

# Yeni bir WOMM platformu: Tavsiye Evi

**Bostancı'da, Bağdat Caddesi'nin üzerinde sıradan bir apartman dairesi. Üç odalı, ferah bir ev. Modern bir dekorasyona sahip... Çocuk odası, banyo, balkonlar... Her biri özenle döşenmiş. Peki, biz bu evi size neden anlatıyoruz? Çünkü burası yerdeki seramiklerden, mutfak dolaplarına, hatta o dolapların içindeki tencerelerden, salondaki eşyalara kadar, tüm detayları markalar tarafından tedarik edilmiş, Türkiye'deki ilk "Tavsiye Evi".**

**Haber:** Elif Erman [elif@marketingturkiye.com](mailto:elif@marketingturkiye.com)



**Y**ukarıda sözünü ettiğimiz "Tavsiye Evi", Tavsiye Kanalı adındaki ağızdan ağıza pazarlama platformunun son projesi. Bu fikri bulup hayata geçiren isim ise uzun yıllardır pazarlama sektöründe farklı markalarla çalışmış bir isim: Renan Tavukçuoğlu. Tavukçuoğlu ile ilk görüşmemizi telefonla yapıp projeyi anlattığında, hiç vakit kaybetmeden kendimizi Tavsiye Evi'nin kapısında buluyoruz. Kapıdan içeri girer girmez üç kişilik bir aile için döşenmiş bir evin içindeyiz. Hiçbir şey "ben pazarlanmak için buradayım" diye bağırıyor. Afişler ya da logolar yok. Eşyanın doğasına uygun her şey. Tesadüfen Tefal'in Actifry lansmanına denk geliyoruz. Birazdan içerisi onlarca kadınla dolacak, blogger'lar eşliğinde yemekler pişirilecek. O yüzden hiç vakit kaybetmeden Tavukçuoğlu ile söyleşimize başlıyoruz.

İlk sorumuz tabii ki "Tavsiye Evi" projesinin nasıl ortaya çıktığıyla ilgili oluyor. Tavsiye Evi'nin hikayesinin aslında 2007 yılındaki "Fikri Mühim"e kadar uzandığını anlatıyor Tavukçuoğlu. O yıllarda gelenek-

sel bir reklam ajansında çalışırken özellikle FMCG markalarının ağızdan ağıza pazarlama (WOMM) projelerini hayata geçirebileceği pek az platform olduğunu fark eden Tavukçuoğlu, "Fikri Mühim" adında online bir platform oluşturarak, şimdilerde kendi çevresinde etki ve ikna kabiliyeti yüksek internet kullanıcılarını bir araya getirme-



yi amaçlamış. Fakat geleneksel bir ajans bünyesinde böyle yenilikçi projelerin çok da uzun soluklu olmadığını fark etmiş bir süre sonra.

## Kadınları buluşturan eğlenceli bir platform

Fikri Mühim böylece rafa kalkarken aslında kısa bir süre sonra ortaya çıkacak olan "Tavsiye Kanalı"nın da temelini oluşturmuş.

Tavsiye Kanalı, paylaşmayı seven, tavsiyenin gücüne inanan "Tavsiye Melekleri" olarak anılan kadınları buluşturan eğlenceli bir platform. Yani projenin merkezinde Tavsiye Meleği olarak anılan ve büyük bir bölümü ev kadınlarından oluşan kullanıcılar var. Renan Tavukçuoğlu, Tavsiye Melekleri'ni şu sözlerle tanımlıyor: "Bir ürün ya da hizmet satın almadan önce hepimiz tavsiyelerine güvendiğimiz birilerinden yardım isteriz değil mi? Yeni şeyler keşfetmeyi seven, keşfetmekle de kalmayıp çevresiyle paylaşan, fikirleriyle satın alma kararlarımızı etkileyen şeytan tüyüne sahip Tavsiye Melekleri..."

Tavsiye Melekleri, farklı kategorilerden ünlü markaların ürün ve hizmetlerine ücretsiz ulaşım deniyor. Hatta bazen piyasaya çıkmamış bir ürünü bile herkesin önce deneme şansına sahipler. Bu deneyimleri çevresindekilerle paylaşır, onları da denemeye teşvik ederler. Ve bu süreçte yaşadıkları olumlu olumsuz geri bildirimleri bize yazarlar. Etkileme güçleri ve değerli fikirleriyle sadece yakın çevrelerine değil markalara, ürünlere, hizmetlere yön verme



gücüne sahip olurlar.”

Tavsiye Kanalı'nı kurduktan kısa bir süre sonra markaların ihtiyaçlarını tespit etmeye başladıklarını anlatan Tavukçuoğlu, ağırlıklı olarak FMCG markalarına hizmet verdikleri için kadınlar ve onların düşüncelerinin önemini giderek daha fazla anlaşıldığını ifade ediyor. Bugüne kadar markaların yapmaya çalıştığı şeyin genellikle kadınlar arasında “gün” olarak da anılan toplantılarına girmeye çalışmak olduğunu söylüyor Tavukçuoğlu. Ancak bunun son dönemde giderek zorlaştığını, bu kanala ay-

rılan bütçelerin geri dönüşünün genellikle alınmadığını da ekliyor sözlerine.

### Kadınları dinle ve strateji oluştur!

“Günün sonunda kadınların toplantılarında ortaya çıkan içgörüler, kadınlara dokunmak ve samimiyet her marka için önemli” diyen Tavukçuoğlu, bu noktada hem kadınların bir araya gelebileceği hem de markaların bu doğal sohbetlere ortak olabileceği bir ortam yaratmaya karar verdiklerini söylüyor. Tavsiye Evi'nin dünyada benzeri olmayan bir mecra olduğuna dikkat çeken

Tavukçuoğlu, “Kadınlar bir araya geldiklerinde çok samimi sohbetler yaratıyor. Markalar sadece o sohbetleri dinleyerek bir yıllık stratejilerini çıkarabilir ortaya. Çünkü kadınlar beklentilerini çok net ve doğal bir şekilde söylüyor, rakip analizi yapıyor. Bütün araştırmaların ötesinde bir hazine var orada.”

### Markalar Tavsiye Evi'ni nasıl kullanıyor?

Renan Tavukçuoğlu, markalar ve Tavsiye Melekleri'nin nasıl bir araya geldiğini şöyle anlatıyor: “Bizim için de markalar için de en önemli konu burada bir deneyim yaşatmak. Ve bunu yaparken de o ortamın, sohbetin doğallığını bozmamak, müdahale etmemek, herhangi bir ürünü ya da markayı onları rahatsız etmeden anlatabilmek. Markaların paylaşmak istediği konuya ya da içeriğe uygun Tavsiye Melekleri'ni belirledikten sonra onları evimize davet ediyoruz. Birlikte bir deneyimin parçaları olmalarını sağlıyoruz.” Bu toplantılarda bir ürün ya da marka müdürü konuşmalarına yer vermediklerini, bunun yerine ortamı daha eğlenceli hale getirecek tiyatro eğitimi almış isimlerle sunumları gerçekleştirdiklerini anlatıyor Tavukçuoğlu. Tavsiye Evi'nde yapılan tüm etkinlikler aynı zamanda video'ya kaydediliyor ve web sitesi üzerinden dileyen herkesin izleyebileceği şekilde yayınlanıyor.

## Tavsiyenin gücü değişmeyecek

**Renan Tavukçuoğlu** - Tavsiye Kanalı Kurucu & CEO'su

“Teknoloji değişiyor, hayat değişiyor fakat insan yapısı değişmiyor. Bu nedenle arkadaş tavsiyesinin gücü her zaman aynı. Bizim sistemimiz de bunun üzerine oturtulmuş bir kurgu. Pazarlamadan çok insanlarla ilgili doğal ve samimi bir iş yaptığımız için ağızdan ağza pazarlamayı markaların kullanımına etkili bir şekilde sunuyoruz.”

