

ÇOCUK ÜRÜN AFİŞLERİNİN EBEVENLERİN SATIN ALMA KARARLARINDA ETKİSİ; E BEBEK INSTAGRAM GÖNDERİLERİ ÜZERİNDEN BİR UYGULAMA

THE EFFECT OF CHILDREN'S PRODUCT POSTERS ON PARENTS' PURCHASE DECISION; AN APPLICATION ON EBEBEK INSTAGRAM POSTINGS

İrem Nihan TEKELİ İstanbul Arel Üniversitesi, TÜRKİYE

iremttekeli22@istanbularel.edu.tr, ORCID: 0009-0005-9646-7469

Özet

İçinde bulunduğumuz çağda artık ürün ya da hizmeti tanıtmak, o ürün ya da hizmet hakkında hedef kitleyi bilgilendirmek için kullanılan reklam mecraları çeşitlilik göstermektedir. Öyle ki daha önceleri sadece geleneksel mecra da karşılaştığımız afiş tasarımları artık teknolojiye de bağlı olarak yeni medya platformlarında da karşımıza çıkmaktadır. Markalar sundukları hizmet ya da ürüne ilişkin tanıtım faaliyetleri arasında sosyal medya platformlarında sıklıkla kullanılmaktadır. Nitekim markalar, ürünlerinin hedef kitleye ulaşmasını isterler. Satın almayı yapan kişinin bu ürünleri almaya ikna olması ve iyi bir deneyim yaşaması alacakları ürünün ekonomik kısmına, erişimine, müşteri deneyimlerine ve önüne çıkan ürün tasarımındaki algısında neler yarattığını anlamamızda etkisi vardır çünkü afişler bu bağlamda geçmişten günümüze en etkili iletişim araçlarından biridir. Nitekim bir duyuru ya da ürün/hizmet hakkında hedef kitleyi bilgilendirici görevler üstlenir. Ürün tasarımları hedef kitle üzerinde doğrudan mesajı vererek algı yaratmasında yardımcı olmaktadır.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı sosyal medya platformlarında çocuk ürünlerinin ebeveynlerin satın alma eğilimlerine etkisinin ne olduğu ortaya çıkartmaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada e bebek markasının instagram hesabını kullanan ebeveynlerin afiş tasarımlarına yönelik tasarım algılarının değerlendirilmesi amacıyla nitel bir araştırma yöntemi olan odak grup çalışması gerçekleştirilecektir. Örneklem gruba dahil edilen katılımcılar 10 kadın-anne olarak belirlenmiştir. Odak grup çalışmasından elde edilen bulgular doğrultusunda araştırmacı tarafından e bebek markası instagram hesabı için afiş tasarımları gerçekleştirilecektir. Araştırmanın sosyal medya platformlarından instagram'ın markalar üzerindeki bilinirliği etkilerini belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilmesi nedeniyle bu alanda yapılacak çalışmalara teknik ve teorik açıdan katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Instagram, E-bebek, Tasarım, Etkileşim

Abstract

In the current era, the advertising channels used to promote the product or service and to inform the target audience about that product or service vary. So much so that poster designs, which we encountered only in traditional media, now appear on new media platforms, depending on technology. Brands frequently use social media platforms among the promotional activities related to the service or product they offer. As a matter of fact, brands want their products to reach the target audience. The fact that the person who makes the purchase is convinced to buy these products and has a good experience has an impact on our understanding of the economic part, access, customer experience and perception of the product they will buy, because posters are one of the most effective communication tools from the past to the present. As a matter of fact, it undertakes tasks that inform the target audience about an announcement or product/service. Product designs help create perception by giving a direct message on the target audience.

In this context, the aim of this study is to reveal the effect of children's products on the purchasing tendencies of parents on social media platforms. For this purpose, a focus group study, which is a qualitative research method, will be carried out in order to evaluate the design perceptions of the poster designs of the parents who use the instagram account of the e Bebek brand. Participants included in the sample group were determined as 10 women-mothers. In line with the findings obtained from the focus group study, poster designs for the ebebek brand instagram account will be made by the researcher. It is believed that the research will contribute technically and theoretically to the studies to be carried out in this field, since the research is carried out to determine the awareness effects of Instagram, one of the social media platforms, on brands.

Keywords: Social media, Instagram, E-bebek, Design, Interaction