



Yeniçeri[®]

Sporsever kitlede ve pazarda
fark yaratacak ilk ve tek
duygusal ürün.

Berlin | 2024



YENER
MARKETING & VERTRIEB

Durum

Türk taraftarlar...

Ülkelerine bağlı, tutkulu, düşkün ve herşeyden önce duygusaldır!

Özel bir ürün ile taraftarların bu güçlü özellikleri, markanız ile uzun vadeli olarak özdeşleştirilebilir



Yeniçeri®

Farklı milletlerin kullandıkları tanınmış şapkalar

Farklı milletlerin tipik kültürel ve tarihsel aynı zamanda da duygusal kimlik oluşturan ürün örnekleri

Viking kaskları, nippon bandları, Şövalye kostümleri, kovboy ya da meksika sombrero şapkaları vs.!



Türk taraftarların kullandıkları şapkalar

Birçok ülke spor tutkunları için duygusal kimlikli sembolik ürün çeşidine sahiptir.

Fakat Türkler şimdiye kadar bundan mahrum kalmıştır!

Bu taraftar şapkaları Türkler'e hiç bir şekilde duygusal, kültürel ya da tarihsel bir bağ sunmamaktadır!

★ Dolayısı ile bu karneval / palyaço şapkaları Türk taraftarları için kendileri ile özdeşleşen duygusal bir kimlik ürünü değildir!



Farklı. Milli. Duygusal. - Yeniçeri Taraftar Şapkaları!

Dünya çapında Türk taraftarlar ile özdeşleşen bir ürün!

7'den 77'ye yaş ve cinsiyet farklı olmaksızın tüm sporseverler tarafından benimsenen bir taraftar şapkası!



- ★ Bu taraftar şapkası ile henüz tam keşfedilmemiş olan bu pazar boşluğundan büyük fayda sağlanabilir!
- ★ Aynı zamanda ürünün telif haklarının Türkiye'de ve Avrupa çapında alınmış olması, size tekellik güvencesini de sunmaktadır!
- ★ Almanya'nın UEFA EURO 2024'e ev sahipliği yapması ve Türkiye'nin turnuvaya katılması nedeniyle Yeniçeri taraftar şapkasının pazara lanse edilmesi için çok iyi bir fırsat.



Yeniçeri

Ürünün stratejik özellikleri!

- ★ Modern ve trend belirleyici
- ★ İlgi çekici
- ★ Farklı
- ★ Vurgulayıcı
- ★ Yenilikçi – Gelişime açık
- ★ Sempatik
- ★ Canlı ve dinamik
- ★ Milli. Kültürel ve tarihsel bir altyapısı olan
- ★ Duygusal bir bağ sunan
- ★ Birçok sinerji olanağına sahip bir ürün



Yenereri®

Yeniçeri şapkalarının medyadaki yansıması



Yeniçeri®

Yeniçeri şapkalarının medyadaki yansıması



„Üç Büyüklerin“ Taraftar kitlesine göre pazar potansiyeli

Taraftar Sayıları



TAKIMLAR

En çok taraftarı olan takım Galatasaray!

Türkiye temsili yapılan araştırmada, 18 yaş üstü kişilerin 25,9 milyonu Galatasaray'ı, 20,3 milyonu Fenerbahçe'yi ve 13,5 milyonu Beşiktaş'ı tutuyor.

GALATASARAY

25,9 M



*18 yaş üstü kişiler dikkate alınarak oranlama yapılmıştır (Milyon).
(Türkiye Nüfusu: 60.808.057, Galatasaray Taraftarları: 25.919.143)

FENERBAHÇE

20,3 M



*18 yaş üstü kişiler dikkate alınarak oranlama yapılmıştır (Milyon).
(Türkiye Nüfusu: 60.808.057, Fenerbahçe Taraftarları: 20.269.352)

BEŞİKTAŞ

13,5 M



*18 yaş üstü kişiler dikkate alınarak oranlama yapılmıştır (Milyon).
(Türkiye Nüfusu: 60.808.057, Beşiktaş Taraftarları: 13.454.656)

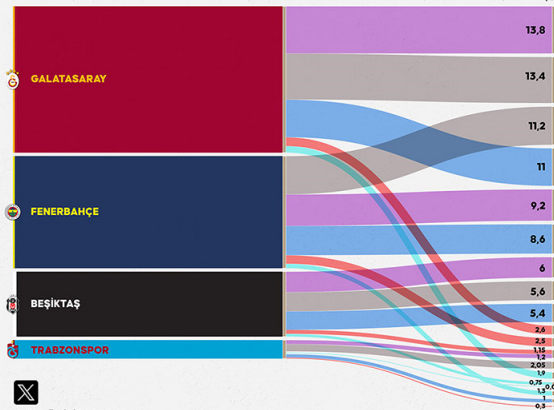
"Dört Büyüklerin" rekabeti, sosyal medyada da sürüyor

Türkiye'nin en çok taraftara sahip kulüpleri Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş ve Trabzonspor, spor alanındaki benzer şekilde sosyal medya hesaplarındaki takipçi sayısı ve etkileşimleriyle de rekabet halinde

(11 EYLÜL İTİBARIYLA)

'DÖRT BÜYÜKLERİN SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINDAKİ TAKİPÇİ SAYILARI

Instagram X Facebook YouTube TikTok



(11 EYLÜL İTİBARIYLA)

'DÖRT BÜYÜKLERİN X'TE ÇOK SAYIDA ETKİLEŞİM ALAN TRANSFER DUYURULARI



12.09.2023

Ziyaretçi Sayıları 23/24 Sezonu

#	Stat	Kapasite ↑	Seyirci ↓	Seyirci ortalaması ↓
1	Ülker Stadyumu FB Şükrü Saraçoğlu Spor Kompleksi Fenerbahçe	47.834	245.366	40.894
2	Ali Sami Yen Spor Kompleksi RAMS Park Galatasaray	52.223	224.803	44.961
3	Tüpraş Stadyumu Beşiktaş JK	42.590	138.057	27.611
4	Papara Park Trabzonspor	40.782	121.606	24.321
5	Samsun Yeni 19 Mayıs Stadyumu Samsunspor	33.919	84.511	16.902
6	Yeni Adana Stadyumu Adana Demirspor	33.000	79.565	13.261
7	Corendon Airlines Park Antalya Stadi Antalyaspor	32.537	60.967	10.161

Kaynak:09/2023 AA: <https://www.aa.com.tr/tr/futbol/dort-buyuklerin-rekabeti-sosyal-medyada-da-suruyor/2988809#>

<https://www.transfermarkt.com/tr/superlig/besucherzahlen/wettbewerb/TR1>

<https://www.fanatik.com.tr/futbol/twentify-taraftarlik-arastirmasi-en-cok-taraftar-galatasarayda-2239349>

★ Üç Büyüklerin Taraftar Sayısı **59,7** milyon!



Ek sürüm, satış ve gelir imkanları

Tekellik: Ürün haklarının Türkiye 'de de korunmuş olmasından dolayı, Yeniçeri taraftar şapkalarının Türk pazarına tek bir elden sürebilecektir!

Ürün aynı zamanda tüm spor dallarında spor kulüplerine de sunulabilir.

- Beşiktaş
- Fenerbahçe
- Galatasaray
- Trabzonspor

Gerek Türk milli takımları taraftarları, gerekse Kulüp takımları taraftarları büyük bir sürüm ve satış potansiyelidir.



Ek sürüm, satış ve gelir imkanları

Modern yeniçeri taraftar şapkaları, yeni yaratıcı çizgilerle, farklı renk unsurlarıyla ya da yazı türleri ile sürekli aktüelleştirilebilir.

- Ürün, tekrarlanan ulusal ve uluslararası yarışmalar için sürekli olarak formalara adapte edilebilir



★ Böylece tüketime teşvik edilir, sürüm ve satış maksimal olarak sağlanabilir!

★ Örneğin, Spor Federasyonları ile spor alanındaki diğer kuruluş veya aktörlerle farklı ve bir çok sinerji fırsatları sunuyor!

İş birliği

- Telif hakkı ve söz konusu tasarımın kendimize ait olan Yeniçeri taraftar şapkasının sunumun önceki sayfalarında satış potansiyelinin yanı sıra soyut potansiyelini de sunmaya çalıştım, umarım ilginizi çekebilmişimdir.
- Her iki tarafın da fayda sağlayacağı uzun vadeli bir işbirliği için sizi bir yatırımcı ve ortak olarak kazanmak isterim.
- Her şeyden önce marka felsefeniz ve bunla birlikte Pazar konusundaki bilgi birikiminiz, mevcut altyapınız ve bunlarla bağlantılı kitlesel pazara erişiminiz, beni sürdürülebilir bir ortaklık için size yönelmeye teşvik edecektir.
- Konuyla ilgili olarak değerli görüş ve önerilerinizi paylaşmak ve ürün etrafında oluşturulabilecek katma değerleri konuşmak üzere size de uygun olan zaman için bir toplantı organize edebilirsek çok sevinirim.



★ **Neden, Türk taraftarları ile uyum sağlayan bu ilk, tek kültürel ve tarihsel değeri olan taraftar şapkasını pazara sürerek, Türk sporseverlerine yeni bir tarz sunup, „tarihe“ imza atmayalım?**

Hakkımda: Konseptin geliřtiricisi kimdir?

Aziz Yener Berlin doğumludur. Berlin´de marketing ve iletişim bilimi ve ayrıca marketing ağırlıklı işletme ekonomisi okumuştur. Alanında başarılı çalışmalarına imza atan Aziz Yener, „Marka stratejisi kapsamında tüketici davranışları ve marka politikası “ konusuyla, Berlin Teknik Üniversitesi, Fakülte VIII, Marketing I İşletme Ekonomisi Enstitüsü’nde, Profesör Dr. Volker Trommsdorff önderliğinde Pazarlama odaklı iletişim bilimi ve işletme alanında diplomasını 1,4 (pekiyi) notuyla almaya hak kazanmıştır.




Bir çok reklam ajansında Tüketici davranışları bağlamında marka politikası ve marka yönetimi alanında, yanısıra stratejik pazarlama, satış ve iletişim yollarının oluşturulması ve gerçekleştirilmesinden sorumlu pazarlama ve satış müdürü ve uzmanı olarak çalışmıştır.


Aziz Yener, HanseNet (Alice)´in yanısıra, E-Plus Service GmbH & Co.KG, Vodafone D2 GmbH ve Daimler AG (Mercedes-Benz markasını) gibi tanınmış şirketler için de başarılı iletişim çalışmaları yürütmüştür.

Teşekkürler!

YENER Marketing & Vertrieb
Rothenburgstr. 5A
12163 Berlin

Yetkili /Telif hakkı sahibi :
Aziz Yener

 +49 177 797 01 15

 aziz@yener.de



© Konsept içeriği Aziz Yener'e aittir.

© Die Inhalte des Konzepts sind geistiges Eigentum von Aziz Yener

© Contents of the concept are intellectual property of Aziz Yener

