

#COVID19

MARKALAR İÇİN #COVID19 İLETİŞİM ÖNERİLERİ

TUTKUTOP LULUK FARKINDALIK BİRLİKTE LİK KAPSAYICILIK ÇEVİKLİK

Bu alıřma
#**covid19** sürecinde markaların pazarlama iletişimi çalışmalarında rehber olması amacıyla
Magnet20 tarafından hazırlanmıştır.

TUTKU EN GÜVENLİ DAYANAKTIR.

- 1 Markanızın **ne için var olduğunu** bilin.
- 2 **#Covid19** gündeminde, marka olarak kimin hayatına ne gibi bir katkı sağlamayı amaçladığınızı, bu amacı gerçekleştirirken sizi neyin motive ettiğini bulun, farkedin.
- 3 **Markanın tutkusu, inancı, hayali;** gerçekleştireceğiniz iletişim çalışmasında pergelin sabit ucu olduğu sürece, konu ve gündem ne olursa olsun ileriki dönemde pişman olmayacağınız iletişim çalışmaları gerçekleştirebilirsiniz.

TOPLULUK MARKANIZIN HAYATI BİR PARÇASIDIR.

- 1 Topluluğunuzun, sizi izleyen, dinleyen ve takip edenlerin kimler olduğunu bilin.
- 2 Yaşanılan sürece endeksli yaratacağınız iletişim kampanyasında, topluluğunuzun nelere ilgi duyduğunu, ne gibi ihtiyaçları olduğunu ve ne konuştuğunu gözlemleyin. Bu ilgi ve ihtiyaca yönelik bir iletişim çalışması tasarlamanız, topluluğunuzla kuracağınız iletişimde en etkili yol olacaktır.
- 3 Mevcut **#covid19** gündeminde topluluğunuzun önceliği, büyük olasılıkla ürün ve hizmetlerinizden ziyade sizi yanlarında hissetmeleridir.
- 4 Çalışanlarınız, bu süreçte önceliğinize almanız ve bunu hissettirmeniz gereken ilk topluluğunuzdur.

FARKINDALIK

BUGÜN

İHTİYAÇ

OLANDIR.

- 1 İletişim çalışmasında öncelikli amacınız, ürün ya da hizmetlerinizi ön plana çıkarmak değil, öncelikli olarak çalışanlarınızı da içine alarak salgına ve tehdite karşı farkındalık yaratmak olmalıdır.
- 2 **#Covid19**'dan nasıl korunulabileceğine dair gereklilikler ve pratikler; -anlatım şekli ve odağı her uygulayan tarafından farklılıklar gösterecekse de- birincil anlatılması gerekenlerdir.
- 3 Günümüz iletişim alışkanlıklarının da etkisiyle, kitlelerin öğrenme şekli, aynı içeriği çok tekrarlı anlatımlarla gerçekleşebiliyor. Birçok örneği mevcut olan farkındalık iletişimi çalışmalarına siz de bir yenisini ekleyerek, bu tekrarlı anlatım mekanizmasına katkı sağlayabilirsiniz.
- 4 Korku ve diğer tüm negatif iletişim yollarından uzak durmalı, mevcut durumu nasıl daha pozitif hale getirebiliriz düşüncesiyle hareket etmelisiniz.

BİRLİKTELİK MÜCADELEYİ GÜÇLENDİRİR.

- 1 İletişim içerikleri; mevcut olağan dışı durumun getirdiği fiziki şartlar ve kusurlar ile, satış ya da ürün anlatımı kaygısından uzak ortak dert ve değer anlatımları ile ve paydaşların bizzat kendilerinin varlıkları ile daha gerçek ve etkili bir hal alacaktır.
- 2 Ben, sen ya da siz değil, **biz** düşüncesi, karşı karşıya olunan riskle mücadeleyi topyekün bir harekete dönüştürmeye katkı sağlayacaktır.
- 3 Marka, çalışanlarıyla, müşterileriyle, tüm paydaşlarıyla, toplumun tüm kesimleriyle, ortak bir mücadelede olduğunu hissetmeli, hissettirmelidir.

KAPSAYICILIK

BUGÜNE

YAKIŞIR.

- / Olağan şartlar altında rakip olan markaların, bu konumlanmaları unutup, **#covid19**'a karşı aynı mücadelede birlikte hareket ediyor oluşu, hem bu mücadeleye katkı sağlayacaktır, hem de hedef kitleler üzerinde pozitif bir itibar yaratacaktır.

ÇEVİKLİK SİZİ FARKLI KILACAKTIR.

- / Her an yeni bir gelişmeye, yöne, hassasiyete sahip olan **#covid19** gündemini anlık takip ederek, iletişim stratejinizi güncellemek, iyileştirmek ve çeşitlendirmek; hem yaratılan farkındalığı daha güçlendirecek, hem de erişim alanınızı genişletecektir.

Teşekkürler.



We create human experiences with products, services and platforms that **transform brands** and **grow businesses.**

✉ hi@magnet20.com

🖱 www.magnet20.com