

# KORNA ÇALMA, HUZURUMU ÇALMA

PR/ETKİNLİK UYGULAMASI VE SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ 2015 GLADYATÖRÜ TOYOTA

**T**oyota olarak, ODD Satış ve İletişim Ödülleri, 2015 Gladlyatörleri” yarışmasında 2 birinciliğe uzandık. Yılın PR/Etkinlik Uygulaması kategorisinde “Toyota Hybrid Lezzetler” ve Yılın Sosyal Sorumluluk Projesi kategorisinde de “Toyota Korna Çalma, Huzurumu Çalma” projemiz en başarılı projeler seçildi.

Toyota, “Hybrid Lezzetler” projesi ile öncüsü olduğu hibrit teknolojisini Türkiye’de geniş kitlelere tanıtmak ve farkındalık yaratmayı amaçlamış ve bu çerçevede Big Chefs Cafe ve Brasserie zinciri ile gerçekleştirerek, Big Chefs münülerinde “Toyota Hybrid Lezzetleri” adı altında farklı tadlardan oluşan “hibrit münülerin” yer alması sağlanmıştı. Toyota ayrıca Eylül ayında, 2015 yılı için ilan ettiği “Hibrit Yılı” kapsamında B segmentinin ilk ve tek otomobil olan Yaris Hybrid için sosyal medya fenomenlerini bir araya getirerek bir etkinlik düzenlemişti. Bu etkinlikte hem hibrit lezzetleri tanıtılmış, hem de Toyota hibrit teknolojileriyle ilgili olarak bilgi paylaşımında bulunmuştu.

Diğer ödül alan projemiz ise bir sosyal sorumluluk projesiydi. Bu tür projeler ile topluma katkıda bulunmaya büyük önem veren Toyota’ya ödül getiren “Korna Çalma, Huzurumu Çalma” projesi ise trafikte gereksiz yere çalınan korna sesinin önüne geçmek, toplumsal bilinci artırmak ve farkındalık yaratmak amacını taşıyor.

## HEDEF 25 MİLYON SÜRÜCÜ

ODD Satış ve İletişim Ödülleri’nde “Yılın Sosyal Sorumluluk Projesi” seçilen “Korna Çalma Huzurumu Çalma” sosyal sorumluluk projesi uzun soluklu bir çalışma olarak halen devam ediyor. Bu projemiz: Milli Eğitim Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, İstanbul, İzmir, Adana, Gaziantep ve Malatya Büyükşehir Belediyeleri, İstanbul Taksiciler Esnaf Odası başta olmak üzere çok sayıda kurumun desteğini de almış durumda. Uzun vadede 25 milyon sürücüye ulaşmayı hedefliyoruz.

## SEKTÖRDE YÜZDE 10 DARALMA

2016 yılı ise siyasi ve ekonomik gelişmeler ile birlikte dövizdeki dalgalanmaların da satışlarda etkili bir rol oynayacağı yıl olacak. Şahsi olarak Türkiye otomotiv pazarının potansiyelini her yıl 1 milyon bandının üstünde görüyorum. Normal şartlarda, bugünden yarına otomotivde vergilendirme sisteminin değişmesini beklemiyorum. Vergilendirme sistemi revize edilirse Türkiye pazarının yıllık 1,5 milyon aracı geçmesini beklediğimi bir kez daha ifade etmek isterim. Bu yıl sektörümüzde yüzde 10’a kadar daralma olmasını bekliyorum. Toyota’nın 2016 yılı için yine 45-50 bin bandında bir satış hedefi olacaktır.



TOYOTA TÜRKİYE PAZARLAMA VE SATIŞ A.Ş.  
CEO ALİ HAYDAR BOZKURT