



PARNAS news

Edito



E-dergimizin ilk sayısına hoşgeldiniz.

Bu dergi müşterilerimiz ve sektörümüzle olan ilişkilerimize verdiğimiz önemin, kurumsal kültür anlayışımızın bir sonucu. Dergi herhangi bir süreli yayın gibi hazırlanıp PDF teknolojisiyle sizlere ulaştırılıyor. Böylelikle geleneksel tad ve en yeni yöntemleri bir araya getirme alışkanlığımızı sürdürmüş oluyoruz. Okuyacağınız yazılarda tıklayabileceğiniz açıklama notları ve Web'e açılan aktif linkler var. Üstelik derginiz kâğıt üzerine basılan yayınlardan çok daha esnek bir yapıya, içeriğiyle uyumlu sayfa sayısına sahip olacak. E-teknolojiler sayesinde, dilerseniz ekrandan, dilerseniz basarak inceleyebileceğiniz Parnas News'in her sayısında iletişim sektörüyle ilgili bilgiler ve bir dosya bulacaksınız. Bu dosyanın teması bazen bir sektör, bazen de bir teknoloji ya da iletişim-pazarlama yöntemi olacak. Bu sayıdaki dosyayı son zamanlarda dikkati çekecek denli hareketlenen İnşaat sektörüne ve bu sektörün iletişim çalışmalarına ayırdık. Ajansımızın dünyaya açık bir duruşu var ve mesleğimizdeki gelişmeleri izleyip dergimiz üzerinden sizlere duyuracağız.

Bir sonraki sayıda görüşmek üzere...

Suna B. Kendiroğlu
Sanat Yönetmeni

Tanıtım - Pazarlama - Online İletişim - Medya - Sektörel Haber

Dünyadan

Bilgi gittikçe azalıyor!

Columbia Üniversitesi'nde (Amerika) yapılan bir araştırma, gündeme ilişkin bilgilerin tekrarlanıp durduğunu ve gitgide daha yüzeysel ele alındığını ortaya koydu. Bunun sorumlularından biri de kullanıcı yaygınlaşan internet arama motorları. Araştırmayı yürüten Tom Rosenstiel şu sonuca varıyor: "Hergün daha çok bilgiye ulaştığımızı sanıyoruz. Oysa gerçekte bunun çoğu tekrarlardan oluşuyor". Google News kullanıcılara 14 bin makale sunuyor ve gerçekte ele alınan konu sayısı sadece 24! Sitelerinizin içeriğinin özgünlüğü aradan sıyrılmanızı sağlıyor...

<http://www.stateofthenewsmedia.com/>

Türk Ticaret Kanunu değişiyor Zorunlu web sitesi

1 Ocak 1957 tarihinden beri yürürlükte olan 6762 sayılı "Türk Ticaret Kanunu" değişiyor. Bugünün şartlarına göre tasarlanan Tasarı, Adalet Bakanı Cemil Çiçek, Türk Ticaret Kanunu Komisyonu Başkanı Prof. Dr. Ünal Tekinalp'le birlikte açıklandı. Türk Ticaret Kanunu Tasarısı Taslağı ile şirketlerin web sitesi oluşturmaları ve şeffaflık adına burada şirkete ait bilgilerin yer alması zorunlu tutuluyor. Tasarı'da, hukuki sonuç doğuran yönlendirilmiş elektronik mesajlara da dikkat çekilirken, anonim şirketlerde yönetim kurullarının on-line olarak elektronik ortamda yapılması olanağı da sağlandı. Tasarı ile bir çok yenilik getiriliyor. Bu yeniliklerin en önemlisi ise şirketlerin elektronik ortama taşınması olarak dikkat çekiyor. Diğer önemli gelişmeleri, elektronik alışverişte de hukuki konuların geçerli olacağı ve elektronik imzaya getirilen sınırlandırmalar oluşturuyor.

Dosya

İnşaat Sektörü ve Markalaşma



İnşaat sektörünün son zamanlarda atağa geçmiş olması ve buna bağlı hareketlenme inşaat firmalarının iletişim olanaklarını yeniden keşfetmelerine yol açtı. Tanıtım araçlarının çeşitliliği ajansların standart hizmetlerine danışmanlığı da dahil etmelerini gerektirir oldu. İnşaat firmalarının doğrudan taşınmaz pazarlamaya başlamaları, mortgage gibi geleceğe yönelik yatırım olanaklarıyla donanmış müşteri kitlesine ulaşma endişesini doğurmuş, rekabeti iletişim boyutuna taşımıştır. Uzun soluklu ve devasa yapı projelerinin pazarlanması, iyi bir müşteri davranışları analizi, buna uygun stratejinin ve iletişim araçlarının seçimi ile mümkün hâle geldi. Akıllı bina teknolojilerine sahip firmaların bu aşamayı müşteri kitlesine aktarabilmeleri, iletişimde de aynı aşamaya ulaşmalarıyla mümkündür.

Bu dosyada kurumsal kimlikten basın ilânına, bir inşaat firması için uygun iletişim stratejisinin nasıl yapılacağına değineceğiz. ...▶

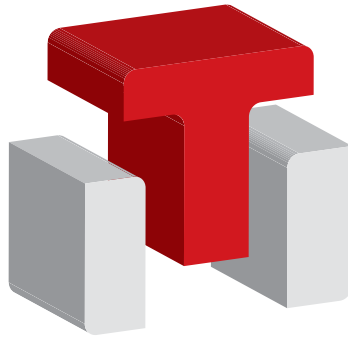
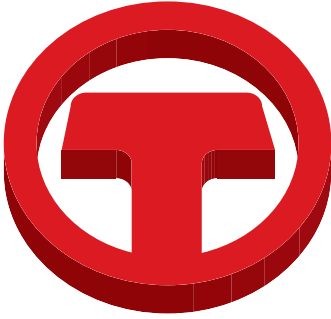
İnşaat Sektörü ve Markalaşma

Her sektördeki kurumsal kimlik anlayışı, ilgili meslek sahasının ve firmanın rekabete yönelik ayırt edici özelliklerine göre şekillenmelidir. İletişim bombardımanı altındaki tüketicilerin dikkatini çekmek için yerine getirilmesi gereken şartları aşağıdaki proje örneklerinde bulacaksınız.

Binalarınız kadar sağlam bir kurumsal kimlik...

Logonuz sektördeki varlığınızın ilk temsilcisidir. Bilgi bombardımanı altındaki potansiyel müşterinin gözüne takılacak denli farklı ve dinamik olmakla birlikte sizi iyi tanımlamalıdır. Bir logo seçerken aynı zamanda firma olarak kim olduğunuzu da sorgulamak durumundasınızdır. Gerçek anlamda bir “kimlik” çalışması olan logo

tasarımı iyi yapılırsa zamanda eskimeyecek bir imza ortaya çıkar. Kendini yenileyen şirketler de bunu logolarına yansıtırlar. Sektörel döngü ve yenilenmeler logonuzu ne zaman yenilemeniz gerektiğini belli eden faktörlerdir. Uzman bir ajans logonuzu tasarlamakla kalmaz, yeni kimliğinizi tanıtmaya yolları konusunda da size danışmanlık yapar.



Bir firma için üretilmiş üç projeye de aynı kurumsal kimlik analizi yön verdi.

Bir ajans alternatif projelerin tümünü bilimselliklerine inanarak gerçekleştirmeli ve savunmalıdır. Müşterisinin “Neden?” sorusuna yanıt verebilmelidir. Bu örnekte firma adının başharfi olan “T” etrafında şekillenen logodan şunları içermesi bekleniyordu:

1) Benzersiz oluş: Sektördeki rakip firmaların logoları incelendi ve zayıf yönleri tespit edildi.

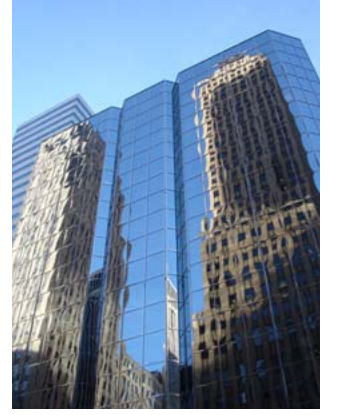
2) Firmayı yapı sektöründe hak ettiği yere konumlandırarak sağlamlık, denge ve güven

hissi: Bu mesajı dinamizm kavramıyla birleştirmek aşılması gereken bir zorluktu. Genellikle kurumsal kimliği özetleyen fikirler birbirleriyle çatışırlar (denge < > dinamizm). Logo tasarımında buna dikkat edilmelidir.

3) Çarpıcı ve yerini bulan renk kodlaması: Bu örnekte, firma adında geçen “Türk” kelimesiyle uyumlu olarak logonun ana rengi olarak kırmızıyı seçtik. Böylece anlam ve biçim bütünlüğü sağlandı. Kırmızının gücü zemindeki beyaz miktarı veya nötral gri ile dengelendi.

Belgeleriniz yapılarınız kadar kaliteli olsun...

Logonuz gibi basılı belgeleriniz de sizin temsilcilerinizdir. Müşterinin firmanızla ilgili ilk intibalarının oluşmasında başrolü oynarlar. Bu belgelerde aynı binalarınız gibi proje (tasarım) ve inşaat (uygulama-baskı) çalışmalarınızla ortaya çıkarlar. Tasarımda çağdaş bir dil, akıllıca yazılmış bir metin, kaliteli görseller bu belgenin ruhunu, kaliteli ve uygun kâğıt seçimi ile iyi bir baskı takibi de bedenini oluştururlar. Basın ilânlarınız da aynı itina ile tasarlanmalı ve basılmalıdır. Bu aşamalardan herhangi birindeki aksaklık hizmet kalitenizin hedef kitleye aktarımını zorlaştıracaktır.



Dökümanlarınızı internetle destekleyin...

Basılı belgeler müşterinin alışkın olduğu ve en güvendiği iletişim araçlarıdır. Ancak bununla yetinmeyin ve kalitesine özendiğiniz broşür ve kataloglarınızı internete taşıyın. Yapı ve inşaat fuarlarında dağıtacağınız ya da adrese göndereceğiniz broşürleriniz hızla tükenecektir. Basılı dokümanların tasarım masrafı çoğunlukla baskı masrafının altındadır. Bu nedenle içeriği aynı tasarım çizgileriyle internete taşımak akıllıcadır. Neden dersiniz:

1) Uygulama kolaylığı. Basılı belge ve internet uygulamasını aynı ajansın yapması harcanan zaman ve yatırımı minimumda tutar. Aynı ajanslardan hizmet alıyorsanız uyumlu

çalışmalarını sağlamanız gerekecektir. Basılı belgelerinizin metin ve resimlerini web ajansınıza uygun internete uygun formatta iletmeyi ihmâl etmeyin.

2) Hedef kitlenin büyümesi. Basılı belgeler tirajla sınırlıdır. Elinizdeki nüshalar bittiğinde yeniden basılmaları pahalı olabilir. Bu belgelerinizi bir internet sitesiyle destekleyerek zamanda sürekli olmalarını sağlayın. Böylelikle coğrafi sınırlamalardan da kurtulmuş olacaksınız.

3) Farklı hedeflere yönelmek. Tanıtım programınızın öngörmediği bir hedef kitle mutlaka vardır. Yeni medyalara, internete yönelerek analizi yapılmamış kitlelere de ulaşacaksınız. Hızla parçalanmış sosyal yapı göz önüne alındığında stratejilerde boşluklar oluşması kaçınılmazdır. İnternet bu farklı kitleleri kapsayacak denli esnek bir ortamdır.



Bir müşterimizin broşürü tüm zenginliği ile internete taşındı. Farklı işlevleri olan iki tip belgenin birbirini daha etkili kılmasıyla olabilecek en büyük müşteri kitlesine ulaşıldı.

Taşınmaz dünyasından tanıtım kampanyaları...

Reklâm internetin (çizgi üstü çizgi altının) hizmetinde...

Taşınmaz sektörünün yeni markaları kendilerini kabul ettirebilmek için kıyasıya mücadele ediyorlar. Basın kampanyalarının yanı sıra farklı tanıtım operasyonlarına yatırım yapıyorlar. Örneğin Fransa’da **Immo-by-tel** adlı şirket 1 milyon euroluk bir kampanya başlattı. Bir **Enjoy Scher Lafarge** markası olan Immo-by-tel’in reklâm filmi yeni internet sitesinin tanıtımı için hazırlanmış! Sitenin amacı firmanın elindeki tüm taşınmazları evinizden ve 360 derecelik panoramik sanal görüntü sistemiyle gezmenizi sağlamak. Reklâm filminin senaryosu bir doğum öyküsü üzerine kurulu: bebek doğar doğmaz dikkatle çevresine bakınıyor ve annesinin karnına geri dönmeye karar veriyor.

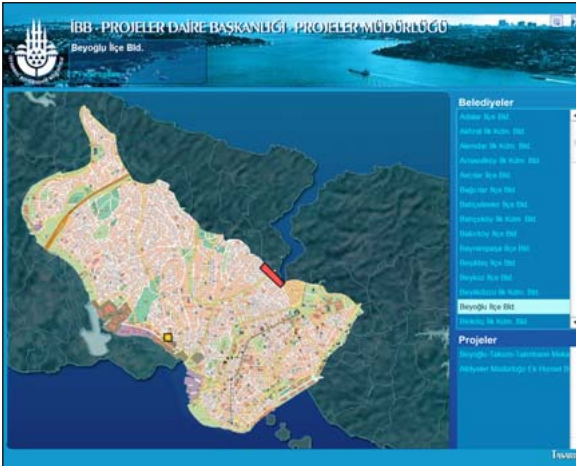
Nexdom ise event (olay) türü bir kampanya hazırlattı. İnternet sitesinin hakim rengini aktaran 25 ton portakalı Paris metrosunda dağıttı. Firma ayrıca 100 bin euro harcayarak Mayıs ayında 25 insanlı balonun katılacağı bir gösteride yer alacak turuncu renkli bir balon hazırlattı. Böylelikle Nexdom internet sitesinin tanıtımı Paris göklerine taşınmış olacak.

Paris’te fuar ve salonlar hiç bitmez. “Yeni Ev” salonunun ardından Restorasyon Fuarı’nın hazırlıkları başladı. Herkese açık olan bu fuarda konut yenileme temalı ürün ve hizmetleriyle profesyoneller halkla buluşturulacak. Bu sektörün müşterilerinin %91’ini bireysel ev sahipleri oluşturuyor ve pazar büyüklüğü 50 milyar euroyu buluyor. Randevu 9-11 Şubat 2007 tarihinde Porte de Versailles’de...



Yeni teknolojiler...

İstanbul Büyükşehir Belediyesi’ne sunulan bütün projeleri tek bir interaktif DVD’de arşivledik



İstanbul Büyükşehir Belediyesi Projeler Daire Başkanlığı’nın veri tabanları interaktif ortamda birleştirildi. Bu araç müşterimizin elinde dağınık bulunan verilere düzen getirmek, kontrol mekanizmasını güçlendirmek ve üst birimlere rapor vermeyi kolaylaştırmayı amaçlıyor.

İçerik olarak İBB’nin henüz tamamlanmış ya da yapımı sürmekte olan projelerinin tüm dökümanları kullanıldı. 150 kadar projenin il ve ilçe bazında sunulduğu çalışmada, tanıtım metinleri, sesli yorumlar, animasyonlar, mimari paftalar, kısaca bir projenin bütün belgeleri tek DVD’de ve en kolay yoldan ulaşılacak şekilde düzenlendi.

Projede farklı tür belgelerin aynı arayüzle kullanılması pek çok teknolojinin bir araya gelmesini gerektirdi. Özellikle Flash teknolojisi kullanılarak hazırlanan DVD’de AutoCad çizimlerinin sunum ekranlarına dahil edilmesi için farklı departmanlarımız işbirliği yaptılar.

PARNAS

“Dünyaya açık, dinamik ve bizden bir ajans”

Parnas, mitolojide önemli yeri olan bir dağın adı. Sanat ilâhı olan Apollon ve sanat perileri buradan insanların dimağlarına yeni fikirler, sesler ve renkler ilhâm ederlermiş. Ajans Parnas ise yeni fikirleri, yaratıcılığı, yeni teknolojileri ve kazandıran stratejileri sizlere daha yakın kılmak için kuruldu.

Parnas ekibi uzun yılların deneyim ve başarılarını 2002 yılında aynı ajansta buluşturdu. Ulusal ve uluslararası öneme sahip dergilerin tasarım ekibinde bulunan ve ödüllü logoların tasarımcısı Suna Kendiroğlu'nun Sanat Yönetmeni olduğu ajansta şehir plancısı Mine Ölkebaş proje müdürlüğünü üstlenmiş durumda. Mimar kökenli Hızır Balkancı Web Tasarımı departmanını ve uzun yıllar Amerika Birleşik Devletleri'nde çalışmış Yücel Balkancı ise Programlama departmanını yönetmektedir. Ekibe bu yıl katılan Suavi Kendiroğlu, Fransız reklâm sektöründe uzun yıllar tasarımcı ve iletişim danışmanı olarak çalıştıktan sonra deneyimlerini ve farklı hizmetleri Parnas'ın bünyesine kattı.

Parnas geniş bir müşteri yelpazesini, yine geniş spektrumlu bir ürün-hizmet seçkisiyle karşılıyor. Geleneksel yöntemleri ve yeni medyaları buluşturmakla kalmayıp bunların yetmediği durumlarda farklı ekipleri sinerjiyle çalıştırarak müşterileri için özel çözümler üretiyor. Uzmanların yönetimindeki ekipler, yalnızca yöntem ve ürünlerle değil, müşterilerinin mesleklerine saygılı bir yaklaşımla ideal tanıtım stratejisini bulmayı amaçlıyor.

Homeros
Aristo
Ovidius
Sappho
Dante

Horace
Platon
Socrates
Orpheus
Hesiodos
Demosthenes

Eserleri çağları aşan Bilgeler, Efsanevi Parnas Dağı'ndaki sanat perilerinden ilham aldılar. Bugün aynı ruhu firmanızın tanıtım ortağı Parnas'ta bulabilirsiniz.

Efsane Parnas'ta devam ediyor...

Web Tasarım / Hosting
Yazılım, Interaktif CD
Kurumsal Kimlik

PARNAS
GÖRSEL İLETİŞİM

Tanıtım Kampanyası
Broşür / Katalog
Sürelî Yayın



TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ

Bazı referanslar

- DEKA Grup
- UDEC (Ukrayna)
- Pfizer
- Roche
- İmar Planlama
- Abbott Medikal
- Koç Allianz
- Anadolu Ulaşım
- İş Bankası
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi
- HT Yapı
- ALM İnşaat
- Tasarım İnşaat & İç Mimarlık
- E-Bebek.com
- Novartis
- Halide Didem Kurt
- Şizofreni Gönüllüleri Derneği
- Sadece Zeytin (Ne Extra Oleas)
- G7 Halkla İlişkiler
- Sağlıklı Tavuk Bilgi Platformu
- Rotary Club
- Doğan Egmont Yayıncılık
- Rejans Restaurant
- Işık Tarım
- IEEE (ABD)
- Selahattin Dönmez
- Babazula
- Türkiye Bankalar Birliği

**Sizin de bir e-derginiz olsun ister misiniz? Bizimle iletişime geçmek için:
Tel: 0212 259 44 81-87 E-mail: parnas@parnas.com.tr**