

Sektörün liderleri Washington'da buluştu

POP AI her yıl düzenlediği ve sektörün liderlerinin buluşma noktası olan ILC Konferansları'nı bu yıl 10-12 Mayıs tarihlerinde gerçekleştirdi. POP AI Yönetim Kurulu toplantısının da yapıldığı ILC'de sektördeki son gelişmeler tartışıldı.

Perakende satış noktası sunum faaliyetleri üzerine 25 ülkede faaliyet gösteren, kâr amacı gütmeyen kuruluş POP AI, 10-12 Mayıs 2006 tarihlerinde Washington'da sektör liderlerini bir araya getiren toplantı ve organizasyonların ev sahipliğini üstlendi. 10 Mayıs'taki ilk toplantı "POP AI Yönetim Kurulu" toplantısıydı. Bu toplantıda tüm dünya ofislerinin yönetim kurulu üyeleri bir aradaydı. Yönetim Kurulu toplantısının en güzel tarafı yönetim kurulu oluşturulan kişilerin temsil ettikleri kurumlardı. Perakendeci, Perakende Federasyonu, reklam ajansı, Reklam Ajansları Birliği, markalar (Pepsi Cola, Fritolay, BP vb.), POP ajansları ve üreticileri, danışman şirketler, eğitim kurumları, kısacası sektörde rol alan her kurumun bir temsilcisi mevcuttu. Böylesine geniş bir temsilin amacı sektörel gelişimin dinamiğini oluşturmaktı. Özellikle perakende temsilcisi Walgreens'in satış noktası ile ilgili konularda tek başlarına işin içinden çıkamayacaklarını, bu sebeple POP AI'de çok aktif bir perakende temsilcisi olacaklarını kaydetmesi, sektörel sorunların sektörü etkileyen diğer temsilcilerinden bağımsız olarak çözümlenemeyeceğini bir kez daha kanıtladı.

Yeni POP AI ofisleri

Toplantıdaki diğer bir önemli nokta da Güney Afrika ve İskandinavya'daki yeni ofislerin açılma kararıydı. POP AI bu kararıyla da global yaygınlığını geliştirmeye devam edeceğini bir kez daha göstermiş oldu.

Yönetim Kurulu toplantısının ardından Washington DC Ticaret Odası, POP AI onuruna bir resepsiyon verdi. Bu resepsiyon ile ilgili olarak POP AI Türkiye Başkanı Volkan Keskinoglu, "Kurumların en üst düzeyde temsil edildiklerini gördüm. Kurumların bu konulara verdikleri önemin önemli bir göstergesi" diye konuştu. Ticaret Odası Başkanı'nın yaptığı "Hoş Geldiniz" konuşmasında sektörün önemini ve gelişiminin altı bir kez daha çizildi. Yönetim Kurulu toplantısının ardından 11-12 Mayıs tarihleri arasında da POP AI'nin geleneksel ILC (Industry Leadership Confe-



rence) Endüstri Liderlik Konferansları yapıldı. Her yıl POP AI'nin ev sahipliğinde düzenlenen ILC Endüstri Liderlik Konferansları sektörde önemli konuların konuşulduğu bir ortam sunuyor. ILC toplantılarına katılarak sektördeki gelişmelere çok daha konsantre olmak mümkün. Özellikle bu gelişmeleri yaşayan ve uygulayanlardan dinlemenin oldukça bilgilendirici olduğu katılanlar tarafından dile getiriliyor. Katılımcıların sunumlarının bitiminde konuşmacılar ile görüşüp fikir alışverişinde bulunma şansları da oluyor. Dünyanın çeşitli ülkelerinden ve ABD'den önemli konuşmacılar ve panelistler sektörün geleceğini tartıştılar. Tartışma ve konuşmaların odak noktası, "Satış noktasındaki değişimler ve bu alanın geldiği yeni nokta" oldu.

Paneller ve konuşmalar ile ilgili POP AI Türkiye Başkanı Volkan Keskinoglu, "Bu toplantılarda en çok dikkatimi çeken şey şu oldu: Artık sektörel meslekler tüm dünyada inanılmaz benzerlikler gösteriyor ve beklentiler hemen hemen aynı konularda yoğunlaşıyor. Bu anlamda da global bilgi paylaşımı ve entegrasyon son derece önem taşıyor" yorumunda bulundu.

Tüketicie ulaşmak zorlaşıyor

Tartışma ve konuşmalarda tüketiciye ulaşmak için tüketicinin satış noktasındaki davranış ve motivasyonlarıyla ilgili değişimlerin sektöre her geçen gün farklı bir bakış açısıyla adaptasyonu gerektirdiği önemle vurgulandı.

ABD'de yapılan bir araştırma sonucuna göre bundan 10 yıl önce akşam gördüğü üç reklamı hatırlayanların oranı yüzde 8'den bugün yüzde 2'ye düşmüş durumda. Tüketicie ulaşmak gittikçe zorlaşıyor. TV kanal sayısı ortalama 190 civarında bir rakam. Bunun içerisinde 300 kanala kadar çıkan yayınlar da var. İnternet geniş bant yaygınlığı ise yüzde 60'a ulaşmış durumda. Dolayısıyla tüketicilere ulaşmaktaki birim maliyet inanılmaz derecede artıyor. Yayıncılık alanında eskiden çok büyük yatırımlara ve alt yapılara gerek duyulurken bugün ise bir internetiniz ve kameranız var ise dünyaya yayın yapabiliyorsunuz, eğer yayını çok ilgi çekerse büyük kitlelere bir anda ulaşabilme imkanına sahip oluyorsunuz. Yapılan hesaba göre internette yayın yapmanın maliyeti 50 dolar. Bu gibi konuların tartışıldığı ve paylaşıldığı toplantıyı Volkan Keskinoglu şöyle değerlendirdi: "Bu toplantıda öğrendim ki ABD'de cep telefonlarına zil sesi indirme pazarı 600 milyon dolarlık bir pazar haline gelmiş. Çok yakında 1 milyar dolarlık bir pazar olabileceği tahmin ediliyor. Gerçekten de rakamları ve değişimleri anlamak zor."

Farklı uygulamalar

Toplantılarda reklam, pazarlama, satış noktaları faaliyetleri, kavramsal dizayn, perakende, alışveriş merkezi, iletişim gibi çeşitli konularda örnekli sunumlar da yapıldı. İngiltere'de uygulanan hologramik üç boyutlu insan görüntülerinin nasıl kullanıldığından tutun da, ıslatmayan yağmur ve şelalenin içinden nasıl geçildiğine kadar inanılmaz yaratıcı-farklı sunum örneklerine de yer verildi. ABD'nin en büyük alışveriş merkezlerinin sahibi olan Simons Property Group'un Pazarlama Direktörü ve Simon Brand Ventures Başkanı Stewart Stockdale yaptığı konuşmasında alışveriş merkezlerine yılda 2.2 milyar ziyaret olduğunu belirtti. İnanması güç bu rakam dünya nüfusunun yüzde 37'sine karşılık geliyor. Stockdale'e göre bu rakamlara dayanarak artık alışveriş merkezlerinin de bir medya kanalı olması gerekiyor. Stewart Stockdale konuşmasında, "Üç yıl önce bu düşünceyi ortaya attık fakat kimse gerçekçi ve uygulanabilir bulmadı" dedi. Bu fikir ölçülebilir bir standart olmadığı için kabul görmemişti. Tam üç yıl çalışarak aralarına ACNielsen gibi araştırma şirketlerini de alıp bir proje yürüttüklerini açıklayan Stockdale, medya kanalı olarak alışveriş merkezlerini nasıl ölçülebilir medya kanalı haline getirdiklerinin örnekleri ile anlattı. Stockdale sunumunda, alışveriş merkezi kavramının nasıl değiştiğini, bugün ne konuma geldiğini ve gelecekte nasıl gördüklerini de sektör temsilcileri ve katılımcılarla paylaştı.