

# Tavsiye Melekleri Dimes'in "doğallık" konseptinde buluştu

Açılmasının üzerinden sadece iki ay geçmiş olmasına rağmen, kısa zamanda birçok markayı "gerçek" tüketicilerle aynı çatı altında buluşturan Tavsiye Evi'nin Dimes için gerçekleştirdiği etkinliğe Marketing Türkiye dergisi olarak biz de konuk olduk. Yeni ürünü "Taze Sıkma" meyve suyu çeşitlerini Tavsiye Kanalı'ndaki meleklerle tattıran ve onların görüşlerini alan Dimes, meyve suyu pazarında katma değerli ürünlerle farklılaşmayı hedefliyor.



Bir Tavsiye Kanalı projesi olan Tavsiye Evi, markalarla "gerçek" hedef kitlesini bir ev sıcaklığında bir araya getiren, interaksyonu artıran ve onlar için farklı bir deneyim yaratan yepyeni bir mecaz. Belki hatırlayacaksınız geçtiğimiz sayımızda Tavsiye Evi'nin ne olduğu, hangi amaçla kurulduğu hakkında detaylı bir haber hazırlamıştık. (Kaçıranlar detaylı bilgiye www.tavsiyekanali.com adresinden de ulaşabilir.) Kapılarını "Tavsiye Meleği" adını verdiği üyelerine açılı çok kısa bir zaman olmasına rağmen Tavsiye Evi, bugüne kadar yüzlerce kadını takip ettiği ya da daha fazla bilgi sahibi olmak istediği markanın üst düzey yöneticisiyle bir araya getirdi. Farklı okazyonlarda hem ürünleri deneme fırsatı buldular, hem de bu markalarla ilgili akıllarındaki tüm soruların yanıtını birinci ağızdan dinleme fırsatına sahip

oldular. Bu markalardan sonuncusu da son dönemde "Taze Sıkma" ürünleri ile raflarda yerini alan Dimes oldu. Aynı zamanda Tavsiye Evi'nin resmi meyve suyu sponsoru da olan Dimes'le Tavsiye Kanalı ile yollarının keşişmesi bundan bir yıl öncesine dayanıyor. Tavsiye Evi'nde yapılan ilk etkinlikten bu yana bu mecrayla dirsek temasında olduklarını söyleyen Dimes Marka Müdür Yardımcısı Seray Kocaemre, "Dimes Taze Sıkma markamızın lansman döneminde, Tavsiye Kanalı aracılığı ile meleklerle ürünü tattırdık, onların görüşlerini ve paylaşımlarını sosyal medya üzerinden ve kendi bloglarından takip ettik. Dimes Taze Sıkma, Tavsiye Melekleri'nin içten ve sıcak cümleleri ile dalga dalga yayılarak Türkiye'nin severek tükettiği bir alt marka haline geldi. Dimes'in Tavsiye Evi'ndeki etkinlikleri

2014 yılında da farklı markalarla devam edecek" diyor.

## "Dört mevsim" teması oluşturuldu

Tavsiye Evi'nde Dimes'le birlikte gerçekleştirilen etkinlik ise Dimes Taze Sıkma'nın marka karakteri çerçevesinde tasarlanmış. "Dimes Taze Sıkma, mevsimin en sevilen meyvelerinin toplanıp sıkılarak, konsantr edilmeden ve şeker ilavesiz bir şekilde yüzde 100 meyve suyu olarak cam şişelere doldurulması ile yapılıyor. Bu nedenle her mevsimde farklı bir Dimes Taze Sıkma lezzeti tüketiciler ile buluşuyor" diyor Seray Kocaemre. Şöyle devam ediyor sözlerine: "Biz de Tavsiye Evi'nde düzenlediğimiz etkinlikte 4 mevsimi ve 4 mevsimin birbirinden canlı ve farklı renklerini ele aldık. Tavsiye Melek'lerini konuk edeceğimiz sofraya ve onlara



Tavsiye Evi Etkinlik Yöneticisi Gizem Sakallı, Tavsiye Evi Kurucu Ortağı Renan Tavukçuoğlu, Tavsiye Evi Kurucu Ortağı Erdem Tavukçuoğlu Dimes Marka Müdür Yardımcısı Seray Kocaemre, Tavsiye Evi Müşteri İlişkileri Yöneticisi Neslihan Hoşgör

verdiğimiz hediyeler dahil olmak üzere her şey bu tema çerçevesinde hazırlandı. Bunun yanı sıra konuğumuz Diyetisyen Figen Fişekçi Üvez de, bizleri iyi yaşam ve beslenme konularında bilgilendirdi. Etkinlik sonrasında da Tavsiye Melekleri ile #dimesileyşam ve #dimesbahçesi üzerinden etkileşimimiz devam edecek." Seray Kocaemre ile sohbetimize Dimes'in pazarlama stratejileri hakkında konuşarak devam ediyoruz. Milward Brown'un düzenlediği Marka ve Reklam Takip Araştırması'na göre, marka bilinirliği en yüksek meyve suyu markasının Dimes olduğunu hatırlatan Kocaemre, "Tüketicilerin zengin ürün çeşitliliği ve üstün kalitesiyle en beğendiği markalardan biri olan Dimes, sahip olduğu marka gücünü devam ettirmek için 10 yıldır hem Dimes ana markasına hem de ihtiyaçlara göre yaratılmış alt markalarına yatırım yapıyor. Bu yıl 55'inci yılını kutlayan ve kurulduğu günden bu yana sahip olduğu etik değerlerini koruyan, aynı zamanda pek çok yenilikçi projeye imza atan Dimes, Türkiye meyve suyu

pazarına yön veren bir marka olmaya devam ediyor" diyor.

## "Kategorileri büyütüyoruz"

Dimes markası olarak ana stratejilerinin, bulunduğu her kategoride fark yaratmak, tüketiciye yenilikçi ve kaliteli ürünler sunmak olduğunun altını çizen Kocaemre, bu anlayışla da meyve suyunda katma değerli ürünler ile pazarda farklılaştıklarını, yeni kategoriler yarattıklarını ya da var olan kategorileri büyüttüklerini sözlerine ekliyor. Bu kategorilerdeki farklılıklarını anlatmak adına birçok marka için 360 derece iletişim yaptıklarını da söyleyen Kocaemre, "Bu da bize pazar payı kazandırırken Dimes'in marka imajını da güçlendiriyor. Örneğin, meyve suyu pazarında en fazla paya sahip nektar kategorisinde hiçbir katkı maddesi kullanmıyoruz. 2013 yılı başında lanse ettiğimiz Taze Sıkma markası ile de yepyeni bir kategori yarattık ve tüketicilere mevsiminde taze sıkma lezzetini sunduk. Bunun yanı sıra yüzde 100

## Kendini güncelleyen, canlı ve sıcak bir köprü

Seray Kocaemre - Dimes Marka Müdür Yardımcısı

"Tavsiye Evi, Dimes'in sürekli daha iyi ve daha güncelleyen bir marka olarak çalışmayı tercih ettiği yepyeni bir pazarlama mecrası. Tavsiye Evi'nde marka ve tüketici arasında kurulan sıcak ve interaktif bağ, etkinlik sonrasında da sosyal medya sayesinde devam ediyor, markanın sıcak ve yakın ilgisini hisseden tüketici de etkinlik sonrasında Dimes ile ilgili paylaşımlarda bulunmaya ve markayı daha iyiye götürecektir yorum ve görüşlerini yazmaya devam ediyor. Bu nedenle Tavsiye Evi, Dimes ile tüketicileri arasında sürekli kendini güncelleyen, canlı ve sıcak bir köprü görevi görüyor."

kategorisinde en fazla lezzet, ambalaj ve gramaj çeşitliliğini biz sunuyoruz. Ayrıca, Türkiye'nin tek light meyve suyu markası da Dimes" diyor. Sohbetimizin sonunda Dimes'in 55 yıllık tecrübesiyle bir meyve suyu şirketi olmanın ötesinde, beş içecek kategorisinde faaliyet gösteren, Türkiye içecek sektöründeki en etkili markalardan biri olduğunu hatırlatan Kocaemre, "2013'te Aydın Sultanhisar'da meyve işleme ve dolum fabrikamızın açılışını yaptık. Bugün, toplam 225 bin metrekare alana kurulmuş dört fabrikaya sahip, üretim kapasitesi ile dünyada ilk sıralarda yer alan bir firmayız. 55 yıllık uzmanlığımız, köklerimizin gelen kalite anlayışı, yenilikçi bakış açımız ve yatırımlarımızla 2014 yılında da fark yaratarak, büyüyerek ve kategorilere yön vererek lider marka olmayı hedefliyoruz" diyerek bitiriyor sözlerini.

## İletmek istediğimiz mesajlar vardı

Tavsiye Kanalı Kurucu Ortağı Renan Tavukçuoğlu'na ise Dimes için hazırlanan etkinliğin detaylarını soruyoruz. "Bu keyifli günü hazırlarken aklımızda tabii ki markamızın brief'i vardı" diyerek başlıyor sözlerine Tavukçuoğlu ve ekliyor: "Dimes Taze Sıkma ürünleri çok özel ürünler. Ve iletmek istediğimiz çok önemli mesajlar var. Ürünlerimiz kesinlikle şeker içermeyen yüzde 100 doğal ürünler. Bu mesajı net geçirebilmek için doğallık ve sağlıklı yaşam konseptini, tüm detaylarıyla işlemeye karar verdik. Sağlıklı yaşam uzmanımız sevgili Figen Fişekçi Üvez, etkinliğimize katılan Meleklerimizle paylaşmak üzere ilgi çekici bir sunum hazırladı. Bizler de ikramlarımızı, dört mevsimi simgeleyen dört renk üzerinden tasarladık. Doğanın cömertliği ve güzelliğini yansıtmaya çalıştık. Herkesin eğlenmesi ve buradan çıkarken doğru bilgilerle ayrılması bizim için en önemli kriter."

## Tavsiye Evi iki ayda onlarca "Meleği" misafir etti

Renan Tavukçuoğlu - Tavsiye Evi Kurucusu

"Tavsiye Evi açılış yaklaşık iki ay oldu. Açılışımızı Tefal'in Actifry 2in1 lansmanı ile birlikte yaptık. Hem Actifry'nin hem de Tavsiye Evi'nin Meleklerle ilk tanışmasıydı 8 Ekim'deki etkinliğimiz. Sonrasında, Ziya Kürküt'ün katılımıyla DShopping sohbeti, Ayşe Tolga'nın Aromaterapi Semineri, Migros ile aşure günü, Kindyoo ile bebek masajı ve bilinçli çocuk yetiştirmeye yönelik çay saatleri düzenledik. Tüm etkinliklerimizde Türkiye'nin ünlü bloggerlarını da ağırlıyoruz. Şimdi de evimizin senelik meyve suyu sponsoru olan Dimes ile Taze Sıkma ürünleri için çok keyifli bir etkinlikte birlikteyiz."

