



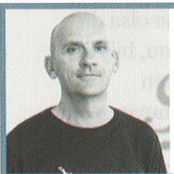
fenomenlerinden biri olan The Chicken Connoisseur'u bilenler eşit derecede güven vermeye doğal olarak aşinadırlar. 500 binden fazla abonesi ve her bölümde milyonları bulan izleyicisiyle Elijah Quashie'nin The Pengest Munch'i güzel, eski usul ve sert bir restoran incelemesi. Burger jenerasyonu için bu MasterChef'in ya da The Observer'daki Jay Rayner'ın daha edepsizi. Fikir yeni değil ama söyleme şekli öyle.

İyi reklamcılıkta hikaye anlatmak ile ilgili bahsettiğim ve birkaç yıl önce öngörülen trend çemberinin neresinde olduğumuzdan emin değilim. Ama geleneksel reklamcılık kreatifleri emeklilere gemi seyahati satmaya çalışırken anlatı hakkında konuşmaya başladıklarında şaşır kalıyorum.

Ancak yukarıdaki "yayın" hitlerinin bana kanıtladığı şey, akılcı bir bağlam duygusu ile mükemmel fikirlerin, sağlam hikaye anlatmanın başarılı ve etkileyici eğlencenin kalbinde yer almasıdır. Bu yüzden geçtiğimiz birkaç yılda "içerik" in gizlenmesi yüzünden bitkin ve kızgındım. Makro veya kişisel bağlam duygusuyla, programlı veya başka bir şekilde teslim edilen parçalanmış "eğlence"nin sonsuz parçaları, hayatınızı bozar ve onları teslim edenlere karşı çevrilemez.

Çevremizdeki kaos ve belirsizlik ile modern yollarla anlatılan tanıdık ve güven uyandıran hikayelere karşı doğal bir göç var. Bu durum günlük haberin kasvetli görünümünden çok, içerik üreticileri ve pazarlamacılar için büyük fırsatlar sunuyor.

"Eski hikayeler genellikle en iyileridir; sadece bunları anlatmak için yeni yollar bulmalıyız. Başka türlü dünyanın en eski radyo formatını uygulayan Radio 4'daki Deserts Islands Discs'in 75. yıl dönümünü kutlamasını nasıl açıklarız?"



Jez Nelson
Somethin' Else'in CEO ve CCO'su
@jeznelson

DPİD ile Doğrudan Pazarlama...

İşte sonuçlar!

Nielsen ve AG Platform'un* hazırladığı DPİD sektör araştırması raporu sonuçlandı. Araştırma dijital pazarlama, veri tabanına dayalı pazarlama, etkinlik, saha-satış noktası ve MICE alanlarında hizmet veren 50'den fazla ajansla görüşülerek yapıldı. Araştırmada sektörel ilişkili beklentiler genel olarak olumlu bulundu. Bulduğumuz coğrafyanın zorlukları, konjonktürel durum ve bazı belirsizlikler sektörümüze yansımış olsa da, genel olarak istikrar ya da büyüme beklentisinin ön plana çıktığı fark ediliyor. Ayrıca, son iki yıldır durağan ekonomik ortama karşın sektör büyüklüğünün artıyor olması da sevindirici. Bu büyümenin istenilen ivmeyi kazanması yeni teknolojilere ve dijital pazarlamaya, daha fazla odaklanmayla ve müşterilerimizle sürekli olarak gerçekleştireceğimiz özel projelerle sağlanacaktır.

Araştırmaya göre saha ve satış noktası pazarlaması ikinci sırada yer almıştır. Saha ve satış noktası pazarlama aktiviteleri özellikle de noktada görev yapan tanıtım elemanlarının katkısı, yurtdışında yapılan araştırmalarda da ön plana çıkmaktadır. Timtrade'in** yaptığı araştırmaya göre, tüketiciler hala fiziksel mağazadan alışveriş yapmayı online'a tercih etmektedirler. Tüketicilerin %90'ı bilgili bir uzman yardımcı olduğunda almaya daha eğilimli olduklarını ifade etmişlerdir. Araştırmada aynı tüketicilerin %60'ı "Size yardımcı olan nokta çalışanını gerçekten beğendiyseniz almayı planladığınız bir şeyi alır mısınız?" sorusuna 'evet' diye yanıtladığı saptanmıştır. Tüketicinin yaşadığı deneyim ve bunun kişiye özel olması çok önemlidir. "Eğer bilgili bir nokta çalışanı size ihtiyacınıza ya da size özel sizinle ilgili bildiklerine dayanarak bir tavsiyede bulunuyorsa bu alışveriş deneyiminizi nasıl etkiler?" sorusuna müşterilerin %64'ü "mağazadan mutlu ayrılıyorum" yanıtını vermiştir.

Bu araştırma sonuçları ve ilişkili veriler, biz doğrudan pazarlama ajanslarını gelecekle ilişkili umutlandırırken, yol haritamızı çizmemizi de kolaylaştırmaktadır.

* Ocak 2017/Nielsen ve AG Platform tarafından hazırlanan rapor.
** TimTrade Systems

Zuhal Gezer Demirci
DPİD Yönetim Kurulu
Başkan Yard.

