



BAYKUŞ
ÖDÜLLERİ
2018

Usta Baykuş

BRONZ ÖDÜL



Lansmanı Yaptık, Peki Ya Sonrası?- Usta Baykuş



Yeni ürünlerin/markaların başarısı sadece lansman öncesi dönemlerinde yapılan araştırmalara dayanmaz, belirleyici kararlara ışık tutan lansman öncesi araştırmalar kadar, ürünün/markanın performans ve algısının lansman sonrası dönemde de yine pazar araştırmaları ile takip edilmesi kritiktir.

BAYKUŞ
2018

Lansman değerlendirme araştırmalarında temel olarak aşağıdakileri elde etmek amaçlanmaktadır;

- Markanın ana hedef kitle nezdinde bilinirlik ve kullanım durumunun detaylı anlamak
- Sunulan vaatlerin/iddiaların tüketici için ne derece geçerli olduğu ve potansiyelini anlamak
- Markanın bariyer ve motivasyonlarının tespiti
- Markanın mevcut konumlamasını birincil rekabet ile kıyaslamalı anlamak
- ATL ve BTL stratejilerinin olası revizyon ihtiyaçlarının tespit edilmesi
- Olası relansman için veri/içgörü elde etmek

Bir yıl önce (Nisan 2016) lanse edilen markanın satışlarının hedeflenen seviyeye ulaşmaması üzerine bu durumun temel sebepleri (barriers) ve markanın tüketiciye cazip gelen alanları (triggers), yukarıda sıralanan diğer amaçlarla birlikte araştırılmak istenmiştir. Belirlenen hipotezlere yanıt arayacak şekilde kantitatif bir araştırma tasarlanmıştır. Araştırma sonrasında test edilen hipotezler ve elde edilen bulgulara göre aksiyonlar önerilmiştir.

Tüm bu aksiyonlar neticesinde iş sonuçları ise şöyle gerçekleşmiştir:

Relansman hayata geçmiştir. Düzenli olarak tüm kategorileri ölçümleyen perakende paneli verilerine göre, markanın aylık cirosu düzenli olarak artarak lansmanın 6. ayında 5 katına çıkmıştır.

GAME CHANGERS

