



T.C

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
ÇANAKKALE SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU

PAZARLAMA VE REKLAMCILIK BÖLÜMÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI

ZULÜMSUZ DEV MARKALAR

HAZIRLAYANLAR

CEREN TUNALI

OKTAY ÖZDEK

DANIŞMAN

ÖĞR. GÖR. SEÇİL DÜZTEPE

ÖĞR. GÖR. ONUR BAYRAM

ÇANAKKALE

MART, 2021

PROJENİN İSMİ: Zulümsüz Dev Markalar

PROJENİN TANIMI: Proje; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programında iki farklı öğretim elamanının ortak yürüttüğü iki farklı ders kapsamında sosyal sorumluluk ve halkla ilişkiler kampanyası olarak hazırlanmış fiili ve dijital olarak uygulanmış ya da uygulanmaya çalışılmıştır.

PROJİYİ DÜZENLEYEN KURUM/KURULUŞ: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu.

1. DÜZENLEYİCİ VE DESTEKLEYİCİLER

- **PROJE ORTAKLARI:** Projenin gidişatına uygun sosyal medya reklamcılığı için influencer, sosyal medya fenomenleri, grafik tasarımcıları ve kişilerle iletişim ve fiyat belirlemesi sağlanacaktır.
- **SPONSORLAR:** Kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinde kobay hayvan kullanmayan markalar ile sponsorluk yapılacaktır. (Note, essence, duru, ışıl gibi markalar)

2. EKİP VE GÖREVLER

Proje ekibi ve görev dağılımı.

PROJE EKİBİ:

Araştırma ve Analiz Etmek: Oktay Özdek

Toplumsal sorunların araştırılması, sorunlara güvenilir çözümler aramak, planlı ve sistemli olarak verilerin toplanması projelere karar vererek yorumlanması bütün alternatifleri incelemektedir.

Geliştirme ve Uygulama: Ceren Tunalı

Projelere toplumun bilgisinin arttırılması ve bilinirlik sağlamak adına süreç, sistem ve uygulamalar tasarlamak üzerine kullanılması için sistemik yaratıcı çalışmalar üretmek, toplumun ilgisini çekecek farkındalıklar yaratmaktadır.

Proje Danışmanları: Öğr. Gör. Seçil DÜZTEPE, Öğr. Gör. Onur BAYRAM

PROJE ÖZETİ

Hayvan deneyi yapmayan markalardan 4 Ekim Hayvanları Koruma günü için 32 markanın birleşmesini talep edeceğiz ve web sitesi oluşturmaları için sponsorluk rica edeceğiz. Projeyi markaların kabul etmesini sağlamak amacıyla internet üzerinde yapılacak olan imza kampanyasını oluşturacağız. Yeterli hedef kitleye ulaşılması durumunda sosyal medyanın gücünü kullanacağız. İmza kampanyası tamamlandıktan sonra markalarla iş birliği ve iletişim sağlamak amacı ile mail, instagram aracı kurum ve kuruluşlara projeyi sunacağız. Projenin amacı ve yapılma nedenini anlatacağız. Markalar projeyi kabul ederlerse sosyal medya fenomenleri ve influencer ile 4 Ekim'de markaları tek çatı altında topladığımızı ilan edeceğiz, markaların etiketleri olan storyleri paylaşmalarını talep edeceğiz. Markalarla iletişim sağlanamaması durumunda instagram üzerinden projeyi tekrar hedef kitleye sunacağız.

PROJENİN AMACI:

Projelerimizde ulaşmak istediğimiz sonuçlar hayvanların yaşama haklarını korumak, markaların bakım ürünlerinde hayvanların deney olarak kullanımını azaltmak, markaların satışlarını artırmak, hedef kitlenin bilinçlenmesi ve empati yapısının gelişmesini sağlamak. Uzun bir dönemden sonra sosyal farkındalık projelerinin unutulmaması ve uygulanmasını sağlamak. Hiçbir canlının insanlar için üretilen markalar için acı çekmemesini sağlamak ve markaların alternatif yollarla ürünlerini hedef kitleye sunmasını sağlamaktır. Projenin uzun ömürlü ve unutulmaması açısından hedef gruplar için sürdürülebilir faydalar üretmeyi, hedef kitlenin doğru markalara bütçe yatırımı yapmasını sağlamayı amaçlamaktayız, hayvan deneyi yapmayan markaları ödüllendirmek markaları bir çatı altında toplayıp sponsorluk uygulamalarına geçilerek web sitesi ve instagram oluşumunu sağlamaktayız. Projemiz save ralph videosundan esinlenerek tasarlanmıştır, hayvana yapılan şiddete ve her türlü eziyete tüm insanlık olarak karşı çıkılmaktadır. Projenin hayata geçirilmesi aşamasında markaların imajlarını büyük bir boyuta taşımak için bir araya getirerek birlik ve beraberlik sayesinde deneylerin azaltılması 4 Ekim Hayvanları Koruma Günü olması ve belirtilmiş gün yapılması halinde hedef kitlenin bilinçlenmesi ve duyar aşaması oldukça artacaktır. Bilindiği üzere hedef kitleler beğendiği ve örnek gördüğü markaları rol model alırlar. Projemiz hayata geçirilirse markaların satışları oldukça artmış olacaktır. Tüm dünyanın ses getirdiği save ralph videosunda olduğu gibi kişiler toplumsal olaylara yani gündeme tepkilerini geciktirmeden yanıtlar, markalar olumlu tepkiler alındığı zaman hem markalar hem de kişiler memnuniyet kazanırlar. Markalarla tek çatı altında toplanması halinde ücretsiz reklam için instagramdan gündem olmak adına sosyal medya fenomenleri ve yüksek takipçili hesaplarla iletişime geçilerek hem instagram hem web sitesi oluşturarak gündemi korumayı amaçlamaktayız. Günümüzde gündemi sarsan haberleri artık sosyal medyadan öğrenmekteyiz. Proje ekibi olarak markalara ve insanlığa Dev Markalar Projesi sayesinde en etkili faydalar sağlamak ve beraber projeleri büyütmek istiyoruz. İnsanlar olarak yapılan zulme hep birlikte dur demek adına bir arada olmayı amaçlamaktayız.

PROJENİN HEDEFİ:

Projelerimizde hayvan haklarını, markaları ve hedef kitleyi korumak adına belirlemekte olduğumuz süreler içerisinde alternatif sorunlara çözümler üretmeyi geliştirerek kazanç, bilinirlik ve farkındalık kazandırmak, hayvanların sesi olduğumuzu unutmamamız için projelerimizin yürürlüğe girmesini hedeflemekteyiz. Hayvan deneylerinin yapılmasını azaltmak ücretsiz reklam ve sponsorluk markalarla iş birliği sürecini beklemekteyiz. Projemizin ortak hedefi markalarla birlikte iş birliği sürecine başlayarak hedef kitleye karşı tüm markaların daha güçlü ve akılda kalıcı işler ve imajlar bırakması toplumun dikkatini çeken hayvan deneylerini azaltılma çalışmalarında bizimde iş birliğimiz olması halinde türk satış yapan markalar haricinde tüm dünyada ulusal bilinirlik ve işler yaparak sosyal medyada ilan edilen gün, birlik ve beraberlik sayesinde yükselerek akılda kalıcı projeler yürütmeyi hedeflemekteyiz. İş birlikleri süreci için sadece markalar hedef kitle sosyal medya uzmanlığı kazanç sağlanması değil tüm dünyada bilinirlik ve kazanç sosyal projelerin desteklenmesi sağlanacaktır. Hayvanlar için ortak bir gün olması sosyal medyanın gücü ve markaları birleştirmeyi hedeflemekteyiz. Projemiz gerçekleşir ise TRT yarışmasına başvurarak tüm insanlığa özellikle projeleri tasarlama gerçekleştirme ve topluma yarar sağlayan bireyler açısından umut olmuş olacağız. Gelecek yıl ki öğrencilerin araştırma projesi dersi için örnek almaları adına 2022-2023 Hayvan Dostu Marka Projeleri de dosyamızda bulunmaktadır.

PROJENİN HEDEF KİTLESİ:

Projemizin hedef kitlesi 18-34 yaş aralığında tahmini olarak genç ve orta yaşlardaki bireyleri etkilemektedir. Sosyal medyanın gündemini takip eden ve tepkileri yansıtan sosyal medya kullanım istatistiklerine göre hesaplamalar bu şekildedir. Projenin uygulama aşamasına geçilirse yaş aralığı televizyon gündemine geçilirse değişim gösterecektir. Save ralph videosundan markaları hedef gösteren hedef kitle genellikle kadın olduğundan Zulümsüz Dev Markalar Projesinde benzer istatistikler oluşabilirler.

- **Hedef Kitle Analizi:**

Sosyal medya kullanım oranları We Are Social ve Hootsuite verilerine göre dünya genelinde 3,8 milyar kişi aktif olarak kullanmaktadır.

Instagram'ın toplam 1 milyar kullanıcısı var ve bu sayı dünya nüfusunun %10 da daha fazla Türkiye ise 39 milyon kullanıcı aktif olarak kullanmaktadır.

Medya takip kurumu ajans Press'in We Are Social elde ettiği bilgiye göre aktif instagram kullanıcı sayısı 928,5 milyondur ve 18-24 yaş aralığı instagramı daha aktif kullanmaktadır. Hafta içleri hafta sonlarına göre daha çok erişim gücüne sahiptir. Perşembe günü 11.00 suları kullanıcılar için en aktif olan zamandır. Türkiyede instagram kullanıcılarının %47,7 si kadın %57,3 ise erkektir. Kullanıcıların çoğu 25-34 yaş grubu içinde yer almaktadır.

Instagramdan oluşturduğumuz Zulümsüz Dev Markalar hedef kitle analizi 18-34 yaş aralığını ve Türkiye'de olan İstanbul şehrini kapsadığı için hedef kitle yaş aralığını genişletmek adına Show TV'ye projemizi tanıtarak televizyon basınında yer almayı hedefliyoruz.

PROJENİN KATMA DEĞERİ:

Projelerimizin ulusal olarak toplumsal refaha ve bilimsel araştırmalar yapılması varsayılan sonuçların elde edilmesini beklemekteyiz. Markalardan beklentilerimiz kobay yapmayan markaların ürünlerinin hedef kitle açısından pahalı karşılanması sonucunda 4 Ekim indirim günü ilan etmesi, hayvan deneyi kullanan markaların bilimsel araştırma ve gelişimlerini tamamlayarak deneylere son vermesi, imza kampanyası düzenleyen firmaların ve hedef kitlenin projeyi desteklemesi ve onay vermesi farkındalık adına sosyal medya fenomenlerinin reklam yapılmasına destek olması ve grafik tasarımlarının eksiksiz şekilde yapılmasını istemekteyiz. Markaların ve toplumun desteği ile hayvanlara haklarına değer katma sürecine sağlamayı amaçlamaktayız.

1. Markaların hayvan dostu bilinirliği artacaktır.
2. Hedef kitlenin hayvan dostu markalara yatırım yapmasını sağlayacaktır.
3. Ücretsiz reklam desteği sağlanacaktır.
4. Hayvan hakları korunması daha fazla artmış olacaktır.
5. Markalar birlikte işbirliği sürecine girmiş olursa hedef kitle artacaktır.
6. Soysal medya üzerinde yapılan projelere destek artmış olacaktır.
7. Hayvan deneyi yapan markalar rol model olarak ücretsiz reklam ve hedef kitle desteği görünce kobay yapmayı bırakabilirler.

UYGULAMA:

1. PROJENİN UYGULAMA AKIŞI:

Projelerimizin uygulama yönetim sistemi planlarımız: Sosyal medya, markalar, hedef kitle gibi iş birliği gerektiren süreçlerden geçmesini hedeflemekteyiz. Projelerin alternatif çözümler ve sosyal medya markalar ve hedef kitlelerin desteği ile uygulama akışının sağlanmasını beklemekteyiz. 2021 uygulama akış planı aşığıdaki notlarda ayrı başlık olarak ele alınmıştır. Projemiz chang.org dan kampanya oluşturarak uygulamaya geçilirken sosyal medyadan imza toplamak için kendi hazırladığımız storyi çekerek ve link koymakla yürütülürken 32 markanın belirlenip tek çatı altında toplamak için mail göndermek ve yanıt bekleme sürecinden sonra instagramda Zulümsuz Dev Markalar oluşturarak devam etmektedir.

2. PSİKOLOJİK STRATEJİLER:

Hedef kitleyi etkileme aşamasında ki stratejilerimiz markaları rol model olarak ve sosyal medyadaki erişimleri etkileşim olarak hedef gruplarla birleştirerek bir bağ oluşturmuş olacağız. Aynı zamanda sürekli paylaşımlarla Ralp videosu hatırlatılarak, konuyla ilgili bilinç akılda tutulacaktır.

3. PROJE KAMPANYA KANALLARI:

Projemizi uygulama kanalları sosyal medya üzerinde yürütülmektedir. Kampanya oluşturma ve sosyal medya hesabı açarak 18-34 yaş aralığında ki hedef gruba hitap ediyoruz. TRT Geleceğin İletişimcileri yarışmasına başvurup değerlendirmeye alınırsak, projenin tanıtımı yapılması destek bulunma ihtimali artacaktır. Ayrıca basının desteğini almak amacıyla ulusal kanallara projeyi basın bülteni olarak göndereceğiz.

2022-2023 YILLARINDA HAYVANLAR İÇİN DÜZENLEDİĞİMİZ ALTERNATİF PROJE KAMPANYALARI:

Hayvan deneylerini azaltmak adına imza kampanyasını yeni konusu deneyler sonucu ölen hayvanlar adına kobay kullanmayan markalardan alacakları ürünleri 4 Ekim'de sosyal medya hesapları üzerinden hastag #zulümsüzhayvanlarınsesiyim adına paylaşımlarını talep edeceğiz. Projemiz uygulamaya geçilemezse kobay deneyi kullanan markalardan alışverişi durdurmak adına grafik tasarımımızı yapacak olan kişiden deneylerin insanlar üzerinde yapıldığını gösteren görseli insanların bilinçlenmesi ve empati yapabilmesi açısından influencer ve sosyal medya fenomenleri aracılığı ile yayınlayacağız. Tasarladığımız projelerde, markalar, fenomenler ve grafikler tasarımcı insanlarla anlaşma sağlanması durumunda grafik tasarımını, tasarlamış olduğumuz görseli üniversitede grafik tasarım okuyan öğrenciler ile hazırlayıp basımları yapıldıktan sonra Trakya bölgesinde dağıtacağız. Projelerin imza kampanyaları için en az 10.000 kişinin imzası gerekir. Tasarladığımız projeler ortalama 3 yıl sürecektir.

PROJENİN SÜRESİ VE ZAMAN PLANI:

Zulümsüz Hayvanların Sesiyim 2022:

- 1 Ağustos- 3Ekim: İnternet üzerinde imza kampanyası başlatmak ve yayınlamak.

- 4 Ekim: Hedef kitlenin deney kullanmayan markalardan aldığı ürünleri hastag #zulümsüzhayvanlarınsesiyim etiketiyle paylaşmasını sağlamaktır.

Görsel Afiş Hazırlama 2023:

- 20-31 Temmuz: İnsanların üzerinde deney yapıldığı gösteren grafik tasarımı yapılmasını sağlamaktır.
- 1-31 Ağustos: Sosyal medya fenomenleri ile reklam ve iş birliği sürecinin gidişat aşaması
- 1-30 Eylül: Grafik ve görsel tasarım okuyan öğrenciler ya da bireyler ile tasarlanma ve basım yapılmasının hedeflenmesi
- 1-4 Ekim: Grafik tasarımların sosyal medya ya da Trakya bölgesinde hedef kitleye sunulması

PROJENİN KAMPANYA ZAMAN GRAFİĞİ:

PROJENİN SÜRESİ: Projemiz 4 Mayıs 2021'den 4 Ekim 2021'e kadar sürmektedir.

PROJENİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ:

Projemizin başlangıç tarihi 2021'den bitiş süresi 2023'e kadar sürecektir. Planladığımız çalışma aşamalarına ulaşmayı sağladığımız zaman yaptığımız hedefleri, raporları, sonuçları ile hedef kitlelerin insanlar, hayvanlar ve daha birçok toplumsal konu hakkında savunması ve projeleri hayata geçirmeden de önderlik etmiş olacağız.

RİSKLER VE TEHDİTLER:

- Web sitesi oluşturmak
- Instagram için sponsorluk sağlanmaması
- Tek çatı altında markaları birleştirememek
- Tanınmış kişilerle iletişime geçilememesi ve bu yüzden projenin yürütülememesi
- Markalarla iletişim sürecinin eksik olması

GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERDE:

Güçlü yönlerde;

1. Yakın gündemi kapsayan bir proje
2. Sosyal medyada gündem olacak bir proje
3. Geliştirilebilir ve değişime açık bir proje
4. Hedef kitleyi ve markaları birlik yapacak bir proje
5. Hayvan severlerin dikkatini çekecek özgün bir proje

Zayıf yönlerde;

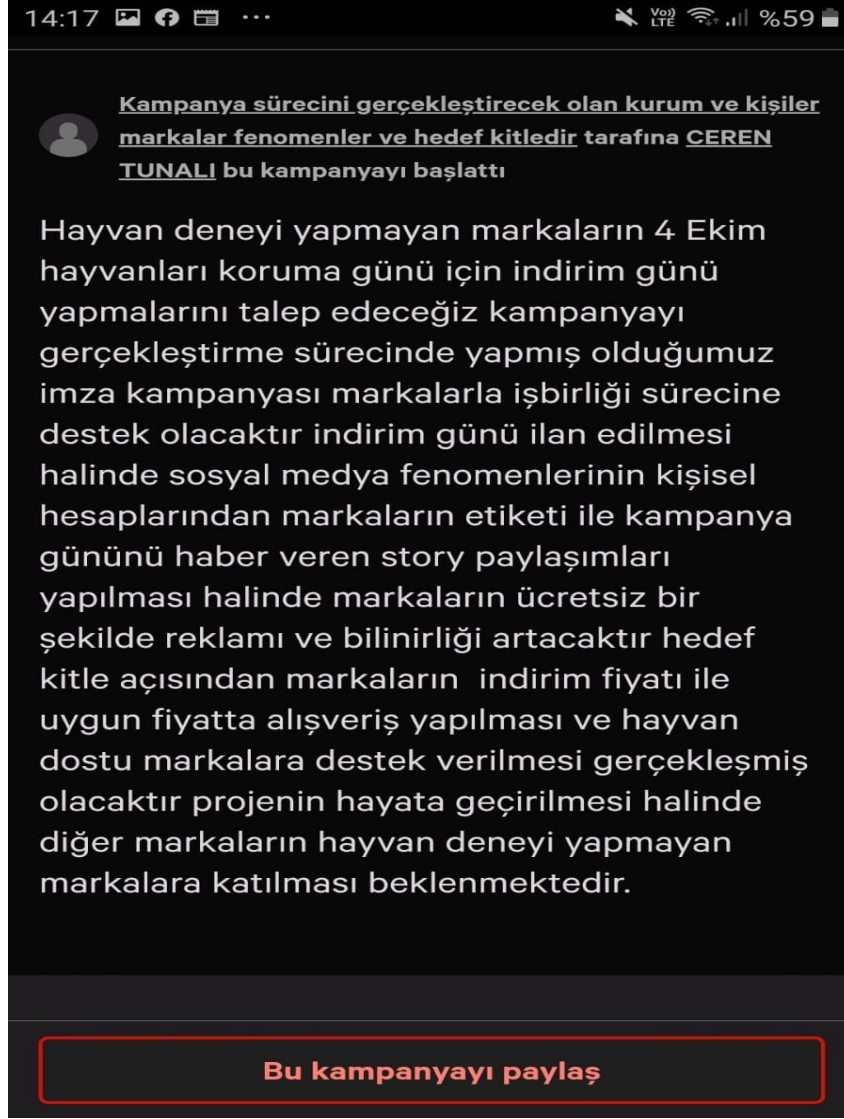
1. Markalarla iletişimin zor olması
2. Basın ve sosyal medya desteğinin az olması
3. Sosyal medya ve fenomenlerin projeyi dikkate almaması ve sponsorluk desteği vermemesi
4. Grafik tasarımcı ve web sitesi instagram kullanımı nasıl olmalı bilinmemesi
5. Bütçe yatırımı için destek sağlanmaması
6. Reklam ve bilinirlik aşamalarının az olması

2021 ZAMAN VE UYGULAMA AKIŞ PLANI:

- 4 Mayıs 2021 Hayvan deneyi yapmayan markaların belirlenmesi ve marka seçimi. Markalar hakkında bilgi edinme ve mail bilgilerinin bulunması. (Oktay Özdek)
- 7 Mayıs 2021 Change.org kampanya başlatma (Ceren Tunalı)



**Hayvan Deneyi Yapmayan
Markalara 4 Ekim Günü Destek
Olalım**



- 31 Mayıs 2021 Markalarla web sitesi oluşturmak, tek çatı altında birleştirmek ve sponsorluk toplamak için 32 markaya mail gönderme. (Ceren Tunalı)

Markalara gönderdiğim mail:

Sayın Yetkili

Ben; Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Çanakkale Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı öğrencileri Ceren Tunalı ve Oktay Özdek. Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar dersi ile Araştırma Projesi dersi halkla ilişkiler ve sosyal sorumluluk projeleri üretmekte ve bunları uygulamaya geçirmektedir. Türkiye’de satışı olan hayvan deneyi yapmayan markaların 4 Ekim indirim günü yapılması için hazırladığımız “Zulümsüz Dev Markalar” adlı projemizi gerçekleştirmek için destek amaçlı sponsorluk sağlamanızı beklemekteyiz.

Save Ralph videosundan esinlenerek hayvanların zulme uğramasını engellemek amacıyla hayvan deneyi yapmayan markalardan 4 Ekim hayvanları koruma günü olarak ilan edilen gün için indirim yapmalarını markalardan beklemekteyiz projemizin hedef kitleye ulaşma aşaması için web sitesi oluşturmak amacıyla markalardan sponsorluk sağlanmasını istiyoruz siz değerli ve özel markaları bir çatı altında birleştirerek bizimle birlikte projeye destek vermeleri sponsorluk ve web sitesi yapım aşamasını ilk defa gerçekleştireceğimiz için yardımlarınızı derin bilgi ve çalışmalarınız için iletişim sağlanmasını beklemekteyiz.

Hayvanların kişisel bakım ürünleri için kobay kullanımını engellemek hayvan deneyi yapmayan markaların satışını arttırmak hayvan deneyi yapan markaların empati yapısının gelişmesi bilinçlenmesi hedef kitlenin doğru markalara bütçe yatırımı yapmasını projemizde amaçlamaktayız.

Projeye destekleriniz sağlandığı takdirde TRT’nin her yıl düzenlediği “Geleceğin İletişimcileri” yarışmasına bu yıl ilk kez projelerin yarışacağı bir yarışma kategorisi eklendi projemiz ile yarışmaya katılmayı hedefliyoruz detaylı bilgi almak isterseniz projemizin taslağını gönderebiliriz.

Sponsorluk Anlaşması Sağlamak İsteddiğimiz Markalar:

- 1. Activex*
- 2. Arkonem*
- 3. Arko*
- 4. Bershka*

5. *Bebak*
6. *Bade Natural*
7. *Bee Beauty*
8. *Carrefour Eco Planet*
9. *Duru*
10. *Essence*
11. *Eyüp Sabri Tuncer*
12. *Flormar*
13. *Gülşah*
14. *Golden Rose*
15. *Hobby*
16. *HM Cosmetics*
17. *Işıl*
18. *Kalyon*
19. *Kudra Cilt Besinleri*
20. *Molfix*
21. *Mis Bahçe*
22. *Milk Shake*
23. *Molped*
24. *Note*
25. *Nyx*
26. *Neva Colors*
27. *Natural Colors*
28. *Otacı*
29. *Pastel*

30. Sleppy

31. Tresan

32. The Balm

İlginiz için şimdiden teşekkür ederiz iyi çalışmalar dileriz.

CEREN TUNALI

Adres Bilgileri:

İletişim: tunalicerenn@gmail.com

13:46 %74

☰ Postalarda arama yapın

GÖNDERİLDİ

Alıcı: bingohayat 3 Haz
(konu yok)
Sayın Yetkili Ben; Çanakkale Onsekiz Mart Ün... ☆

Alıcı: bilgi 2 3 Haz
(konu yok)
Sayın Yetkili Ben; Çanakkale On... **Gelen Kutusu** ☆

Alıcı: info 3 Haz
(konu yok)
Sayın Yetkili Ben; Çanakkale Onsekiz Mart Ün... ☆

Alıcı: info 3 Haz
(konu yok)
Sayın Yetkili Ben; Çanakkale Onsekiz Mart Ün... ☆

Alıcı: molpedhayat 3 Haz
(konu yok)
Sayın Yetkili Ben; Çanakkale Onsekiz Mart Ün... ☆

Alıcı: socialbsk 3 Haz
(konu yok)
Sayın Yetkili Ben; Çanakkale C **Oluştur**

99+
Posta

Toplantı

- 31 Mayıs – 4 Ekim 2021: Hayvan deneyi yapmayan markalar için web sitesi oluşturma projeye sponsorluk sağlama ve Instagram fenomenleri, markaları etkileyerek indirim gününün sosyal medyada yayınlanmasını sağlamak.
- 3 Haziran markalardan aldığım geri dönüşler: Loreal ve HM markasından “E-postanızı aldık kısa zamanda geri dönüş yapacağız” e-postası aldık. CarrefourSA markası 2021 yılı içerisinde sponsorluk veremeyeceğini belirtti. Eyüp Sabri Tuncer projenin detaylarını içeren dosyayı iletmemi istediler ve gönderdim geri dönüş sağlamadılar.
- Diğer kalan 28 marka benimle iletişime geçmediler.
- 22 Haziran Zulümsüz Dev Markalar adına Instagram hesabı oluşturma.

Instagram Adresimiz:



19:37

Vodafone LTE %45

İstatistikleri Gör

Tanıtımını Yap



2 beğenme

zulumsuz_dev_markalar Merhabalar Biz Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Olarak Save Ralph Videosundan Esinlenerek Sosyal Sorumluluk Projesi Tasarladık Projemizi Kısaca anlatmak gerekirse Hayvan Dostu Markaları tek çatı altında toplayarak 4 Ekim hayvanları koruma günü için hedef kitlelerin doğru markalara bütçe yaptırımı yapmasını, hayvan deneyi yapmayan markaların ücretsiz reklam sağlamak ve imajlarını dahada güçlü bir hale getirmek adına projemizin yürürlüğe girmesini amaçlamaktayız projenin detayları öğrenmek adına profilimde olan linke tıklayarak yada öne çıkarılan hikâyede özet kısmından öğrenebilirsiniz projenin sosyal medyada gündem olması adına bağlantıyı kopyalayıp paylaşarak yorum ve beğeni atmanız gerekmektedir şimdiden desteğiniz için TEŞEKKÜR EDERİZ 🐰🐣🐤

#saveralph

#çomü

#crueltyfree

#hayvanlardanekdeğildir

#hayvanhakları

#hayvanlardanekolmasin

#comuogrencileri

#hayvanhakları

#hayvandostu

#markalar

#hayvandostumarkalar

4 dakika önce



Instagram story paylaşımı:

PROJE ÖZETİ

Hayvan deneyi yapmayan markalardan 4 Ekim Hayvanları Koruma günü için 32 markanın birleşmesini talep edeceğiz ve web sitesi oluşturmaları için sponsorluk rica edeceğiz. Projeyi markaların kabul etmesini sağlamak amacıyla internet üzerinde yapılacak olan imza kampanyasını oluşturacağız. Yeterli hedef kitleye ulaşılması durumunda sosyal medyanın gücünü kullanacağız. İmza kampanyası tamamlandıktan sonra markalarla iş birliği ve iletişim sağlamak amacı ile mail, instagram aracı kurum ve kuruluşlara projeyi sunacağız. Projenin amacı ve yapılma nedenini anlatacağız. Markalar projeyi kabul ederlerse sosyal medya fenomenleri ve influencer ile 4 Ekim'de markaları tek çatı altında topladığımızı ilan edeceğiz, markaların etiketleri olan storyleri paylaşımlarını talep edeceğiz. Markalarla iletişim sağlanamaması durumunda instagram üzerinden tekrar hedef kitleye sunacağız.

Instagram Hedef Kitle Analizi:

zulumsuz_dev_markalar 2g

**MARKALARIN ÜRÜNLERİNİN
ARKASINDA TAVŞAN SEMBOLÜ
VE İŞARETLERİ VARSA DENEY
YAPMADIĞINA İŞARETTİR**



#ZULÜMSÜZDEVMARKALARPRO
JESİ

496 kişi gördü

Paylaş... Tanıtımını Yap Öne Çıkar Daha Fazla

18:05

Vol LTE 53%



Hedef Kitle



Son 7 Gün

22 Haz - 28 Haz

Başlıca Konumlar

Şehirler

Ülkeler

İstanbul		33.9%
Ankara		4.2%
Kırklareli		4.2%
İzmir		4.1%
Bursa		3.2%

Yaş Aralığı

Tümü

Erkekler

Kadınlar

13-17		1.8%
18-24		32.7%
25-34		43.8%
35-44		14.3%
45-54		6.0%
55-64		0.3%
65+		1.2%

18:05

Vodafone LTE 53%



Hedef Kitle



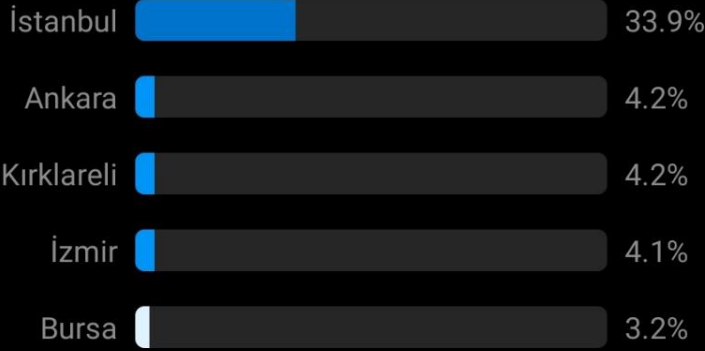
Son 7 Gün

22 Haz - 28 Haz

Başlıca Konumlar

Şehirler

Ülkeler

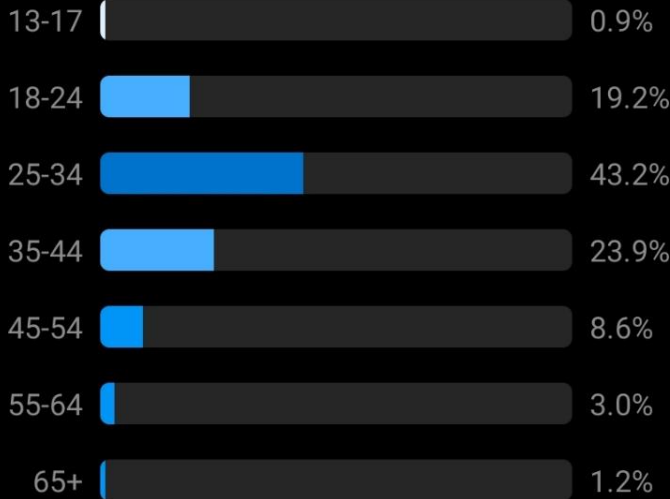


Yaş Aralığı

Tümü

Erkekler

Kadınlar





Hedef Kitle



Son 7 Gün

22 Haz - 28 Haz

Başlıca Konumlar

Şehirler Ülkeler

İstanbul	33.9%
Ankara	4.2%
Kırklareli	4.2%
İzmir	4.1%
Bursa	3.2%

Yaş Aralığı

Tümü Erkekler Kadınlar

13-17	2.1%
18-24	22.8%
25-34	43.1%
35-44	21.0%
45-54	7.5%
55-64	2.4%
65+	1.2%

17:57



Vodafone LTE 55% 22 Haz - 28 Haz

İstatistikler



Son 7 Gün

22 Haz - 28 Haz

İstatistiklere Genel Bakış

15 Haz - 21 Haz ile karşılaştırıldığında **+110.700%** hesaba daha eriştin.

Erişilen Hesap	2.216	>
	+110.700%	
İçerik Etkileşimi	61	>
	--	

Hedef Kitlen

Toplam Takipçi	13,100	>
	-1,3%	

Paylaştığın İçerikler

3 Gönderi	>
-----------	---

Real Techniques, Revolution Pro, Ziaja, Amika, ...



PROJENİN RİSKLERİ VE TEHDİTLER:

- İnternet üzerinde kampanya sağlayamamak ve projenin desteklenmesi için onay verilmemesidir.
- Markaların kampanyanın indirim tarihini kabul etmemesi ve projeye uygunsuz görmeleri.
- Sosyal medya fenomenleri ile iletişim sağlanamaması, reklam yapılamaması.
- Hedef kitlenin proje duyarsız kalması ve herhangi bir içerik paylaşmamaları.
- Görsel tasarım ofisinden istediğimiz basımın formata uygun yapılmaması, basın ve dağıtımın yeterli seviye ulaşmaması.
- Bütçeye uygun sponsorlu reklamları veren kişilerin bulunamaması.
- Fenomen House Sosyal Medya Fenomenleri ile anlaşma sağlanamaması.

PROJENİN BÜTÇESİ:

Sosyal Medya Reklamcılığı: 1 story, 1200 TL civarında 24 saat kalmaktadır. Projenin bilinirliğinin artması açısından 4 story en az paylaşılması 4800 TL'dir.

Grafik Tasarım: 250 TL'den başlamaktadır.

Web Sitesi: 200 TL'den başlamaktadır.

Instagram hesabı 1000TL'den başlamaktadır.

Ortalama Toplam Bütçe: 6.250 TL'dir.

Yukarıdaki sayılar tahmini olarak belirtilmiştir.