

*Derler ki;
“BEN”
Şeytan’a ait bir sıfattır!*

BURAKOPRULU

BURAKOPRULU
tıpkı Mr Muscle gibi;
markaların pazarlama iletişimi
tıkanıklıklarını anında çözer.

Esas ve net faydası
şirketlerin ürünleri / markaları için
kısa vadede satış artırmak
ve uzun vadede imaj yaratmaktır.

Bu konuda
25 yıllık deneyim, yetkinlik ve
etkinliğe sahiptir.

**Pazarlama ve iletişim
faaliyetlerindeki aksaklıkları bulmak,
bu aksaklıklara çözümler üretmek,
çözümleri bir strateji ile kurgulamak
hayata geçirmek ve yönetmek
onun için
hobi seviyesinde bir iştir.**

**Markalama - Marka Kimliđi ve
Kurumsal Kimlik yaratma
deđiřimi /dönüřümü konusunda
sıfırdan inşa edici ve
bire bir uygulayıcı uzmandır.**

Aynı zamanda
pazarlama iletişimi stratejisti
executive kreatif direktör
marka yaratıcısı ve danışmanı
inovatif fikirbaz
etkici
patron
kimliklerinin toplamı bir
"reklamcı"dır.

**Anadolu'da doğdu,
Trakya'da büyüdü.**

**Pazarlamaya halk pazarında
fark etmeden balık satarak başladı.**

**Reklamcılığın bir meslek olduğunu
efsane ajans "3. kuşak"ta anladı.**

**Çok farklı reklam ajanslarında
çalıştıktan sonra**

WPP Grubnun'nun network ajansı
Ogilvy İstanbul'a katıldı.

**Bu ajansta kreatif direktörlüğe
kadar yükseldi.**

Tam 6 yıl bu görevde
bir çok büyük markaya hizmet verdi.

**Ajanstaki 5 ayrı disiplin ve
120 kişi ona bağılı çalıştı.**

**Aşağıdaki markaların hepsine bu ekip ile
milyarlık kampanyalar üretti ve yönetti.**

Hizmet verdiği markalar ve imza attığı ödüllü efsane kampanyaları



Castrol / Yer çekimi olmasaydı?

Molped / Fazla Molped'iniz var mı?

Fanta / Hayata böyle lezzetler lazım

Sprite / Acımasız gerçekler

BP / Daha fazlası

Cappy / Doğanın izniyle üretilmiştir

Ford / Şampiyonlar ligi

Bankasya / Birinci lig

Bingo / Zamane kızları ve anneleri

Molfix / Mo mo mo Molfix

Milupa / Her çocuk şampiyon doğar



DIT / MARİFET DİT'TA

**BANK ASYA'NIN
PAYPASS ÖZELLİKLİ
KREDİ KARTI.
350 MİLYON
KULLANICIDAN
1 MİLYONA ULAŞAN
SATIŞ BAŞARISI VE
KENDİ KATEGORİSİNDE
BİRİNCİLİK ÖDÜLÜ.**



FANTA / GİZLİ KAMERA

**ULUSLARARASI
STRATEJİYİ ETKİLİ
BİÇİMDE YEREL
FİKİRLE BİRLEŞTİRDİ.
SATIŞLARI %20
ARTTIRDI. RAFTAN
ÜRÜNÜ GERİ
ÇEKTİRDİ. EFSANE
KAMPANYA OLDU.
ALTIN ELMA ALDI.**



BP / DAHA FAZLASI

**MARKA LANSMANI.
HEM İMAJİ HEM
SATIŞI ARTTIRDI.
MARKANIN KALICI
SLOGANINI YARATTI.
ARCHIVE DERGİSİNİN
SHUTS DVD'SİNE
GİRDİ. ALTIN ELMA
ALDI.**



FORD / ŞAMPİYONLAR LİGİ

**REKLAM İHRAÇ ETTİ.
YAPILMAYANI YAPTI.
İLK DEFA 10 SN'LİK
REKLAMA ÖRNEK
OLDU. KRİSTAL ELMA
ALDI. TAKLİT EDİLDİ.
SATIŞLARI PATLATTI.**



CAPPY / DOĞANIN İZNİYLE ÜRETİLMİŞTİR

**MARKA LANSMANI.
HEM İMAJİ, HEM DE
SATIŞI ARTTIRDI.
MARKANIN KALICI
SLOGANINI YARATTI.
KRİSTAL ELMA ALDI.**



INCITY / MAKETLER

**ANLAMAZ DEDİLER.
HERKES ANLADI. BİR
HAFTASONUNDA
120 DAİRE SATTI.
EFSANELEŞTİ. TAKLİT
EDİLDİ. HÜRRİYET
KIRMIZI ÖDÜLÜ ALDI.**



**MUDO CONCEPT /
ÇİNGENELER**

**YAPILMAZ DENİLENİ
YAPTI. BÜTÜN
SOKAKLARI GİYDİRDİ.
DUYMAYAN KALMADI.
SATIŞLARI PATLATTI.
1 GÜNDE ŞÖHRET
OLDU. KRİSTAL ELMA
ALDI.**



**MOLFIX / NEŞELİ
BEBEKLER**

**ÇOCUKLARIN
KAHKAHASI VE
MUTLULUĞU
SAHİPLENİLDİ.
BUNUN NEDENİ
ÜRÜNE ENDEKSLENDİ.
SATIŞLAR PATLADI.
KRİSTAL ELMA ALDI.**



**SPRITE / ACIMASIZ
GERÇEKLER**

**FENOMEN OLDU.
TIKLAMA REKORU
KIRDI.
KONVANSİYONEL
MECRA İLE DİJİTALİ
BİRLEŞTİREN İLK
KAMPANYA OLDU.
KRİSTAL ELMA ALDI.
SATIŞLARI PATLATTI.**



**DOVE / SEVGİLİLER
GÜNÜ İLANI**

**EFSA NE OLDU. BÜTÜN
ÜRÜNLER O GÜN BU
STICKER'LA SATILDI.
KRİSTAL ELMA ALDI.
İNGİLİZ MARKA
EKİBİNE PARMAK
ISIRTTI.**



**FORD / FİNALE
FOCUS'LANIN**

**BİR OTOMOBİLE TOP
OYNATTI. FOCUS'U
SEGMENTİNE OTURTTU.
KRİSTAL ELMA ALDI.
İNSANLAR ŞAMPİYONA
FİNALİNE KİLİTLENDİ.
İYİ BİR 3D
ÇALIŞMASINA ÖRNEK
OLDU.**



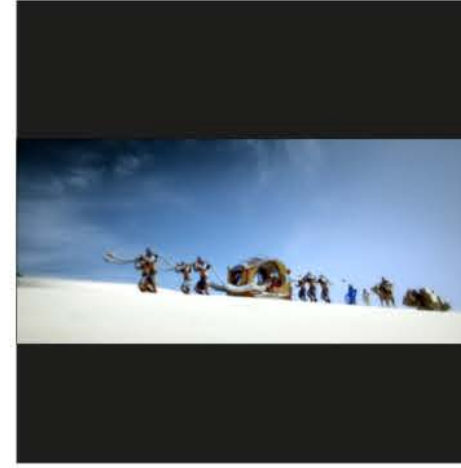
BANK ASYA / 1. LİG

**BİR LİGE ADINI VERDİ.
EFSA NE OLDU.
KRİSTAL ELMA ALDI.
MÜZİĞİ AĞIZLARA
YAPIŞTI. KADIN-ERKEK
-GENÇ-YAŞLI
TARAFTAR OLDU
MAÇA GİTTİ.**



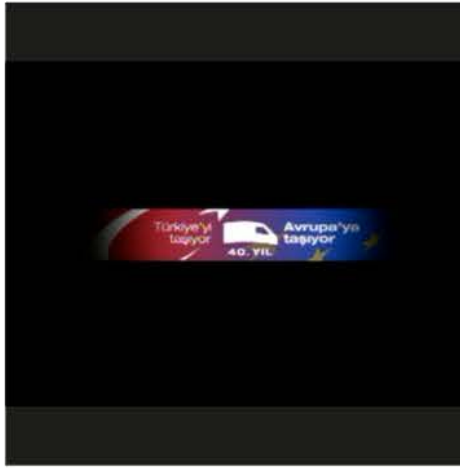
WWF / PANDA-FİL

DOĞAL HAYATI
KORUMA HAKLARI
İÇİN YAPILDI. PANDAYI
KORUDU. KRİSTAL
ELMA ALDI. BÜTÇESİZ
İŞE ÖRNEK OLDU.
AYNISI CANNES'DA
ÖDÜL ALDI.



FORD CONNECT/ KERVAN

TİCARETİN KERVANI
YENİDEN
GÖRSELLEŞTİRİLDİ.
ARACIN KONFORU ÇÖL
SICAĞINDA ETKİSİNİ
GÖSTERDİ. SATIŞLAR
PATLADI.



FORD TRANSIT / EFSANE

HAYATIMIZDAKİ
YERİNİN ALTI ÇİZİLDİ.
TRANSIT EFSANESİNİ
GERİ GETİRDİ.
SATIŞLARI PATLATTI.
TÜRKİYE'NİN HER
YERİ DAHİL
AVRUPA'YA İHRAÇ
EDİLDİ.



MILUPA / WE'RE THE CHAMPIONS

HER ÇOCUĞUN
DÜNYAYA GELİŞİNİ
ŞAMPİYON İLAN ETTİ.
MARKAYI DA BUNUN
ÖDÜLÜ OLARAK
KONUMLADI.
SATIŞLAR PATLADI.
KRİSTAL ELMA ALDI.



ZAMAN / YAFTALAMA

SATILMAYAN
GAZETİYİ SATTIRDI.
İNSANLARI BİRBİRİNE
YAKLAŞTIRDI.
ÖNYARGILARI KIRDI.
ALTIN ELMA ALDI.
AMA YİNE DE
ALKIŞLANMADI.



UKRA İNŞAAT/ LANSMAN

ŞELELE GRUP'TAN
UKRA İNŞAAT'A
GEÇİLDİ. ORTADA
OLMAYAN MİLYON
DOLARLIK ŞİRKETİ
ŞÖHRET YAPTI.
BİLİNİRLİĞİ ARTTIRDI.
SATIŞLARI PATLATTI.



FORD / 50.YIL

GÖZLERİ YAŞARTTI.
AZ PARAYLA ÇOK ETKİ
YARATTI. EFSANE BİR
GİRİŞİMİ KISA
SANİYELERDE
ANLATTI. KRİSTAL
ELMA ALDI. MARKA
ALGISINI ARTTIRDI.



MARSHALL / SEZON AÇILIŞI

UZUN YILLAR SONRA
GÜÇLÜ MARKA
ALGISIYLA GERİ
DÖNDÜ. YENİ BİR
SLOGANA SAHİP
OLDU. KRİSTAL ELMA
ALDI. SATIŞLARI
PATLATTI.



COIFFEUR PARISIEN HASAN / FİRKETE

SAHİBİNE İKİNCİ
DÜKKANI AÇTIRDI.
EFSANE OLDU.
TELEFONA
BAKMAKTAN İŞ
YAPAMADI. SATIŞLARI
ARTTIRDI. KRİSTAL
ELMA ALDI.

**8 büyük konkur kazandı ve
5 büyük yerel markayı
“kişisel çabası” ile Ogilvy’ye
katmayı başardı.**

Şahsen
45 Kristal Elma
5 Altın Elma
1 Altın- 2 gümüş Effie
1 Peryon Ödülü
kazandı.

**Daha sonra WPP'nin başkanı
Sir Martin Sorel'e
sinirlendi ve istifa etti.**

**Büyüdüğü kasabaya, Şarköy'e gitti
bi süre ne yapacağını düşündü.**

Sonra döndü ve
Manual Effect Reklam Ajansı'nı kurdu.

**Hürriyet'e tam sayfa reklam verip,
felsefesini sektöre ilan etti.**

REKLAMCILIĞIN MANUAL'İ

Sevmediğin işten derhal istifa et.	Müşteriye bütçe sorma. Fikir bul.	Kampanya medyasını ilk sen planla.	Müzik fikrini sen düşün! Jingle'cıdan medet umma.	İyi reklamcı ile para pazarlığı yapma.
Hiçbir şey için bahane bulma.	Cümleye "yalnız bizim bütçemiz yok" diye başlama.	Efsane ustalara saygı göster.	Ürün kategorini daralt, daha fazlasını açma.	Söze değil, sözleşmeye güven.
Bedava konkura girme.	Binlerce dolar verip, marka nedir bilmeden okuldan mezun olma.	Yazar-Art Direktör çalışmasına güvenme. Fikri kendin bul.	Kendi tarzına değil, markanın karakterine uygun reklam yap.	İlişkiyi yüz yüze başlat, yüz yüze bitir.
Boş yere ajansta sabahlama.		Cannes'dan ödül değil, candan müşteri kazan.	Sabahın körüne toplantı koyma.	Ne yapacağını bilmiyorsan, ajanstan iş bekleme.
Reklamcı abilere sadece manevi değer verme.	Tüm paramı tek mecraya akutup karanlıkta gemi olma.	Başkasının müşterisine bulaşma, etik ol.	Sıkış sıkış arabalarda sunuma gitme.	Önce markayı düşün, senaryoyu yazma.
Marka yaratmamış Kreatif Direktör'le çalışma.	Zorla ikna etmeye çalışma, etkile.	Bedavaya 8 ay stajyer çalıştırma.	Yalan bütçe alma, verme.	"Sen at, ben gece bakarım" deme.
En kreatif adamı zamansız direktör yapma.	Heyecanlandıysan o an karar ver, sonucu satın almaya bırakma.	Harika bir fikre revizyon verdiğinde, milyon dolarlık ürüne de revizyon bekle.	Müşteri çalıp ajans açma.	5 saat PPM yapma, filmi çek.
Durduk yere yeni iş yap, satışları patlat, cirodan pay iste.	Yılda 2 kobiyi bir yere getiremiyorsan kendine reklamcı deme.	Cut out'çuları zengin etme.	Kendini müşteriden üstün görme, reklamcıyı satın aldım diye düşünme.	Dünyayı kurtarıyorum sanma.
Son ana kadar yeni fikir düşün. Gerekirse eskisini çöpe at, yenisini peçeteye yaz.	Yapılmış iş üzerinden yeni brief verme.	"Reklam yaptık satışlar kıpırdamadı" deme.	Tarzı olan reklamcıyla çalış.	Hedef kitle tartışmasını kafadan at.
Her şeyin cevabını internette arama.	Kristal Elma'da gazoz içme.	Müşteri ilişkileri'nin sülhelerini dikkatlice dinle.	Müşteri Temsilcisi'ni yalan söylemek zorunda bırakma.	Kafandaki görseli Paint'te çizip, ajansa gönderme.
Hislerine güven, sezgilerinle yürü.	"Bu iş için 2 hafta çalıştık" deme.	Ajanşın sadece ismine göre marka verme.	Yaratıcı deme, etkisine bak.	Basarılı reklamın, müşteriye de ait olduğunu kabul et.
Her sunumda ünlülü senaryo gelmeye başladıysa, ajansını sorgula.	Toplantıya tek başına git, herkesi etkile, öyle dön.	Ünlünün reklamını yapma, markayı ünlü yap.	Ödüller alıp batma, kötü örnek olma.	Kötü ürünün, iyi reklamını yapma.
"Çok beğendik ama..." deme, beğenmedik de.	Müşteri olmakla marka olmayı aynı şey sanma.	Eğlenmeden çalışma.	Kendi kendine reklamcılık yapıp, paramı çöpe atma.	Reklamcılığı sadece fikir bulmak sanma.
"Adamlar yapmış, bizden bir şey olmaz" diye söylenme.	Çalışanların parasını çıkartacağım diye 2 hanenin altına düşme.	Hep beraber çalış, hep beraber partile.	"360" kelimesini acilen bırak.	Müşteri olmanın ne demek olduğunu anlamak için tam sayfa ilan ver.
Hiçbir şey yapmamış adamlar ile dirsek çürütme.	Haftasonları çalışma, bayramları kapat.	Müşteri gidince işten adam çıkartma.	Ciroları bilmeyen reklamcı ile konuşma.	Cesaretti ol, tarih yaz.
Metodolojiyi bırak, sadece merak et.	Küçüksün diye 2. sınıf marka muamelesine katlanma.	"Daha önce bu sektöre iş yaptınız mı" sorusuna hoşçakal de.	Müşteri almak için golfe başlama.	
Stajyer ilanları ile ödül avcılığı yapma.	Müşteri anlamaz deme, kekik otu üretiyorsa ye.	Ciroları arttıran kampanyadan çalışanlara prim ver.	Ürünün var diye, markan var sanma.	
"Bu fikri hemen dijitalde başalım" deme.	Brief'i yüz yüze al.	Reklam ajansını konkurla seçme.	Sunum sırasında çaycıyı içeri alma.	
Sadece 6-7 kişinin çalıştığı, 60-70 kişilik ajanslardan olma.	Toplantıların, bazılarının kendini önemli hissetme yerleri olmasına izin verme.	Hakkıyla ödül alan herkesi alkışla.	Sonucu önceden belli, danışıklı konkura girme.	
Logoyu değil, markayı büyüt.	Müşteri ile yalandan samimiyet kurma.	"Yapın bir görelim" deme, öngör.	Ürünün var diye, markan var sanma.	
Operatörün sırtından Art Direktör'lük yapma.	Ajanşı aradan çıkarıp film çeken prodüksiyon şirketlerine taviz verme.	Ajansta freelance yapan adamı destekle.	Düşündüğünü, doğru bildiğini, cesaretle söylemekten korkma.	
Hayal stratejilerle, hayalet reklamlarla, hayal peşinde koşma.	Bütçeleri şişirme, hakkı neyse onu al.	Bir işin jpeg'ini 3 günde atma.	Daha fazla revizyon alma, işini masadan kaldır.	
2 senede büyük ajans olma.	Cesaretin ve yaratıcılığın derneğine üye ol.	Her işi hakkı olan sürede yap.	İstanbul, Bodrum ve Alaçatı dışında şehir gör.	
Daha önce neler yaptınız deme, son işe bak.	Beyin fırtınasıyla, konsensus reklamcılığı yapma.	Köle değil, partner ara.	İlk toplantıdan sonra Kreatif Direktör'ümüz yurtdışında deme.	
	Mardin'deki teyzeye, Antep'teki kebabçıya reklam yap.	Komisyon alma.	Her şeye çok acil deme.	
	Diğer reklamcılarla görünmez bağıı kopar.	Kafe açmayı hayal etme, çok bunaldıysan bir kafeye otur.	Az konuş, çok dinle.	
	Esnaflla çorba iç, Ceo ile sorbe ye.	"Batsın bu dünya" de, işi batırma.	Müşteri Temsilcisi'nin içine sinmediyse, dönüp tekrar bak.	
			Gece yarısı atılan e-mail'in hesabını sorma.	
			Markanın sahibinin tüketicici olduğunu unutma.	
			"Satışa mı, imaja mı faydalı" tartışmasını bırak.	
			e-mail ortamında ego yapma, aç konuş.	

Burak Köprülü

Etkici

manualeffect.com

#reklamcılığınmanuali



**Bu ilan dünyada ve
Türkiye’de ilk - tek idi.**
**Çok ses getirdi ve
reklamcılık sektörünü karıştırdı.**

**Kendi ajansı Manual Effect ile
Türkiye'nin 4 büyük holdingine ve
küçük büyük bir çok
farklı markaya hizmet verdi.**

Manual Effect ile hizmet verdiği markalar ve kampanyaları

Arçelik A.Ş.



dünyagöz



Bayraktar

BİLGİLİ
HOLDING

RIXOS
HOTELS

Coca-Cola

YENİ NESİL 2000
ANAOKULU/İLKOKULU/ORTAOKULU

INFINITI.

Bilgili H. / Kaçıyorum senden istanbul

Finansör / Daralmayın ferahlayın

Republica / Sen kalmazsan aklın kalır

infiniti / Asi ruhlar ÖTV ödemez

Altus / Rahat alın rahat olun

Coca-Cola / Yemezler

T. Finans / Türkiye'nin Finans'ı

DRD / Kirala unut

ODD / Gladyatör

Subaru / O bir ruh

Koç Holding - Bilgili Holding
Bayraktar Holding - Boydak Holding'e
ortalama 5'er yıl kesintisiz hizmet verdi,
markalarının satış ve imajlarını
yükseltmeyi başardı.



**Türkiye Finans Katılım Bankası'na
5 yıl entegre hizmet verdi.
Başlangıçta 0.2 olan bankanın algısını
sonuçta 11.6'ya yükseltti.**



**Arçelik A.Ş 'ye ait alt marka olan Altus'u
kategorisinde sıçratarak 3. sıraya taşıdı.**



**ODD Otomotiv Derneği için
"Gladyatör" adında
satış ve iletişim ödülü markası yarattı.
10 yıldır tüm iletişimini yürütmekte.**



**Coca-Cola için durduk yere
stratejik bir satış kampanyası sundu.
Ramazan harici masaya Coca-Cola'yı
koyma yöntemini buldu. Satışları
toplamda % 2,5 arttırdı.**

Manual Effect ile hizmet verdiği markalar ve kampanyaları



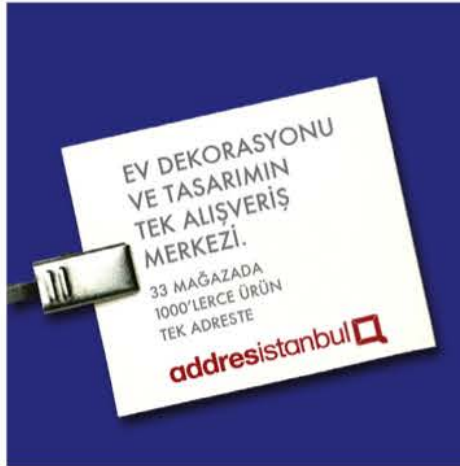
I'M / FASHION

SIKICI BİR
WORKSHOP'U DANS
PARTİSİNE
DÖNÜŞTÜRDÜ.
İLHAM VERDİ.
KAĞIT ÜSTÜNDEKİ
BİR PROJİYİ HAYATA
GEÇİRDİ.



INFINITI / ÖTV SATIŞ

BİR GECEDE ÖTV ARTTI.
ARABANIN FİYATI
360.000 OLDU. ASİ
RUHLARA SESLENDİ.
BİR HAFTADA 30 TANE
SATTI. YURTDIŞINDAN
DESTEK ALDI. BÜTÜN
ARABALARI TÜKETTİ.



ADDRESİSTANBUL/ MANDAL

BÜTÜN PROBLEMİ
MANDALLI BİR
ETİKETLE ANLATTI.
MARKANIN İKONU
OLDU. BİLİNLİRLİĞİ
ARTTIRDI. MARKANIN
İMAJINI SOKAKLA
BİRLEŞTİRDİ.



ALTUS / RAHAT ALIN, RAHAT OLUN.

CHECK İŞARETİ MARKA
İKONU YAPILDI.
KATEGORİDE
HEDEFLLENEN PAZAR
PAYI GEÇİLDİ. BÜTÜN
MARKA İNŞAA EDİLDİ.
SATIŞLAR PATLADI.



ODD / GLADYATÖR ÖDÜLÜ

BİR CESARET İKONU
OLDU. SEKTÖRÜ
BİRLEŞTİRDİ. LOGO VE
ÖDÜL DAHİL HER ŞEYİ
MARKALAŞTIRDI.
BİR ÖDÜL TÖRENİ
KURUMSALLIĞINA
ÖRNEK OLDU.



ÇİFTÇİ JAIN / LANSMAN

ÜRÜNDE İKON
YARATILDI. BÜTÜN
ÇİFTÇİLER TANIDI.



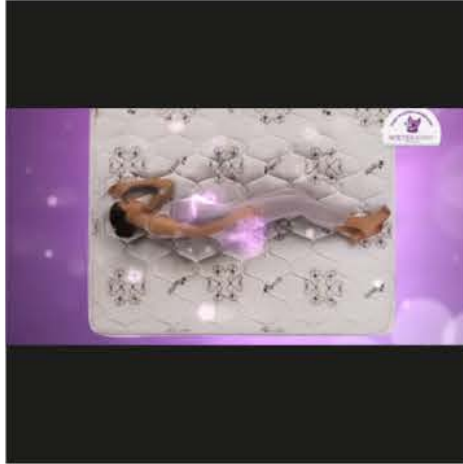
BODRUM BODRUM /
KAÇIYORUM SENDEN
İSTANBUL

**PAHALI BİR PROJEYİ
GERÇEK
TÜKETİCİSİYLE
BULUŞTURDU. ŞUBAT
AYINDA BÜTÜN
VİLLALARI SATTI.**



DÜNYAGÖZ /
ALOKATARAKT

**PAHALI ALGISI KIRILDI.
İHTİYACI OLAN
HERKESE HİZMET
SUNULDU. ALO
KATARAKT DİYEREK
YARATICI OLMADAN
ETKİLİ BİÇİMDE
HASTANE
DOLDURULDU.**



**İSTİKBAL
AMETİSTERAPİ/ YATAK**

**MARKA TARİHİNDE BİR
İLK GERÇEKLEŞTİRİLDİ.
ÜRÜN TAMAMEN
ÇIPLAK GÖSTERİLDİ.
YEREL ÖGE İLE
TÜKETİCİ HAFIZASINDA
YER ALINDI. SATIŞLARI
PATLATTI.**



TÜRKİYE FİNANS /
KERTERİZ

**BİLİNİRLİK PROBLEMİ
ORTADAN KALKTI.
BÜTÜN TÜRKİYE
GEZİLDİ. YÖRESEL
TARİFLERLE
PACKSHOT'SIZ
FİLMLER YAPILDI.
SAĞIR SULTAN
BANKAYI BİLDİ.**



TÜRKİYE FİNANS /
TÜRKİYE'NİN FİNANS'I

**SUSKUN MARKA
CANLANDIRILDI.
BİLİNİRLİĞİ
ARTTIRILDI. ŞUBE
ALINLIĞINDAN
BAŞLAYARAK MARKA
KURUMSALI
DEĞİŞTİRİLDİ. MARKA
İMAJİ GÜÇLENDİ.**



ARÇELİK İK / GO
BEYOND YOURSELF

**ŞİRKET İSMİNE DAYALI
BİR FİKİR ÜRETİLDİ.
BU FİKİRLE ŞİRKET
ÇALIŞANLARININ
KENDİLERİNİ
AŞMALARI İSTENDİ.
BU SAYEDE BÜTÜN
ŞİRKET ÖZELLİKLERİ
ANLATILDI.**



BİLGİLİ / REPUBLIKA

ÇOK NİSH BİR PROJEYİ
TÜKETİCİSİ İLE
BULUŞTURDU.
MEKANLAR
KİRALANDI.
ÇOCUKLAR MUTLU
OLDU. YATIRIMCI DA
MUTLU OLDU.



COCA COLA / YEMEZLER

YEMEĞİN YANINDA
OLMAZSA OLMAZ,
AYRILMAZ BİR BÜTÜN
OLARAK KONUMLANDI.
GELİN, KAYNANA,
GENÇ, YAŞLI HERKES
“COCA COLASIZ
YEMEZLER!” DEDİ.



TÜRKİYE FİNANS / Bİ' ALEX DEĞİL

ALEX DE SOUZA KOBİ
OLSA DENDİ. KARTIN
AVANTAJLARI
VURGULANDI. PATENTİ
ALINAN “Bİ’ ALEX
DEĞİL” MOTTOSU
FİLMİN ESPRİSİ OLDU.



TÜRKİYE FİNANS / DARALMAYIN FERAHLAYIN

FİNANSAL KONUDA
DESTEĞE İHTİYACI HIÇ
OLMAYACAKMIŞ GİBİ
GÖZÜKEN ARDA TURAN
FİNANSÖR'E İHTİYAÇ
DUYDU. HERKES
ARDA'YA HAK VERDİ.

Manual'de sıfırdan 7 marka yarattı.
6 yerel konkur kazandı.

Konkur ile kazandığı ve değişim/dönüşümünü yarattığı markalar



Arçelik
Beko
Citroen
Marshall
ODD
Betuyab

Belek Turizmciler Birliđi

markalarına
pazarlama ve iletişim stratejisti olarak
danışmanlık yaptı.

Esra Çoruh

Moda Edit6r6

Galip G6rel

Diř estetisyeni

Selahattin D6nmez

Diyetisyen

Tarkan

Tarkan Tevetoęlu

**Kişisel marka danışmanı
olarak hizmet verdi.**

Pazarlama ve satış ile ilgili
konuk konuşmacı olarak bilgi paylaştı.

**Gayrimenkul ve inşaat sektöründe
bir çok şirketin projesini sıfırdan markaladı.**

Gayrimenkul şirketleri için; sıfırdan yarattığı marka projeler

BİLGİLİ
HOLDING

badrumbodrum

ORTAKÖY

REPUBLIKA
ACADEMIC APARTS

AKARETLER/İSTANBUL

BLGCAPITAL
REAL ESTATE PRIVATE EQUITY

W
İSTANBUL

WESTBLOCKS

EROĞLU
HOLDING

İSTANBUL-OUNGE

İSTANBUL-OUNGE²

PLATFORM
MERTER

HARMONY
TOWERS

Florya
Ekşinar
Konakları

ofjshane

SİYAH
KALEM
MÜHENDİSLİK

KÖY
ZEKERİYAKÖY

D Dündar inşaat

Incity®
istanblue®

BAYRAKTAR

VIA PORT
VENEZIA

**Bu marka projelerin isminden başlayarak
tüm kurumsal kimliğini,
pazarlama & satış kampanyalarını
ekibi ile başarıyla gerçekleştirdi.**

**Bir çoęu sektöre damga vurdu ve
taklit edilemedi.**

**Marka proje olarak
sektörlerinde fenomen oldular.**

**5. Levent,
Ucra inşaat
Lush Hotel,
incity
istanblue
Köy
Republica
Platform**

**marka projeleri
bunlardan bazılarıdır.**

Özellikle Serdar Bilgili ile çok yakın çalıştı.
Tüm projelerini sıfırdan markaladı.

BİLGİLİ
HOLDİNG

bodrumbodrum

one
DREKÖY

REPUBLIKA
ACADEMIC APARTS

AKA
AKARETLER/İSTANBUL

BLG CAPITAL
REAL ESTATE PRIVATE EQUITY

W
İSTANBUL

WESTBLOCKS

Kariyeri boyunca
kişisel portföyü ve kendi ajansı dahil
100'den fazla markayı yönetti
1000'den fazla kampanyaya imza attı,
3000'den fazla reklam filmi yazdı
yapımını yönetti ve hatta
birkaç tanesinde oynadı.

**En son imza attığı başarı;
Havacılık ve Uzay Sanayi TAl'nin
Temel Kotil başkanlığında açılan
logo yarışmasını kazanmak oldu.**

Burak Köprülü tarafından yapılan ve yarışmayı kazanan logotype



Daha sonra ilgisi
anlam, algı ve insan beynine döndü.

**Nöro Pazarlama ile ilgili
Ünv.'de dersler aldı.**

ETKİ
adında kendi kitabını yazdı.

Türkiye'nin
ve dünyanın
ilk SniperCeo'su
yazdı.

ETKi

Bir etki manueli

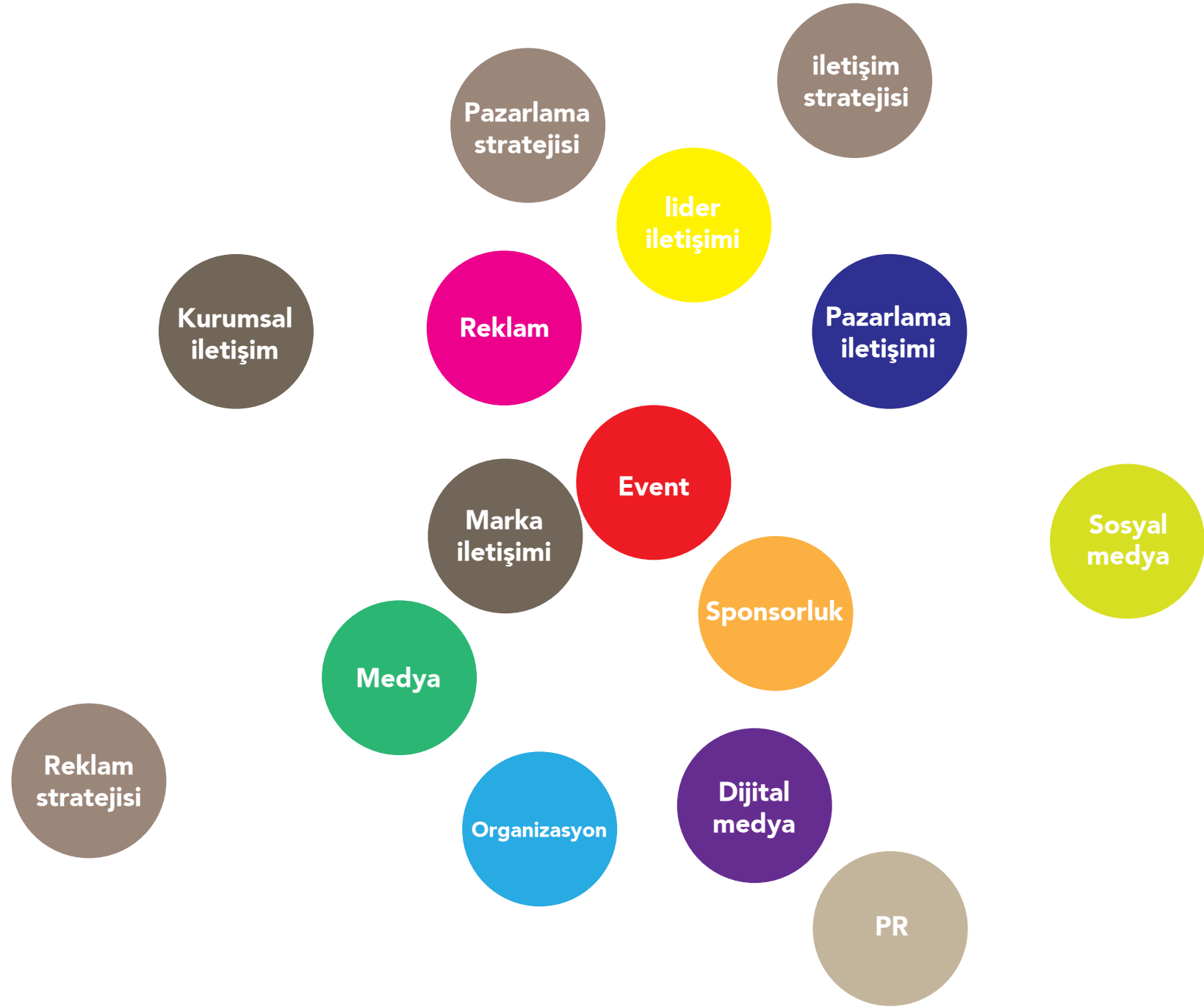
**Reklamcı - Reklamveren ilişkisindeki
varolan aksaklıkları tespit etti.**

Bu aksaklıkların
ticareti tıkadığını düşündü.

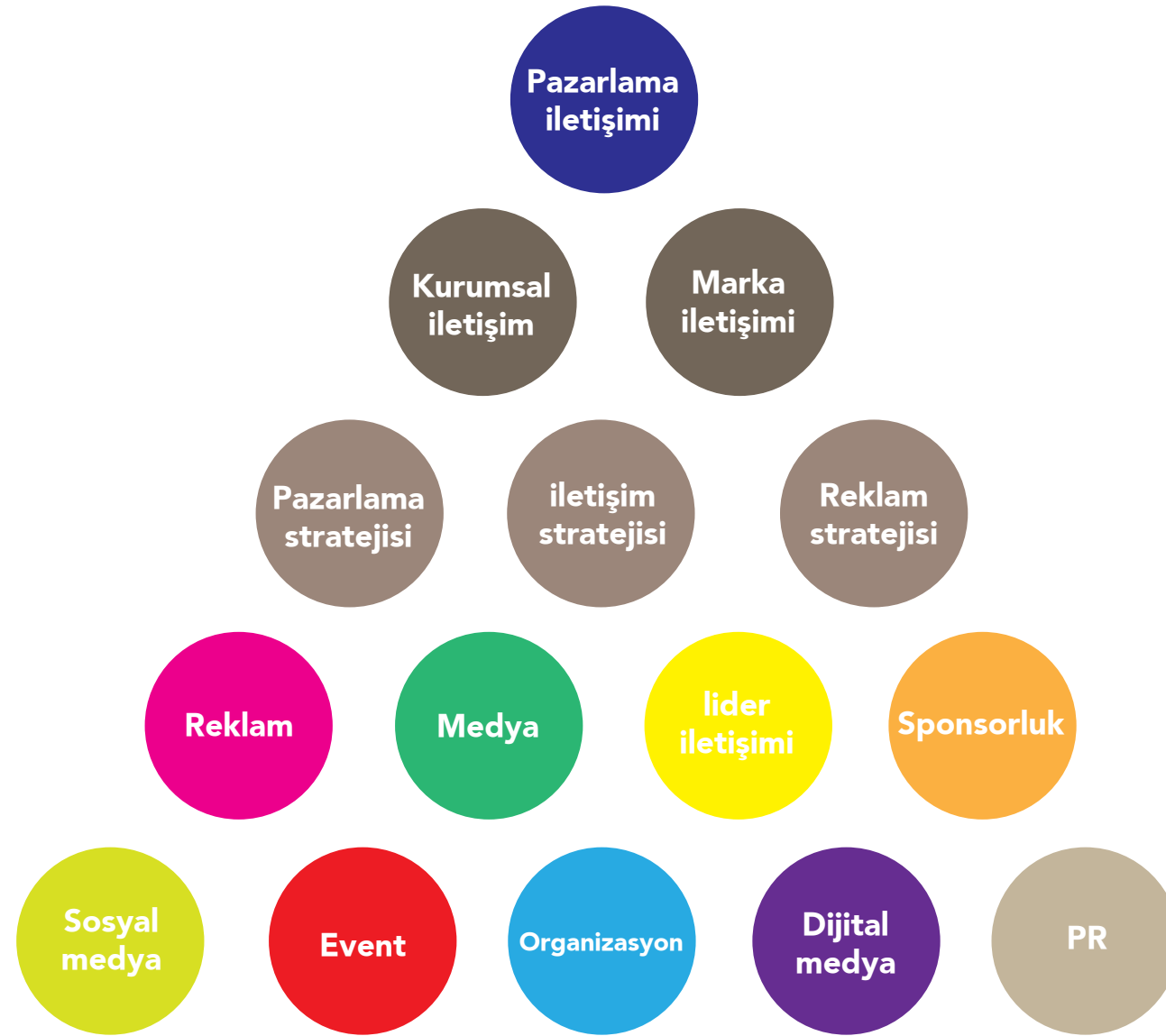
**Bu nedenle "iletişim hizmeti" konusunda
kendi "Hybrid Sistemi"ni geliřtirdi.**

MANUALEFFECT
ADVERTISINGHYBRID
COMMUNICATIONSAGENCY

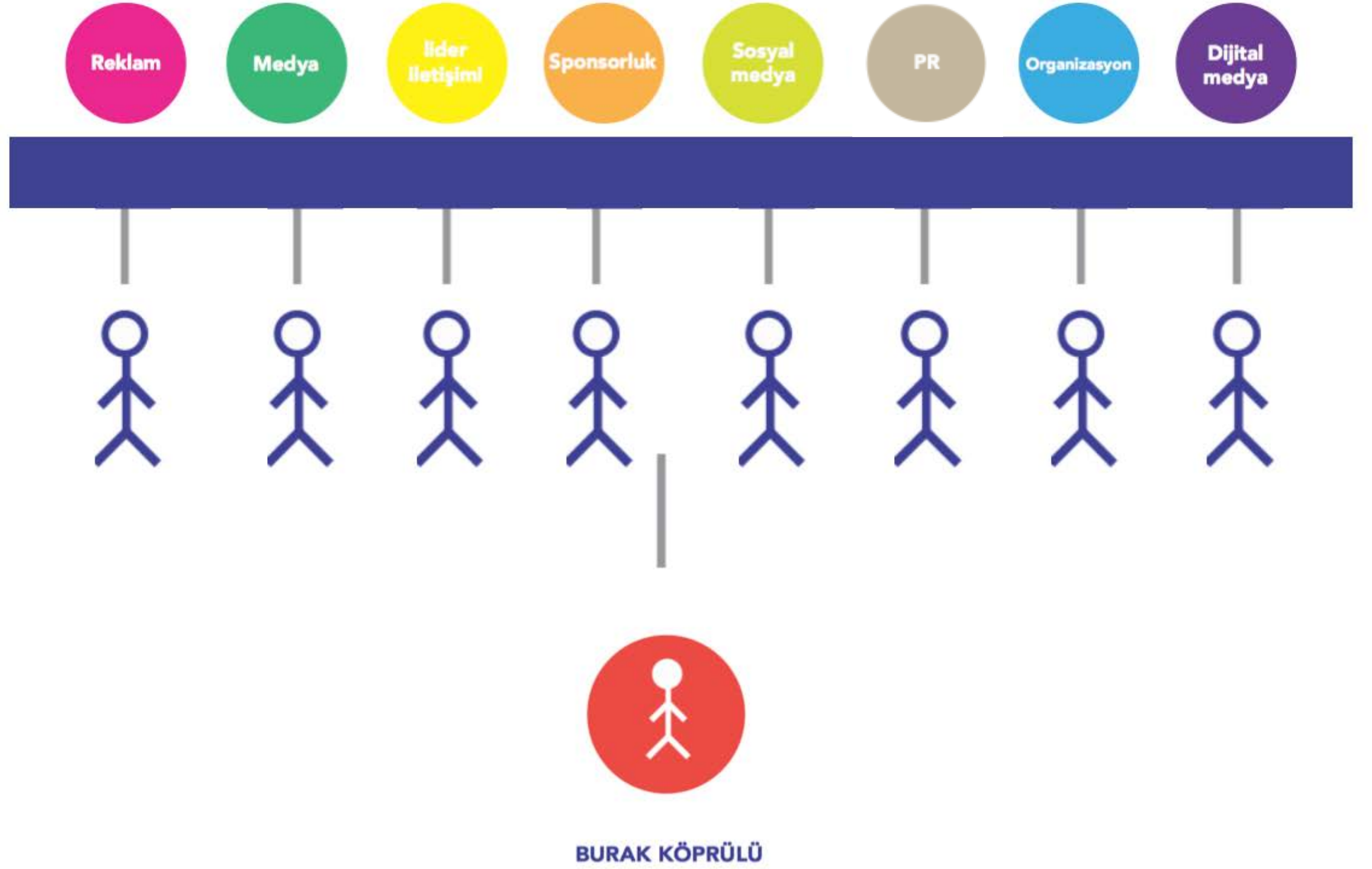
**Kısaca bu sistem;
reklamvereninin kaotik olarak aldığı ve
bu nedenle verimsiz olan
pazarlama iletişimi hizmetlerini
hızlı, sağlıklı, efektif biçimde
düzenleme ve yürütme sistemidir.**



Hybrid Sistem'de;
Pazarlama bir stratejidir ve
tüm iletişim faaliyetleri
yukarıdan aşağıya doğru
bu stratejinin yansımaları olarak
dengeli bir mimaride yürütülür.



**Bu dengeli mimariyi oluřturan
farklı sistemler bir Platform'da toplanıp
BURAKOPRULU tarafından
düzenli olarak yönetilir.**



Platform

**pazarlama iletişimi problemlerini tespit eder
çözümüne yönelik stratejiler geliştirip
etkili yansımalarını yaratır.**

Bu sistem ile BURAKOPRULU
yaklaşık 3 yıldır sayısız şirkete
danışmanlık hizmeti vermektedir.

**Alınabilecek riskleri almak,
sıradana karşı cesaretli olmak,
neden olmasın ile başlamak,
birilerine ilham vermek,
yerli markalar yaratmak ve
global hale dönüştürmek
başlıca misyon ve vizyonları
arasındadır.**

Ancak
kesin ve net olarak;

Reklamverenin;

**reklamveren olarak kalması gerektiği,
reklam fikri üretmemesi gerektiği,
sadece markanın var olduğu,
kimsenin onun sahibi olmadığı,
bu yüzden sadece markaya
hizmet edilmesi gerektiği;**

Reklamcının da;
sadece ticaretin emrinde çalışması,
ne kendisi, ne müşterisi,
ne de sektörü için değil,
sadece hizmet verdiği markası
için fikirler üretmesi gerektiği,
kırmızı çizgileridir.

**İnandığı fikri sonuna kadar savunur,
profesyonelliğine müdahale eden talepleri
asla kabul etmez,
kaliteli hizmet verebilmek için
çalışacağı profesyonelleri kendisi seçer,
başarı odaklıdır, ucuza gelmesi için
kaliteden ödün vermez,
deneyime, yeteneğe, işe ve
emeğe saygı duyulması
olmazsa olmazlarıdır.**

**Şu sıralar reklamcı olmak isteyen
herkese bilgi ve deneyimini ücretsiz
aktarmak üzere
“REKLAMCILIĞIN İLKOKULU”
projesini kurgulamakta ve
ayrıca
MULTİDİSİPLİNER
kreatif ödül organizasyonu
oluşturmaktadır.**

**Evli bir kız çocuęu sahibidir,
denize bakmayı,
durup düşünmeyi,
az konuşmayı çok dinlemeyi
sever,**

**futbol taktisyenlięi
yakın dövüş sanatları
kısa film çekme
satranca
yüksek merakı vardır.**

Teşekkürler