



## Toyota Garanti ON ile Toyota'nız garanti altında

### Özet

Kampanya  
Başlangıç  
Tarihi:

5.Ağustos.2023

Kampanya Bitiş  
Tarihi:

20.Aralık.2023

Zorluk:

Son zamanlarda otomobil fiyatlarının artmasıyla birlikte insanlar, otomobillerini yatırım aracı olarak görmeye başladı. Haliyle otomobillerinin bakımları dikkat eder oldular bu da bizi satışa değil satış sonrasına yönlendirdi.

İçgörü:

İnsanlar satış sonrası hizmetler dahilinde olan periyodik bakımlarını türlü bahanelerle aksatıyorlardı. Buradan esinlenerek bu içgörüyü büyük fikrimizin merkezine yerleştirdik.

Büyük Fikir:

Toyota'nın bakımını aksatmış olsun ya da olmasın, Toyota'sının ilk sahibi olsun ya da olmasın fark etmez; Toyota Garanti ON'a gelen, 10 yıla kadar garantiyle çıkar!

Fikrin Hayata  
Geçmesi:

Filmimizde program hakkında en bilgi sahibi olacak insana yani Toyota uzmanını ve periyodik bakımlarını türlü bahanelerle aksatan ünlü bir yüze yer verdik. Böylece filmimizin dikkat çekiciliğini artırırken insanları bilgilendirdik.

Pazarlama iletişim etkinliği kapsamında bu vakanın neden bu kategoride ödül alması gerektiğini düşünüyorsunuz? Vakanızı elde ettiğiniz sonuçların zorluğu aşmakla ilişkisini kurarak özetleyiniz. İki ayrı kategoriden giren kampanyalar için bu özet farklı olmalıdır.

İnsanların otomobillerini bir yatırım aracı olarak görmeleri, gözlerinde otomobillerinin değerini artırmıştı. Biz de bu durumu fırsat bilerek satış sonrası hizmetlerimizden olan Toyota Garanti ON programımızı konuşmak için kolları sıvadık. Fakat programın yeni olması sebebiyle insanlar, yeteri kadar programı bilmiyordu. Hem programı insanlara anlatmak hem de programdan faydalanarak otomobillerinin düzenli periyodik bakımlarını yaptırmaları için yetkili servislerimize çağırdık. Böylece hem otomobillerini Toyota garanti altına almış hem de değerine değer katmış olacaktı. Bunun sonucunda Toyota Türkiye tarihinde bir ilk yaşanarak yetkili servislerimizde servis giriş rekoru kırdık.



## Künye

Marka Adı:	Toyota
Kampanya Adı:	Toyota Garanti ON ile Toyota'nız garanti altında
Kategori Adı:	Sektörel Kategoriler 18. Otomotiv Ürün ve Hizmetleri, Satış Sonrası Ürün ve Hizmetler

## Reklamveren

Adı:	Toyota Türkiye
Adresi:	Cumhuriyet, Cumhuriyet Mahallesi, D100 Kuzey Yan Yol Caddesi, Yakacık Cd. No:5, 34876 Kartal/İstanbul
Holding:	
Web Sitesi:	<a href="https://www.toyota.com.tr">https://www.toyota.com.tr</a>
Yetkililer:	Ece Şenkal, Pazarlama Ve Kurumsal İletişim Müdürü Emirhan Yücel, Pazarlama İletişim Kıdemli Uzmanı Sibel Atıla, Pazarlama İletişim Birim Yöneticisi

## Başvuran Ana Ajans

Adı:	Alametifarika
Adresi:	ESENTEPE MAH. KASAP SK. ALTINAY IS MERKEZI BLOK NO: 8-10 İÇ KAPI NO: 4 ŞİŞLİ / İSTANBUL
Bağlı Olduğu Network:	
Adı:	<a href="https://alamatifarika.com.tr">https://alamatifarika.com.tr</a>
Yetkililer:	Duygu Yılmaz, Müşteri İlişkileri Ozan Özüm Özbey, Yönetici Kreatif Direktör Anıl Bağcık, Kreatif Direktör Berra Katlav, Strateji Direktörü Tuğçe Sabriye Aydın, Strateji Ekibi Enes Uçak, Strateji Ekibi Merve Haklı, Prodüksiyon Odiseas Sevsevme, Yönetici Kreatif Direktör Dilan Bayar, Kreatif Direktör Burak Çolak, Yaratıcı Ekip İlayda Öntülmüş, Yaratıcı Ekip Barış Cihan Peşmen, Yaratıcı Ekip Seda Nur Hazır, Yaratıcı Ekip Bilal Gül, Yaratıcı Ekip Derya Kılıç, Yaratıcı Ekip Mervenaz Mete, Strateji Ekibi

## Katkıda Bulunan Ajanslar



## 1A - İletişimde karşı karşıya bulunduğunuz stratejik durum nedir?

Toyota Türkiye olarak 2023 yılı, diğer yıllardan farklı bir yol izlediğimiz, yine satış konuştuğumuz, ek olarak satışla beraber satış sonrası hizmetleri de konuştuğumuz bir yıldır. Tabii bunun altında yatan sebep ise son zamanlarda içinde bulunduğumuz ekonomik belirsizlik. Yükselen enflasyon ve artan döviz kuru, otomobil fiyatlarını da etkiliyordu. TL bazında ortalama otomobil fiyatları Ocak 2022 tarihinde 300.000-400.000 TL arasında seyrederken, bu oran Ocak 2023 tarihine geldiğinde 500.000-600.000 arasındaki banda sıçramış. 2023 yılının ilk yarısına baktığımızda ise Haziran 2023 tarihinde 800.000-900.000 arasına ulaşmıştı (Kaynak: BATEM, Otomobil Piyasası Görünümü, 2024).

Otomobil fiyatlarındaki artış, insanları araç alamaz hatta değiştiremez hale getirdi. Bir de üstüne kredilerin kısıtlandırılması ve yüksek faizler bu durumu daha da zorlaştırdı. Haliyle bu durum insanların otomobillerine bakış açısını değiştirdi. Otomobiller artık ulaşım aracı olmaktan çıkıp ihtiyaç amaçlı kullanım dışında bir yatırım aracına dönüştü. Bu da otomobil sahiplerinin araçlarına her zamankinden daha fazla gözü gibi bakmaları, bakımlarını iyi yapmaları gerektiği anlamına geliyordu.

Toyota Türkiye olarak bu durum bizi, satış sonrası hizmetlere odaklanmaya yönlendirdi. Satış sonrasında hizmetimiz biri olan ve Türkiye’de ilk defa uygulanan “garanti” uygulamamız Toyota Garanti ON’u konuşmamızın tam sırasıydı.

Toyota Garanti ON, garanti süresi bitmiş, periyodik bakımlarını düzenli yaptırmamışsa bile, hatta daha önce yetkili servise hiç gelmemiş olsa bile, aracının ister ikinci ister beşinci, kaçınıcı sahibi olursa olsun, 10 yaşından küçük ve 160.000 km’yi doldurmamış olan tüm Toyota kullanıcılarını kapsayan geniş bir garanti uygulaması idi. Üstüne üstelik uygulamamız ile periyodik bakımları için Toyota Yetkili Servisleri’ne gelen Toyotalılara ek bir ücret ödmeden “1 yıllık garanti” hakkı kazanmayı vaat ediyorduk. Sonuç olarak hem halihazırda yollardaki tüm Toyotalıları garanti altına alarak ikinci el değerini de artırıyor hem piyasadaki Toyotaları, Toyota almayı düşünenlerin gözünde cazip hale getiriyor hem de Toyotasını satmayı düşünenler için de otomobillerinin değerine değer katıyordu. Fakat Toyota Garanti ON uygulamamız yeni bir uygulama olması sebebiyle yeteri kadar bilinmiyordu. Bu nedenle, Toyota Garanti ON’u Toyotalılar’a ve potansiyel müşterilerimize anlatarak program hakkında bilinirlik yaratmak, böylece müşterilerle otomobilleri üzerinden yepyeni ilişkiler kurmak için Toyota Garanti ON lansman iletişiminin tam zamanıydı.

## 1B - Hedefleriniz nelerdi? Somut hedeflerinizi belirtiniz.

Toyota Garanti ON lansman kampanyamız ile önceliğimiz yeteri kadar bilinmeyen garanti uygulamamızın bilinirliği artırmak ve akabinde ikincil hedefimiz, 10 yaşından küçük ve 160.000 km’yi henüz doldurmamış olan Toyota sahibi kullanıcıları Toyota Yetkili Servisleri’ne çekmeyi başarmaktı.

### A. Ölçülebilir İş Hedefleri

1- Hedeflerimizden biri, Toyota kullanıcıların Toyota Yetkili Servisleri’ne talebinin artmasını sağlamaktı. Toyota Garanti ON lansman kampanyası ile servis girişini %10 oranında



artırmayı hedefledik.

2- Toyota Garanti ON toyota.com.tr websitesinde bulunan Toyota Online Servis Randevusu başvuru formuna başvuru sayısını, yıl bazına kıyasla lansman döneminde %30 oranında artırmayı hedefledik.

### **B. Algısal ve Davranışsal Hedefler**

1- Toyota Garanti ON lansman kampanyası öncesi ve sonrası Toyota müşterilerimizle yaptığımız görüşmeler sonucunda Toyota Garanti ON bilinirliğini artırmayı hedefledik.

### **C. İletişim Performans Hedefleri**

1- Lansman kampanyası süresince tüm medya yatırımlarımız sonucunda gösterim, görüntülenme, izlenme, erişim ve tıklanma metriklerinde yüksek performans elde etmeyi hedefledik.

## 1C - Toplam Medya Harcamaları

0 - 5 milyon TL

## 2A - "Büyük Fikir" neydi?

Toyota'nın bakımını aksatmış olsun ya da olmasın, Toyota'sının ilk sahibi olsun ya da olmasın fark etmez; Toyota Garanti ON'a gelen, 10 yıla kadar garantiyle çıkar!

## 2B - "Büyük fikir" nasıl doğdu, ona nasıl ulaştınız?

**Toyota Garanti ON** uygulamasını anlatırken vurgulamamız gereken en önemli nokta, periyodik bakımlara düzenli olarak gelinmesiydi. Çünkü Toyota Yetkili Servisleri'nde düzenli periyodik bakım yaptıran müşteriler, her bakım sonrası otomatik olarak araçlarının garanti süresini bir yıl daha uzatabiliyordu. Bu sayede 10 yıla ve 160.000 kilometreye kadar, hiçbir ek ücret ödemedi araçlarını Toyota garantisi altında tutabiliyorlardı. Yani, Toyota Garanti ON'dan en iyi şekilde faydalanabilmek için periyodik bakımları aksatmamak büyük önem taşıyordu. Ancak birçok insan, garanti süresinin bitmiş olması, aracın ilk sahibi olmamaları veya daha önce periyodik bakımlar için yetkili servislere gitmemiş olmaları gibi sebeplerle yetkili servislere gelmiyordu. Bu durumun en büyük nedeni ise maliyet faktörüydü: Yetkili servislerin pahalı olduğuna dair algı, tüketicilerin %35'inde belirleyici bir etkendi (Kaynak: Deloitte, Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması, 2023). Ayrıca, aracını sıfır alan her 10 tüketiciden 9'u, rutin bakımlar için yetkili servislere gitse de, ikinci el araç sahiplerinde bu oran yalnızca %50'ye düşüyordu (Kaynak: Deloitte, Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması, 2023).

Bu içgörüler doğrultusunda büyük fikrimizin merkezine, insanların periyodik bakımları aksatma eğilimlerini yerleştirdik. Çeşitli bahanelerle yetkili servislere gitmekten kaçınan kullanıcıları hedef aldık ve sıra, Toyota Garanti ON'un sunduğu avantajları etkili bir şekilde anlatmaya gelmişti. Türkiye'de ilk kez uygulanan bir garanti sistemi olması ve birçok Toyota sahibinin bu uygulamadan habersiz olması nedeniyle, mesajlarımızın net ve anlaşılır olması büyük önem taşıyordu. Üstelik, uygulamanın detaylı yapısı nedeniyle bilgi aktarımında zorluklar yaşanabilirdi.



Toyota Garanti ON'un şu temel detaylarını aktarmamız gerekiyordu:

1. Hangi yaşa kadar veya kaç kilometreye kadar olan araçların kapsama dahil olduğu,
2. Daha önce yetkili servislere gelmiş olup olmamasının uygulamaya etkisi,
3. Aracın kaçınıcı sahibinin bu uygulamadan faydalanabileceği.

Bu detayları aktarırken, mesajlarımızın karmaşık hale gelmemesi, bilgi bombardımanı yaratılmaması ve her şeyin mümkün olduğunca basit ve anlaşılır olması gerekiyordu. Amacımız, hem yeterince bilinmeyen Toyota Garanti ON uygulamasını müşterilere öğretmek hem de alışkanlık haline gelmiş davranışları değiştirmektir. Özellikle, araçlarını yetkili servislere götürmek yerine tanıdık ustalara veya farklı farklı servislere götürmeyi tercih eden tüketicilerin, Toyota Yetkili Servisleri'ne yönlendirilmesi gerekiyordu.

### 3A - Fikri nasıl hayata geçirdiniz?

**Toyota Garanti ON** programının önündeki en büyük engel, programın yeterince tanınmıyor oluşuydu. Bizim görevimiz, bu lansmanla insanları program hakkında bilgilendirmektir. Bu nedenle kampanyamızda, program hakkında doğal olarak en çok bilgiye sahip olan birini, yani Toyota uzmanını canlandıran bir karakteri merkezimize aldık.

Toyota Garanti ON'u anlatmaktan daha önemli olan bir diğer konu ise kampanyamızın dikkat çekmesi ve izlenmesiydi. Bu amaçla, genellikle komedi dizi ve filmlerden tanıdığımız **Sarp Apak**'ı, kampanyamızda Toyota uzmanını canlandıran karakterimize eşlik eden bir isim olarak konumlandırdık. Üstelik lansman dönemimize yakın bir zamanda gişe rekorları kıran **Ölümlü Dünya** filminin ikincisinin geleceğinin duyurulması, oyuncu kadrosuna olan ilgiyi artırmıştı. Tam da bu dönemde Sarp Apak ile çalışmamız, kampanyamızın dikkat çekiciliğini olumlu yönde etkiledi.

Büyük fikrimizin merkezinde, insanların otomobillerini yetkili servislere götürmek yerine türlü bahanelerle periyodik bakımlarını aksatma içgörüsü yer alıyordu. Bu nedenle Sarp Apak'ı, akla hayale gelmeyecek, hatta absürt denilebilecek bahanelerle periyodik bakımlarını aksatan ve yetkili servislerden kaçınan biri olarak konumlandırdık. Sarp Apak, bazen tatile, bazen halk oyunları kursuna, hatta cilt bakımına gitmişti ama Toyota Yetkili Servisleri'ne gelmemişti. Aynı zamanda Sarp Apak, Toyota uzmanını canlandıran karakterimize Toyota Garanti ON ile ilgili aklındaki tüm soruları sorarak hem program hakkında bilgi verdi hem de izleyicilerin aklında oluşabilecek benzer soru işaretlerini giderdi. Hatta garanti süresi bitmiş, 5-6 yaşında ve ikinci el bir aracın dahi program kapsamına girdiğini belirterek programın kapsayıcılığını vurguladı ve tüm Toyotalıları Toyota Yetkili Servisleri'ne çağırdı. Sarp Apak ayrıca, yollardaki tüm Toyota sahiplerine seslenerek Toyota Garanti ON ile araçlarını garanti altına almaya ve bu sayede ikinci el değerlerini artırmaya davet etti. Böylece lansman kampanyamızla hem Toyotalılara Toyota Garanti ON hakkında bilgi verdik hem de yetkili servislere gelerek programdan faydalanmaya çağırdık.

Lansmandan kısa bir süre sonra, Toyota Türkiye olarak Toyota Garanti ON hizmetimizi daha fazla insana duyurmayı amaçladığımız bir sırada, sosyal medyada büyük bir akımla karşılaştık. Sürekli değişen sosyal medya trendlerine hızla adapte olmak ve içerik üretmek, günümüzde kritik bir öneme sahip. Bu nedenle, hızla popülerleşen ve herkesi 90'ların Amerikan lise yıllıklarına götüren **Yapay Zeka Yıllığı** akımına sessiz kalamadık ve bu akıma dahil olduk.



Toyota Garanti ON lansmanında bize eşlik eden Sarp Apak ile akıma katılarak, kampanyamızda kullandığımız “bahanelerle periyodik bakım aksatma” içgörüsünü burada da devam ettirdik. Akımdan ilham alarak, “Sarp Apak 90'lara bile gitmiş ama Toyota Yetkili Servisleri'ne periyodik bakım için gitmemiş” dedik ve insanları araçlarının periyodik bakımlarını yaptırarak Toyota Garanti ON hizmetinden ücretsiz faydalanmaya davet ettik.

Filmimizin yanı sıra, Toyotalılara başka hangi yollarla ulaşabileceğimizi ve program hakkında nasıl bilgi verebileceğimizi düşünerek bir iş birliği projesine imza attık. Türkiye'nin en büyük ikinci el alım-satım platformu olan **sahibinden.com** ile ortaklık kurduk. Sahibinden.com'da en çok aranan ve listelenen markalardan biri olan Toyota ile bu iş birliği sayesinde, Toyota almayı ya da satmayı düşünen kişilerin karşısına çıktık. Program kapsamındaki 10 yaşından küçük ve 160.000 kilometreyi doldurmamış Toyota ilanlarını hedefleyerek bu ilanlarda özel banner'lar kullandık. Banner'a tıklayan kullanıcılar, altta açılan özel bir sekmede Toyota Garanti ON'un detaylarını görebiliyor ve program hakkında bilgi sahibi oluyorlardı. Ayrıca, inceledikleri aracın kilometre ve yılına göre programdan ne kadar süre daha faydalanabileceklerini otomatik olarak hesaplıyorlardı.

Genel arama sonuçlarında da standart dışı banner tasarımlarıyla ilanların arasında yer alarak maksimum görünürlük elde etmeyi hedefledik. Böylece hem doğru zamanda, doğru yerde bulduk hem de gündemi fırsata çevirerek Toyota Garanti ON'u hedef kitlemizin radarına sokmayı başardık.

### 3B - Fikri nasıl hayata geçirdiniz? (İletişimde “Touchpoints”)

**TV:** Spotlar

**RADYO:** Spotlar

**DİJİTAL:** Display, Video Reklamlar, Sosyal medya kampanyaları

**EVDİŞİ:** Raket, Billboard, Pano vb.

**PERAKENDE:** Mağazaiçi Ekranlar, Mağazaiçi Tanıtım

### 3C - Kullanılan diğer tüm pazarlama öğelerini listeleyiniz.

Hiçbiri

### 4 - Kampanyanın başarılı olduğunu nereden biliyorsunuz?

Toyota Garanti ON lansman kampanyamız ile önceliğimiz yeteri kadar bilinmeyen garanti uygulamamızın bilinirliği artırmak ve akabinde ikincil hedefimiz, 10 yaşından küçük ve 160.000 km'yi henüz doldurmamış olan Toyota sahibi kullanıcıları Toyota Yetkili Servisleri'ne çekmeyi başarmaktı.

#### A. Ölçülebilir İş Hedefleri ve Sonuçları

**1- Hedeflerimizden biri, Toyota kullanıcıların Toyota Yetkili Servisleri'ne talebinin artmasını sağlamaktı. Toyota Garanti ON lansman kampanyası ile servis girişini %10 oranında artırmayı hedefledik.**



- Lansman dönemimizden bir önceki yıl ile karşılaştığımızda Toyota Yetkili Servisleri'ne yapılan servis girişleri %19 oranında arttı. Bu sayede Toyota Türkiye tarihinde bir ilk yaşanarak servis giriş rekoru kırıldı! (Kaynak: Toyota Satış Sonrası Ticari Operasyon CRM Verileri, 2023).
- Aynı zamanda 5 yaş ve üzeri araçlarda düşük seyreden servis girişleri, Toyota Garanti ON lansmanı sayesinde sadece 5 yaş ve üzeri araçlar özelinde servis girişleri %55 oranında artış gösterdi (Kaynak: Toyota Satış Sonrası Ticari Operasyon CRM Verileri, 2023).

## **2- Toyota Garanti ON toyota.com.tr websitesinde bulunan Toyota Online Servis Randevusu başvuru formuna başvuru sayısını, yıl bazına kıyasla lansman döneminde %30 oranında artırmayı hedefledik.**

- Toyota Garanti ON toyota.com.tr websitesinde bulunan Toyota Online Servis Randevusu başvuru formuna yıl bazında başvuru sayısı 12.000 iken, Toyota Garanti ON ile 25.000 başvuru sayısına ulaştık (Kaynak: Toyota Satış Sonrası Ticari Operasyon CRM Verileri, 2023).
- Bu sayede lansman döneminde Toyota Online Servis Randevusu formunda 2 katından fazla başvuru sayısına ulaştık (Kaynak: Toyota Satış Sonrası Ticari Operasyon CRM Verileri, 2023).
- Aynı zamanda toyota.com.tr websitesinde Satış Sonrası Hizmetler sekmesine yıllık bazda 80.000 ziyaretçi gelirken Toyota Garanti ON lansman iletişimi sonrası 250.000 ziyaretçiye ulaştık (Kaynak: Toyota Satış Sonrası Ticari Operasyon CRM Verileri, 2023).

## **B. Algısal & Davranışsal Hedef ve Sonucu**

### **1- Toyota Garanti ON lansman kampanyası öncesi ve sonrası Toyota müşterilerimizle yaptığımız görüşmeler sonucunda Toyota Garanti ON bilinirliğini artırmayı hedefledik.**

- Toyota Garanti ON lansman kampanyası öncesine Toyota müşterilerimizle yaptığımız görüşmeler sonucunda %25 olan Toyota Garanti ON bilinirliğini, kampanya sonrasında %78 seviyesine yükseltmeyi başardık (Kaynak: Toyota Müşteri Telefon Anketi Verileri, 2023).

## **C. İletişim Performans Hedefi ve Sonucu**

### **1- Lansman kampanyası süresince tüm medya yatırımlarımız sonucunda gösterim, görüntülenme, izlenme, erişim ve tıklanma metriklerinde yüksek performans elde etmeyi hedefledik.**

Gösterim, görüntülenme ve izlenme metriklerinde;

- 100'ün üzerinde yer aldığımız dijital website ve video platformlarında 23 milyondan fazla gösterim, 50 milyondan fazla görüntülenme ve 10 milyondan fazla izlenmeye ulaştık (Kaynak: Meta Business, Google DV30 Report, 2023)



Erişim metriğinde;

- Tüm medya yatırımlarımız sonucunda 23 milyondan fazla erişim elde ettik (Kaynak: Meta Business, Google DV30 Report, 2023).

Tıklanma metriğinde;

- En önemli metriklerden biri olan, tıklanma metriğinde 100 binden fazla tıklanmaya ulaştık (Kaynak: Meta Business, Google DV30 Report, 2023).

Böylece, **Toyota Garanti ON** lansmanımız ile satış sonrası iletişimleri arasında diğer iletişimlere göre 2 kat daha iyi conversion sağladık ve 7 kat daha fazla etkileşim aldık (Kaynak: Meta Business, Google DV30 Report, 2023).

5 - Elde edilen sonuçlar üzerinde etkili olabilecek başka unsur var mıydı?

Başka unsur yoktur.

## Dosyalar

<a href="https://www.youtube.com/watch?v=M1ZM0IS8QBA&amp;t=5s">https://www.youtube.com/watch?v=M1ZM0IS8QBA&amp;t=5s</a>	Link
<a href="https://www.instagram.com/p/CyL-7oqIHdf/?img_index=3">https://www.instagram.com/p/CyL-7oqIHdf/?img_index=3</a>	Link
<a href="#">Toyota Garanti ON Billboard.jpg</a>	Resim (620.48 KB)
<a href="https://www.instagram.com/p/Cy0uQvDIL1/">https://www.instagram.com/p/Cy0uQvDIL1/</a>	Link
<a href="https://www.instagram.com/p/CxncNjnIL2U/">https://www.instagram.com/p/CxncNjnIL2U/</a>	Link
<a href="#">Toyota Garanti ON Radyo Spotu.mp4</a>	video/mp4 (1016.76 KB)