



ARALIK
2005

PROMOTÜRK

Promosyon Ürünleri İmalatçıları ve Satıcıları Derneği
Promotional Products Suppliers & Distributors Association





Promosyonda İnnovasyon Şart

TASARIM ÜSSÜ

Promosyon ürünleri, dış ticarete tasarımcıların katma değer yaratan yenilikçi ürünler ortaya koymasından potansiyeli yüksek bir sektör. Şirketim Tasarım Üssü'nde promosyon ürünleri tasarımı önemli yer tutmakta. Türkiye'de promosyon ürünleri sektörünü 6 yıl 3 firmaya tasarım hizmeti vererek tanıdım. Steppen'e kalem tasarımları, Türmak'a duvar saati tasarımları ve Aypaş'a anahtarlık tasarımları yaptım. 2002 yılından bu yana da HongKong'lu promosyon ürünleri imalatçısı PSL World firmasına tasarımlar yapıyorum. İnternet ortamında iletişim kurmak, tasarımları yollamak ve mühendislerinin önerileri doğrultusunda tasarımları geliştirmek oldukça verimli oluyor. Global Pazar için sürekli tasarım yaptıran, kapsamlı mühendislik altyapısı ile "yenilikçi" vizyonunu sürdürülebilir kılan bu firmadan, pazarda satma şansı yüksek tasarımların seçilmesini ve yeni ürünlerin vakit kaybetmeden hızla nasıl pazara çıkarılabileceğini, öğrenme fırsatım oldu.

Uluslararası fuarlar öncesinde ve sonrasında dünyanın çeşitli ülkelerinden satış ve pazarlama personelinin ve de tasarımcıların katıldığı ortak toplantılarda yeni ürünler ve tasarımlara ilişkin herkesin görüşü alınıyor ve stratejiler belirleniyor. Bir sonraki sene için yeni kavramlar ve tasarlanması gereken ürünler tespit ediliyor, iş programları yapılıyor ve daha sonra etap etap yapılan tasarımlar satış ve pazarlama ekiplerine sunulurken hangilerinin üretime alınacağına karar veriliyor. Bu aşamadan sonra hemen bir hızlı prototip yapıp tasarım üç boyutlu değerlendirmeye sunuluyor. İmalat için gerekli revizyonlar yapıp hızla kalıp tasarımlarına geçiliyor. Bu oldukça verimli bir süreç ve tasarımcı da satıştan pay aldığı için riski paylaşıyor ve satacak ürün tasarımı yapmaya kendini şartlıyor. Özellikle

olası yaşam tarzlarının kurgulanması, başka sektörlerde kullanılan yeni malzemelerin tespit edilmesi ve pazardaki eğilimlerin yakalanması yenilikçi tasarımların ortaya çıkabilmesi için gereklidir. Bu vizyona sahip bir üretim kuruluşunun kendi kurum kültürünü ve vizyonunu kavrayarak ürünleri ve markayı daha ileriye götürebilecek doğru tasarımcıyı çalıştırması gerekmektedir. Bu doğru tasarımcıyı seçmek işi tasarım yöneticisinin işidir. Tasarım yöneticiliği işini, birçok İtalyan kobi'de olduğu gibi, tasarım ve innovasyon (yenilikçilik) vizyonu olan firma sahibi de üstlenebilir. Tasarımcının seçiminden sonra ise iş tanımının (brief) çok kapsamlı yapılması tercihen tasarımcının da katıldığı bir toplantı ile oluşturulmasında fayda vardır. İhtiyaç, pazarın ve rakiplerin durumu ve firma beklentileri ile üretim ve malzeme kriterleri ne kadar net ortaya konulursa o kadar doğru ve başarılı bir tasarım ortaya çıkar. Bu aşamada ürünün salt rakiplerin yaptığı bir benzeri, başka bir formdaki versiyonu olmamalı kullanımında, görsel ifadesinde, üretim sürecinde veya malzemesinde yenilikçi bir özellik olmalıdır ki farklılaşarak katma değer yaratsın.

Endüstriyel tasarımcı tüm bu verileri ve kriterleri değerlendirerek yenilikçi tasarım yapmaya yetkin kişidir. Artık çinli imalatçıların fiyat rekabetiyle başa çıkamayan ve ürün farklılaşması ile rekabetin kaçınılmaz olduğunu gören promosyon ürünleri imalatçılarımızın acilen tasarıma ve yetişmiş insana yatırım yapmaları gerekmektedir. Bu uzun ve zor bir süreç olabilir ama sonuç üretici, tasarımcı ve ülke için tatmin edici olacaktır.

