

Twentify Araştırma Modelleri

Brand Face



Bir insan her gün ortalama 4,000 ile 10,000 arasında marka etkileşimine maruz kalıyor.

Bu yüzden, markaların tüketiciler ile **alakalı olmaları,**
dikkat çekmeleri gerekiyor.

Ünlü kullanımı, pazarlamada **tüketicilerin ilgisini çekmemizi, marka algısı inşa etmemizi** sağlıyor.

Dođru ünlü kullanımı sayesinde...

Tüketicilerde **bilinirliđimizi artırabiliyor,**

Kampanya hatırlanma oranlarını yükseltebiliyor,

Hedeflediđimiz **marka algısını** inşa edebiliyor,

Tüketicilerde **güvenini oluşturabiliyoruz.**

Bu faydalar, **doğru ünlü seçimi** ve **doğru kampanya iletişimi** ile gerçekleşiyor.

Yanlış ünlü seçimi, yanlış bir algı yaratmasına, hedef dışında bir konuma yerleşmesine ve markaya duyulan güvenin zedelenmesine sebep olabiliyor.

Twentify **Brand Face**, markanıza en uygun, iletişim mesajınızı geniş kitlelere en etkili şekilde aktaracak ünlüyü belirlemenizi sağlar.

Twentify **Brand Face** ile, ünlüleri dört ana performans kriteri üzerinden değerlendirebilir, sunduğumuz içgörüler ile marka ve iletişim kampanyanızı en güçlü yansıtacak ünlüyü seçebilirsiniz.



Ünlü Bilinirliği



Ünlü Mesaj
Aktarımı Etki Gücü



Ünlü Olumluluk
Algısı



Ünlü ve Marka
Uyumu

Twentify **Brand Face** ile,

Markanızı **en iyi konumlandıran ünlüyü** seçebiliyor,

Pazarlama çalışmalarınızdaki riskleri minimize ediyor,

Erişim alanınızı güven altına alıyor,

Yatırım geri dönüşünü şansa bırakmıyorsunuz.

Brand Face Ölçümlenen Metrikler

Twentify Ünlü Zekası, ünlüleri 4 ana performans metriği ile değerlendirir.

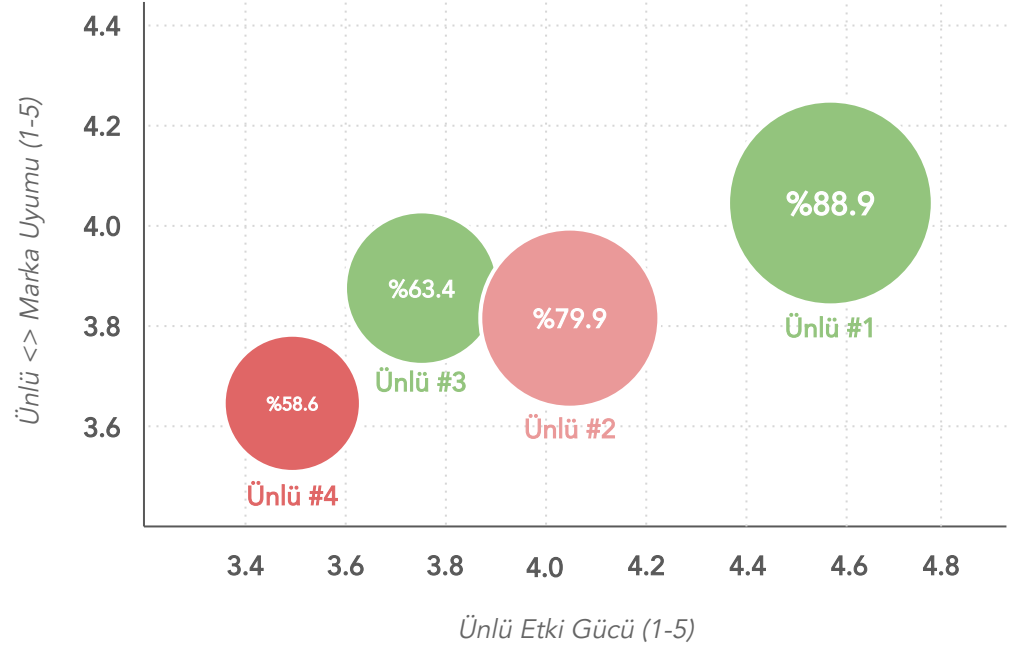
Ünlü Bilinirliği: Ünlülerin hedef kitle nezdindeki bilinirliğini ölçer.

Ünlü Marka Uyumu: Ünlünün hedef kitledeki algısının, kampanyanın hedeflediği algıya uyumunu ölçer.

Ünlü Etki Gücü: Ünlünün mesaj iletimindeki etkisini çekicilik, beğeni, güven, uzmanlık ve bağ kurulabilmesi üzerinden ölçümler.

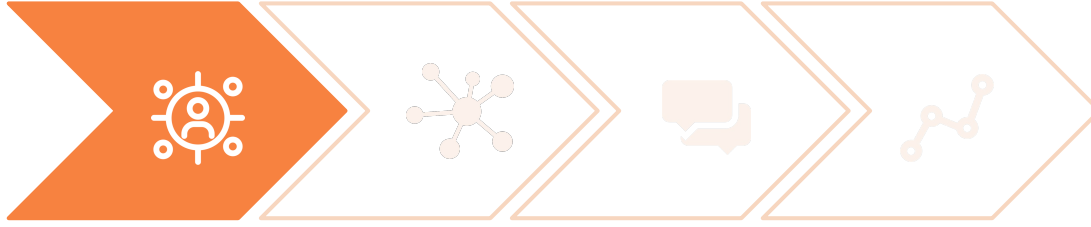
Ünlü Olumluluk Algısı: Ünlülerin hatırlanışlarındaki olumluluğu ölçer.

Örnek Ünlü Değerlendirme Haritası

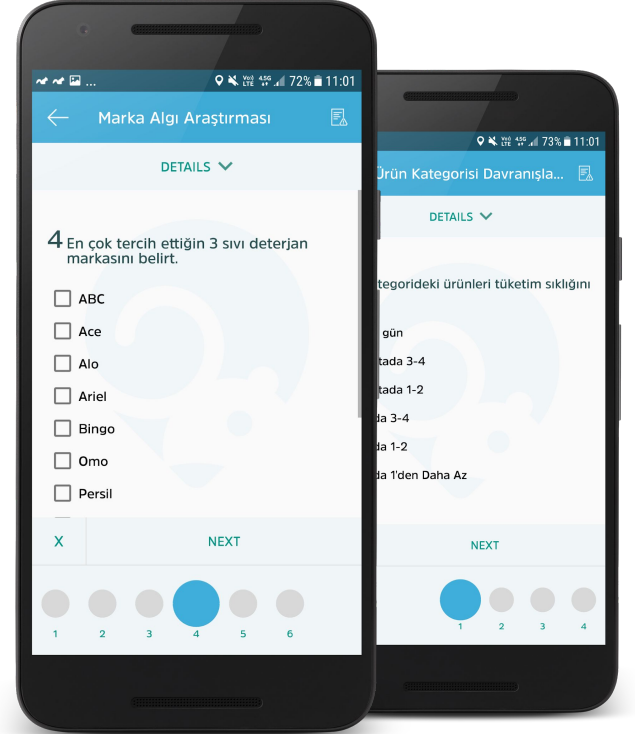


(Ünlülerin içindeki yüzdeler bilinirlik oranlarını, rengi ise olumluluğunu yansıtmaktadır.)

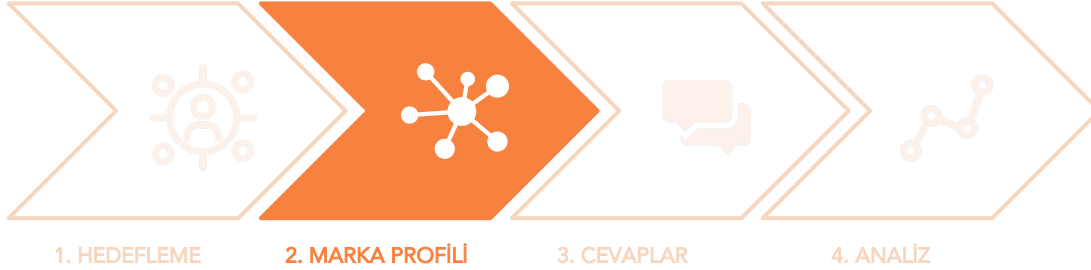
Brand Face Nasıl Çalışır



- Hedef kitleniz, belirlediğiniz demografiye göre seçilir.
- Ürününüzün müşterileri ve potansiyel müşterileri ayrı iki grup şeklinde segmente edilir.



Brand Face Nasıl Çalışır

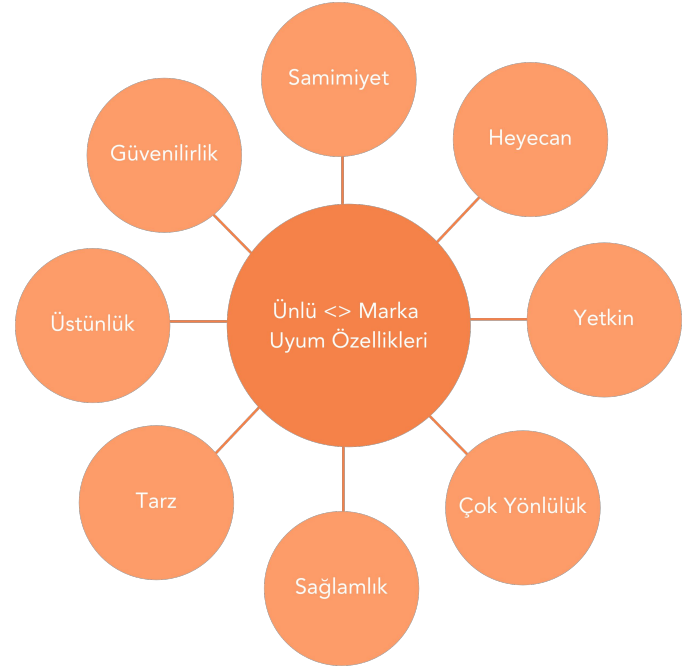


- Twentify'ın belirlediği ve paylaştığı 20 kriterden oluşan liste üzerinden markanızın 5 kişilik özelliği seçersiniz.
- Twentify kriterlerinde Jennifer Aaker'ın Marka Kişiliği ve Kevin Lane Keller'ın Müşteri Tabanlı Marka Değeri modelleri baz alınmıştır.

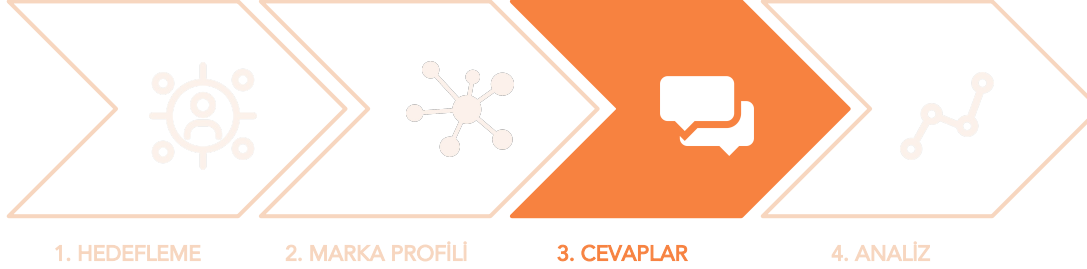
(Detaylar için blog yazımıza göz atabilirsiniz:

<http://www.twentify.com/tr/blog/marka-caginda-basarili-bir-marka-kisiligi-yaratmak>)

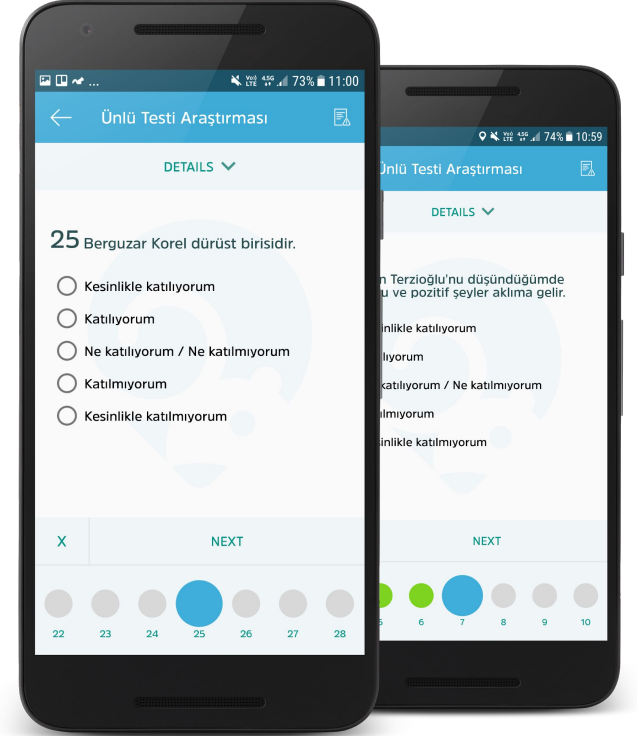
Marka Kişiliği Ana Kategorileri



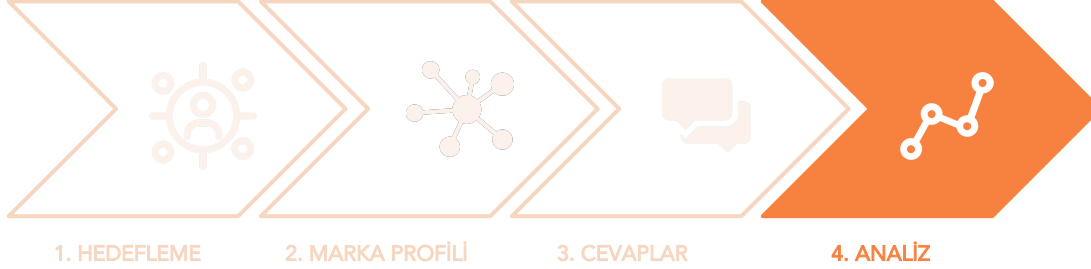
Brand Face Nasıl Çalışır



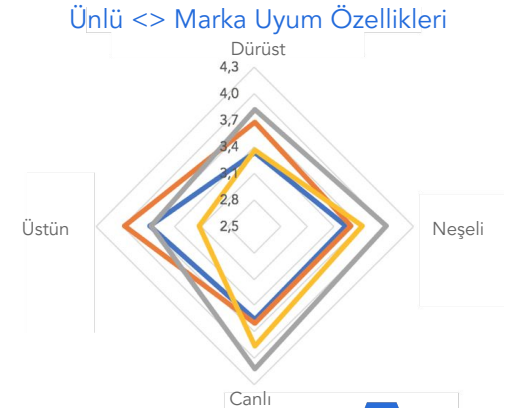
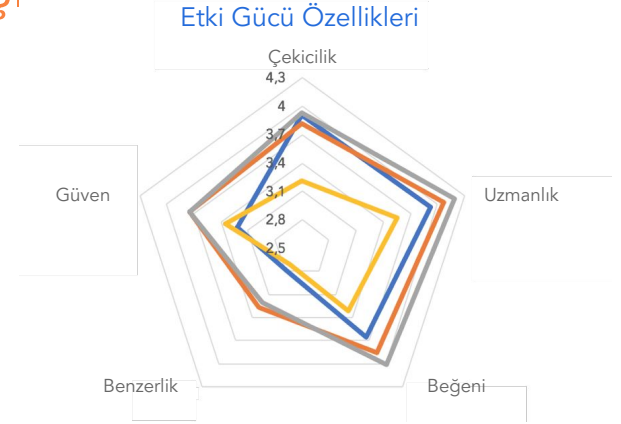
- Pazarlama araştırmalarına dayanarak geliştirilmiş ve test edilerek valide edilmiş, Twentify **Brand Face** soru formu kullanılır.
- Saatler/günler içinde hedef kitleden cevaplar toplanır, veriler konsolide edilir.



Brand Face Nasıl Çalışır



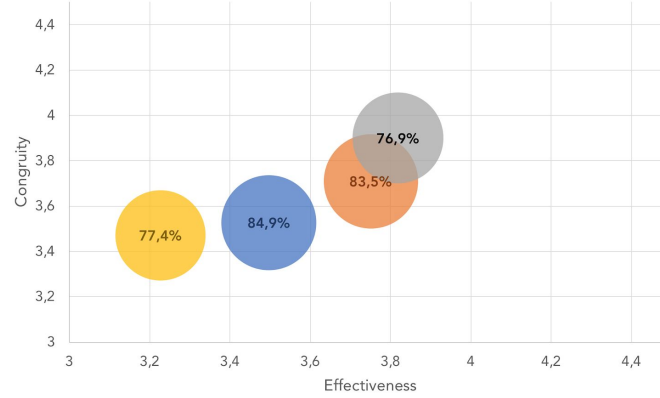
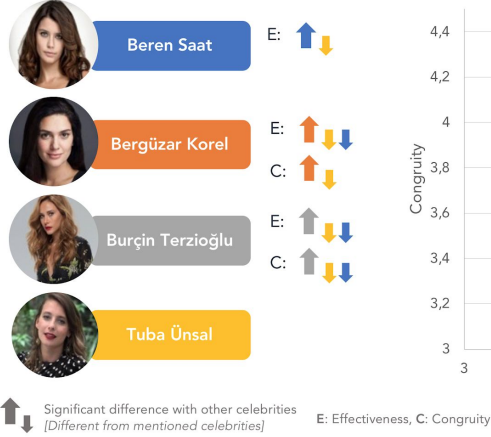
- Twentify'ın **Brand Face** araştırma modeli uygulanır, ölçümlenen performans kriterlerinin analizleri gerçekleştirilir, sonuçlara anlamlılık testleri uygulanır.
- Analizler üzerinden içgörüler hazırlanır ve markanın gitmek istediği noktalara göre ünlü alternatifleri belirlenir - aksiyon önerileri sunulur.



Brand Face Rapor Örneği

Celebrity Effectiveness and Congruity

There is no significant difference between Bergüzar Korel and Burçin Terzioğlu in terms of effectiveness and congruity. However, Burçin Terzioğlu has significantly higher scores than Beren Saat and Tuba Ünsal in both metrics.



Rates mentioned inside of the "bubbles" measure the awareness of celebrities among participants.

Brand Celebrity Testing Research



Etki Gücü, Uyum, ve Bilinirlik

Raporda ünlülerin hedef kitledeki bilinirlik oranları, ünlülerin etki gücünü içeren değişkenlerin bütünleşik skoru, ve marka ile ünlü değişkenlerinin değerlendirme sonrası uyumları görüntülenebilir.

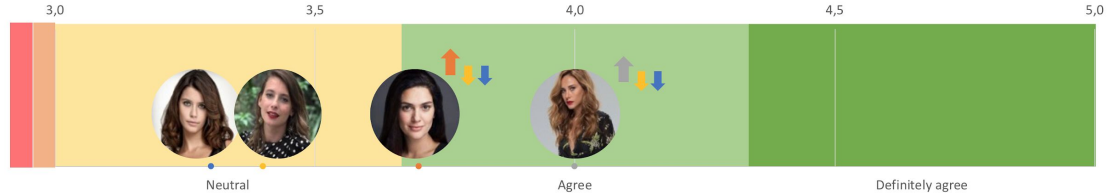


Brand Face Rapor Örneği

Celebrity Positivity

Celebrity's image positivity on consumers' minds is important for the potential success of the marketing campaigns, and brand's image. Hence, one of the significant risks involved in using celebrity endorsers is the possibility of negative information or negative publicity of the celebrity. (Till, 1996)

- Burçin Terzioğlu has the most positive image in consumers' minds.
- Burçin Terzioğlu and Bergüzar Korel have significantly higher positive images than Tuba Ünsal and Beren Saat.



Questioned statement: "When I think [Celebrity] good and positive things comes to my mind"

Brand Face Research

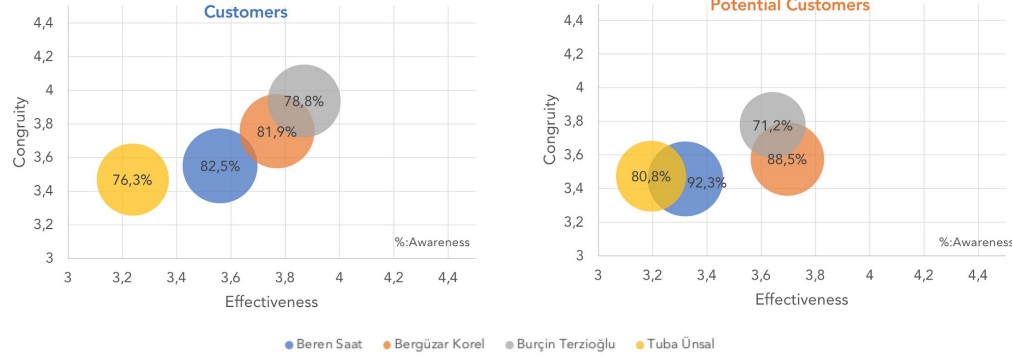
Twentify

Ünlü Olumluluğu

Raporda, ünlülerin hedef kitle nezdindeki olumluluk puanları, ve bu puanların karşılaştırma yorumları bulunmaktadır.

Brand Face Rapor Örneği

Effectiveness and Congruity: Customers vs. Potential Customers



✓ Awareness of Beren Saat is significantly higher among potential customers compared with current customers of the brand.

Brand Face Research

Twentify

Kırılımlar

Ürün Zekası çözümünde yaş aralığı ve müşteri/potansiyel müşteri kırılımı raporda belirtilirken, farklı kırılım alternatifleri müşteri talebine göre eklenebilir.

Twentify

Twentify **Brand Face** ile, markanıza uygun ve etkili ünlüleri kullanın, pazarlama çalışmalarınızı akıllandırın.

Twentify *Brand Face* ile ilgili detaylı bilgi almak isterseniz bize ulaşın, sizi ziyaret edelim ve çözüümü detaylı şekilde anlatalım.

İletişime Geçin 🙋



www.twentify.com •   