

Markalaşmada hız reko

Bundan yalnızca altı yıl önce dört mühendis kardeş tarafından bir dünya markası oluşturmak amacıyla kurulan Ufo, bugün ısıtıcı sektörünün jenerik markası durumunda. Dünyanın ilk infrared-kızıl ötesi ısıtıcılarını üreten, Türkiye'deki pazarın yüzde 70'ini elinde bulunduran marka, üretime ve tanıtıma eşit bütçeler ayırmasıyla ve yurtdışındaki markalaşma çalışmalarıyla dikkat çekiyor.

Feruh Altun

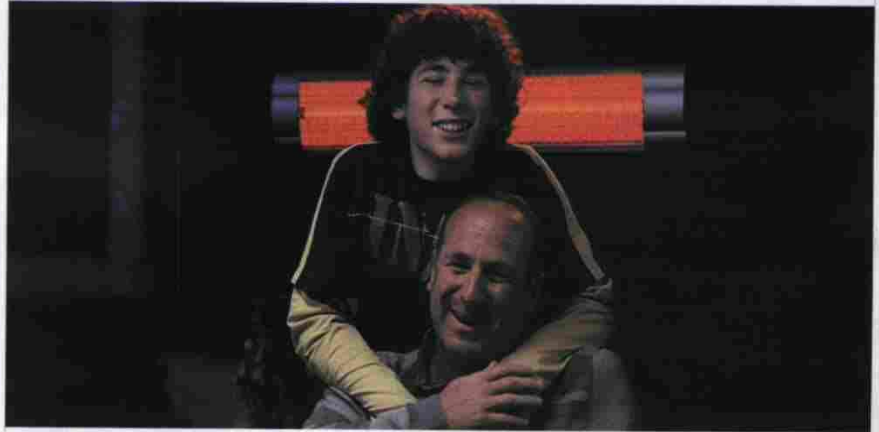
UFO markasının temelleri 1990'ların ortalarında dört mühendis kardeş tarafından İstanbul'da atılıyor. Daha önce ısıtma, soğutma, havalandırma sistemleri üzerine çalışan kardeşler bu yıllarda sanayi tipi proje uygulamalarına geçiş yapar. Özellikle ısı ile ilgili makinelerin verimini artırmaya yönelirler. Daha çok da tekstil sektöründe kullanılan büyük konvör hatların infrared bölümleriyle ilgili çalışmalar yaparlar. Infrared lambaları yurtdışından alan kardeşler bir süre sonra bu lambaları kendi tesislerinde üretmek isterler. Ardından deneme çalışmaları başlar ve iki yıl kadar ciddi bir AR-GE sürecinden kendi infrared lambalarını yapmayı başarırlar. Böylelikle ilk yerli "infrared lamba" üretimi de gerçekleşmiş olur.

Bu sistemle önceleri daha çok fabrikaların lokal ısıtma sorunlarına çözüm üretilir ve bu alanda ciddi başarılar da elde edilir. 1998 yılında ise ısıtılması zor olan kafe ve kafeterya gibi açık alanlar için çözüm arayışları başlar. Bu alanda da üretilen ürünler çok başarılı sonuçlar verince infrared ısı sisteminin evlerde de kullanılabileceği sonucuna varır mühendis kardeşler. Bu düşünce aynı zamanda UFO markasının da doğuşuna yol açacaktır. O yıllarda dünyada da böyle bir uygulama yoktur ve dört kafadar bu bakır alanda bir dünya markası yaratmak için 2002 yılında kolları sıvar.

Markalaşma çalışmaları "dünya markası olma" vizyonu sebebiyle tüm dünyada kolaylıkla algılanabilecek bir isim arayışıyla başlar. Sonunda UFO ismi üzerinde mutabakata varılır. Başta tanımlanamayan cisim anlamına gelen bu isim oldukça tepkiye de yol açar. Neticede sobayla UFO'nun ne alakası vardır? Ancak kurucular bu isimde ısrar eder ve UFO ismi bir süre sonra benimsenmeye başlanır. İlerleyen yıllarda bu isim uluslararası alandaki çalışmalarda kuruluşa ciddi avantajlar sağlayacaktır. Zira

Sizi saran turuncu ışığın arkasında

biz varız!



UFO yarsa istediğiniz her an her yerde ısınmanın zahmetsiz, ekonomik ve sağlıklı bir yolu var demektir. UFO sizi güneş gibi ışığıyla anında ısıtır. Açık alanda, ısıtılması zor alanlarda, belli zamanlarda ısıtılması gereken yerlerde sadece UFO size yeter.

- Güneş gibi ısıtır.
- İstediğiniz diğer sistemlere göre %82 daha verimli iletir.
- Işığın ulaştığı yeri anında ısıtır.
- Oksijeni tüketmediği için baş ağrısı yapmaz.
- Havadaki partikülleri yakmaz, koku yapmaz.
- Rutubeti önler, hijyenik bir ortam sağlar.
- Kurulum ve işletme maliyeti ekonomiktir.
- Tavana veya duvara kolay monte edilir.



*Patent hakkı NNE'ye aittir.
**Tekliflerinizden beklenir.
N.N.E. LTD. ŞTİ. Tel: +90 (212) 210 07 72

UFO
INFRARED TEKNOLOJİ

BOŞ BÖLGELERE BAYİLER VERİLECEKTİR.

UFO kelimesi tüm dünyada merak uyandıran, dikkat çeken ve gizemli bir kelimedir. Yeni teknolojileri ve şimdiki kadar bilinmeyen ürünleri piyasaya çıkaran bir markayla ismi arasındaki bağ da bir süre sonra

kurulmaya başlanır.

Vantilatör sektörüne giriş

Marka ısıtma sistemlerinde başarılı olmuştur olmasına ancak yılın sadece bir mevsimi-

ru kıran marka: UFO

Sağlıklı serinlik...

Doğru iletilek veren, havayı temizleyen, yorgunluk hissinin alın, stresi yok eden, alerjiden yanlıya birgün sağlıklarınızı koruyan birer fanlardır. UFO, sadece soğutma amaçlı enerji yansıtmaz. UFO teknolojisi teknoloji ve sağlık buhar etkisiyle alanınızda her yerde.

Avrasya'nın en büyük fan üreticisi
www.ufotr.com

UFO
AIR TECHNOLOGY

MARKA HİSTORİKİ: 1984 İZMİR / TÜRKİYE - İZMİR / TÜRKİYE - İZMİR / TÜRKİYE - İZMİR / TÜRKİYE - İZMİR / TÜRKİYE

minde markasını gösterebilmektedir tüketicisine. **UFO** kış aylarında hızlı satışlar gerçekleştirir ancak diğer mevsimlerde tabiri caiz ise sinek avlar. Yaz geldiğinde üretim durur hatta fabrikadan işçi çıkartmak zorunda kalınır. Marka, bu durumu değiştirmek ve satışlarını diğer mevsimlere de yaymak amacıyla yeni ürün geliştirme arayışına girer.

Bu sırada **UFO** markasının bayileri de kuruluşu klima üretmesi yönünde sıkıştırılmaya başlar. Ancak marka yöneticileri bilir ki, Koç Grubu, Sabancı Grubu, Sanko ve **Alarko** gibi birçok dominant markanın bulunduğu klima sektöründe **UFO** markasıyla tutunmak mümkün değildir. Bu sebeple marka, yaz için serinletmeye yönelik bir ürün üretmeye karar verir ancak bu ürün klima değil vantilatör olacaktır. Üstelik bu alanda ciddi bir marka oluşumu da yoktur henüz. Bu alandaki fırsatı tespit eden **UFO**, vantilatör sektörüne hem güzel görselli hem de yeni fonksiyonlara sahip ürünlerle girer. Marka, iyonize özellikli ve suyu partiküllere ayırarak mekanı hem nemlendiren hem de mekana serinlik veren vantilatörler üretir. Bu ürünler de ısıtıcılar gibi oldukça fazla ilgi görür ve **UFO** vantilatör sektöründe de markalaşmasını oluşturur; hem de

çok kısa bir zaman içinde. Vantilatör sektörüne girişle satışlarını yaz aylarına da taşıyan marka şimdi ilkbahar ve sonbahar aylarını doldurmak için arayışta...

Tanıtımın keşfi

Markanın kurucuları olan dört kardeş, mühendis oldukları için tanıtımın önemini kavrayamazlar ilk zamanlar. Reklama verilen paranın boşa harcağını düşünürler. **UFO** Yönetim Kurulu Üyesi **Abdullah Yeşil**, o günlerde reklama olan bakışlarını şöyle özetliyor: "Biz para ödediğimizde mutlaka karşılığında kamyonlarla geri dönüş yapılmasını bekliyorduk. Ancak reklamda parayı veriyorduk ve geriye bir şey gelmiyordu. Bu algıyı kırmamız oldukça zor oldu. Reklamcılara da pek tanımiyorduk. Bize ilk olarak bir dergi, reklam yayınlatmak için geldi ve derginin tirajının çok iyi olduğunu, reklam verdiğimiz taktirde bunun bize kat be kat geri döneceğini, telefonlarımızın kilitleneceğini söyledi. Biz de ikna olduk ve reklam verdik. Dergi yayımlandı ve baktık hiçbir şey olmadı. Sonradan anladık ki, dergi pek bilinen bir dergi değilmiş. Yani ilk denememizde başarısız olduk. Ancak bir süre sonra bu işin reklamsız olmayacağını da gördük ve daha ciddi olarak reklama yö-

Dünyada öncüyüz



"İhracat çalışmalarımız da var. Özellikle Ukrayna bizim için önemli ülkelerden biri. Bu ülkede de yine aynı isimle ve aynı reklam ajansı ile tanıtım çalışmaları yapıyoruz. Son iki yıldır Ukrayna'da 2,5 milyon dolarlık bir reklam yatırımımız oldu. Ukrayna'da da TV reklamlarıyla tüketicilere ulaşıyoruz. Orada günlük gazete alışkanlığı olmadığı için de yazılı basın pek kullanmıyoruz. Açık hava çalışmalarımız da oldu Ukrayna'nın büyük şehirlerinde. Bunun yanı sıra Moskova'da da kendi markamızla çalışmalarımız var. Romanya, Macaristan, Bulgaristan, Estonya, Litvanya gibi ülkelere ürün gönderiyoruz. Almanya, Kanada ve İngiltere'de yapılan çalışmalarımız da sürüyor. Biz **Ufo**'yu bir dünya markası yapmaya çalışıyoruz. Şu anda iki ülkede markalaşma çalışmalarımız sürüyor. Her ülkede aynı şekilde markalaşmaya çalışmak oldukça zor bir iş çünkü çok emek ve kaynak gerektiriyor. Infrared ısıtıcıların son tüketiciye ulaştırılması konusunda biz öncü bir konumdayız ve bizden sonra dünyada da bizi kopyalamaya başlayan kuruluşlar ortaya çıkmaya başladı."

Isınması da kolay, sahip olması da!



115.98 YTL'den başlayan fiyatlarla
Fiyatı KDV dahil değildir

UFO
INFRARED TEKNOLOJİ

Ajanslık markasıdır.
www.ufoteknoloji.com.tr

SATIŞ NOKTASI OLMAK İÇİN ARAYIN. *Potansiyel hakları NNR'ya aittir. Takillerinden sakınmaz. NNR LTD. ŞTİ. Tel: +90 (212) 210 07 72

nelmeye başladık. Artık genel hedef kitleye seslenmemiz gerektiği için gazete reklamlarına yönelmeye başladık.”

Bir süre sonra **UFO** yöneticileri reklama verilen paranın kısa bir sürede geri dönmeyeceğini, tanıtımın daha uzun vadeli bir yatırım olduğunu kavrar. Buna karşın marka, ilk yıllarda reklam vermekte oldukça sıkıntı yaşar. Zira reklam ücretleri **UFO** gibi yolun başında olan bir marka için oldukça yüksektir. Bu sebeple gazetelere ancak yarım sayfalık ilanlar verilebilir ilk süreçte. Marka yöneticileri de bu süreçte reklamın mantığını bir hayli kavramaya başlar ve asıl önemli olan konunun santim sütun hesabından öte mesajın hedef kitleye uygun kanaldan ulaşip ulaşmadığı olduğunu bilincine varır. Verim almaya başlayınca reklamların bir verilip üç alınan sihirli bir konu olduğu da anlaşılmaya başlanır **UFO** tarafından.

Marka ulusal mecralara ilan vermeye başlar. 2003-2004 sezonunda ilk kez televizyon reklamları verilir. Çocuklar Duymasın dizisinin “havuç” karakteriyle bir reklam filmi çekilir ve oldukça da beğenilir. **Abdullah Yeşil**, “Birçok rakibimiz de reklam yapmaya başladı ama bizim kadar başarılı olamadılar. Sanırım bunun sebebi de bizim

reklam ajansımızla çok iyi bir diyalog içinde olmamız. Biz her yıl ajansımızla ortak bir çalışma yapar ve yıl içinde ne yapacağımızı konuşuruz. Ajansımıza bütçe ayırır ve sonrasına da karışmayız pek. İş uzmanlarına bırakınız. By Smart ile çalışıyoruz yıllardır reklam ajansı olarak. Onlarla çalışmadan önce birçok reklam ajansı ile konuştuk ama bize hep bütçemizin ne kadar olduğunu sordular. Bu hatalı bir davranış

bence. Öncelikle hedefimizi öğrenmeleri ona göre bir bütçe istemeleri gerekir. Reklamveren için bütçeyi söylemek çok doğru değil. Böyle davranışlar yeni reklamvereni ürkütüyor. Biz zaman içinde başarılı oldukça reklam bütçemizi de artırdık. Biz üretim ve reklam bütçesi birbirine eşit olan Türkiye'deki ender markalardan biriyiz” diyor.

Sektördeki ilk marka

Marka, tanıtım çalışmalarında ağırlıklı olarak televizyon reklamlarından yararlanıyor. **UFO**'nun reklam bütçesinin yüzde 10'unu yazılı basın harcamaları oluştururken geri kalan kısmını TV harcamaları oluşturuyor. Çok az da olsa radyoyu kullanan marka, açık hava mecrasını ise yüksek maliyetler sebebiyle kullanmayı pek tercih etmiyor. Isıtma ve vantilatör alanında yoğun tanıtımla markalaşmaya çalışan ilk markanın **UFO** olduğunu belirten **Abdullah Yeşil** şöyle sürdürüyor sözlerini: “Yapılan tanıtım çalışmaları sayesinde **UFO** markası infrared ısıtıcı alanında jenerik bir marka haline gelmiş durumda. Artık başka soba markaları içinde **UFO** ismi kullanılıyor. Biz her yıl üretim ve satış artışımıza bağlı olarak fiyatlarımızı da aşağıya çekiyoruz.”

Marka profili

Hedef kitle: **UFO** markası A, B ve C SES gruplarındaki hedef kitlelere sesleniyor.

İhracat: Ukrayna ve Rusya'da kendi markasıyla tanıtımlar da yapan marka Romanya, Macaristan, Bulgaristan, Estonya, Litvanya gibi ülkelere ihracat yapıyor. Marka, üretimini yüzde 30 kadarını ihraç ediyor.

Ürün gamı: **UFO**'nun 12 çeşit ısıtıcı ürünü ve beş çeşit de vantilatör ürünü bulunuyor.

Pazar payı: Pazarın yüzde 70'ine sahip olduğu tahmin ediliyor.