

Sibel Ergeç

Brand Healer | Strategic Copywriter | Creative Adviser

☎ 0532 608 11 03

✉ sibel.ergec@gmail.com

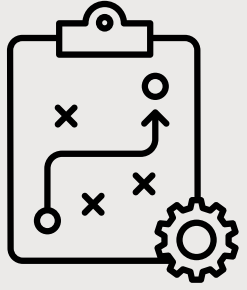


Merhaba, Ben Sibel

Çocukluğumdan beri yaratıcı ve sıradışı fikirlerin peşinden koşan biri olarak reklamcılık kariyerinden başka bir yol düşünemezdim. Üniversite yıllarımda aldığım reklam ödülleri, reklamcılık tutkumun ilk izdüşümü oldu. Kariyer yolculuğumda sektörün güçlü reklam ajanslarıyla çalışmanın, yerel ve uluslararası birçok markaya etkili işler üretmenin mutluluğunu yaşadım. Yol arkadaşı olduğumuz markalara değer katmak, başarı hikayeleri yazıyor olmak; markaların ruhlarıyla hayatlara dokunabilmek, fark yaratabilmek... İşte bu benim tutkum.

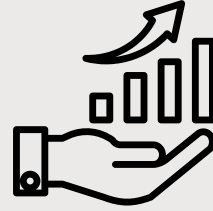


Yetkinliklerim



Strateji

Marka konumlandırma ve inşaaası, dijital/ pazarlama stratejileri, kampanya stratejileri



Danışmanlık

Kreatif direktörlük, marka stratejileri, proje yöneticiliği ve kurumsal gelişim danışmanlığı



Yazarlık

ATL, BTL ve dijital reklam yazarlığı



Sosyal Medya

Sosyal medya içerik, yaratıcı fikir, içerik fikirleri ve kreatif sürecin yönlendirilmesi

İş Deneyimlerim

2020 - 2025

Lemonade Refresh Ideas

Kreatif Reklam Yazarı

Petrol Ofisi, Texaco, Exotic, Herby, Havelsan, Happy Moon's, Little Buddha, Fibril, Kisbu Grup, Onvo, Gen İlaç, İstanbul Logistics, Havelsan, Conti, Farm Fresh, Fenne Laboratuvar, Millhans Gıda

- ATL, BTL, dijital platformlarda markaların stratejik vizyonuna katkı sağlayacak ve onları ileri taşıyacak 360 fikirler
- Marka inşaası, marka konumlandırması, iletişim ve pazarlama stratejileri, sosyal medya stratejileri
- Petrol Ofisi - “Selim Yuhay ile Yollardaki 2. Evim” Projesi ile; Curios Felis, Felis, Kristal Elma, Hammers, Brandverse, Muse Awards, Best of Sales Awards, Social Media Awards, İstanbul Marketing Awards olmak üzere toplam 14 reklam ödülü

2019

TBWA İstanbul

Freelance Kreatif Reklam Yazarı

Koton, Bingo, BMW, TEMSA

- Televizyon, basın ve dijital mecraları kapsayan yaratıcı kampanyalar
- Sahada tüketiciyle buluşan etkili BTL projeleri

2018

RKLM

Freelance Reklam Yazarı

Alshaya, NG CODE, Istanbul Chocolate, Kernel&Roast, Towercraft

- Yeni doğan markaların stratejik iletişimi, güçlü branding adımları
- Lansman kampanyaları, kurum içi iletişimde kalıcı etkiler

2016-2017

HOME AJANS

Kurucu Ortak & Kreatif Direktör

Mandıracı Amca, Buğday Ana, Cinemaximum, MacFit

- Kurduğum Home Ajans'ta marka kimliği ve yaratıcı vizyon
- İş geliştirme
- Ekip yapılanması ve liderliği
- Müşteri ilişkileri
- Tüm süreçlerin yönetimi

2016

BUF

Kreatif Direktör

Çetinkaya, Mresco, Hacer Town, Beyaz Kağıt, DOA, Queenida, Azerçay, Flora, Today Gofret, Pirge bıçakları, Şırlan Su, Karaca

- Marka stratejileri
- Final sunumuna uzanan kreatif sürecin yönetimi
- Ekip liderliği

2013-2015

HAPPY PEOPLE PROJECT

Kreatif Reklam Yazarı

Sütaş, Turkish Cargo, TAV, Koroplast, Tchibo, Bonubon, Lassa, Otokar

- 360 derece reklam kampanyaları
- Sütaş Labne ve Büyümix'in pazar liderliğini yeniden şekillendiren kampanyalar
- Satış rekorları kıran işler ile Effie ve Kristal Elma ödülleri

2012-2013

RAFİNERİ

Kreatif Reklam Yazarı

SEAT, Boyner, Altınbaş Rakı, Binboa Votka, Fish, Sony Xperia, Coca Cola Zero, Morhipo, Profilo, Rareblossom, Studio Nommo, Buğday Derneği

- Dijital, ATL ve BTL kampanyaları
- Yaratıcılığıyla öne çıkan projeler ve ödüllerle taçlanan başarılar

2010-2012

LEO BURNETT ISTANBUL

Jr. Reklam Yazarı

Fiat, Kitchinette, Varyap, Sanofi Aventis, Turkcell, GNCTRKCLL, Philips Morris, Kelloggs, Coco Pops, DiaSA, Orkid, Ülker Hero Baby, P&G, Fairy, Nutymax, Migros, Tema, Max Factor, Kipa

- Azim, tutku, disiplin; stajyerlikten jr. reklam yazarlığına uzanan yolculuk
- Young Lions Türkiye Birinciliği ve ulusal düzeyde güçlü ivme
- ATL, BTL kampanyalarda başarılarla imza

2009

LOWE

Reklam Yazarı Stajyeri

Crunch, Sana, Efes Pilsen

- Çeşitli projelerde sorumluluk üstlenme ve katkıda bulunma

2008

DDB&Co

Reklam Yazarı Stajyeri

Finansbank, Forum Ankara, Lemon Beach, Tansaş, Kariyer.net, Forum Aydın

- Karpat Polat ile birebir çalışma fırsatı
- Reklamcılık alanında değerli eğitim ve deneyim

2007

Fikir Merkezi

Reklam Yazarı Stajyeri

Lily Tuvalet Kağıdı

- Staj süresince yaratıcılık ve fikir geliştirme alanında güçlü bir başlangıç

2006

VERİTAS Media

Stajyer

- Reklamcılığın planlama ve satın alma süreçlerinde deneyim



Çalıştığım Markalar





Felis

2022
Curious Felis Ödülü



Felis

2021
Medya Başarı Ödülü



Felis

2020
Marka Deneyimi ve
Aktivasyon Ödülü



Felis

2020
Dönüştüren
Pazarlama Etkisi Ödülü



Kristal Elma

2021
Otomotiv kategorisi
Gümüş Elma



Kristal Elma

2014
Otomotiv Basın Kategorisi
Bronz Elma



Kristal Elma

2014
Gıda Film Kategorisi
Bronz Elma



Kristal Elma

2014
Gıda Film Kategorisi
Günüş Elma



Kristal Elma

2013
Dekoraasyon Kategorisi
Günüş Elma



Kristal Elma

2013
Toplumsal Sorumluluk Kategorisi
Günüş Elma



Kristal Elma

2014
Dekorasyon Basın Kategorisi
Bronz Elma



Kristal Elma

2014
Otomotiv Basın Kategorisi
Gümüş Elma



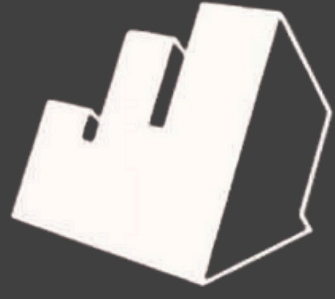
Kristal Elma

2014
Otomotiv Basın Kategorisi
Günüş Elma



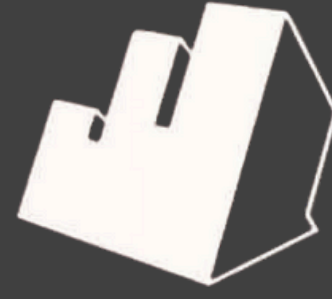
Kristal Elma

2012
Otomotiv Basın Kategorisi
Günüş Elma



Effie Awards

2015
Bronz Effie



Effie Awards

2015
Gümüş Effie



Istanbul Marketing Awards

2021
Altın Ödül



Istanbul Marketing Awards

2020
Altın Ödül



Muse Creative Awards

2021
Altın Ödül



Social Media Awards

2021
Altın Ödül



Brandverse Awards

2021
Gümüş Ödül



Brandverse Awards

2021
Bronz Ödül



The Hammers Awards

2021
Gümüş Ödülü



Best of Sales Awards

2021
Gümüş Ödülü



Kırmızı Ödülleri

2016
Altın Ödül



Kırmızı Ödülleri

2013
Altın Ödül



Kırmızı Ödülleri

2013
Altın Ödül



Cannes Young Lions

2010
Basın Kategorisinde Türkiye Birincisi



Best of Sales Awards

2020
Altın Ödül



RYD Ödülleri

2009

Üniversitelerarası
Reklam Yarışması
Birincilik Ödülü



RYD Ödülleri

2008

Üniversitelerarası
Reklam Yarışması
İkincilik Ödülü



RYD Ödülleri

2007

Üniversitelerarası
Reklam Yarışması
İkincilik Ödülü



RYD Ödülleri

2006

Üniversitelerarası
Reklam Yarışması
Başarı Ödülü



RYD Ödülleri

2005

Üniversitelerarası
Reklam Yarışması
Üçüncülük Ödülü



IAA Ödülleri

2007

Uluslararası Reklamcılar Derneği'nin
Üniversitelerarası Reklam Yarışması
Türkiye Birinciliği



Ratem Ödülleri

2007

Aklıma Bir Fikir Geldi Yarışması
Türkiye Üçüncüsü



Young Guns

2010

Project House'un Düzenlediği
Reklam Yarışması'nda başarı

III. Rekatlon

2007

Üniversitelerarası Reklam Yarışması
Mansiyon Ödülü

Eğitimler ve Sertifikalar

Üniversite Eğitimi

İstanbul Kültür Üniversitesi
%100 Burslu
Sanat ve Tasarım Fakültesi
İletişim Sanatları

İAÜ Reklam Atölyesi Dijital Etkinliği

Hazırladığım “Reklamcılık Dünyayı
Değiştirebilir mi?” başlıklı konu üzerine
çevrim içi bir konuşma gerçekleştirdim.

Satışta Ustalık Sırları

Ziya Şakir Yılmaz, Mert Aydıner ve
Ümit Ünker’in satış ve pazarlama
üzerine kapsamlı eğitimi

Etkili Sunum Teknikleri

Seylan NLP - Pırıl Sönmez

Diksiyon Eğitimi

Enstitü İstanbul İSMEK
Serifilka Programı

Neromarketing Eğitimi

Neuroreflect Nöropazarlama Ajansı’nın
sertifika programı

Satışta Mazeret Karşılama

Seylan NLP - Pırıl Sönmez

Kontrol Elimizde

İkna Teknikleri üzerine
Ekim Nazım Kaya

Dijital Pazarlama

Fatih Çoban Eğitimi

“Yaratıcı Kalıplar” Workshop

Haluk Mesci, Ersin Salman

Golden Drum Festivali

2009 Golden Drum International Festival
of Creativity

Reklam Yazarlığı Sertifika Programı

Reklam Yaratıcıları Derneği
tarafından düzenlendi.

Dijital Sunumlar ve Söyleşiler

Mobil Reklamcılık

Eğitişim Kariyer Enstitüsü

Adplanet Reklamcılık Sertifika Programı

10. Göstergebilim Semineri

Bahçeşehir Üniversitesi'nde gerçekleşen
“Reklamda Mizah” seminerinde
konuşmacı olarak yer aldım.

Copyclub

Reklam Yazarlığı Eğitimi

Deniz Mukan ile sertifika programı

Dijital Sunumlar ve Söyleşiler

Alemşah Öztürk

Cannes Lions Festivali

2010'da Young Lions Basın Kategorisinde
Türkiye 1.'si olduğumda Cannes Lions'ta
uluslararası sahada yarışma fırsatı yakaladım.

Bilimer Bilişim Akademisi Grafik Eğitimi

Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign, Acrobat 7 ve
Macromedia Freehand MX

İAÜ REKLAM ATÖLYESİ DİJİTAL ETKİNLİĞİ-4

Dünya Reklamcılığı Değiştiriyor.

Peki Reklamcılık Dünyayı Değiştirebilir mi?

Sibel ERGEÇ

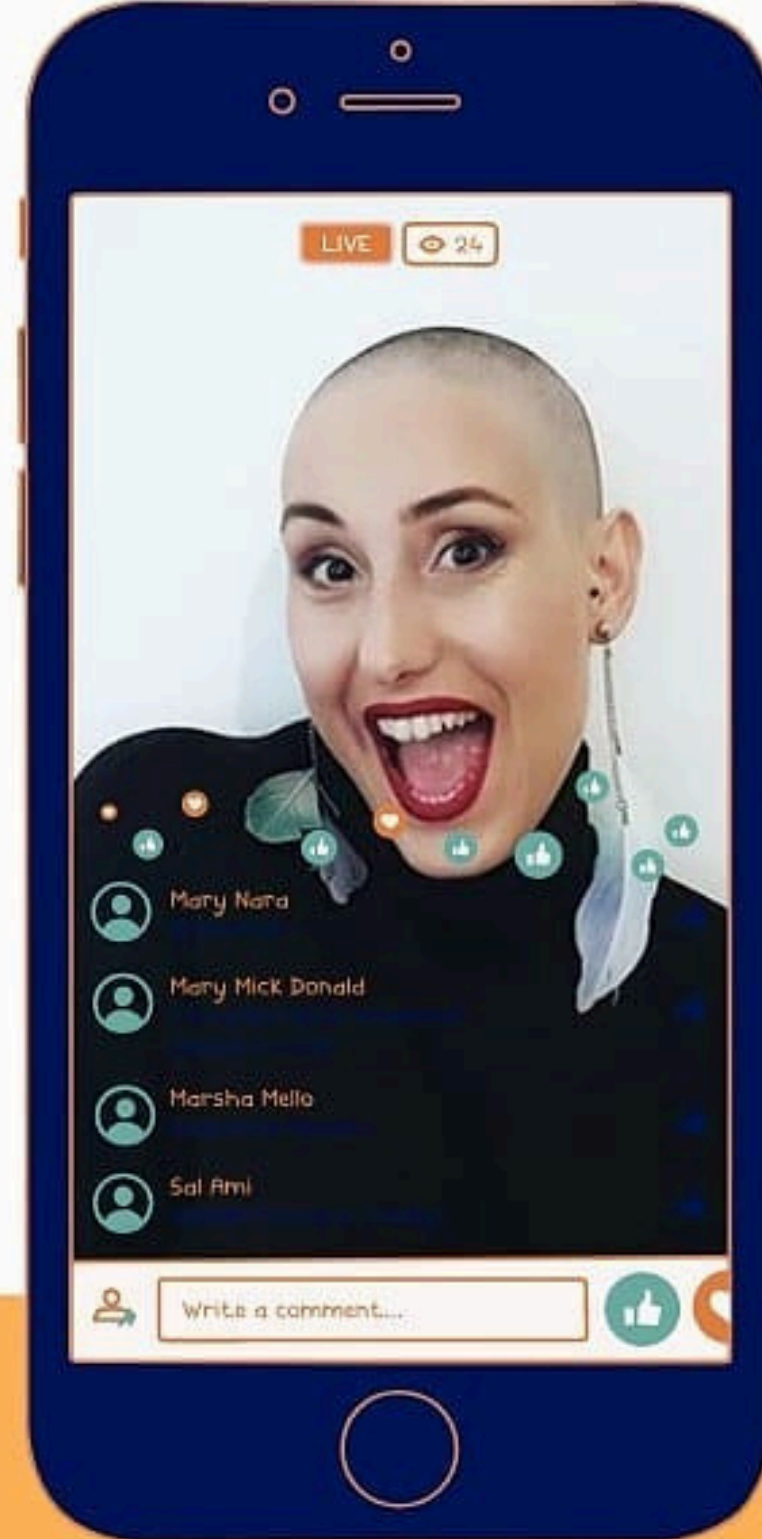
Lemonade Reklam Ajansı
Senior Reklam Yazarı

Tarih: 12 Mayıs Salı

Saat: 21:30

Yer:  LIVE

Adres: @iaureklam



İstanbul Aydın Üniversitesi'nin davetiyle,
“Reklamcılık Dünyayı Değiştirebilir mi?” başlıklı
konu üzerine çevrim içi bir konuşma yaparak
öğrencilerle deneyimlerimi ve fikirlerimi paylaştım.



MediaCat

Üniversitede kurduğum Pre Big Idea reklam grubuyla katıldığımız 12. IAA Üniversitelerarası Reklam Yarışması'nda Türkiye Birinciliğini elde ettik ve bu başarı, MediaCat dergisinde yayımlanan röportaj ve ilanımızla taçlandı.



tbwaddbcobbdogreyleoburnett... Dikkat!

Uluslararası Reklamcılık Derneği'nin (IAA) düzenlediği 12. Üniversitelerarası Reklam Yarışması'nı İstanbul Kültür Üniversitesi adına katılan Pre Big Idea isimli ajans kazandı. Erdinç Baş, Kaan Özcan, Mehmet Özkan, Sibel Ergeç ve Yiğit Can Ayvazoğlu'ndan oluşan ekip, Danışman Öğretim Görevlisi Cahit Işık'ın gözetiminde alternatif mecralara ağırlık verdikleri 'Üniversdeli' konseptli kampanyayla Golden Drum'ı Slovenya'da izleme hakkını elde ettiler.

Ajansı oluşturan ekip, yönetmen Kaan Özcan hariç İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İletişim Sanatları ve Reklamcılık Bölümü öğrencisi. Kaan ise İletişim Tasarımı okuyor. Bu ödül, hepsi 4. sınıf öğrencisi olan ve sektöre adım atmaya hazırlanan ekibin ilk ödülü değil. Daha önce RYD'den iki, Marketingist kapsamındaki 3. Rekatlon'dan bir ve RATEM'den de bir adet olmak üzere dört ödülleri daha var. Şimdiki hedefleri ise gerçek ajanslarda alacakları görevlerle profesyonel dünyadaki ödülleri toplamak.

Bu seneki brief neydi?

E.B: 200 öğrencinin 2010 Avrupa Kültür Başkenti organizasyonunda Kültür Bakanlığı bünyesinde şehrimizin tanıtımı için gönüllü olması. Biz de İstanbul'un ve ülkemizin kültürünü aktarabilecek yapıda ve donanımda bin kadar öğrencinin başvurusunu sağlamayı hedefledik.

Hangi mecralara ne yaptınız?

K.Ö: İstanbul'un güzelliğiyle ilgili

klasik görüntülerden oluşan bir film düşünmüştük. Sonra ondan vazgeçip daha sıcak renk ve tonların hakim olduğu, kendi halinde, alternatif gençliğin biraz daha hoşuna gidebilecek bir film çektik. Senaryoyu oluşturduktan sonra bir gün içinde çektik ve bir günde de kurguladık.

S.E: Bir gncrkcll kampanyası tasarladık. 200 üniversiteliyle bedava konuşma ve mesajlama üzerine... McDonald's'ta '200 Ünversdeli' diye indirimli bir menü açtık. Sonra Penguen dergisinden bir çizirle konuşup 'Üniversdeli' diye bir karakter yaratıp kampanya süresince çizsin istedik. Bir de tişörtler tasarladık.

Beyin fırtınası nasıldı?

S.E: Brief'i aldığımız zaman öncelikle 'Bu öğrenciler neden gelsin?' diye sorduk. Yanıtları sıraladık. Biraz daha irdeleyince öykünecekleri, empati kurabilecekleri bir tip yaratmalıyız diye düşündük. 'Kim gelir?' diye düşündük. Deli gelir dedik. Bedavaya çalışacak, gece gündüz çalışacak. Ve Ünversdeli çıktı. Sevimli, özgür, üniversiteli bir deli.

Hedef kitlenize nasıl ulaşacaktınız?

S.E: Anket yaptık. Bir 'focus group' oluşturduk. Üniversite çevresinden, hem bizden hem başka üniversitelerden öğrencilerle konuştuk. Birtakım sorular sorduk. Kafamızda 100 kişiyle konuşalım diye belirlemiştik ama sayıdan ziyade konuştuğumuz karakterlerin çeşitliliğine önem verdik.

Sonra nasıl ilerlediniz?

E.B: Sosyal içerikli bir ağ şeklinde bir internet sitesi tasarladık. Bu internet sitesinde başvuran insanların kayıtları birikiyor. Kayıtlardan sonra yapılan mülakatlar sonrasında seçilen 200 kişi bu site üzerinden birbirleriyle iletişime geçebiliyor. Organizasyon ya da gidişat hakkında belli bilgilendirmeler yapılabilir. Biz de reklamlarda "Üniversdeli'ysen gir bu siteye bak" diye bir çağrıda bulunduk. Bu yüzden mesajı fazla

dolandırmamaza gerek kalmadı. Çünkü her şey internet sitesinde vardı.

M.Ö: Çıkardığımız bir sürü fikir olduğu için hepsini eleye eleye en son 'Üniversdeli' fikrinde karar kıldığımız için işler tabii ki de son üç dört güne kaldı. Medya planlamasıydı, fotoğraf çekimleri, reklam filmiydi derken son dakikayı bulduk ve şans eseri her şey çok tıkrında ilerledi ve tüm süreçten çok keyif aldık.

Neden girdiniz bu yarışmaya?

E.B: Tecrübe için. Bir reklam ajansı mantığı çerçevesinde hepimiz tecrübe elde ettik. Ajans içi kapışmalar, kavgalar, barışmalar, bunların hepsi... Bir ajansa girdiğimizde işlerin nasıl döndüğünü nelerle karşılaşabileceğimizi ucundan kıyısından görmüş olduk.

Bundan sonra nasıl çizeceksiniz yolunuzu?

E.B: Açık hava mecrasına daha çok ilgiliyim. Yeni mecralar bulmak ve bunları uygulamak çok zevkli. Sanırım bu yolda gideceğim. Art direktörlük ve tasarım arasında bir şeyler yapmak istiyorum.

Y.C: Benim amacım uluslararası bir network'te reklam yazarı olarak çalışmak. Bana heyecanımı kaybettirmeyecek bir ortamda iyi bir kariyer yapmak istiyorum. K.Ö: Ben sinema yapmak istiyorum ama reklam filmi fikrine de ısınmaya başladım. S.E: Uluslararası bir ajansta metin yazarlığı yapmak istiyorum ama bir beş yıl sonra da kreatif direktör olmak istiyorum. M.Ö: Umarım hayatın ilerleyen döneminde de beraber bir şey yaparız diye düşünüyorum.

Hocam sizin rolünüz neydi bu projede?

C.I: Benim bu yarışmada söylemeye çalıştığım tek şey vardı: Brief'i iyi okuyun, ne istiyorlarsa net cevap verin. İyi okumuşlar, iyi de cevap verdiler. Muhtemelen jüriyi etkileyen tarafı da bu oldu.

Geleceğin reklamcılarına
teşekkür eder ve sektörde başarılar dileriz



SOLDAN SAĞA: Erdinç Baş (Art Direktör), Yiğit Can Ayvazoğlu (Ajans Başkanı ve Reklam Yazarı), Sibel Ergeç (Kreatif Direktör), Cahit Işık (Öğretim Görevlisi), Mehmet Özkan (Stratejik Planlama), Kaan Özcan (Yönetmen)

Marketing Türkiye®

Young Lions yarışmasında ekip arkadaşım ile Türkiye birinciliğini kazandık; başarımız Marketing Türkiye dergisinde yayımlanan bir röportajla taçlandırıldı.

GÜNCEL

Duyduk duymadık demeyin!

Cannes'da reklamcılara dişli bir rakip geldi

Geçtiğimiz günlerde Cannes Uluslararası Reklam Festivali - Genç Aslanlar Yarışması'nda Türkiye'yi temsil edecek olan Genç Aslanlar belirlendi. Bu yılki yarışmayı farklı kılan ise basın, internet ve film dallarının yanı sıra ilk defa genç profesyonellerin de "Genç Pazarlamacılar" kategorisinde yarışması oldu. Anlaşılan her geçen gün reklamverenlerin ilgisini daha çok çeken festival, bu açılımıyla adeta bir kimlik değişimi yaşıyor.

Haber: Pinar Akbiyik Yıldız pinarakbiyik@marketingturkiye.com

Cannes Uluslararası Reklam Festivali - Genç Aslanlar Yarışması Türkiye Elemeleri, Cannes Lions'un Türkiye temsilcisi Milliyet gazetesi, Reklamcılık Vakfı ve Marketing Türkiye'nin organizasyonunda gerçekleşti. 15-18 Nisan tarihleri arasında, basın kategorisinde 45, filmde 12, siberde 8 ve genç pazarlamacılar kategorisinde 14 ekip, toplam 158 genç profesyonel, Cannes'da Türkiye'yi temsil etmek için yarıştı. Bahçeşehir Üniversitesi'nde gerçekleşen elemelerde, Nokia ve Getty Images sürece destek verdi. Genç Aslanlar Yarışması'nın Cannes Lions Uluslararası Reklam Festivali'nde ilk kez 1995 yılında düzenlendiğini söyleyen Milliyet gazetesi Reklam Grup Başkanı Viki Habif, yarışmanın ayrıntılarına ilişkin şunları söylüyor: "Yarışmada bir metin yazarı ve bir sanat yönetmeninden oluşan ikişer kişilik ekiplerden 24 saat içerisinde bir reklam oluşturmaları isteniyor. Bu yarışmada reklamveren, sivil toplum kuruluşları arasından seçiliyor ve işler yarışma bitiminden sonra yaratıcı yönetmenlerden oluşan bir jüri tarafından değerlendiriliyor."

Yeni kategoriler eklendi

Cannes'da ilk olarak basın dalında düzenlenen yarışmaya daha sonra sırasıyla internet, film ve medya dalları eklenmiş. Bu yıl 57'ncisi düzenlenecek festivalde ise Cannes Lions "genç pazarlamacılar" kategorisi ile 30 yaş altı reklamverenleri kucaklayacak. Cannes'daki Genç Aslanlar Yarışması'na festivalin dünya çapındaki ülke temsilcilerinin elemeler düzenleyerek ekipler gönderdiğini söyleyen Habif, Türkiye'de de bu yarışmanın 2002 yılından beri Cannes Lions'un Türkiye temsilcisi Milliyet Gazetesi, Reklamcılık Vakfı ve Marketing Türkiye'nin organizasyo-

nunda düzenlendiğini belirtiyor.

Reklamveren de ilgi göstermeye başladı

Bu yıl Cannes Genç Aslanlar Yarışması'ndaki en büyük yenilik kuşkusuz açılan "Genç Pazarlamacılar" kategorisi... Jüride sektörün önemli yaratıcı yönetmen-

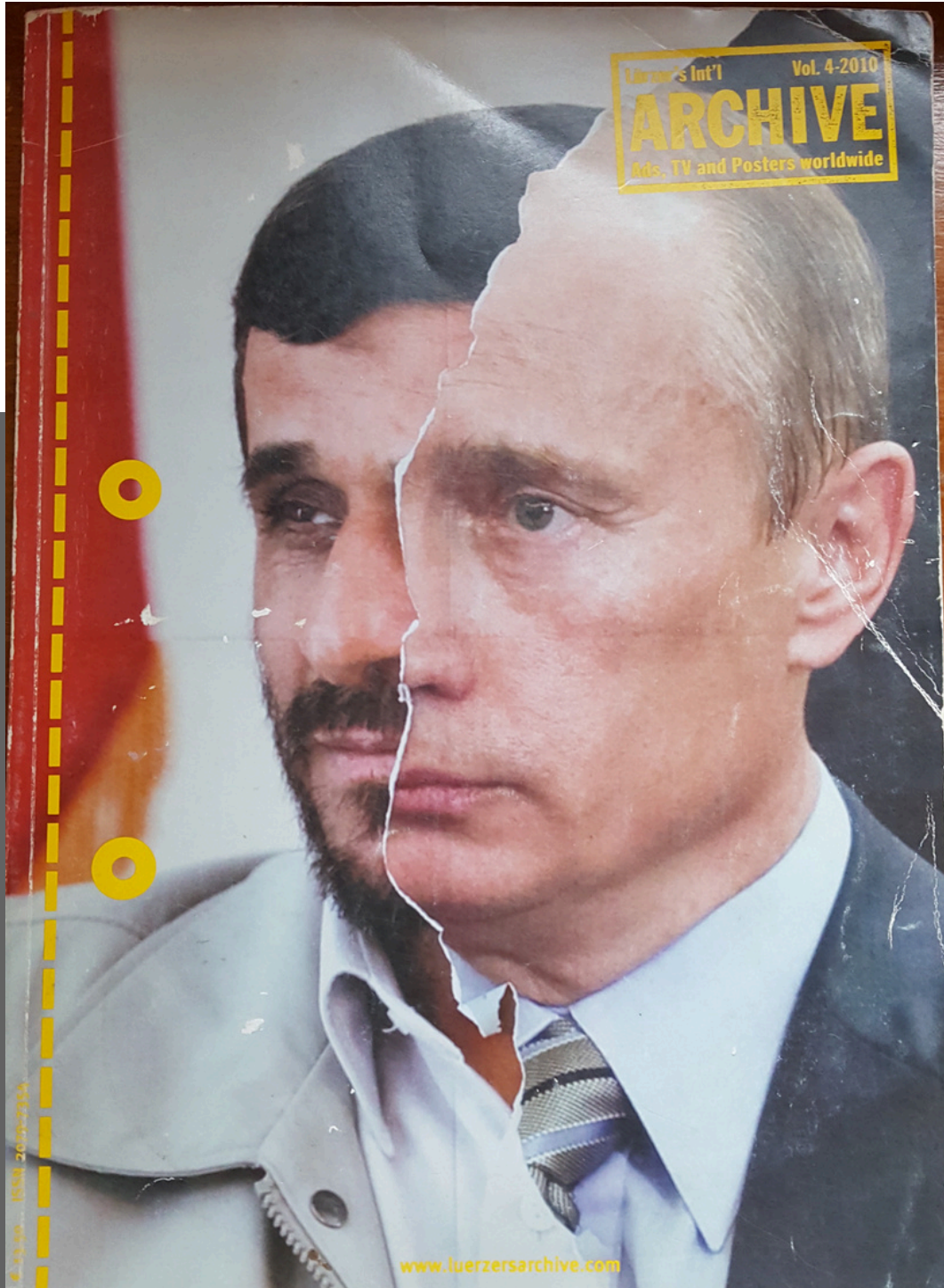
lerinin ve stratejistlerin yer aldığı bu yarışma kategorisinde 30 yaşını aşmamış, İngilizce bilen genç reklamverenler yarıştılar. Genç pazarlamacılar yarışmasına katılan ekiplerden verilen bir marka için bir reklam brief'i hazırlamaları istendi. Bu brief'i hazırlamaları için 24 saatleri vardı. Brief'i



Köpekler marka değildir

Nilgün İşçi – Sibel Ergeç - Basın Kategorisi Birincileri

"Brief'te ana platform hayvan ayrımcılığı üzerineydi, fikri doğrudan bu platform üzerine kurduk. İnsanların hayvan sahiplenirken, cins köpekleri tercih etmelerini; eşya alırken yaşadıkları, marka, şekil, desen seçimleriyle ilişkilendirdik. Çalışmamızda bir canlıya eşya gibi davranılmamasını, köpeklerin marka olmadığını anlattık. Bunun büyük bir haksızlık ve ayrımcılık olduğunu vurguladık. Sonuç olarak insanlar üzerinde yaratmak istediğimiz bir davranış değişikliği vardı, o da hayvan barınaklarındaki yüzlerce sahiplenilmeyi bekleyen hayvan olduğunun göz ardı edilmemesiydi. Çıkardığımız işten oldukça memnunuz, dileriz devamı Cannes'da da gelir."



Dünya çapında reklamcılık alanının en saygın dergilerinden Archive'da Jeep için hazırladığım yaratıcı reklam ilanım yayımlanarak sektörde uluslararası görünürlük kazandı.

İşlerden Örnekler

The background is a solid orange color. It features a collection of faint, light-orange icons scattered across the surface. These icons include a target with an arrow in the center, a pie chart, a bar chart, a magnifying glass, a gear, a percentage sign, a lightbulb, a stack of coins, a speech bubble, a line graph, and several smaller circles and squares. The icons are semi-transparent and serve as a decorative backdrop for the central text.

SELİM YUHAY İLE YOLLARDAKİ İKİNCİ EVİM

Marka: Petrol Ofisi Maximus Madeni Yağlar

Araştırmalar sonucu edindiğimiz veriye göre;uzun yol şoförleri kendilerini dışlanmış hissetmektedir, ayrıca tır kabinleri adeta ikinci evleri olmuştur. Bu verilere dayanarak kabinlerini yenilemek üzere ünlü mimar Selim Yuhay ile bir kampanya hazırladık. Youtube’da başlayan kampanya o kadar sevildi ki Kanal D’de yayınlanarak proje daha geniş bir kitleye ulaşma şansı yakaladı.

<https://www.kanald.com.tr/selim-yuhay-ile-yollardaki-ikinci-evim>

Aldığı Ödüller:



Selim Yuhay ile Yollardaki İkinci Evim

Sürücülerinin yollardaki evi olan tırlara dokunup yepyeni bir görünüm sağlayacak olan Selim Yuhay ile Yollardaki İkinci Evim Kanal D'de!

PETROL OFİSİ MAXİMA SİFTAH KAMPANYASI

Petrol Ofisi'nin ödüllü motor yağı Maxima CX 5W-30 için pandemi sonrası "Siftah" temalı bir kampanya hayata geçirdik. Araştırmalarda ürünün yüksek müşteri sadakati öne çıkarken, servis noktalarının kapanmasıyla ustaların yeniden işbaşı yapacağı döneme odaklandık. Kültürümüzde değer ve bereketi simgeleyen "siftah" kavramından yola çıkarak, ustalara özel etiketli Maxima ürünleri ve kişisel mektuplar gönderdik. Kampanyayı BTL çalışmalarla, sosyal medya iletişimi ve fabrika çalışanlarının hazırladığı videolarla destekledik.

- Kampanyamızın total etkileşimi **4.439 / erişimi 653.523** oldu.
- Sosyal medya hesapları **2.292 takipçi** kazanırken sosyal medya hesapları ziyaretçi sayısı **% 7.500 arttı**.
- Maximus markasının satışları, geçen yıla göre **%8, pazar payı ise %2 arttı**.

Case Video:

<https://ksa.plus/g2Nbuc>

Aldığı Ödüller:



Siftah Yılın Ürünü'nden Hatırası da Liderden

Normalleşme yolunda attığınız her adımda Petrol Ofisi Maxima yanınızda. Tamirhanelerin tekrar açıldığı bu dönemde siftahınız bizden olsun istiyoruz, yılın ürünü Maxima CX 5W-30'u hediye ediyoruz. İşin ustalarına bu günün, birlik ve beraberliğimizin hatırası olarak da çerçeveletilmiş yılın ürünü özel etiketimizi sunuyoruz.



STOLK KADINLAR GÜNÜ

Youtube’da zamanında oldukça sevilen ve adından sıkça söz ettiren youtube kanalı “Stolk” için kadınlar gününe özel metin yazdım. Hala kadınlar gününde paylaşılmaktadır.

Görüntüleme Sayısı:

1,6 Mn

Videoyu İzlemek İsterseniz:

<https://tls.tc/04FDB>



SÜTAŞ LABNE KAMPANYASI

Sütaş Labne için hazırladığımız reklam kampanyasında “labne keyfinin hayatın içindeki zevklere benzediği” içgörüsünden yola çıktık ve 4 film den oluşan, posterleri, BTL ve indoor çalışmaları da dahil olmak üzere 360 derece bir kampanya hazırladık. Kazandığı başarılar ve satışa olumlu etkileri ile birçok ödüle layık görüldü.

Reklam Filmlerini İzlemek İsterseniz:

Para Filmi: <https://ksa.plus/gdU2l5>

Anne Filmi: <https://ksa.plus/gGgNqw>

Piyes Filmi: <https://ksa.plus/g1Qa4n>

Kar Tatili: <https://ksa.plus/goLo5S>

Aldığı Ödüller:



Kristal Elma
Bronz



Kristal Elma
Gümüş



Effie Awards
Bronz



SÜTAŞ BÜYÜMİX KAMPANYASI

Sütaş Büyümix için annelerin empati kurabilecekleri bir kampanya hazırladık. Araştırma esnasında gösterilen film, anneler tarafından duygusal coşkuyla karşılandı. Danino'yu 10 yıllık liderlikten sonra tahtından indiren kampanya ile satışlar **%68 arttı**. IPSOS 2014 verilerine göre markanın 2014 yılı büyümesi **%57** olarak gerçekleşti.

Reklam Filmlerini İzlemek İsterseniz:

Para Filmi: <https://ksa.plus/gdU2l5>

Anne Filmi: <https://ksa.plus/gGgNqW>

Piyes Filmi: <https://ksa.plus/g1Qa4n>

Kar Tatili: <https://ksa.plus/goLo5S>

Aldığı Ödüller:



Effie Awards
Bronz



Kristal Elma
Bronz



Kristal Elma
Gümüş



FIAT PUNTO EVO KAMPANYASI

“Fiat Punto Evo ile Hayatın Hızını Yakala” söylemiyle ve “Alors on Danse” şarkısı eşliğinde hazırladığımız reklam kampanyası büyük ilgi gördü ve büyük başarı yakaladı. Filmde, kız arkadaşını bekleyen gencin hayatının durmasına izin vermeyişi ve diğer tüm programlarını Fiat Punto Evo sayesinde gerçekleştirdiğini, bu sayede hayatın hızını yakaladığı vurguladık.

Reklam Filmini izlemek isterseniz:

<https://tls.tc/1OK8G>

Aldığı Ödül:



Kristal Elma
Bronz



İlan Çalışmalarından Örnekler



www.yasasintohumlar.org

NESİLLERİ TÜKENEN SADECE HAYVANLAR DEĞİL!

Birçok sebze ve meyve çeşidinin nesilleri, tıpkı hayvan nesilleri gibi tükenmek üzere.
Tohumları koruyalım, nesilleri yaşatalım.





Dogs don't have brands. Don't discriminate, treat equal.

bgd
Barınak
Gözetimleri ve
Hayvanlara
Yapılan Haksız
Sorumlu





Üstü soğutur, altı dondurur.
Kombi buzdolabı

PROFİLO
dayanıklı ev aletleri

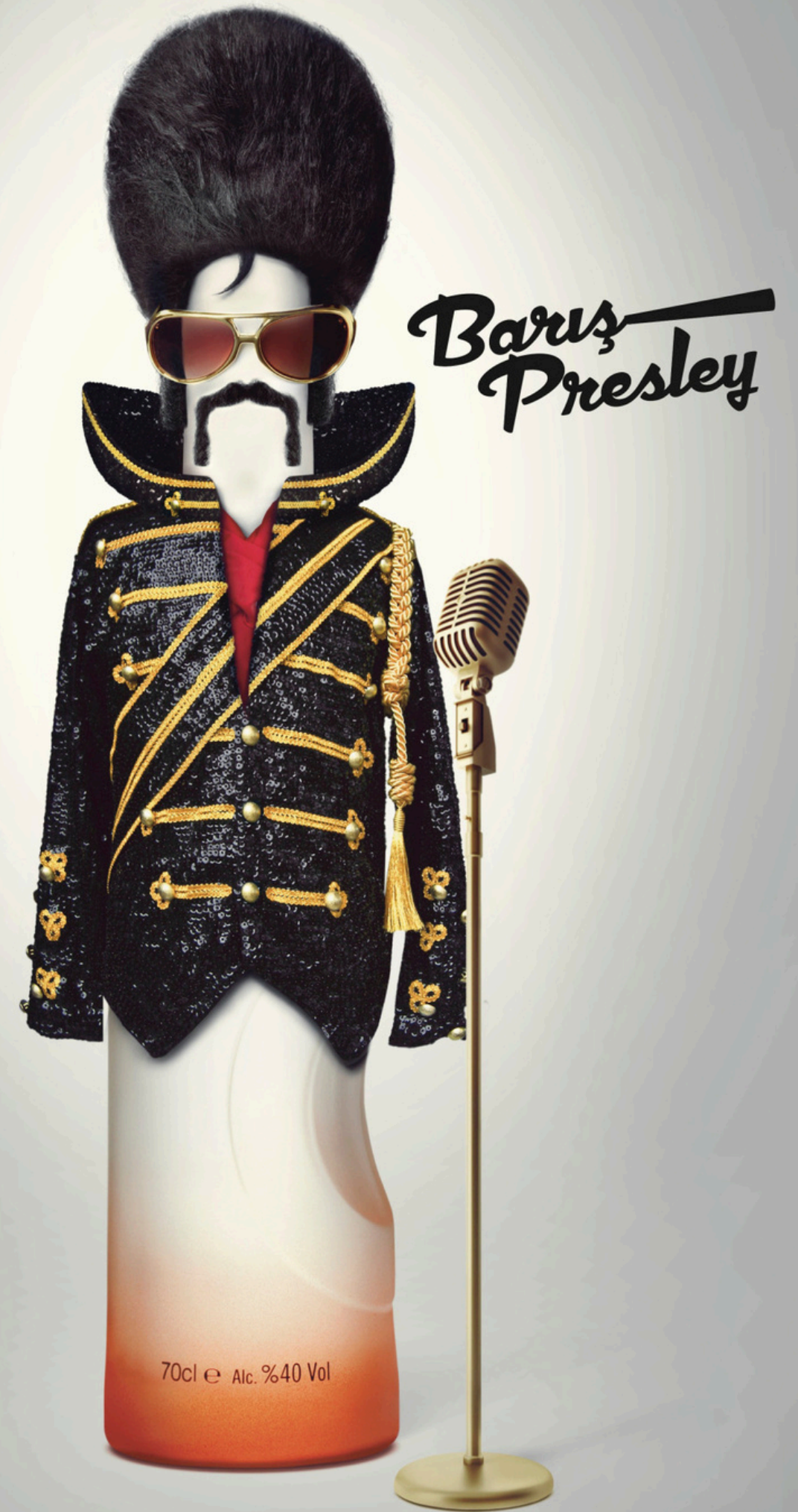
NE KADAR UZAĞA GİDEBİLİRSİN?

Jeep®

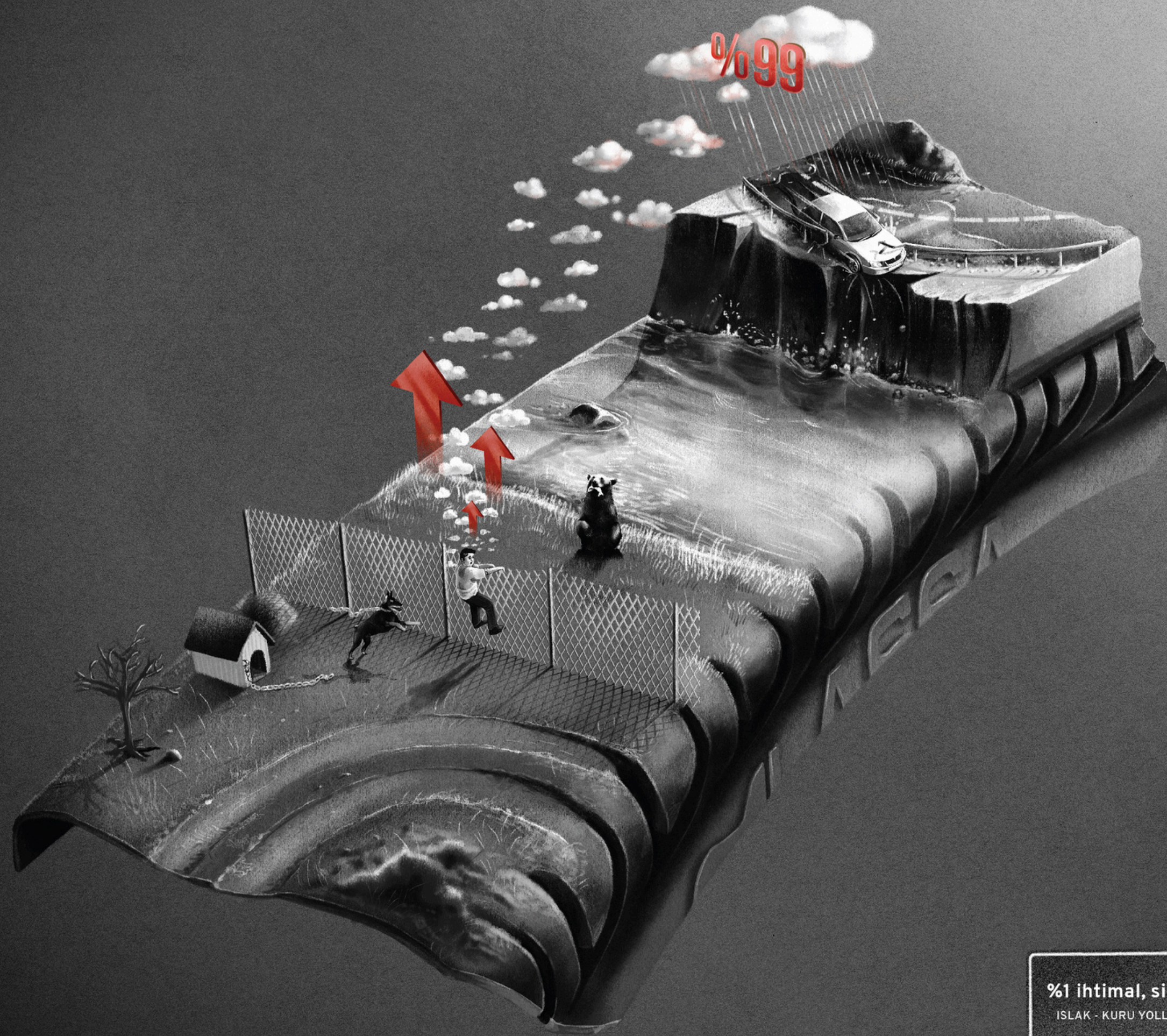




BENZERSİZ BİR PARTİYE HAZIR OLUN! NOSTALJİK TÜRKÇE ŞARKILAR, YABANCI ŞARKILARLA KARIŞIYOR; MÜZİK KEYFİ BAŞLIYOR.



BENZERSİZ BİR PARTİYE HAZIR OLUN! NOSTALJİK TÜRKÇE ŞARKILAR, YABANCI ŞARKILARLA KARIŞIYOR; MÜZİK KEYFİ BAŞLIYOR.



%1 ihtimal, sizi %100 etkiler.

ISLAK - KURU YOLLARIN LASTİĞİ MİRATTA

LASSA
TYRES





Art of Tav

Uzmanlıkla uyumun hassasiyetiyle
harmanlandığı bu eser, bagaj hizmetinin
önemini vurguluyor. Yüz binlerce bagaj
çarpıcı bir bütünlük içinde temsil ediliyor.
Koruyucu ustalıklı ele alması, havacılık
sektöründe öncü olmasını sağlıyor.
Ziyaretçilerin aklına uğrayan eser,
6 ülkedeki 12 havalimanında
sergilenmeye devam ediyor.



Bu eser yaratılışta **Piet Mondrian**'ın
"Line over form" adlı eserinden eslenmiştir.



Art of Tav

13 yıl önce hayata geçirilen bu eser,
havalimanı işletmeciliğinde dünyada
model olmanın kolay olmadığına vurgu
yapıyor. Uzmanlık, detaylara verilen
önem, titizlik ve yenilikçi yaklaşım
kesinlikle TAV'a özgü.



Bu eser yaratılışta **Andy Warhol**'ın
"Marilyn" adlı eserinden eslenmiştir.



Kişiye özel duvar kağıtları

STUDIO **nemme**



Kişiye özel duvar kağıtları

STUDIO **nemme**



Kişiye özel duvar kağıtları

STUDIO **nemmo**

HAYATIN USTALARI BİLİR...

BİLGİYLE/TECRÜBE
ARASINDA
İNCE BİR ÇİZGİ VARDIR.



BUNU HAYATIN USTALARI İYİ BİLİR. RAKININ EN İYİ YERİNDEN, İMBİĞİN GÖBEĞİNDEN BÜYÜK BİR USTALIKLA HAZIRLANAN RAKININ FARKINI BİLDİKLERİ GİBİ. 1967'DEN BERİ...

[facebook/altinbasraki](https://facebook.com/altinbasraki)

ALTINBAŞ RAKI
50
50 YIL
1967-2017
444 4 639
mey



ANINDA
ISITIR



ANINDA
SOĞUTUR



Jet cooling özelliğiyle
süper hızlı ısıtan ve soğutan klima.



ANINDA
ISITIR



ANINDA
SOĞUTUR



Jet cooling özelliğiyle
süper hızlı ısıtan ve soğutan klima.



KADINLAR NE İSTER? -II

Hiç kan dökülmesin ister. Eşitlik ister. Barış ister. Düşündüğünü, korkmadan ifade edebilmek ister. Kendisiyle ilgili kararları, kendisi vermek ister. Aşık olmak ister. Sevdiğine dokunmak ister. İmza atabilmek ister. Hazır hissettiğinde, anne olmak ister. Töreye kurban gitmesin ister. Yakınlaşmak ister. Uzaklaşmak ister. Şiddet görmesin ister. Bedeni ve akli tecavüze uğramasın ister. Ruhunu da sevsin ister. İnanmak ister. İnançlarını savunabilmek ister. Okumak ister. Dilediği gibi giyinmek ister. Çalışmak ister. “Elinin hamuruyla” erkek işine karışmak ister. Kendisine ait bir cüzdanının olmasını ister. Güneşin altında boylu boyunca uzanmak ister. Deniz vücudunu okşasın ister. Hayal kurmak ister. Geleceğe umutla bakmak ister.

İşimizi yaparken, kadınlardan çok şey öğrendik.
Dünyanın da onlardan öğreneceği çok şey var.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü yaklaşıyor...
Siz, çevrenizdeki kadınların ne istediğini
hiç düşündünüz mü?





TEMA, Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı

YUVASIZ KUŞLAR

Brief

İnsanlar, sonuçların ne olacağını bilmeden doğal varlıkları katlediyor ya da doğanın katledilmesine ses çıkarmıyor. Amacımız, onları bilinçlendirerek bu davranışın neler doğurabildiğini göstermek ve onların bu konuda daha duyarlı olmalarını sağlamak.

Yaratıcı Fikir

Çoğu toplumlarda maddi ve manevi sebeplerden ötürü çaresiz kalan bazı anneler, bebeklerini evlerin kapılarının önüne bırakır. Biz de bu insan davranışını bir kuşa yükleyerek, ağaçlar kesildiği için yavrularına bakamayan bir anne kuşa kişilik kazandırdık. Anne kuşu, yavrularını kapıların önüne bırakmış gibi göstererek insanlarla duygusal bir bağ kurduk.

Kuş yuvasının içindeki zarfa anne kuşun ağzından yazılmış bir mektup ve TEMA'nın yazdığı bilinçlendirici bir mesaj koyduk. Bu fikirle insanları doğal varlıkların korunmasının, bütün canlılar için ne kadar önemli olduğunu göstermeye çalıştık.



Teşekkürler.

Birlikte çalışmak dileğiyle...



0532 608 11 03



sibel.ergec@gmail.com



<https://www.linkedin.com/in/sibelergec>



www.sibelergec.com