



## Grafik Tasarım ve Reklam (Gerilla Pazarlama Yöntemi)

### Graphic Design and (Guerilla Marketing)

Dr. Öğr.Üyesi Abdulkadir ÖZDEMİR

Hitit Üniversitesi, İskilip Meslek Yüksekokulu, Çorum /Türkiye  
ORCID NO: 0000-0002-3337-4274

#### ÖZET

Grafik Tasarım ve Reklam, günümüzde oldukça yaygın ve gün geçtikçe önemi ve etkisi artan reklam tekniklerindedir. Araştırmalarda 1980'li yıllarda başlayan ve reklam açısından oldukça etkili olan Gerilla Pazarlama reklam tekniği ve Grafik Tasarım ilişkisi incelenerek ürün tanıtımlarına olan etkileri araştırılmış, tasarımlar analiz edilerek örnekler verilmiştir.

İnsanlığın tarihi kadar eski olan " iletişim " günümüzde de etkisini göstermektedir. Reklam ve tasarım birbirinden ayrılmaz bir parça, birbirini tamamlayan iki olgudur. Reklam ve tasarım siyasi partilerden en küçük firmaya kadar her alanda kullanılmaktadır, insanlar farkında olsun olmasın radyoda, televizyonda, gazetelerde, dergilerde, reklam panolarında vs., sürekli reklamlar, tasarımlarla karşılaşmaktadırlar.

Gerilla Pazarlama tekniği farklı ve hızlı büyüme sağlayınca dikkat çekmiş ve her firma tarafından uygulanmaya başlanmış bir tanıtım aracıdır.

Büyük, küçük firmaların rekabet edebilmeleri adına ilk kez Jay Conrad Levinson tarafından uygulanmıştır.

J. Conrad Levinson bu pazarlama tekniğine "gerilla pazarlama-tanıtım (Guerilla Marketing-Advertising)" adını verdi. Gerilla Pazarlama tekniği daha ekonomik, hedef kitleye hızlı ulaşması ve etkili bir yöntemdir. Gerilla Pazarlama tekniği hayal gücü ve tasarım gerektiren bir olgudur.

**Anahtar Kelimeler:** Grafik Tasarım, Reklam, Gerilla Pazarlama, Gerilla Reklamcılık

#### ABSTRACT

Graphic Design and Advertising is one of the most common advertising techniques with increasing importance and influence day by day. In researches, Guerilla Marketing advertising technique and graphic design, which started in the 1980s and were very effective in terms of advertising, were examined and their effects on product promotions were investigated, designs were analyzed and examples were given.

"Communication", which is as old as the history of humanity, is still effective today. Advertising and design are inseparable parts, two complementary phenomena. Advertising and design are used in every field from political parties to the smallest firm, whether or not people are aware of it, they constantly encounter advertisements and designs on the radio, television, newspapers, magazines, billboards, etc.

Guerilla Marketing technique has attracted attention when it has achieved different and rapid growth and it is a promotional tool that has been applied by every company.

It was first applied by Jay Conrad Levinson to help large and small companies compete.

J. Conrad Levinson called this marketing technique "Guerilla Marketing-Advertising". Guerrilla Marketing technique is a more economical, fast reaching and effective method. Guerilla Marketing technique is a phenomenon that requires imagination and design.

**Keywords:** Graphic Design, Advertising, Guerilla Marketing, Guerilla Advertising

## 1.Giriş

Araştırmamız gerilla pazarlama tekniği ve grafik tasarım sanatının kullanımı ve tanıtım ve iletişim açısından önemini inceleyeceğiz. İnsanlar tarih boyunca iletişim kurmak için çeşitli iletişim yöntemleri denemişlerdir. Sözlü, işaretler ve yazının bulunmasıyla iletişim, günümüze kadar gelişerek devam etmiştir.

Teknolojinin gelişmesiyle iletişim gelişmeye devam etmektedir. İnsanlar artık birbiriyle dil bilmeseler bile farklı ülkedeki insanlarla insanlarla rahat bir şekilde iletişim kurabilmektedirler. İnsanlık tarihi boyunca önemli olan iletişim sürecinde grafik tasarım sanatının önemli bir yeri vardır ve iletişime katkı sağlamaktadır.

Grafik tasarım sanatı çok geniş alana sahip olsa da araştırmamızda gerilla pazarlama tekniği ile birlikte grafik tasarımın tanıtıma ve iletişime olan etkisini örneklerle inceleyeceğiz.

Reklam, satıcı ve alıcı arasındaki iletişim kurma sanatıdır. TDK ya göre reklam bir şeyi halka tanıtmak, beğendirmek Reklam aynı zamanda ürün tanıtmak, ikna etme ve pazarlama yöntemidir.

Pazarlama ve reklamın amacı insanlara özellikle hedef kitleye en hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmaktır. Günümüzde reklam araçları sadece ürünler ve firmaların kullandığı yöntem değil siyasi partiler dahil hemen hemen her alanda kullanılmaktadır. İnsanların dışarda gezerken evde otururken her an reklam ve tanıtımla karşı karşıya kaldıkları günümüzde reklam ve tanıtımın önemi görülmektedir.

## 2.Grafik Tasarım ve Reklam

“Grafik tasarım, görsel bir iletişim sanatıdır. Birinci işlevi de, bir mesaj iletmek ya da bir ürün ya da hizmeti tanıtmaktır. Grafik tasarım terimi ilk kez 20. Yüzyılın ilk yarısında metal kalıplar oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır.” (Emre Becer, 1997, s. 33)

"Tanıtım ve reklam amacıyla görsel bir malzeme üretmek gereksinimi duyan her kurum, oluşturduğu görsel yapıyla yeni bir iletişim boyutu yaratır. Bu boyut o kurumun kimliğini, vizyonunu, özetle sorunu ele alış tarzının mesajını verir. Görsel iletişim özellikle göstergeler bombardımanı altında olan insanın, ayırtırmak ve çözümlenmek zorunda olduğu bir sorunsaldır" (T. Fikret Uçar, 2004, s. 28)

Günümüzde insanların iletişim rahatlığı ve kolaylığı grafik tasarım sanatına ve kullanılan imgelerin kolay algılanabilmesine bağlıdır. Grafik Tasarım bir ürünü nesneyi veya hizmeti tasarım yolu ile iletmek ve tanıtmaktır. Ürün çeşitliliği ve rekabetin gittikçe arttığı bu zamanda grafik tasarımında önemi artmış ve artmaktadır.Grafik Tasarım ile yapılan tanıtımlarda hedef kitleye hızlı ve kolay ulaşmak ve hedef kitle üzerindeki etkisi artmaktadır. Akılda kalıcılık açısından grafik tasarım tanıtım açısından önem arz etmektedir. “Birçok iletişim organı, görsel ve sözel mesajların etkili ve çekici bir hale getirmek amacıyla grafik tasarımcılarla işbirliği içine girerler (Becer 2013: 13)”.

Reklam bir firma için önemli araçtır. Grafik tasarım açısından reklam ise uygulama, tasarım şekli ve sunulmasıdır. Grafik Tasarım , tanıtım , hedef kitle ve iletişim açısından Gerilla Pazarlama ve diğer reklam araçları için vazgeçilmez bir unsurdur. Reklam, hedef kitleye ürünü tanıtmak, aldırarak ve akılda kalıcı olmasını sağlamak amacı taşıdığı için bunları başarması yapılan tasarıma bağlıdır.

### 3.Gerilla Pazarlama Tekniği

Türk Dil Kurumu'na göre gerilla:"Düzenli bir orduya karşı küçük birlikler hâlinde çatışan, hafif silahlarla donatılmış topluluk."

Düşük bütçe ile büyük hayallerin pazarlama tekniği olan gerilla pazarlama tekniği girişimcilerin yeni pazarlama tekniğidir.Bu tanımı pazarlamaya ve tanıtıma uyarlıysak büyük ve rekabet edilemeyen firmalarla bu teknikle rekabet etmek ve hedef kitleye hızlı, kolay ve ucuz bir şekilde ulaşmaktır.

Gerilla pazarlama farklı tekniklerle, minimum yatırım ile maksimum geri dönüşlerin alındığı pazarlama stratejileri bütünüdür. (<http://www.marketingma.com>)

Gerilla pazarlama, işletmelerin özellikle küçük işletmelerin ucuz, kendinden bahsettirebilecekleri rekabet güçlerini artırmak için kullanabilecekleri bir tekniktir. Tüketici davranışları, istek ve arzularının değiştiği , klasik pazarlama tekniklerinin güncelliğini kaybettiği, bütçesi küçük olan yatırımcıların için ideal bir pazarlama tekniği olduğu görülmektedir.

#### 3.1.Gerilla Pazarlama Özellikleri

Levinson, gerilla pazarlamanın özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır. (Zavisic ve Medic, 2006: 421):

- Gerilla pazarlama küçük şirketler için uygundur.
- İnsan psikolojisi yerine deneyim, yargı ve varsayımlara dayalı olmalıdır.
- Pazarlama para yerine zaman, enerji ve hayal gücü olmalıdır.
- İş başarısı, satış değil kar olmalıdır.
- Gerilla pazarlamacı yeni bağlantılar arayışlar kurmalıdır.
- Gerilla pazarlama tekniğinde rekabet ve diğer şirketlerle işbirliği yapılmalı
- Gerilla pazarlamacılar, bir kampanya yaparken pazarlama yöntemlerinden yararlanmalı
- Gerilla pazarlamanın büyük bir önemi, modern teknolojiyi kullanmalıdır.

#### 3.2.Gerilla Pazarlama Kullanım Alanları

Gerilla pazarlama tekniği küçük ve orta ölçekli işletmelerin diğer büyük işletmelerle rekabet edebilmeleridüşüncesiyle ortaya çıkmış fakat tüm işletmelerin kullandığı bir pazarlama tekniği olmuştur. (Arslan, 2009, s.15).Gerilla pazarlama tekniği bütün firmaların kullanabileceği bir pazarlama tekniğidir.

#### 3.3.Gerilla Pazarlamanın 10 Kuralı

Parker'a göre (2006), gerilla pazarlamacıların uymaları gereken on kural şunlardır:

- Amaç
- Tanınma
- Okunabilirlik
- Vurgu
- Basitlik
- Anında İletişim
- Verimlilik
- Sınırlamalar

- Görevlendirme
- İşçilik:

### 3.4.Gerilla Pazarlama (subliminal) Mesajlar

Ürünü beğenme yada beğenmeme oranları bilinçaltı girdilerle tetiklenip etkileneceğini inceleyen Robert Zajonc ve Knust, bireyin herhangi bir nesne ile sürekli karşılaşmasının, bireyin ilgisini olumlu yönde değiştirdiğini iddia eder. Bu bilgilere göre firmalar ürünlerini akılda kalıcı imgelerle tasarlamalıdır. İvan Pavlov “her uyarıcı, organizmada belleksel bir iz bırakır ve bu uyarıcıyla özdeş olan ya da çağrışımlı ilişkisi kuran her yeni uyarıcı bu izi yüzeye çıkarır” der. (T. Fikret Uçar, 2004, s. 65-75)

Büyük şirketler kar elde etmelerine rağmen, devamlılığı sağlayabilmek için tutundurma ve akılda kalıcılık reklamları yapmaktadırlar. Yani ne kadar çok görürsek karşılaştığımız bilinçaltına gireni o kadar çok seviyoruz.

### 3.5.Gerilla Pazarlamanın Geleceği

Gerilla pazarlama, uzun zamandır sektöre öncülük eden bir tekniktir. En önemli nedeni farklı bir pazarlama tekniği olmasıdır. Gerilla pazarlama tekniği diğer pazarlama tekniklerinden ayıran en önemli fark kâr olmasıdır. Gerilla pazarlama değişim odaklıdır. (Levinson ve Hanley, 2006, 173-17).

### 3.6.Gerilla Tasarım Örnekleri

Bu başlık altında başarılı gerilla tasarım örneklerinden birkaç tanesinin görüntüleri ve açıklamalarıyla birlikte ele alınmıştır.



Resim 1

Sadece havalanı, toplu taşıma, yaya geçidi vs değil yollarda hemen hemen her yerde gerilla pazarlama tekniği kullanılmaktadır. Resim 1 de örneğin, Miele'nin bir yolda bulunan tünelin girişini sanki elektrikli süpürgelerden birinin borusuymuş gibi simüle ettiği bu gerilla pazarlama tekniği örneği.



Resim 2

Resim 2’de Otobüsdeki tutacak yerlerinde bulunan gerilla pazarlama tekniği ile kolda saat varmış gibi algılanması örneğinde, kollar bir reklam ögesi olarak kullanılmış. Saat markası IWC'nin düşündüğü bu gerilla pazarlama tekniği, ile otobüs tutacaklarına özel tasarımla kullanan yolcuların dikkatini çekmek ve saatin bileğine nasıl oturduğunu görmesi ve ürünün akılda kalıcılığı açısından etkileyici bir teknik.



Resim 3

Resim 3’de Onlar adına Ikea bir adım daha ileri giderek caddenin ortasındaki bir bankın etrafındaki tüm alanı minderler, sehpalar ve kilimlerle süsleyerek ürünlerinin rahatlığını artırdı. Bu örnek, sokağın ortasında gerilla pazarlamasının en büyük olanaklarından birini gösteriyor ve



ürünlerini kullanıcılara yaklaştırıyor. Bu durumda kullanıcı, normal alanlarının özelleştirilmiş olduğunu görünce şaşırarak kalmaz, aynı zamanda markanın belirli ürünlerini kullanır.



Resim 4

Tesla hayranlarının otomobilin otopilot işlevini kullanarak kendi videolarını çekmesi gibi, markanın yeni teknolojisinin komik videoları sayesinde viral hale geldiği biliniyor. Sonuç olarak, marka nasıl dikkat çekileceğini biliyor.

#### 4.Sonuç

Araştırma gerilla pazarlama tekniği ve grafik tasarım tanıtıma ve akılda kalıcılığa etkisi olan araştırmamız hedef kitle, rekabet ortamı farklılaşması, sürekli değişen bir pazar olması, bu pazara ayak uydurmak güncelliği korumak çıkan yeniliklere uyum sağlamak ve piyasada ayak da kalmak ve tutunmak adına önemli bir araştırmadır. Hedef kitleyi doğru zamanda doğru yerde yakalamak şarttır.

Sürekli reklamlarla karşılaşan hedef kitlenin bunca reklam arasında aklında kalan bir reklam olma çabası açısından gerilla pazarlama tekniği ile hedef kitleye verilmek istenen mesaj daha hızlı ve akılda kalıcı olarak verilebilmektedir.Bu sebeple hem firma açısından pazarda yer edinmek ve rekabet hedef kitle açısından marka imajı,akılda kalıcılık açısından gerilla pazarlama tekniği önemli bir yer edinmiştir.

Pazarlama tekniklerinin zamana göre yetersiz olması, tekelcilik, küreselleşme gibi sebepler gerilla pazarlama tekniğinin ortaya çıkmasına ve önem kazanmasına sebep olmuştur.

Firmalar için ucuz ve etkili bir yöntem olan ve çok kullanılmaya başlanmış bir pazarlama tekniğidir. Küçük işletmeler için ortaya çıkmış olsa da günümüzde büyük, küçük birçok firma gerilla pazarlama tekniklerini kullanmaktadırlar.

Çalışmalar incelendiğinde, örneklerin bazıları uygulama alanı bakımından birbirine benzemektedir. Örnek havaalanı, otobüs durakları ve billboardlar gibi alanlar kullanılmıştır.

Gerilla Pazarlama tekniği uygulanan çalışmalarda , mizah unsuru ağırlıkta olmak üzere mutluluk, özgüven, cesaret gibi olumlu öğeler kullanılmıştır.

Grafik tasarım hedef kitleyi etkileyen akılda kalıcı hayal gücüne dayanan üretken bir sanat olduğu gerilla pazarlama ise diğer pazarlama tekniklerine göre farklı hayal gücüne dayanan bir

pazarlama tekniği olması hem grafik tasarım sanatına benzerlik göstermesi hem de gerilla pazarlama tekniğinin tasarlanıp hedef kitleye etkileyici bir şekilde sunulması açısından önemlidir. Teknolojinin gelişmesi ve görsel iletişimin çok önemli olduğu günümüzde hedef kitleye hızlı bir şekilde ulaşmak için fikir,tasarım,hayal gücü, dikkat çekici fikirler üretmek gerekmektedir.

Rekabet ortamının çok güçlü olduğu, teknoloji ve değişimin sürekli geliştiği bir zamanda, bu zamana ayak uydurmak gerekmektedir aksi takdirde yok olma ihtimali bulunmaktadır.

## KAYNAKÇA

### Kitap

Arslan, S. (2009). “*Turizm Sektöründe Alternatif Bir Pazarlama Stratejisi Olarak Gerilla Pazarlamanın Kullanılması: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Emre Becer, İletişim ve Grafik Tasarım (Dost Kitabevi, 1997) s. 33

Levinson, Jay Conrad. **Guerilla Marketing**. (New York, 1998).

Parker, C.R. 2006 “*The 10 Commandments of Guerrilla Marketing Design*”,

Uçar, T. Fikret. **Görsel İletişim Ve Grafik Tasarım**. Birinci Basım, Ankara: (2004, s. 65-75)

Uçar, T. Fikret. **Görsel İletişim Ve Grafik Tasarım** ( İnkılâp, 2004, s. 28)

Zavisic, Z. ve Medic, M. (2006), “*The Marketing Of Small Enterprises, Guerilla Marketing*”, Faculty of Economics in Osijek, Croatia in its Journal Interdisciplinary Management Research.

### İnternet

<http://www.gmarketing.com>

<http://www.marketingma.com>

<https://www.spacex.com/>