

mom-z

Arzu Kılıç

arzu.kilic@tbd.org.tr



Değerli okurlar,
Pek çoğunuzun bilmediği bir platformdan bahsetmek istiyorum sizlere. Mom-Z yani yeni nesil annelerin yeni nesil pazarlama çabalarıyla bulunduğu bir platform. Hamilelik, hamilelik sonrası süreç, çocuğun yürümeye başlamasına kadar her şeyi İnternet üzerinden paylaşan, ilk adımı, ilk gülüşü, ilk taklayı ve ilk kelimeyi görmenin sevinci ile çocuğunun tüm kilometre taşlarını dünya ile paylaşan yeni annelerin platformu.

Yeni anneler ve onlara ulaşmak isteyen ürün ve hizmetlerin bir arada olmasını sağlayacak olan, bilgi paylaşan, hizmet sunan, amatörden profesyonele herkesin bir arada olmasını sağlayacak, işlerin konuşulacağı yeni bir paylaşım alanı.

Z kuşağı çocuklarının yani 2000 yılı sonrası doğmuş İnternet çağı çocuklarının sağlıklı gelişimi, bilinçli tüketimleri ve İnterneti doğru kullanmaları tamamen annelerin bilinçli olmalarıyla ilgili. Çünkü dünyanın en büyük tüketici kitlesi ve ailenin satın alma kararını veren etken kişisi kadınlar. Doğuştan edindikleri alışkanlıkla gördükleri her ekranın üzerine parmaklarını sürterek değişiklik yapmayı bekleyen, çizgi film seyreden, ninni dinleyen çocuklar ve onların anneleri.

Mom-Z ve yeni nesil anneler hakkında tüm merak edilenleri Fikir Annesi Ceo'su Burak Özyiğit'e sordum.

Ayrıca 3 Kasım 2012 Cumartesi günü Mom-Z 'nin Ankara Optimum Outlet'te saat 15:00'de bir etkinlikleri olacak. Deneyimli annelerin buluşup, deneyimlerini paylaşacakları etkinliğe tüm Ankaralıları bekliyorlar. Keyifli okumalar dilerim.

Yeni nesil anneler, yeni nesil pazarlama çabalarıyla buluştu: MOM-Z

Geleneksel yöntemlerin sanal dünyaya feda edilmemesini isteyen Özyiğit, ailelerin geleceğini ve ilişkilerin devamlılığı Z kuşağı annelerinin bilinçlenmesiyle mümkün olacağını altını çizdi.

Arzu Kılıç



2000 yılı sonrası doğmuş internet çağı çocukları, onlar Z Kuşağı Çocukları...
Bu yeni çocukları hayata hazırlayan ise son derece donanımlı ve akıllı anneleri!



A nne ve babalar, çocuklarının ilk rol modelleri olduğunu biliyoruz. Evler her türlü teknolojik aletle donatılmışken çocuğa "Bunlar sana zararlı büyünce kullanırsın" deyip geçilmiyor. Bu durumdaki, "Z Kuşağının Anneleri" (MOM-Z), geleneksel olmaktan çıkıp yeni yollar arayıp buluyorlar. Mom-Z yani, "yeni nesil annelerin yeni nesil pazarlama çabalarıyla buluştuğu bir platform. Hamilelik,

hamilelik sonrası süreç, çocuğun yürümeye başlamasına kadar her şeyi İnternet üzerinden paylaşan, ilk adımı, ilk gülüşü, ilk taklayı ve ilk kelimeyi görmenin sevinci ile çocuğunun tüm kilometre taşlarını dünya ile paylaşan yeni annelerin platformu.

Yeni anneler ve onlara ulaşmak isteyen ürün ve hizmetlerin bir arada olmasını sağlayacak olan, bilgi paylaşan, hizmet sunan, amatörden profesyonele herkesin bir arada olmasını sağlayacak, işlerin konuşulacağı yeni bir paylaşım alanı. Z kuşağı çocuklarının yani 2000 yılı sonrası doğmuş İnternet çağı çocuklarının sağlıklı gelişimi, bilinçli tüketimleri ve İnternet'i doğru kullanmaları tamamen annelerin bilinçli olmalarıyla ilgili. Çünkü dünyanın en büyük tüketici kitlesi ve ailenin satın alma kararını veren etken kişisi kadınlar. Doğuştan edindikleri alışkanlıkla gördükleri her ekranın üzerine parmaklarını sürterek değişiklik yapmayı bekleyen, çizgi film seyreden, ninni dinleyen çocuklar ve onların anneleri.

Mom-Z ve yeni nesil anneler hakkında tüm merak edilenleri Fikir Annesi Ceo'su Burak Özyiğit ile konuştuk.



- MOM-Z Platformunu tanıtır mısınız? Neler yapar, amacı nedir?

-MOM-Z, 2000 sonrası doğum yapan annelerin ve onların ekosistemlerinin bulunduğu bir platform. Ekosistem olarak tanımladığımızı ise bu annelere ve çocuklarına ürün ve hizmet pazarlamak isteyen firmalar olarak özetleyebiliriz. Z kuşağı çocuklarının annelerinin tüketim tercihleri, karar verme süreçleri İnternet çağına uyum sağlamış ve oldukça değişmiştir. Birçoğu sosyal medyayı günlük olarak sık bir şekilde kullanırken ürün tercihleri ve tavsiyelerini de bu sitem üzerinden yaymaktadır. Annelerin yüzde 75'i halen pazarlamacıların kendilerini anlamadıklarını ifade ederken, yüzde 80'i de kendilerine gelen direk reklam mesajlarını reddetmektedirler.

Bu bağlamda MOM-Z yeni nesil annelerin yeni nesil pazarlama çabaları ile bulunduğu platform olarak konumlanmıştır.

- Satın alma kararlarında büyük rol oynayan annelerin bilinçlenmesi için neler yapılmalı? Sizin bu konuda çalışmalarınız var mı?

-Anneler satın alma kararlarını verirken eskiden kullandıkları kişisel deneyimler ve etkilendikleri geleneksel reklamların yanına 2000 senesinden sonra on-line (çevrimiçi) etkiler de katıldı. Yapılan araştırmalara göre, annenin arkadaşları ve eşleri halen annelerin tüketim kararlarında en önemli iki sıraya sahipken on-line ürün tavsiyeleri ve on-line arkadaşlar ve anne blogları onları takip ediyor. Bu bağlamda biz Fikir Annesi Ajansı

olarak on-line da ve gerçek hayatta annelere ulaşmanın alternatif ama etkili yollarını kurgulamaktayız. Bunu yaparken annelerin takip ettiği yazarlar, bloggerlar ve uzmanlarla içerik ve proje üretiminde bulunmaktayız.

- Z kuşağının belirgin özellikleri nelerdir ve diğer kuşaklarla karşılaştığımızda Z kuşağının ileride hiçbir zaman elde edemeyeceği, mahrum olacağı şey nedir?

-Z kuşağı çocukları, İnternet çağı çocukları olarak büyüyen ekran çocukları. Önünde bulundukları ekranlardan hayatlarını devam ettirirler oyun oynarlar haberleşirler ders çalışırlar televizyon izlerler, sipariş yaparlar. Onlar İnternetsiz bir dönem geçirmediikleri için diğer davranış biçimlerini yadırgarlar. Bu kuşağın çocukları geleceklerini de on-line üzerine inşa edecekler. Mahrum kalacaklarını tahmin ettiğim tek şey sokakta oyun oynamanın zevkini tadamayacaklar.

-Eskiden anne olmak ve çocuklarımızı kötülüklerden korumak daha kolaydı. Şimdi ise durum çok farklı. Çocuklarımızı İnternet'in ve teknolojinin olumsuzluklarından nasıl koruyabiliriz?

-Şartlar değişse de anne babanın görevleri değişmeyecek. Eskiden de anne babalar çocuklarını korumak durumundaydı. Şimdi de korumak durumunda. Tek fark işin şeklinin değişmesi oldu, maalesef yeni nesil kötülükler yeni nesil şekillerde hayatımızda yer almakta. Bunlarla başa çıkmak için yazılımcılar uzun süredir çalışmakta ve sınırlı İnternet yaratmak

istemektedirler ancak geline nokta İnterneti sınırlamak işin ruhuna uygun bir şey olmadığından çeşitli şekillerde başarısızlığa uğranılmakta. Güvenli İnternet'e olan talebin ne kadar düşük olduğuna baktığınızda esasında işin anne babaları bilinçlendirmek olduğu ortadadır. Z kuşağının ebeveynleri maalesef İnternet'le büyümediklerinden gerekli bilinçlenmeye sahip değiller. Bu durumda da çocuklarını korumak konusunda eksikler. Biz Z kuşaklarının büyüüp anne baba olması ile onların neslini korumayı başarabiliriz gibi görünüyor ancak o güne kadar yasaklarla ve açılmayan sitelerle yaşayacağız gibi.

- Çağımızın hastalığı olan İnternet ve teknoloji bağımlılığının önüne geçmek için neler yapılmalı?

-İnternet ve teknoloji bağımlılığı çağımızın ne yazık ki gereğidir. Bunun hastalık boyutuna gelmesini önlemek için gene anne babaların bilinçlendirilmesi gerekli. Bu bir mecra tüketimidir ve gerekirse bu konuda ilkokullardan başlayarak ders verilmeli.

- Gelecekte Z kuşağının annelerini ne gibi zorluklar bekliyor?

-Z kuşağı anneleri temelde kendi anneleri ile yaşadıkları sorunları daha derin olarak kendi çocukları ile yaşayacaklar. Gelişmenin hızı arttıkça, sosyalleşme daha çok on-line olmaya devam ettikçe bayramlaşmalar facebook, twitter ve telefon ile kısa mesajlar üzerinden yapıldıkça aile bağları da bundan çok etkilenecektir. Sanal dünya halen aynı evin odaları içinde bile devam ederken sorunların artması kaçınılmazdır. Ailelerin bu dengeyi çok iyi yönetmesi ve birlikte zaman geçirebilmeyi öğrenmeleri gereklidir. Bu bağlamda Z kuşağı annelerine önemli bir rol düşmekte. Ailelerin geleceği, ilişkilerin devamlılığı, geleneksel yöntemlerin sanal dünyaya feda edilmemesi Z kuşağı annelerinin bilinçli davranması ile çözülebilir.