

**AYDIN DOĞAN VAKFI
29.GENÇ İLETİŞİMCİLER YARIŞMASI
HALKLA İLİŞKİLER DALI
ÜRÜN/HİZMET TANITIM
KATEGORİSİ**

**GRİPİN
ÜRÜN/HİZMET TANITIMI PROJESİ**

**KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BÖLÜMÜ**

Emre Berkay Kaya



1

Gripin, Eczacı Necip Akar tarafından kurulmuş olan ve o zamanki adıyla Gripin İlaç A.Ş. firmasının ürettiği ve Türk yapımı ilk ağrı kesici - ateş düşürücü ilaç ticari adıdır. Üretimine 1931 yılında başlanmıştır ve günümüzde halen üretilmektedir. Gripin uzun yıllar boyunca Türk halkı tarafından kullanılmaktadır. İlaç sektörünün gelişmesi, çeşitliliğin artması, bir çok markanın ortaya çıkması, bu markaların aktif iletişim çalışmaları ve tüketici tercihlerinin zamanla değişmesi gibi etkenler, Gripin için rekabet etme zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Ancak Gripin'in bu rekabetçi ortamda hiçbir iletişim çalışmasında bulunmaması, özellikle genç nesillere yönelik herhangi bir marka algısı ya da farkındalığı yaratılmaması problem olarak görülmektedir. Bu problemlerin giderilmesi için hazırladığımız projemizde hedef kitlelerimizi gruplandırarak gençler ve genç yetişkinler üzerine yoğunlaşılmasına karar verdik.

PROJE ÖZETİ

2

Bu noktada ilk Türk ilaç markası olan Gripin'in kendini hatırlatmak ve satın alma tercihlerinin genç ve genç yetişkinlerden oluştuğu pazarda rekabet gücünü artırabilmek amacıyla uygulanacak tanıtım çalışmalarında "Her Derdin Bir Devası Her Ağrının Bir Gripini Var" algısı ve birkaç farklı algı vurgulanacaktır. Bu algılarda sağlığa zarar vermeyen, Türk malı, gibi faydalardan ve tarihi/kültürel öğelerden yararlanılacaktır. Türkiye pazarında bir çok ikamesi bulunan Gripin yaratılacak imaj ve tanıtım çalışmaları sonucunda hedef kitleyle buluşturulacak ve marka algısında farkındalık sağlanacaktır. Böylece Gripin Türk halkına önem veren hem yenilikçi hem de geleneksel bireylerin kullandığı "Türkiye'nin ilk ağrı kesicisi" olarak konumlandırılacaktır. Türkiye pazarında çok önemli bir hale gelirken, uluslararası arena'da boy göstermek için fırsatları oluşturulacak yeni ürün ve çalışmalar Gripin için bir Rönesans niteliğinde olacaktır.

3

Projemiz etkili bir halkla ilişkiler çalışması yürütebilmek için çeşitli aşamalardan oluşmaktadır. Öncelikle durum analizi ile sektör incelenerek ilaçlar hakkında genel bilgiler, marka analizi, rakip analizi ile markanın sektördeki yeri hakkında bilgiler toplanmıştır. Bu bilgiler ışığında markayla ilgili problem tanımı yapılarak hedef kitle, amaç ve hedefler belirlenmiştir. Ardından projenin iletişim stratejisi oluşturulmuş, medya ve teknikler seçilmiştir. İletişim faaliyetlerinin yer aldığı aşamada, iletişim, stratejisi doğrultusunda hem hedef kitlenin dikkatini çekecek hem de markanın geleneksel yapısını koruyacak kültür, sanat, eğlence alanlarında çeşitli faaliyetler planlanmıştır. Ölçme ve değerlendirme aşamasında ise proje öncesi, esnası ve sonrası için hedef kitle üzerinde çeşitli algı ve bilinirlik ölçümleri ile medya takibi ve analizlerinin yapılması planlanmıştır.

3



Proje Künyesi

PROJE ADI	GRİPİN ÜRÜN/HİZMET PROJESİ
PROJE AMACI	Gripin markasını gençlerin ve genç yetişkinlerin gözünde yeniden konumlandırmak ve bilinirliğini artırmak.
PROJE SÜRESİ	1-2 Yıl
HEDEF KİTLESİ	Birincil Hedef Kitle: • 18-25 yaş arası gençler • 26-37 yaş arası genç yetişkinler İkincil Hedef Kitle: • Gripin markasını tanıyan, kullanan kadınlar ve erkekler (35 yaş ve üzeri)
PAYDAŞLAR	Medya Blog Yazarları ve Youtube Kanal Sahipleri Kızılay Sosyal Medya Bilgisayar Oyun Yapımcıları
UYGULAYICI KURUM	Gripin İlaç A.Ş.
BÜTÇE	370.000 TL
DANIŞMAN	Arş. Gör. Banu KÜÇÜKSARAÇ



İÇİNDEKİLER

1.DURUM ANALİZİ

- Kurum/Marka Analizi
- Türkiye’de İlaç Sektörü ve Pazar Analizi
- Rakip Analizi
- Birincil Veriler Işığında Araştırma
- SWOT Analizi

2. PROBLEM TANIMI

3. HEDEF KİTLE

4. AMAÇ ve HEDEFLER

5. İLETİŞİM STRATEJİSİ

6. MEDYA VE TEKNİKLER

7. İLETİŞİM FAALİYETLERİ

8. ZAMANLAMA

9. BÜTÇELEME

10. ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME



İLETİŞİM STRATEJİSİ

SLOGAN

"Her Derdin Bir Devası Her Ağrının Gripin'i Var"

"1931'den Beri Sağlığınız İçin Gripin Var"

KONSEPT

Gripin'in kendini hatırlatmak ve rekabet ortamında "ben de varım" demek için uygulayacağı tanıtım çalışmalarında,"HER AĞRININ GRİPİN'İ VAR" ve "1931'den BERİ SAĞLIĞINIZ İÇİN" algısı vurgulanacak. Gripin pazardaki rakiplerinden yaratılacak algılar ile farklılaşacak. Eski şifa,Türkiye'nin ilk ilacı,faydalı gibi rasyonel faydalardan yararlanılacak. Gripin ilaçların yan etkilerinden çekinen, ağır ilaç kullanmayı sevmeyen,ilaçlara kolay ulaşmak isteyen ve sağlığına değer veren insanların kullandığı bir ilaç markası olarak konumlandırılacak.

Mesajın tonu sıcak,samimi ve içten olacak.

MEDYA VE TEKNİKLER

Medya ve teknikler hedef kitleye ulaşılması noktasında büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda hedef kitemize ve stratejimize en uygun medya ve teknikler seçilmiştir.

Geleneksel Medya
Tv, Gazete, Radyo, Dergi

Dijital Medya
Web Sitesi, Sosyal Medya, Akıllı Telefon Uygulamaları

Açık Hava uygulamaları
Billboard, Yapıştırmalar, Afişler,

GRİPIN

İLETİŞİM FAALİYETLERİ

GRİPİN LOGO YARIŞMASI

Amaç:

Gripin markasının markalaşmanın en önemli simgesi olan logosunu yenilemek ve bunun için üniversite öğrencilerinin katılabileceği bir yarışma düzenleyerek hem gençleri yeni gripinle tanıştırmak hem de akılda kalıcı bir logo yenilenmesine giderek kurumsal olarak yenilenmek.

Uygulama:

Sadece üniversite öğrencilerinin öğrenci kimliği onaylarıyla katılabileceği "Gripin Logosunu Arıyor" sloganıyla logo yarışması düzenlenecek ve afişleri yapılarak üniversitelerde asılması bu sayede hem gençlere bi nebze de olsa kendini yeniden hatırlatabilecek hem de yeni logosu için bir çok seçeneği olucak.

Logo yarışması için kısa süreli "Gripin Logo Yarışması" adıyla internet sitesi kuralacak. Logolar internet sitesi üzerinden kabul edilecek. Üniversiteler içindeki ve yakınlarındaki açık hava uygulamaları kullanılacak. Logo yarışması Nisan ayında başlatılacak ve 30 Hazirana kadar sürecek. Logo yarışmasında 1. 2. ve 3.'ye sırasıyla 3000TL – 700 TL – 500 TL ve Mansiyon ödülü verilecek böylece yarışmaya teşvik edilecek.

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Kasım	Aralık	Ocak	Şubat	Mart
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31



GRİPİN



İLETİŞİM FAALİYETLERİ

SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Amaç:

Markalar için sosyal ağlar; hedef kitleleri ile sürekli etkileşimde bulunduğu, aktif geri bildirim sağladığı, istenilen bilgilerin kolaylıkla hedef kitlesine ulaştırabildiği önemli güce sahip ortamlardır. Özellikle markaların genç ve genç yetişkin gruplarla bağlantı kurmada kullandığı önemli iletişim araçlarıdır. Yapılacak çalışmayla Gripin markasının internet ortamının sağlamış olduğu imkanlardan faydalanmasını sağlamak ve bu çalışma ile genç ve genç yetişkin hedef gruplarıyla arasındaki iletişimi güçlendirmek amaçlanmaktadır.

Uygulama:

Gripin markasının en önemli eksiklerinde biri de markanın sosyal medyada varlık göstermemesidir. Sosyal medyada varolabilmek için Facebook ve Twitter resmi hesapları açılacak. Bu hesaplardan marka tarihi, güncel bilgiler, ürün ve kampanyalar, sektörel haberler paylaşılarak samimi içten bir sosyal medya hesapları olarak kullanılacak. Gripin hakkında medyada çıkan haberler ve hedef kitle ile etkileşimde bulunarak geri bildirim sağlayabileceği içerikler paylaşılacak.

Gripin resmi hesapları dışında twitter'da "Gripin Müşteri Hizmetleri" adıyla 2. bir hesap açılacak müşterilerden feedback almak ve yaşadıkları sorunlarla ilgilenecek olan bu hesapla gripin tüketicisine sahip çıkacak.



İLETİŞİM FAALİYETLERİ

BİLGİSAYAR OYUNLARI REKLAMLARI

AMAÇ: Günümüzde gençlerin zamanlarını geçirdikleri bir çok alan bulunuyor,istatistikler gösteriyor ki günümüz gençlerine ulaşmanın yolu internet ortamı ve bilgisayar oyunlarından geçiyor.Youtube'da bulunan oyun kanallarının milyonlar izlenmesi de bunun bir kanıtı niteliğinde bulunuyor. İnternet sitelerine verilen veya sosyal medya'ya verilen reklamlar belirli tarayıcı eklentileriyle devre dışı bırakılabilmekte bu da kullanıcıların reklamı görmemesi başarısız bir iletişim çalışmasına yol açıyor. İnternet ortamında verilen reklamların başarıya ulaşmasına yüksek oranda engel oluyor.

Televizyon reklamlarına oranla internet reklamları hem daha uygun fiyata hemde ölçülebilirliğe sahip.

Hedef kitlemiz doğrultusunda Bilgisayar oyunları içinde reklam vermeyi düşündük.Oyunlara reklam vererek hedef kitlemizi orada yakalamayı istiyoruz.Böylece gripin kaçınılmaz,akılda kalıcı ve gündem yaratıcı bir iletişim çalışması yaparak hem sosyal medyada ve basında yer alıcak hemde youtube'daki oyun kanalları sayesinde o kanalları izleyen kişilere de reklam ulaşmış olacak.

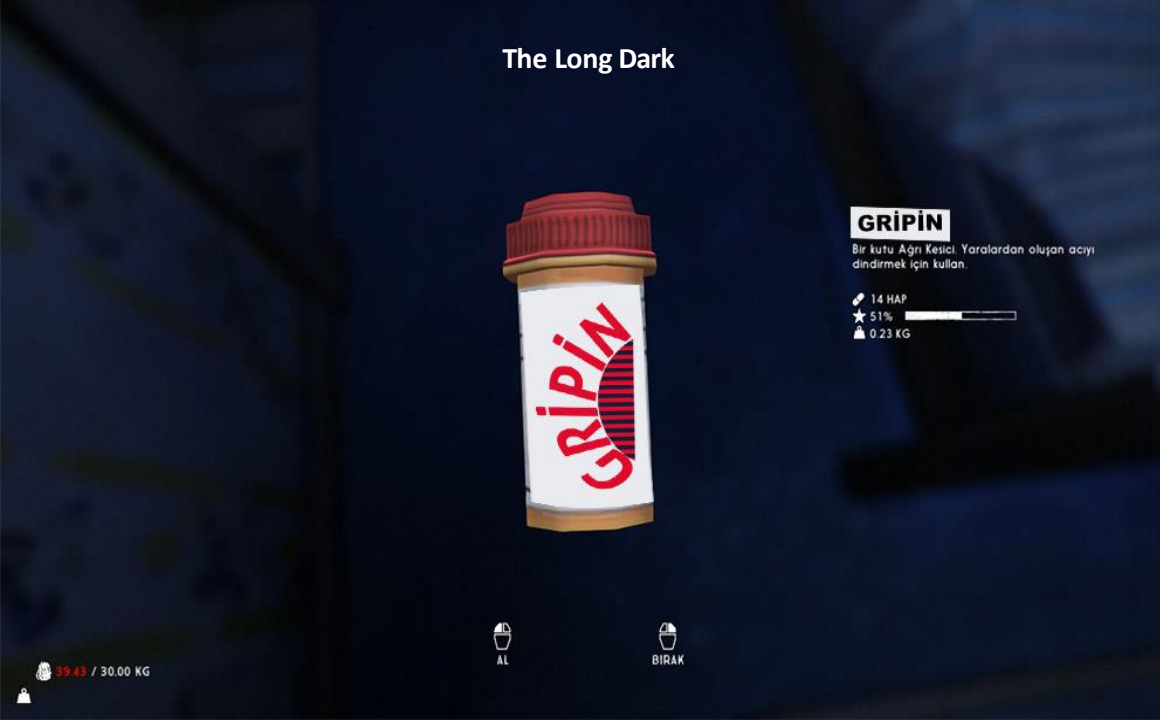
UYGULAMA: Günümüz de yapılan araştırmalara göre ve twitch,youtube sitelerinde yayın yapan yayıncı ve izleyicilere bakıldığında en çok oynanan oyun tarzlarından biri hayatta kalma(survivor) oyunları ve bu oyunlar da ağıri kesiciler bulunuyor. Kullandığınız da karaktere sağlık veren ilaçlar. Gripin markası olarak "The Forest","The Long Dark" ve "Playerunknown's Battlegrounds" oyunlarının yapımcılarıyla anlaşarak oyun içi reklam verilecek.Böylelikle oyunları oynayan ve izleyen kişilere marka güveni, markaya alışkanlık ve size sağlık verir düşüncesi verilmiş olucak. Dünya'da çok uygulanmayan bu reklam tarzı Türkiye'de bir çok youtube kanalı ve blog yazarları tarafından yorumlanacağı için gripin belli bir sürekliliğine medya'da kendine yer bulacak.

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31



GRİPİN



İLETİŞİM FAALİYETLERİ

DİZİ ÜRÜN YERLEŞTİRME

Amaç: Günümüzde fazlaca kullanılan dizi içerik reklamları izleyen kişiler de fazlaca etki bırakmaktadır. Bizde bu etkiyi ürün marka bağdaştırmasında kullanmak istiyoruz. Gripin'in hem isim olarak hedef kitemize hatırlatmak, ismini kalıcı kılmak hem de "ağrı kesici/ateş düşürücü" değil "gripin" algısını yaratmak istiyoruz.

Uygulama:

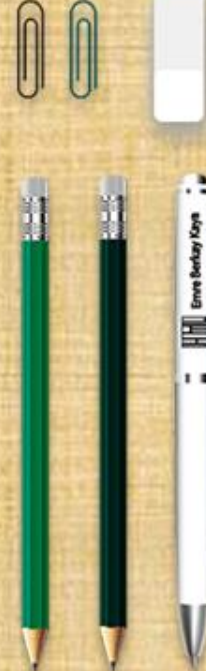
Dizi olarak internet üzerinden yayınlanan "fi" dizisiyle anlaşılabilir ürün yerleştirme yapılacaktır. Gençler tarafından popüler olan dizi hedef kitemize ulaşmamız için gerekli önemi taşıyor.

Ürün Yerleştirme Planı:

Fi dizisindeki Can Manay karakteri bir ağrısı olduğu için "Gripin'in var mı?" diye soracak ve gripin içecek, içtikten sonra ağrısı geçmiş ve rahatlamış davranacak. izleyicilere gripin ambalajı ve logosu gösterilecek.

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Ekim	Kasım	Aralık	Ocak
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
7	7	7	7
8	8	8	8
9	9	9	9
10	10	10	10
11	11	11	11
12	12	12	12
13	13	13	13
14	14	14	14
15	15	15	15
16	16	16	16
17	17	17	17
18	18	18	18
19	19	19	19
20	20	20	20
21	21	21	21
22	22	22	22
23	23	23	23
24	24	24	24
25	25	25	25
26	26	26	26
27	27	27	27
28	28	28	28
29	29	29	29
30	30	30	30
31	31	31	31



GRİPİN

İLETİŞİM FAALİYETLERİ

AMBALAJ TASARIMI

Amaç:

Ambalaj günümüzde her ürün için önemli , satın alma eylemine çeken bir tanıtımdır.

Günümüzde kitaplarda dahi tasarımlar kullanılmaya başlanmış ve farklılaşma, ilgi çekmek için kullanılmaktadır.

Ancak ilaç sektöründe Ambalaj kullanımı yok denebilecek kadar azdır, fazla özenilmemiş ve dikkat çekmeyen ambalajlar kullanılmaktadır.

Bu alanda ambalaj tasarımı yaparak diğer ürünlerden farklılaşma ve dikkat çekmek için yeni bir ambalaj tasarımı yapılacaktır.

ve diğer ilaçların aksine dikkat çekici bir unsur olarak kullanılacaktır.

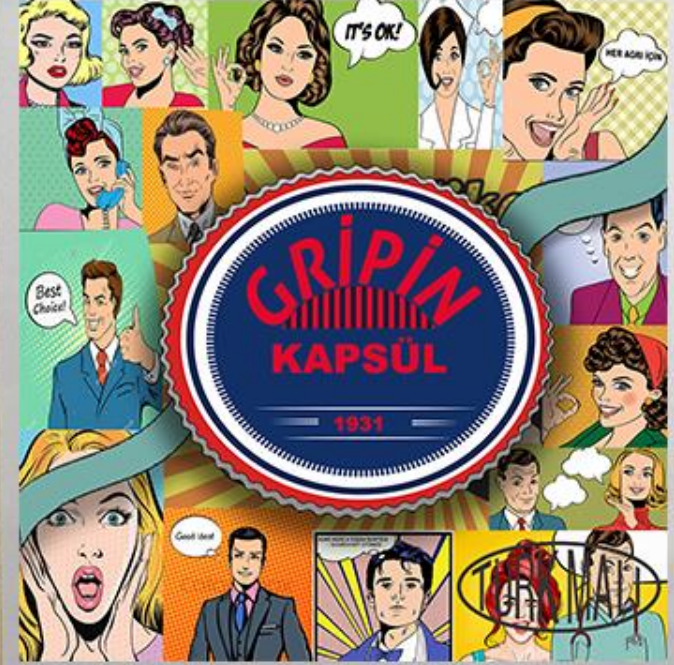
Yaptığımız anket sonucunda insanların ilaçların ambalajlarını önemli bulduğunu gördük ve ambalaj yenilemelerine gitmeye karar verdik.

Uygulama:

Gripin ürünlerinin ambalajları yenilenecek , vintage ve pop art kullanılarak günümüz ve nostalji karıştırılacaktır .

Ürünlerde farklılık yaratarak dikkat çekme sağlanacak aynı zamanda gripin'in önceler de kullandığı sarı saçlı kadın modeli bir nevi marka yüzü haline gelecek.Ambalaj tasarımında Türk Malı ibaresine yer verilecek böylelikle sempati kazanacaktır.

Gripin'in buluş tarihi olan 1931 tarihi kullanılacaktır.Kullanılacak olan vintage pop art görsellerinde "Her ağrı için", "iyi seçim" Gibi mesajlar verilecek ve onaylayıcı vücut dili kullanılacaktır.



GRİPIN

İLETİŞİM FAALİYETLERİ

İNOVASYON ÜRÜN: DEVA

Amaç:

Durum analizi yaparken internet üzerinde yaptığımız araştırmalarda en çok gördüğümüz ve bize ilginç gelen şey şuydu; insanlar gripin'i şu şekilde kullanıyor ; Soda Limon ve Gripin'i karıştırıp içiyorlar ve baş ağrılarına çok iyi geldiğini söylemişler.

Gripin'in kullanımını bu şekilde neredeyse kullanıcıların yarısı gerçekleştiriyor olmalı ki internet üstünde ki yorumların hepsi bu şekilde.

Biraz araştırma yaptıktan sonra soda'nın ve limon'un başta baş ağrısı olmak üzere belirli ağrılara iyi geldiğini ve insan vücuduna faydalı olduğu öğrendik ve insanların bu kullanım biçimini benimseyerek onlara yeni bir ürün vermenin daha iyi olabileceğini düşündük.

Soda limon ve gripin karşımından yeni bir ürün çıkartmayı düşündük. Çıkardığımız ürüne dertlerin çaresi anlamına gelen "deva" ismi verilecek.

İçersindeki ağrı kesici oranı seyreltilmiş olduğu için hap kullanmak istemeyen kişilere hitap edecek.

Gerekli kurumlarla görüşülerek ürün için market,büfe gibi satış alanları yaratılacak.

Uygulama: Soda limon ve gripin karıştırılarak yeni bir ürün çıkarılacak.

Ürün'ün adı Gripin Deva olacak.Bu şekilde Sloganla da bağdaşmış olacak.

Sağlık bakanlığı ve gerekli bakanlıklarla görüşmeler gerçekleştirilerek ürünün marketlerde satılması sağlanacak bu sayede kolay ulaşılabilirlik oluşacak.

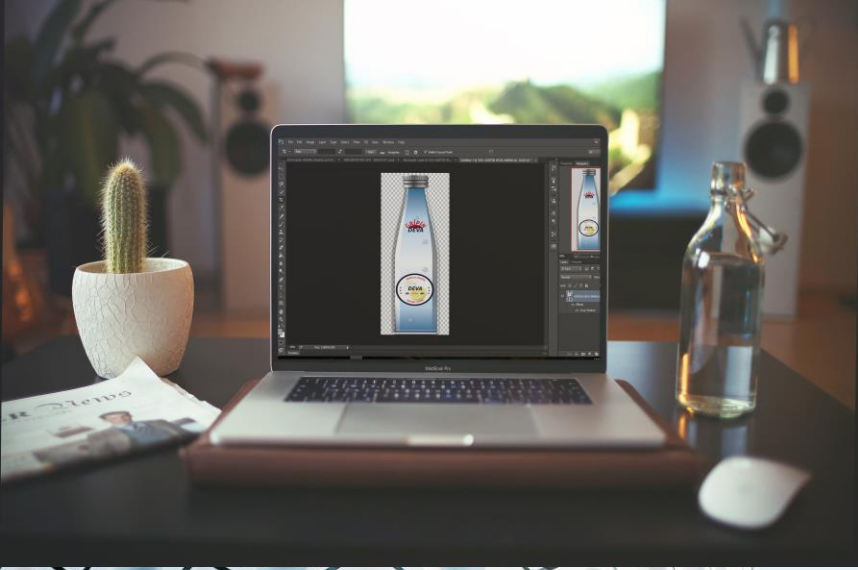
Deva'nın faydalarıyla ilgili bilgi verici afişler yapılacak,insanlar ağrı kesici yerine ikame olarak bu ürünü tercih etmesi sağlanacak.

Ürünle ilgili lansman düzenlenecek ve reklamlar ve tanıtım afişleri yapılacaktır.

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Kasım	Aralık	Ocak	Şubat	Mart
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31





Vlogger ve Onedio Reklamları

Amaç:

Günümüzde gençlere ulaşmanın yolu yine internetten geçiyor. İnternette fazlaca zaman geçiren genç nesil için direkt olarak değil dolaylı yoldan reklam çalışmaları yaparak marka'nın yaygınlaştırılması ve popülerleşmesi hedeflenmiştir.

Gripin kullanan özeldir mesajının verilmesi amaçlanmaktadır.

Uygulama:

Genç nesile hitap etmenin en geçerli yolu internetten geçiyor. İnternette çokça zaman geçiren insanların youtube üzerinden vloggerları sürekli takip etmeleri ve düşüncelerine değer vermeleri vloggerların yaptıklarını yapmak istemeleri ve onları rol model alma eğilimleri vloggerların güvenilirliğini son derece arttıran bir durum. Sosyal Medya da fazlaca takip edilen Orkun Işıtmakla anlaşılacak ve çektiği videolarda gripin'den bahsetmeleri ve gripin kullanmaları istenecek. Onedio gibi içerik sitelerine günde tıklanma sayısı oldukça fazla onedio'yla anlaşılacak ve gripin hakkında bir yazı yayınlamaları istenecek. Yazı'da gripin tarihi ve kurum hakkında bilgiler verilecek. Yazı'da gif'ler ve dikkat çekici görseller kullanılacak.

YouTube Reklamı

Amaç:

Birincil ve ikincil hedef kitleyi ortak nokta'da yakalayabileceğimiz youtube reklamları günümüzde fazlaca önemli ve iletişim faaliyetleri içerisinde olmazsa olmazlardan biri diyebiliriz.

Gripin'i insanlara hatırlatmak ve gripin anlatmak

Amacıyla bir reklam filmi çekilip youtube'a verilmesi.

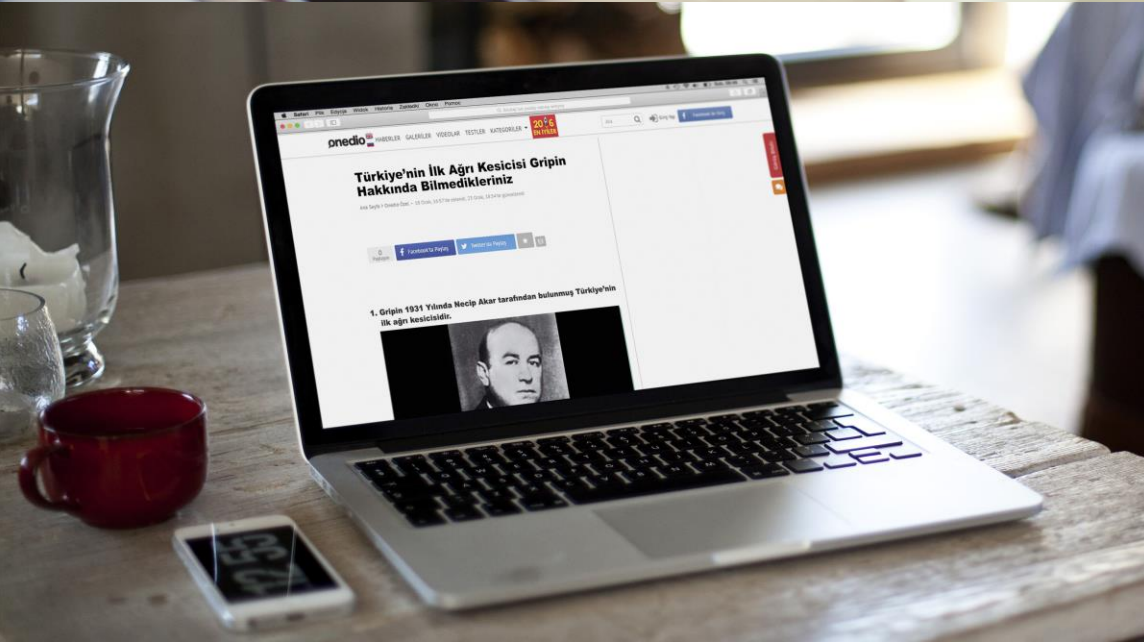
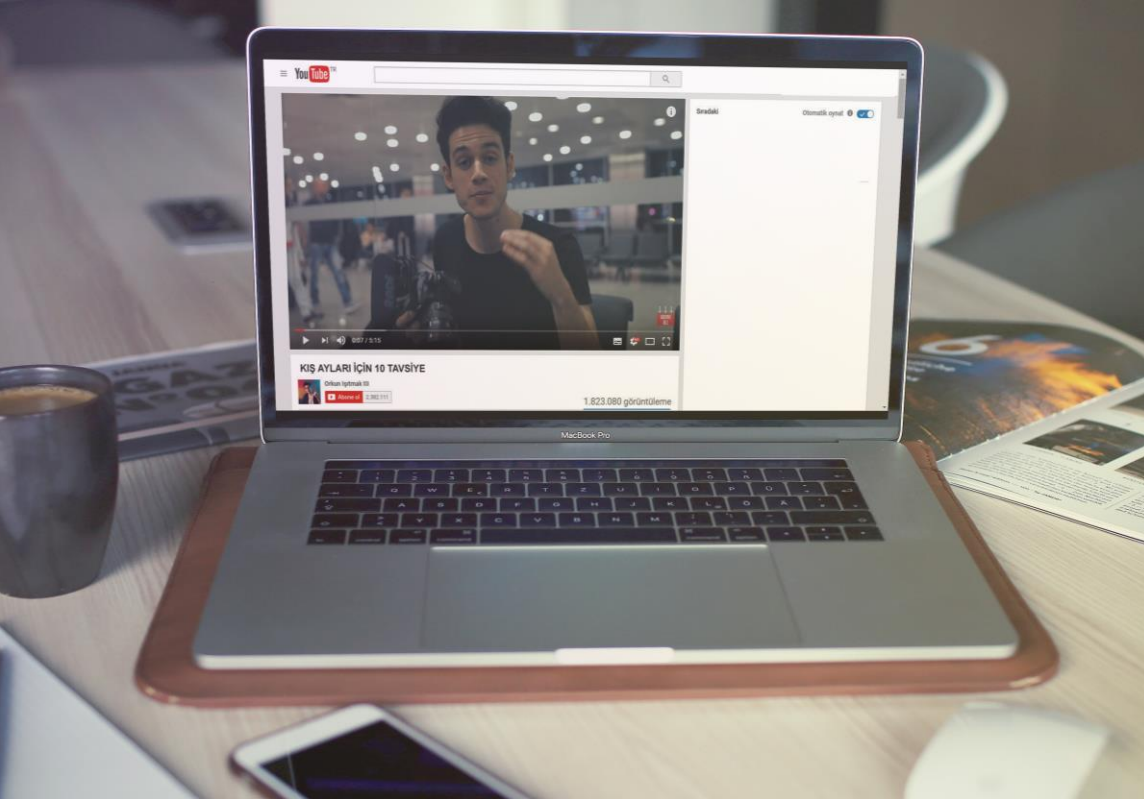
Uygulama: Gripin'in ne olduğu anlatılacak ve insanlara tekrar hatırlatılacak.

Gripin'in buluşundan günümüze gelen bir zaman yolculuğunun anlatılacağı reklam filminde gripin hakkında bilgiler verilerek ürün tekrardan tanıtılmış olacak.

Belgesel tadında olacak Reklamda seslendirme kullanılacak ve samimi bir üslup seçilecek.

Reklam Senaryosu: (Nostaji tarzında Retro bir reklam konseptinde)
(Eski fotoğraflar akmaya başlar)

Dış ses: Takvimler 1931'i gösterdiğinde Türkiye'nin en Sert kışlarından biri yaşandı. Herkes'in grip olduğu o Yıllarda Necip Akar Türkiye'nin ilk ağır kesici/ateş Düşürücüsünü üretti. Merak etmeyin Her Derdin Bir Devası Her Ağrının Gripin'i Var 1931'den Beri Sağlığınız İçin Gripin Var



İLETİŞİM FAALİYETLERİ

Akıllı Telefon Uygulaması (Gripim) ve Kızılay Sponsorluğu

Amaç: Günümüzde neredeyse herkes akıllı telefon kullanıyor ve akıllı telefon uygulamaları hayatımızı kolaylaştırmakla beraber hayatımıza fazlasıyla girmiş ve parçası olmuş durumda. Burada gripin kendi uygulamasını yaparak hem marka tanıtımını yapacak hem de kendisi için ek gelir elde edecek.

Uygulama: Bir yazılım şirketiyle anlaşarak gripin için uygulama üretilmesi istenilecek. Uygulamanın adı gripim olacak uygulamanın amacı insanların grip olduklarında aldıkları ilaçları uygulamaya tanıtarak ve doktor reçetesi bilgilerini girerek ilaçların alınma zamanlarında bildirim gönderilmesi ve ne kadar almaları gerektiğini söylemek olacak. Sadece kendi ürünleri için değil diğer ağrı kesici/ateş düşürücüler için de kullanılacak uygulama'da hem ek gelir elde edilirken hem de gripin ismi insanların her alanında bulunmuş olacak.

Amaç: (Kızılay)

Kızılay gibi kurumlar insanlara yardım etmek amacıyla kurulmuş ve kurulma amacını hala sürdüren kurumlardır. Bir nevi sosyal sorumluluk olarak gripin kıızılay'a ilaç sponsoru olacak.

Uygulama: Kızılayla anlaşma yapılacak ve ilaç sponsoru olunacak eylemleri sırasında kullanacağı ağrı kesicileri gripin tedarik edecek. Böylelikle sosyal sorumluluk görevi yerine getirilmiş olacak.



İLETİŞİM FAALİYETLERİ

FESTİVALLERDE GRİPİN STANDI

Amaç:

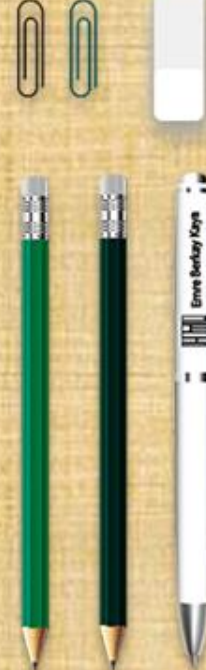
Türkiye içersinde önemli ve büyük organizasyonlu festivallerde gripin standları kurulacak.Bu festivallerde normal fiyatının yarısına ağı kesiciler ve deva satılacak.

Türkiye'de festivallere katılanlar genellikle gençler oldukları için hedef kitemizi bu konserlerde yakalamayı ve olumlu,dostça bir imaj yaratmak istiyoruz.

Uygulama: Zeytinli Rock Festivali, Jazz Festivali ,Rock Off , Kuşadası Gençlik Festivali ilk olarak uygulamanın yapılacağı konserler olucak. Etkinliğin yapılabilmesi için gerekli kurumlarla görüşülerek izinler alınacak. Standda Gripin'in ürettiği her ürün satılabilecek. Normal Fiyatından daha düşük fiyatta satılacak olan bu ürünler için stand'da pankartlar olucak."Festivale özel yarı fiyatna" "Gripin sizin için " "Her zaman yanınızda " gibi mesajlar verilecek. Bu etkinlikle festivalde hedef kitemiz için gripin'i unutulmaz kılmak, alışkanlık haline getirmek ve markaya sempati kazandırmak.

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31
Kasım	Aralık	Ocak	Şubat
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30





HER DERDE GRİPİN DEVA
AÇ BI DEVA

GRİPİN ŞİMDİ SİZİN İÇİN
YARI FİYATINA !

SİZ MÜZİĞİN KEYFİNİ ÇIKARIN GRİPİN HER ZAMAN
YANINIZDA...



İLETİŞİM FAALİYETLERİ

KAMPÜSLERDE GRİPİN

Amaç:

Kampüs içersinde gripin ve gripin deva satarak hedef kitemize yakın olmak istiyoruz.

"Gripin öğrencinin yanında " sloganıyla gençlere karşı samimiyet kazanarak hedef kitemize hem yakın olmak hem de kolay ulaşabilecekleri alan yaratmak istiyoruz.

Uygulama:

Öncelikle gerekli kurumlarla görüşülerek gerekli izinler alınacak.

Daha sonrasında kampüs içersindeki cafe ve kantinlere gripin deva ve gripin kaşe dağıtılacak.

"Gripin öğrencinin yanında " sloganıyla afişler yapılarak üniversite içersindeki alanlara asılacak.

Sınav zamanlarında aktif olarak çalışmalar yapılarak " Arkadaşlarınızla beraber sınav stresiniz için şimdi 1 Derde 2 Deva " sloganıyla kampanyalar yapılacaktır.

Öğrencilerin sempatisini ve sevgisini kazanmak amaçlanmaktadır.

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Ekim	Kasım	Aralık	Ocak
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
7	7	7	7
8	8	8	8
9	9	9	9
10	10	10	10
11	11	11	11
12	12	12	12
13	13	13	13
14	14	14	14
15	15	15	15
16	16	16	16
17	17	17	17
18	18	18	18
19	19	19	19
20	20	20	20
21	21	21	21
22	22	22	22
23	23	23	23
24	24	24	24
25	25	25	25
26	26	26	26
27	27	27	27
28	28	28	28
29	29	29	29
30	30	30	30
31	31	31	31





GRİPİN

ARKADAŞIN VE SENİN SINAV
STRESİNİZ İÇİN ŞİMDİ 1 DERDE
2 DEVA !
GRİPİN HER ZAMAN
ÖĞRENCİNİN YANINDA

The advertisement features two bottles of GRİPİN DEVA water. The bottles are clear with blue labels that have the GRİPİN logo and the word DEVA. They are set against a light blue background with a butterfly and water splashes. The entire advertisement is framed by a dark border.

İLETİŞİM FAALİYETLERİ

GRİPİN İÇİN AKUSTİK VAKTI

Amaç:

İnternet üzerinden hedef kitemize hitap etmek, müzik dinleyen veya müzisyen hedef kitemize karşı sempati kazandırmak.

"Gripin İçin Akustik Vakti" adıyla bir youtube kanalı kurularak genç, tanınmayan müzisyenlerin kendi şarkılarını veya coverlarının kaliteli ekipman ve kameralarla beraber kaydedilerek youtube kanalından paylaşılması bu sayede genç kitleye kalıcı bir reklam yapmak ve sempatisini kazandırmak.

Aynı zamanda ara-sıra tanınmış müzisyenleri davet ederek genç kitleye hitap eden canlı performans dinletisini hedef kitemizle buluşturmak.

Uygulama:

"Gripin İçin Akustik Vakti" adıyla youtube kanalının açılması, canlı performans için stüdyo kiralanması, gerekli ekipmanlar edinildikten sonra sosyal medya'ya afiş reklamı verilmesi.

İlk performanslar için gençlere hitap eden "Adamlar Grubu" ve "Deniz Tekin"le anlaşarak canlı performansları youtube kanalı üzerinden paylaşarak hedef kitemizi varlığımızdan haberdar edeceğiz. Daha sonrasında mail yoluyla başvuruları alıp genç tanınmayan müzisyenlere yer vereceğiz.

Stüdyo ev konseptinde samimi bir ortam olacak.

Gripin Logosuna ve ürünlerine videolarda yer verilecek.

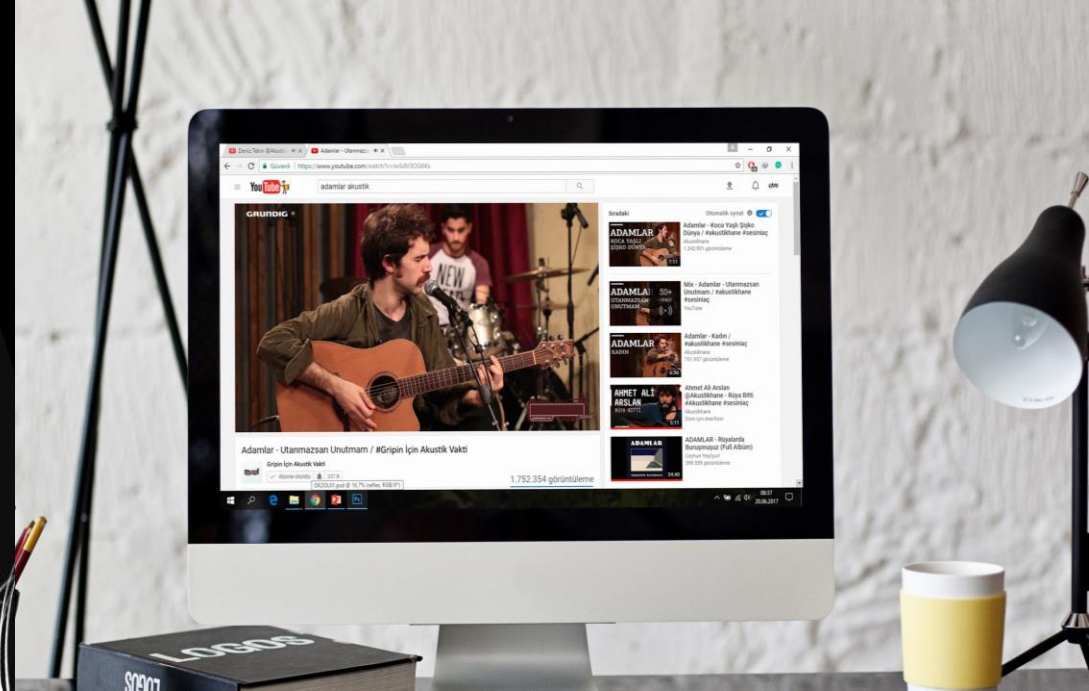
GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
7	7	7	7
8	8	8	8
9	9	9	9
10	10	10	10
11	11	11	11
12	12	12	12
13	13	13	13
14	14	14	14
15	15	15	15
16	16	16	16
17	17	17	17
18	18	18	18
19	19	19	19
20	20	20	20
21	21	21	21
22	22	22	22
23	23	23	23
24	24	24	24
25	25	25	25
26	26	26	26
27	27	27	27
28	28	28	28
29	29	29	29
30	30	30	30
31	31	31	31



Gripin Ve Sizin İçin Şimdi Akustik Vakti

Gripin İçin Akustik Vakti Youtube kanalını ziyaret et
sende şarkını söyle !



ZAMANLAMA

Faaliyetler 2017 Nisan – 2018 Nisan/2019 Nisan tarihleri arasında gerçekleştirilecektir.

Faaliyetler	N	M	H	T	A	E	E	K	A	O	Ş	M
Gripin Logo Yarışması	X	X	X									
Sosyal Medya Kullanımı	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Bilgisayar oyunları reklamı	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Dizi Ürün Yerleştirme									X	X	X	
Ambalaj tasarımı	X											
İnavasyon Ürün Deva	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Vlogger ve onedio reklamları								X				
Yotube Reklamı								X	X	X		
Akıllı Telefon uygulması ve kızılây sponsorluğu	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	x	x
Festivallerde Gripin Standı ve Kampüste Gripin	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gripin İçin Akustik Vakti	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Kampüste Gripin	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

2017 Nisan	2018 Nisan	2019 Nisan	2020 Nisan
1	1	1	1
2	2	2	2
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
6	6	6	6
7	7	7	7
8	8	8	8
9	9	9	9
10	10	10	10
11	11	11	11
12	12	12	12
13	13	13	13
14	14	14	14
15	15	15	15
16	16	16	16
17	17	17	17
18	18	18	18
19	19	19	19
20	20	20	20
21	21	21	21
22	22	22	22
23	23	23	23
24	24	24	24
25	25	25	25
26	26	26	26
27	27	27	27
28	28	28	28
29	29	29	29
30	30	30	30



BÜTÇELEME

Faaliyetler	Kim Tarafından Karşılancak	Bütçe
Gripin Logo Yarışması	Gripin A.Ş.	6.000 TL
Sosyal Medya Kullanımı	Gripin A.Ş.	-
Bilgisayar oyunları reklamı	Gripin A.Ş.	70.000 TL
Dizi Ürün Yerleştirme	Gripin A.Ş.	30.000 TL
Ambalaj tasarımı	Gripin A.Ş.	5.000 TL
İnovasyon Ürün Deva	Gripin A.Ş.	19.000 TL
Vlogger ve onedio reklamları	Gripin A.Ş.	10.000 TL
Yotube Reklamı	Gripin A.Ş.	30.000 TL
Akıllı Telefon uygulması ve kızıl原因 sponsorluğu	Gripin A.Ş.	50.000 TL
Festivallerde Gripin Standı ve Kampüste Gripin	Gripin A.Ş.	50.000 TL
Gripin İçin Akustik Vakti	Gripin A.Ş.	100.000 TL
Kampüste Gripin	Gripin A.Ş.	50.000 TL

Toplam= 370.000 TL

GRİPİN ETKİNLİK TAKVİMİ

Ekim	Kasım	Aralık	Ocak
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

