



Sıradan işlere imza atmaktan hoşlanmadıklarını dile getiren **MODD/works Reklam Ajansı Başkanı Cem Has**, inşaat sektörünün tüketiciyle güven kavramı üzerine temellenen duygu odaklı bir iletişim kurması gerektiğine işaret ediyor.

ÇİZGİ DIŞI İŞLERE İMZA ATIYORLAR

“TÜKETİCİYİ *ters köşeye* YATIRMAYI SEVİYORUZ”

Bize kısaca kendinizden ve **MODD / works Reklam Ajansı'nı kurma fikrinizin nasıl oluştuğundan bahsedebilir misiniz?**

Londra'da Central Saint Martins Üniversitesinde reklamcılık eğitimi gördüm. Domus Academy'de Design Culture üzerine master yaptım. Buradaki eğitimimi tamamlayınca Türkiye'ye döndüm. 2008-2009 yılında 'Dünyanın En İyi 350 Tasarımcısı' arasına girerek faaliyet gösterdiğim alanda ilk global başarıma imza attım. Bu beni daha iyisini yapmak konusunda kamçladı ve 2010 yılında 'Dünyanın En İyi 60 Tasarımcısı' arasında

yer aldım. Bu başarılar kendi şirketimi açmak konusunda bana cesaret verdi.

MODD / works, aslında ben ve iş arkadaşım Emre Ulutürk'ün gayretleri ile kuruldu. MODD / Works köklü bir geçmişe sahip olmamasına rağmen, oldukça ses getiren işlere imza atarak sektörde haklı bir üne kavuştu. 4 yıl önce 3-4 kişi ile başladığımız yolculuğumuz bugün 32 kişilik bir ekip ile devam ediyor. Bu süreçte 130'un üzerinde markaya hizmet verdik, vermeye de devam ediyoruz.

MODD / Works'ü kurarken amacımız sadece bir reklam ajansı olmak değil, pek çok

alt disiplini de bünyesinde barındıran ve tasarımlarında bun disiplinlerden beslenen bir üretim merkezi olmaktı. Bugün reklamcılıktan, ürün tasarımına, reklamcılık ve marka iletişimden mobil uygulamaya kadar pek çok alanda söz sahibi olduğumuza bakarsak başlangıçtaki amacımıza ulaştığımızı söyleyebilirim.

İlk olarak hangi sektöre hizmet verdiniz?

Sektördeki yolculuğumuza ilk olarak inşaat sektörüyle başladık. Özellikle şirket bünyesinde kurmuş olduğumuz Baret Media ile pek çok inşaat firmasına reklam ve marka iletişimi



konusunda hizmet verdik. Bunun yanında portföyümüze sağlıktan spora, tekstilden hazır giyime kadar birçok sektörü ekledik.

İnşaat sektörünün reklamcılık sektörüne bakışı nasıl? Gerçekleştirdiğiniz çalışmalara baktığımızda inşaat sektörüne iş yapmayı daha çok sevdiğinizi söyleyebilir misiniz?

İnşaat sektörü yıllarca "Ben projeyi yaparım insanlar zaten alırlar" mantığı çerçevesinde hareket etti. Ancak günümüzde sektörde faaliyet gösteren firmalar ve bu firmaların sunduğu hizmetler benzeşmeye başlayınca da kıyasıya bir rekabet başladı. Hal böyle olunca onlar da farklılaşmanın yolunun kurumsal bir kimlik oluşturmaktan geçtiğini anladılar. Elbette ki bunu başarmanın ilk yolu da doğru bir reklam ve PR çalışmasından geçiyor. Maalesef geç olsa da inşaat sektörü reklamcılık sektörünün önemini anladı. İnşaat sektörü

ekonominin lokomotif sektörü olmasına karşın reklamcılık konusunda henüz emekleme çağında. Konut sektöründe markalaşma çalışmaları yeni yeni başladı. Dolayısıyla burada daha sıradışı çalışmalara imza atmak ve beklentilerin üstüne çıkmak mümkün. Sadece bu faktörler bile bizim bu alanda zevkle çalışmamıza bir nedendir diyebilirim.

Pek çok sektöre iş yaptınız, inşaat sektörü nasıl bir reklam ajansı talep ediyor?

Aslına bakarsanız inşaat sektöründe faaliyet gösteren pek çok firma, bir reklam ajansından tam olarak ne istediğini bilmiyor. Geçmişte inşaat sektörü nasıl bir reklam ajansı talep ettiğini bilmediği için reklam ajansları da kreatif işlere imza atamıyorlardı. Son dönemde uzak görüşlü yöneticiler sayesinde sektör, beklentilerini daha iyi ortaya koymaya başladı. Bu sayede reklam ajansları yaratıcılıklarına gem vurmada çalışabilme keyfine vardılar. Bu ise ortaya kaliteli işler çıkmasına neden oldu.

MODD / Works olarak bize başvuran firmalarla olan birlikteliğimizi uzun ama her anı keyif veren bir yolculuk gibi algılıyoruz. İşe öncelikle empati yaparak başlıyoruz. Yani inşaat şirketlerinin bizden, müşterilerin de onlardan beklentilerini algılamaya çalışıyoruz. Burada ortaya çıkan en önemli kavram 'güven' oluyor. Dolayısıyla inşaat sektörünün tüketiciyle güven kavramı üzerine temellenen bir duygu odaklı iletişim kurması gerekiyor. Halbuki televizyonlarda reklamları dönen pek çok proje, hala samimiyet ve güven duygusundan uzak. Bu da başarısızlığı beraberinde getiriyor.

Biz müşterilerimize hedef kitleye nasıl ulaşacaklarına, onlarla hangi dille konuşacaklarına ve nasıl bir samimiyet kuracaklarına dair bir yol haritası çıkarıyoruz. Ayrıca bu yol haritasının da tek bir firma tarafından yönetilmesi gerektiğine inanıyoruz. İnşaat firmalarının yaptığı bir diğer yanlış da bu. Yani bir projenin online'ı başka biri, kreatifini başka biri, PR'ını ise başka biri yapıyor bu ise ortak bir dil oluşmasına engel olduğu için tüketici nezdinde anlaşılmanızı zorlaştırıyor. Biz müşterilerimize komple hizmet sunduğumuz için gerçekleştirmiş olduğumuz çalışmalar da terzi işi gibi ürünün üzerine potluk

yapmadan oturuyor. Bizim sırrımız biraz da burada gizli.

Verimli ve aktif çalışan bir reklam ajansı ile partnerlik kurmayan bir inşaat firması ne gibi risklerle karşılaşır?

Öncelikle kendini profesyonel anlamda ifade etmek konusunda pek çok zorlukla karşılaşır. Biz yıllar boyunca yapmış olduğumuz pek çok çalışma neticesinde tüketicinin psikolojisine nelerin etki ettiğine, beklentilerine, hayallerine ve reflekslerine dair ciddi bir bilgi birikimine sahibiz. Çünkü bizim işimizde başarı, onları en az kendimiz kadar anlayabilmekten geçiyor. Çok sayıda ses getiren çalışmaya imza atmış bir ajans olarak da işimizde iyiyiz. Dolayısıyla tasarımdan inşaat çalışmasına, reklamından satışına kadar bu işin bütünleşik bir iş olduğunu ve her bir işin de uzmanları tarafından gerçekleştirilmesi gerektiği konusunda bir fikir birliğine varıldığında, başarı da kaçınılmaz olur. Aksi takdirde proje ne denli iyi olursa olsun, kendini iyi ifade edemediği için sonu hüsrarla biter.

Firmalara ne vaat ediyorsunuz?

Devir teknoloji devri ve biz teknolojiye hızlı ayak uyduruyoruz. En önemlisi de sektörde pek çok işe imza attığımız için beklentileri daha rahat okuyoruz. Kreatif anlamda birçok ajanstaki çok daha iyi hizmet veriyoruz. Bunun yanında sıradan olmayı sevmiyoruz. Çizgi dışı işlere imza atarak tüketiciyi ters köşeye yatırmayı seviyoruz. Bu da tüketicilerin müşterilerimizin markasını özgünlük kavramı üzerinde kodlayarak, bilinçaltında diğer markalardan farklı bir yerde konumlandıklarına neden oluyor. Kısacası biz tüketici nezdinde, müşterilerimizin marka değerine ciddi katkılar sağlıyoruz.

www.moddworks.com



SİZE BAŞVURAN İNŞAAT FİRMALARINA NE GİBİ HİZMETLER SUNUYORSUNUZ?

Geçmişle kıyasladığımızda bugün bize başvuran firmaların büyük bir çoğunluğunu inşaat sektörü oluşturuyor.

Öncelikli hedefimiz bizimle çalışmak isteyen firmaların memnuniyetini hep bir adım ileriye taşımak. Bize başvuran firmaların karşısına komple çözümlerle çıkmak isteriz. Aslında biz "tam hizmet reklam ajansıyız". Bu kapsamda müşterilerimize 360 derece marka iletişimi sunuyoruz. Bunun içerisinde metin yazırlığından proje isminin belirlenmesine, projenin reklamından web sitesinin oluşturulmasına, kataloglarından, broşürlerine ve hatta satış ofisi desteğine kadar birçok faaliyet yer alıyor.

Projeyi daha fazla özümseyebilmek için işe mimari tarım aşamasından itibaren dahil olmayı seviyoruz. Çünkü bu şekilde projeyi içselleştirebiliyoruz. Bu mantıkla çalıştığımız pek çok marka mevcut. Aslına bakarsanız bizim bu yaklaşımımız pek çok müşterimiz tarafından da takdir görüyor. Çünkü bu şekilde aynı dili konuşmayı başaran, beklentileri doğru okuyabilen bir takım olmayı başarıyoruz.



MODD/works Ortakları Cem Has ve Emre Ulutürk