

Kristal, Elma ve Ok

Bu yıl 28.'si düzenlenecek Kristal Elma Yarışması yaklaşıyor. Başvuruların yapıldığı, projelerin değerlendirildiği bu günlerde değerlendirmede neler ön planda olmalı sorularını cevaplamaya çalışıyorum. Ödül mevsiminin heyecanını yaşarken Kristal Elma'nın ruhu, onu temsil eden sembollerle ne de güzel anlatılmış diye düşündüm. Ödülü tasarlayanlar bu sembolleri şöyle ifade etmişlerdi:

Kristal: Yaratıcı düşüncenin kristalize edilmiş hali, saydamlık, netlik ve temizlik.

Elma: Hedef kitle.

Ok: Yaratıcı fikrin hedefe tartışmasız yönelmesi ve mesaj olarak doğru noktaya gitmesi.

Başvuruları hazırlarken ve değerlendirirken, bu ödülün özünü yansıtan sembolleri göz önünde tutarak hem etkin başvurular hazırlayabilir, hem de değerlendirmelerimizi daha objektif yapabiliriz.

Projelere, kampanyalara ve etkinliklere dönüşmüş yaratıcı fikirlerimizin net olmasına, amacının ve mesajının anlaşılır olmasına dikkat etmemiz gerekiyor. Mesajımızın usta bir okçunun yayından çıkıp elmaya saplanan ok gibi, hedef kitleye en etkili şekilde ulaşması gerekiyor.

Başvurduğunuz kategori hangisi olursa olsun bu temel öğeler hepimizin rehberi olmalıdır. Eğer doğrudan pazarlama kategorisinden başvuruyorsanız hedef kitleye ulaşmak için okunuzun ucunu biraz daha sivirtmekte fayda var. Unutmamak gerekir ki ödül organizasyonunun her yıl değişen ve gelişen yapısı biz doğrudan pazarlamacılara da önemli bir alan açarak, katkı sağlamaya devam ediyor.

Şimdiden tüm Kristal Elma yarışmacılarına başarılar diliyorum. Umarım 28. yılında da sektöre yön veren, tüm sektör çalışanlarını motive eden ve yenilikleriyle ışık tutan bir Kristal Elma dönemi yaşarız.

Doğrudan Pazarlama Jüri Başkanı olarak, ödüllendirilecek çalışmaların sektöre ilham verecek işler olması dileğiyle...

Zuhal Gezer Demirci

DPİD Yönetim Kurulu

Başkan Yardımcısı

