

Ve birden hayat durdu...

Campaign Türkiye Eyl 10, 2020

Çok iyi biten 2019 yılının ardından, 2020 çok hızlı başlamıştı. Yoğun geçen ilk iki aydan sonra tam her şeyin rayına oturmaya başladığı mart ayının ortalarında dünyada devam eden ve yakından izlediğimiz salgın ülkemize geldi, kapımıza dayandı. Bir anda hepimiz endişeyle evlerimize kapandık. Daha önce eşi benzerini görmediğimiz bir ilk ile karşı karşıya kaldık ve herkes için büyük bir şok oldu.



Bu durum sadece insanlar için değil aynı zamanda şirketler için de bir ilk oldu. Nasıl bir süreç yaşandığını iyi gözlemlemek, iyi anlamak, geleceği öngörmek ve iş yapış şekillerini en hızlı ve verimli bir şekilde hızlıca uyarlamak bu dönem için şirketlerin başarı faktörü haline geldi. İlk dönemlerde perakende satış zincirleri ve tedarikçileri dışında tüm sektörlerde müthiş bir belirsizlik hakimdi. Ancak kısa bir süre içinde birçok şirket gibi biz de pandemi şartlarının doğurabileceği farklı durumlara göre birçok farklı strateji hazırladık. Bu dönemle birlikte takip ettiğimiz pazar araştırmaları, sektör değerlendirmeleri, yeni süreçteki olası değişikliklerin analizi, iş ortaklarımızdan aldığımız geri bildirim bize farklı yol haritaları çizme konusunda yardımcı oldu. İçinde bulunduğumuz durum beraberinde mecburi iş yapış şekillerini de doğurdu. Örnek olarak geçmişte yüz yüze yaptığımız müşteri ve ajans toplantılarını dijital platformlara taşıdık. Haziran başına kadar olan dönemde tüm bu hazırlıklar ve görüşmelerle beraber süreci en az hasarla devam ettirdik. Haziran başı itibarıyla piyasaların yavaş yavaş “yeni normale” alışmaya başladığını gözlemliyoruz. Bu durum açık hava reklamcılığına da yansdı.

Açık hava reklam sektörü, reklamveren ve hedef kitle arasında satınalma kararı noktasında belirleyici ve vazgeçilmez bir rol üstlenen mecra olarak kabul edilir. Son 5 yılda ise, özellikle dijital platformlar ve online alışveriş sitelerinin de açık hava sektörüyle entegre kampanyalar yürütmesi sayesinde açık hava ve dijital birbirini çok iyi tamamlayan mecralar haline gelmişti ve büyüme trendi içindeydi. Ancak tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi süreci açık hava sektörünü de olumsuz yönde etkiledi. Turizm, AVM, kültür, sanat, eğlence gibi sektörler pandemiden doğal olarak olumsuz etkilenen sektörler olurken her gün alınan yeni önlemler, sokağa çıkma yasakları, kısıtlamalar ve evde kal kampanyalar nedeniyle açık hava sektörü de negatif etkilenmiş oldu.

Diğer bir yandan tüm bu gelişmeler yaşanırken, sokağa çıkmak zorunda kalan insanlar da vardı. Duydukları endişeleri azaltmak, bilinçlendirmek, yönlendirmek adına kamu kurum ve kuruluşları ile yerel yönetimlerin gözü, kulağı ve sesi açık hava mecrası oldu. Keza yurt dışında evde kalmaya teşvik etmek amacıyla açık havada yapılmış müthiş yaratıcı çalışmalara da şahit olduk. Dijital bir yayın platformunun en sevilen dizilerinden birinin sonucuyla ilgili verilen sufleler gibi!!

Biz her zaman olduğu gibi bu dönemde de müşterilerimizin ihtiyacını anlamak ve kampanyalarının hedef kitleleriyle buluşabilmesi için en verimli çözümleri üretmek için çalışıyoruz. Yılın son çeyreğinde yeni normalin hakim olduğu dünya düzeninde yerimizi alıp, iyi bir yıl kapanışı yapmayı hedefliyoruz.

Geleceğe her zaman olduğu gibi umutla bakıyoruz.

Faize Bökeer
Genel Müdür, Core Medya Tanıtım ve İletişim