

REKLAMCILIĞIN MANUAL'İ

Sevmediğin işten derhal istifa et.

Hiçbir şey için bahane bulma.

Bedava konkura girme.

Boş yere ajansta sabahlama.

Reklamcı abilere sadece manevi değer verme.

Marka yaratmamış Kreatif Direktör'le çalışma.

En kreatif adamı zamansız direktör yapma.

Durduk yere yeni iş yap, satışları patlat, cirodan pay iste.

Son ana kadar yeni fikir düşün. Gerekirse eskisini çöpe at, yenisini peçeteye yaz.

Her şeyin cevabını internette arama.

Hislerine güven, sezgilerinle yürü.

Her sunumda ünlülü senaryo gelmeye başladıysa, ajansını sorgula.

“Çok beğendik ama...” deme, beğenmedik de.

“Adamlar yapmış, bizden bir şey olmaz” diye söylenme.

Hiçbir şey yapmamış adamlar ile dirsek çürütme.

Metodolojiyi bırak, sadece merak et.

Stajyer ilanları ile ödül avcılığı yapma.

“Bu fikri hemen dijitalde basalım” deme.

Sadece 6-7 kişinin çalıştığı, 60-70 kişilik ajanslardan olma.

Logoyu değil, markayı büyüt.

Operatörün sırtından Art Direktör'lük yapma.

Hayal stratejilerle, hayalet reklamlarla, hayal peşinde koşma.

2 senede büyük ajans olma.

Daha önce neler yaptınız deme, son işe bak.

Müşteriye bütçe sorma. Fikir bul.

Cümleye “yalnız bizim bütçemiz yok” diye başlama.

Binlerce dolar verip, marka nedir bilmeden okuldan mezun olma.

Tüm parayı tek mecraya akıtıp karanlıkta gemi olma.

Zorla ikna etmeye çalışma, etkile.

Heyecanlandıysan o an karar ver, sonucu satın almaya bırakma.

Yılda 2 kobiyi bir yere getiremiyorsan kendine reklamcı deme.

Yapılmış iş üzerinden yeni brief verme.

Kristal Elma'da gazoz içme.

“Bu iş için 2 hafta çalıştık” deme.

Toplantıya tek başına git, herkesi etkile, öyle dön.

Müşteri olmakla marka olmayı aynı şey sanma.

Çalışanların parasını çıkartacağım diye 2 hanenin altına düşme.

Haftasonları çalışma, bayramları kapat.

Küçüksün diye 2. sınıf marka muamelesine katlanma.

Müşteri anlamaz deme, kekik otu üretiyorsa ye.

Brief'i yüz yüze al.

Toplantıların, bazılarının kendini önemli hissetme yerleri olmasına izin verme.

Müşteri ile yalandan samimiyet kurma.

Ajansı aradan çıkarıp film çeken prodüksiyon şirketlerine taviz verme.

Bütçeleri şişirme, hakkı neyse onu al.

Cesaretin ve yaratıcılığın derneğine üye ol.

Beyin fırtınasıyla, konsensus reklamcılığı yapma.

Mardin'deki teyzeye, Antep'teki kebabçıya reklam yap.

Diğer reklamcılarla görünmez bağı kopar.

Esnafla çorba iç, Ceo ile sorbe ye.

Kampanya medyasını ilk sen planla.

Efsane ustalara saygı göster.

Yazar-Art Direktör çalışmasına güvenme. Fikri kendin bul.

Cannes'dan ödül değil, candan müşteri kazan.

Başkasının müşterisine bulaşma, etik ol.

Bedavaya 8 ay stajyer çalıştırma.

Harika bir fikre revizyon verdiğinde, milyon dolarlık ürüne de revizyon bekle.

Cut out'çuları zengin etme.

“Reklam yaptık satışlar kıpırdamadı” deme.

Müşteri ilişkileri'nin suflelerini dikkatlice dinle.

Ajansın sadece ismine göre marka verme.

Ünlünün reklamını yapma, markayı ünlü yap.

Eğlenmeden çalışma.

Hep beraber çalış, hep beraber partile.

Müşteri gidince işten adam çıkartma.

“Daha önce bu sektöre iş yaptınız mı” sorusuna hoşçakal de.

Ciroları arttıran kampanyadan çalışanlara prim ver.

Reklam ajansını konkurla seçme.

Kafandaki görseli buldurmaya çalışma.

Parça başı iş yapma.

Deneme süresinde denenme.

Hakkıyla ödül alan herkesi alkışla.

“Yapın bir görelim” deme, öngör.

Ajansta freelance yapan adamı destekle.

Bir işin jpeg'ini 3 günde atma.

Her işi hakkı olan sürede yap.

Köle değil, partner ara.

Komisyon alma.

Kafe açmayı hayal etme, çok bunaldıysan bir kafeye otur.

“Batsın bu dünya” de, işi batırma.

Müzik fikrini sen düşün! Jingle'cıdan medet umma.

Ürün kategorini daralt, daha fazlasını açma.

Kendi tarzına değil, markanın karakterine uygun reklam yap.

Sabahın körüne toplantı koyma.

Sıkış tıkiş arabalarda sunuma gitme.

Yalan bütçe alma, verme.

Müşteri çalıp ajans açma.

Kendini müşteriden üstün görme, reklamcıcı satın aldım diye düşünme.

Tarzı olan reklamcıyla çalış.

Müşteri Temsilcisi'ni yalan söylemek zorunda bırakma.

Yaratıcı deme, etkisine bak.

Ödüller alıp batma, kötü örnek olma.

Kendi kendine reklamcılık yapıp, parayı çöpe atma.

“360” kelimesini acilen bırak.

Ciroları bilmeyen reklamcı ile konuşma.

Müşteri almak için golfe başlama.

Ürünün var diye, markan var sanma.

Sunum sırasında çaycıyı içeri alma.

Sonucu önceden belli, danışıklı konkura girme.

Düşündüğünü, doğru bildiğini, cesaretle söylemekten korkma.

Daha fazla revizyon alma, işini masadan kaldır.

İstanbul, Bodrum ve Alaçatı dışında şehir gör.

İlk toplantıdan sonra Kreatif Direktör'ümüz yurtdışında deme.

Her şeye çok acil deme.

Az konuş, çok dinle.

Müşteri Temsilcisi'nin içine sinmediyse, dönüp tekrar bak.

Gece yarısı atılan e-mail'in hesabını sorma.

Markanın sahibinin tüketici olduğunu unutma.

“Satışa mı, imaja mı faydalı” tartışmasını bırak.

e-mail ortamında ego yapma, aç konuş.

İyi reklamcı ile para pazarlığı yapma.

Söze değil, sözleşmeye güven.

İlişkiyi yüz yüze başlat, yüz yüze bitir.

Ne yapacağını bilmiyorsan, ajanstan iş bekleme.

Önce markayı düşün, senaryoyu yazma.

“Sen at, ben gece bakarım” deme.

5 saat PPM yapma, filmi çek.

Dünyayı kurtarıyorum sanma.

Hedef kitle tartışmasını kafadan at.

Kafandaki görseli Paint'te çizip, ajansa gönderme.

Başarılı reklamın, müşteriye de ait olduğunu kabul et.

Kötü ürünün, iyi reklamını yapma.

Reklamcılığı sadece fikir bulmak sanma.

Müşteri olmanın ne demek olduğunu anlamak için tam sayfa ilan ver.

Cesaretli ol, tarih yaz.

Burak Köprülü
Etkici

manualeffect.com
#reklamcılığınmanuali

