



Yaratıcı İşler

Ağustos 2026



Eser: Echoes of the Earth
Sanatçı: Refik Anadol

Marka: Netflix

Reklam Panosu Eve Dönüştü

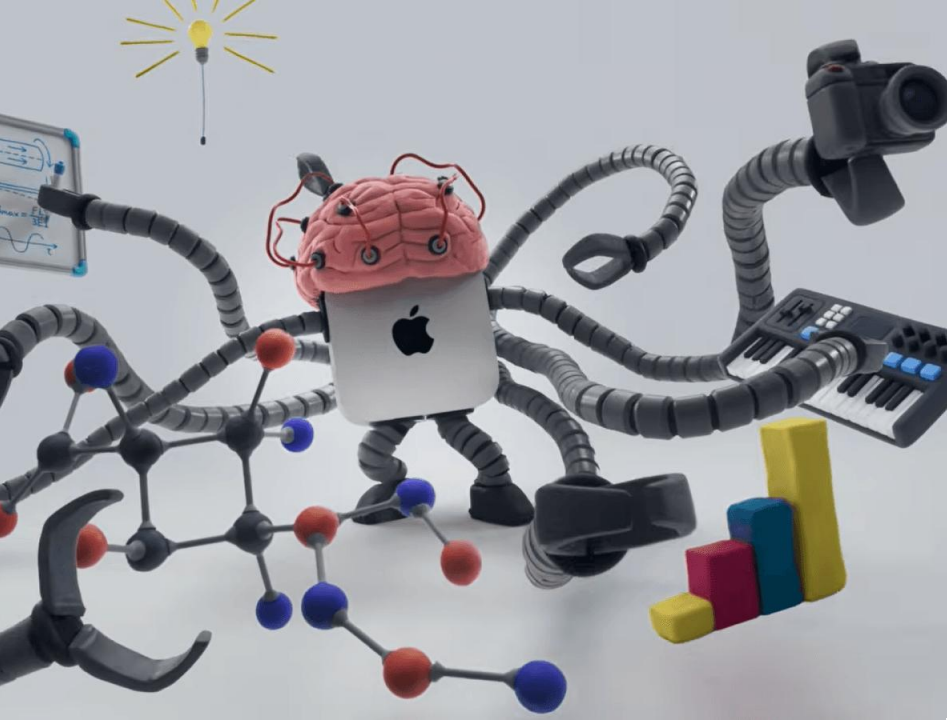
Netflix, yeni bilimkurgu gerilim filmi Son Ev (**The Last House**) için Los Angeles'taki Sunset Bulvarı'nda yer alan bir reklam panosunu küçük bir eve dönüştürdü. Bu özel reklam panosunun içine bir performans sanatçısı yerleştirilerek 3 gün boyunca burada yaşaması sağlandı.

Sanatçı; panonun içinde kahvaltı yapmak, kitap okumak ve etrafı izlemek gibi son derece sıradan **günlük aktivitelerini sürdürdü**. Reklam, camın arkasındaki adamın dışarıdan özgür görünse de aslında o alandan çıkamayışını vurgulayarak filmin ana temasını somutlaştırıyor.

Kampanya, Louis Leterrier'in yönettiği ve bir ailenin evlerinde gizemli bir şekilde mahsur kalmasını konu alan filmin **klostrofobik atmosferini** yansıtıyor.



Kaynak: Bigumigu



Marka: Apple

Mac mini için El Yapımı Animasyon

Apple, yeni M6 çipli Mac mini için hazırladığı reklam kampanyasında performans artışını alışılmış dijital efektler yerine **el yapımı animasyon**la anlattı. “**The Mighty Mac mini**” adlı **stop-motion** filmde, küçük masaüstü bilgisayarın gücü bir vücut geliştiriciye, hızı bir yarış otomobiline ve performansının ulaştığı noktayı bir roketle dönüştürülerek görselleştirildi.

Apple’ın @HelloApple hesabında yayımladığı kamera arkası videosu da bu üretim sürecini kampanyanın bir parçası haline getirdi. Görüntülerde kil modeller, animatörler ve sahnelerin tek tek hareket ettirilerek kaydedilmesi gösteriliyor.

The Mighty Mac
mini



Kaynak: Mediacat

Link

Slovakya'nın Gerçek Kraliçesi

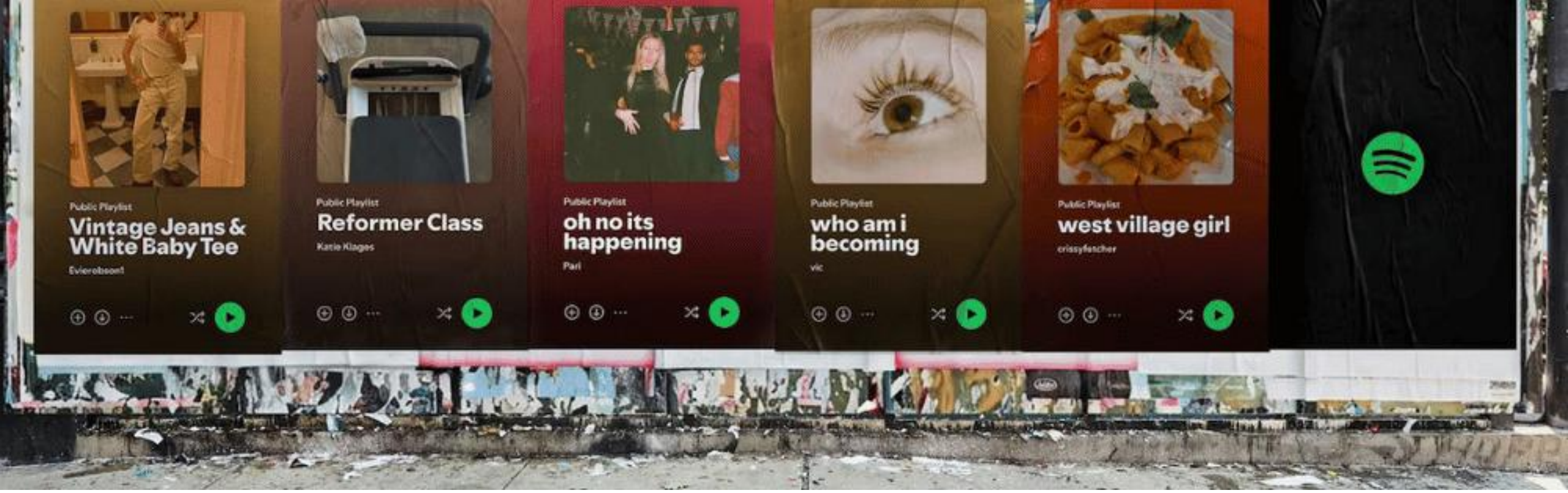
Slovakya Başbakanı Robert Fico'ya olan benzerliğiyle tanınan ve kendini esprili bir şekilde "*Queen of Slovakia*" ilan eden Amerikalı bir influencer (*Gwen McMullen*), ülkeyi ziyaret ettiğinde Slovak medyası ve sosyal medyasında devasa bir ilgi odağı haline geldi.

Tam da bu medya çılgınlığının yaşandığı gün, Allianz'ın marka elçisi ve milli milli atlet **Emma Zapletalová**, Diamond League yarışlarında üst üste 3. galibiyetini alarak büyük bir spor başarısına imza attı. Ancak basının ve kamuoyunun odak noktası influencer olduğu için Emma'nın bu başarısı medyada çok az yer bulabildi.

Allianz ve ajansı olaya hemen müdahale etti. Viral olan "Kraliçe" şakasını hackleyerek sosyal medya kanallarından gerçeğin ve emekle kazanılan başarının tarafında durdular: **Emma Zapletalová'yı Slovakya'nın gerçek ulusal şampiyonu ve kraliçesi olarak taçlandırıdılar.**

Toto je skutočná slo

Queen



Marka: Spotify

Çalma Listeleri Sokaklara Taşındı

Spotify, kullanıcıların çalma listesi isimlerinden ilham alan **"Playlist It"** kampanyasını hayata geçirdi. Kullanıcıların ruh hâllerini ve günlük deneyimlerini anlatan liste isimleri, New York, Miami ve Los Angeles sokaklarında açık hava reklamlarına dönüştürüldü.

İfadeler şehirlerin kültürüne göre uyarlanırken, Miami'de "İçinizden hangisinin teknesi var?", Los Angeles'ta ise 405 otoyolunun trafiğine gönderme yapan esprili başlıklar kullanıldı.



Marka: Visa

'Tap to Tip'

Nakit kullanımının hızla azaldığı ve temassız ödemelerin yaygınlaştığı BAE'de, Visa'nın araştırmalarına göre ödemelerin %80'i dijital olarak yapılırken, bahşiş vermek halen büyük oranda (%58) nakit paraya dayanıyor. İnsanlar dijitalleştiği için yanlarında nakit taşımıyor ve bu durum kuryelere bahşiş verilmesini zorlaştırıyor.

Kampanya kapsamında kuryelerin teslimat çantalarına, motor kutularına, kasklarına veya üniformalarına **NFC özellikli etiketler/çipler** yerleştirildi. Yoldan geçen veya o an sipariş vermemiş olan herhangi bir kişi bile, telefonunu kuryenin üzerindeki veya çantasındaki etikete **temassız (NFC) olarak dokundurarak** anında bahşiş verebiliyor.



Kaynak: Mediacat

Link

Marka: Garnier / L'Oréal

Leke Savaşçıları

Gen Z (Z Kuşağı) kitle, geleneksel cilt bakımı reklamlarını izlemekten ve dinamik olmayan öğütler dinlemekten kaçınıyor. Garnier, leke ve sivilce karşıtı anti-imperfection serumunu Gen Z'ye tanıtmak için klasik reklam yollarını kullanmak yerine onların en çok vakit geçirdiği dili tercih etti: **Oyun dünyası**. Kolombiya'nın en popüler yayıncılarından/içerik üreticilerinden biri olan **Pelicanger**'ın yüzü 3D tarama yöntemiyle modellendi.

Pelicanger'ın yüzü Fortnite içinde oynanabilir özel bir adaya/haritaya dönüştürüldü. Yayıncının yüzündeki pürüzler ve sivilceler (breakout) haritanın engel/düşman unsurları haline getirildi. Oyuncuların bu adada ilerleyebilmeleri ve haritayı ("yüzü") kurtarabilmeleri için kullanmaları gereken temel "silah" Garnier'in leke karşıtı serumu oldu.



Kaynak: Adsoftheworld

Link

Marka: Snickers

Yapay Zeka da Açken Kendi Değil

Snickers 16 yıldır sürdürdüğü “**Açken Sen, Sen Değilsin**” platformunu yapay zekâ dünyasına taşıdı. Marka yapay zekânın kendinden emin bir şekilde yanlış cevaplar vermesinin veya saçma fikirleri onaylamasının tıpkı acıkan insanların sergilediği tuhaf davranışlara benzediğini ve bu kültürel sohbeti Snickers diliyle eğlenceli hale getirdiklerini belirtti.

İki reklam filmiyle başlatılan kampanya, aç bir yapay zekâdan tavsiye almanın absürt sonuçlarını gösteriyor.

Kampanyanın en dikkat çekici fonksiyonel tarafı ise dijital kurgusunda yatıyor. Yapay zekâ asistanları saçmalamaya veya hatalı yönlendirmeler yapmaya başladığında, kullanıcılar snickers.com/hungr-ai adresi üzerinden **dijital bir Snickers çikolatasını** kopyalayıp yapay zekâ sohbet ekranına yapıştırabiliyor. Bu işlem, **yapay zekâyı “beslemek”** ve daha doğru yanıtlar vermesini sağlamak üzere tasarlanmış komutlar zincirini harekete geçiriyor.



Marka: Pepsi

Pepsi'den Coca-Cola'nın Yeni Kimliğine Gönderme

Coca-Cola, uzun bir aranın ardından ambalajlarını ve küresel görsel kimliğini yeniledi.

Pepsi ise rakibinin adını anmadan yayınladığı kısa videoyla yenilenmeye göndermede bulundu. **The Office tarzı sahte belgesel** anlatımına sahip videoda yöneticiler, toplantı odasında iki Pepsi logosunu dikkatle inceliyor ve sunumun ardından alkışlamaya başlıyor.

Videonun sonunda iki logonun aslında tamamen aynı olduğu açıklanıyor. Pepsi, "**Aynı logo**" ifadesinin ardından "Bozuk değilse düzeltme" mesajını vererek iki marka arasındaki uzun yıllara dayanan rekabete yeni bir bölüm ekliyor.



Kaynak: Pazarlamasyon

Link



Teşekkürler



Eser: Echoes of the Earth
Sanatçı: Refik Anadol