

Dokuz Tür Marka İlişkisi

Altta kalanın canı çıksın

Marketing Türkiye

Mayıs 2004

Marka Mimarisi (Brand Architecture) bizim mesleğin son yıllardaki en verimli kolu. Şirketler yeni ürünler çıkarıp yeni alanlara girdikçe, başka şirketler aldıkça veya işbirliklerine gittikçe ellerindeki marka ve **alt marka sayısı çığ gibi büyüyor** ve o karmaşayı çözmek giderek bir uzmanlık haline geliyor. Allah bereket versin!

Marka ilişkilerinde belli şablonlar olsa da nihai çözüme ulaşırken bilimsel araştırmalar kadar **kişisel tecrübelerden** de yararlanır ve çoğu zaman her vakaya özel, özgün bir çözüm üretilir. İlk satırda bahsedilen nedenle, bulunan özgün çözüm kısa sürede eskir ve yeniden bakmak gerekir. Allah bin bereket versin.

Konunun babası David Aaker tarafından oldukça net bir şekilde tanımlanan dokuz klasik **marka ilişkisi** ve sonrasında bizim yaptığımız dokuz yerel ekleme aşağıda bilgilerinize sunulmuştur:

Alt-Üst ilişkileri (Subbrands)

Master Brand as Driver. Bir ana marka ve bir alt marka var gibi görünse de burada ana marka abiliğini hep hissettirir. Örneğin **HP Deskjet veya Dell Dimension** markalarında ana marka olmadan diğeri neredeyse bir hiçtir.

Co-drivers. Bu ilişkide de bir alt-üst durumu vardır ancak alt marka o kadar ezdirmez kendini. "Sen **Sony** isen ben de **trinitronum**, kasılma o kadar" şeklinde kafa tutabilir.

Onaylama Durumları (Endorsed brands)

Strong Endorsement. Hesapta yeni bir marka lanse edilmektedir ve esas marka "onaylayan" pozisyonadadır ancak ana marka bunu öyle terbiyesizce yapar ki diğeri zor durumda bırakır, kişiliğini bastırır. Örneğin **Courtyard by Marriot** veya **Obsession by Calvin Klein**.

Linked Name. Bu ilişkide onaylayan marka diğeri adına vermiştir ama bunu sorun yapmamakta, tam tersine onu yetiştirdiği ve adını taşıdığı için gurur duymaktadır. Adını verdiği yeni aile üyesi kendi ayakları üzerinde duran bir markadır artık. **Nestea, Nescafe**.

Token Endorsement. Esas marka veya kurum varlığını hissettirmekte ancak bunu edepli bir şekilde yapmaktadır. **Lotus-IBM, Universal Pictures-Sony** gibi.

Markalar Evi (House of Brands)

Shadow Endorser. Onaylayan marka veya kurum bir çok markaya sahip olduğundan ve esas olarak kendi kişiliğine güvendiğinden kompleks yapmamakta, bünyesindeki markaların işine fazla karışmamaktadır. **Lexus-Toyota, Migros-Koç**.

Not Connected. Markanın kime ait olduğundan hiç bahsedilmez, kimse de sormaz. Markanın bir abiye, dayıya ihtiyacı yoktur. Kendi ayakları üzerinde duran yetişkin biridir o. **Pantene-P&G, Hacı Şakir-Colgate**.

Markalı Ev (Branded House)

Same Identity. Bu evde kimse öyle kafasına göre yeni adetler getiremez, farklı isimler alamaz. Bütün arabalar **BMW**'dir ve numaralarıyla ayrılırlar. "Sen bir hiçsin, genelevdeki 106 numaradan farkın yok!"

Different Identity: Aynı soyadını taşıyan ancak birbirinden farklı türde işler çeviren insanlardan oluşan kötü bir evdir burası. Abisi din adamı, kız kardeşi akşamları file çorabını giyip otoyola çıkıyor. Örneğin **Club Med, Singles vs Couples**.

Sağolsun David Aaker bir çok ilişkiyi net bir şekilde açıklamış. Ancak üstadın doğal olarak bilmediği Türk tipi markalar veya marka ilişkileri de var ki onların adını da biz koyalım:

"Durun, siz aslında kardeşsiniz!" markalar: **Turkcell-Hazır Kart, Arçelik-Beko**
Misafir edildiği evde tacize uğrayan markalar: **ToyotaSA, CarrefourSA, Popstar/Türkstar**

Markalar Mahallesi: "Markalı ev" olarak başlamış ancak zamanla Sultanbeyli gibi büyümüş olanlar; **Ülker** dışında bir örnek vermeye gerek yok.

Geldiği memleketi aşırı benimseyip köklerini reddedenler: **Doritos A la turca, McDonald's McTurco, Çarkıfelek.**

Hafızasını yitirmiş markalar: **İETT** (İstanbul Elektrik Tramvay Trolleybus) , **Yapı Kredi, DSP** (Demokratik? Sol?? Parti???)

İyi aile terbiyesi görmediği için zamanla sokağa düşen markalar: İskender, Isıcam, Pimapen.

Kendini marka zannedenler: **Rize, Turist, Filiz çayları, Samsun-Maltepe.**

Adile Naşit-Münir Özkul filmlerindeki aile tadında "her telden" marka evleri; **Hürriyet, Kelebek, Milliyet, Radikal, Posta, Fanatik, Gözcü, D&R, Yay-Sat, Finansal Forum, Daily News...**

Troyka markalar: **Haşmet-Hıncal-Kenan, Mazhar-Fuat-Özkan, Üç büyükler (FB-GS-BJK), Rakı-kavun-peynir, Yol-su-elektrik (Vedat Özdemiroğlu'na teşekkürler)**

Güven Borça
Marka Danışmanı