

REKLAMIN SINIR TAŞIMAZ ÖZELLİĞİ

Ülkemizde reklam, tanıtım ve propagandadan ayrı tutulabilir mi?

Ecz.Hüsnü KAYA (*)

Bir ilaç firmasının görevlisi eczaneme gelerek sanatını icraa etmeye başlayınca aramızda şöyle konuşmalar geçti;

-Bergasol güneş yağını biz geçen yıl piyasaya vermiştik, ama fiyatımız diğerlerine göre pahalı olduğu ve piyasaya geç girdiğimiz için, tanıtım ve reklamını da bu sebepten yapamadığımızdan istediğimiz neticeyi pek alamadık. Bu yıl fiatlarımıza hiç zam yapmadık, geçen yılki fiatlarımızla satacağız. Diğerleri zam yaptıkları için yaklaşık aynı seviyeye geldik, reklam da yapacağımız için oldukça iyi olacağından ümitliyiz.

-Ürünü geçen yıldan biliyorum. Gerçekten çok pahalı idi, o sebepten almamıştım. Bu yıl fiatlarınız normal bir seviyede olursa alırız tabi. Yalnız benim sizden ricam nemlendirici hakkında bana bilgi verirmisiniz? Etken madde nedir, etki mekanizması nedir? Güneşlenme olayından sonra hayli önemli bir görevi vardır herhalde bu ürünün.

-Valla şu an o konuda söyleyebileceğim pek fazla bir şey yok, ama ben öğrenip size aktarayım.

-Çok iyi olur, bir broşür, kaynak veya bir yazı. Bunları bilmek lazım ki doğru yerde ve doğru şekilde kullanmayı önerebilelim bizde.

-Şöyle bir broşür var, ama burada pek fazla bir bilgi yok, bu broşür sizde kalsın ben yine de daha fazla bilgiyi aktarırım size.

Broşür denen şeyi aldım, incelemeye başladım. Çok şık kaliteli üzeri naylon kaplı kartondan yaklaşık 30x60 boyutlarında üçe katlanmış bir reklam materyali. Kapakta grafik bir güneş ve güneşlenen iki bayan resmi, diğer sayfalarda ürünün çeşitlerini tanıtan (daha doğrusu reklamını yapan) şekil ve yazılar. Bilimsel görüntüsü vermek için bilimsel laflar; "Kabul edilmiş fikirleri sorsan kural dışı sonuçlar" başlığı altındaki açıklama şöyle; "Aynı şiddette bir bronzlaşma sağlamak için gerekli U.V

(*) TEB 3.Bölge İzmir Eczacı Odası Sayman Üyesi



enerjisinin 3 katı daha azı" bu lafın altında şahit deneme ile Bergasol arasındaki farkı şeklen gösteriyor, ama bu fark nasıl, nereden, niçin geliyor yok. Bu farkı da siz bulacaksınız artık herhalde.

Bu "Bilimsel" yazıya kaynak olarak gösterilen Prof.Albert M.Kligman'ı tanıtmak için daha fazla cümle sarfedilmiş hatta adam pazarlanmış resmen. Örneğin şöyle diyor; Amerikan Basınının "Dermatoloji Papası" olarak tanınır. Eh koca Dermatoloji papası yanlış şey söyleyecek değil ya, o söylemişse doğru söylemiştir. Adam üstelik Amerikalı. Bize bu kadar kaynak yetmeli daha fazlasını kurcalamaya gerek yok. Dermatoloji papasına inan gerisini merak etme sen.

Ben broşürde inatla nemlendiriciyi arıyorum ve nihayet buldum;

Nemlendirici güneş, rüzgar ve soğuktan sonra cildin nemlendirilmesi lafının altında grafik bir etiket üzerinde dişe dokunur tek yazı "Nemlendirici Emülsiyon"

Emülsiyon, Emülsiyon.....

Farmasi ve Teknolojisi Laboratuvarlarında iyi yapamadığım için tekrar aldığım emülsiyon yine karşıma çıkmıştır. Broşürü bir yana bırakıp bu nemlendirici emülsiyon hakkında firmadan bilgi alacağım umudu ile beklemeye başladım.

Bir hafta sonra firma görevlisi ben olmadığım zaman eczaneye tekrar gelmiş. Birlikte çalıştığımız eczacı arkadaşına Bergasol'ü alıp almadığımızı sormuş hangi depolarda bulacağımızı hatırlatmış. Nemlendirici Emülsiyon hakkında bilgi yine yok. Olsun bekleriz. Bundan yaklaşık bir hafta sonra postadan gelen zarfı açtım. Bir dosya kağıdı büyüklüğünde bile olmayan şık bir kağıt. Hah dedim bilgi geldi, ama yok yalnızca bir kumsalda mayolu bir hatun resmi. "Dünyanın kullandığı Bergasol'ü siz de kullanın" sloganı ile yetinmek zorunda kaldım. Zarftan başka bir kağıt çıktı okumaya başladım.

Sayın Bergasol Satıcısı;

Bergasol tavsiye ettiğiniz müşteri "Bergasol özel görevlisi" ise kazandınız. Bu mektubun elinize geçtiği günden itibaren, Eylül 1989 sonuna kadar herhangi bir gün "Bergasol özel görevlileri" firmanıza sıradan bir müşteri gibi gelecekler, sizden "Güneş yağı, sütü ya da nemlendirici" isteyecekler. Eğer siz bu müşteriye "Bergasol" tavsiye eder ve Bergasol'ün üstünlüklerini söylerseniz, armağanınızı derhal alacaksınız.

Ve...armağanlarınızı;

Harikulade bir kalem seti ve duvara monte edilebilen şık bir telefon cihazı, bir arada.

Ve zarftaki son reklam materyali sarı bir kart, ön yüzünde;

BERGASOL ARMAĞAN KARTI

Lütfen bu kartı saklayın, Arka yüzünde, Bergasol'ün müşterilerinize söylemeniz gereken üstünlükleri bir kez daha hatırlatılmaktadır.

Yararlanın.



Arka yüzünde ise "Bergasol'ün müşterilerinize mutlaka söylemeniz gereken üstünlükleri" başlığı altında altı madde halinde müşteriye sarfedilmesi gereken cümleler.

Hemen ezberlemeii bu cümleleri hifzetmeli, belli mi olur? bakarsın özel görevli gelir, karşısında yüzümüz kızarır. Hem sonra altı tane cümle alt tarafı. Bizler Eczacı mektebinde neleri hifzetmedik ki. Üstelik aşkolsun Teztaş'ın reklam ajansına doğrusu. Tebrik etmek lazım bu adamları. Eczacının kafası çalışmaz, onun için eline yazarak ver ki ciro artsın. Elginkan bu ajansı bırakmasın sakın.

Elginkan biliyorsunuz ECA nın dahil olduğu bir holding. İlaç sektörünü karlı gördüğü için İLSAN-İLTAŞ'ı satın aldı.

Hatırlıyorum da İLTAŞ tanıtım görevlisi Farmatidin'i tanıtırken, en yeni ilaç bu demişti. Ranitidin'e göre çok daha üstün olduğundan, yan etkilerinin de yine Ranitidin'e göre hiç olmadığını söylemişti. Tartışmasız üstünlüklerinden bahsetmişti Fomotidin'in.

Kaynak diye gösterdiği broşüre pek inanmadığımı belirtmiştim.

Şimdi bu kanım daha da güçleniyor, ama yok yok olmaz öyle şey bu olay ile onu bitişirmek yanlış olur. bu alt tarafı kozmetik bir ürün o ise bir ilaç. İlaç dediğin sosyal bir ürün, ilaçta bu tür reklam oyunları olmaz. Zaten ilaç reklamı yasa ile yasaklanmış, ilaç sanayicisi istese de reklamını yapamaz ve bu yasayı delmeyi (bir defacık bile olsa) aklından bile geçirmez.

Bu benim kuruntum, kurtulmalıyım bu kuruntulardan, atmalıyım kafamdan bu kuruntuyu.