

Bi Kutu Kombin x Revna Medya





İçindekiler

Hizmet Analizi.....	
İlgili Kavramlar.....	
Bi Kutu Kombininin Birincil Faydaları.....	
Tüketici Analizi (Anket Sonuçları).....	
Pazar Analizi.....	
Swot Analizi.....	
Rakip Analizi.....	
Kampanya Stratejisi.....	
Kampanya Süresi.....	
Medya Planlama.....	
Zamanlama.....	
Reklam Çalışmalarımız.....	
Reklam Senaryosu.....	
Bütçe Tablosu.....	
Değerlendirme.....	
Kaynakça.....	



HİZMET ANALİZİ



Bi Kutu Kombin, kullanıcıların tarz, beden ve bütçesine göre profesyonel stilistler tarafından kişiye özel kombinler hazırlanan bir online styling hizmetidir.

Süreç, stil testinin doldurulmasıyla başlar; stilistler bu bilgilerden yola çıkarak en az beş parçalık kombin hazırlar ve kutu 2-5 gün içinde kullanıcıya ulaşır.

Ürünler evde dört gün boyunca denenir, sadece satın alınmak istenen parçalar marka etiket fiyatıyla ödenir; diğer ürünler ücretsiz olarak iade edilir.

Hizmet Türkiye'nin her yerine sunulur ve herhangi bir üyelik zorunluluğu yoktur; tek seferlik veya isteğe bağlı periyodik sipariş verilebilir. Sipariş sırasında yalnızca stilist hizmet bedeli tahsil edilir, ürünler satın alınana kadar başka bir ücret alınmaz.

Tüm kargo ve iade işlemleri ücretsizdir. Bikutukombin, kullanıcıya hızlı, pratik ve kişiye özel bir alışveriş deneyimi sunarken aynı zamanda yerli markaların desteklenmesini amaçlayan bir yaklaşımla çalışır.

Bi Kutu Kombin Nedir?



İlgili Kavramlar



01

Şık

02

Zahmetsiz

03

Pratik

04

Kombin

05

Stil

06

Moda

07

Fonksiyonel

08

Kişisel

Bi Kutu Kombin'in Birincil Faydaları

01

Kişiselleştirilmiş Stil :

Profesyonel stilist tarafından, kişinin bedenine, tarzına yaşamına göre kombin seçimi.
“Ne giyeceğim?” stresini ortadan kaldırır.

02

Zaman Tasarrufu :

Mağaza gezme, ürün arama, kombin düşünme zahmetini azaltır.
Hızlı ve zahmetsiz alışveriş deneyimi.

03

Eve Gelen Hazır Kombi :

Parça değil, bütün bir stil çözümü sunar. Evde deneyip karar verme konforu.

04

Doğru Ürün Seçimi :

Ölçü, renk, vücut tipi analizine göre uyumlu seçim.
İade riskini ve yanlış alışverişi azaltır.

05

Kendine Güven Artışı :

Kişiye yakışan kombin → daha iyi hissetme.
Stil farkındalığı kazanma.

06

Ulaşılabilir Profesyonel Styling :

Lüks değil, erişilebilir fiyatlı stil hizmeti.
Herkes için stil demokratikleşmesi.

07

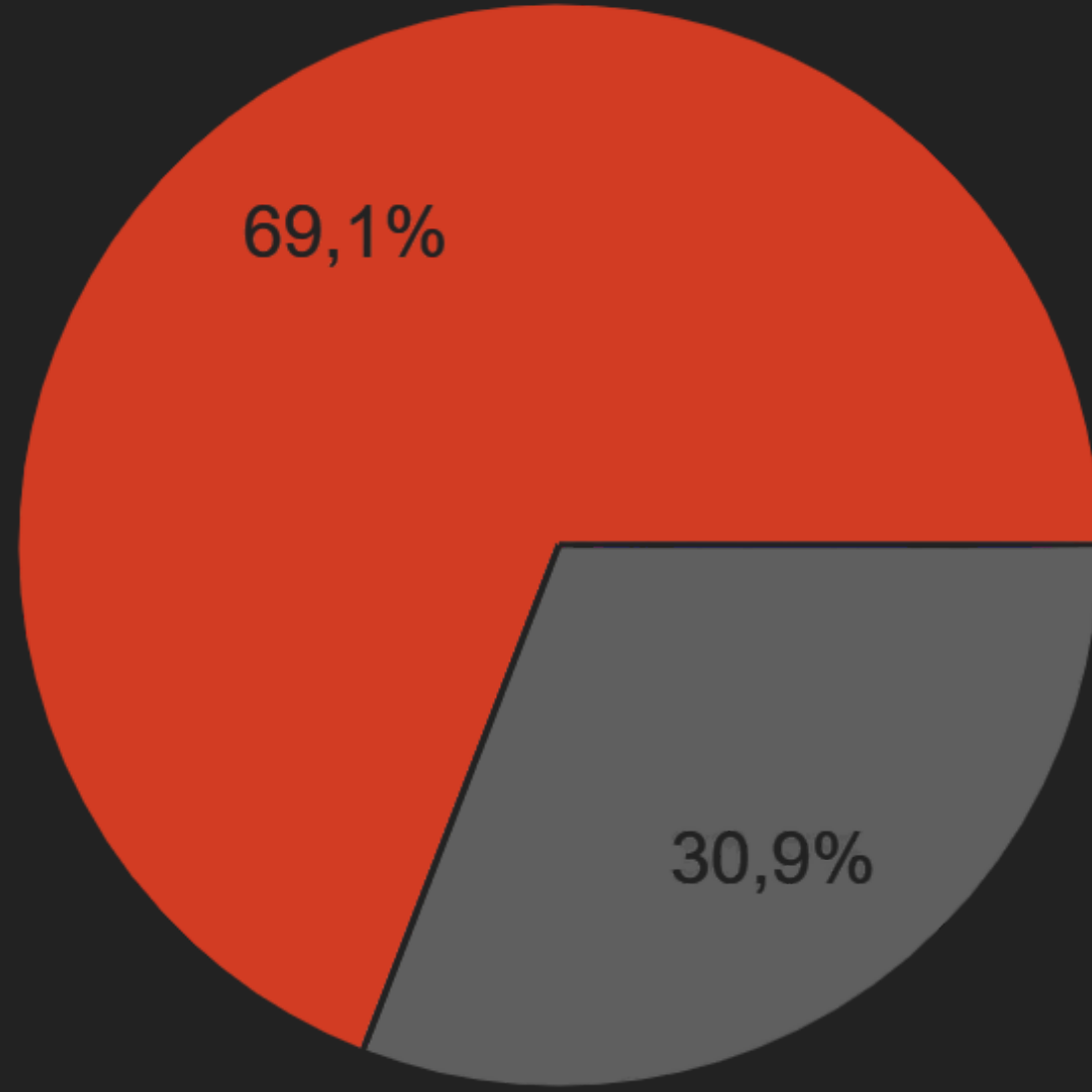
Yeni Markalar & Parçalarla Tanışma :

Kullanıcının kendi başına seçmeyeceği ürünlerle tanışma fırsatı.



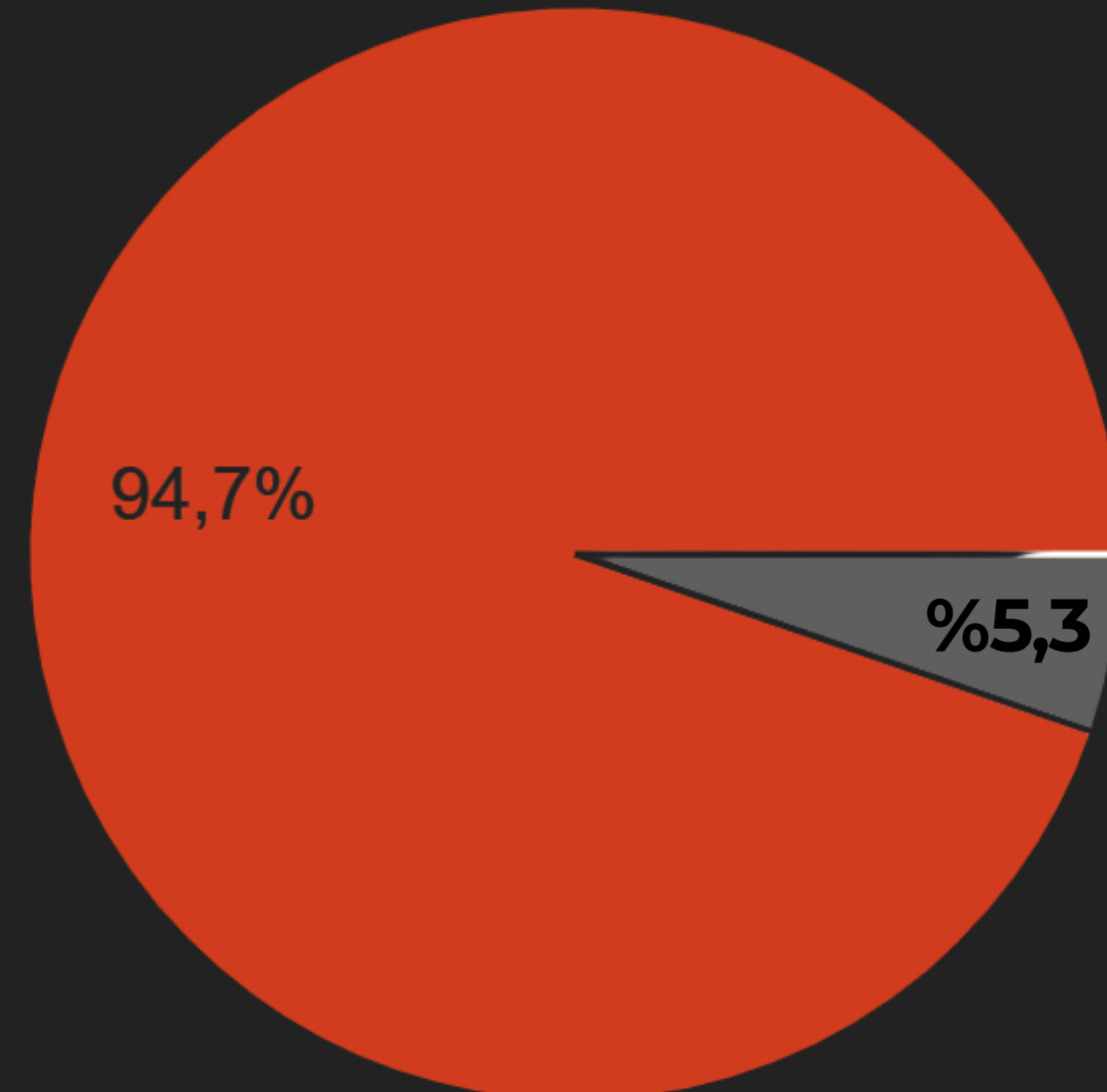
ANKET ANALİZLERİ

● Beyaz yaka
kadın çalışan
● Diğer



Beyaz Yaka
Kadın Çalışan Oranı

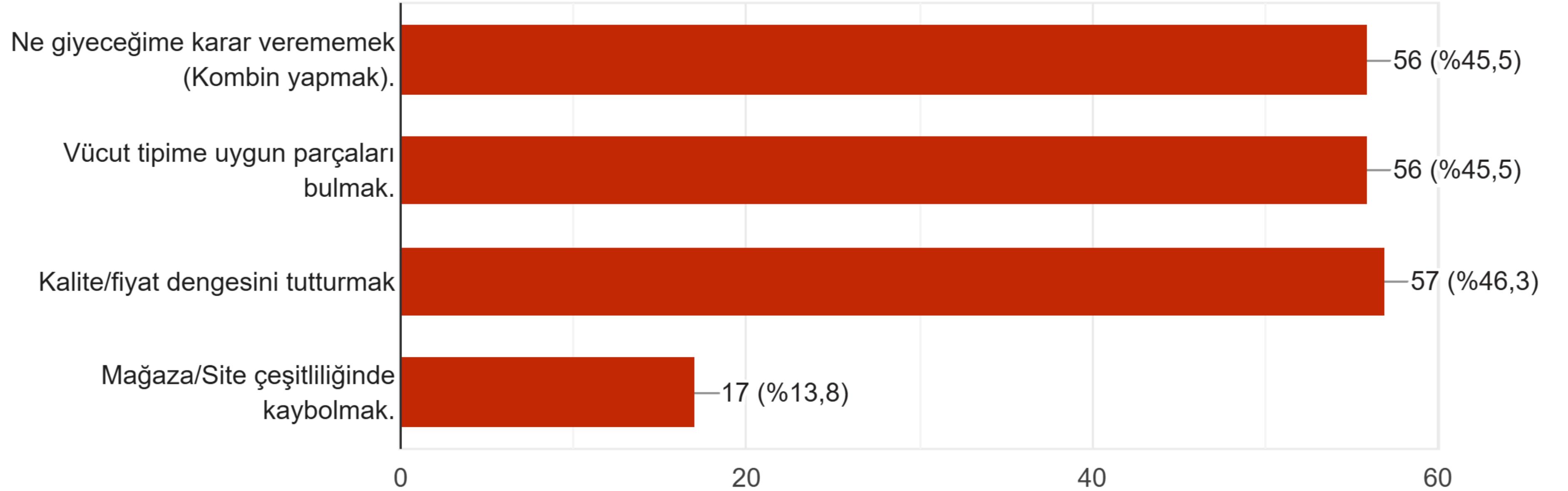
● Evet
● Hayır



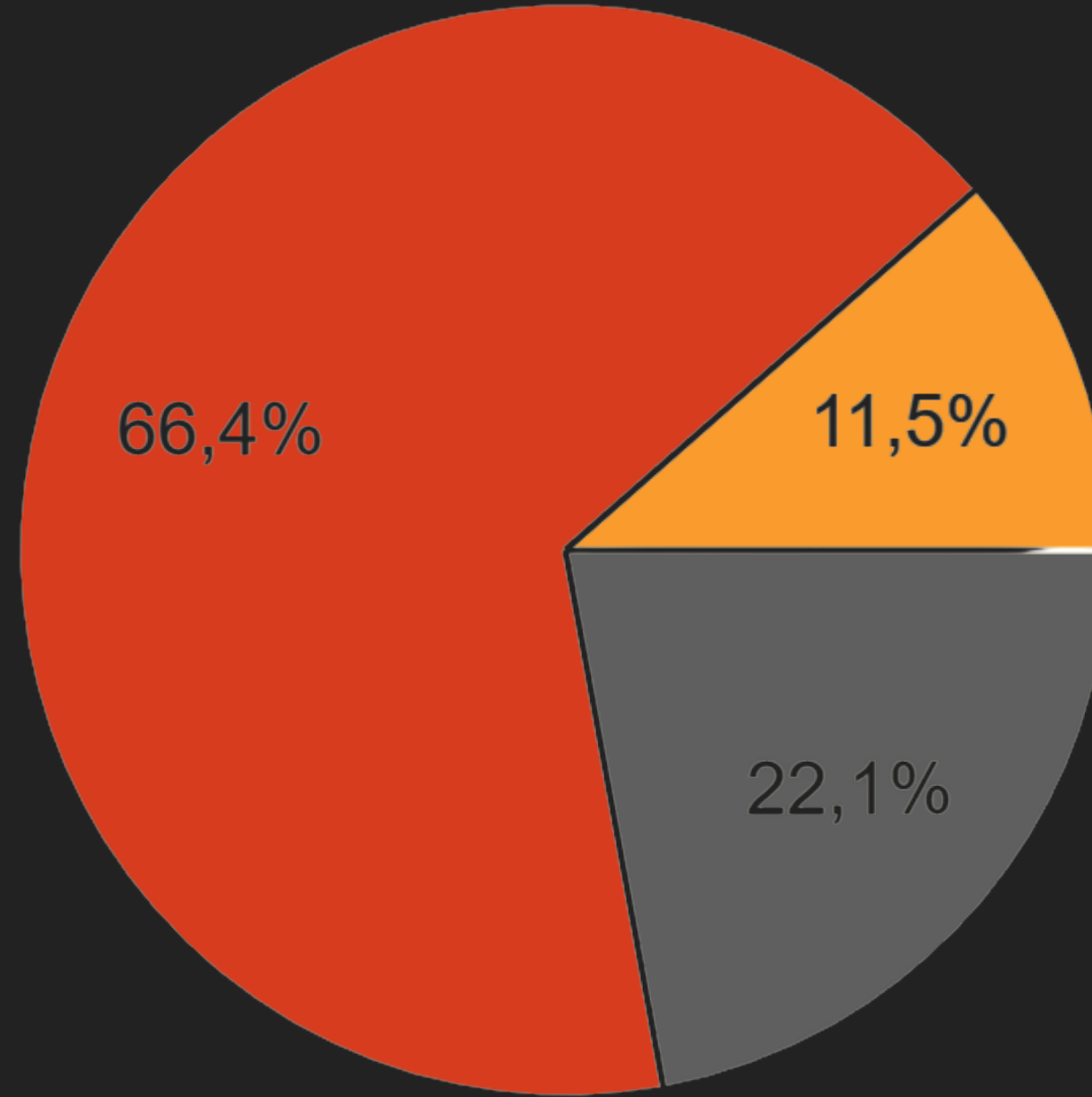
"Bir Kutu Kombin" adlı hazır kombin ve stil danışmanlığı hizmeti sunan bir e-ticaret sitesini daha önce duydunuz mu?

Giysi alışverişi yaparken en çok hangi zorlukları yaşıyorsunuz? (Birden fazla seçilebilir)

123 yanıt



- Kesinlikle düşünürüm
- Düşünebilirim
- Kesinlikle Düşünmem.



"Bir Kutu Kombin" hizmetini (Kişiyeye özel stil kutusu) öğrendikten sonra, kullanmayı düşünür müsünüz?

Anket Sonuçları



- Bi Kutu Kombi hizmetinin hedef kitlede bilinirliđi dūşüktür.
- Elde edilen veriler, dūşük bilinirliđe karřın yüksek kullanım potansiyelinin bulunduđunu göstermektedir.
- Beyaz yaka kadınların %94'ü Bi Kutu Kombi sitesini tanımamaktadır. Bu yüksek bilinmeme oranı, markanın tutundurma çalışmalarına ihtiyaç duyduğunu göstermektedir.



PAZAR ANALIZI



Türkiye'nin toplam e-ticaret hacmi 2024 yılında yaklaşık 3 trilyon TL'ye ulaşmıştır.

→ BiKutuKombin'in faaliyet gösterdiği e-ticaret pazarının büyüklüğünü ve tüketici alışkanlıklarının dijital kanallara kaydığını göstermektedir.

Bu hacmin içinde giyim-ayakkabı-aksesuar kategorisi yaklaşık 301,3 milyar TL ile en yüksek paya sahip sektörlerden biridir.

→ Bu durum, BiKutuKombin'in sunduğu stil ve kombin hizmetinin yüksek ilgi gören bir tüketim alanında konumlandığını göstermektedir.



2025 verilerine göre, 16–74 yaş aralığındaki bireylerde internet kullanım oranı %90,9'a ulaşmıştır — ve 2025'te internet üzerinden alışveriş yapma oranı %55,7'ye yükselmiştir.

→ Hedef kitlenin büyük bölümünün internet kullanıyor ve online alışveriş yapıyor olması, iletişim çalışmalarının çoğunluğunun dijital odaklı yürütülmesini desteklemektedir.

E-ticaret harcamalarının %58'i kadınlar tarafından yapılıyor

→ BiKutuKombin'in hedef kitlesi pazarın ana harcama gücü olduğunu gösteriyor

E-ticarete uyum endeksine göre e-ticarete uyumu en yüksek ilimiz İstanbul.

→ Dijital alışverişe alışkın kullanıcı yoğunluğu nedeniyle İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirler, açık hava reklamlarıyla marka farkındalığı yaratmak için uygun lokasyonlar olarak öne çıkmaktadır.

SWOT ANALIZI



Güçlü Yönler

- Kişiyeye Özel Hizmet Modeli
- Güçlü Stilist Ekibi
- Ücretsiz Kargo ve İade Kolaylığı
- Abonelik Zorunluluğu Olmaması
- Bütçe Esnekliği ve Fiyat Şeffaflığı
- Yerli Üretici İşbirlikleri

Zayıf Yönler

- Stilist Bedelinin İade Edilmemesi
- 4 Günlük Deneme Süresi
- Ürün Görmeden Ödeme Modelinin Güvensiz Bulunması
- Ürün Çeşitliliği Tamamen Marka Stoğuna Bağlı

Fırsatlar

- Türkiye'de Kişisel Stil Danışmanlığına Artan İlgi
- Influencer Marketing ile Büyük Büyüme Potansiyeli
- Müşteri Bağlılığına Yönelik Kampanya Fırsatları

Tehditler

- Kargo Gecikmeleri ve Lojistik Sorunlar
- Fiyat Artışları ve Ekonomik Dalgalanmalar
- Ürünlerin Giyilip Hasarlı İade Edilmesi
- Moda Trendlerinin Hızlı Değişmesi

RAKIP ANALİZİ

CLOTIE

Clotie, 2018 yılında Engin Can Kurt ve Selen Korkmaz tarafından kurulan, online abonelik bazlı stil danışmanlığı sunan yenilikçi bir moda girişimidir. Kurucu ekip, Koç Üniversitesi'nde tanışmış ve Silikon Vadisi deneyimlerinin ardından geliştirdikleri fikirler arasından Clotie'yi hayata geçirmeye karar vermiştir. İş Bankası Workup Programı'na seçilmeleriyle birlikte girişim Ocak 2018'de resmi olarak lansman yapmıştır.

Clotie'nin iş modeli, kullanıcıların kişisel zevklerine göre profesyonel stilistler tarafından seçilmiş kombinleri evlerine kadar ulaştırma fikrine dayanır. Müşteriler siteye üye olduktan sonra detaylı bir stil anketi doldurur; boy-kilo ölçülerinden favori desenlere, sevilen markalardan harcama aralıklarına kadar birçok veri stilistler tarafından değerlendirilir. Ardından her kullanıcıya özel bir stilist atanır ve kişiye 5 parçalık kombin gönderilir. Kullanıcı üç gün boyunca ürünleri deneyebilir; beğendiklerini satın alırken beğenmediklerini belirlenen günde kapısından iade ettirebilir. Bu hizmet için yalnızca 19.99 TL danışmanlık ücreti alınmaktadır.

Clotie, özellikle zamanı kısıtlı beyaz yakalı kadınlar ve öğrenciler arasında kısa sürede popülerlik kazanmış; sosyal medyada paylaşılan "deneme kutuları" sayesinde viral bir büyüme elde etmiştir. İki kişilik bir ekip olarak başlayan girişim, operasyon ve stilist tarafında hızla genişlemiştir.

Ancak platform, 2023 yılından itibaren aktif faaliyet göstermemektedir. Web sitesi ve sosyal medya hesaplarında güncel paylaşım bulunmamakta, hizmet alımı için sistem aktif görünmemektedir. Girişimin neden faaliyet durdurduğuna dair resmi bir açıklama yapılmamış olup, kapanma veya operasyonların durma sebebi kamuoyuna açık şekilde bilinmemektedir.

Bu durum, finansal sürdürülebilirlik, operasyonel zorluklar, yatırım eksikliği veya stratejik kararlar gibi farklı ihtimalleri gündeme getirirse de kesin neden hakkında doğrulanmış bir bilgi bulunmamaktadır.





STRATEJİ OLUŐTURMA



Amaç Ne?

- Markayı yeniden konumlandırmak ve bilinirliği arttırmak.

Tutumlar:

- **Oluştur:**
Stilist onaylı kombin kutusunun güvenilir, zaman kazandıran ve profesyonel bir deneyim sunduğu algısını oluşturmak.
- **Değiştir:**
Kutuların kişiye uymayacağı, kaliteli olmayacağı veya riskli bir alışveriş olacağı yönündeki önyargıları güven, iade kolaylığı ve uzman seçimiyle değiştirmek.
- **Geliştir:**
Markaya duyulan güveni, paylaşım isteğini ve tekrar satın alma eğilimini stilist imzası ve memnuniyet odaklı deneyimle geliştirmek.



Konumlandırma:

- Türkiye'nin profesyonel stilistler tarafından hazırlanmış en güvenilir kadın deneyim & kombin kutusu.

Bilgi Verme:

- Kutu içeriğinin hangi stilist tarafından seçildiğini, temanın hikâyesini, ürünlerin kullanım alanlarını, kalite ve fiyat avantajlarını açık ve güven veren bir dille tüketiciye aktarmak.

Hızlı Satış Stratejisi:

- Stilistler tarafından seçilmiş kutular
- TikTok Ads
- UGC (bağımsız kullanıcı videoları)
- Influencer kodları
- Program yerleştirme

Neden Söyleyeceğiz?

- Tüketicinin en çok korktuğu şey “zevkime uymazsa” → stilist imzalı kutu ile çözülür
- Moda otoriteleri güven yaratıyor → güçlü referans etkisi
- Kadın kitlesi sosyal kanıtlara çok önem veriyor → UGC + influencer içerikleri şart
- Clotie çıkınca boşluk oluştu → kategori liderliği şansı



PLANLAMA



Planlama:

01

Hedef Kitle:

- 25-40 yaş arası, beyaz yakalı kadınlar.
- Moda konusunda kararsız, zamanı kısıtlı, profesyonel destek arayan
- Zaman tasarrufu isteyen
- Kombin yapmakta zorlanan
- Kendine hediye ve sürpriz deneyim arayan
- TikTok, Instagram ve YouTube aktif kullanıcılar.

02

Kanal Seçimi

- TikTok Ads → viral etki
- TikTok UGC → bağımsız güven
- Instagram Influencer
- Stilist videoları (Instagram Reels + YouTube Shorts)
- Program yerleştirme
- Billboard + QR kodlu yönlendirme
- Web sitesi kişiselleştirilmiş sayfa
- E-posta ve WhatsApp satış destek
- Tv dizi yerleştirme
- Radyo / Sabah- akşam rutininde zihinsel yerleşim ve marka hafızası.

Araştırmalar ve Yapılan Analizler Sonucuda Bulunan İletişim Sorunları:

- Moda konusunda uzmanlık eksikliği güvensizlik yaratıyor
- Markayı tanımıyor → sosyal kanıt şart
- “Beden uymazsa?” korkusu
- “Zevkime uymayabilir” kaygısı
- Stil danışmanlığı hizmetleri pahalı → uygun fiyatlı premium deneyim bekleniyor

Sorunlardan Yola Çıkararak Belirlenen Reklamın Amacı:

- Profesyonel stilist onayını ön plana çıkararak güven kazanmak
- TikTok viral içeriklerle marka bilinirliğini hızla artırmak
- PR + UGC + stilist içerikleriyle çok boyutlu güven inşası
- Clotie boşluğunu doldurup kategori lideri olmak

Ana Kavramlar ve Vaatler:

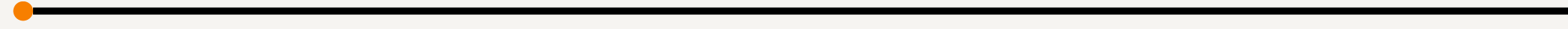
- Stilist seçimiyle gelen moda deneyimi – Kutuda kişisel stil danışmanlığı.

Vaatler:

- Profesyonel stil dokunuşu
- Kadına özel, kişiselleştirilmiş seçim
- Zaman kazandıran premium deneyim
- Gerçek kullanıcı videoları ile güven
- Uygun fiyatlı profesyonel stil çözümleri



Kampanya Stratejisi



Bu kampanyanın stratejisi, çalışan kadınların giyim karar sürecini stilist desteğiyle hızlandırarak yoğun iş temposunda pratik ve güvenilir stil çözümleri sunmak ve markanın bilinirliğini artırmaktır.



Kampanya Süresi

8 hafta

Mesaj Tasarımı:

Ana Mesaj:

“Stilin kapiya dayandığı an; zaman senin, Bi Kutu Kombini!”

Nerede Söylenecek:

TikTok reklamlarında, Instagram influencer Reels & Story içeriklerinde, Berfu Yenenler Show’da (YouTube/TV), YouTube Shorts ve Instagram Reels’ta, Billboard ve outdoor alanlarda, TV dizileri ürün yerleştirmesinde. Radyo yayınlarında, kampanya sloganının geçtiği özel kampanya şarkısı ile.

Ne Zaman Söylenecek:

Sevgililer gününde ve 8 haftalık kampanya sürecinde.

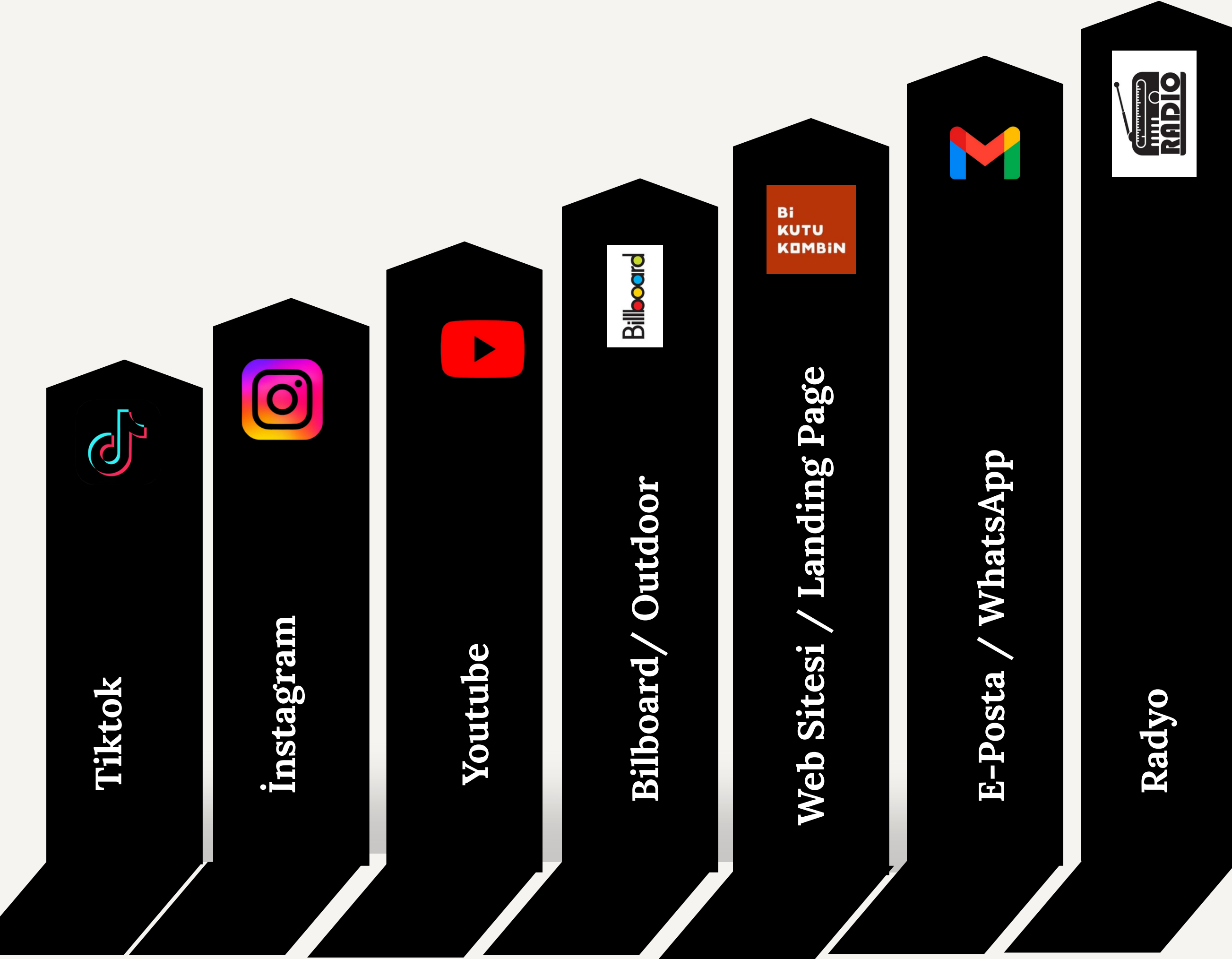


MEDYA PLANLAMA

Dönem	Kanal	İçerik Türü	Hedef Kitle	Mesaj Teması	Örnek İsimler / Kampanyalar
6 Ocak - 19 Ocak	TikTok Ads	Kutu açılışı + hızlı stilist tanıtımı	25-40 yaş arası beyaz yakalı kadınlar	“Tarzını kutuda keşfet”	Viral kısa videolar
8 Ocak - 28 Ocak	TikTok UGC	Bağımsız kullanıcı videoları	TikTok kullanıcıları	“Gerçek deneyim”	#BenimKutuStilim Challenge
15 Ocak - 28 Ocak	Instagram Influencer	Reels + Story kutu açılışı	25-40 yaş arası beyaz yakalı kadınlar	“Bu ayın stilist seçimi”	Orta-büyük influencerlar
16 Ocak - 29 Ocak	Stilist Kampanyası	Stilistlerin parçaları seçtiği videolar	Moda meraklıları	“X stilistin seçtiği kombin”	Başak Dizer, Deniz Marşan vb.
18 Ocak	Berfu Yenenler	Ürün yerleştirme	Dijital izleyiciler	“Profesyonel & eğlenceli deneyim”	Berfu Yenenler Show
6 Ocak - 2 Şubat	Billboard	Dış mekân görsel	Şehir merkezlerinde yaşayan 25-40 yaş arası beyaz yakalı kadınlar	“QR ile kutunu keşfet”	AVM bölgeleri
6 Ocak - 2 Şubat	Radyo	Kampanya şarkısı (Slogan Versiyon)	25-40 yaş, işe gidiş- geliş saatlerinde radyo dinleyen beyaz yakalı kadınlar.	“Stilin kapıya dayandığı an; zaman senin, Bi Kutu Kombin”	Power FM, Kral Pop, JoyTürk, Metro FM
8 Ocak - 4 Şubat	Meta Ads	Reels, carousel	25-40 yaş arası beyaz yakalı kadınlar	“Stilist seçimi deneyim kutusu”	Kitlesel hedefleme
10 Ocak - 30 Ocak	Web + E-posta	Konsept duyuru	Mevcut kullanıcı	“Ayın teması hazır”	Abonelik promosyonu
20 Ocak	NOW TV / Kiskanmak Dizisi	Ürün yerleştirme	Geniş Kitle	Günlük hayatta stil	Bi Kutu ekranlarda
20 Ocak - 2 Şubat	Kiskanmak Dizisi / Disney (VOD)	Ürün yerleştirme	Dijital izleyiciler	Günlük hayatta stil	Bi Kutu ekranlarda
14 Şubat	Influencer Konsept Kutu (Sevgililer Günü)	Influencer kutu açılımı	25-40 yaş, yoğun tempolu beyaz yakalı kadınlar	Sevgililer günü’nde zaman kazandıran, kombin stresini ortadan kaldıran stil çözümü	Doğa Bayram, Başak Çorlu
3 Şubat - 2 Mart	Instagram, TikTok, Youtube	30 sn ana film + 15 sn kısa versiyon + 6 sn bumper uyarlamaları	Sosyal medya kullanıcıları ve çalışan kadınlar	Stilin kapıya dayandığı an; zaman senin., Bi Kutu Kombin!	Stilin kapıya dayandığı an; zaman senin, Bi Kutu Kombin!

*Tablo, kampanya dönemine göre optimize edilmiştir.

Zamanlama



Tiktok

(Reklam Filmi+ Influencer)

En Etkili Saatler : 18:00 - 22:00

Haftalık İçerik : 5 Paylaşım

Instagram

(Reels + Story)

En Aktif Saatler : 18:00 - 22:00

Haftalık İçerik : 4 Reels, Günlük Story Akışı

Youtube

(Reklam + Berfu Yenenler Show)

Yayın / İzlenme Zirvesi : 12:00 - 14:00 ve 19:00 - 21:00

Shorts : Haftada 3 Paylaşım

Bilboard / Outdoor

Görünürlüğün En Yüksek Olduğu Zamanlar :
07:00-10:00 ve 17:00-20.00

Web Sitesi / Loading Page

Trafik Yoğunluğu : 18:00-22:00

Pik Günler : Cuma - Cumartesi - Pazar

E-Posta / WhatsApp

E-Posta : 09:00- 11:00

WatsApp : 14:00-18:00

Radyo

En Aktif Saatler : 07:00 - 09:00

17:00 - 19:00



YARATICI REKLAM ÇALIŞMALARIMIZ







REKLAM SENARYOSU

SAHNE 1 - GARDIROP (0-5 sn)

Kamera arkadan.
Kız gardırobunu açar,
askıları yana iter,
kiyafetlere bakar.
Yüz kadrajda yok.
Kısa duraksama.
Dolabın kapağını kapatır.

SAHNE 2 - İÇ- ODA GÜNDÜZ (5-10 sn)

Odanın zemini kıyafetlerle
doludur.
Kadın yerdeki kıyafetlerin arasına
çömelir.
Bir parçayı alır, bakar, tekrar yere
bırakır.
Aradığı kombini hala bulamaz

SAHNE 3- TABLET DETAY (5-10 sn)

Kadın koltukta oturur.
Tabletini alır.
Tablet ekranında Bi Kutu Kombinin
web sitesi.
Form sorularını doldurur hızlı bir
gösterimle:

- Renk seçimi
- Stil ikonları
- Beden girişi
- Parmak "Sipariş Ver" butonuna dokunur.

REKLAM SENARYOSU

SAHNE 4 – KAPI (10–13 sn)

Müzik başlar.
Kapı alt açıdan çekilir.
Bi Kutu Kombi logolu kutu
kadroja girer.
Paket elden alınır.

SAHNE 5 – ODA / KUTU YAKIN PLAN (13–18 sn)

Kutu yatağa konur.
Kutu açılır — yakın plan.
Doku, ambalaj ve logo
detayları.
Kıyafetlerin detay
çekimleri, uyum ve
düzen vurgulanır.

SAHNE 6 – ASKI GEÇİŞLERİ (18–25 sn)

Kıyafetler kutudan çıkar.
Her parça askıya asılırken jump
cut veya whip pan geçişleri.
Kıyafetler boş askıda asılı.

REKLAM SENARYOSU



SAHNE 7- GİYİLMİŞ HAL (25-30 sn)

Kadın ayna karşısında.
Üzerinde gelen kombi vardır.
Kendine bakar, gülümser.
Kendinden emin bir duruş.
müziğin sözleri girer.

**“Stilin Kapiya Dayandığı An;
Zaman Senin, Bi Kutu
Kombin!”**

FİNAL YAZISI: BEYAZ EKCRAN - LOGO

Bi Kutu Kombi logosu.
Müzik sloganla sona erer.
Sloganın yazılı hali belirir.
Slogan +Logo

GENEL KAMPANYA BÜTÇE TABLOSU

Influencer Bütçesi			
TikTok Influencer Gönderimleri			
Influencer	İçerik Türü	Birim Fiyat (TL)	Toplam
Elif Nur Yel	1 içerik	35.000	35.000
Zeynep Deniz Köse	1 içerik	25.000	25.000
İlayda Sürücü	1 içerik	15.000	15.000
Gökçe Gösteriş	1 içerik	18.000	18.000
TikTok Toplamı			93.000 TL
Instagram Influencer Gönderimleri			
Influencer	İçerik Türü	Birim Fiyatı (TL)	Toplam
Avena Atalar	Reels + Story	40.000	40.000
Gökçe Gösteriş	Reels + Story	20.000	20.000
Cansu Akın	Reels + Story	60.000	60.000
Ayça Doğru	Reels + Story	15.000	15.000
Zeynep Deniz Köse	Reels + Story	20.000	20.000
Instagram Toplamı			155.000 TL
Sevgililer Günü Özel Konsept Kutu			
Influencer	İçerik Türü	Birim Fiyatı (TL)	Toplam
Başak Çorlu	Reels + Story	25.000	25.000
Doğa Bayram	Reels + Story	65.000	65.000
Konsept Kutu Toplamı			90.000
Stilist Kampanyası			
Stilist	Hizmet	Birim Fiyat (TL)	Toplam
Başak Dizer	Styling + video	120.000	120.000
Ala Tokel	Styling + video	60.000	60.000
Stilistler Toplamı			180.000

GENEL KAMPANYA BÜTÇE TABLOSU

TV / Program İş birliği			
Program	İçerik		Toplam
Berfu Yenenler Show	Canlı Kutu Açılışı		150.000
Billboard Bütçesi			
AVM Billboardları			
Lokasyon	Adet	Birim Fiyatı	Toplam
İstanbul – Venezia AVM	5	10.000	50.000
Ankara – Ankamall	5	8.000	40.000
AVM Billboard Toplamı			90.000 TL
Şehir Merkezi Billboardları			
Lokasyon	Adet	Birim Fiyatı	Toplam
İstanbul Beşiktaş	20	15.000	300.000
İstanbul Kadıköy	20	15.000	300.000
İstanbul Ataşehir	20	15.000	300.000
Ankara Merkez (Çankaya- Tunalı- Yenimahalle)	20	12.000	160.000
Bursa Şehir Merkezi	20	10.000	160.000
İzmir Şehir Merkezi	20	10.000	160.000
Şehir Billboard Toplamı			
GENEL BILLBOARD TOPLAMI			1.470.000 TL

GENEL KAMPANYA BÜTÇE TABLOSU

Reklam Filmi Prodüksiyon Maliyeti	
Kalem	Ortalama Ücret (TL)
Yönetmen +Kreatif Süpervizyon	70.000
Prodüksiyon Ekibi	120.000
Oyuncu Ücretleri	40.000
Styling + Özel kombin Hazırlıkları	20.000
Mekân Kiraları (ev + plaza + okul)	45.000
Ekipman Kiralama	60.000
Kurgu + Color Grading	35.000
Müzik Lisansı (The Blaze- Territory)	120.000
VFX / Motion Grafik	15.000
Set Lojistiği (yemek, ulaşım vb.)	25.000
Reklam Filmi Toplamı	550.000
Radio Kampanya Şarkısı Bütçesi	
Radio Entegrasyonu (4 Hafta)	
Kalem	
Ulusal Radyo Kanalları Yayın Bedeli	180.000
Prime Time Frekans Artışı (Sabah- akşam)	60.000
Radio Toplamı	240.000
TV Ürün Yerleştirme	
NOW/ Kiskanmak Dizisi	
Program İçi Görünürlük	350.000
TV Ürün Yerleştirme Genel Toplamı	350.000

GENEL KAMPANYA BÜTÇE TABLOSU

Meta Ads			
Kalem			Tutar
Medya Harcaması (4 hafta)			250.000
Kreatif Üretim			30.000
Meta Ads Toplamı			280.000 TL
TikTok Ads			
Kalem			Tutar
Medya Harcaması			80.000
Kreatif Üretim			20.000
TikTok Ads Toplamı			100.000 TL
Web + E-posta			
Kalem			Tutar
Tema hazırlığı + duyurular			20.000
Ajans Hizmeti			
Hizmet	Süre		Tutar
Kampanya yönetimi + medya + influencer yönetimi	8 hafta		80.000 TL
Yedek Bütçe (%5)			
Kalem			Tutar
Beklenmeyen giderler			140.000 TL
GENEL TOPLAM BÜTÇE			3.988.000 TL
AJANS HİZMET BEDELİ			478.560
ÖDENECEK NİHAİ TOPLAM			4.466.560

*Bütçe çalışması, mevcut ekonomik ve finansal koşullar esas alınarak oluşturulmuştur.



DEĞERLENDİRME

DERĐERLENDİRME

Marka Bilinirliği Artışı

Kampanya öncesinde beyaz yaka kadınlar tarafından Bi Kutu Kombin'in bilinirliği %5' iken; kampanya sonrası bu bilinirliği %45 artırmayı hedefliyoruz.

Kampanya sonrasında Kamuoyu araştırması (anket) yapacağız. 4 ili kapsayan bu araştırmada bilinirlik oranımızın nereden nereye geldiğini ve kaç beyaz yakalı kadın ulaştığımızı ölçeceğiz.



Kaynakça

<http://bikutukombin.com/bi-kutu-blog>

<https://www.tiktok.com/search?q=bi%20kutu%20kombin&t=1765200017072>

<https://www.instagram.com/explore/search/keyword/?q=%23bikutukombin>

<https://startupmarket.co/clotiez>

<https://eksisozluk.com/bi-kutu-kombin--7042219>

<https://www.sikayetvar.com/bi-kutu-kombin>

<https://www.tuik.gov.tr/>

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>

<https://medyascope.tv/>

<https://ticaret.gov.tr/>



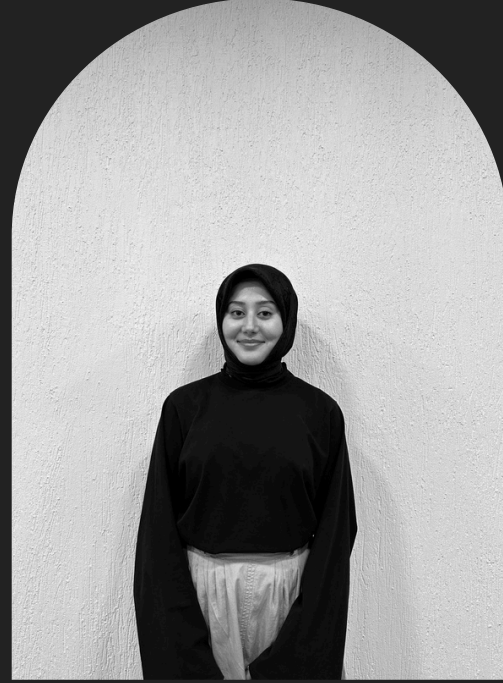
BİZİ DİNLEDİĞİNİZ İÇİN TEŞEKKÜRLER



Kreatif Direktör
Gülcen Öztürk



Genel Koordinatör
Merve Bayram



Metin Yazarı
Esra Tekeli



Grafik Tasarım
Ceylan Haşçelik



Sosyal Medya
Uzmanı
Nurgül Karap



Video Editör
Begüm Can

Revna, Gibisi Yok!