

TAKSİ

Taksi giydirme

Şehir Hareket Halindeyken,
Markanız Da Durmasın.
Ulusal Markalar İçin Hareketli
Açık hava Reklam Çözümleri



EXECUTIVE SUMMARY (CEO / CMO)



Şehir geneline yayılım

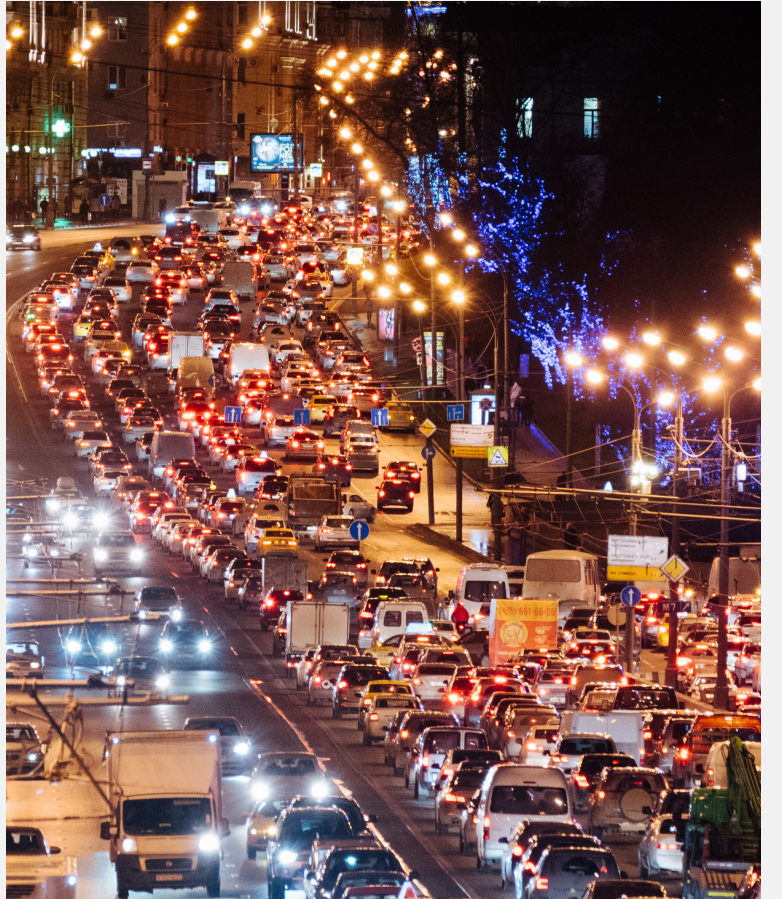
Billboard'lar bir noktada kalır. Dijital ekranlar belirli alanlarla sınırlıdır. Taksi reklamları ise şehrin ritmiyle birlikte hareket eder. Trafikte beklerken, kırmızı ışıkta dururken, AVM girişlerinde ve iş merkezlerinin önünde marka mesajını tekrar tekrar gösterir.

Şehir Hareket Halindeyken, Markanız Da Durmalı mı?

Ulusal markalar için görünürlük artık yalnızca "kaç kişi gördü" sorusuyla ölçülüyor.

Asıl mesele; nerede, ne sıklıkla ve hangi bağlamda görüldüğüdür. Taksi giydirme reklamları, markayı sabit bir noktaya değil, şehrin tamamına taşır.

Ana arterlerden iş merkezlerine, AVM çevrelerinden yoğun trafik hatlarına kadar marka mesajı gün boyu hareketli, tekrar eden ve kaçınılmaz bir temas yaratır.

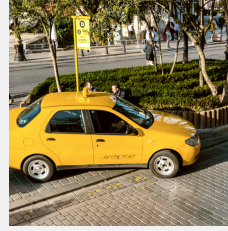


Görölmek Yetmez. Hatırlanmak Gerekir.



01.

- Kaçınılmaz temas sağlar
- Göz hizasında reklam alanı sunar
- Kampanya dönemlerinde yüksek etki yaratır
- Yerel görünürlükle ulusal iletişimi destekler
- Alternatif mecralara göre daha verimlidir



02.

- Trafik içinde kaçınılması mümkün olmayan bir temas noktası oluşturur
- Yaya ve araç sürücülerinin doğrudan görüş hattında konumlanır
- Gün boyu tekrar eden temasla marka hatırlanırlığını artırır



03.

- Kampanya ve lansman dönemlerinde hızlı görünürlük kazanımı sağlar
- Ulusal marka iletişimini, şehir bazında yerel güce dönüştürür
- Sabit mecralara kıyasla daha yüksek temas / maliyet dengesi sunar



04.

- Yoğun trafik alanlarında bekleme süresini avantaja çevirir
- Dijital ve açık hava kampanyalarıyla entegre çalışabilir
- Şehir merkezlerinde sürekli ve dinamik görünürlük sağlar

Kaçınılmaz ve Sürekli Temas

- Taksi reklamları, şehir içi trafiğin doğal akışı içinde yer alır.
- Kırmızı ışıktaki bekleyen araçlar, yoğun kavşaklar ve yaya geçitleri, reklam mesajının istemsiz şekilde görülmesini sağlar.
- Bu durum, reklamın göz ardı edilmesini zorlaştırır ve mesajın tekrar tekrar fark edilmesine olanak tanır.

Göz Hizasında Konumlanan Reklam Alanı

- Taksi giydirme uygulamaları, yaya ve sürücülerin doğal görüş hizasında konumlanır.
- Ne yukarı bakmayı ne de özel bir dikkat gerektirir.
- Bu sayede marka mesajı, şehir içinde günlük yaşamın bir parçası haline gelir.

MARKANIZA UYGUN TAKSİ GIYDİRME SEÇENEKLERİ

TAM GIYDIRME

Tam giydirme uygulaması, taksi reklamlarının en yüksek görünürlük ve etki sağlayan formudur.

Aracın tüm dış yüzeyinin markaya özel tasarım ile kaplanması sayesinde taksi, şehir içinde hareket eden bir marka alanına dönüşür.

Bu uygulama; markanın yalnızca görülmesini değil, fark edilmesini ve hatırlanmasını hedefler.

Geniş yüzey alanı, marka logosunun, mesajının ve görsel kimliğinin güçlü bir şekilde yansıtılmasına olanak tanır.



YARIM GIYDIRME

Yarım giydirme uygulaması, taksi reklamlarında stratejik görünürlük ile bütçe dengesini bir arada sunan bir çözümdür.

Aracın belirli bölümlerinin (genellikle kapılar, arka yan paneller veya arka bölüm) marka tasarımıyla kaplanmasıyla uygulanır.

Bu model, markanın ana mesajını ve logosunu net, sade ve odaklı bir şekilde aktarmayı hedefler.

Görsel kalabalık oluşturmaktan, marka kimliğinin şehir içinde tutarlı biçimde görünmesini sağlar.



OPERASYON & SÜREÇ



Uçtan Uca Yönetilen Profesyonel Süreç
Kurumsal tasarıma uygun uygulama
Yüksek kalite baskı
Hızlı ve standartlara uygun montaj
Planlı yayın süresi
Kampanya sonunda sorunsuz söküm
Markanız sahada yalnız kalmaz.

Strateji ve İhtiyaç Analizi

Kurumsal Tasarım ve Uyumlandırma

Yüksek Kalite Baskı Süreci

Profesyonel Uygulama ve Montaj

Yayın ve Saha Kontrolü

Kampanya Sonu Söküm ve Raporlama

GERİ DÖNÜŞ SÜRECİ



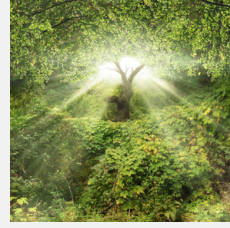
01.

İlk Temas: Anında Görünürlük

Taksi reklamları, sahaya çıktığı ilk günden itibaren şehir içinde görünür hale gelir.

Sabit mecraların aksine, yayın başlangıcıyla birlikte marka mesajı anında dolaşıma girer.

Bu aşamada hedef, hızlı fark edilme ve ilk temasın sağlanmasıdır.



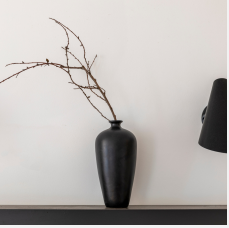
02.

Tekrar Eden Maruziyet: Algı Oluşumu

Gün içinde farklı noktalarda tekrar eden karşılaşmalar, marka algısının oluşmasını sağlar.

Aynı taksinin farklı saatlerde görülmesi, mesajın bilinçaltında yer etmesine katkı sunar.

Bu süreç genellikle ilk 7-10 gün içinde başlar.



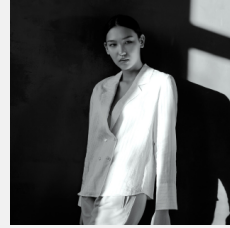
03.

Hatırlanırılık: Marka Zihinde Yer Eder

Tekrar eden temaslar sonucunda marka, hedef kitlenin zihninde daha net bir konum kazanır.

Taksi reklamları, kısa sürede fark edilip uzun süre hatırlanan bir etki yaratır.

Bu aşamada tüketici markayı tanımaya ve hatırlamaya başlar.



04.

Davranışa Etki: Araştırma ve İlgi

Hatırlanan marka, tüketici tarafından araştırılmaya başlar.

Web sitesi ziyaretleri, mobil aramalar, sosyal medya etkileşimleri ve mağaza ziyaretlerinde artış gözlemlenir.

Bu etki genellikle kampanyanın 2. ve 3. haftalarında netleşir.



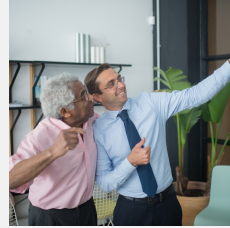
05.

Satın Alma veya Aksiyon

Artan farkındalık ve ilgi, satın alma veya aksiyon aşamasına dönüşür.

Özellikle kampanya, indirim veya lansman mesajı içeren reklamlarda geri dönüş daha hızlı gerçekleşir.

Markalar, bu aşamada somut sonuçları ölçmeye başlar.



06.

Yatırımın Geri Dönüşü: Ölçülebilir Kazanım

Taksi reklamları, temas maliyetine oranla yüksek verim sunar.

Markalar, kısa süreli kampanyalarda dahi yatırımın geri dönüşünü net biçimde gözlemleyebilir.

Ortalama olarak ilk 30-60 gün içinde farkındalık ve etkileşim bazlı geri dönüş alınır.

Maliyet Verimliliği ve CPM Avantajı



01. Çeşitli analizlerde taksi reklamlarının bin gösterim başına maliyeti (CPM), sabit billboardlardan çok daha düşük olabiliyor.
Örneğin LED taksi üstü reklamlarında CPM genellikle \$2-\$7 aralığında iken, sabit billboardlarda bu rakam \$10'un üzerine çıkabiliyor.
02. Taksi reklamlarını doğrudan ölçmek geleneksel olarak zor olsa da, bazı kampanyalar QR kod, özel telefon numarası ya da coğrafi veri (geofencing) gibi yöntemlerle doğrudan dönüş ölçümü yaptı ve olumlu sonuçlar raporladı. Özellikle tanıtım kampanyalarında web trafiği, mağaza ziyaretleri ve QR kod kullanımı üzerinden doğrudan ölçümler yapılabilir.
03. Taksi reklamcılığı, genel açık hava mecraları içinde hareketlilik, düşük CPM, geniş erişim ve yüksek hatırlanırılık avantajlarıyla öne çıkıyor. Veriler, özellikle LED ve GPS-enabl taksi kampanyalarının ROI açısından güçlü fırsatlar sunduğunu gösteriyor.
04. Bazı sektör raporlarına göre taksi üstü LED reklam kampanyaları, sabit dış mekân kampanyalarına kıyasla 3 kat daha yüksek ROI sağlayabiliyor. Bu, aynı bütçeyle daha fazla etki ve potansiyel satış anlamına geliyor.



Marka'dan

Bir Şehrin İçinden Geçen Marka

Marka güçlüydü, mesaj hazırды ama reklam sabitti.

Sonra şehirle birlikte hareket etmeye karar verdi.

Taksiler sahaya çıktığında reklam da yola çıktı; sabah işe gidenlerin önünden geçti, akşam trafiğinde kırmızı ışıkta durdu. İnsanlar fark etti, konuştu ve hatırladı. Reklam bir pano olmaktan çıktı, bir karşılaşmaya dönüştü. Bugün o marka için taksi reklamı, alternatif değil; şehirle birlikte ilerleyen güçlü bir iletişim aracıdır.

Görülmeyen ilanlara son.

CEO'dan

Reklam yatırımlarımızda uzun süre aynı soruyu sorduk:

"Gerçekten görünür müyüz?"

Taksi reklamlarıyla birlikte mesajımız şehirle birlikte hareket etmeye başladı.

Sabit kalmadı, beklemedi.

Günün her saatinde farklı insanlarla karşılaştı.

Kısa sürede fark edilmenin, konuşulmanın ve hatırlanmanın ne anlama geldiğini gördük.

Reklam bir pano olmaktan çıktı, şehirle kurulan bir temas haline geldi.

Bugün taksi reklamlarını, iletişim planımızda bir alternatif olarak değil; hareketli ve etkili bir ana mecra olarak konumlandırıyoruz.