



Yaratıcı İşler

Eylül 2025

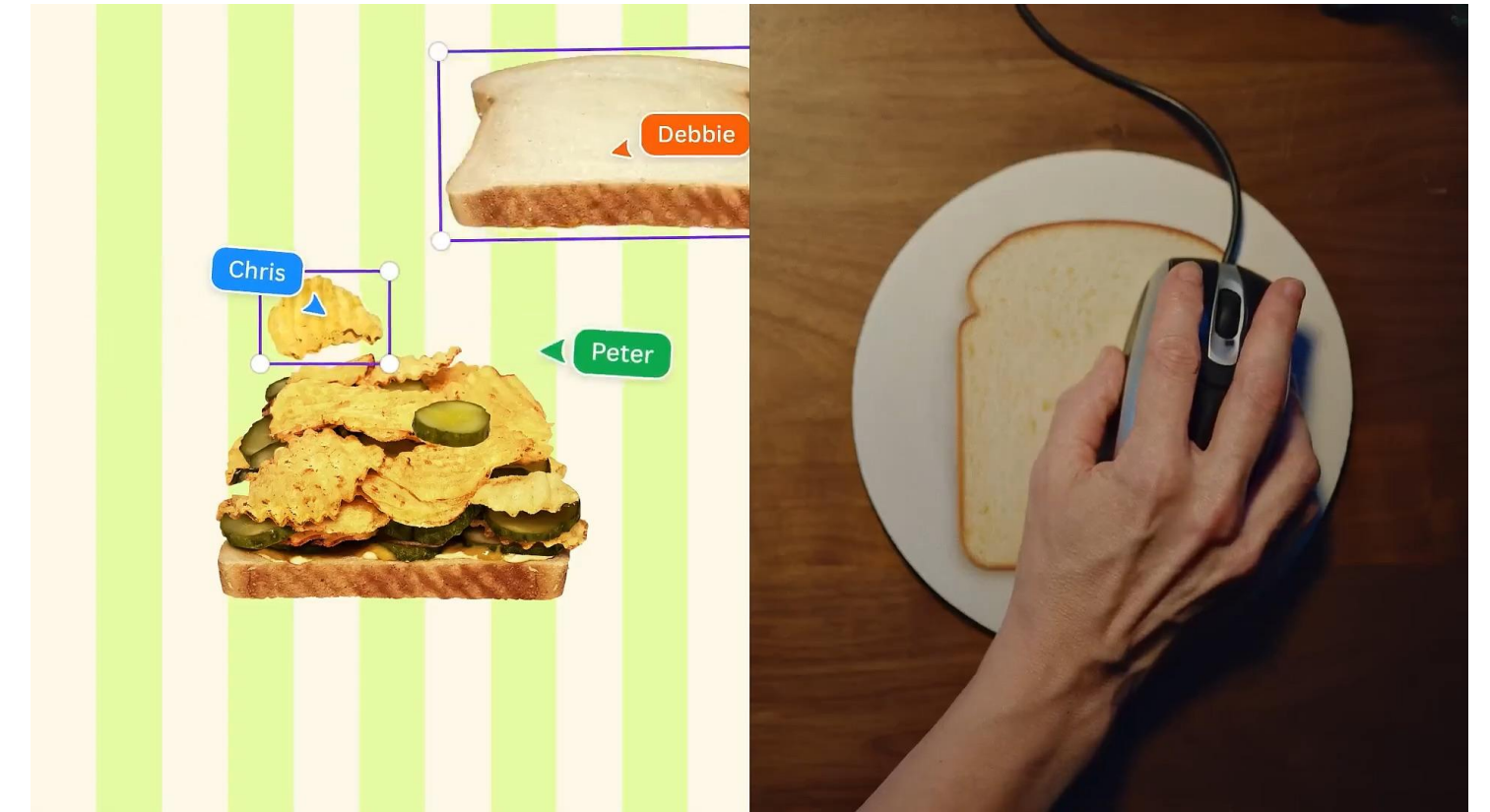


Canva Yeni Filmiyle Marka Kimliğinin Turşusunu Kuruyor

Canva'nın Birleşik Krallık'ta gerçekleştirdiği kampanyalar son dönemde ard arda dikkat çekiyor. Canva bu kez ise Debbie & Sons filmi ile çok mecralı yeni kampanyalarının da fitilini ateşliyor. Küçük bir aile işletmesi olan Debbie & Sons turşudan yaptığı fast food ürünlerini yeni müşterilere ulaştırmak istiyor. Ana filmde turşudan çıtır sandviçler yapan Debbie ve çocuklarının Canva'nın yaratıcı araçlarını keşfedip marka kimliklerini baştan yaratmasını konu alıyor. Haziran'daki kampanyanın da künyesinde yer alan Stink Studios'un yapımcılığını üstlendiği filmi Eoin Glaister yönetmiş. Aktivasyon, dijital, açık hava gibi birçok mecrada sürdürülecek kampanya Kasım ayına kadar devam edecek. Kampanyanın bir ayağı olarak da Birstol ve Londra'da bulunan sandviç restoranı Sandwich Sandwich ile işbirliği yaparak Debbie & Sons için seyyar bir araçla 2 gün süren ve 500 sandviçin servis edildiği bir aktivasyon da gerçekleştirilmiş.



[Reklamı izlemek için tıklayın](#)





KitKat'tan iPhone 17 Pro'ya tatlı gönderme

Apple'ın yeni iPhone 17 Pro lansmanını fırsata çeviren KitKat, sosyal medya hesaplarından yayınladığı esprili paylaşımıyla dikkat çekti. Marka, Apple'ın ikonik ürün tanıtım tarzını taklit ederek “Four Finger Pro” adını verdiği çikolata için alaycı bir reklam filmi sundu. Minimalist ve şık görseller eşliğinde yayımlanan spoof (parodi) tanıtımda, telefonun teknik özellikleri yerine KitKat'ın kendine özgü detayları ön plana çıkarıldı. “Üst kısımda Melt Shield 2”, “çikolata yekpare gövde” ve yıllardır değişmeyen “kolay kırılabilir teknoloji” gibi mizahi kavramlar, Apple'ın ürün diliyle örtüşecek şekilde sunuldu.



[Reklamı izlemek için tıklayın](#)



S-Wave Sport: Ananastan Yapılıp Tarçınla Boyanan Sneaker

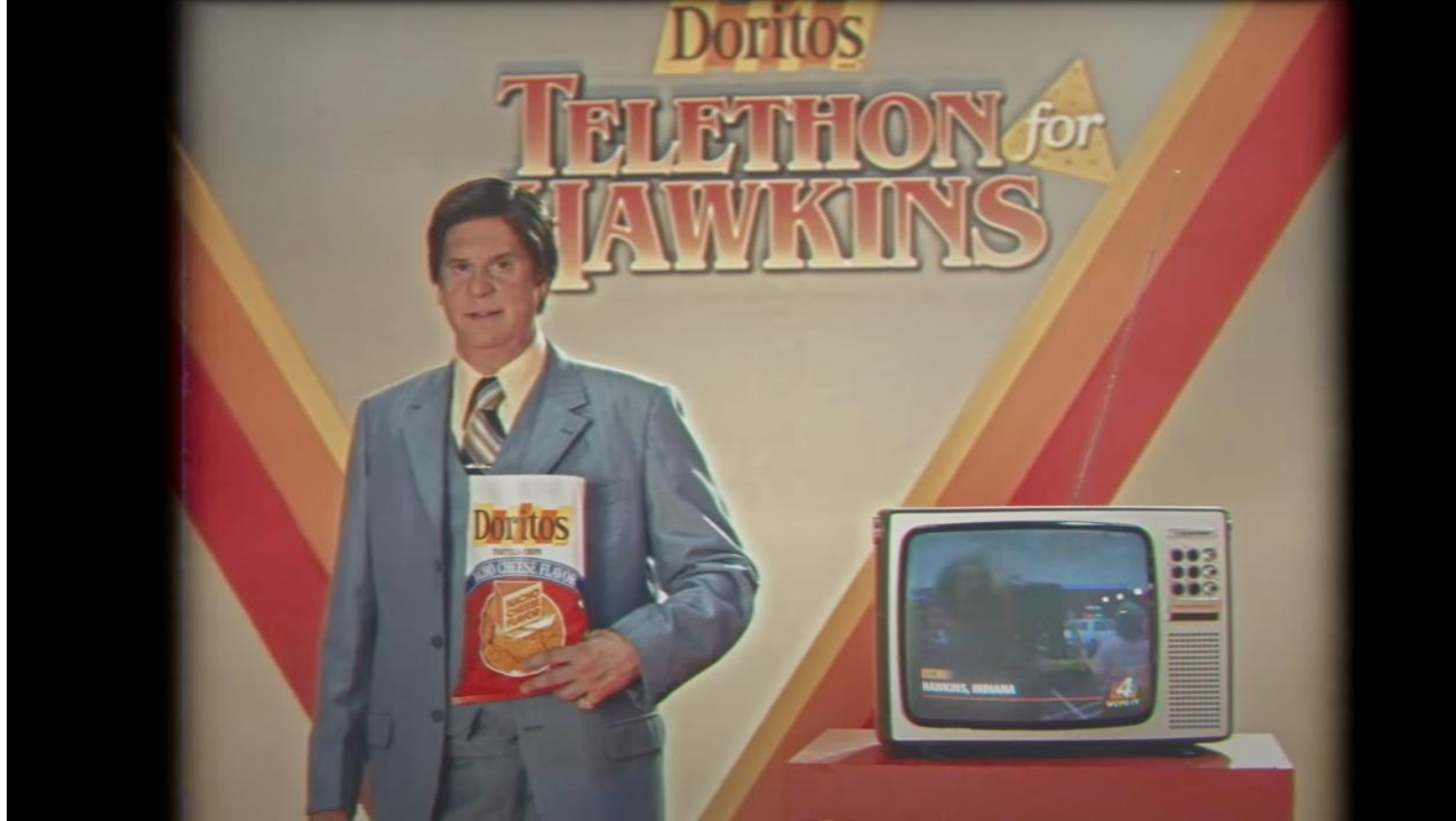
İngiliz moda tasarımcısı Stella McCartney ve adidas işbirliği ile 2018’de adidas’ın ikonik modellerinden olan Stan Smith’in vegan alternatifi ortaya çıkmıştı. Stella McCartney’nin Sonbahar 2025 koleksiyonu ise moda evinin en sürdürülebilir modeli S-Wave Sport serisinin ananastan yapılmış tabanı ve tarçın esans ile yeni modellerini tanıttı. Dış cephesi ızgara örgü ile süslenen S-Wave Sport serisinin üst kısmı Piñayarn isimli ileri dönüştürülmüş ananas atıklarıyla üretilen iplikleriyle üretilirken tabanı ise BioCir Flex isimli Balena tarafından geliştirilmiş toksik olmayan, kompost edilebilen, geri dönüştürülebilir bir plastik alternatifi malzemedен oluşuyor. Taban aynı zamanda tarçın bulunan bir malzeme ile boyanarak doğal bir koku yayması sağlanıyor.





Doritos, Stranger Things hayranlarını 80'ler ruhuyla birleştiriyor

Netflix'in dünyaca ünlü dizisi Stranger Things, kasım ayında yayınlanacak beşinci ve final sezonuna hazırlanırken Doritos, hayranları Hawkins kasabasına destek vermeye davet ediyor. 29 Eylül itibarıyla hayranlar, 1987 tarzı kurgulanan özel bir hatta bağlanarak Hawkins için destek mesajları bırakabiliyor. Upside Down'ın karanlık glerine karşı yürütülen bu kampanyada 80'lerin unutulmaz isimleri David Hasselhoff, Paula Abdul ve televizyonun sevilen uzaylı karakteri ALF dijital yayınlarda ve reklam filmlerinde yer alıyor. Seçilen hayran mesajları Doritos'un sosyal medya hesaplarında ve billboardlarda yayınlanacak. Ancak markadan ufak bir uyarı da var: Bazı aramalar sırasında doğaüstü parazitler ya da Hawkins sakinlerinden sürpriz iletilerle karşılaşabilirsiniz.

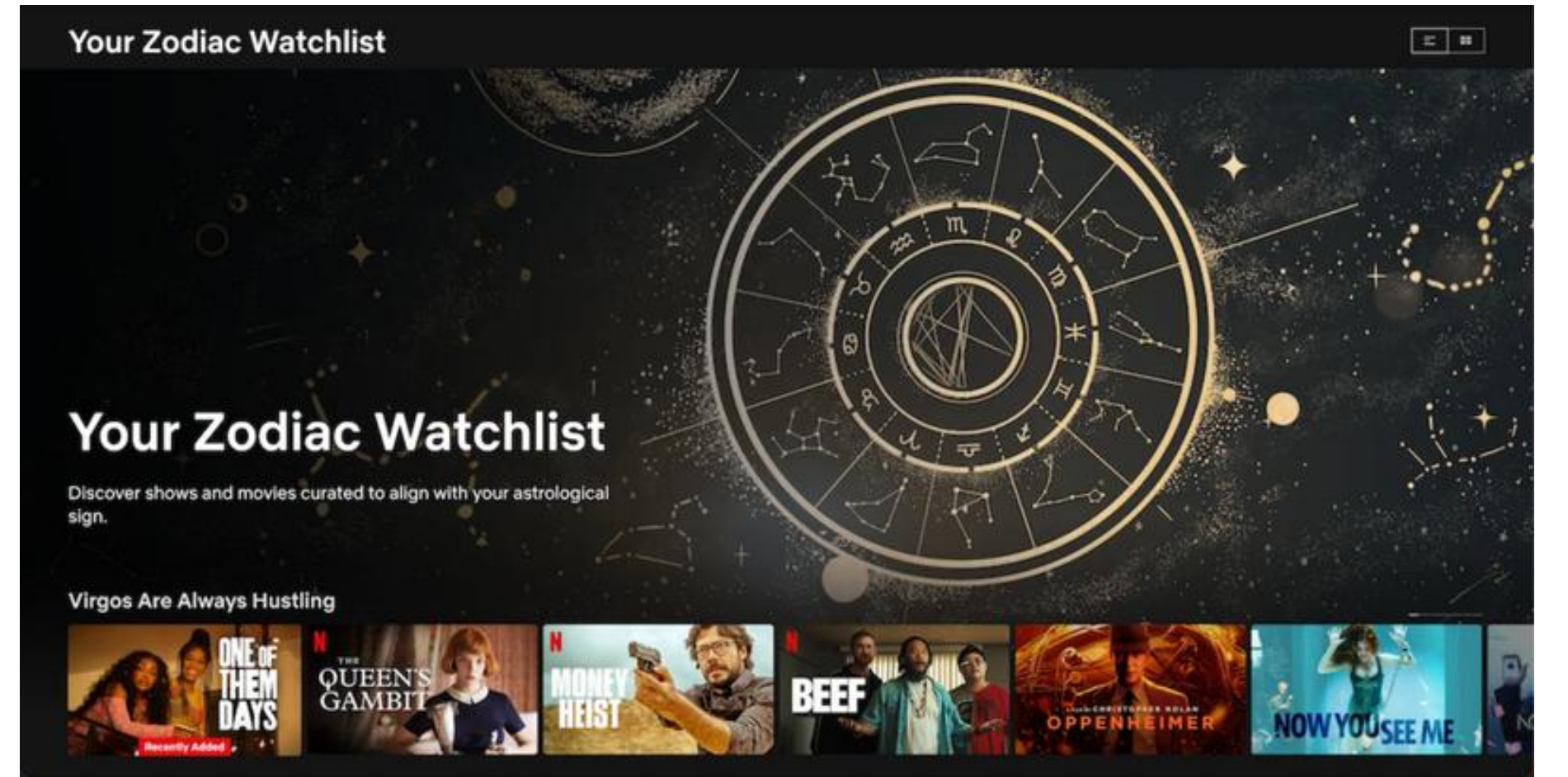


[Reklamı izlemek için tıklayın](#)



Netflix'ten yeni özellik: Zodyak izlemelistesi

Merkür gerilemesini kötü günlerin bahanesi ilan edenler için Netflix, astrolojiyle eğlenceli bir köprü kuruyor. Platformun yeni özelliği Zodyak İzleme Listesi, her burcun özelliklerine uygun dizi ve filmleri özenle bir araya getiriyor. Başak sezonunda duyurulan bu deneyim, algoritmalar yerine Netflix'in üye deneyimi ekibinin elle yaptığı seçimlerden oluşuyor. Sonuç ise burç klişeleriyle zekice oynayan renkli bir koleksiyon: Koçlar, Squid Game: The Challenge ve Love Is Blind gibi yüksek tempolu yarışmalara yönlendiriliyor. Başaklar stratejiyle yoğrulmuş Oppenheimer ve Money Heist'e davet ediliyor. Aslanlar, "ana karakter enerjisi"yle The Crown ve Emily in Paris sahnesinde parlıyor. Akrepler ise Wednesday ve House MD ile karanlık ve gizemli sulara çekiliyor.





IKEA, İsveç köftelerine özel tabak tasarladı

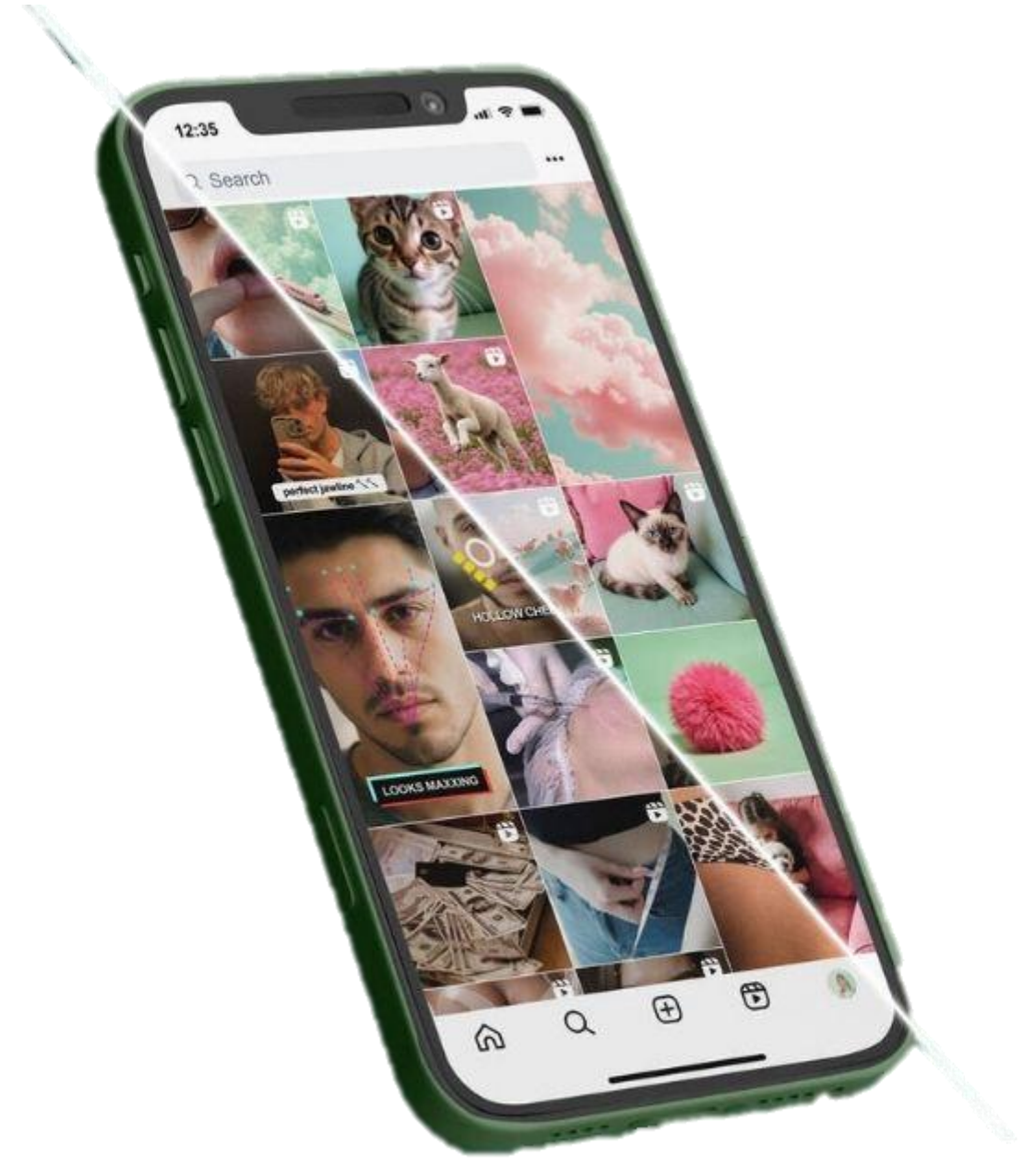
IKEA, tasarım dünyasında alışılmadık ama dikkat çekici bir adım atarak ikonik İsveç köftelerine özel bir tabak geliştirdi. Marka, pastel tonları ve baloncuk formundaki seramikleriyle tanınan İsveçli tasarımcı Gustaf Westman ile işbirliği yaparak, köfteleri küçük birer sanat eseri gibi sergileyen uzun, pastel mavi bir tabak tasarladı. Eylül 2025'te piyasaya çıkması planlanan ürün, yalnızca köfteler için değil; şarküteri, meyve ya da öne çıkmasını istediğiniz herhangi bir yiyecek için de kullanılabilecek şekilde tasarlandı. Westman, mizahi dokunuş ile işlevselliği bir araya getirirken, tabağın tasarımında IKEA'nın kültürel mirasına da selam gönderiyor.





Sosyal medya algoritmalarına müzikal müdahale: Detoxify

Sosyal medya algoritmaları, özellikle genç kullanıcıları “bone smashing” (güzellik arayışıyla yüze çekiç, şişe, masaj aleti veya diğer künt nesnelerle vurma) ve “ribcage bragging” (kaburga sayısını gösterme) gibi uç beden idealleriyle bombardımana tutuyor. İsveçli sigorta şirketi Länsförsäkringar, bu soruna dikkat çekmek ve çözüm sunmak amacıyla Detoxify adlı yaratıcı bir kampanya başlattı. İsveç’in en eski yaratıcı ajanslarından biri olan Stendahls tarafından hayata geçirilen kampanya, sosyal medya algoritmalarını pozitif içeriklere yönlendirmek için özel olarak tasarlanmış şarkılar kullanıyor. Bu şarkılar, sesli komut özelliği açık bir akıllı telefonun yakınında çalındığında, cihazın sosyal medya platformlarında olumlu içeriklerle etkileşime girmesini sağlıyor. Böylece algoritma, kullanıcıya zararlı içerikler yerine daha motive edici ve yapıcı içerikleri göstermeye başlıyor.



[Reklamı izlemek için tıklayın](#)



Meğer Tüm Patates Kutuları Heinz Logosuymuş

Markanın yeni kampanyası “Looks Familiar” (Tanıdık Geliyor) ile Heinz ve patates kızartmasının ayrılmaz bir ikili olduğu mesajı yaratıcı bir yaklaşımla vurgulanıyor.

Heinz bu kampanyada, dünya genelindeki patates kızartması kutularının şeklinin aslında kendi ikonik kemerli logosuna benzediğini öne sürüyor. Zekice ortaya konulan bu benzerlik, tüketicinin patates kızartması yanında Heinz tüketme refleksini güçlendirecek bir unsura dönüşüyor.

Kampanya, açık hava reklamları, uzun formatlı videolar, alışveriş yapılabilir dijital içerikler ve Instagram, TikTok ve X platformlarında ücretli tanıtımlar ile destekleniyor.





Kullanılmış Kahve Bardakları Çocuk Kitabına Dönüştü

“Little Coffee Cup’s Big Surprise” (Küçük Kahve Bardağının Büyük Sürprizi) adlı kitap, çocuklara dönüşüm, geri dönüşüm ve çevresel farkındalık temalarını eğlenceli bir öyküyle sunuyor. Kitabın sayfaları da geri dönüştürülmüş kahve bardaklarından üretilmiş. Kitap, çöpe atılmış bir kahve bardağının “yeniden bir şeye dönüşme” umuduyla çıktığı yolculuğu konu alıyor. Bu yolculukta, çocuklar Maisy Moo adında sevimli bir inek ve neşeli bir kara kurbağası gibi eğlenceli karakterlerle tanışıyor. Hikâyeyi canlandıran illüstrasyonlar, yaratıcı stüdyo PLUS3K tarafından hazırlanış. Ortaya, döngüsel tasarım ve sürdürülebilirlik ilkelerini çocuklara anlatan etkileyici bir çalışma çıkmış.





30 yıl sonra yeniden, “Got Milk?”

California Milk Processor Board tarafından 1994 yılında başlatılan, yaratıcı çalışmaları ve özellikle de ünlü isimleri “süt bıyığı” ile tasvir etmesi neticesinde sadece ABD’de değil, dünyanın dört bir yanında büyük yankı uyandıran “Got Milk?” kampanyası, 30’uncu yılını kutluyor.

Kampanya; Harrison Ford, Shaquille O’Neal, Salma Hayek, David Beckham, Rebecca Romijn, Hugh Jackman, Demi Lovato, Taylor Swift, Britney Spears, Beyoncé, Rihanna, Serena Williams ve daha nice ünlüyü ekranlara, billboard’lara taşıması ve yaratıcı reklam filmleriyle hatırlanıyor.

Yaratıcı İşler

Teşekkürler

