital iletişim çalışmalarını yürüten yeni nesil ajans Krombera, müşteri portföyüne ev geliştirme perakendeciliği kuruluşu Koçtaş'ta da ekledi.
2. Reklam ajansı Titrifikir, müşterileri arasında bir AVMyi kattı. Ajans, Akmerkez ile anlaştı.
3. Mondelez'in sakız markalarından First, dijital iletişimle ilgili kreatif çalışmalarını yürütmek üzere SesliHarfler'i seçti.



## Kırmızı için başvurular başladı

Reklam sektörünün en yaratıcı ajanslarının ve reklamları ödüllendirildiği Kırmızı Ödülleri için başvurular başladı. 1 Mayıs 2015 - 15 Nisan 2016 tarihleri arasında ilk kez yayınlanmış reklamların yarışacağı Kırmızı'da bu yıl özel ödülleri birlikte toplam 46 kategoride ödül verilecek. Katılımına çağrı iletişimini 'hız' konsepti üzerine kurgulayan Kırmızı, bu yıl önemli bir yeniliğe ev sahipliği yapacak.

Bugüne kadar düzenlenen yarışmalarda bine yakın firma ve 10 binden fazla reklam ödül için mücadele etti. Jürilerde 150'den fazla pazarlama iletişimi profesyoneli görev aldı. Kırmızı, son birkaç yıldır sınırlı sayıda

kategoriyle dijital reklamları ödüllendirirken, bu yıl Kırmızı Dijitalde En İyi Reklam Ödülleri 46 kategoride dağıtılacak. Böylece, online pazarlama iletişimde yaratıcılığa da kapılarını açtı.

Kırmızı, Kırmızı Bölge, Kırmızı Dijital ve Kırmızı UAFF başvurularını; her biri alanlarının önde gelen isimlerinden oluşan, başkanlıklarını Y&R Brands İstanbul'un CEO'su Arzu Ünal'ın yaptığı dört farklı jüri değerlendirecek.

13'üncü Kırmızı Ödül Töreni ise Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde 26 Mayıs tarihinde düzenlenecek.

**KIRMIZI  
BASINDA  
EN İYİLER  
REKLAM  
ÖDÜLLERİ**

## PAZARLAMAYI UYGULAYICILARINDAN DİNLEYİN

Artık pazarlamanın ana başlıklarını dijital ortamda dinleyebileceğiniz bir platform var : [www.markalarfisildiyor.com](http://www.markalarfisildiyor.com). Şubat 2016'da beş markanın pazarlama dersleriyle yayına başlayan sitede pazar çeşitliliğinden hedef kitle ve konumlandırmaya kadar pek çok konuyu marka sahipleri ve yöneticilerinin ağzından dinleyebilirsiniz.

Proje fikrini ortaya koyan Prof. Dr. Nükhet Vardar,



Türkiye'deki marka sahiplerinin gerçekleştirdiklerini örnek vaka mantığıyla dijitalleştirerek, iş ve akademik çevrelerde bilinen, aranan bir dijital vaka kütüphanesi yaratmak isteğiyle yola çıktıklarını anlatıyor. Vakaların üretimini PricewaterhouseCoopers (PwC) ile New Media Company'nin (NMC) gerçekleştirdiğini söyleyen Vardar, platformun yeni vakalarla zenginleşeceği bilgisini veriyor.

## reklamda 5x5

| Televizyon                   | Gazete                                 | Dergi                             | Radyo                                | AçıkHava                          |
|------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|
| 1 Lassa (1)<br>Alametifarika | iF (1)<br>Rafineri                     | Finansbank (1)<br>Rabarba         | Ulker -Mutluluk (1)<br>TBWA İstanbul | Aygaz (3)<br>TBWA İstanbul        |
| 2 Aygaz (5)<br>TBWA İstanbul | Türk Telekom (2)<br>TBWA İstanbul      | Türk Telekom (2)<br>TBWA İstanbul | Arçelik (2)<br>Y&R İstanbul          | Türk Telekom (4)<br>TBWA İstanbul |
| 3 IKEA (3)<br>TBWA İstanbul  | Aygaz (-)<br>TBWA İstanbul             | Eti (-)<br>Güzel Sanatlar         | Pegasus (3)<br>4129Grey              | Lassa (-)<br>Alametifarika        |
| 4 Lav (4)<br>MullenLowe      | Anadolu Emeklilik (3)<br>TBWA İstanbul | Vodafone (5)<br>Team Red          | Aygaz (4)<br>TBWA İstanbul           | iF (1)<br>Rafineri                |
| 5 iF (2)<br>Rafineri         | Finansbank (4)<br>Rabarba              | THY (3)<br>MullenLowe             | Türk Telekom (5)<br>TBWA İstanbul    | Finansbank (2)<br>Rabarba         |

Not: Parantez içindeki sayılar, geçen haftaki sıralamayı gösteriyor.

### Ekonomist Reklam Değerlendirme Kurulu

■ EKONOMİST REKLAM DEĞERLENDİRME KURULU ■ Ahmet Akın (Kramp Ajans Başkanı), Aybala Şimşek (Şekerbank Kurumsal İletişim ve Strateji Grup Başkanı), Bora Tanrıku (McDonalds Türkiye Pazarlama Direktörü), Deniz Güney (Garanti Emeklilik ve Hayat Kurumsal İletişim Birim Müdürü), Ela Gökkan Sancı (Lowe İstanbul CEO'su) Gökhan Atasoy (Güzel Sanatlar Kreatif Grup Başkanı), İlker Barouh (İlanlık Stratejik Planlama Direktörü), Murat Çınar (Filadam Yaratıcı Yönetmen), Murat Göllü (Akbank Kurumsal İletişim Bölüm Başkanı), Selçuk Çelik (NEF Satış ve Pazarlama Direktörü), Toygun Yılmaz (TBWA İstanbul Strateji Ajans Başkan Yardımcısı).