

KRİZDE REKLAM YAPMALI MI?

● Kriz döneminde reklam konusunda çeşitli değerlendirmeler var. Sizin bu konudaki yaklaşımınız nedir?

■ Ben 30 senedir bu işteyim, öyle krizler atlattık ki... Krizler gelir, gider. Kriz gelirken piyasa uyanıktır, reklam çoğalır birdenbire... İşte o zaman hissedersiniz ki kriz geliyor, devatüasyon geliyor diye. Onadan sonra reklamlar biraz azalır, bazı şirketler ise hemen keser. Şirketlerde ilk kesilen kalem genelde reklam olur, bu çok yanlış. Bakın General Motors İkinci Dünya Savaşı'nda beş yıl boyunca reklama devam ettiği. Krizde reklama, ölçülerini içinde devam etmek şart.

● Her marka için ayrı strateji belirlenmesi yaklaşımı içinde farklı şeyler söyleniyor. Mesela lüks bir tüketim maddesi ise başka bir strateji gerekiyor...

■ Tabii. Biz genelden konuşuyoruz. Onun ayrıntıları da var. Ama kriz demek herkesin cebinde parası bitti demek değil. Lüks konunun da hastası var. Türkiye duramaz.

Fulmar Reklamcılık'ın sahibi Doğan Gündüz, 25 yıldır sektörün içinde... Çok sayıda "ilk"lere imza attı. İlk evlilik ve TV reklamı onun. Türk ajanslarının uluslararası düzeyde olduğunu söylüyor. Ancak büyük bir reklamveren kitlesinin acemice davrandığını belirtiyor.

Asker kökenli, Amerika'da "iletilişim" tahsil yaptıktan sonra, 10 yıl boyunca NATO'nun halkla ilişkiler bölümünde çalışıyor. 1963'te Türkiye'ye dönmeye karar veriyor ve İlançılık AŞ'de reklamcılığa başlıyor. 1969'da Türkiye'de henüz pek bilinmeyen bir kavram olan "full-marketing'i, kurduğu ajansa isim olarak seçiyor: Fulmar... Evet Ful-

mar Reklam Ajansı, kurucusu ve yönetim kurulu başkanı Doğan Gündüz'le birlikte Türk reklamcılık sektöründeki 25. yılını tamamladı.

Ciro açısından Türkiye'nin büyük reklam ajansları arasında yer almayan Fulmar, Doğan Gündüz'ün kişiliğinde farklı bir çizgiye oturmuş... Kendisinden kopan reklamcılarla yeni ajanslar doğurmuş. Aynı zamanda Türkiye'de ilk uluslararası işbirliğini gerçekleştiren ajans unvanını almış. Kısacası Fulmar'ın 25 yıllık geçmişi oldukça ilginç.

Capital, Doğan Gündüz'le, Türk reklam sektörünün 25 yılda kat ettiği mesafeyi, reklamcılar arasındaki rekabeti ve uluslararası evlilikleri



Fotoğraf: GÖKHAN ÇELEBİ

"ACEMİ REKLAMVEREN ALDANIYOR"



Doğan Gündüz ve ekibi... Reklamcılığa başanın ekip çalışmasıyla elde edilebileceğini belirtiyorlar.

konuştu:

● Fulmar'ı kurduğunuz dönemi anlatır mısınız?

■ Bizim ajansın ismi full-marketing'den çıktı. O devirde marketing sivil bir sözcüktü. İlançılar ve reklamcılar vardı, bir de çok az ajans vardı. İletişim pazarna çıkıp, marketing sözcüğünü sarfettinizde insanlar heyecanlanıyorlardı. Aslında bizim işimiz mali ve ismi tanıtmak, satılmak. Pazarlamanın içindeyiz. Köprünün altından çok sular geçti, bir yığın müşteri geldi, gitti. Çok iyi müşteri ve kampanyalanmış oldu.

● Müşteri akışınızı neye bağlıyorsunuz, pek çok ünlü isim sizinle çalışmış, sonra ayrılmış.

■ Ben bunu evliliğe benzetiyorum. Bir süre sonra insanlar birbirinden bıkmıyor. Bunun kökeninde bu psikolojik etken yatar. Bir de, daha başka bir şeyler bulacağını sanıyor müşteri. Bazısı buluyor, bazısı yalnızca bindiği dalı kesiyor.

● Ajanslar arasındaki rekabetin bunda rolü ne oluyor?

■ Tabii ajanslar bir defa müşteri müşteri geziyorlar. Bir yerde ilan gördüğü zaman herkes oraya hücum ediyor. Tabii haklılar, reklam piyasası Amerika'da da böyledir, herkes daima müşteri arar. Koşmak lazım. Ama hazır reklam görüyorlar ki, bu, dünyanın her tarafında yapıyor olmasına rağmen,

yanlış bir şey. "Sizin reklamınızı gördüm, beğenmedim, sizin için böyle bir şey hazırladım" diye gidiyor. Acemi müşteri buna canıyor. Çünkü müşterinin de bir olgunluğa varmış olması lazım. Bugün bir Henkel, Unilever, Tofaş'a böyle bir şey yaparsanız, gülerler. Ama bunun dışında büyük bir müşteri kitlesi var ve bunların bir kısmı canıyor. Ondan sonra tabii ayrılmalar, müşteri kayıpları oluyor.

● Fulmar'ın yurtdışı ortaklık girişimlerini anlatır mısınız?

■ Fulmar, Türkiye'de yabancı bir reklam ajansı ile işbirliği yapan ilk şirkettir. Trost diye bir şirket vardı. Düsseldorf'ta, onlarla biz işbirliği anlaşması yaparak Henkel-Turyağ'ın işlerini almıştık.

Daha sonra bundan 5-6 sene önce Fransızlar geldi, onların HDM diye bir şirketleri var, dünyada yedinci sırada yer alıyorlar.

Bunlar dünya çapında Henkel'in işlerini yapıyordu. Bizi tavsiye etmişler, geldiler yüzde 75 hisseyle bizi satın aldılar. 4-5 sene beraber gittik. Sonra bu şirket, ulusal ortaklarına danışmadan RSCG'yi satın aldı. P&G, onların Chicago'daki müşterisiydi. Bu çıkışın reklamcılıkta kabul edilmiyor. Henkel'in bütün Avrupa'da işleri var ama P&G daha büyük gördü, müşteri olarak onları seçtiler ve Avrupa'daki şirketlerinin işleri çoktu.

Buradaki P&G işi paylaşılmış, oturmamış. Hisselerimizi geri verdiler, önemli de bir tazminat ödeldiler ve 1.5 sene önce ayrıldık.

● Düşünce ve uygulama olarak Türk ajanslarını uluslararası ölçütlerde görüyor musunuz?

■ Öyle ama kendimizi de şişirmeyelim fazla. Bir ülkenin bütününün ürünüdür.

İnsanlar ve toplumun kısımlarını şartlar yaratır. Politikacı, tıp, hukuk erbabı, askerlerimiz, reklamcılarımız, isadamlarımız birbirinden soyutlayamazsınız. Bu ülkenin tabiatı doğurmuş, "Anasına bak kızını al" derler, doğrudur. ☐

"SEN GAZOZUNU YAP, BEN DE FİLMİMİ"

Reklamverenlerin reklamcılarını işine karşması en çok yakınılan konulardan biri. Doğan Gündüz'den bu konudaki ilginç bir anısını anlatmaması istiyoruz.

"Gani Turanlı vardı, kameraman, şimdi çalışmıyor, Türkiye'nin büyük kameramanlarından biri. Rahmetli Kemal Has Bey vardı, Coca Cola'nın Türkiye'deki sahibiydi. Ona film çekiyoruz. Gani de kamerasını ayarlıyor. Kemal Bey çıktı ortaya, böyle şışman, aksi bir adam; herkes korkar, kaçırıyor onu görünce... Tuvalette pisliğiyle kavgaya eden bir adamdı rahmetli. Geldi böyle, bağırıyor, beni tanıyor, ben reklamcıyım bir şey demedi. Gani orada çalışıyor. Adanmış şivesiyle ona. "Şöyle şöyle yap, burasını böyle yap" demeye başladı. Gani de başını kaldırdı. "Bana bak, sen gazozunu iyi yap ben de filmimi iyi yapayım, karşına bana çek" dedi. Kemal Bey şışırda kaldı, kaklamış oldu, döndü gitti. Şimdi bunu herkese diyemeyiz. "Gani ne yapıyorsun Coca Cola fabrikalarının sahibi bu adam" dedim. "Valia abi ben de film çekiyorum" dedi. Şimdi karşımamak lazım ama karşınlar ve çok da kavgalar çıkar."