

PROJE 4 L TANITIM VE PAZARLAMA PLANI

Müze için yapılması planlanan çalışma "Tanıtım" ve "Pazarlama" olarak 2 ana başlık altında ele alınmıştır.

TANITIM

1. MEDYA İLİŞKİLERİ

- Proje 4 L' nin marka olarak konumlandırılması ve tanıtılması
- (Proje4L (birlikte yazılıyor-- sanırım şimdiden bir marka oldu, radikal`de yayımlanan 2002 sergilerini görmüşsündür, tüm sergilerimiz listeye girdi, teveccüh göstermeyeceğim, benim için "istanbul'un çağdaş sanatta gaz pedalı dedi Time Out dergisi, markanın yerleştirilmesi söz konusu, no?)
- Sergi ve yapılan diğer etkinliklerin ilgili mecralarda (Gazete, dergi, TV, radyo, Internet) duyurulması
- Bu sürekli oluyor, her sergimiz şimdiye kadar basında yoğun biçimde yer aldı, buna tabiki devam edeceğiz, sanırım senin yardımın radikal benzeri kurumların ötesine çıkmak yönünde olabilir, o yayınlar bize izleyici yaratmaz ama marka "recognition"ı getirir
- Müze ve etki alanı içindeki diğer oluşumların (Food to be + e.la) - gerekli durumlarda ayrı ayrı ya da birlikte - medyada yer almasının sağlanması

2. HALKLA İLİŞKİLER

- Müzenin kuruluş amacı, misyonu ve hedeflerinin kamuoyuna duyurulması (Marka konumlandırma)
(benim başından beri oturtmak istediğim de bu, sadece bundan dolayı "Proje4L" gibi tuhaf ve imaj oluşturabilecek bir logo/isim üzerine gittik)
- Kamuoyu oluşturma : Burada 2 ayrı amaç ve kitle hedeflenmektedir;
 1. Müzenin varlığını (manevi) sürdürebilmesi için gerekli olan izleyici kitlesi
 2. Müzenin varlığını (maddi) sürdürebilmesi için gerekli olan sanat destekçileri(asıl mesele bu 2cisi)
- Proje 4 L sosyal sorumluluk projeleriyle ilişkilendirilerek marka bilincinin güçlendirilmesi sağlanabilir.

(any ideas, evet evet, hatta sosyal sorumluluk projelerine ev sahipliği yapsak mesela)

- Müzeyi, kendisini çevreleyen duvarlardan bağımsız olarak değerlendirerek toplumla farklı alanlarda buluşturacak projeler geliştirilebilir.

(aman kadronun sınırlarını unutma)

PAZARLAMA (MÜZE İÇİN KAYNAK OLUŞTURULMASI)

1. SPONSORLUK

- Kategorilerin belirlenmesi : Sergi, konferans, diğer etkinlikler, müze ile ilgili basılı materyal (Müze broşürü, müze yıllığı, periyodik yayınlar, vb.)

(ilk 12 ayın malzemesi hazır basılmayı bekliyor/müze yıllığı gibi. Can Bey periyodik yayın işine sıcak bakmıyor, hatırlarsın, bence çok önemli, ilk 12 çok önemli adamları getirdik, şimdi 20 şubatta gelmiş geçmiş en önemli küratör geliyor, 48 ve 49 vendik bienallerinin şef küratörü, en iyi documenta'nın documenta 5 ve hepimizin örnek aldığı "when attitudes become forms"un küratörü HARALD SZEEMANN`I ağırlayacağız ve bahar çok yoğun geçecek konferanslar adına)

- Bazı sergi ve etkinlikler ya da müze için medya sponsorluğu (Bir yayın grubu ile belli bir süre için özel bir anlaşma sağlanabilir.)

(sen bunda haklısın ve İngiltere'de de yapılıyor ama ben basınla yatağa girmeye sıcak bakmıyorum)

- Sponsorlara sağlanacak olanakların belirlenmesi
- Sponsorluk mektubunun hazırlanması (Türkçe-İngilizce)
- Sponsor olabilecek firmaların (sektörlere göre) listelerinin hazırlanması
- Şirketlerin ilgili birimlerine müzenin etkinlikleri ile ilgili sürekli bilgi aktarılması

3. MEKAN VE SERVİS KİRALAMA

- Müzenin ve restoranın çeşitli etkinliklere ev sahipliği yapması : Şirket partileri, ürün tanıtımı, özel davetler, mini konferanslar, vb.

(bunları sürekli yapıyoruz, burada bir "policy"ye ihtiyacımız olduğu ortaya çıktı.)

- Mekanın hedef kitleye yönelik bir TV programında stüdyo olarak kullanılması (Bu uygulama sponsorlu bir program olmadığı takdirde ek bir gelir sağlamaz, ama mekanın geniş kitlelere tanıtımına katkıda bulunur.)

(brilliant, bir kez yapıldı ama biz öne çıkmadık o kez)

4. SANAT (KORUYUCULARI) KURULU

- Müzeye başış yoluyla sürekli gelir sağlayacak bir kurul oluşturulması

(15 kişi maksimum yıllık 5-10K verebilseler çok rahat ederiz. Bunu detaylandırabiliriz:

1. exhibition funds
2. Proje4L funds
3. Technological support

- Oluşturulan kurulun üyelerini biraraya getirecek etkinlikler düzenlenmesi

(yes)

5. PROJE 4 L ÜYELİK PROJESİ

- Farklı kategoriler ve cazip avantajlar oluşturarak değişik yaş, meslek ve gelir gruplarına ulaşılabilir. (Uzun vadede ele alınacak bir proje)

6. ETKİNLİKLER

- Film gösterimi (Ayın ya da haftanın belli günleri kısa metrajlı film, belgesel ya da sanatsal niteliği öne çıkan filmlerin gösterimi yapılabilir.) Bu etkinlik için sponsor bulunabilir.

(peliküle girmeyelim, too costly, video yapmaya devam etmeliyiz/edeceğiz de)

- Mini konserler (Ayın ya da haftanın belli günleri caz, etnik, vb. türde müzik yapan grupların konserleri düzenlenebilir.) Bu etkinlik için de sponsor bulunabilir.

(burada müzik meselesini ele alırken başkalarının yaptıklarını yapmamak lazım, biliyorsun İstanbul 10 yıldır caz ve etnik müzik istilasına uğradı. Bizim eğilmemiz gereken alan, elektronik + noise + experimental olmalı)

- Sergilerle bağlantılı etkinlikler; konferans, workshop, vb...

(bunları yapıyoruz)

- Özel davetler, temalı partiler organize edilebilir.

(evet)

- Belli dönemlerde genç sanatçılara müzede projelerini üretme olanağı verilebilir. Bu tarz etkinlikler için sponsor

bulunabilir. (Örn. Apple firması ile yapılacak bir iş birliği ile video-art üretmek isteyen genç sanatçılara müzede eserlerini üretme ve sergileme olanağı tanınabilir.)

(2004 için böyle bir niyet var bilkomla)

- Çağdaş sanat müzayedesini düzenlenebilir. Bu konsept geliştirilerek TV' den naklen yayınlanacak bir formata dönüştürülebilir. (Bu aşamada sosyal sorumluluk ögesi ile eserlerin ve sanatçıların niteliği önemli)

(tricky, terse tepebilir)

- Sanatla ilgili öğrenim görmek isteyen öğrencilere burs verilebilir. Yalnızca bu bursun bedelini karşılamak üzere bir fundraising organize edilebilir.

(ne güzel olur)

- Çağdaş sanat gezileri : Dünyanın çağdaş sanat alanında önemli müze, galeri ve etkinliklerinin olduğu şehirlere 4-5 günlük butik geziler organize edilebilir. Bu gezilerin ilgi çekmesi halinde, sürekli gelir getirecek biçimde çeşitlendirilerek geliştirilebilir.

(buradakilerin görgülerini arttırmak için gerekiyor)

- FOOD TO BE: Müze ile birlikte değerlendirilebileceği gibi tamamen müzeden bağımsız olarak ele alınabilir. Sabah ve öğleden sonra kafe, öğle saatlerinde restoran ve akşam 18:00' den sonra bar özelliği ortaya çıkarılabilir. (Örn. Centre Georges Pompidou + Georges Restaurant, Teşvikiye Touchdown, İş Kuleleri Mirror)

(kesinlikle, bir türlü beceremediler)

7. MUSEUM-SHOP

- Müzenin mağaza bölümünde farklı gelir gruplarına hitap edecek nitelikte ürünlere yer verilmeli (Fiyat politikası oluşturulmalı)

(kesinlikle! bu geçen yılki projeydi, başladık ama maalesef can bey sabredemedi)

- Sergilerle bağlantılı ürünler, sanat kitapları ve günlük yaşamın çeşitli alanlarında kullanılabilecek (benzer ürünler satan mağazalarda bulunamayacak nitelikte) dizayn, renk, fonksiyon ve ambalajı ile fark yaratacak ürünler yer verilmeli.

(kesinlikle! bu geçen yılki projeydi, başladık ama maalesef can bey sabredemedi)

- MOMA, Tate Modern gibi geniş ürün yelpazesine sahip müze mağazalarıyla iş birliği olanakları araştırılmalı

(onların rep`leri var türkiyede)

- Farklı alanlarda çalışan sanatçılarla işbirliği yapılarak özel koleksiyonlar hazırlanabilir. (Örn. Defne Koz, Ayşe Birsel, Hüseyin Çağlayan, Halil Altındere, Ayşe Erkmen, vb.)

(belki de yılda 1 sanatçı)

- Şirketlere doğrudan pazarlama yoluyla özel günler (Yılbaşı, ilgili şirketin kuruluş yıldönümü, vb) için toplu satış yapılabilir. Ürünlerin tanıtımına yönelik özel bir web sitesi ve katalog hazırlanabilir. Bir banka ya da kredi kartı ile anlaşma yapılarak ödemelerde kolaylık sağlanabilir.
- (yes)