



EMRE YALÇIN
Uniboard Kurucu Ortağı

Televizyon ve basından sonra en önemli destek mecra konumundaki açıkHAVANIN son birkaç yıldır tüketiciye deneyim sağlayacak, interaktif uygulamalarla geliştiğine tanıklık ediyoruz. Bu durumun gençlik pazarlaması alanındaki en güçlü yansımalarından biri ise Uniboard'un geliştirdiği kiosk - ekran bütünleşik sistemleri. Bu sistemlerin işleyişini Uniboard Kurucu Ortağı Emre Yalçın'dan dinledik.

Gençlerin reklamverenler için son derece değerli bir hedef kitle olarak konumlandığını ve Türkiye'de gençlik pazarlaması alanında giderek daha başarılı örnekler verildiğini ifade eden Yalçın, Uniboard'un bu anlamda reklamverenlere önemli olanaklar sunduğundan bahsediyor. Emre Yalçın'ın altını çizdiği bir diğer nokta ise dijitalin giderek önem kazandığı, mecralar arasındaki ayrımların bulanıklaştığı günümüzde Uniboard olarak yakınsama teknolojilerine verdikleri önem.

Türkiye'de gençlik pazarlaması sizce ne noktada? Gençlere yönelik faaliyetler yaratıcılık açısından yeterli mi, hedef kitleye ulaşıyor mu?

Aslında son yıllarda tüm reklamverenlerin gençlere erişime artan bir ivmeyle öncelik verdiğini görüyoruz. Gençlerle aynı dili kullanmayı, onları şaşırtabilmeyi, hayatlarına dokunabilmeyi ön planda tutuyorlar. Bu yolda doğru projeler doğru mecra kullanımı ile birleştiğinde, kesinlikle istenilen geri dönüşler elde ediliyor

Uniboard olarak hem kiosklarınız hem de ekranlarınız var. Bu mecralar aracılığıyla reklamverenlere ne gibi alternatifler sunuyorsunuz?

Dijital signage ekranlarına göre en büyük farkımız, internet ve müzik kiosklarımız.

'Reklamverenler gençlerin hayatına dokunmak istiyor'

LCD ekranlarımız ve profesyonel ses ekipmanlarımızla markaların spot, sanal reklam ve kayan bant içeriklerini yayınlarken; kiosklarımızla internet sitelerine ve Facebook / Twitter hesaplarına yönlendirme, kiosklarımızın üstlerinin brand edilmesi ya da müzik sayfalarının brand edilmesi gibi birçok farklı reklam seçeneği sunuyoruz. Ayrıca bu uygulamaları destekleyici satış, yarışma ya da müzik temelli interaktif kurgular gibi çalışmalar da gerçekleştiriyoruz.

Mecralarınız genellikle kantinlerde yer alıyor. Bu alanların gün içinde çektiği öğrenci sayısı düşünüldüğünde aslında doğru bir strateji ama bir yandan da kantinler çok gürültülü alanlar ve bu anlamda dikkat dağınıklığı olabilir. Siz ne düşünüyorsunuz bu konuda?

Aslında biz televizyonlardan ses yayınlamıyoruz. Sebebi de tam olarak sizin belirttiğiniz kaygı. Homojen ve rahat duyulabilir bir ses için tüm kantinlere hoparlör ve anfilerden kurulu bir sistem yerleştirdik. İşin merkezine de müziği oturttuk. Kiosklarımız, yıllardır kafelerde tercih edilen müzik kutularının gelişmiş, internet tabanlı versiyonu. Öğrencilerin kendi seçtikleri müziğin duyulamadığı bir kantin ortamı, bizim kuruluş temelimize aykırı. Bunun dışında bulunduğumuz alanlarda yegane ekran işletmecisiyiz. Yani hizmet verdiğimiz noktalarda dikkat dağıtıcı başka televizyon kanallarının açık olması gibi bir durum söz konusu değil. Bu ise bütün algının doğal olarak işlettiğimiz LCD'lere odaklanmasını sağlıyor.

Ölçümleme konusunda ne gibi çalışmalarınız var? Malum, sektörde

en büyük sıkıntılardan biri ölçümleme.

Bu bizim en rahat olduğumuz konu aslında. Çünkü Uniboard'ı kurarken sektöre senelerini vermiş birçok büyüğümüzden fikir aldık ve "reklamverenler, ajanslar ne ister?" sorularının cevaplarını aradık. Reklamverenlerimiz hangi üniversitedeki kioskta sitesine ne zaman yönlendirilme yapılmış, sitede kaç saniye geçirilmiş, Facebook sayfasına hangi okuldan yönlendirilme olmuş, ekranda hangi zaman diliminde, hangi reklamı oynamış; bunların hepsine, her an ulaşabiliyor. Bunun dışında sadece kampüs içlerinde hizmet verdiğimiz için eriştiğimiz kitle gayet net: 17 - 25 yaş grubuna giren, üniversitede okuyan gençler.

Dijital ekranlar, kiosklar, bina üzeri interaktif oyunlar derken Türkiye'deki açıkHAVA reklamcılığı hayli gelişiyor. Siz bu gelişim sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz? Size göre Türkiye açıkHAVA reklamcılığında ne noktada?

Sektörün kendisini sürekli geliştirdiğini gözlemliyoruz. Reklamverenlerin bu anlamda mecralardan özel uygulamaya müsait proje beklentileri oluyor. Uniboard, yazılım ve üretimini tamamen kendimizin yaptığı bir mecra. Bunun neticesinde reklamverenlere her yıl bir öncekinden daha gelişmiş reklam uygulamaları sunuyoruz. Gelecek döneme ilişkin olarak yakınsama teknolojileri üzerinde çalışıyoruz. Kiosk - LCD - internet düzleminde verdiğimiz hizmet araçlarına cep telefonları da dahil olacak. Bu ise bize çok renkli yeni reklam uygulamaları sağlayacak.