

# PAZARLAMA

## DEPARTMANI



Gezegemizdeki her canlının temel ihtiyacı gıdadır. Gezegemizdeki her markanın da temel ihtiyacı marka bilinirliği ve marka gücüdür. Bu gücü oluşturacak en doğru etmen pazarlama vizyonudur.

2018'in sonunda Cantek'in hayatına giren pazarlama anlayışı, ilk 1 yılında yenilikçi ve etkili stratejiler geliştirdi, çalışmalar yaptı. Cantek artık çok daha bilinen, talep gören ve değerli bir marka.



## PAZARLAMA DEPARTMANI



## PAZARLAMA NEDİR?

Cantek bir ayakkabı mağazasıysa, pazarlama o mağazaya, Cantek'i hiç duymayan kişilerin girmesini, daha önce gelmiş olanların ise tekrar tekrar gelmesini sağlamaktır.

Satış departmanının, mağazaya giren aday müşterilere satış yapması için gereken ortamı sağlamaktır. Topu kazanıp onu forvete en etkili ve verimli şekilde iletip asist yapmaktır.

Markanın ana stratejilerini belirleyip marka değerini yükseltmektir.

## PAZARLAMA BİRİMLERİMİZ

**CRM müşteri ilişkileri yönetimi**  
(hedef müşteriye bul, kaydet, satışa yönlendir, yönet)

**Ürün yönetimi ve bayi geliştirme**  
(pazarı bil, satış kanalları geliştir)

**Grafik tasarım ve video prodüksiyon**  
(etkileyici içerikler geliştir)

**Dijital pazarlama**  
(müşteriye oturduğun yerden ulaş)

**Pazarlama müdürlüğü**  
(planla, strateji geliştir, koordine et, ölç)





PAZARLAMA  
DEPARTMANI



## 2019'DA MARKAMIZA NE KATKI SAĞLADIK?



Cantek'in marka bilinirliğini satış ekibinin etki alanının çok daha ötesine taşıdık. Hedef müşterinin ayağına gitmeden onların bize gelmesi için dijital yollar inşa ettik.

Hiç bilmediğimiz, görmediğimiz, sadece hayal ettiğimiz hedef müşterilerin kapımızı çalmasını sağladık.

Yemimizi ve oltamızı doğru seçtik, onu doğru denizlere attık. Oltaya takılanlara doğru iletişim kurduk ve çoğunu Cantek'e kazandırdık.

2019'da sadece dijital aktivitelerle hedef coğrafyalardan 700'ün üstünde aday müşteri talebi aldık.



## ÖRNEK Mİ?

Filipinlerdeki balık üreticisi, Daily News okurken onun ekranına çıktık.

Geçmişinde mezbaha videosu izlemiş olan Macarlara Cantek'i duyurduk.

Gana'daki fuar standımızın 1 km çevresindekilerin telefonunda görüldük, onları standımıza çektik.

Avustralya'daki soğutma bayilerini saptadık, iletişim kurduk, bizi aramalarını sağladık.

Fildişi fuarında verdiğimiz seminerle işler yakaladık.



Youtube reklam videomuz için  
TIKLAYIN



## HEDEF MÜŞTERİLERE ULAŞIM

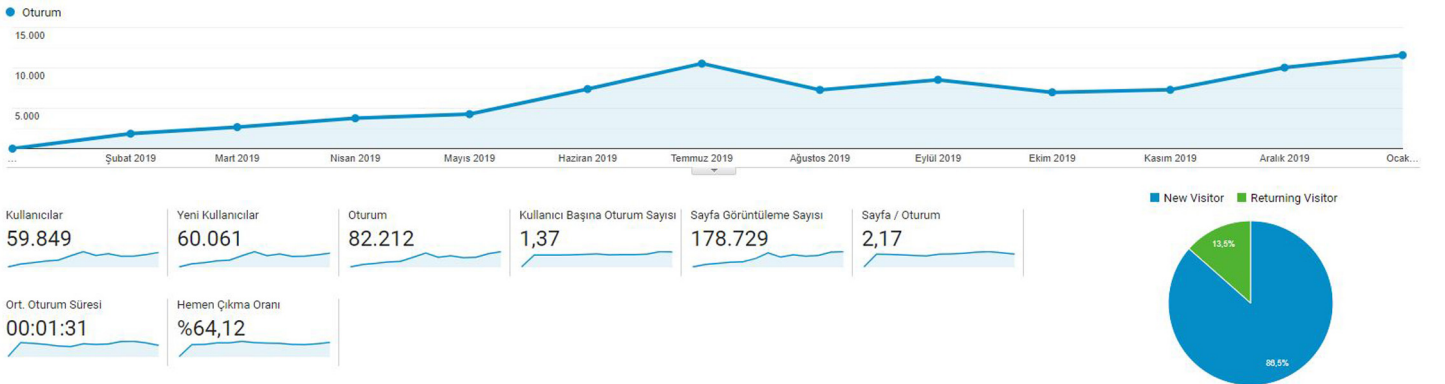
Ticari organizasyonlar, iş geliştirme platformları, rakip referansları gibi tüm faydalı veri kaynaklarını stratejik ve etkili kullandık. BİLGİYE, BİG DATA'ya ulaştık.

Geliştirdiğimiz hedef müşterilerle özenli iletişim kurduk, birçoğunu satış görüşmesi kıvamına getirdik.

Dijital'in gücünü hiç tanımadığımız hedef müşteriler ayağımıza gelsin diye kullandık.

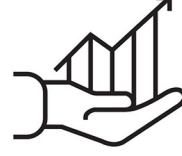
Whatsapp'ı LinkedIn'i, Facebook'u, Instagram'ı, Google'ı, etkili kullanarak Cantek'in iletişim gücünü genişlettik.

158 ülkede ziyaret edildik. Aylık 10.000 web ziyaretçi sayısına ulaştık.





PAZARLAMA  
DEPARTMANI



## ETKİNLİKLERİ STRATEJİK PAZARLAMA VİZYONUyla YÖNETTİK

Hedef müşterilerin ayağına gittiğimiz de oldu.

35 farklı etkinlik, fuar, ikili görüşme yaptık.

Hepsini çok yönlü pazarlama stratejileriyle yönettik.

Etkinliklerde hedef müşterileri veri analizleriyle belirledik. IFS'i satış geliştirme amacıyla ince ince kullandık.

Her aday müşteriye sistematik olarak kurumsal hafızaya kaydettik.

**Etkinlik Örneği Videosu**



## SATIŞA ASİST YAPTIK

Dokunduğumuz tüm aday müşterilerle iletişim sağladık. Yaratıcı içerikler ve teknikler kullandık.

Hepsiyle ayrı ayrı sistematik olarak ilgilendik. Uzun süreler boyunca flört ettik.

Talepleri kalite süzgecinden geçirip yarı mamül olarak satışa sunduk. Sonuçları takip ettik





PAZARLAMA  
DEPARTMANI



## DÜNYAYI TAKİP ETTİK ve AKSİYON ALDIK

Birçok uluslararası iş geliştirme platformu kullandık,  
düzenli takiple doğru taleplere ulaştık.

Sanal mağazalar açtık, sanal fuarlara katıldık.  
Medya takibi yaptık, bizi ilgilendiren projeleri yakaladık.

Global ihaleleri takip ettik.

Bıkıp usanmak bilmeden hedef pazar ve müşteri  
araştırmaları yaptık.

Hayalimizdeki müşterilerle tek tek ve toplu halde iletişim  
kurduk.

MAĞAZAMIZA  
GİDİN



## DÜNYAYI ANALİZ ETTİK ve AKSİYON ALDIK

Rakipleri inceledik, türlü oyunluklar yaparak rakip fiyatları topladık, analizler yaptık.  
Kendimizle ilgili aksiyonlar aldık.

Pazarları inceledik. Hedef pazarları ve stratejileri çalışarak belirledik.

Müşterileri inceledik.

Onları kategorilendirdik, bölerek ayrı ayrı yönettik. Aktif, pasif, uyuyan, sıcak,  
soğuk müşterilerimiz oldu.

Yüzlerce coğrafya/sektör/ürün kombinasyonu yaptık  
ve iletişim çalışması gerçekleştirdik.

Her birinde ayrı içerik, ayrı metin, ayrı taktik uyguladık.



PAZARLAMA  
DEPARTMANI



## YARATICI İÇERİKLERLE HEDEF MÜŞTERİLERE ULAŞTIK

İçerikler geliştirdik, her hedef müşteri grubu için özel görseller, videolar, mesajlar oluşturduk ve ilettik. Örnekler aşağıda...

GÖRSEL REKLAM  
MUTFAK ve SOĞUTMACILAR  
TÜRKİYE



VIDEO REKLAM  
PATATES  
TÜRKİYE - BANGLADEŞ



BİLGİ İLETİŞİM  
E-BÜLTEN



ANİMASYON REKLAM  
KONTEYNİR MEZBAHA  
FAS - CEZAYİR



KURUMSAL İLETİŞİM  
GLOBAL BAYRAM TEBRİĞİ



## YARATICI ALGORİTMALARLA HEDEF MÜŞTERİLERE ULAŞTIK

Hedef müşterilere ulaşmak için birçok yaratıcı iletişim çalışması gerçekleştirdik. Arama motorlarından bize kolay ulaşılması için onlarca tuzak kurduk.

Web sayfamızı sıfırdan yaptık.  
İçeriklerdeki her kelimeyi 10 defa araştırdık ve yazdık.

**Web ziyaretçi sayımızı aylık 300'den aylık 10.000'e çıkardık.**

Cantek'in marka bilinirliğini tüm dünyada geliştirdik. Müşterileri satışa yakınlaştırdık.



PAZARLAMA  
DEPARTMANI



## KURUMSAL HAFIZA

bir şirketin en büyük değeri



CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) modülünü kurduk, dokunduğumuz tüm müşterileri CRM'e kaydettik.

En büyük hazinemiz olan aday müşteri bilgilerini gömlek ceplerimize değil, inci gibi işleyip şirket hafızasına kazandırdık.

Sürdürülebilir müşteri adına bu hazineyi yönetmeye ve iletişim amaçlı kullanmaya başladık.

Rakam 0'ken, 15 ayda kurumsal hafızaya 3000'den fazla düzenli aday müşteri soktuk.

Yarın hiçbirimiz burada olmasak bile tıklar tıklar işleyecek bir sistem geliştirdik.

## PAZARLAMA HEYECANI

Her yeni güne, yeni heyecanla, yeni talepler alma umutlarıyla uyandık.

Her merhaba diyen aday müşteri ile tek tek ilgilendik.

Yoğurduk, kıvama getirdik ve satış ekiplerine sunduk.

**Sadece Aralık 2019'da oturduğumuz yerden 85 adet satış talebi aldık.**

**2019 SATIŞIMIZ %35 GELİŞTİ.**

Gelişen iletişim gücümüz sayesinde (ciro ve özkaynaktan bağımsız olarak) Cantek'in marka değerini %20 arttırdığımızı inanıyoruz.





## RAKAMLAR KONUŞSUN

PAZARLAMA DEĞERLERİ	2018	2019
<b>yaklaşım</b>	satış yeteneği kişisel çabalarla sınırlı	satış yeteneğini kurumsal birliktelik ve sinerjiyle oluşturan
dijitalden gelen nitelikli müşteri talep sayısı (aylık)	5	85
toplam kayıtlı nitelikli aday müşteri (yıllık)	0	2.745
pazarlamadan gelen kayıtlı nitelikli aday müşteri (yıllık)	0	1.787
web ziyaretçi sayısı (aylık)	300	10.065
<b>yaklaşım</b>	sadece dokunabildiği müşteriye ulaşan	hiç tanımadığı müşterinin markaya gelmesini sağlayan
satış (yıllık)	100 birim	135 brim
satıştaki yurtdışı oran (yıllık)	60%	70%

**2019 altyapı yılıydı. Geleceğe yatırım yaptık.**



## 2020'DE YENİ HAYALLER KURACAĞIZ.

Hedef müşterileri aday müşteri, adayları gerçek müşteri, gerçek müşterileri ise sadık müşteri yapmak için çalışacağız.

Daha farklı, daha etkili, daha yaratıcı yollar deneyeceğiz. Müşterilerin bize ulaşacağı yolları genişleteceğiz, kaymak gibi yapacağız, çiçeklerle donatacağız.

Binlerce yeni kişiye Cantek ismini ezberleteceğiz, "vay be!" dedirteceğiz. Üretime "yeter artık" dedirteceğiz, satışa "buna teklif vermeye zamanım yok arkadaşı" lüksünü yaşatacağız.

Her 2 fabrikayı da müze gibi ziyaretçiyle dolduracağız.

**Web sitemizi ayda 50 farklı ülkeden 20.000 ziyaretçi sayısına ulaştıracağız.**

**Dijital bazlı aylık 100, konvansiyonel ve etkinlik bazlı ise aylık 75 yeni nitelikli teklif talebi alacağız.**

**Satışımızı en az %50 arttıracacağız.**

**1 adet gıda merkezi, 1 adet Kar Dünyası satışı gerçekleştireceğiz.**

E-ihracat ile yeni pazar ve müşterilere ulaşacağız. Endüstriyel ürün e-ihracat yapan ilk Türk firmalardan biri olacağız.

Büyük kuruluşlarla, ülkelerle, Birleşmiş Milletlerle birlikte projeler gerçekleştireceğiz.

Cantek'e daha fazla pazarlama vizyonu katacağız ve markamızın değerini olabilecek en yukarı seviyeye getireceğiz.



## SON SÖZ

Sizlere pazarlamayı göstermek için nasıl çalıştıysak, her hedef müşteriye de Cantek'i göstermek için de onlarca farklı kanaldan, çok büyük özenle; strateji ve yaratıcılıkla çalışıyoruz.

En büyük hazinemiz, vizyonumuz, entelektüel donanımımız ve 2019'daki eksikliklerimizi bilmemiz olacak.

Daha iyi bir gelecek ve daha değerli bir Cantek için...

Corporate ID

