

HABER BÜLTENİ



Dijital Platformlar ve Alarko Carrier

İletişimin temellerini sosyal medya üzerinden yürütmeyi, böylece marka imajına ve bilinirliğine katkı sağlamayı amaçlayan, özellikle 2011 yılından sonra tüm sosyal medya mecralarında iletişime başlayan Alarko Carrier, öncelikli olarak Facebook ve Twitter'ın yanı sıra, 2015 yılı itibarıyla da fotoğraf paylaşım ağı Instagram'da aktif olarak takipçileriyle etkileşime geçiyor.



Dijital Platformlar ve Alarko Carrier

Londra menşeli sosyal medya ajansı We Are Social'ın Ocak 2015'te yayınladığı "Digital, Social&Mobile in 2015" raporuna göre; internet kullanımı ve internette geçirilen zaman söz konusu olduğunda dünya ortalamasının üstüne çıkan Türkiye'deki internet kullanıcıları, sosyal medya platformlarına yaptığı ziyaretleri de gündelik işleri arasında görüyor. Toplam nüfusun 76,7 milyon olduğu Türkiye'de; 37,7 milyon kişinin aktif internet kullanıcısı ve 40 milyon kişinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu, 69,6 milyon kullanıcının ise mobil cihazlarla çevrimiçi olduğu görülüyor. Ocak 2014'ten bu yana ise aktif internet kullanıcılarında %5'lik, aktif sosyal medya hesaplarında %11'lik, mobil aboneliklerde de %2'lik bir artış olduğu göze çarpıyor. Yine rapora göre 2015 yılı itibarıyla toplam aktif mobil internet kullanıcısının 31,7 milyona ulaştığı ülkemizde, mobil cihazlar üzerinden günlük ortalama internet kullanımının 2 saat 51 dakikaya ve tüm cihazlardaki günlük ortalama sosyal medya kullanımının da 2 saat 56 dakikaya ulaştığı görülüyor.

Alarko Carrier da, tüm bu gelişmeleri göz önünde bulundurarak günümüzde iletişimin temel mecralarından biri olan dijital platformlardaki çalışmalarına her geçen gün yenilerini ekliyor. Özellikle 2000'li yıllardan sonra dijital platformların daha da yaygınlaşması ve 25 yaş altı genç kitlenin bu sahada oldukça aktif olması da bu yaklaşımda rol sahibi.

İletişimin temellerini sosyal medya üzerinden yürütmeyi, böylece marka imajına ve bilinirliğine katkı sağlamayı amaçlayan, özellikle 2011 yılından sonra tüm sosyal medya mecralarında iletişime başlayan marka, öncelikli olarak Facebook ve Twitter'ın yanı sıra, 2015 yılı itibarıyla da fotoğraf paylaşım ağı Instagram'da aktif olarak takipçileriyle etkileşime geçiyor.

Eglenceli bir mobil uygulama:

#HavaNasıl

Sadece kurumsal düzeyde aktif birer kullanıcı olarak değil, proaktif bir bakış açısıyla içerik sağlayıcı rolüyle de çalışmalarını sürdüren Alarko Carrier, özellikle son zamanlarda, değişen iklim koşullarıyla birlikte havaların mevsim normallerinin üstünde veya altında seyreden sıcaklık değerlerine de dikkat çekmek amacıyla, akıllı telefon sahiplerine yönelik "Hava Nasıl?" mobil uygulamasını geliştirdi.

Uygulama aracılığıyla konum ve sıcaklık konusunda bilgi alan kullanıcılar, çektikleri fotoğraflara, konum üzerinden alınan anlık sıcaklık ve hava durumu değerlerini ekleyerek tek bir görsel halinde paylaşabiliyor.

Uygulama, bu görsellerin Facebook, Twitter veya Instagram



üzerinden paylaşılmasına da aracı olurken, kullanıcıların kendi yorumlarının da fotoğraflara eşlik etmesini sağlıyor. "Hava Nasıl?" mobil uygulaması, Google Play Store ve Apple App Store'dan ücretsiz indirilebilir.



Instagram'da "Çok Sıcak" bir yarışma: #BurasıÇokSıcak

Alarko Carrier, "Hava Nasıl?" mobil uygulamasıyla Instagram'da eğlenceli bir yarışmaya da öncülük ediyor. Takipçileriyle etkileşimini artırmayı ve eğlenceli bir yolla hem sıcaklık değerlerine dikkat çekmeyi hem de takipçileriyle bu kanal üzerinden etkileşim kurmayı amaçlayan Alarko Carrier, yarışma kapsamında her hafta bir kişiye çift kişilik sinema bileti kazanma şansı sunuyor. Yarışmaya; uygulamayı telefonuna indirip, bulunduğu yerin sıcaklığını en yaratıcı şekilde fotoğraflayarak #BurasıÇokSıcak etiketiyle Instagram'da paylaşan herkes katılabiliyor.

4 Ağustos 2015'te başlayan yarışmanın ilk talihlisi İzmir-Karşıyaka'dan olurken, şu ana kadar toplam 5 katılımcı en sıcak ve en eğlenceli paylaşımları yaparak sinema bileti kazanma fırsatı yakaladı. #BurasıÇokSıcak yarışması, kış aylarında #BurasıÇokSoğuk etiketiyle 31 Aralık 2015 tarihine kadar devam edecek.



Alarko Carrier dijital platform çalışmaları ile ilgili detaylı bilgiye Termo Klima Dergisi'nde yayınlanan röportajdan ulaşabilirsiniz.

Yakın Gelecekte Her Türlü İletişimin Temel Mecrası İnternet Platformları Olacak

Termo Klima Dergisi - Temmuz 2015

Alarko Carrier Reklam ve Halkla İlişkiler Müdürü Hüdayi Öztürk: "Aslında iletişimde temel yaklaşım değişmiyor. İletişim 10 sene önce nasıl yapıyorsa şimdi de aynı şekilde yapılıyor. Sadece şu anda bu iş dijital tarafta özelleştirilebilir hale geldi. Amaç ise hep aynı, sizin kendi vasfınızı, vizyonunuzu bir şekilde karşı tarafa aktarmak."

İnternet ortamını, sosyal medyayı en etkin bir şekilde kullanan firmalarımızın listesinin başında Alarko Carrier geliyor. Etkinlikler ve ürün tanıtımları derken yüzbinlerce insana ulaşan eğlenceli yarışmalarla devam eden bir süreçten bahsediyoruz.

Yazının tamamı için tıklayınız »