

## Yaratıcı Promosyon için Yol Haritası

"Terra" olarak bilenen Terra Networks Latin Amerika'nın en büyük internet şirketi. Şirketin merkezi İspanya'da, fakat kullanıcıları İspanyolca konuşan tüm ülkelere yayılmış durumda. Toplam on yedi ülkede, yüz milyondan fazla kullanıcı Terra üzerinden internete ulaşıyor. Şirketin içerikteki -özellikle müzik alanındaki- iddiası sahip olduğu Sonora ve Terra TV istasyonlarına, aynı zamanda her yıl düzenlediği Planeta Terra festivaline yansıyor. Terra kısa bir süre önce bu devletteki bir şirketten beklenmeyen yaratıcılıkta bir promosyon başlattı. Promosyon şimdilik Mexico City şehrindeki 10 parkı kapsıyor. Mekanizma çok basit: Köpeğinin dışkısını ver, bedava internet erişimi al!

Promosyonun başlangıç noktası hemen hemen tüm şehirlerde yaşanan bir problem: Köpek sahiplerinin tümü köpeklerinin dışkısını toplayıp atmıyor. Belediye ne kadar iyi temizlerse temizlesin, gün içinde onlarca köpek tarafından ziyaret edilen bir park hızla kirlenebiliyor. Sonuçta şehir parkları zevkle zaman geçirilen yerler olmaktan çıkıyor.

Terra'nın sağladığı ücretsiz internet erişiminden yararlanmak için promosyonun yürüdüğü parklardaki özel cihazları bir miktar dışkı atmak yeterli. Dışarıdan komik görünen, ama aslında son derece sofistike ölçüm sistemine sahip cihazlar dışkıyı tartıyor. Park ziyaretçisi ne kadar fazla dışkı bırakırsa o kadar uzun süre internet erişimi kazanıyor. Örneğin; 70 gram dışkı yaklaşık 20 dakika ücretsiz erişim sağlıyor. Vericiler parktaki ağaçlara asılı ve kemik şeklinde.

Promosyon hileye açık mı? Tabii ki açık. Cihazlar içinlerine bırakılan kitlenin ağırlığını ölçüyor ama kitlenin ne olduğunu tespit edemiyor. Sonuçta, cihaza köpek dışkısı yerine taş toprak da bırakmak mümkün. Kendi pisliğinin sorumluluğunu almayan zihniyet sadece birkaç dakikalık erişim için dahi hileye de tenezzül edebilir. Diğer bir yandan, Terra kayba uğramıyor. Amaç potansiyel kullanıcıların datasını toplamak ve şirketin erişim gücünü denetmek ise söz konusu promosyon gayet başarılı – hile olsa da, olmasa da. Promosyonun mekanizması şehir idaresine bağış yapıp sosyal sorumluluk sahibi olduğunu duyurmaya göre çok daha basit, muzip ve anlatmaya değer.

Terra promosyonunu TRENDDESK'de mercek altında tuttuğumuz seksenden fazla eğilimden en az birinin içinde ele almak mümkün. Fakat hangi eğilimin somut yansıması olduğundan çok, arkasındaki yaratıcılık bizi daha fazla heyecanlandırıyor. Daha doğrusu, Terra promosyonuna bakarak benzer yaratıcılıkta promosyonlar geliştirmemizi kolaylaştıracak bir "yol haritası" çizebilir miyiz? Evet çizebiliriz. TRENDDESK beş adımdan oluşan basit bir yol haritası öneriyor.

### Yaratıcı Promosyon için Yol Haritası:

- 1) Hedef kitleniz içinde, genelde herkesin olumlu gördüğü davranış değişimlerini çıkarın 2) Davranış değişimlerinden birini -markanızın özü, değişimin anlatım değeri, ölçüm kolaylığı gibi 8-10 faktöre bakarak önceliklendirin 3) (Hile olasılığını göze alarak) davranış değişimini gösterenlere vereceğiniz ödülü belirleyin 4) Mekanizmanın gerektirdiği altyapıyı üçüncü partiler ile geliştirin. Eğer altyapının gerektirdiği bütçede veya teknolojiye tıkanıyorsanız ilk adıma geri dönün. 5) Mümkünse, ulusal çapta uygulamadan önce küçük çapta pilot uygulamasını yapın.

