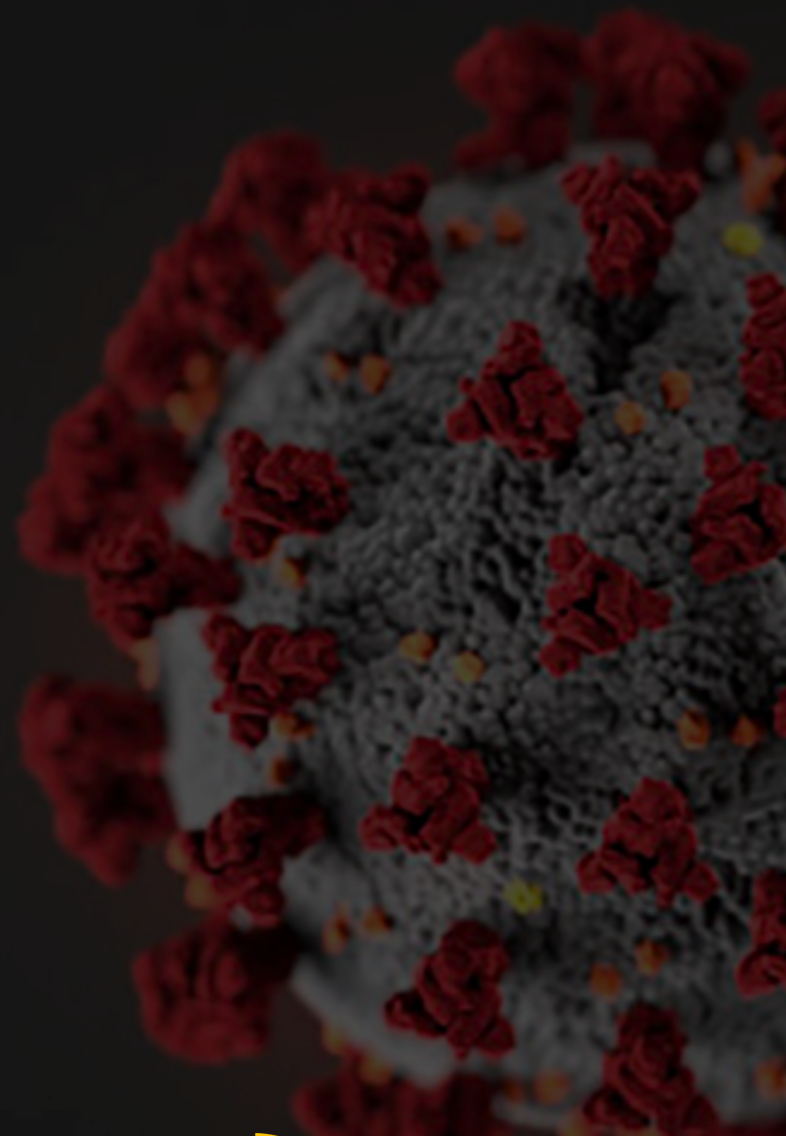
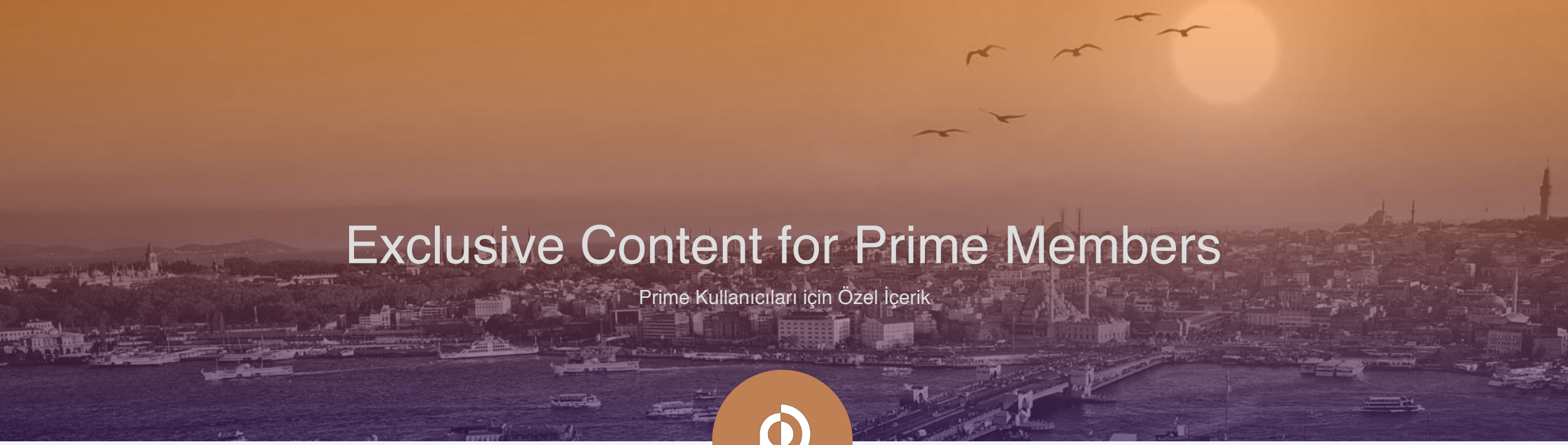
COVID-19

- **MARKA PROFESYONELLERİ NE DÜŞÜNÜYOR?**
- **MARKALAR NE GİBİ HAMLELER YAPTI?**



Pazarlamasyon Prime
Mart 2020

prime



Exclusive Content for Prime Members

Prime Kullanıcıları için Özel İçerik

Pazarlamasyon Prime

Bu içerik, Pazarlamasyon Prime kullanıcılarını bilgilendirmek amacı ile, herhangi bir maddi menfaat beklentisi olmadan yayınlanmıştır.

İçeriğin hakkı, sağlayıcı kurum tarafında olup, içeriğin kopyalanması, dağıtımı ve çoğaltılması, ilgili kurumun izni alınmadan yasaktır. Bu yolla oluşabilecek yasal durumlardan Pazarlamasyon mesul değildir.

This content has been published without the expectation of material benefit in order to inform the members of Pazarlamasyon Prime.

The right of the content is on the provider institution and the copying, distribution and reproduction of the content is prohibited without permission. Pazarlamasyon is not responsible for the legal situations that may arise in this way.

YÖNETİCİ ÖZETİ VE ARAŞTIRMA DEMOGRAFİSİ

Covid-19 salgınını iş dünyasına sorduk.

Salgın, iş dünyasının %68'lik kesimini oldukça fazla, %27'lik kesimini ise kısmen endişelendiriyor. Dünyada alınan önlemleri etkili bulanlar %9'u oluştururken Türkiye'de alınan önlemleri etkili bulanlar ise sadece %2.

İş dünyası Covid-19'un 3-5 ay daha etkisini göstereceği kanısında. Sosyal yaşantımızdan iş yaşantımıza hayatımızın her alanını etkisi altına alan salgın sürecinin toplumun tutum ve davranışlarında da uzun vadede değişiklik yaratması bekleniyor.

Araştırmamız kapsamında; Covid-19 salgınının tüketicinin marka algısını nasıl değiştirdiğini, markaların sürece dair tutumlarının tüketicilerin satın alma davranışlarını nasıl etkilediğini, salgın esnasında ve salgın sona erdiğinde markaların iletişim planları doğrultusunda neleri dikkate almaları gerektiğini ölçümledik.

Öte yandan markaların Corona virüsüne karşı yapmış olduğu hamlelerden oluşan kapsamlı bir bilgi havuzu oluşturduk.

Toplam Katılımcı:

3900

Araştırmaya katılanların tecrübe seviyeleri

KATILIMCI SEKTÖRLERİ

ÖNEMLİ BULGULAR VE TÜRKİYE'DEKİ MARKALARDAN ÖNE ÇIKAN ÖNLEM HABERLERİ

Raporumuz 2 bölümden oluşuyor. İlk kırılımda 3900 kişi ile çoktan seçmeli sorular ile ulaştığımız yanıtlar varken ikinci kırılım, markaların Corona virüsüne karşı yapmış olduğu hamlelerden oluşuyor.

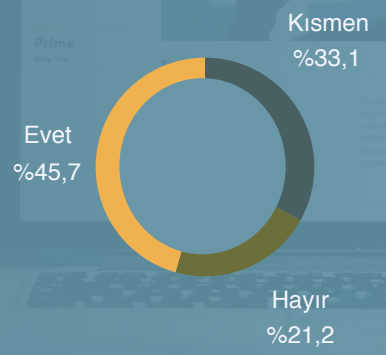
VİRÜS TÜRKİYE'DEKİ İNSANLARIN NEREDEYSE TAMAMINI ETKİLEDİ

"Covid-19 normal yaşantınızı etkiledi mi?" sorusuna yanıt veren profesyonellerin sadece %1'lik bir kısmı bu salgının gündelik hayatlarını etkilemediğini belirtiyor.

99%

MARKALARIN İZLEDİĞİ POLİTİKALAR SATIN ALIM SÜREÇLERİNİ DEĞİŞTİRECEK

Profesyonellerin %45.7'si, "Markaların Covid-19 salgını süresince izledikleri politikalar salgın sonrasında satın alma davranışlarınızı etkileyecek mi?" sorusuna evet yanıtını verdi.



Yemeksepeti, Corona virüse karşı mücadele için 1 Milyon TL bağışladı, kendisine Emeksepeti ismini verdi.

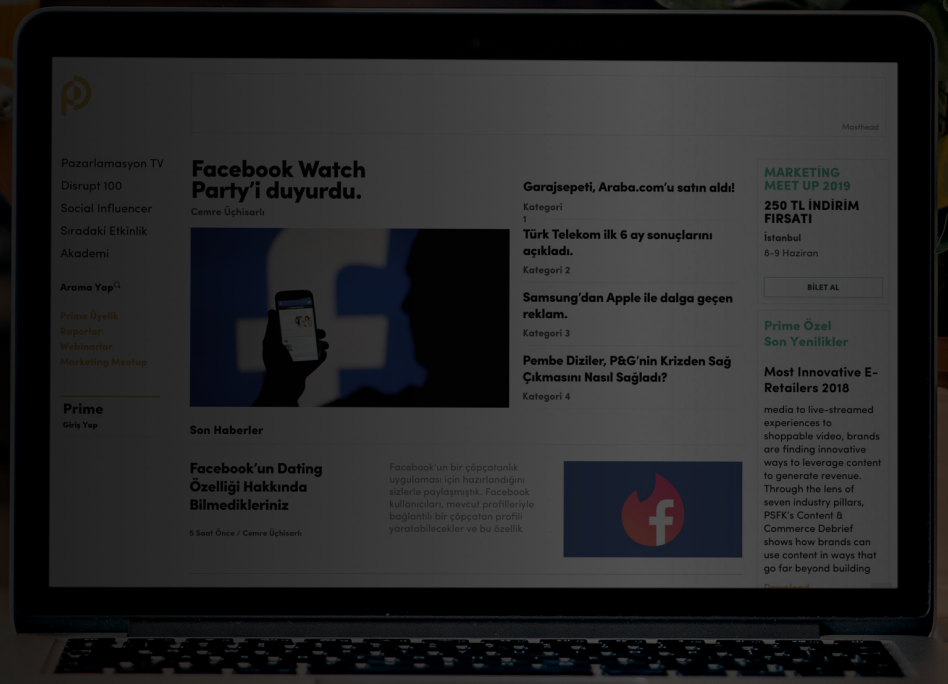
Unilever Türkiye, Sağlık Bakanlığı'na 230 ton Domestos bağışında bulundu.

Penti, #HepBenimle olan motto ve marka vaadini, Corona ile mücadele kapsamında #HepBirlikte olarak revize ettiklerini duyurdu.

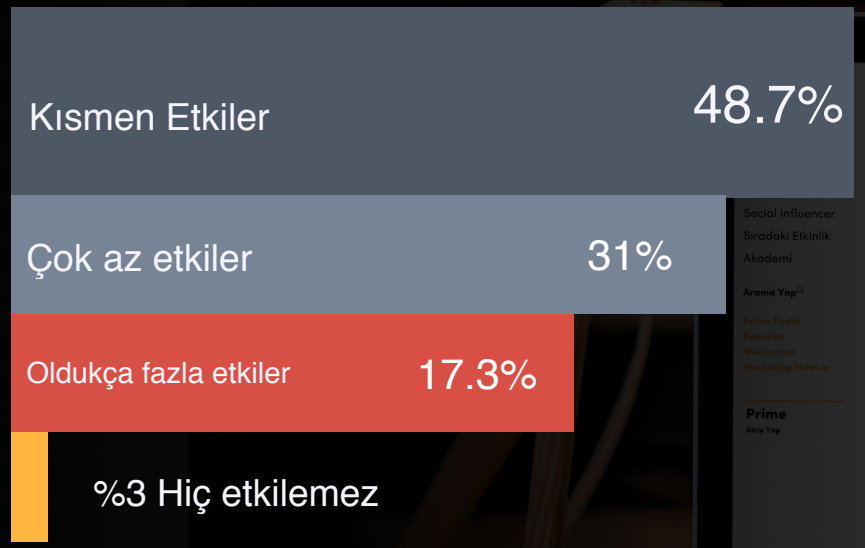
Toyota, bir yıl araç satmasa da maaş ödeyeceğini, kimseyi işten çıkarmayacağını ve devlet desteğine de başvurmayacağını açıkladı.

1 Araştırma Bulguları

Bu bölümde pazarlama iletişimi ve marka dünyasından toplam 3900 profesyonelin katılımı sonucunda elde edilen bulgular paylaşılacaktır.



Sizce alınan tedbirler virüsün Türkiye’deki yayılma hızını ne kadar etkiler?

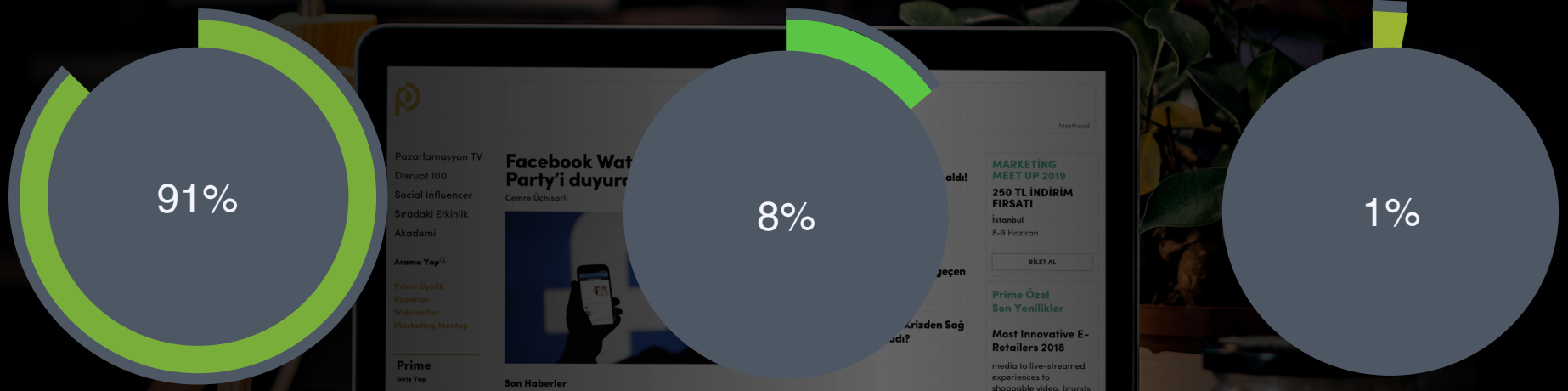


Dünya Sağlık Örgütü'nün COVID-19'u 'pandemi' ilan etmesinin ardından virüs için dünyanın her yerinde farklı tedbirler alınıyor. Örneğin; hastalığın yayılmaya başladığı Çin, pek çok bölgesinde resmi bir karantina uygularken karantinaya uymayanlara hapis cezası veriyor. Türkiye olarak biz de son dönemde tüm yurt dışı uçuşlarını durdurduk, en büyük risk grubu olan yaşlılara sokağa çıkma yasağı getirdik, şehirlerarası yolculukları kısıtladık.

Tedbirler her geçen gün artsa da verilen cevaplara göre alınan tedbirler yeterli bulunmuyor. Neredeyse her iki kişiden biri tedbirlerin kısmen yeterli olduğunu düşünürken, 100 kişiden 31'i de alınan tedbirlerin virüsün yayılma hızını çok az etkileyeceğini söylemiş.

Öte yandan, orta yaşlı profesyonellerin, gençlere göre bu salgın karşısında çok daha tedirgin olduklarını da belirtmemizde fayda var.

Covid-19’un şu ana kadarki süreçte normal yaşantınızı etkilediğini düşünüyor musunuz?



Evet, etkiledi

Kısmen etkiledi

Herhangi bir etkisi olmadı

Şirketlerin mümkün olduğunca çalışanlarını uzaktan çalıştırdığı, markaların mağazalarını kapattığı ve sosyal olarak bir araya gelinebilecek çoğu yerin kapalı olduğu şu dönemde, iş hayatından profesyoneller normal yaşantılarının %99 oranında etkilendiğini belirtiyor.

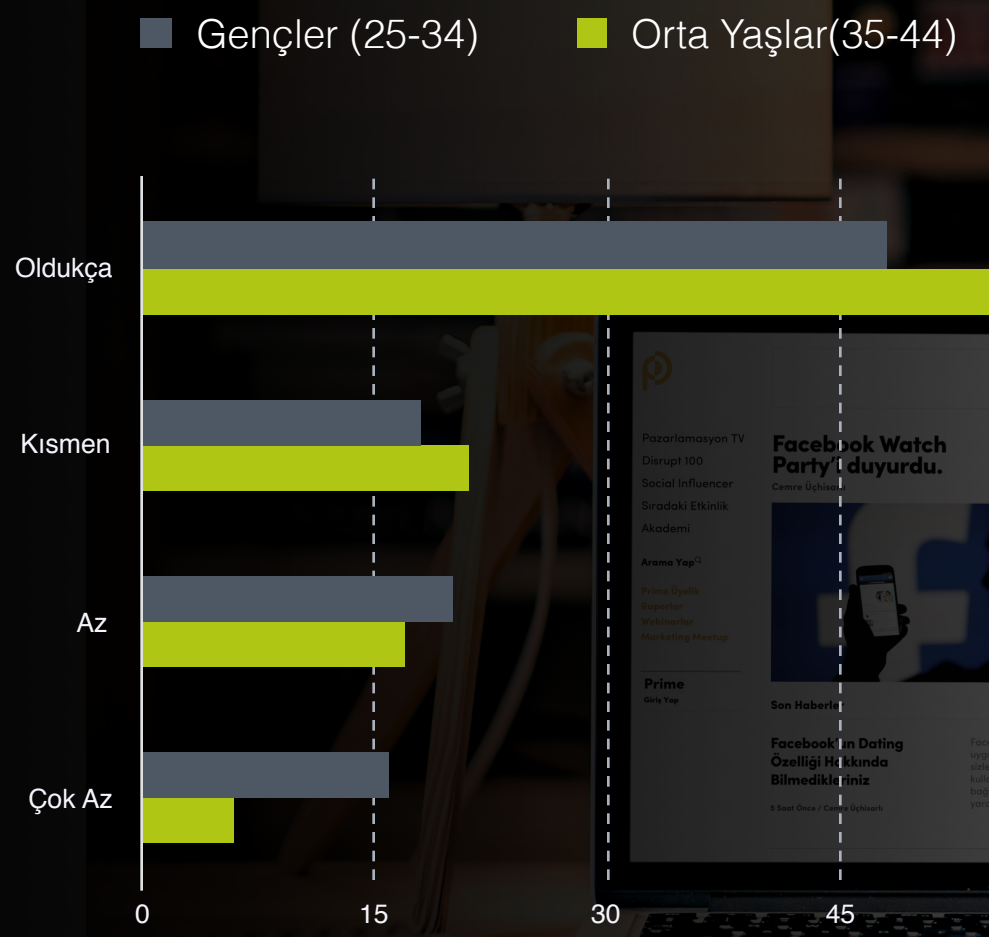
Covid-19 karşısında dünyada alınan tedbirler sizce ne kadar etkili?

Çok Etkili	75%
Etkili	15%
Kısmen Etkili	9%
%2 Etkisiz	

Covid-19 karşısında Türkiye'de alınan tedbirler sizce ne kadar etkili?

Çok Etkili	55%
Etkili	33%
Kısmen Etkili	10%
Etkisiz	%2

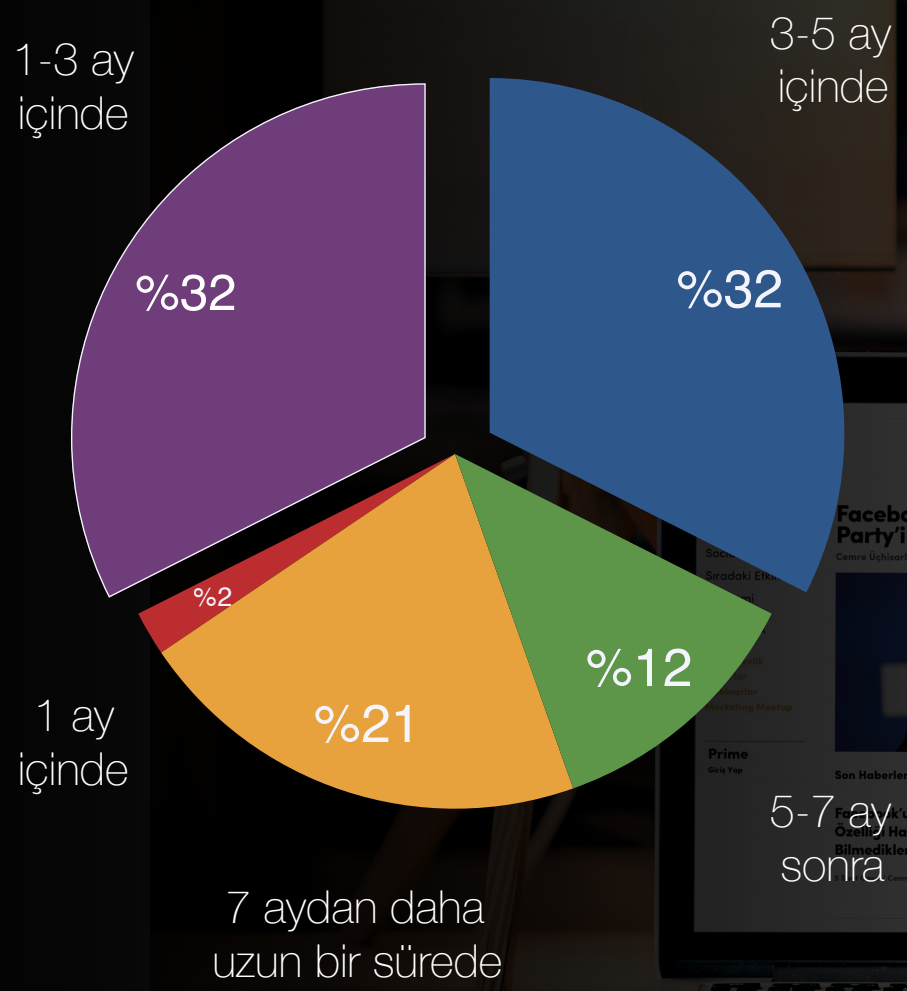
Şu anki iş durumunuz göz önünde alındığında, Covid-19 salgını sizi ne kadar endişelendiriyor?



COVID-19 salgını sebebiyle endişelenmeyen yalnızca %4'lük kesimin yanında profesyonellerin %68'i oldukça endişeli olduklarını belirtmiş. Farklı araştırma sonuçlarından da yaptığımız çıkarımlara göre bu endişenin en büyük sebebi belirsizlik. Virüsün etkisini ne zaman tam anlamıyla yitireceğinin bilinememesi insanlarda endişeye sebebiyet veriyor.

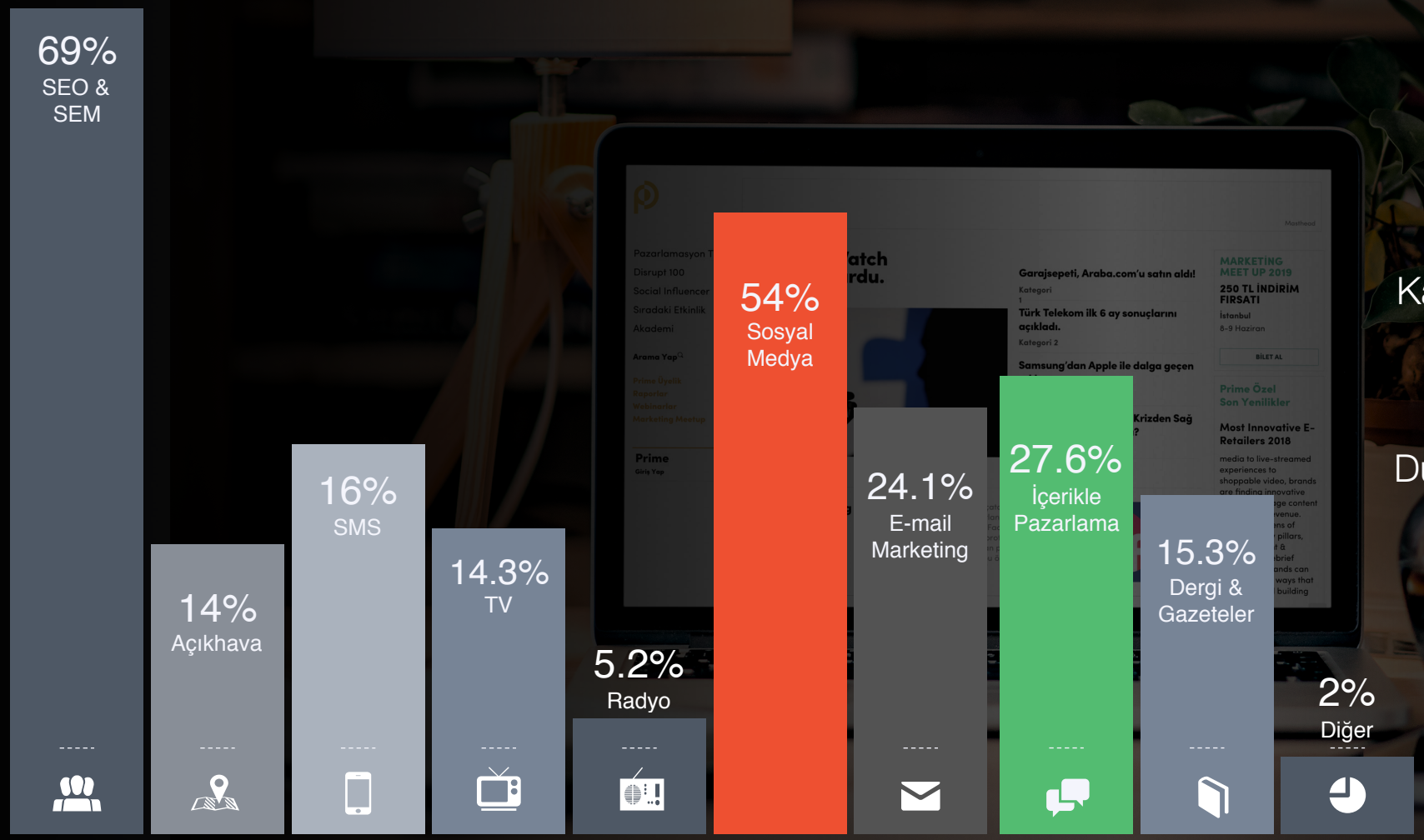
Öte yandan, orta yaşlı profesyonellerin, gençlere göre bu salgın karşısında çok daha tedirgin olduklarını da belirtmemizde fayda var.

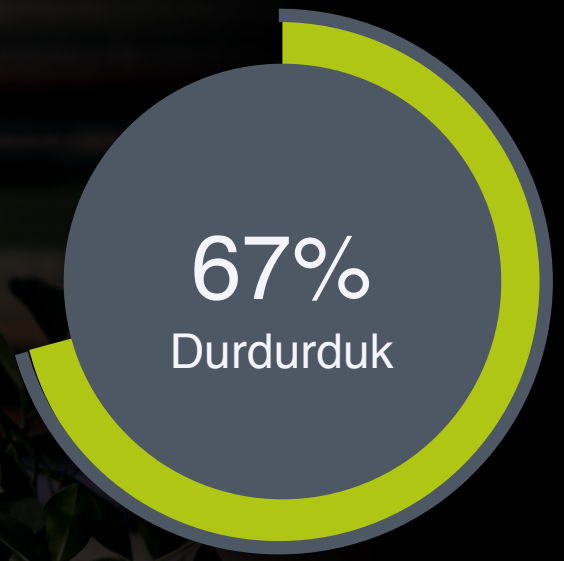
Covid-19’un tam olarak ne zaman etkisini yitireceğini düşünüyorsunuz?



İş dünyasından araştırmamıza katılanların verdikleri cevaplara göre tahminler pek de iyimser değil. Virüsün 7 aydan daha uzun bir süre sonra etkisini yitireceğini düşünenler tablonun %23’ünü oluştururken, %35 ile en büyük yüzdeyi oluşturan tahminler virüsün 3-5 ay içerisinde etkisini yitireceği yönünde.

Süreçte marka iletişiminizi durdurdunuz mu? Eğer durdurmadıysanız hangi mecralardan iletişime devam ediyorsunuz?

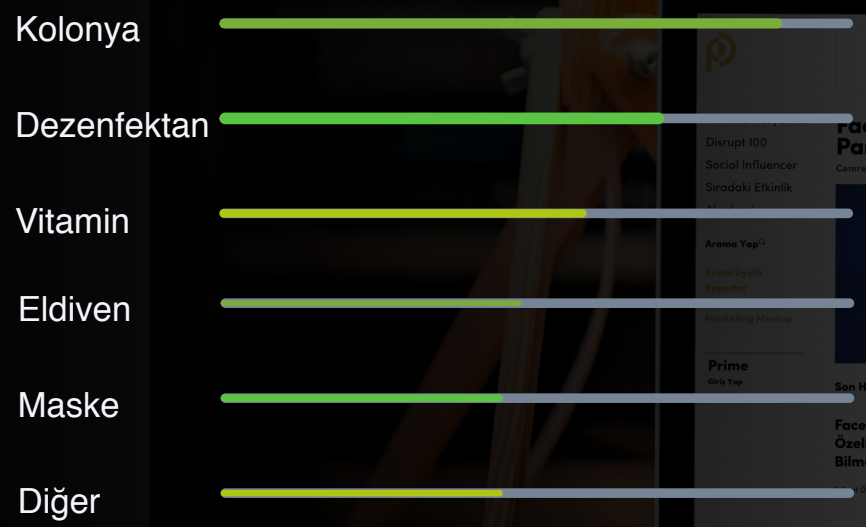




Katılımcılarımızın büyük bir kısmı marka iletişimi faaliyetlerini durdurmuş durumda.

Durdurmayanlar ise en çok SEO ve SEM operasyonlarını sürdürmeye devam ediyorlar.

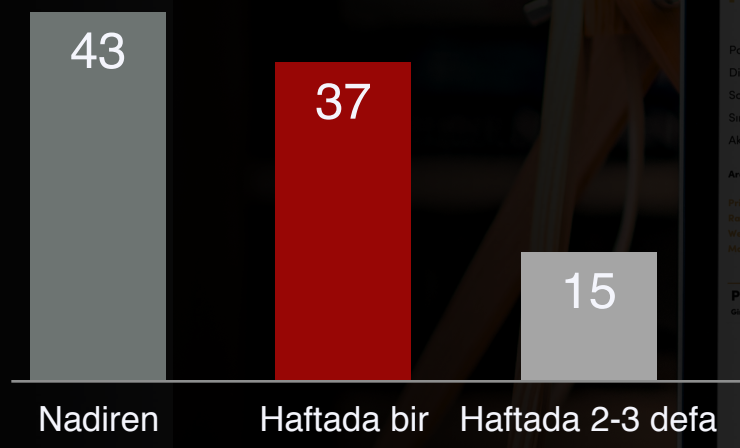
Covid-19’dan korunmak için hangi ürün gruplarını satın aldınız?



Corona virüsü salgını, Türkiye’de ve dünyada hayatın çeşitli alanlarında önemli etkiler yaratmaya devam ediyor. Bu sürecin toplumun tutum ve davranışlarında da değişiklik yaratması bekleniyor.

Yaptığımız araştırmanın sonuçlarına göre kolonya ve dezenfektan satın alımında muazzam bir artış görünüyor. Ipsos Hane Tüketim Paneli'nin mart ayında en çok satın alınan hızlı tüketim ürünleri verileriyle de paralellik gösteren sonuçlarımıza göre; kolonya ve dezenfektanı bağışıklık sistemini güçlendirmek için vitamin takip ediyor. Medikal maske ve eldiven de COVID-19 salgınından sonra satın alımı en çok artan ürünler arasında yer alıyor.

Covid-19 salgınından önce ne sıklıkla online alışveriş yapıyordunuz?



Covid-19 salgınından sonra ne sıklıkla online alışveriş yapıyorsunuz?

Markaların Covid-19 salgını ile ilgili söylemlerini takip ediyor musunuz?

Markalar COVID-19 salgınına ve sosyal mesafenin önemine dair çeşitli iletişim çalışmaları yürütüyor. Araştırmamıza katılan çalışanların %83'ü markaların bu iletişim faaliyetlerini takip ettiklerini belirtti.

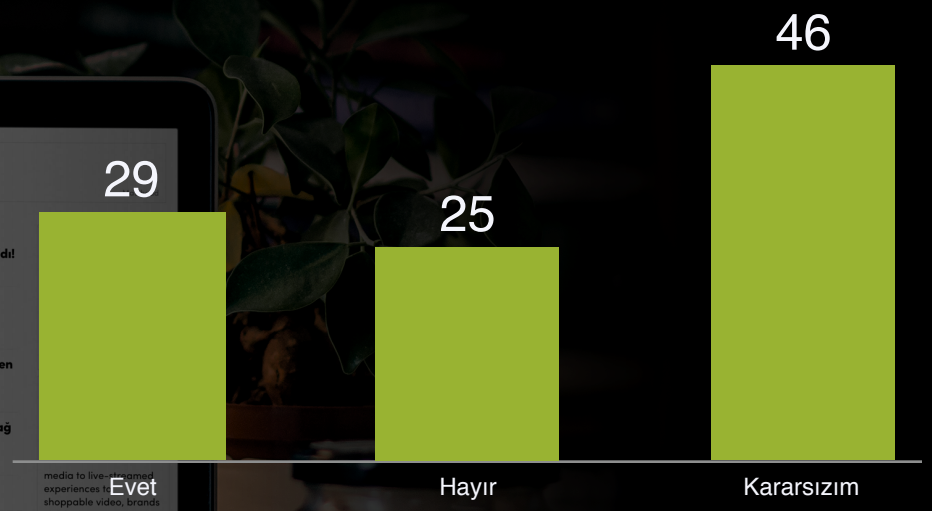
Markaların Covid-19 salgını ile ilgili söylemlerini samimi buluyor musunuz?

Yalnızca markaların iletişim çalışmalarını takip eden katılımcılarımıza yönelttiğimiz sorulardan ilkine göre; her iki kişiden biri markaların COVID-19 odaklı iletişim çalışmalarını samimi bulmuyor.

Çalıştığınız marka sizi herhangi bir ücretli/ücretsiz izne çıkardı mı?

Katılımcılarımızın çok büyük bir kısmı işlerine evde devam ediyor.

Süreçte evden çalışmayı kendiniz açısından faydalı buluyor musunuz?



Evden çalışmayı faydalı bulanların sayısı %29 olurken katılımcıların neredeyse yarısı henüz evden çalışmanın kendisi adına faydalı olup olmadığı konusunda kararsız.

Gıda stoğu yaptınız mı?

55%

Araştırmamıza katılan iş dünyası profesyonellerinin neredeyse yarısının gıda stoğu yaptığını görüyoruz. Şimdilik dünyanın hiçbir yerinde COVID-19 sebebiyle açlık veya kıtlık yaşanmadı ve marketler kapatılmadı.

Gıda üreticilerinin yeterli ürün olduğunu, paniğe gerek olmadığını söylemesine rağmen yapılan bu satın alımlar 'Panic Buying' (Panik Satın Alması) kavramıyla açıklanabilir. Belirli felaket veya alışılmadık durumlar, tüketicileri gelecekte oluşabilecek stok bitimi, fiyat artması gibi endişeler sebebiyle gereğinden fazla ürün satın almaya yöneltiyor.

Bu günlerde internetten sipariş vermeyi güvenilir buluyor musunuz?

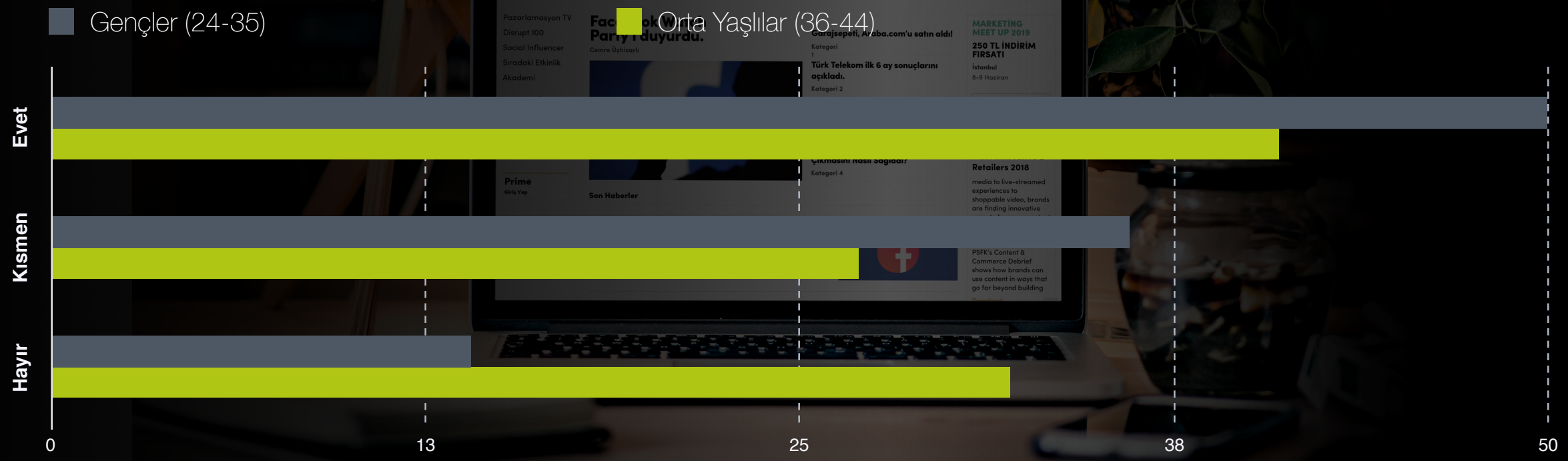
77%

Araştırmamız kapsamında verilen cevaplara göre çalışanların %77'si internetten sipariş vermeyi güvenilir buluyor.

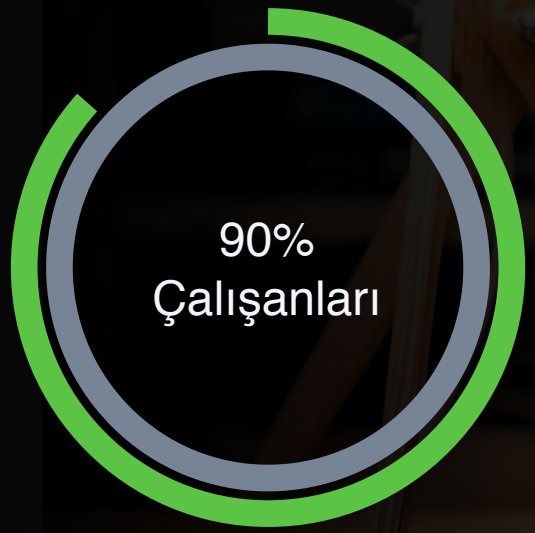
Dünya genelinde e-ticarette yaşanan artış da bu sonuç ile özdeşleşmekte. CarrefourSA, 11 ile 15 Mart tarihleri arasında alınan siparişlerde bir önceki haftanın aynı dönemine göre %80'lik bir artış yaşandığını belirtirken, Migros sipariş yoğunluğu sebebiyle Sanal Market için 1000 yeni kişiyi işe alacağını duyurdu.

Markaların Covid-19 salgını süresince izledikleri politikalar salgın sonrasında satın alma davranışlarınızı etkileyecek mi?

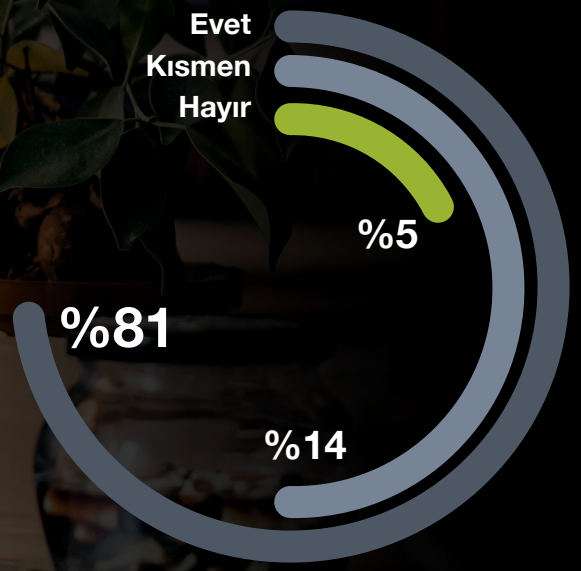
Katılımcılarımızın %45'i markaların COVID-19 salgın krizi döneminde izledikleri politikaların salgın sonrasında da kesinlikle satın alma davranışlarını etkileyeceğini söylerken, %33'ü de kısmen etkileyeceğini belirtti. Buradan markaların tüketicilerine yönelik iletişimlerinde ekstra dikkatli olmaları gerektiğini rahatlıkla çıkarabiliriz. Böyle bir dönemde yaşanacak kriz fırsata dönüştürülemez veya hızlıca üstesinden gelinmezse markalar için uzun vadede zedeleyici olabilir.



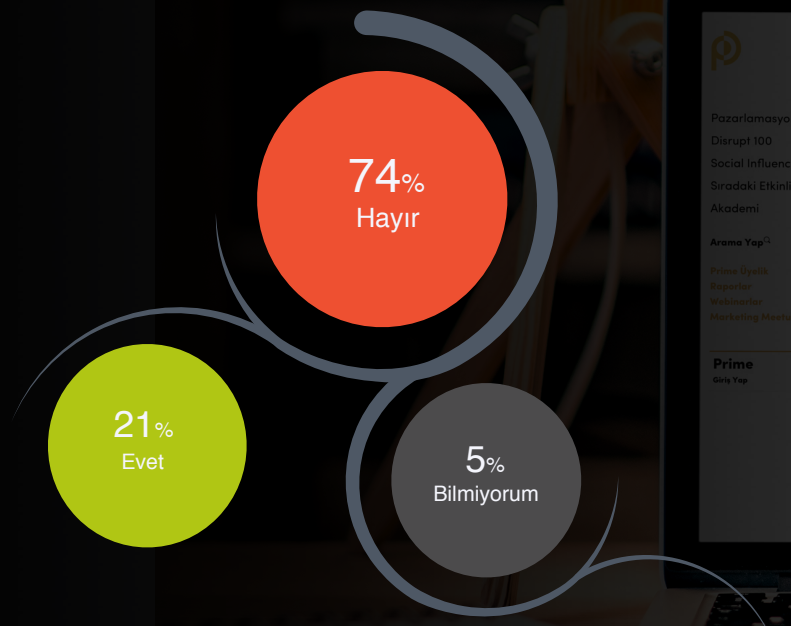
Markaların Covid-19 salgınında öncelikli olarak çalışanlarını mı, yoksa tüketicilerini mi düşünmelerini beklersiniz?



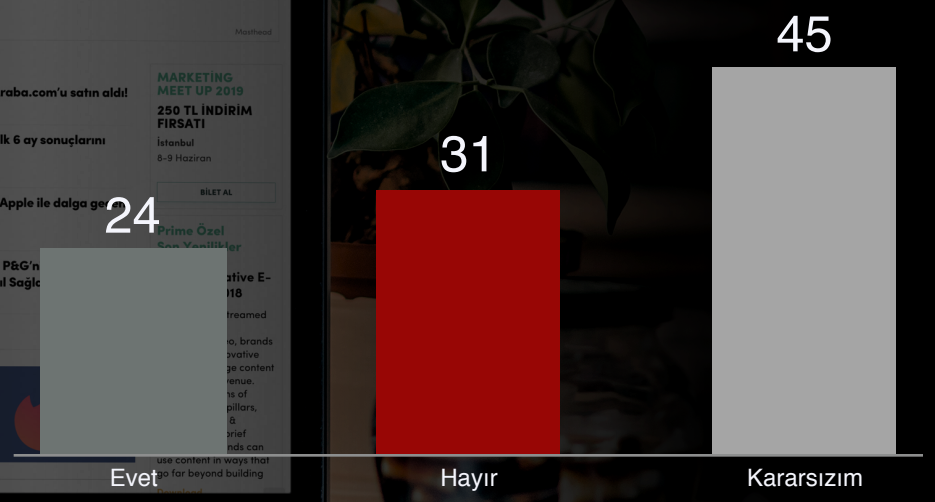
Şirket ve markaların Covid-19 salgınında şeffaf davranmaları salgından sonra marka ile bağınızı etkiler mi?



Çalıştığınız şirket müşterileri için herhangi bir teşvik, özel indirim, ücretsiz ürün, borç indirimi veya bu minvalde herhangi bir aksiyon aldı mı?

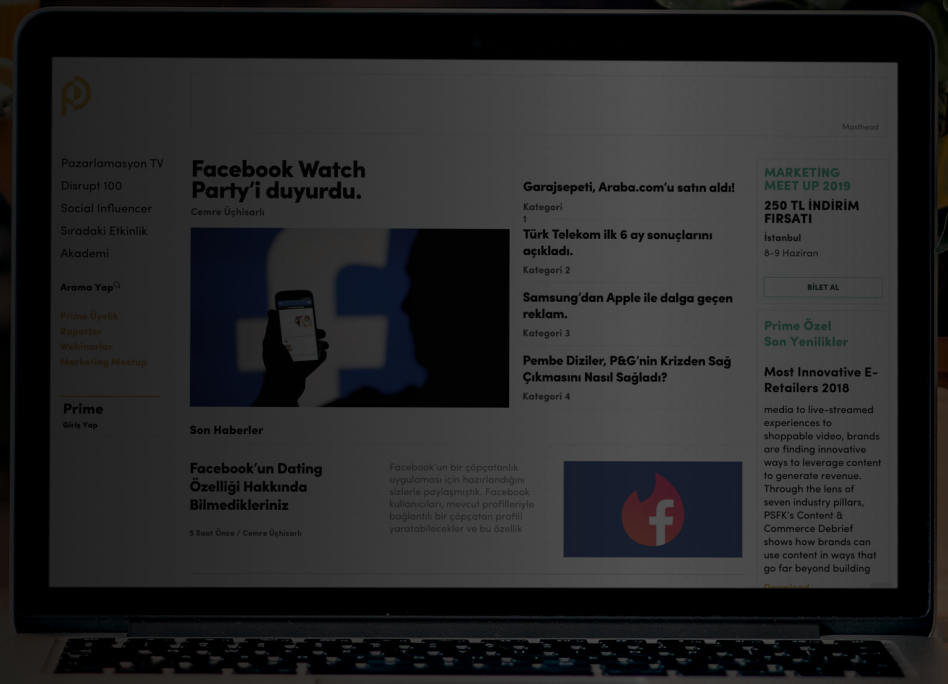


Çalıştığınız şirket müşterileri için herhangi bir teşvik, özel indirim, ücretsiz ürün, borç indirimi veya bu minvalde herhangi bir aksiyon almayı düşünüyor mu?



2 Marka Gelişmeleri

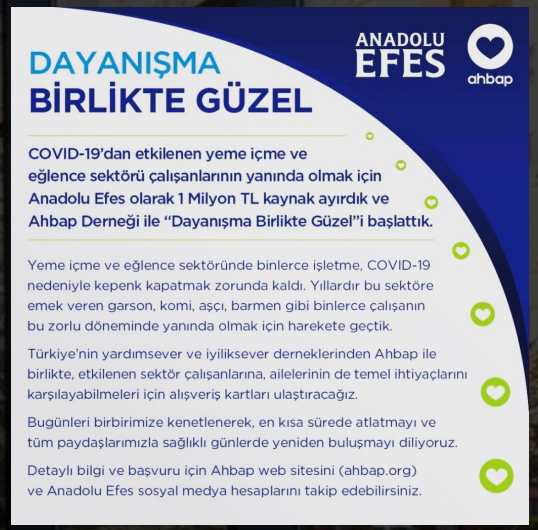
Bu bölümde markaların Covid-19 gündemine karşı üretmiş oldukları, öne çıkan iletişim çalışmalarına yer verilecektir.



prime
By Pazarlamasyon

#içecek

Anadolu Efes, AHBAP Derneği'ne 1 Milyon TL Bağışladı



Corona virüs sonrası oldukça zarara uğrayan diğer bir sektör de eğlence sektörü oldu. Anadolu Efes de eğlence sektörü çalışanları ve ailelerinin mağduriyetini azaltmak amacıyla AHBAP Derneği ile iş birliği gerçekleştirdi.

"Dayanışma Birlikte Güzel" diyen Anadolu Efes, kampanya kapsamında AHBAP Derneği'ne 1 milyon TL'lik bağışta bulundu.

Anadolu Efes'ten yapılan açıklamada şu sözlere yer verildi:
"Yeme-içme ve eğlence sektöründe binlerce işletme, COVID-19 nedeniyle kepenk kapatmak zorunda kaldı. Yıllardır bu sektöre emek veren garson, komi, aşçı, barmen gibi binlerce çalışanın bu zorlu döneminde yanında olabilmek için harekete geçtik. Türkiye'nin yardımsever ve iyiliksever derneklerinden AHBAP ile birlikte, etkilenen sektör çalışanlarına, ailelerinin de temel ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için alışveriş kartları ulaştıracağız."

#hızlıteslimat

Banabi, 65 Yaş Üzeri İçin İBB'nin 153 Hattından Sipariş Alacak

Online alışveriş platformu olan Banabi, Corona virüs önlemleri kapsamında sokağa çıkma yasağı olan 65 yaş üstü vatandaşlar için yeni bir kampanya başlattı.

Türkiye'de Corona virüs salgını alarmı sonrası temassız ödeme ve 50 yaş üzeri vatandaşlara indirim gibi kampanyalara imza atan Yemeksepeti, 65 yaş ve üzeri vatandaşlara gelen sokağa çıkma yasağı sonrası yeni bir kolaylık getirdi. Kampanya kapsamında, salgın döneminde sokağa çıkması yasak olan 65 yaş ve üzeri vatandaşlar, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin 153 hattını kullanarak ekstra gönderim ücreti ödemeden Banabi'den market ihtiyaçlarını sipariş edebilecekler.

Yemeksepeti CEO'su Nevzat Aydın'ın Twitter'dan duyurduğu kampanyayla ilgili Banabi de reklam filmi yayınlandı. "Siz Dışarı Çıkmayın Diye Biz Varız" sloganının dikkat çektiği kampanyada, "65 yaş üzerindeki teknolojiyle arası iyi olmayan vatandaşlarımız ekstra ücret ödemeden market ihtiyaçlarını sipariş edebilirler." denildi.

#internet

İstegelsin'den Risk Grubuna Ücretsiz Teslimat

Salgının ülkemizde günden güne artmasıyla beraber "Temassız Teslimat" uygulamasına başlayan İstegelsin 65 yaş ve üzeri vatandaşların sokağa çıkmalarının yasaklanmasından sonra "Risk Grubuna Ücretsiz Teslimat" uygulamasına da başladı.

İstegelsin CEO'su Sedat Yıldırım "Risk grubundaki kullanıcılarımıza teslimatı ücretsiz yapıyoruz. Ekiplerimize antiviral dağıtıyor, araçlarımızı her gün dezenfekte ediyoruz. Sınırlı sayıda kişinin dağıtım merkezlerine giriş izni bulunuyor ve sağlık kontrollerini sık sık yapıyoruz. Böylece hem dağıtım ekiplerimizi hem de kullanıcılarımızı korumuş oluyoruz." dedi.

prime
By Pazarlamasyon

#gıda

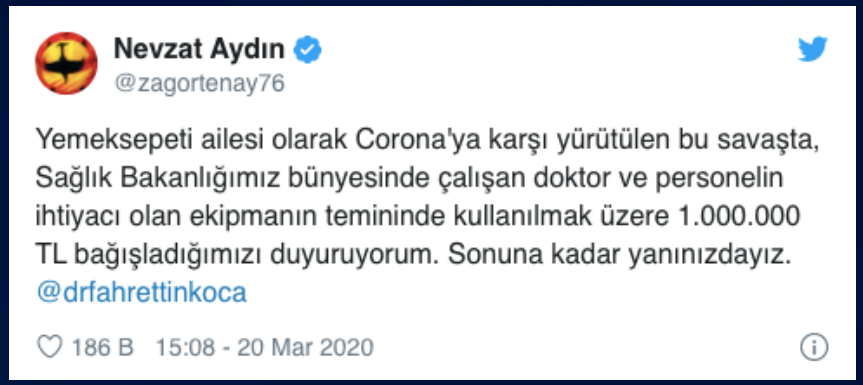
Domino’s’tan “Temassız Teslimat”

Domino’s evlere servis hizmetinin yoğun olarak tercih edildiği bugünlerde, “Temassız Teslimat” hizmetini başlatarak tüketici ve çalışan sağlığını güvence altına almayı hedefliyor.

Domino’s, salgının ülkemizde günden güne artması sonucunda, evlere servis hizmetinin yoğun olarak tercih edildiği bu kritik günlerde yeni tedbirler almaya devam ediyor. Tüm ürünlerini 245 derecelik fırınlarda, el değmeden hazırladığını ve ISO 22000 gıda güvenliği sertifikasyonuyla hamurunu uluslararası hijyen ve sağlık standartlarında üreten Domino’s şimdi de adrese teslim sürecinde “Temassız Teslimat” hizmetini başlattı. Ödemesini online olarak tamamlayan tüketiciler tüm teslimat sürecini temassız ve istediği şekilde yönetebiliyor.

prime
By Pazarlamasyon

#internet



Yemeksepeti, Corona Virüse Karşı Mücadele İçin 1 Milyon TL Bağışladı

Yemeksepeti CEO'su Nevzat Aydın, Twitter hesabından "Sağlık Bakanlığı bünyesinde çalışan doktor ve personelin ihtiyacı olan ekipmanın temininde kullanılmak üzere 1.000.000 TL" bağışladıklarını açıkladı ve Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca'yı da mention'layarak "Sonuna kadar yanınızdayız." mesajı verdi.

prime
By Pazarlamasyon

#telekomünikasyon

Turkcell, Vodafone ve Türk Telekom'dan Uzaktan Eğitime Destek

Corona virüs nedeniyle Türkiye'de 16 Mart'tan itibaren okulların tatil edildiği ve 23 Mart'tan itibaren ilköğretim, orta öğretim ve lise öğrencilerine Milli Eğitim Bakanlığı tarafından uzaktan eğitim sağlanacağı duyurulmuştu.

EBA ismi verilen uzaktan eğitim sağlanacak platforma erişim için Milli Eğitim Bakanlığı tüm öğrencilere 3 GB internet verileceğini açıklamıştı. Türkiye'nin 3 büyük operatörü Vodafone, Turkcell ve Türk Telekom 3 GB'lık internet dağıtımını artırdı.
Vodafone, Milli Eğitim Bakanlığı ile olan protokoldeki faydaya ek olarak kurumsal ve bireysel, faturalı ve faturasız tüm müşterilerine bu erişimi mart sonuna kadar 3 GB daha artırma kararı aldığını duyurdu. Mart ayı sonuna kadar bakanlığın sunduğu 3 GB desteğe ek olarak 3 GB internet daha hediye etme kararı alan Vodafone, böylece kurumsal ve bireysel tüm müşterilerine toplam 6 GB internet tanımlamış olacak.

Turkcell de Vodafone gibi Eğitim Bilişim Ağı (EBA) uygulamasında kullanılmak üzere MEB'in verdiği 3 GB'ın üstüne 3 GB daha ekleyerek tüm mobil abonelerine 6 GB internet tanımlıyor. Fiber kullanan Turkcell'liler de EBA altyapısından sınırsız şekilde yararlanabilecek.

Türk Telekom ise MEB ile yaptıkları protokol gereği EBA kullanımına sağlayacakları 3 GB ücretsiz interneti, öğrencilerin kullanabilmesi için Türk Telekom olarak 5 GB daha artırarak toplamda 8 GB'a çıkardıklarını açıkladı.

prime
By Pazarlamasyon

#beyazeşya

Arçelik’ten Sağlık Çalışanları İçin Bağış

COVID-19 virüsünün Türkiye'de yayılmasıyla beraber sağlık çalışanları da fazladan mesaiye başladı. Birçok şirket de maddi ve manevi olarak sağlık çalışanlarımızın yalnız olmadıklarını hissettirdiler.

Arçelik de bu süreçte COVID-19’la en ön safta mücadelede eden sağlık çalışanlarına destek için "Sağlık Personeli Destek Hareketi" kapsamında, başlangıçta 170 hastaneye beyaz eşya ve küçük ev aleti bağışlayacağını duyurdu.

Koç Holding'in alt şirketlerinden biri olan Arçelik, Twitter hesabından yaptığı paylaşımda"Mesafelerimiz uzak, kalplerimiz yakın olsun! Bizler için evlerine gitmeden, 7/24 çalışan sağlık personelinin ihtiyaçlarına kulak verdik." sözlerine yer verdi.

prime
By Pazarlamasyon

#eticaret

Sahibinden.com, 2 Milyon TL Bağışladı

Türkiye'nin sahibinden.com'u olarak Koronavirüs salgınıyla mücadeleye **2.000.000 TL**'lik katkıda bulunuyoruz.

Yurdumuzun her köşesinde büyük bir özveriyle hizmet veren doktorlarımıza ve sağlık çalışanlarımıza minnettarız.

Bu mücadeleye katkıda bulunmak için **Sağlık Bakanlığımıza** 1.000.000 TL bağış yaptığımızı ve **Devlet Üniversitesi Hastanelerine** acil malzeme ve teçhizat tedariki için 1.000.000 TL fon ayırdığımızı saygıyla duyuruyoruz.

Hep birlikte sağlıklı yarınlara...

sahibinden.com

Ülkemizde hizmet veren en büyük alım satım platformu Sahibinden.com, dün yaptığı duyuruda Corona virüs salgınıyla mücadeleye 2 milyon TL'lik katkıda bulunduğunu açıkladı.

Ülkemizde canla başla çalışan sağlık çalışanlarına minnettar olduğunu açıklayan şirket, açıklamasına şu şekilde devam etti: "Bu mücadeleye katkıda bulunmak için Sağlık Bakanlığı'mıza 1.000.000 TL bağış yaptığımızı ve devlet üniversitesi hastanelerine acil malzeme ve teçhizat tedariği için 1.000.000 TL fon ayırdığımızı saygıyla duyuruyoruz."

Vodafone'dan Kullanıcılarına #EvdeKal Mesajı ve Sağlık Çalışanlarına Ücretsiz Paket

Vodafone, tüm dünyayla birlikte Türkiye'yi de etkisi altına alan Corona virüs salgınına karşı toplumsal farkındalığın artırılması amacıyla özel bir kampanya başlattı. Vodafone, müşterilerinin akıllı cihazlarında operatör adı olarak belirli bir süre "Vodafone TR" ibaresi yerine "#EvdeKal TR" hashtag'i yer alacak.

Vodafone ayrıca Corona virüsle mücadele kapsamında, kamu sağlık sektöründe görevli müşterilerinin hatlarına mevcut paketlerine ek olarak ücretsiz 5 GB internet ve 500 dakika konuşma tanımlayacağını bildirdi.

prime
By Pazarlamasyon

Turkcell Operatör Adını #EvdeHayatVar Olarak Değiştirdi

#telekomünikasyon

Turkcell, COVID-19 virüsünün hızla yayıldığı şu günlerde kullanıcılarının evde kalmalarını desteklemek için şebeke adını "#EvdeHayatVar" olarak değiştirdi.

Turkcell sosyal medya hesaplarında yaptığı duyuruda, "Sağlık Bakanlığı'nın tedbirlerine dikkat çekiyor ve #EvdeHayatVar diyoruz" ifadelerine yer verdi. Twitter hesap adında da bu hashtag'e yer vermeye başlayan Turkcell, paylaştığı görselde insanların vakit geçirebileceği çeşitli uygulamalara yer veriyor.

prime
By Pazarlamasyon

#hazırgiyim

Penti, ‘#HepBenimle’ Mottosunu ‘#HepBirlikte’ Olarak Güncelledi

Penti, #HepBenimle olan motto ve marka vaadini, Corona ile mücadele kapsamında #HepBirlikte olarak revize ettiklerini duyurdu.

Bir markanın mottosunu değiştirmesinin çok beklendik bir konu olmadığını belirten şirket “Bu mücadele küresel, biz de hem küresel hem ulusal çapta bir savaş yapıyoruz. Bunu da ancak kolektif bilinç ile yenebiliriz.” dedi.

Penti aynı zamanda insanların evdeki enerjisini, sağlığını ve motivasyonunu yüksek tutmak amacıyla online buluşmalara, sanata, spora, modaya devam edeceklerini belirtti ve tüm kadınları her gün Penti’de buluşarak farklı konularda üretilecek içeriklerle zaman geçirmeye davet etti. Şirketten yapılan açıklamada, “Sizlerle her gün sosyal medya hesaplarımızda ve penti.com'da buluşmaya devam edeceğiz." denildi.

#tıbbicihaz

Biosys ve Arçelik'ten İş Birliği: Solunum Cihazları Seri Üretilecek

Corona virüs salgınında hastaların nefes almasını sağlayan solunum cihazının Türkiye'de yaygın olarak yerli üretimi gerçekleştirilmiyor. Ancak 2012 yılında Bilkent Cyberpark'ta kurulan Biosys Medikal Mühendislik firması, TÜBİTAK desteğiyle yerli solunum cihazı üretimi gerçekleştirdi. Biosys'in geliştirdiği yerli yoğun bakım ventilatörleri, pilot düzeyde üretildi ve kullanılmaya başlandı. Biosys'in sosyal medya hesabında yapılan paylaşımda, cihaz üretimi için Arçelik'in teknik altyapısını Biosys'e açtığı kaydedildi.

Yerli solunum cihazlarıyla ilgili ilk sipariş, yerli SİHA'ları üreten Baykar Savunma'dan geldi. Baykar Savunma Teknik Müdürü Selçuk Bayraktar, sosyal medya hesabında yaptığı açıklamada, Biosys'e her türlü desteği sağlayacaklarını ve 250 cihaz satın alacaklarını söyledi. Bayraktar, sipariş edilen cihazları ihtiyacı olan kurum ve ülkelere dağıtacaklarını da ekledi.

ASELSAN CEO'su Haluk Görgün ise "Yerli şirket Biosys tarafından bu cihazlar geliştirildi, pilot üretime başlandı. Biz de Bayraktar'ın başlattığı yerlilik adımına katılıp, ASELSAN olarak 250 adet yerli solunum cihazı siparişi ile destek veriyoruz." dedi.

prime
By Pazarlamasyon

#eticaret

Gittigidiyor, 1 Milyon TL Bağışladı

Birlikten kuvvet doğar!
Koronavirüs ile mücadeleyi beraber kazanacağız.
Büyük fedakarlık ve özveriyle çalışan doktorlarımız
ve sağlık çalışanlarımıza minnetimizi sunar,
doğabilecek ihtiyaçların temini için Sağlık Bakanlığımıza
1.000.000 TL bağış yaptığımızı duyururuz.

gittigidiyor
bir ebay şirketidir

Ülkemizde hizmet veren en büyük e-ticaret şirketlerinden birisi olan Gittigidiyor, geçtiğimiz hafta yaptığı duyuruda ihtiyaçların temini için Sağlık Bakanlığı'na **1.000.000 TL** bağışta bulunduğunu açıklayan bir başka şirket oldu.

prime
By Pazarlamasyon

#teknoloji

oppo realme

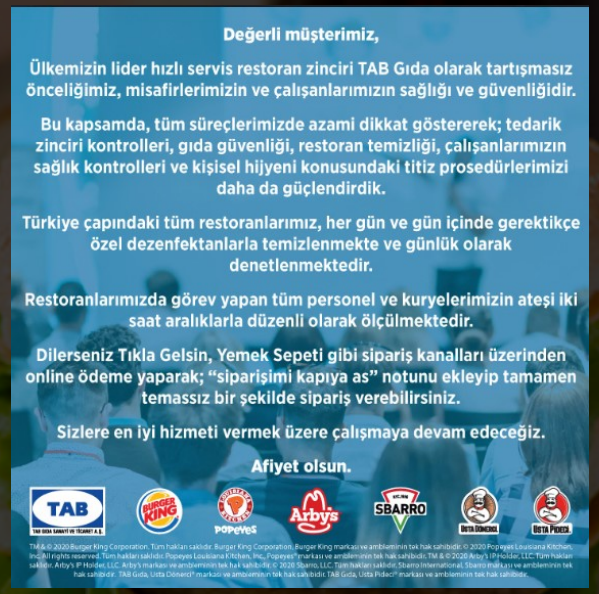
Realme ve Oppo 65 Yaş Üstü Vatandaşlara WhatsApp Eğitimi İçin Destek Veriyor

Herkesin kendini sosyal olarak izole ettiği bu dönemde iletişim konusundaki en büyük sıkıntıyı hiç şüphesiz belli bir yaşın üzerindeki vatandaşlar yaşıyor. Markalar da onlara destek olmak adına yeni kampanyalara imza atıyor.

Realme ve Oppo, #EvdeKal çağrısına uyan 65 yaş üzeri vatandaşlara, çocukları ve torunlarıyla sorunsuzca görüşmeye devam edebilmeleri amacıyla, telefon markaları ne olursa olsun WhatsApp uygulmasının kullanımı ile ilgili bilgi ve eğitim desteği veriyor.

65 yaş üzeri vatandaşlar Realme'nin ve Oppo'nun müşteri hizmetleri numarasını arayarak 'WhatsApp nasıl indirilir?', 'WhatsApp'ta sohbet nasıl yapılır?', 'Sesli ve görüntülü arama nasıl yapılır?' gibi konularda bilgi alabilir. İnternet bağlantısı bulunmayanlar için veri hattının açtırılması, kullanımı ve operatörler nezdinde fiyatlandırılması gibi konularda da bilgi verilecek.

#gıda

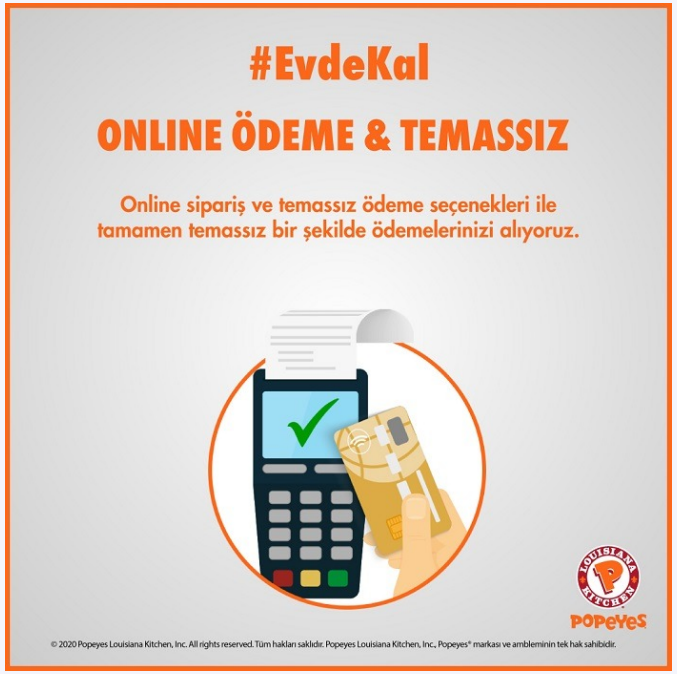


Tab Gıda'dan 'Güvenli Paket' Uygulaması

Hızlı restoran zinciri TAB Gıda; Burger King, Popeyes, Arby's ve Usta Dönerci lezzetlerini paket servisle misafirleriyle buluşturmaya devam ediyor. Corona virüs önlemleri kapsamında, TAB Gıda markalarını kapsayan hızlı servis platformu 'Tıkla Gelsin' ile Yemeksepeti'nin online ve mobil kanallarının yanında 'Ara Gelsin' sipariş hattı üzerinden güvenli bir şekilde sipariş verilebilecek.

Sipariş uygulamaları üzerinden 'Siparişimi Kapıya As' ve 'Temassız Teslimat' seçeneğiyle sosyal mesafe kuralına uyulurken, tüm paket servis siparişlerinde kullanılacak 'Güvenli Paket' uygulaması sayesinde, ürünlerin restorandan tamamen kapalı çıkması garanti altına alınarak en sağlıklı şekilde teslimatı gerçekleşiyor. Ayrıca hem çalışanların hem de siparişi teslim eden kuryelerin ateşi düzenli olarak ve sipariş yola çıkmadan hemen önce ölçülerek bilgi kartları aracılığıyla kullanıcılarla paylaşılıyor.

#EvdeKal
TEMASSIZ
TESLİMAT
Online ödemelerinizde "Siparişimi kapıya as" seçeneği ile askılı torba içerisinde siparişlerinizi kapınıza asarak teslim ediyoruz.
USTA DÖNERCİ
USTA DÖNERCİ
TAB Gıda, Usta Dönerci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir.


#EvdeKal
ONLINE ÖDEME & TEMASSIZ
Online sipariş ve temassız ödeme seçenekleri ile tamamen temassız bir şekilde ödemelerinizi alıyoruz.
POPEYES
© 2020 Popeyes Louisiana Kitchen, Inc. All rights reserved. Tüm hakları saklıdır. Popeyes Louisiana Kitchen, Inc., Popeyes® markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

Değerli müşterilerimiz,
Ülke olarak birbirimize kenetlenmemiz gereken bu hassas dönemde misafirlerimizin ve çalışanlarımızın sağlığını korumak bizim için her şeyden önce geliyor.
Bu doğrultuda yetkili merciler tarafından alınan kararları destekliyor, Türkiye çapındaki alışveriş merkezlerinde hizmet verdiğimiz tüm restoranlarımızı geçici bir süre için kapatıyoruz.
Sağlıklı günler diliyoruz.
Saygılarımızla,
TAB
SBARRO
#Evdekal
Detaylı Açıklama ve Bilgi için: www.sbarro.com.tr / www.neyediginibil.com
© 2020 Sbarro, LLC. Tüm hakları saklıdır. Sbarro International, Sbarro markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

#EvdeKal
SON KONTROL & BİLGİLENDİRME
Siparişi hazırlayan ve taşıyan çalışanlarımızın ateşini ölçüp, durumunu bilgilendirme kağıtlarına yazarak sipariş ile birlikte iletiyoruz.
ATEŞ DURUMU
Arby's
Arby's
TM & © 2020 Arby's IP Holder, LLC. Tüm hakları saklıdır. Arby's IP Holder, LLC. Arby's markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

#EvdeKal
HİJYEN
Çin'deki operasyonlarımızdan edindiğimiz COVID-19 ile mücadele tecrübemiz sayesinde arttırılmış hijyen standartlarımız ile özenle siparişinizi hazırlıyoruz.
Hazırlanan siparişlerin ambalajlarını sıkı bir şekilde kapatıp bantlayarak "Güvenli paket" halinde kuryelerimize teslim ediyoruz.
BURGER KING
TM & © 2020 Burger King® Corporation. Tüm hakları saklıdır, Burger King Corporation, Burger King markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

Değerli müşterilerimiz,
Ülke olarak birbirimize kenetlenmemiz gereken bu hassas dönemde misafirlerimizin ve çalışanlarımızın sağlığını korumak bizim için her şeyden önce geliyor.
Bu doğrultuda yetkili merciler tarafından alınan kararları destekliyor, Türkiye çapındaki Alışveriş Merkezleri'nde hizmet verdiğimiz tüm restoranlarımızı geçici bir süre için kapatıyoruz.
Sağlıklı günler diliyoruz.
Saygılarımızla,
TAB
TAB GIDA SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
USTA PİDECİ
#Evdekal
Detaylı Açıklama ve Bilgi için: www.ustapideci.com.tr / www.neyediginibil.com
TAB Gıda, Usta Pideci® markası ve ambleminin tek hak sahibidir.

Unilever Türkiye'den Sağlık Bakanlığı'na Domestos Bağışı

Corona virüs salgınının Türkiye'de yayılmasının önlenmesi amacıyla Unilever Türkiye, Sağlık Bakanlığı'na 230 ton Domestos bağışında bulundu. Çamaşır suyu yüklü 10 tır, Unilever Türkiye'nin Konya'daki fabrikasından Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü'nün koordinasyonuyla ilgili merkezlere teslim edildi. Domestos bağışıyla, Sağlık Bakanlığı'nca belirlenen hastanelerin hijyen gereksinimlerinin karşılanmasına katkıda bulunulması amaçlanıyor.

Unilever Türkiye Ev Bakım Kategorisinden Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Leyal Eskin Yılmaz; "Toplumun her kesiminin hijyen gereksinimleri için yanında olmak, Domestos çamaşır suyu markamızın marka amacını oluşturuyor. Bu marka amacından yola çıkarak sağlık çalışanlarımızın mücadelesine, hijyen gereksinimleri konusundaki ihtiyaçlarına bir nebze olsun katkıda bulunarak destek olmak istedik." dedi.

#hızlıtüketimürünleri

Hayat Kimya'dan Hastanelere Çamaşır Suyu, Tuvalet Kağıdı, Kağıt Havlu ve Cep Mendil Bağışı

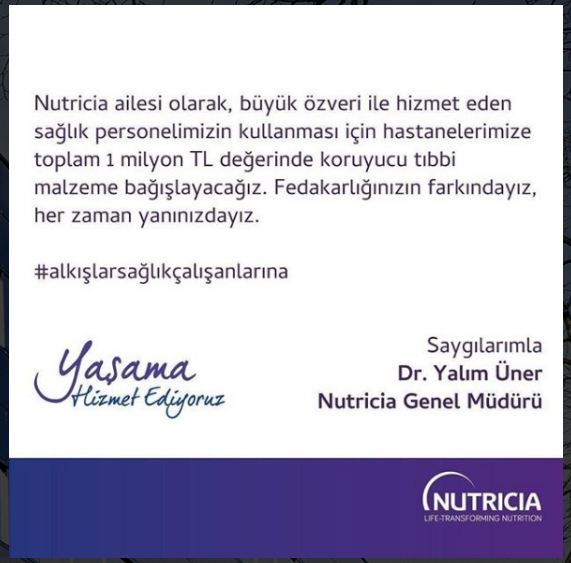
Geçtiğimiz ay Türk Tabipleri Birliği (TTB)'nin, sağlık çalışanlarının Corona virüs salgınına karşı koruyucu ekipman ve tıbbi malzeme temininde eksiklikler yaşandığını bildirmesi üzerine, Hayat Kimya, devlet hastanelerine çeşitli hijyen ve temizlik ürünü desteğinde bulunduğunu açıkladı.

Sosyal medya hesabından yapılan duyuruda, "Hayat Kimya ailesi olarak tüm Türkiye'de Corona virüs salgınıyla mücadele eden karantina hastanelerimizin hijyen ve temizlik ihtiyacını desteklemek için 5 tır Bingo Oxyjen çamaşır suyumuzu, 5 tır Papia, Familia, Focus tuvalet kağıdı, kağıt havlu, peçete, kutu ve cep mendillerimizi yola çıkarıyoruz. Sağlık Bakanlığı'mızın, sağlık çalışanlarının ve halkımızın daima yanındayız." denildi.

prime
By Pazarlamasyon

#medikal

Nutricia Türkiye 1 Milyon TL Değerinde Koruyucu Tıbbi Malzeme Bağışladı


Nutricia ailesi olarak, büyük özveri ile hizmet eden sağlık personelimizin kullanması için hastanelerimize toplam 1 milyon TL değerinde koruyucu tıbbi malzeme bağışlayacağız. Fedakarlığınızın farkındayız, her zaman yanınızdayız.

#alkışlarsağlıkçalışanlarına

Yaşama Hizmet Ediyoruz

Saygılarımla
Dr. Yalım Üner
Nutricia Genel Müdürü

NUTRICIA
LIFE-TRANSFORMING NUTRITION

Türkiye'de salgının artmasıyla beraber, hastanelerde yeterli ekipmanın sağlanması konusunda markalar adeta seferber oldu. Bu nedenle Nutricia Türkiye de hastanelere tıbbi malzeme bağışlayacaklarını açıkladı.

Nutricia Türkiye Genel Müdürü Dr. Yalım Üner, kişisel Instagram hesabından yaptığı açıklamada, "Nutricia ailesi olarak, büyük özveriyle hizmet eden sağlık personelimizin kullanması için hastanelerimize toplam 1 milyon TL değerinde koruyucu tıbbi malzeme bağışlayacağız. Fedakârlığınızın farkındayız, her zaman yanınızdayız." sözlerine yer verdi.

prime
By Pazarlamasyon

#perakende

Metro Türkiye’den KAÇUV’a Koruyucu Maske Bağışı

Kanserli çocukların tedavisinde ve tedavi sonrası süreçte hijyen büyük önem taşıyor ve kullanılan ilaçlar bağışıklığın zayıflamasına neden olabiliyor. Bu yüzden hem çocuklar hem aileleri koruyucu maske kullanıyor. Ancak Corona virüs sebebiyle piyasada maske bulmak konusunda sıkıntı yaşıyorlar.

Metro Türkiye de bu bağlamda, Kanserli Çocuklara Umut Vakfı’nın (KAÇUV) koruyucu maske ihtiyacını karşılamak için 3 bin adet maske bağışladığını duyurdu.
Kanserli Çocuklara Umut Vakfı’nın (KAÇUV) sosyal medyadan “Tüm dünyanın COVID-19 ile mücadele ettiği şu günlerde hem aile evlerimizin hem de hastanelerdeki servislerimizin en büyük ihtiyacı olan koruyucu maske konusunda bize bir aylık destek veren Metro Türkiye'ye teşekkür ederiz.” dedi.

Facebook'tan COVID-19'un Türkiye'de Yayılmasını Önlemek için Sağlık Bakanlığı ile İş Birliği

Türkiye'deki Facebook kullanıcıları, platform üzerinden kendilerini Sağlık Bakanlığı'nın resmi internet sitesine yönlendiren açılır bir iletiyle karşılaşıyor. "Koronavirüsün Yayılmasını Önlemeye Yardımcı Ol" başlıklı ileti ile, kullanıcıların Sağlık Bakanlığı tarafından sağlanan son bilgilere ulaşması sağlanıyor.

Facebook aynı zamanda Sağlık Bakanlığı'nın konuyla ilgili bilgilendirici paylaşımlarını çok daha geniş kitlelere ulaştırmasına yardımcı olmak adına, bakanlığa reklam kredisi ve teknik destek de sunacağını açıkladı.

Şirket, önümüzdeki günlerde Corona Virüs (COVID-19) Bilgi Merkezi'ni de Türkiye'de yayına alacak. Kullanıcıların Facebook haber kaynaklarının en üstünde yer alacak olan bu bilgi merkezi kullanıcılara COVID-19 ile ilgili son haberleri, bilgileri, kaynakları ve önerileri bulabilecekleri bir alan sunacak.

Bankalardan Corona Virüs Önlem Paketleri

Kredi Ertelemeleri

Kamu bankaları Ziraat Bankası, Vakıfbank ve Halkbank; özel bankalar İş Bankası, Akbank, Garanti BBVA, Denizbank, Yapı Kredi, QNB Finansbank, Kuveyt Türk ve Eximbank yeni tip Corona virüs (COVID-19) salgınına ilişkin önlemler kapsamında kredi ödemelerini ertelediklerini açıkladı.

Çalışma Saati Değişikliği

Corona virüs nedeniyle alınan önlemler kapsamında bazı bankaların çalışma saatlerinde değişikliğe gidildi. Kararın ardından Türkiye İş Bankası, Garanti BBVA, Türk Ekonomi Bankası, QNB Finansbank, Yapı Kredi ve Akbank açıklama yaparak yeni mesai saatlerini duyurdu. Bankalar, Corona virüs salgını dönemi boyunca 12.00-17.00 saatleri arasında hizmet verecek.

Limit Artışı

Corona virüs salgını nedeniyle vatandaşlar nakit ihtiyaçları için ATM'lere akın ettiler. Bankalar ise yaptıkları açıklamalarla ATM'den para çekme limitlerini arttırdıklarını duyurdu.

Ziraat Bankası, Vakıfbank, Halk Bankası, Albaraka Türk, Kuveyt Türk, İş Bankası, QNB Finansbank ve Garanti BBVA günlük ücretsiz para çekme limitini 5 bin TL'ye yükseltirken, TEB ve Alternatif Bank da 3 bin TL'ye yükselttiğini duyurdu.

prime
By Pazarlamasyon

#bankacılık

Bankalardan Corona Virüs Önlem Paketleri

Temassız İşlem

Bankalararası Kart Merkezi (BKM) Genel Müdürü Soner Canko, yoğun talep nedeniyle temassız ödemelerde şifresiz işlem limitinin 250 liraya yükseltildiğini bildirdi.
BKM Genel Müdürü Canko, BKM olarak temassız ödemelerin hijyenik olduğunun her fırsatta altını çizdiklerini ve bununla ilgili farkındalık yaratmak için çalıştıklarını ifade etti.

Dijital Bankacılıkta İşlem Tutarı Alınmıyor

Denizbank, Türkiye İş Bankası, Yapı Kredi ve Akbank'ın mobil, internet şube, ATM, fastPay ve iletişim merkezi üzerinden yapılacak EFT ve havale işlemleri aksi belirtilene kadar ücretsiz olacak.

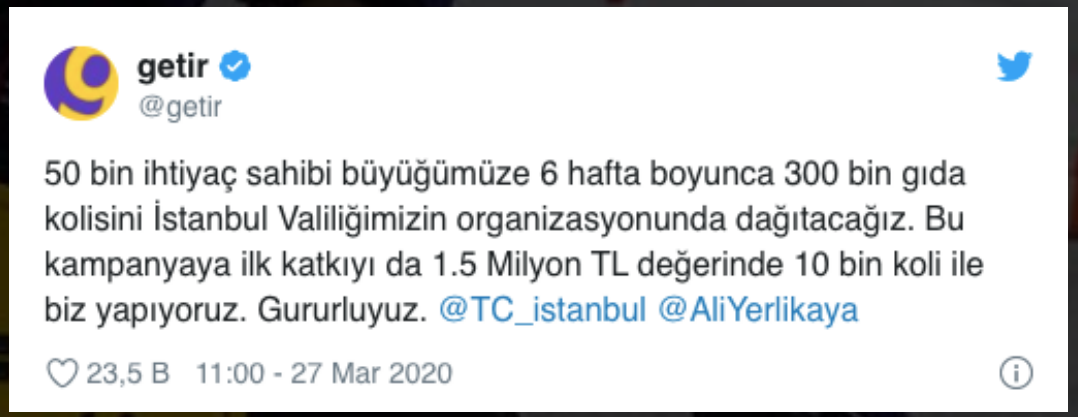
İşletmelere Tam Destek

Ziraat Bankası, Vakıfbank, Halkbank, Denizbank, Yapı Kredi, QNB Finansbank ve Garanti BBVA işletmelerin kredi borçlarını erteleme ve kart limitlerini yükseltme kararı aldı.
Ayrıca Halkbank, ayrım yapmaksızın tüm esnafa 25 bin lira nakit kredi ve 25 bin lira ticari kart desteği verecek. İşletme kredisinin limiti 25 bin lira, vadesi 36 ay olarak belirlendi. Ayrıca 6 aya kadar da ödemesiz dönem uygulanabilecek.

prime
By Pazarlamasyon

#hızlıteslimat

Getir, 50.000 İhtiyaç Sahibine Gıda Kolisi Dağıtacak



Corona virüs nedeniyle 65 yaş ve üstü ile kronik rahatsızlığı olanlara yönelik sokağa çıkma yasağı getirilmişti. Bu kapsamda İstanbul Valiliği ile iş birliğine giden Getir, 50 bin ihtiyaç sahibi 65 yaş üstü İstanbullu'ya 6 hafta boyunca 300 bin gıda kolisini İstanbul Valiliği'nin organizasyonunda dağıtacağını duyurdu. Marka ayrıca 1.5 milyon TL değerinde 10 bin koliyi de kendilerinin yapacağını bildirdi.

#otomotiv

ALJ Türkiye ve Toyota Türkiye'nin Covid-19 Salgınına Karşı Önlemleri

ALJ Türkiye ve Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Ali Haydar Bozkurt şu anda satış ve kar etmek gibi hedefleri tamamen geri plana attıklarını, sadece müşterilerin mağdur olmaması için en temel hizmetleri mevcut şartlar altında devam ettirmeye çalıştıklarını açıkladı.

Sene sonuna kadar satışların tamamen durduğu ve hiçbir gelir elde etmedikleri bir ortam söz konusu olsa dahi, çalışanlarının ve ailelerinin mağdur olmaması için her ay ücretlerini ödeyecek şekilde planlamalarını yaptıklarını, bu süreçte kimseyi işten çıkartmayacaklarını, kimseyi zorunlu izne göndermeyeceklerini veya ücretsiz izin kullanmaya da zorlamayacaklarını belirtti.

Bozkurt, Maliye Bakanlığı tarafından başlatılan kısa çalışma desteğine başvurmayacaklarını da belirtti ve bu destekten öncelikle KOBİ büyüklüğündeki işletmelerin faydalanarak çalışanlarını mümkün olduğunca korumalarının beklenmesini, büyük ve güçlü şirketlerin bu bütçeye ortak olmayarak daha küçük firmaların bundan faydalanmasına olanak tanıması gerektiğini söyledi.

prime

By Pazarlamasyon

İletişim:

prime@pazarlamasyon.com