

KÄÄT
ÜSTÜNDE



KALMASIN



“Kağıt Üzerinde Kalmasın” fikri, proje günü tanıştığımız Hasan Amca’nın plastik kaşık üretimini ve bu alandaki deneyimini bizimle paylaşmasıyla başladı. O gün fark ettik ki bazı fikirler **yalnızca bir ürün değil**; arkasında emek, üretim bilgisi ve büyümeyi bekleyen gerçek bir hikaye taşıyor.

Hasan Amca’nın anlattıkları bize küçük işletmelerin ve yerel esnafların çoğu zaman iyi bir fikre, güçlü bir ürüne ya da üretim potansiyeline sahip olduğunu; ancak fon, yatırımcı, görünürlük ve doğru bağlantılara ulaşmakta zorlandığını gösterdi.

Biz de bu noktadan yola çıkarak “**Kağıt Üzerinde Kalmasın**” platformunu geliştirdik. Amacımız, keşfedilmeyi bekleyen küçük işletmeleri, esnafları ve yerel üreticileri yalnızca tanıtmak değil; onları fon kaynakları, yatırımcılar ve iş birlikleriyle buluşturarak fikirlerinin gerçekten hayata geçmesini sağlamak.

SORTUNILAR



OLASI

SORTUNILAR

SORTUNILAR

**güven
problemi**

**samimiyetin
kaybolması**

**işletmelerin
dijital
yetersizliği**

**yatırımcıya
ulaşma
zorluğu**

**ölçeklenme
problemi**

**mini not:
hallettik bile!**

Projemize Uygun Pazarlama Teknikleri

**VIDEO
SERISI**

1. Video: "Bir öğle arası yemeğinde bizim için yeni girişimlere ilham kaynağı olacak harika bir tasarımla karşılaşacağımızı bilmiyorduk." (Merak uyandırma).

2. Video: Esnafın dükkanından kesitler. 7 kat kağıdı nasıl bir araya getirdiğini gösteren dürüst, filtresiz, samimi görüntüler.

3. Video: Ürünün plastiğe meydan okuyan sağlamlık testi

Toplum tarafından popüler ama samimiyetsiz bulunan influencerlaryerine günlük hayattan kesitler daha güven verici algılanacaktır.



Projemize Uygun Pazarlama Teknikleri

**SEFFAF
İLETİŞİM**

Sosyal medya dilimizde fazla iddialı “dünyayı kurtarıyoruz” söylemleri yerine, daha gerçekçi ve samimi bir yaklaşım benimsiyoruz.

Ürünümüzü yalnızca sürdürülebilir bir alternatif olarak değil; Hasan Amca gibi yerel üreticilerin emeğini ve hayallerini görünür kılan bir hikaye olarak konumlandırıyoruz.

Bu süreçte hammaddeleri ve üretim aşamalarını Ahilik kültürüne uygun şekilde şeffaf bir dille paylaşacağız.

Aynı zamanda tüketiciyi suçlamadan, küçük tercihlerin uzun vadede çevresel ve toplumsal faydaya dönüşebileceğini anlatacağız.



Projemize Uygun Pazarlama Teknikleri

**LESS IS
MORE**

Sosyal medya stratejimizde işletmeleri doğrudan büyük siparişlere yönlendirmek yerine, küçük ve risksiz bir ilk adım sunmayı hedefliyoruz.

Bu nedenle “Kapıdaki Ayak Etkisi” yaklaşımıyla kafelere ücretsiz deneme paketi göndererek ürünü deneyimlemelerini sağlayacağız.

Numuneyi deneyen ilk işletmelerin yorumlarını, videolarını ve müşteri geri bildirimlerini sosyal medyada paylaşarak “sosyal etki” yaratacağız. Böylece diğer işletmelerin de ürüne güven duyması ve sürece dahil olması kolaylaşacaktır.

Ayrıca profil ve başvuru yönlendirmelerimizi sade tutarak kullanıcıyı fazla seçenekle yormayacağız. “Ücretsiz numune iste” ve “Hikayemizi oku” gibi net yönlendirmelerle başvuru sürecini kolaylaştıracacağız.



TASARIM DİLİMİZ



TASARIM DİLİMİZ

Platformumuzun görsel kimliği; canlı renkler, büyük tipografiler, kolaj estetiği ve el çizimi illüstrasyonlarla şekillenir.

Bu dil, küçük işletmelerin samimi hikayelerini modern, dikkat çekici ve yatırımcıya hitap eden bir yapıya dönüştürür.

Amacımız, esnafı yalnızca destek bekleyen bir işletme olarak değil; keşfedilmeyi hak eden güçlü bir marka hikayesi olarak konumlandırmaktır.

Küçük not olarak, bu yaklaşım sosyal medya stratejinizdeki "samimiyet, güven ve duygusal bağ kurma" hedefiyle de uyumlu duruyor.