

Haberler

Etkinlik ve Fuarlar

Sektörel Fihrist

Yararlı Linkler

Yararlı Bilgiler

İnsan Kaynakları

Arşiv



Bu Sayıda
Mart 2010

Kullanıcı Adı

Şifre

Şifremi unuttum

E-bültenimizi almak ve
avantajlardan
yararlanabilmek için
sitemize üye olun

ÜYE OL

Tesisat Market

Eylül 2009

Sayı - 128

Söyleşi

Brandessence Yönetici Ortağı Niso Kalaonra

Parfüm ile iç içe 14 yıl...

Kariyerime kozmetik sektöründe başladım, 14 yıl Hunca'da çalıştım. Hunca da farklı pozisyonlarda ihracat, pazarlama ve iş geliştirme birimlerinde görev aldım. 2000 yılında Hunca'nın pazarlama'nın başına geçtim ve 2009 yılına kadar orada çalışmaya devam ettim. Bu dönemde dünyanın en büyük parfümevleri ile çok yakın temaslarımız oldu, Hunca'nın koku kültürü ile yoğruldu diyebilirim. Buralarda belli dönemlerde eğitim çalışmaları olur. Düzenli olarak katıldığımız eğitimlerin birinde "Duyusal Pazarlama" konusunda guru olarak anılan Martin Lindstrom ile tanışma fırsatı buldum. Tüm duyularımıza hitap edebilen markaların vermek istedikleri mesajı çok daha başarılı bir şekilde tüketicilerine ulaştırabilecekleri paylaşıldı ve özellikle koklama duyusunun önemi üzerinde duruldu. Görsellik dışında, ses, koku, tat, dokunma duyularımıza hitap eden ürün ve markaların başarılarından bahsediliyordu. Bu ürün ve markaların tüketicileri ile daha fazla duygusal bağ kurabildikleri paylaşıldı. Bu seminer beni çok etkiledi. Brandessence ile ilgili ilk ışık, 2005'te katıldığım bu seminerde yandı diyebilirim.



Havalandırma sistemlerinin esanslandırılması müthiş sonuçlar doğurabiliyor

Koku duyusu aslında çok önemli. Mesela girdiğiniz bir mekan hakkında temiz ya da kirli diye bir kaniya varmanızdaki ilk etmen kokudur. Bir yiyeceğin bozuk mu taze mi olduğuna yine koklayarak karar veririz. Hatta koku, kişiler arasındaki iletişimi ve bağı da

Dış üntesiz
mobil klimalarla
odadan odaya serinlik



akcor
Klimalar ve Soğutma Sistemleri



Oy vermek için tıklayın!



önemli ölçüde etkiler. Her dönemin, deneyimin ve mekanın kafamıza kazınmış bir kokusu muhakkak vardır. Her zaman farkında olmasak da aslında son derece önemli bir koku hafızasına sahibiz. İnsanlar parfümler kullanır. Bu parfümler aslında kişilerin karakterlerini de yansıtır. Çünkü herkes kendine en çok yakıştırdığı kokuyu seçerek kendi için bir tarz yaratır. Koku duyusu beyinde yaratıcılık, hafıza ve duygunun yer aldığı bölümde bulunuyor ve beyni inanılmaz bir hızla çalıştırıyor. Mesela bir koku, daha ilk duyduğunuz anda size birini çağırabiliyor; bir tanıdığınızı, sevgilinizi, arkadaşınızı.. Ya da çocukluğumuzla özdeşleşen kokular vardır; silgi ya da pastel boya kokuları gibi.. Kokunun bazı duyuları harekete geçirdiği de gerçek. Örneklerle, uygulamalarla ispatlanmış bir şey var ki gerçekten koku, pazarlamada da inanılmaz bir etken. Otellerde, mağazalarda, alışveriş merkezlerinde, casinolarda havalandırma sistemlerinin esanslandırılması müthiş sonuçlar doğurabiliyor. Mesela alışveriş merkezlerinde kullanılan kokular, alışveriş yapma isteğini tetikler. İş yerlerinde kullanılan bazı kokular konsantrasyonu, dolayısıyla verimi artırır. Hastanelerde kullanılan kokular, rehabilitasyon etkisi ile hastaların moralini yüksek tutar. Bu konuda çok ciddi araştırmalar yapılarak kokuların etki alanları da belirlenmiş. Ben de bu fikirden hareketle yaptığım araştırmalar neticesinde Prolitec firmasının bu konuda 1996 yılından beri faaliyet gösterdiğini öğrendim ve firmanın Türkiye distribütörlüğünü alarak 2009 itibariyle Brandessence'ı kurdum. 2009 yılı kriz yılı olduğundan kimilerine göre çok doğru bir dönem değildi ama benim inancım, insanların işlerini daha iyi hale getirebilecekleri bir sistemi reddetmeyeceği yönündeydi. Kısa vadede gerçekleştirdiğimiz uygulamalar da haklı olduğumu kanıtlıyor.

Kendi kokusuna sahip markalar

Üzerinde çalıştığımız konu belli başlıklara ayrılıyor. Sistemlerimiz kötü kokuları maskeleyiyor, nötralize ediyor. Mesela otellerin restoranlarından lobiye taşan kokuları ortadan kaldırmak gibi. Hem kötü kokuyu ortadan kaldırıyor, hem de ortamı esanslandırarak güzel ve ambiansa uyum bir şekilde kokmasını sağlıyoruz . İşin markalaşma boyutunda ise bazı firmalar kendilerine has kokular ile markalarını destekliyorlar. Mesela bebek şampuanlarının belli kokuları vardır ve o koku her zaman o markayı çağırır, hatta koku, markanın adı ile anılır. Bunu bazı büyük mağazalar, oteller, alışveriş merkezleri gibi mekanlar da tercih ediyor. Dünya üzerinde kendi kokusuna sahip çok sayıda otel, mağaza, marka bulunuyor. Koku aynı zamanda hava kalitesini de artırıyor.

Nano teknolojili ürünler kullandığımız için havalandırma sistemlerinde herhangi bir sorun yaratmıyor

Önerdiğimiz cihazları mevcut havalandırma sistemlerine, klima santrallerine monte edebiliyoruz. Yani ekstra bir masraf gerektirmeyen ve çok kolay monte edilebilen sistemler kuruyoruz. Bu sistemlerden yayılan damlacıklar nano boyutunda olduğundan, ürünlerimiz havalandırma sistemlerinde kesinlikle bir kirliliğe yol açmıyor. Cihazlarımız tamamen bilgisayarlı ve programlanabilir özelliktedir. Mekanın büyüklüğüne, havalandırma cihazının kapasitesine ve mekana özel topladığımız teknik verilere göre ayarlar yapılabilir. Zaman ayarı özelliği mevcuttur. Cihazların içinde yenilenebilir esans kartuşlarımız bulunuyor. Kartuşlar bittiğinde yenisiyle değiştirilebiliyor. Ayrıca aktivite bazında farklı koku ihtiyaçları için farklı kartuş kokuları kullanılabilir. Cihazların kullanımı bu açıdan son derece kolay. Türkiye'de şu anda Trio, İstinye Park ve Etiler'de bulunan SPA merkezlerinde sistemimiz kullanılıyor. Birçok restoran, iş merkezi ve otelde de sistemlerimizi kurduk, müşterilerimiz oldukça memnun. İnsanların konuya ilgileri oldukça iyi seviyede...



Koku seçimi bir uzmanlık alanıdır

Hangi kokunun hangi mekanda kullanılması gerektiği gerçek anlamda bir uzmanlık konusu. Bu konuda Hunca ile olan geçmişimizden dolayı tecrübeliyiz. Bir de daha önce bahsettiğim parfümevlerinden ciddi anlamda destek alıyoruz. Mekanlarda yanlış koku seçimi ve yanlış konsantrasyon rahatsızlık yaratır. Kokunun doğru seçimi ve uygulaması hafife alınmaması gereken son derece önemli bir konu. Bizim de en önemli “know how”ımız. Pastaneler için çikolata kokusu, cafeler için kahve kokusu kullanılabilecek klasik kokulardır.

Ama özel uygulamalarda mekanların dekorasyonu, kullanım amacı, renkler, aksesuarlar ve hedef kitlenin kim olduğu, yaş grubu gibi verileri kullanarak koku önerisinde bulunuyoruz. Esans kataloğumuzda hangi mekanlar için hangi kokuların kullanılması gerektiği ile ilgili bilgiler yer alıyor. Ama bazı mekanlar ve markalar, kendilerine has bir koku istiyorlarsa bunun için özel parfüm üretimi de gerçekleştirebiliyoruz.

Hijyen ve parfümü bir arada sunacağız

Yapmak istediğimiz en önemli şey ise koku ve hijyeni bir arada sunmak. 2010 yılı itibari ile multi-fonksiyonel ürünlerimizi de piyasaya sunacağız. Sistemlerimizle kötü kokuları nötralize edip mekanı güzel bir şekilde esanslandırırken aynı zamanda havayı dezenfekte edip ve haşerelerle mücadele ediyor olacağız. Havadaki mantar ve bakterilerin sürekli bir sistemle yok edilmeleri bazı sektörler için son derece önemli bir gelişme. Özellikle hastaneler için çok önemli bir konu bu. Bilindiği üzere hastanelere keskin bir antiseptik kokusu hakimdir ve rahatsızlık verici bir kokudur bu. Hastanelerde hem hijyen sağlayan hem de ortamı güzel esanslandıran bir sistemin çok ciddi anlamda talep göreceğini düşünüyoruz. Özellikle İngiltere’de hastanelerin pek çoğunda bu sistemler kullanılıyor.

Bize sıkça sorulan birtakım sorular var. Mesela özel koku tasarımı yapıp yapmayacağımız. “İmza esans” diye adlandırılan bu tür çalışmaları yapıyoruz. Bir otel için tasarladığımız koku, daha sonra sırf otelin havalandırma sistemlerinde değil, aynı zamanda otelde kullanılan şampuanlar, sabunlar gibi otele özel ürünlerde de kullanılabiliyor. Kullandığımız esanslar arasında “hypo-allergic” çeşitlerimiz mevcut, geleneksel yöntemlere kıyasla doğayla son derece uyumlu, yeşil ve sağlıklı sistemleri öneriyoruz. Sistemlerimizle çok geniş alanlarda koku seviyesi ve kontrolü layığı ile yapılabilir. Bir de güvenlik kısmı var; esansların hiçbirisi yanıcı ya da patlayıcı özellikte değil. Bu nedenle güvenlik konusunda da herhangi bir tehlike arz etmiyor.

Kapalı ya da yarı açık mekanlarda esanslandırma yapabiliyoruz

Sistemler çok farklı büyüklükteki mekanlar için de etkileyici sonuçlar veriyor. Mesela Paris metrosu, bazı stadyumlar, tren istasyonları, Las Vegas’ta kumarhaneler gibi

büyük alanlarda esanslandırma sistemleri kullanılıyor. Bir tek cihazımızla ortalama 1500 metrekairelik bir alana kadar etkili bir şekilde esanslandırma yapılabiliyor. Bu cihazları çoklu adetlerde kullanarak pratik olarak sonsuz büyüklükte alanı esanslandırma imkanımız mevcut. Cihazlarımız arasında ev tipi cihazlar da bulunuyor. Yani küçük mekanlardan çok büyük mekanlara kadar her yer için esanslandırma yapmamız mümkün.

Türkiye’de üretime başlayacağız

Kullandığımız kartuşlar ve cihazlar Amerika’dan Prolitec’ten ithal ediliyor ve patentli sistemler. Prolitec Türkiye’yi potansiyel bir pazar olarak görüyor. Hatta Türkiye üzerinden Ortadoğu’ya satış da gündemdeki konularımız arasında. Türkiye’nin belli bölgelerinde ofisler açmayı planlıyoruz. Şu anda bazı servis firmaları ile yaptığımız anlaşmalar ile hizmet veriyoruz ama kısa zamanda Türkiye’nin her ilinde faaliyet göstermek istiyoruz. Bu yıl firmamız için güzel bir başlangıç yaptık, 2010 ise bizim için çok hareketli bir yıl olacak. Çalışmalarımıza temsilciliğini yaptığımız Prolitec’in iç ortam hava kalitesini arttırmaya yönelik diğer sistem ve ürünleri ile devam etmeyi düşünüyoruz.



Ana SayfaHakkımızda Haberler Firmalar Etkinlik ve FuarlarAbonelik-AlışverişAbone Yazı KoşullarımızYararlı Linkler

Yararlı Bilgiler Sektörel Fihrist Reklam Mesleki Örgütlerİnsan Kaynaklarıİletişim Arşiv

© DOĞA SEKTÖREL

YAYIN GRUBU