



SUNAR

YOL SENİN ,YÖN PUSULANIN

SINBO ELEKTRİKLİ TENCERE

REKLAM PROJESİ

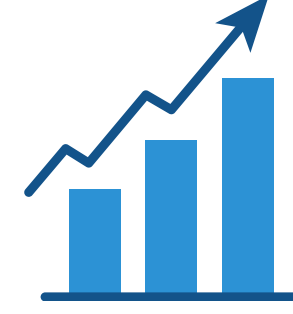




İÇİNDEKİLER

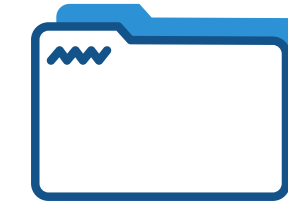
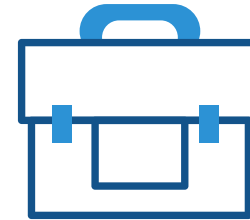
Amacımız.....	5
Araştırmalar.....	6
Ürün analizi.....	7
Saha çalışmaları hakkında görseller.....	8
Tüketici Analizi.....	9
Pazar Analizi.....	13
Pazar Fırsatları.....	15
Swot Analizi.....	16
Rekabetçi Analizi.....	17
Reklam Kampanyası.....	19
Sinbo elektrikli tenceresinin reklam çekimi.....	20
Reklam çalışmalarımız ve senaryolarımız.....	21
Bütçe Planı.....	26
Değerlendirme.....	27
Kaynakça.....	28
Kapanış.....	29

SİNBO ELEKTRLİ TENCERE REKLAM KAMPANYASI



AMACIMIZ ;

- Satışları artırmak.
- Marka güvenini yükseltmek.
- Doğru hedef kitleye ulaştırmak.





ARAŞTIRMALAR

1.ÜRÜN ANALİZİ



- Sinbo'nun bu kompakt elektrikli tenceresi, özellikle öğrenci evi, ofis veya tek kişilik kullanım için oldukça pratiktir. Hızlı ısınıyor, az yer kaplıyor ve basit yemekleri hazırlamak için fazlasıyla yeterli.
- Malzeme kalitesi fiyatına göre iyi. Yapışmaz iç yüzeyi sayesinde temizliği çok kolay; çoğu zaman sudan geçirmek bile yetiyor. Çalışırken fazla ses yapmaması ve kapağının elde rahat tutulması da güzel detaylar.
- Bu tencereler “Hepsi bir arada” mantığıyla çalışır .

SİNBO ELEKTRİKTLİ TENCERESİ BAZI SAHA ÇALIŞMALARARI



2.TÜKETİCİ ANALİZİ

A.HEDEF KİTLE

- Pratik yemek yapmayı seven kişiler
- Öğrenciler, yeni evliler.
- Küçük mutfak alanına sahip kullanıcılar.
- Uygun fiyatlı ve çok amaçlı ürün arayanlar.
- Ofiste yemek ısıtmak ya da pişirmek isteyenler.

B.TÜKETİCİ İHTİYAÇLARI

- Hızlı pişirme.
- Enerji tasarrufu yapmak.
- Kolay taşınabilir olması.
- Uygun fiyatlı olması.
- Temizliği kolay ürün olması.
- Birden fazla fonksiyon (kaynatma, haşlama, ısıtma vb.)



C.TÜKETİCİ KARAR ALMA SÜRECİ

- Fiyat uygunluğu
- Kullanım kolaylığı
- Markaya olan güven
- Ürünün çok amaçlı olması
- İncelemelerdeki memnuniyet yorumları
- Enerji tasarrufu sağlama

D.TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

- Pratiklik ve hız öncelik; tüketiciler kısa videolarla yemek tariflerini takip ediyor.
- Minimal mutfak trendi ve küçük evlerde kullanım artışı, kompakt cihazlara yönelimi artırıyor.
- Online alışveriş ve sosyal medya üzerinden ürün araştırması ve satın alma davranışı yaygın.

E.TÜKETİCİNİN SATIN ALMA SONRASI DENEYİMİ

olumlu,

- Kolay kullanım
- Çabuk ısınma
- Hafif ve taşınabilir oluşu
- Öğrenci ve çalışan kullanıcıların memnuniyeti

olumsuz,

- Çok uzun süreli kullanımlarda gövdenin ısınması
- Bazı modellerde küçük hacim nedeniyle az miktar yemek pişirme zorunluluğu
- Kapak buğulanması / çabuk çizilme gibi sorunlarının olması.



F.TÜKETİCİ ALGILARI VE BEKLENTİLERİ

Tüketici Algısı

- Sinbo markası genelde uygun fiyat–performans markası olarak görülür.
- Elektrikli tencere, “pratik ve ekonomik çözüm” ürünü olarak algılanır.
- Ev dışında (öğrenci yurdu, ofis) kolay kullanım sağlayan bir ürün olarak bilinir.

Tüketici Beklentileri

- Ürünün dayanıklı olması
- Su kaynatırken hızlı ısınması
- Camsız kapaksa buğu yapmaması ya da kolay temizlenmesi
- Aşırı ısınmama özelliği
- Kısa sürede yemek hazırlama imkânı
- Fiyatına göre performansının yüksek olması





3. PAZAR ANALİZİ

TÜRKİYE’NİN DURUMU

- Türkiye’de elektrikli pişirici ve mini mutfak cihazları pazarı hızla büyüyor, özellikle 18–35 yaş arası tek yaşayanlar, öğrenciler ve küçük mutfak sahipleri arasında.
- Küçük ve kompakt tencereler, düşük bütçeli ve pratik kullanım arayan kullanıcı segmentinde yüksek talepte isteniliyor.
- Online satış platformları (Trendyol,Hepsiburada,Amazon) bu segmentin ana satış kanalı.



4.PAZAR FIRSATLARI

- 1.Öğrenci / yurt / kampüs segmentine özel paketler
- 2.Garanti uzatma / hızlı servis programı
- 3.Öğretici içerik ve kısa tarif videoları
- 4.Güvenlik ve sertifikasyon vurgusu
- 5.Sürdürülebilirlik / geri dönüşüm programı
- 6.Mikro-influencer kampanyaları (özellikle öğrenci ve ev yaşamı içerikleri)



S

GÜÇLÜ YÖNLER

1. Küçük, hafif ve dar alanlara uygun olması.
2. Hızlı ısıtma ve pratik kullanım.
3. Uygun fiyatıyla iyi bir performans sunuyor.
4. Yapışmaz yüzeyi sayesinde kolay temizleniyor.

W

ZAYIF YÖNLER

1. Kapasitesi küçük, tek kişiye daha uygun.
2. Isı ayarı sınırlı; detaylı kontrol imkânı yok.
3. Çok fonksiyonlu rakiplerine göre özellik bakımından sade.
4. Uzun vadeli dayanıklılığı hakkında bazı kullanıcılar tereddüt edebilir.

O

FIRSATLAR

1. Öğrenciler, bekarlar ve küçük mutfak sahipleri için ideal bir hedef kitle.
2. Tarif videoları ve sosyal medya içerikleriyle kolayca popülerleşebilir.
3. Ek aksesuarlarla (buhar sepeti gibi) ürün gamı genişletilebilir.
4. Uygun fiyat avantajıyla e-ticarete yüksek hacim elde edebilir.

T

TEHDİTLER

1. Ucuz elektrikli pişirici pazarında yoğun rekabet var.
2. Kullanıcılar giderek daha çok fonksiyonlu cihazlara yöneliyor.
3. Olumsuz yorumlar satışları hızlı etkileyebilir.
4. Mikrodalga ve multicooker gibi alternatif ürünler tercih edilebilir.

5.REKABETÇİ ANALİZİ

AVANTAJLARI

Daha yüksek marka güveni ve yaygın olumlu kullanıcı geri bildirimi (kullanıcılar Arzum’u “kaliteli” ve “güvenilir” buluyor).

Genelde daha güçlü motor / kapasite ve daha fazla pişirme programının olması. (ör. Chefim modellerinde çok fonksiyonlu/ çok programlı yapılar).

Genellikle iyi güvenlik özellikleri ve çıkarılabilir kolay temizlenen parçalar sunuyor. (temizlik/pratiklik avantajı).

DEZAVANTAJLARI

Fiyatları Sinbo’ya göre genelde daha yüksek; “fiyat-performans” arayan kullanıcılar için daha az çekici olabilir.

Bazı modeller daha karmaşık; basit, hızlı kullanım arayan öğrenci/tek-kişili segmentinde gereksiz ağır bir algı yaratabilir.

Fiyat olarak orta-üst segmentte; Sinbo’nun bütçe segmentine doğrudan rakip olamayabilir.

Bazı modeller kullanım kılavuzu / program karmaşıklığı nedeniyle başlangıç kullanıcıları için kafa karıştırıcı olabilir.

RAKİP

ARZUM

FAKİR

NE SÖYLEYECEĞİZ ?

- Hızlı Pişirin.
- Enerji Tasarrufu Yapın.
- Kolay Temizleyin.
- Uygun Fiyat Ödeyin.
- Güvenli Kullanım.

kime söyleyeceğiz?

- Öğrenciler.
- Yeni Ev Kuranlar.
- Yoğun Çalışanlar.
- Küçük Mutfak Kullananlar.
- Sporcular

sinbo.

Reklam kampanyası çalışmaları

TEMA: ” Hızlı ,kolay ve ekonomik pişirme çözümü”.

SLOGAN:”Az yer kaplar ,çok iş görür.

a-Dijital Reklamlar: İnstagram ve tiktok vs. platformlarda paylaşımlar yapılacak.

b-E-ticaret

platformları:Trendyol,Hepsiburada,n11:Banner ve video reklamlar yüklenecek.

c-İnfluencer ve Mikro Influencerlerle işbirlikleri yapılacak.

d-PR ve Pazarlama :Blog ve Youtube kanallarıyla işbirliği

e-Offline destek:Üniversite kantinlere veya yurt girişinde tanıtım standı kurulacak.

f-Kampanya süresi:

Pilot Kampanya :2 hafta.

Sonraki aşama 1 aylık genişletilmiş kampanya öğrenci dönemi / kampüs dönemi odaklı.



SINBO ELEKTRİKLİ TENCERESİNİN REKLAM ÇEKİMİ

SAHNE 1 – BAŞLANGIÇ

Görüntü: Kadın mutfakta. Sebzeleri Sinbo elektrikli tencerenin içine koyuyor.

Ses :

“Hayat uzun...
Ama günler kısa.”

SAHNE 2 – HAREKET

Görüntü:

Kadın, Sinbo’nun tek tuşuna basar.

Ses:

“Yemek yapmak zor olmak zorunda değil.”

SAHNE 3 – AKIŞ

Görüntü:

Yemek kaynıyor. Buhar yükseliyor.

Kadın masada telefonuna bakıyor, çay içiyor.

Ses:

“Sen hayatına devam ederken...”

SAHNE 4 – SON

Görüntü:

Kadın, Sinbo’dan yemeği alıp tabağa koyar.

Ses (net ve sakin):

“Yemek hazır.”



Hayat uzun... Zaman az.



Yemek yapmak zor olmak zorunda değil.



Sen hayatına devam ederken...



Sinbo Elektrikli Tencere
Hayat hızlı. Yemek hazır.

OTOBÜS DURAĞI ÇALIŞMASI



BASILI MATERYALLER



BİLLBOARD ÇALIŞMALARI



A billboard advertisement for Sinbo electric cookers. The background is a dark blue night sky with city lights and a glowing blue energy field. In the center is a white Sinbo electric cooker with a black lid and handle. To the left of the cooker is a plate of breakfast food (sausage, eggs, and potatoes) and a small bowl of soup. To the right are two bowls of food, one with vegetables and one with spaghetti. The text is in white and yellow. The Sinbo logo and tagline are at the bottom left.

5 Dakikada
🕒 **Kahvaltı**

15 Dakikada
🕒 **Akşam Yemeği**

sinbo | Yenilikçi & Modern

sinbo.

BİLLBOARD ÇALIŞMALARI



ÇALIŞTIĞIMIZ İNFLUENCERLAR



BUSE ZEYNEP



EFE KUZAY



GOKALAF

BÜTÇE

ÜRÜNLER	MALİYET
INSTAGRAM	130.000
YOUTUBE	120.000
TİKTOK	170.000
REKLAM ÇEKİMLERİ	1.000.000
BASILI METARYALLER	160.000
BİLLBOARD	1.600.000
GOOGLE REKLAMLARI	140.000
INFLUENCER İŞBİRLİKLERİ	450.000
ŞİRKETİN AYLIK GELİRİ (ÇALIŞANLAR)	1.230.000
TOPLAM BÜTÇE	4.120.000

sinbo.

DEĞERLENDİRME

Yaptığımız çalışmalara bakılırsa;Türkiye genelinde Sinbo. elektrikli tencere hem çok kullanışlı hem de yalnız yaşayanlar özellikle öğrenciler tarafından çokça tercih edilen bir ürün. Aynı zamanda diğer markalara oranla fiyatı hem çok düşük hem de kullanım alanı çok daha yüksek. Fakat bazı kullanıcılar ,fiyatının düşük olmasından ve çok çabuk pişirmesinden tereddüt edip ürünü almıyor. Bu gibi sorunlar ürünün itibarını az da olsa zedeliyor .Bu durumda; Yapılan reklam kampanyası sonrası tekrar pazar analizi yapılacak(Tüketicilere yönelik anket hazırlanması ,yapılacak etkinlikler yada reklam kampanyası satışları arttırdı mı?)gibi değerlendirmeler yapılacaktır.

KAYNAKÇA

- sinbo billboard <https://www.sinbo.com.tr/en/advertising-and-promotional-film>
- <https://www.behance.net/gallery/144492891/Sinbo-Kurumsal-Kimlik-Billboard/modules/81624326>
- [/www.behance.net/gallery/144492891/Sinbo-Kurumsal-Kimlik-Billboard/modules/81624326](https://www.behance.net/gallery/144492891/Sinbo-Kurumsal-Kimlik-Billboard/modules/81624326)
- <https://www.koctas.tr/sinbo/b/b-?srsltid=AfmBOooX4uAhJWTEPvTox3bllhUUmFDfXaYu5G0DTV37q>
- <https://www.hepsiburada.om/sinbo>
- <https://www.sikayetvar.co/sinbo/musteri-hizmetleri>



**BİZİ DİNLEDİĞİNİZ İÇİN
TEŞEKKÜRLER**