

Philips "Hedef Küresel Aydınlanma" Sosyal Sorumluluk Roadshowu

DP Ajansı : Think Organisation & Marketing Strategies

Marka : PHILIPS

Kategori : E-4 YARIŞMALAR VE FESTİVALLER

BRIEF:

Philips global marka stratejisi olarak Enerji Tasarrufu ve Küresel Isınma konularında yatırım yapma ve tüketicileri harekete geçirecek aktiviteleri gerçekleştirme konusunda karar vermiştir. Türkiye'de insanları enerji tasarrufuna yönlendirmek için neler yapılabilir?

STRATEJİ:

Bu projede Philips markası için hazırlamış olduğumuz stratejinin iki ana hedef kitlesini tüketiciler ve enerji konusunda karar vericiler olarak tanımladık. Ve bu stratejimiz doğrultusunda maksimum fayda sağlamak için Enerji Bakanlığı, EİE, İTÜ Enerji Enstitüsü, Türkiye Bilim Merkezi, Mimarlar ve Elektrik Müh. Odası, Belediyeler ve AVM grupları ile işbirliği anlaşmaları yapmayı planladık. Bu sayede en düşük maliyet ile hedef kitemize en yüksek erişimi sağlamayı hedefledik.

UYGULAMA:

17 ilde gerçekleşen organizasyonda şehir meydanları ve AVM'lerde "Enerji Tasarruflu & Doğa Dostu Yeşil Ev" kuruldu. Ziyaretçiler, enerji tasarrufu, küresel ısınma ve enerji tasarruflu ürünler hakkında bilinçlendirildi. Ayrıca evlerinde yapabilecekleri basit enerji tasarrufu uygulamaları örneklerle anlatıldı. Ziyaretçileri enerji tasarrufu konusunda önerileri alınarak beğenilen önerilere çeşitli hediyeler verildi. Profesyonel hedef kitle için uluslararası bir kurum tarafından hazırlanan seminer ziyaret edilen illerde hizmet veren Belediyeler ile Mimarlar ve Mühendisler Odaları gibi resmi kuruluşların çalışanlarına ve üyelerine seminerler düzenlendi, uluslararası son gelişmeler ve yeni projeler aktarıldı, demo ürün aracı ile uygulamalı eğitimler gerçekleştirilerek ulusal ve yerel enerji stratejilerine yön verilmesi hedeflendi.

SONUÇ:

69 gün boyunca, 630.000 ulaşılacak kişi, 129.000 broşür, 14.503 ev ziyaretçisi, 1.090 seminer katılımcısı, 82 basın haberi çıkmış ve ev ziyaretçilerinin %45'i evinde en az 1 tasarruf önlemi almıştır.

PHILIPS



