

Nurgül Eryıldır Günay / nurguleryildir@gmail.com

(kelebeğin
fırtınası)



Keçiyle karizma olur mu?

Bir avuş kömür için, bir ömür verenlere!

Geçtiğimiz ay bütün ülkeyi yasa boğan Soma maden faciasını yaşadık. 301 canımızı kaybettik. Sorumluların, ihmali olanların, görmezden gelenlerinin hepsinin en ağır şekilde cezalandırılmalarını canı gönülden istiyorum. Kaybettiğimiz madencilere Allah'tan rahmet, ailelerine de baş sağlığı ve sabır diliyorum...

Kadir İnanır'dan çok çok çok, flash, flash, flash reklam filmi! Sigortam.net reklam filminde son karizma kırıntıları da yerle bir olmuş. Ajans, absürd-komedi tadında bir reklam yapmak istemiş, bu anlamda komik de olmuş. Ama yaaa Sayın İnanır gözünü seveyim yapma, etme. Kadir İnanır efsanesini harcama. Sen ki, bir bakışınla karşıdaki mafya babalarını dize getirmiş, bir bakışınla bütün kadınların gönlüne taht kurmuşsun. Şimdi o bakışları bir keçiyle niye ziyan ediyorsun. Biz seni eskisi gibi gerçek anlamda karizmanı konuşuran rollerde görmek istiyoruz.

Reklamlarda ünlü kullanımı yıllardır uygulanan ve doğru ünlüyü bulunca çok da başarılı olan bir tanıtım yöntemi. En kritik konu ünlünün ürünün önüne geçmemesi. Ürüne değer katıp, satışını artırıyorsa başarılı bir kampanya oluyor. Ama ürüne katkısından çok ünlünün ününe ün katıyorsa paralar çöpe gidiyor. Yıllar öncesinden Banu Alkanlı bir reklam hatırlıyorum. Pembe postişlerle ortalarda salınıyordu. Kestaneci falan da vardı. Banu Alkan'ı çok net hatırlıyorum ama reklamı yapılan ürün neydi unuttum gitti.

Magazin dünyasından, popçulara, topçulara bir çok ünlüyü bir markanın reklam yüzü olarak gördük. Galiba bu tür ünlüleri tükettik. Şimdi sıra ekonomistlere geldi. Ekonomist Deniz Gökçe, Özge Ulusoy'la birlikte Ankara İncek Loft reklamında çok güzel bir performans sergiliyor Ekonomist olmasının yanı sıra yıllardır TV kanallarında spor yorumculuğu yaptığı için ekrana ve kameralara alışık olmasının da katkısı var sanıyorum.

Klima reklamlarının yavaş yavaş yayına girmeye başlaması reklam ajanslarındaki yaratıcı ekipleri de zorlayacak gibi görünüyor. Artık iş sadece soğutma olayını

geçti. Fiyatı ekonomik olsun, aldıktan sonra "çok yakmasın" "tasarruflu olsun, salonumuzda şık dursun, estetik çizgilere sahip olsun, çok ses yapmasın derken bir sürü ilave taleplerimiz var. Daikin Klima bu talepleri çok güzel bir konseptle birleştirmiş. Konunun uzmanlarının görüş ve tavsiyelerini içeren yeni bir reklam serisi yapmış. İlk olarak Ozan Doğulu'nun rol aldığı filmi izlemiştim. Bende çok soğuk, sevimsiz bir izlenim oluşturmuştu. Daha sonra Akat ve Bahar Korçan'lı serileri izledim. İktisatçı reklam yıldızımız Prof. Asaf Savaş Akat reklamda tasarruf uzmanı olarak rol alıyor. Üzerindeki Eskimo kostümü ile çok şirin olmuş. Ben öğrencilerinin yerinde olsam derse girdiği ilk gün Daikin selamı verirdim :) Bu güzel çalışma için başta yaratıcı ekibi sonra da emeği geçen herkesi kutluyorum.

Dijitürk'ün herkese aynı hizmet temalı yeni reklam filmi çok keyifli olmuş. Yurdum insanı olarak, eve gelen servis elemanına "bize bir güzellik" yaptığı için çeşitli ikramlarda bulunmak geleneksel davranışlarımız arasındadır :) Bu filmde de eve gelen Dijitürk elemanı kendilerine "özel bir avantaj" sağladığını sanan ev sahipleri tarafından baklavalara, avakadolarla ağırlanıyor. Hizmetin herkes için geçerli olduğunun anlatıldığı final sahnesi dışında çok başarılı buldum. Bir de Dijitürk sık sık cep telefonuma mesaj gönderip, defalarca aramalarına son verse daha da mutlu olurum. Dijitürk aboneliği olmak ister misiniz diye bin kere aranmak biraz itici oluyor.

Bu sayıdaki yazım başta canım babam olmak üzere Soma'da çocuklarının geleceği için her gün canı pahasına kömürün karasına bulan ve hayatını kaybeden Soma'lı madenci babalar için. Babalar gününüz kutlu olsun :(