

BMW'in "The Hire" isimli harika kısa film dizisini düşünün. Filmler iyi yapılmış ve tüketicileri eğlendirmek isteyen reklamverenler için bir mihenk taşı olmaya devam ediyor.

Ama film yapımcısı Luc Besson ve Audi şaşırtıcı bir şekilde BMW filmlerinden en çok fayda sağlayan oldular. Nasıl mı?

Luc Besson "The Hire" ı seviyordu. The Transporter isimli filmi dizi üzerine temellendirecek kadar çok sevdi hem de. Bir uzun metrajlı film franchise'ın bariz potansiyelini görünce, Audi devam filminde rol aldı ve o tarihten beri franchise'ın önemli bir parçası oldu.

Hangi proje daha etkili oldu? "The Hire" kısa film dizisi mi "The Transporter" mı? Görünen o ki The Transporter ile daha fazla Audi satılmış olma ihtimali çok daha yüksek.

Film ve TV projeleri için küresel bir pazar var. Hiçbir büyük stüdyo kısa seri filmler için satın alma ve dağıtım sorumluluğuna girmez.

Audi sürekli Hollywood yapımlarıyla ortaklık kurdu. Önemli ölçüde markanın pazar payı, Kuzey Amerika'da ve dünyanın geri kalanında artmaya devam etti.

Kısa formulu markalı içerik yapmak yerine, beğenileri satın almak yerine, daha fazla marka, insanların izlemek için ödeyecekleri uzun süreli sponsorlu eğlenceye yatırım yapmayı düşünmeli. Belki de "The Hire" ı yapmaktan ziyade, "The Transporter" gibi büyük bir film stüdyosu ya da televizyon ağı tarafından para kazanılabilir ve dağıtılan bir proje geliştirmek daha iyi olur.

Film ve televizyonun özellikleri değerli. Para kazanır ve gelir akışları oluştururlar. "The Transporter" gibi, aynı zamanda çoklu izleme pencerelerine sahip uzun bir ömrü var. Markalı içerik bu avantajlardan hiçbirine sahip değil. Beğeni toplamak ve görülebilmek için, markalı içerik, bir medya satın almayı gerektirir.

Michael Apted belgeseli "Işığı Bükme" ile film festivali dönemini Canon'un hedef kitleyle etkileşim içine girebilmek için kullandık. Bir sonraki projemiz, spor tarihçisi David Goldblatt'ın "The Ball Round Round" adlı futbolun kesin tarihçesini temel alan bir belgesel serisi. Üç milyondan fazla insan 2014 Dünya Kupasını izledi, bu nedenle küresel futbol izleyicilerine ulaşmak isteyen markalar için büyük bir fırsat var.

Büyük medya harcamaları için daima bir yer olacak. Günümüzün en proaktif markalarının çoğu, medyayı atlayıp insanların gerçekten izlemek istedikleri sponsorlu eğlence organizasyonları içinde olarak başarıyı yakalıyor.



Rupert Maconick
Saville Productions Kurucusu

"Lego Batman Filmi ve Logan gibi filmlerin başarısı bize reklamverenlerin bir soru sormasını sağlamalı: Medyayı tamamen atlayıp bu eğlencelere neden para yatırmıyorsunuz?"

DPİD ile Doğrudan Pazarlama...

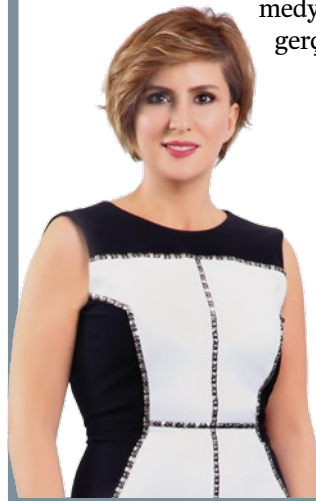
Yeni döneme merhaba...

DPİD kurulduğu günden bu yana sektörde çok şey değiştirdi, çok başarılı işlere imza attı ama önümüzde daha çok uzun bir yol ve sektörde yapılacak çok şey var. Geride bıraktığımız 11 yıllık sürede kurumsallaşmasını tamamlamış bir yapı oluşturmayı başardık. DPİD diğer derneklerden farklı olarak, kurulduğu günden bu yana iletişimin farklı disiplinlerini bir araya getiren bir yapı. Günümüzde bu farklı disiplinlerin bir araya gelerek entegre kampanyalar üretiyor olması derneğimizin de ne kadar öngörü sahibi olduğunun da bir göstergesidir.

Yeni yönetim olarak ilk gündem maddemiz bu yıl dokuzuncusunu gerçekleştirdiğimiz, sektörün en prestijli ve saygın ödülleri olan "DP Ödülleri"ni uluslararası platforma taşımak ve konferans, panel gibi aktivitelerle kapsamını genişletmektir. "DP Ödülleri" köklü bir yapıya sahip olsa da hızla evrilen iletişim sektöründe yeni çıkan kavramlara her zaman açık olmuştur. Geçtiğimiz yıl bu ihtiyaçları görerek ödül kategorilerimize eklemeler yaptık, bu yıl da buna devam edeceğiz.

Satış noktası tanıtım elemanlarının meslek kodlarının alınması, diğer disiplinlerdeki çalışanların meslek tanımlarının yapılması ve aynı sürecin onlar için de başlatılması önemli gördüğümüz bir diğer hedefimiz. Üçüncü ve çok önem verdiğimiz bir konu ise eğitim. Ülkemizde reklam, PR ve dijital konusunda akademik programlar olmasına karşın diğer ilişkili dallarda bir eğitim programı bulunmamaktadır. Bu açığı biz yıllardır birçok fakültede verdiğimiz eğitimler ve sertifika programları ile kapatmaya çaba gösterdik. Önümüzdeki süreçte bu çalışmaların kapsamını genişletmeye çalışacağız.

Bu hedefleri her zaman olduğu gibi iş ortaklarımız, sektör örgütleri ve sektör medyası ile el ele gerçekleştireceğiz.



Zuhal Gezer Demirci
DPİD Yönetim Kurulu Başkanı