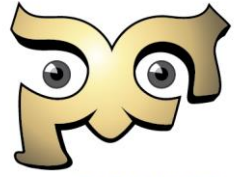




BAYKUŞ
ÖDÜLLERİ
2018

İnotavitif Baykuş
ALTIN ÖDÜL



BAYKUŞ
ÖDÜLLERİ
2018

“Joy” Filminden İlham Aldık, Yaratıcılıkta Sınır Tanımadık - İnovatif Baykuş

Genel olarak 1980 – 1995 yılları arasında dünyaya gelenlerin oluşturduğu kuşak Y Kuşağı olarak anılıyor ve “Y Kuşağını Anlamak” konusu herhalde son yıllarda karşımıza en fazla çıkan araştırma konularından biri. Her seferinde farklı bir açıdan bakıp Y ve ondan sonra gelen Z jenerasyonunu anlamaya çalışan araştırmacılar ve araştırma verenler olarak biz de bir kez daha bu kuşakları anlamak istiyorduk.

Bu sefer konunun odağında şu soru vardı: Farklı jenerasyonların temizlik alışkanlıklarında farklı yaklaşımlar, farklı uygulamalar, farklı beklentiler var mıdır? Varsa bunları nasıl en doğru, bu jenerasyonlara en yakın hissettirecek şekilde yakalarız, öğreniriz? Daha da önemlisi sonuçları kendileri de bizatihi Y ve hatta Z jenerasyonu olan araştırma veren ekibe nasıl aktarırız, nasıl içselleştiririz? Tüm bunları yaparken de daha önce yapılmış pek çok “kuşak” çalışmasından farklı bir şeyler yapmayı nasıl başarırız?

Konu “Y ve Z Kuşağı” olunca yaratıcı, bambaşka bir şey yapmamız gerekiyordu. Ama ne yapmalıydık?

Konuyu biraz daha basit düşünerek başlayalım yola dedik. Nasıl olsa bu jenerasyonlar basit, kolay anlaşılır şeyleri seviyor. Nedir yapılmak istenen günün sonunda? Bir takım temizlik ürünlerini tam da bu jenerasyonların istediği özellikleri, karşılaşmasını istedikleri beklentileri duyuracak şekilde pazarlamak, satışa sunmak... Bunlar aklımızda dolaşırken, çok beğendiğimiz bize ilham veren bir sinema filmi aklımıza geldi: 2015 yapımı, David O Russell’in yönettiği, başrolünde Jennifer Lawrence’ın oynadığı “Joy” filmi... bu filmde ilham alarak gerçekleştirdiğimiz projede ev değiştirme etnografisi, workshoplar ve sosyal medyanın sıklıkla kullanıldığı,, yaratıcı kalitatif bir çalışma gerçekleştirdik.

Çalışma oldukça kapsamlı olmasına rağmen hem çok kısa sürede tamamlandı hem de bir sonraki aşama olan fikir değerlendirme aşaması yerine workshop’ın hemen ertesi günü yapılan oylama oturumu ile filtreleme yapılarak etkili ürün ve iletişim fikirlerinin üzerinde hemen çalışılması sağlandı. Bu da araştırma veren firma tarafında zaman ve finansal anlamda önemli bir verimlilik yarattı.

GAME CHANGERS

