

# Pandemi sürecinde açık hava sektörü

Campaign Türkiye Eyl 11, 2020 0



Kentvizyon 22 ilde, 30 üniversitede ve önemli havalimanlarında üniteleri ile hizmet veren Türkiye'nin öncü açık hava reklam ve pazarlama şirketi. Açık hava evin dışında, hayatın içinden bir mecrayken ilk defa deneyimlediğimiz Pandemi sürecinde, hepimiz sağlığımız için mümkün olduğunca evde kaldık ve bizim için bir ilk yaşandı. Sektörümüz doğal olarak bu süreçten olumsuz etkilendi, işimizi doğru ve sürdürülebilir yönetebilmek adına tüm ezberlerimizi, en hızlı şekilde değiştirdik.

İlk önceliğimiz çalışanlarımızın sağlığı ve güvenliği oldu, bu nedenle 16 Mart tarihinden itibaren evden çalışma modeline geçtik. İşimizi baştan sona tüm süreçleri ile ofis dışından da yönetebilmek adına varolan dijital altyapımızı daha da güçlendirdik. Günlük çalışma rutinimize sadık kalarak dijital toplantı prosedürleri belirledik. Sık iletişim kurduk, küçük gruplarla, odaklı, kısa toplantılar gerçekleştirdik. Mesai yoğunluğunun azaldığı dönemi fırsat olarak görüp, çalışanlarımıza online eğitimler verdik. Orta ve uzun vadeli planlarımızın ışığında, haftalık, hatta günlük gelişmeleri takip ederek, işimizi kısa vadeli stratejilerle yönettik.



Bu dönemde pazarlama dünyasında yıllardır biriken, tüm iletişim stratejisini üzerine kurduğumuz big data, yani tüketim alışkanlıkları ve öncelikli satın alma davranışları tamamen değişti. Ekip olarak “yeni normal” dönemde hizmet vereceğimiz bu “yeni tüketiciyi” anlamaya odaklandık. Satışın olmazsa olmazı, müşteri ve ajanslarla sık sık yapılan yüz yüze toplantıların, ziyaretlerin sona erdiği bir döneme girsek dahi iletişimimizi online platformlarda sürdürdük. Başta Sağlık Bakanlığı ve belediyeler olmak üzere, markaların COVID-19 bilinçlendirme kampanyalarının duyurulmasında rol aldık.

Haziran ayında tüm Türkiye ile birlikte biz de yeni normale adapte olmaya çalıştık. Karantina dönemi sonrası hepimizin tedbirlerle dışarıya çıkacağı dönemde, mecra olarak ciddi bir yoğunluk yaşayacağımızı öngörmüş ve bu sürece ekip olarak beraber hazırlanmıştık. Öngördüğümüz gibi de oldu, Haziran itibarıyla açık hava, bu sürecin sonunda en hızlı toparlanan ve ne olursa olsun pazar payını kaybetmeyecek bir mecra olduğunu göstermiş oldu. Ağustos ayı sizlerin de dışarıda takip ettiği gibi hemen her sektörden markanın açık havada yer aldığı, reklam ünitelerimizin dolu olduğu bir ay olarak geçti. Pandemi süreci özellikle e-ticaret, dijital yayıncılık, markaların online hizmetlerinin ön plana çıktığı, büyüdüğü bir dönem oldu. Açık hava tüketicinin dijital etkileşimini artıran en güçlü mecralardan biri, dolayısıyla pandemi döneminde öne çıkan markaların da tercihi açık havadan yana oldu.

Bundan sonrası için ilk dileğimiz elbette vaka sayılarının düşük seyretmesi, bununla birlikte yılın son çeyreğinde yükseliş trendimizin süreceğine ve bu zor yılın bize kattıklarıyla eskisinden de güçlü olarak yola devam edeceğimize inanıyoruz.

**Aslı Bakan Gökulu**  
**Kentvizyon Genel Müdür**