



KONBELTAŞ

Sosyal Medya 2024 Değerlendirme ve
2025 Strateji Raporu

INTERIO
KURUMSAL REKLAM HİZMETLERİ

2024 Etkileşim Raporu



•



•



•



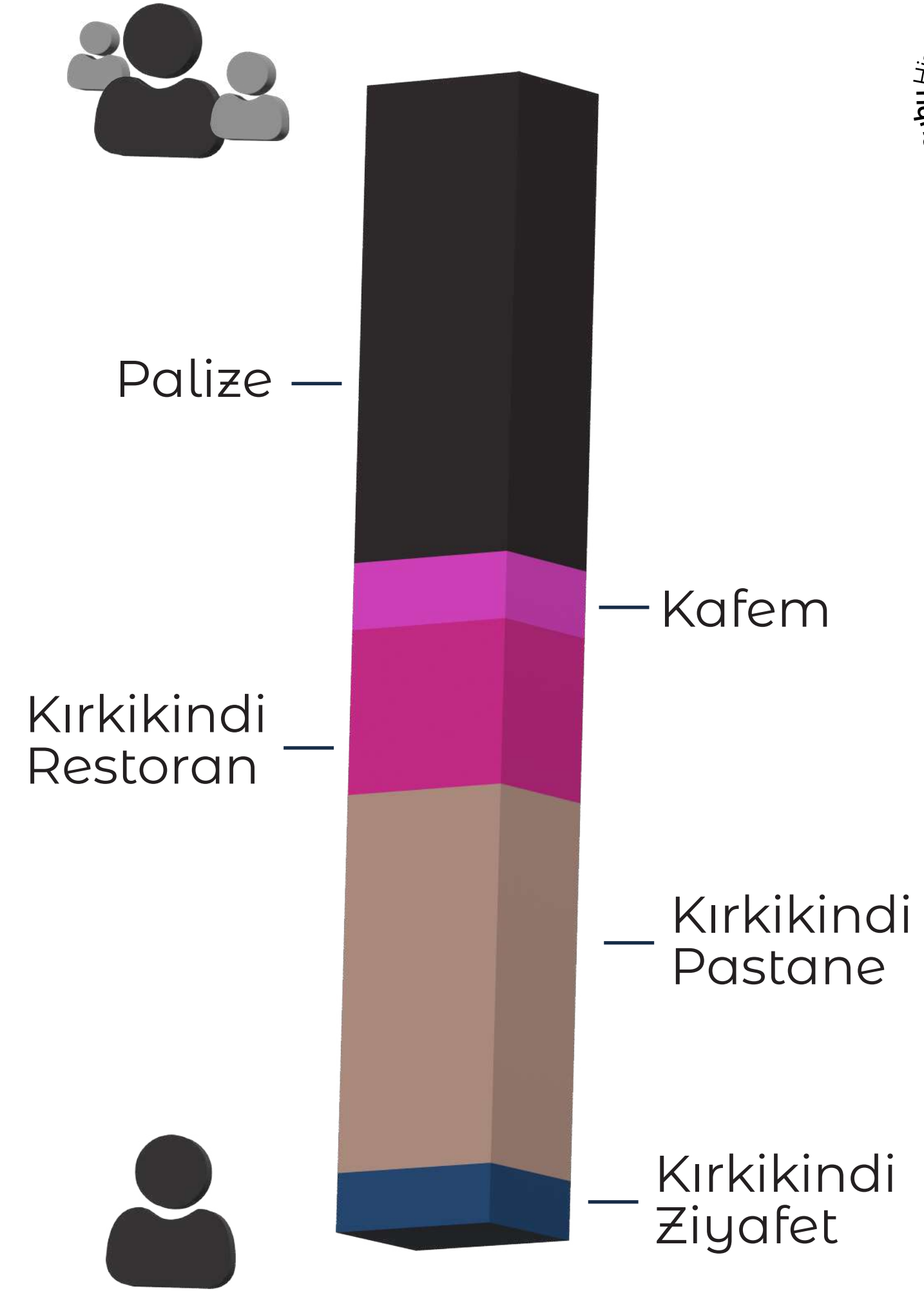
•



33.185 takipçi

- Palize | 13.260 takipçi
- Kafem | 7.455 takipçi
- Kırkikindi Restoran | 7.190 takipçi
- Kırkikindi Pastane | 5.150 takipçi
- Kırkikindi Ziyafet | 130 takipçi

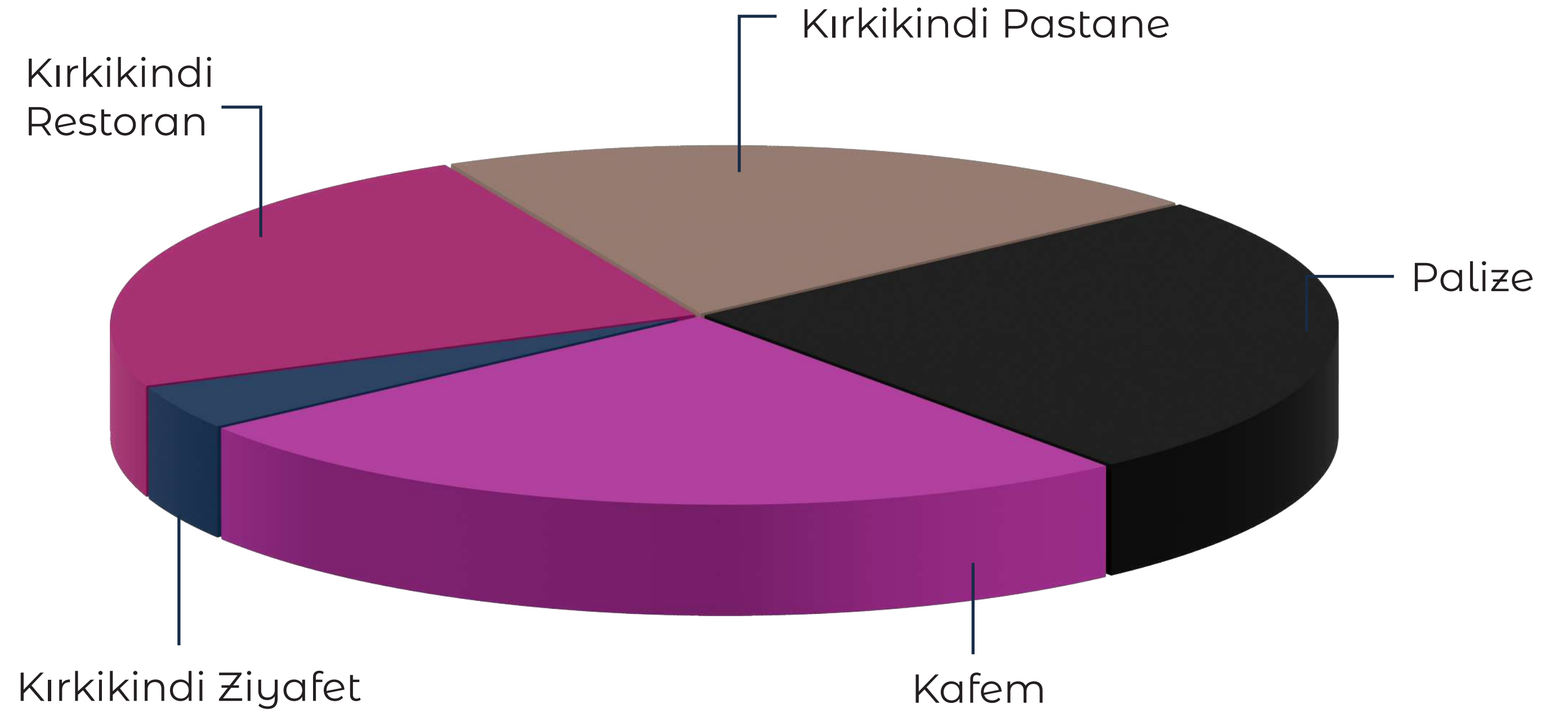
INTERIO



587 gönderi



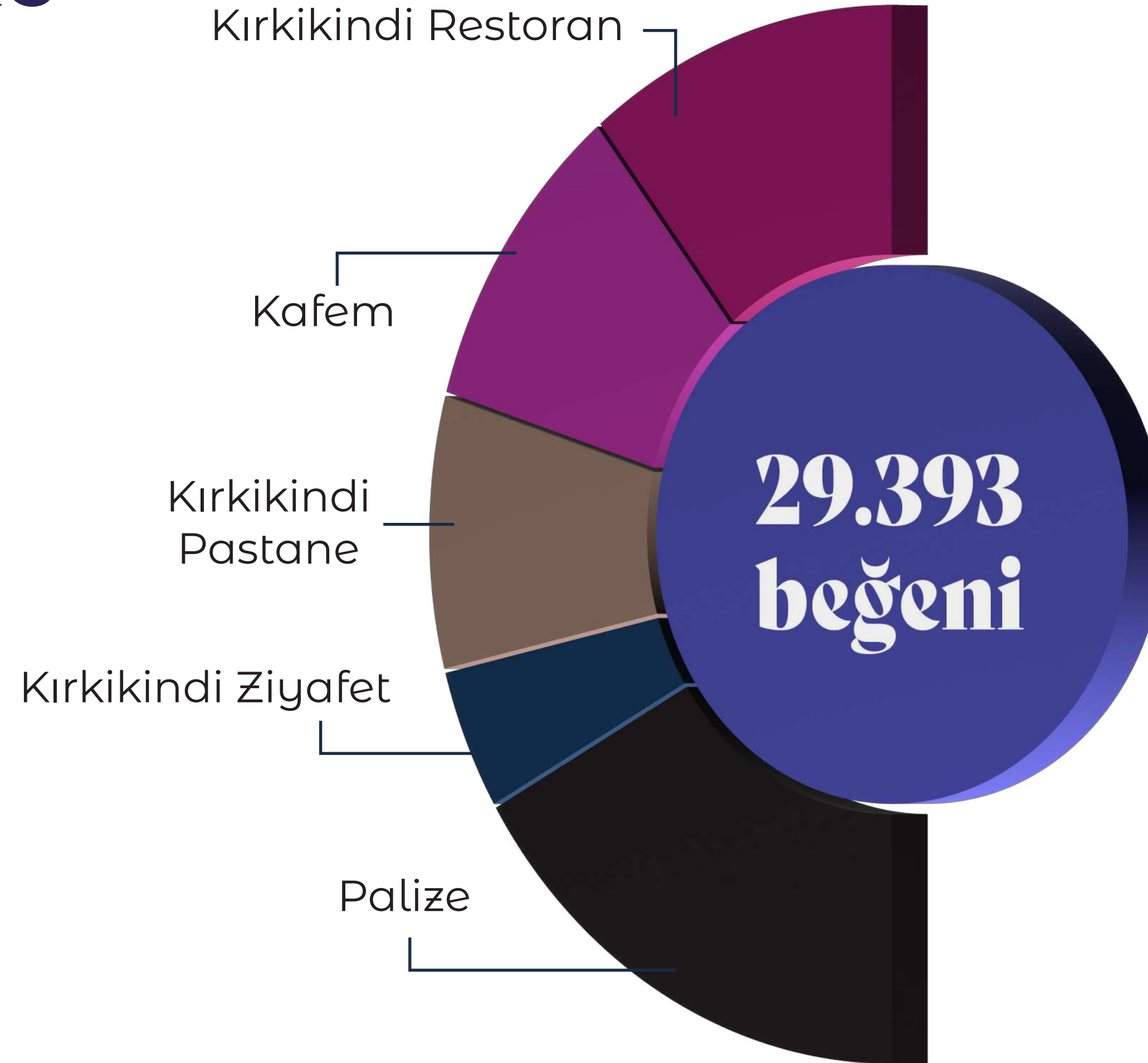
—	Palize	91 post • 94 reels 185 gönderi
—	Kırkikindi Restoran	88 post • 45 reels 133 gönderi
—	Kafem	83 post • 92 reels 175 gönderi
—	Kırkikindi Pastane	86 post • 46 reels 132 gönderi
—	Kırkikindi Ziyafet	3 post • 5 reels 8 gönderi



29.393 Beğenme



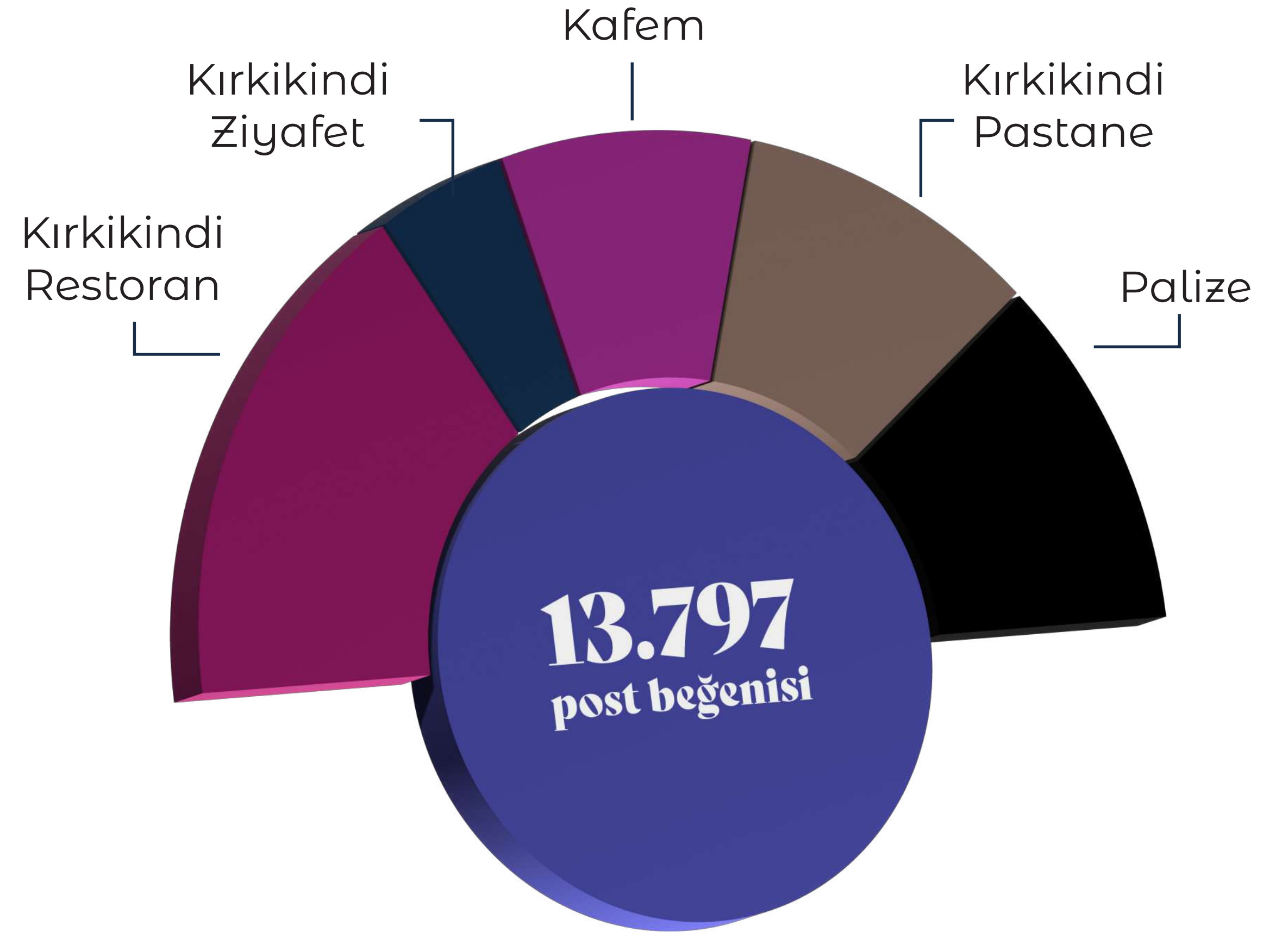
— Palize	3.354 post • 5.121 reels 8.475 beğeni
— Kirkikindi Restoran	4.053 post • 3565 reels 7.618 beğeni
— Kafem	2.786 post • 4.375 reels 7.161 beğeni
— Kirkikindi Pastane	3.507 post • 2.337 reels 5.844 beğeni
— Kirkikindi Ziyafet	97 post • 198 reels 295 beğeni



13.797

Post beğenisi

- Palize | 3.354 post beğenisi
- Kirkikindi Restoran | 4.053 post beğenisi
- Kafem | 2.702 post beğenisi
- Kirkikindi Pastane | 3.507 post beğenisi
- Kirkikindi Ziyafet | 97 post beğenisi



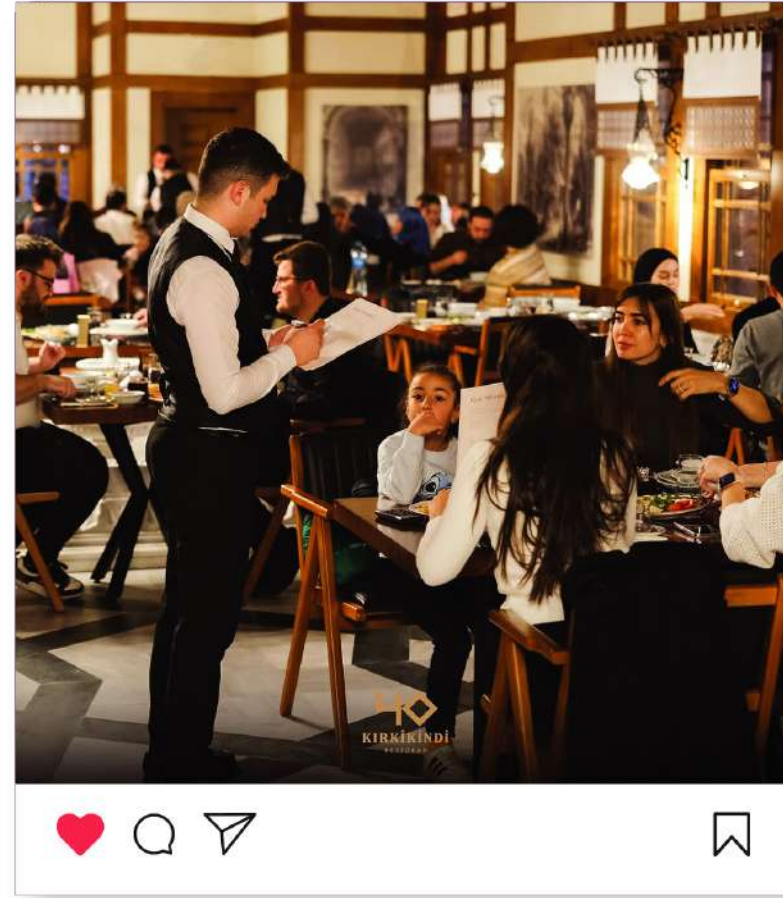
En çok beğenilen postlar



Kafem
112 beğeni



Kırkikindi Pastane
111 beğeni



Kırkikindi Restoran
96 beğeni



Palize
71 beğeni



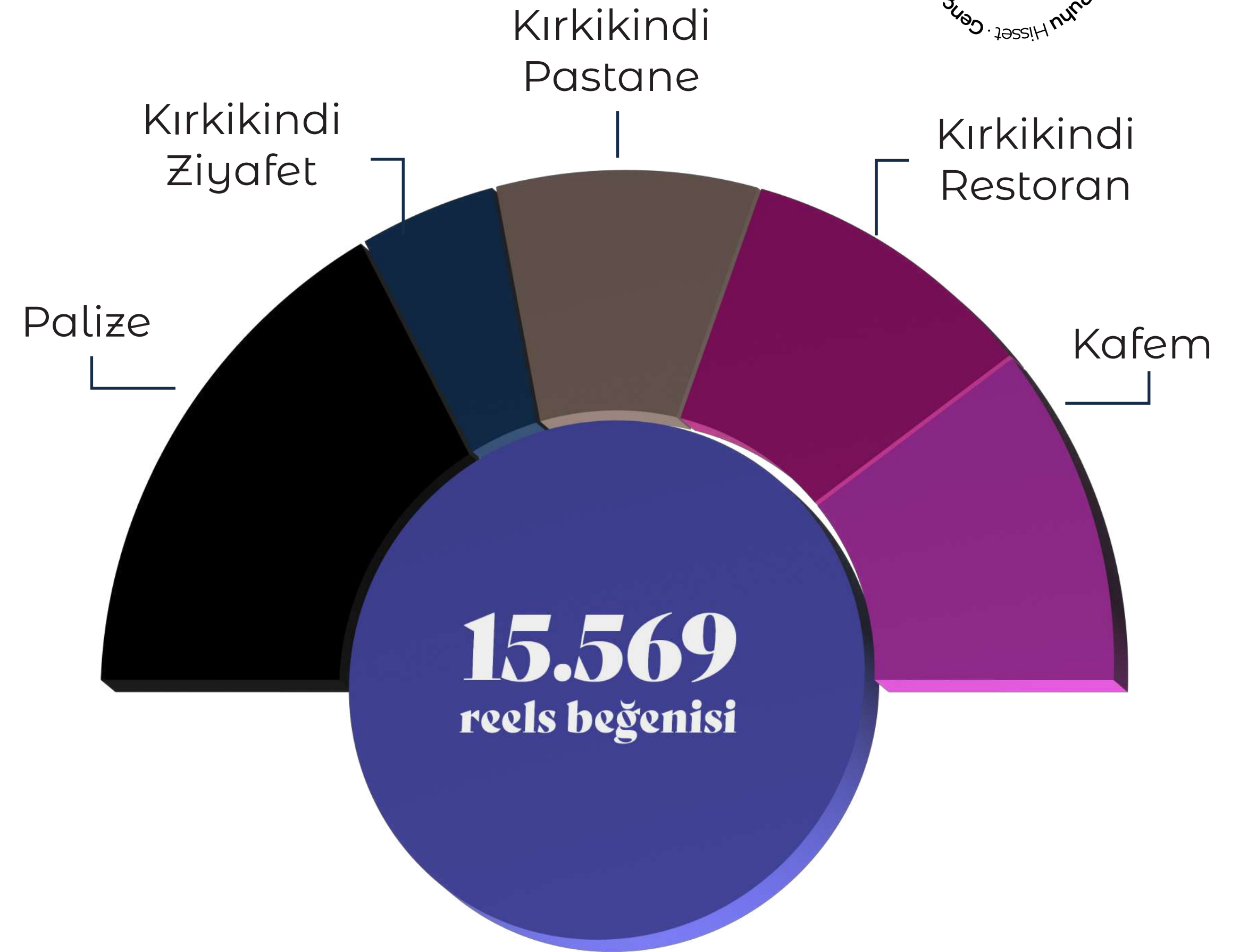
Kırkikindi Ziyafet
36 beğeni

15.596

Reels beğenisi



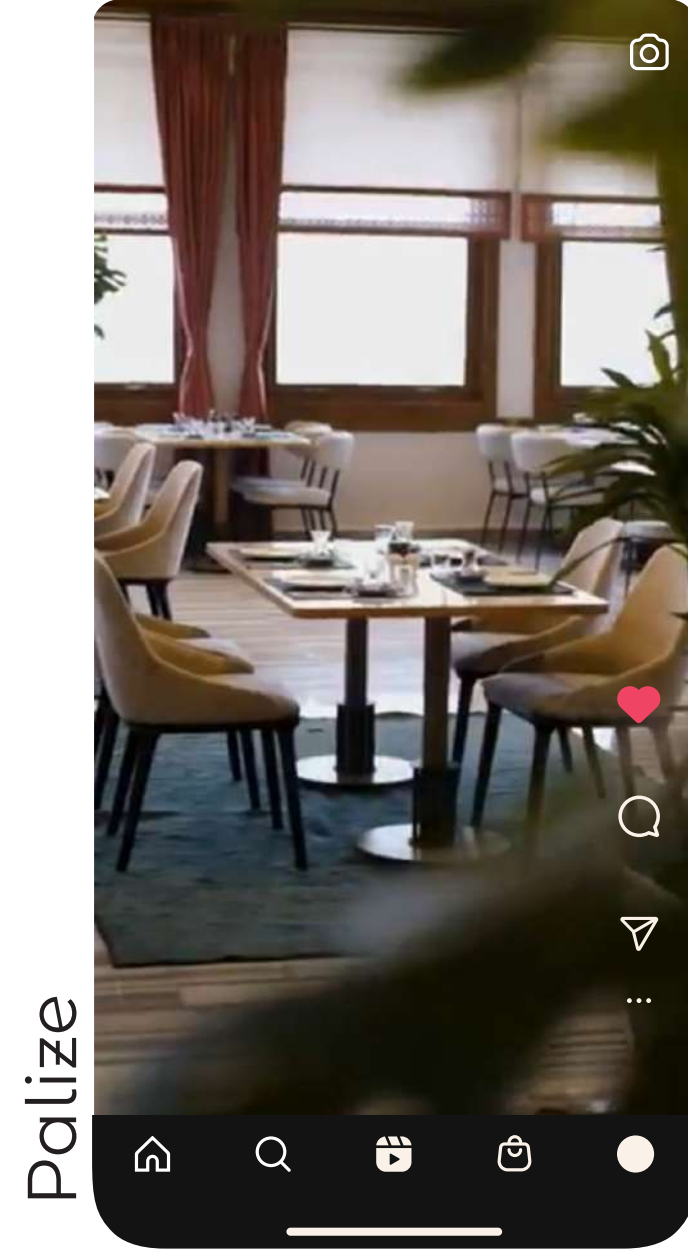
- Palize | 5.121 reels beğenisi
- Kirkikindi Restoran | 3.565 reels beğenisi
- Kafem | 4.459 reels beğenisi
- Kirkikindi Pastane | 2.337 reels beğenisi
- Kirkikindi Ziyafet | 198 reels beğenisi



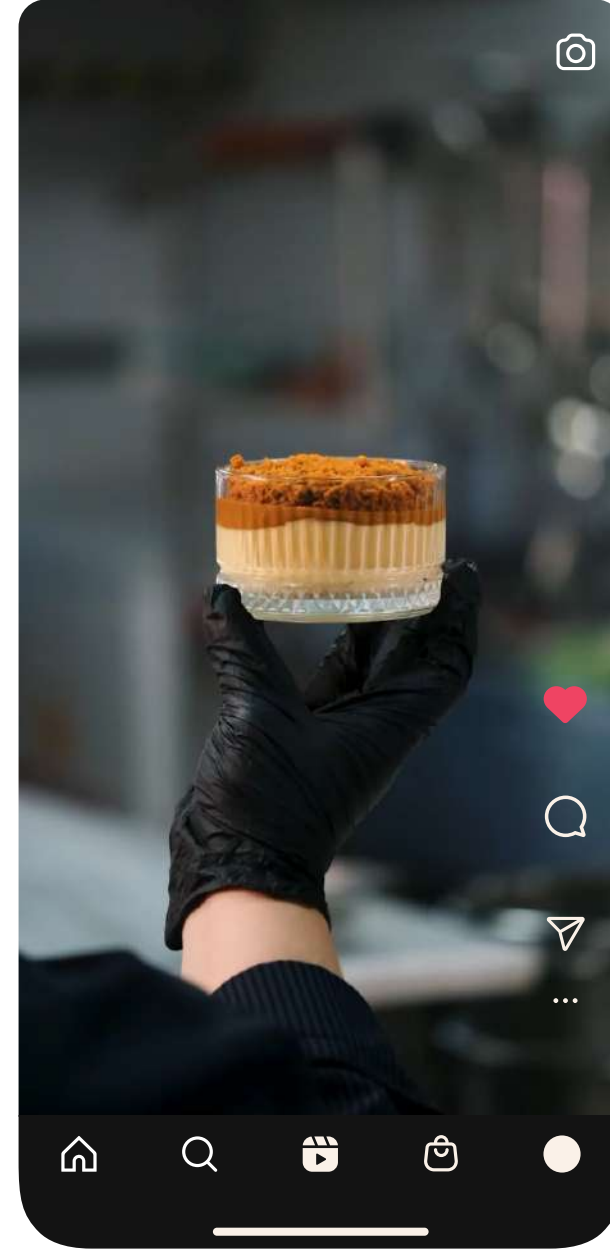
En çok beğenilen reelsler



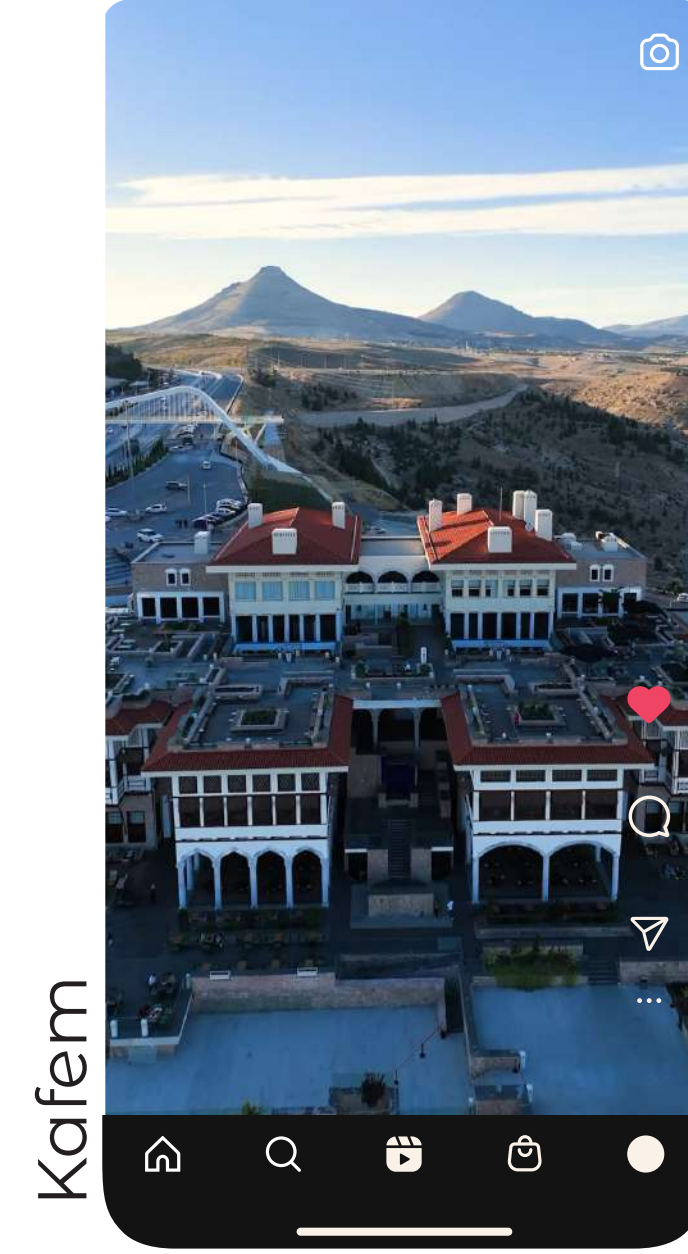
112 beğeni



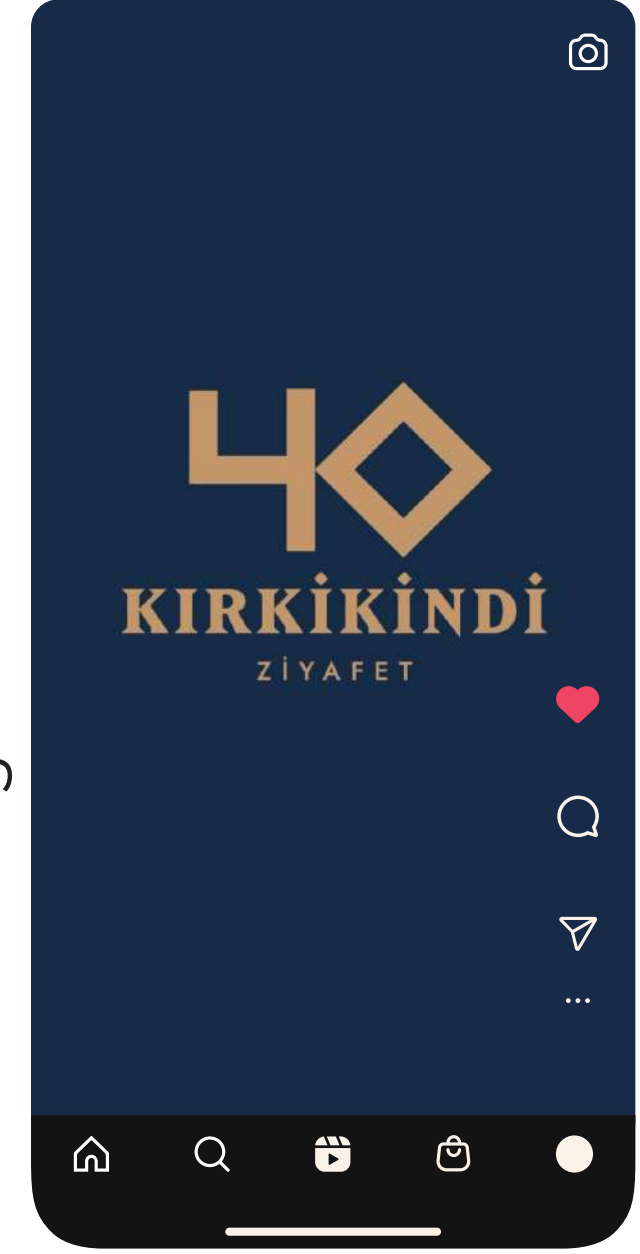
111 beğeni



96 beğeni



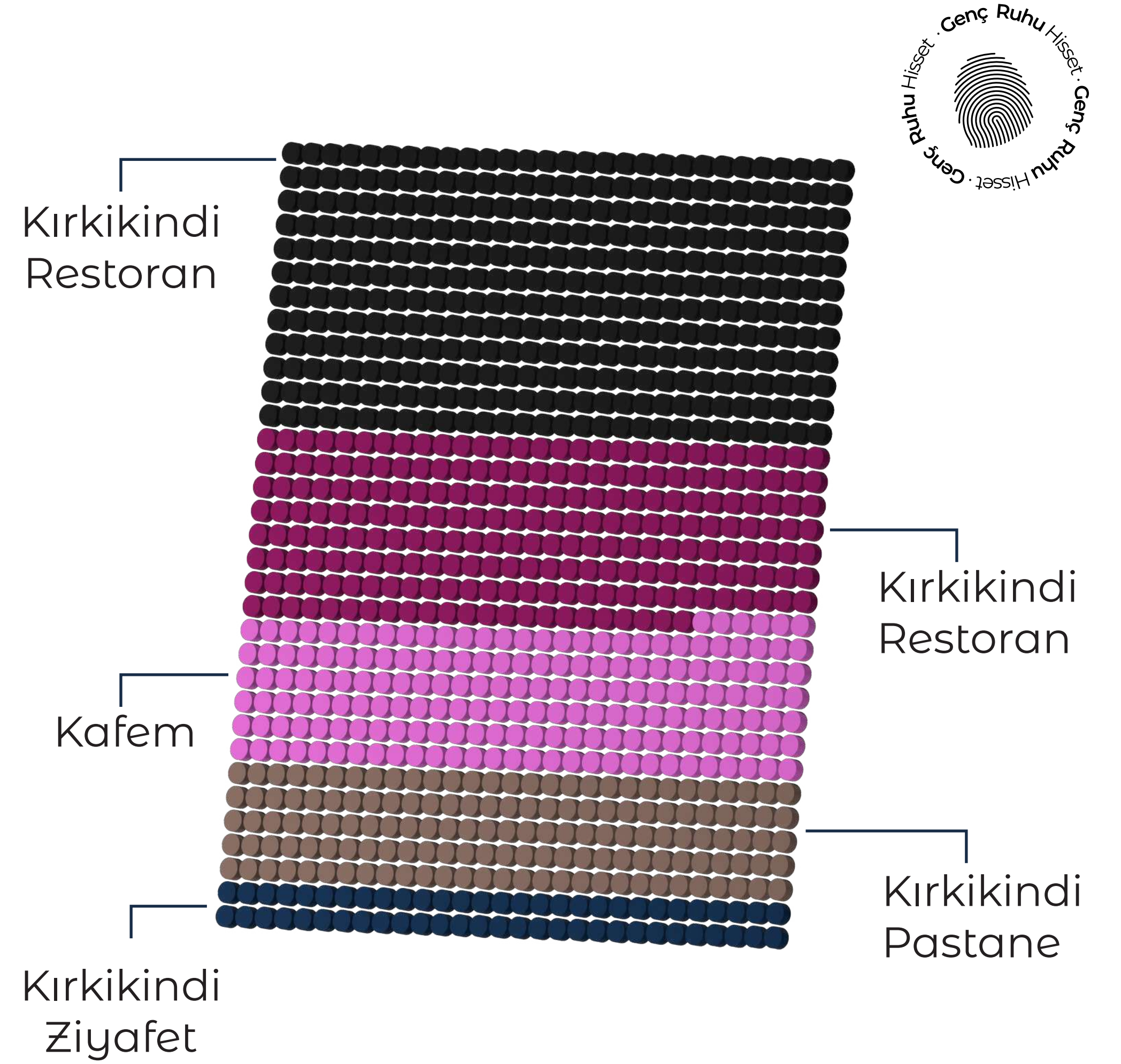
71 beğeni



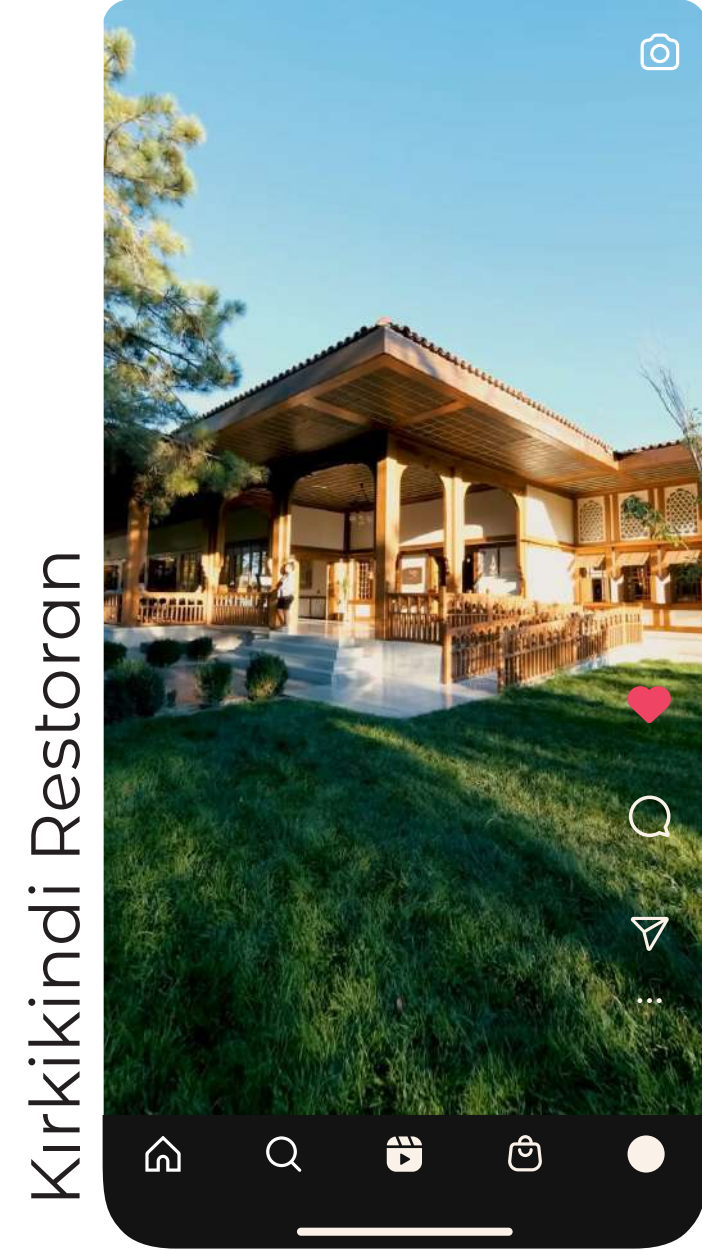
36 beğeni

1.783.909 izlenme

- Palize | 719.513 izlenme
- Kirkikindi Restoran | 504.174 izlenme
- Kafem | 344.776 izlenme
- Kirkikindi Pastane | 202.437 izlenme
- Kirkikindi Ziyafet | 13.009 izlenme

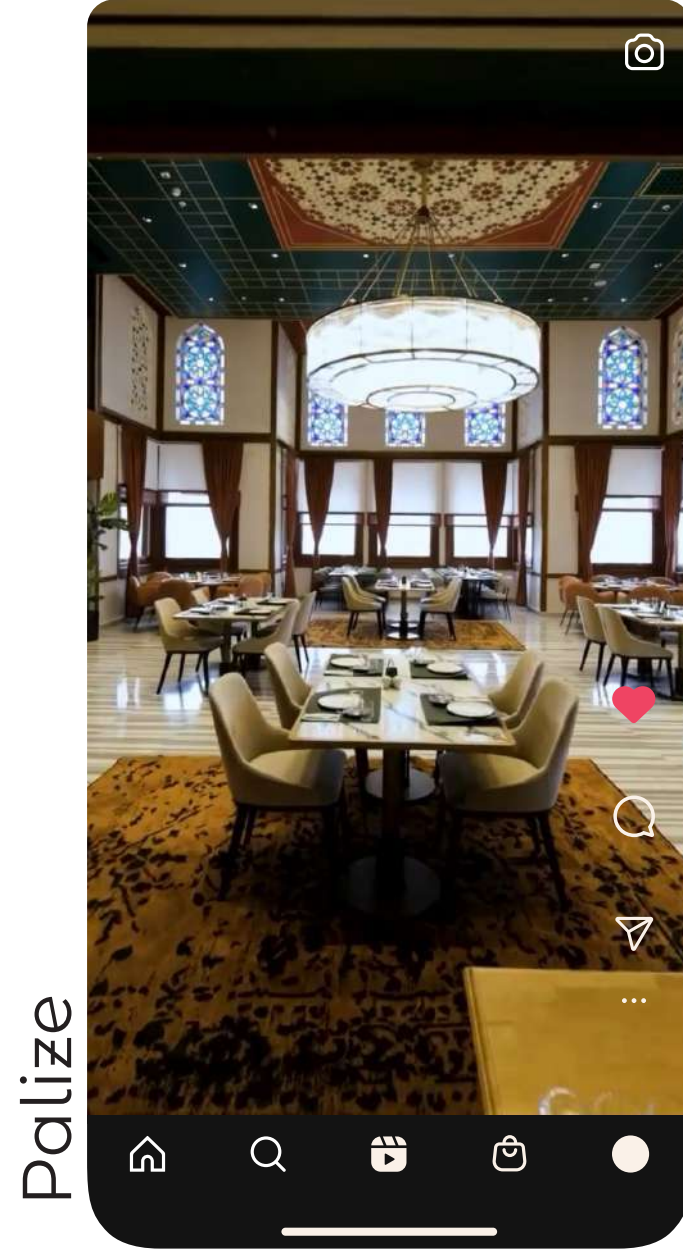


En çok izlenen reelsler



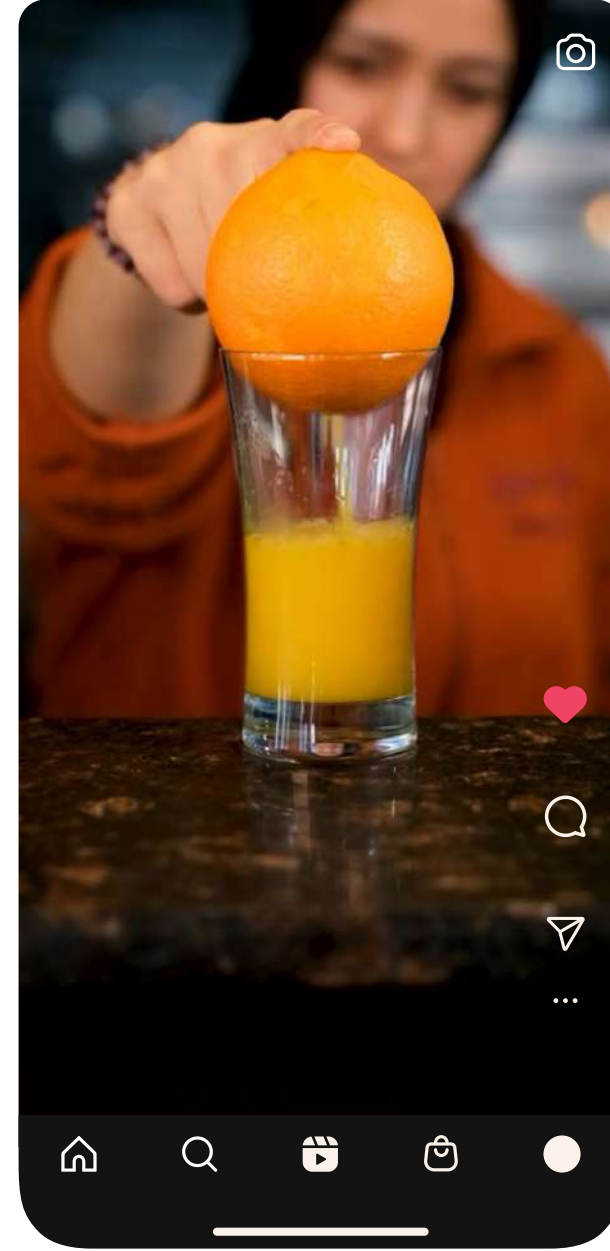
Kırkikindi Restoran

83.442 izlenme



Palize

21.691 izlenme



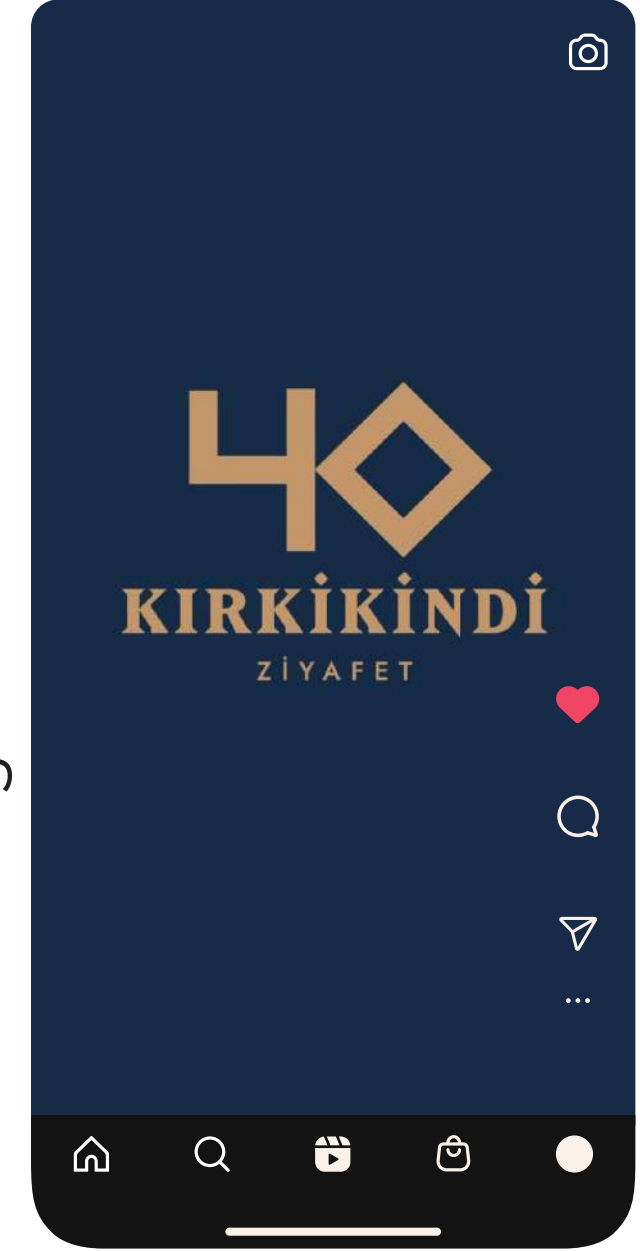
Kafem

11.232 izlenme



Kırkikindi Pastane

9.000 izlenme



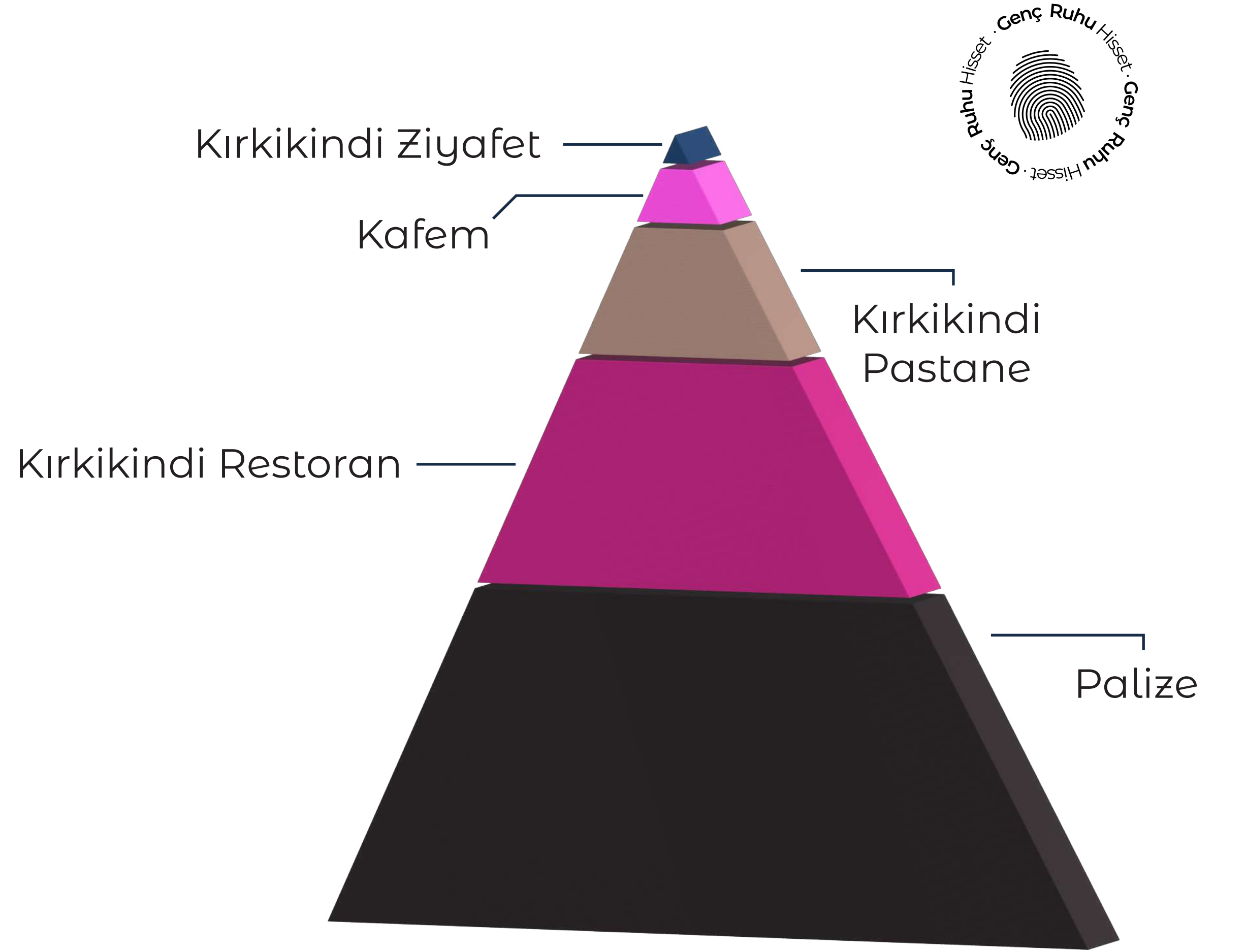
Kırkikindi Ziyafet

4.952 izlenme

2.825 kaydetme

- Palize | 1.208 kaydetme
- Kirkikindi Restoran | 823 kaydetme
- Kafem | 309 kaydetme
- Kirkikindi Pastane | 472 kaydetme
- Kirkikindi Ziyafet | 13 kaydetme

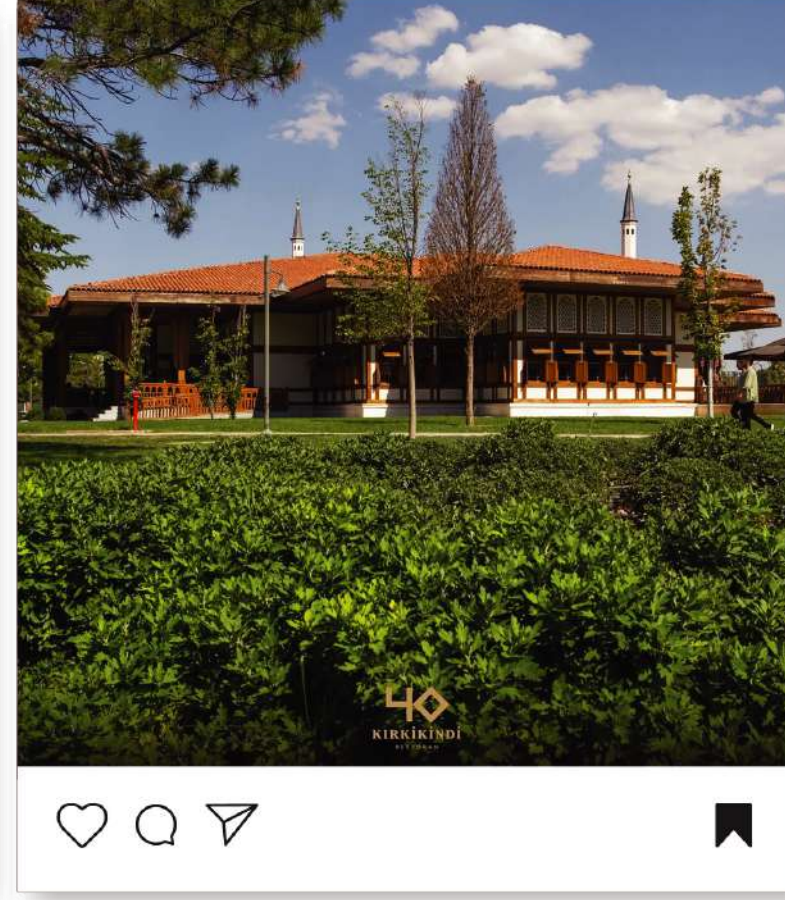
INTERIO



En çok kaydedilen postlar



Palize
28 kaydetme



Kırkikindi Restoran
25 kaydetme



Kafem
22 kaydetme

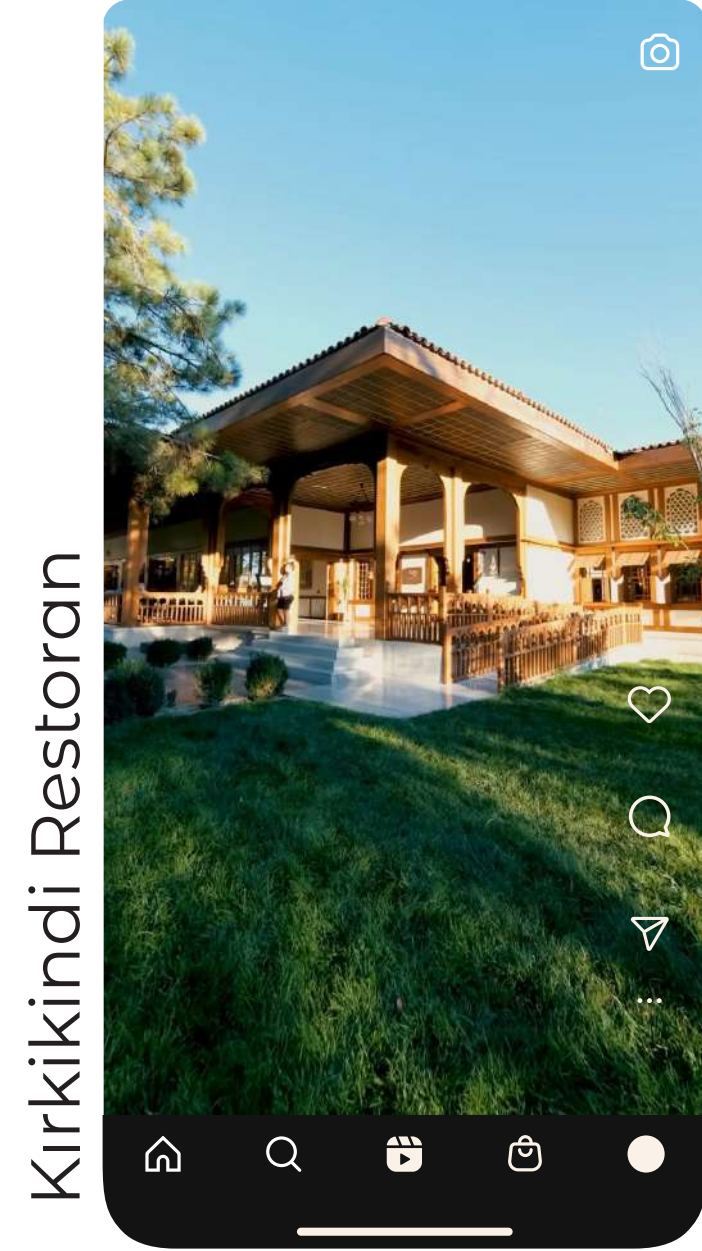


Kırkikindi Pastane
19 kaydetme



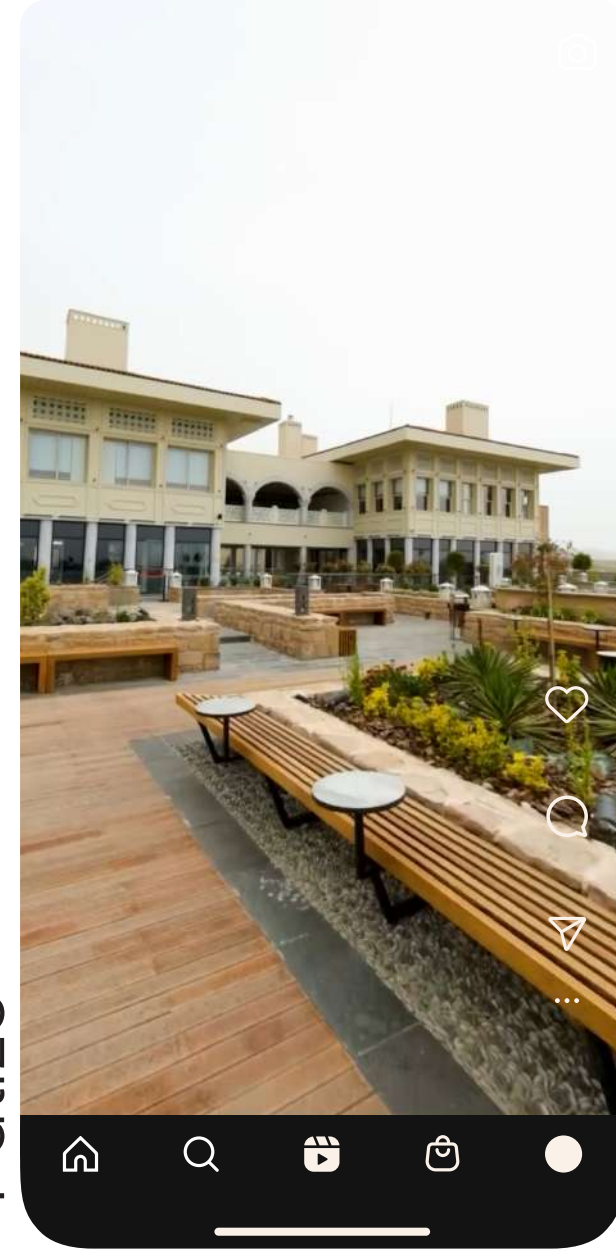
Kırkikindi Ziyafet
6 paylaş

En çok kaydedilen reelsler



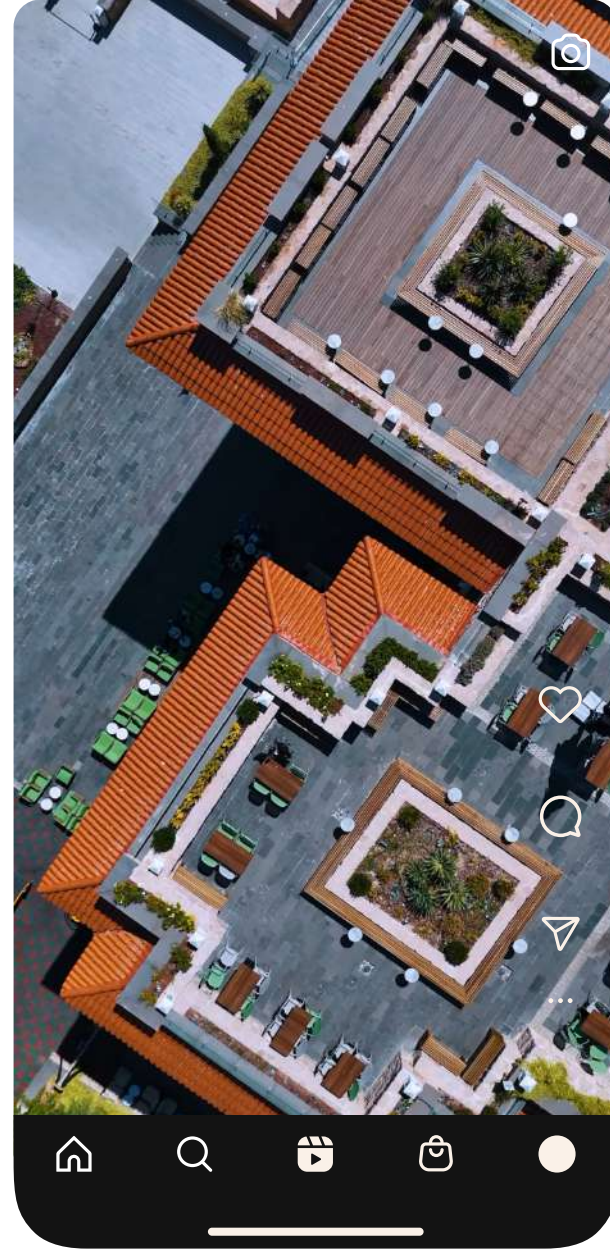
Kırıkındi Restoran

82 kaydetme



Palize

75 kaydetme



Kafem

18 kaydetme



Kırıkındi Pastane

18 kaydetme



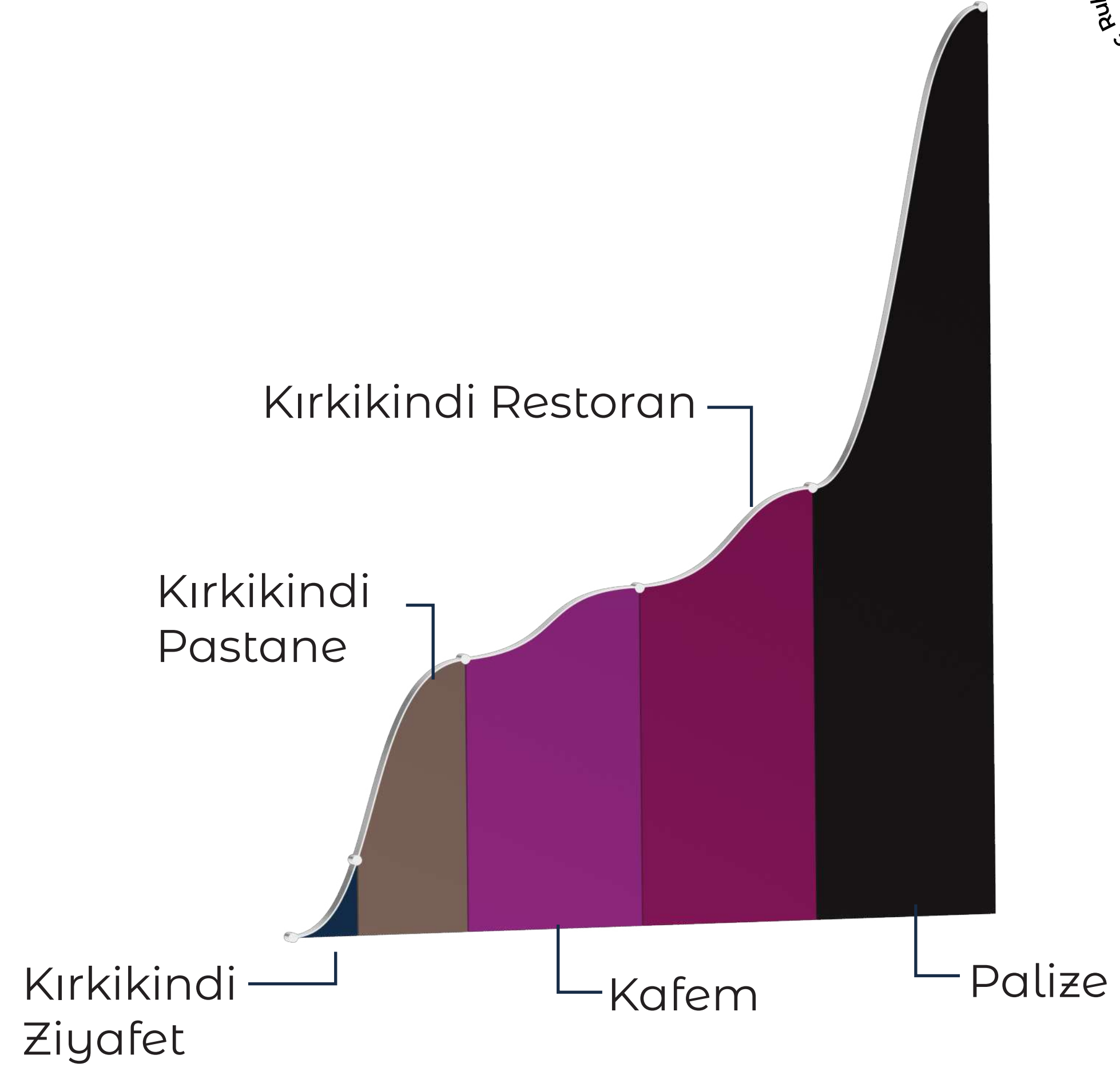
Kırıkındi Ziyafet

7 kaydetme

6.710 paylaşma



- Palize | **3.008** paylaşma
- Kirkikindi Restoran | **1.476** paylaşma
- Kafem | **1.171** paylaşma
- Kirkikindi Pastane | **962** paylaşma
- Kirkikindi Ziyafet | **93** paylaşma



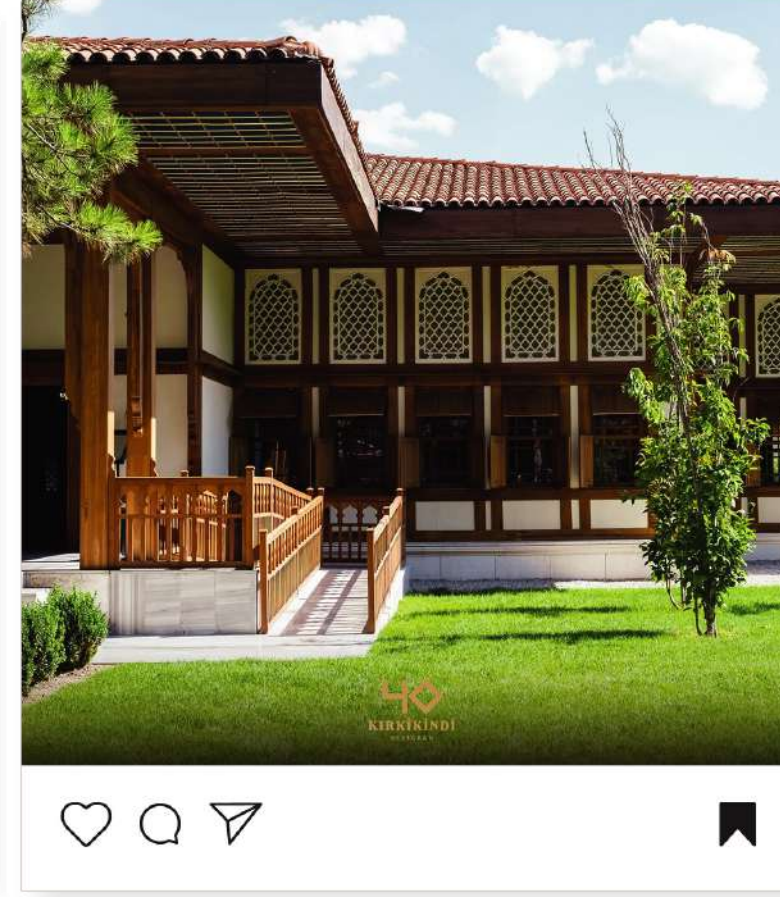
En çok paylaşılan postlar



Kafem
136 paylaşma



Palize
48 paylaşma



Kırkikindi Restoran
25 paylaşma

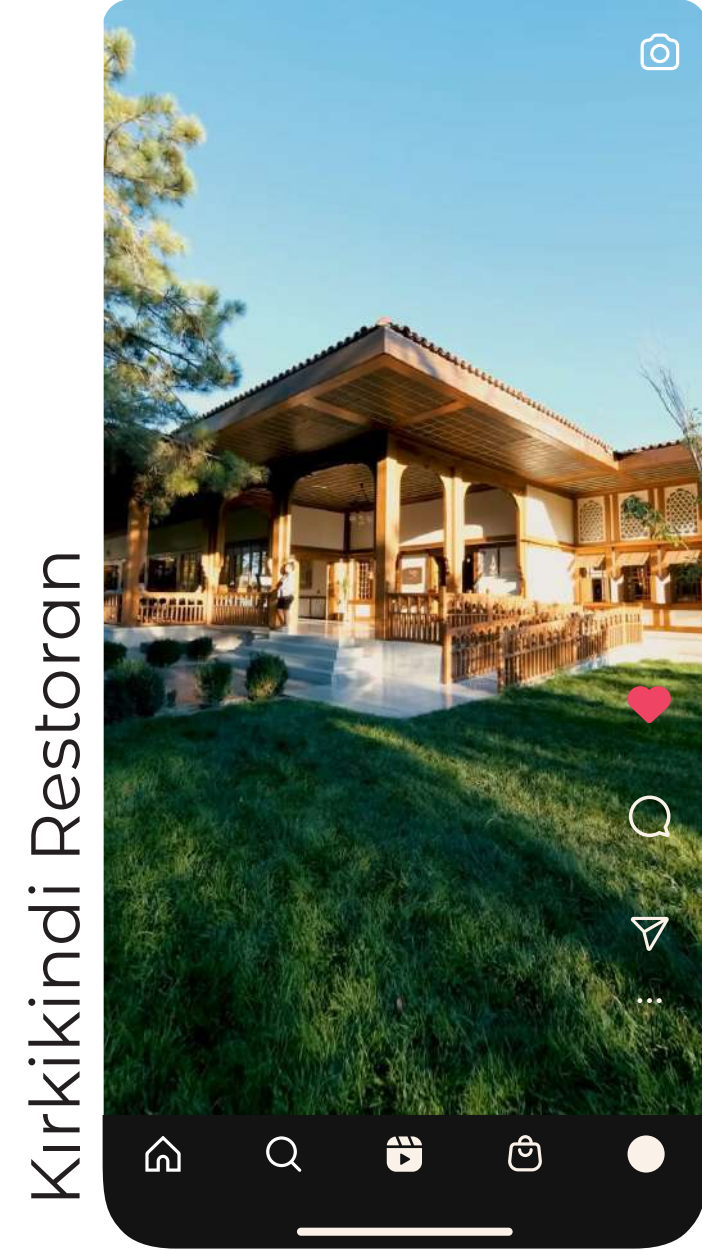


Kırkikindi Pastane
19 paylaşma



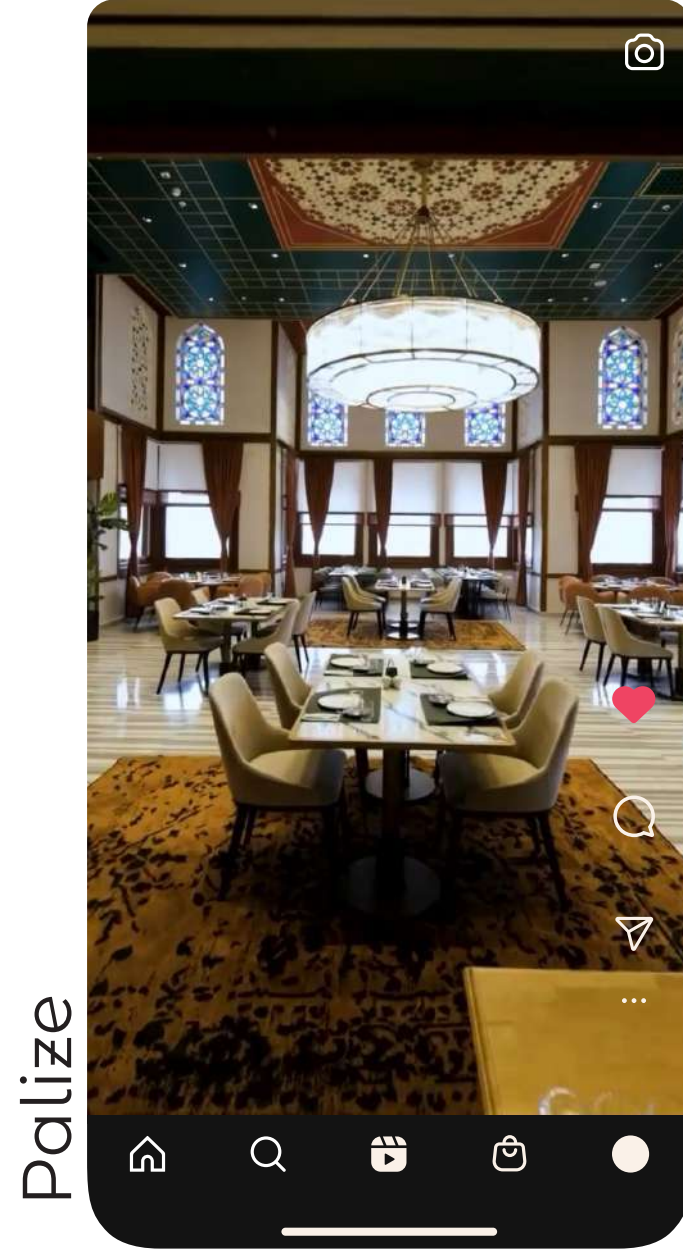
Kırkikindi Ziyafet
6 paylaşma

En çok paylaşılan reelsler



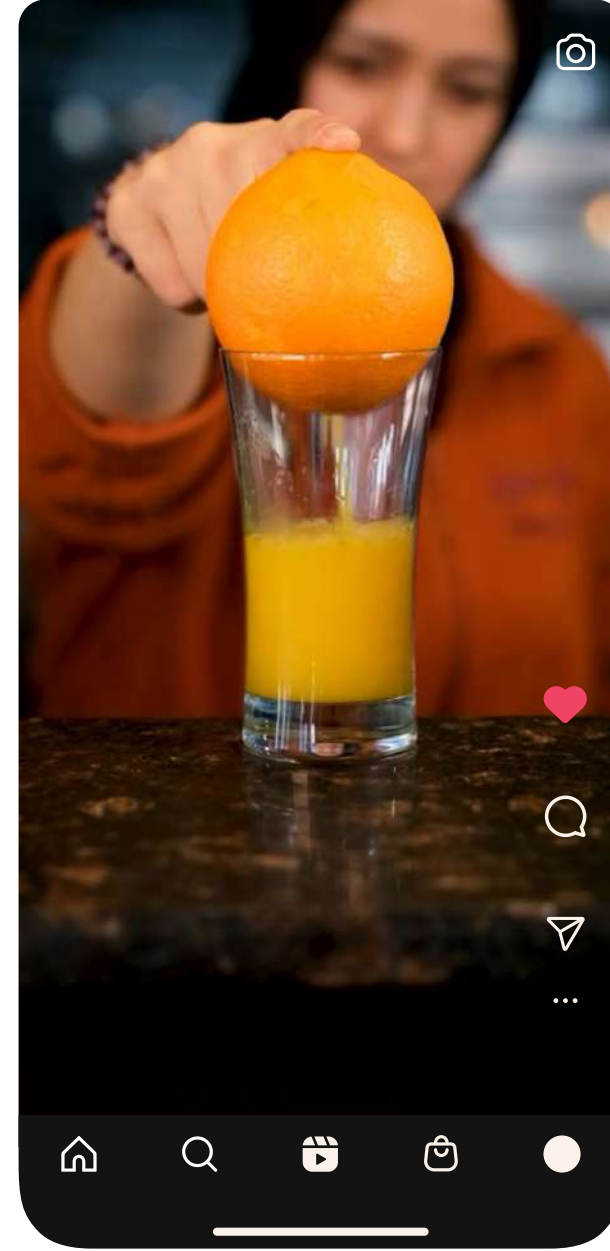
Kırkikindi Restoran

83.442 izlenme



Palize

21.691 izlenme



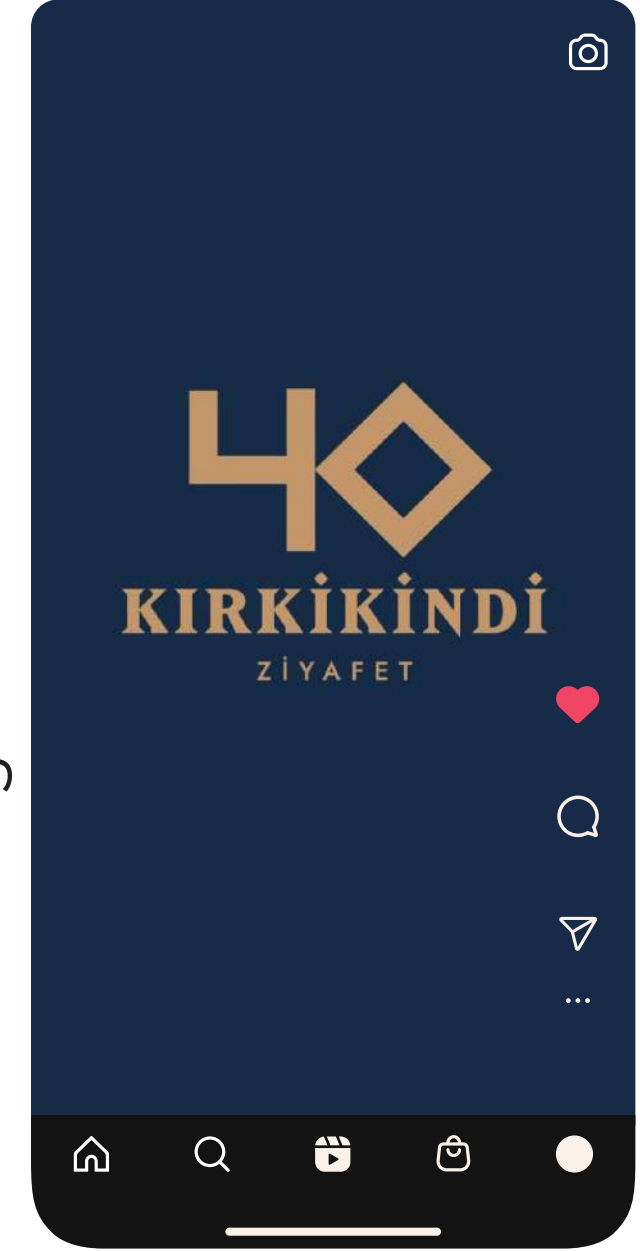
Kafem

11.232 İzlenme



Kırkikindi Pastane

9.000 izlenme



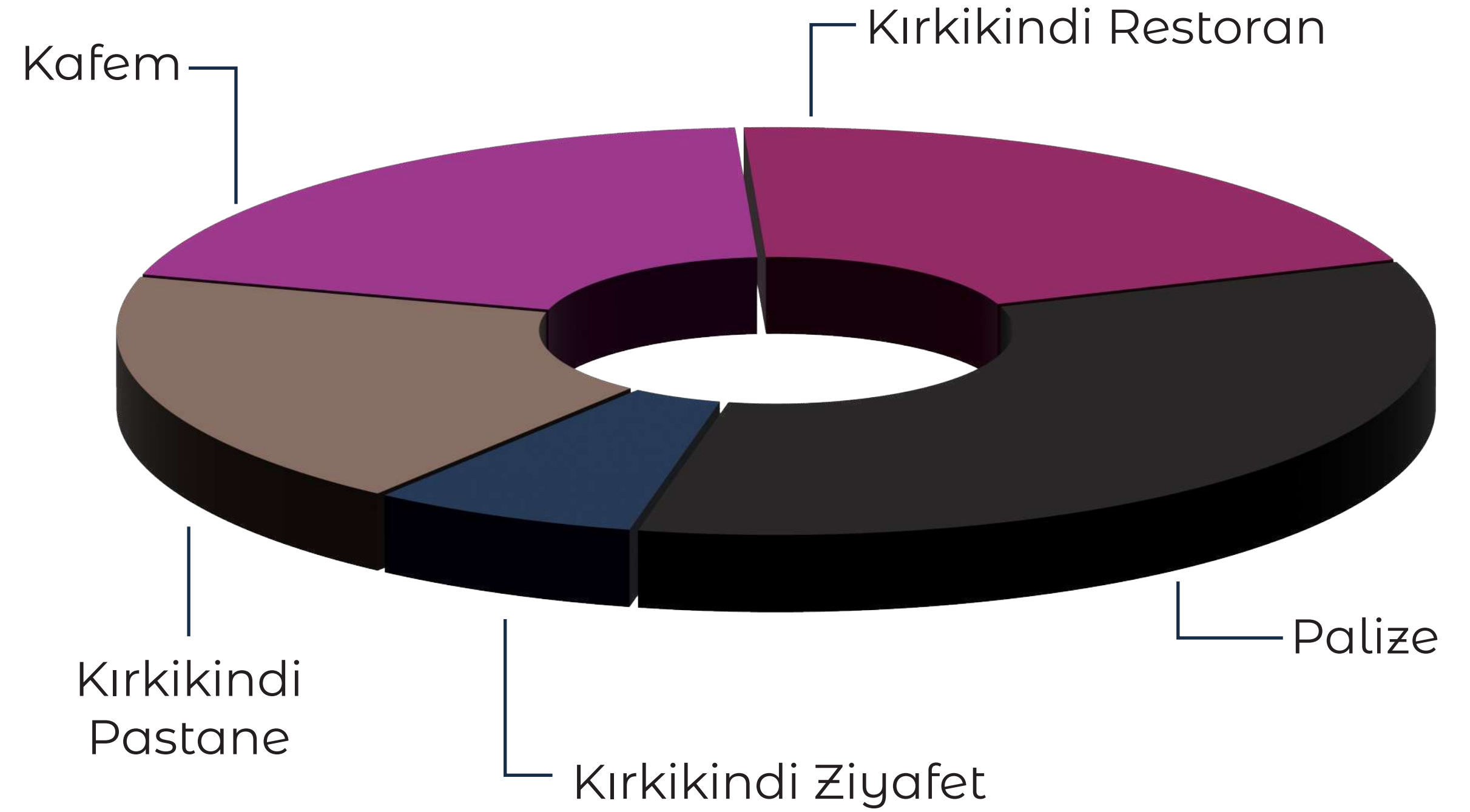
Kırkikindi Ziyafet

4.952 izlenme

39.084 etkileşim



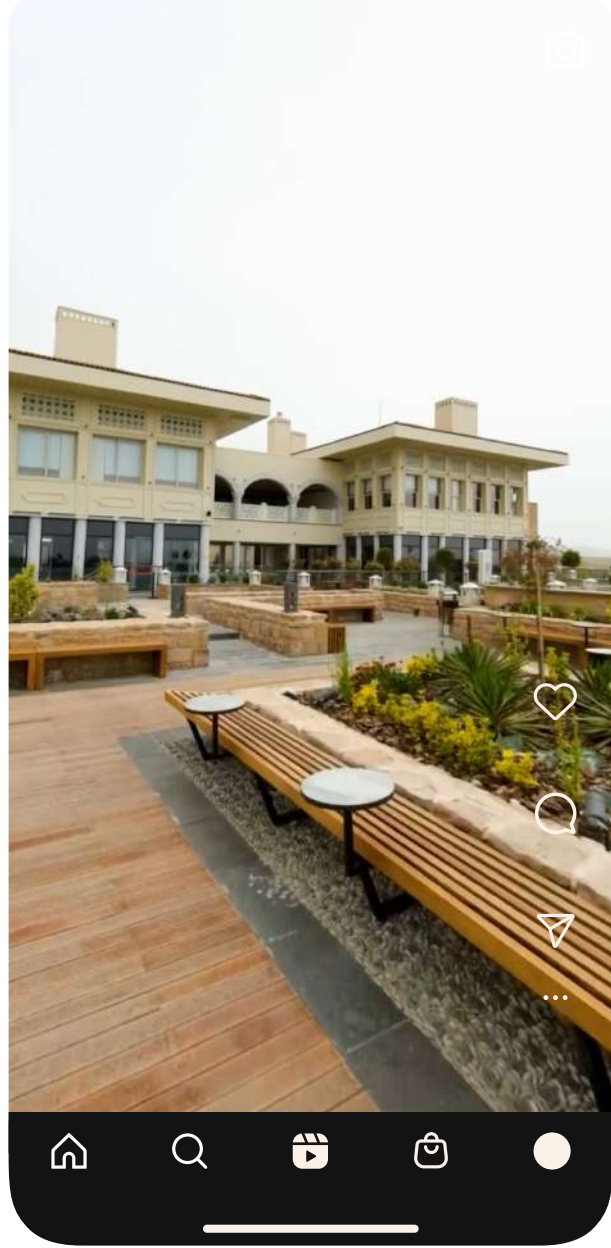
- Palize | 12.865 etkileşim
- Kırkikindi Restoran | 9.889 etkileşim
- Kafem | 8.643 etkileşim
- Kırkikindi Pastane | 7.286 etkileşim
- Kırkikindi Ziyafet | 401 etkileşim



En çok etkileşim alan içerikler



Palize



421 etkileşim

Kırkikindi Restoran

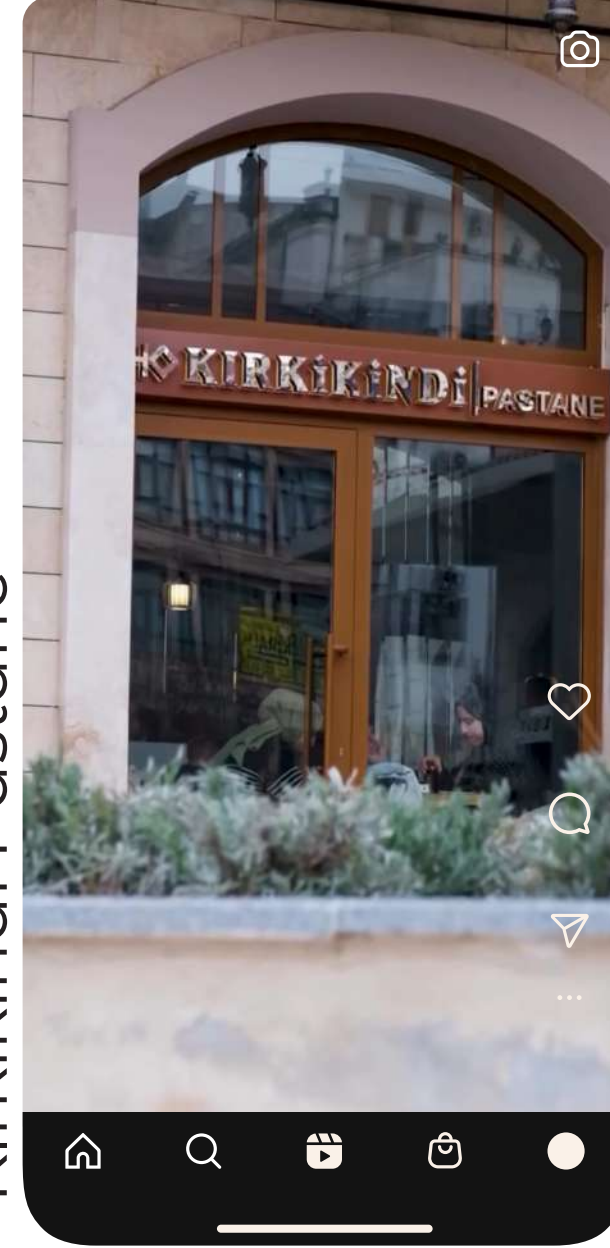


333 etkileşim



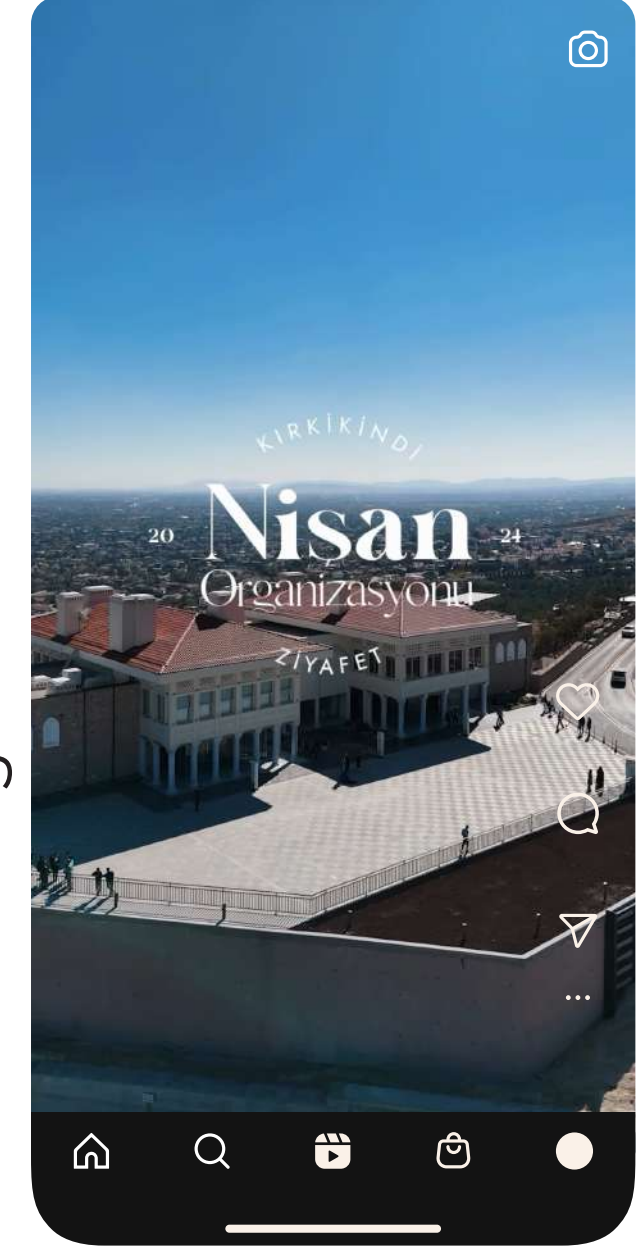
Kafem
270 etkileşim

Kırkikindi Pastane



183 etkileşim

Kırkikindi Ziyafet

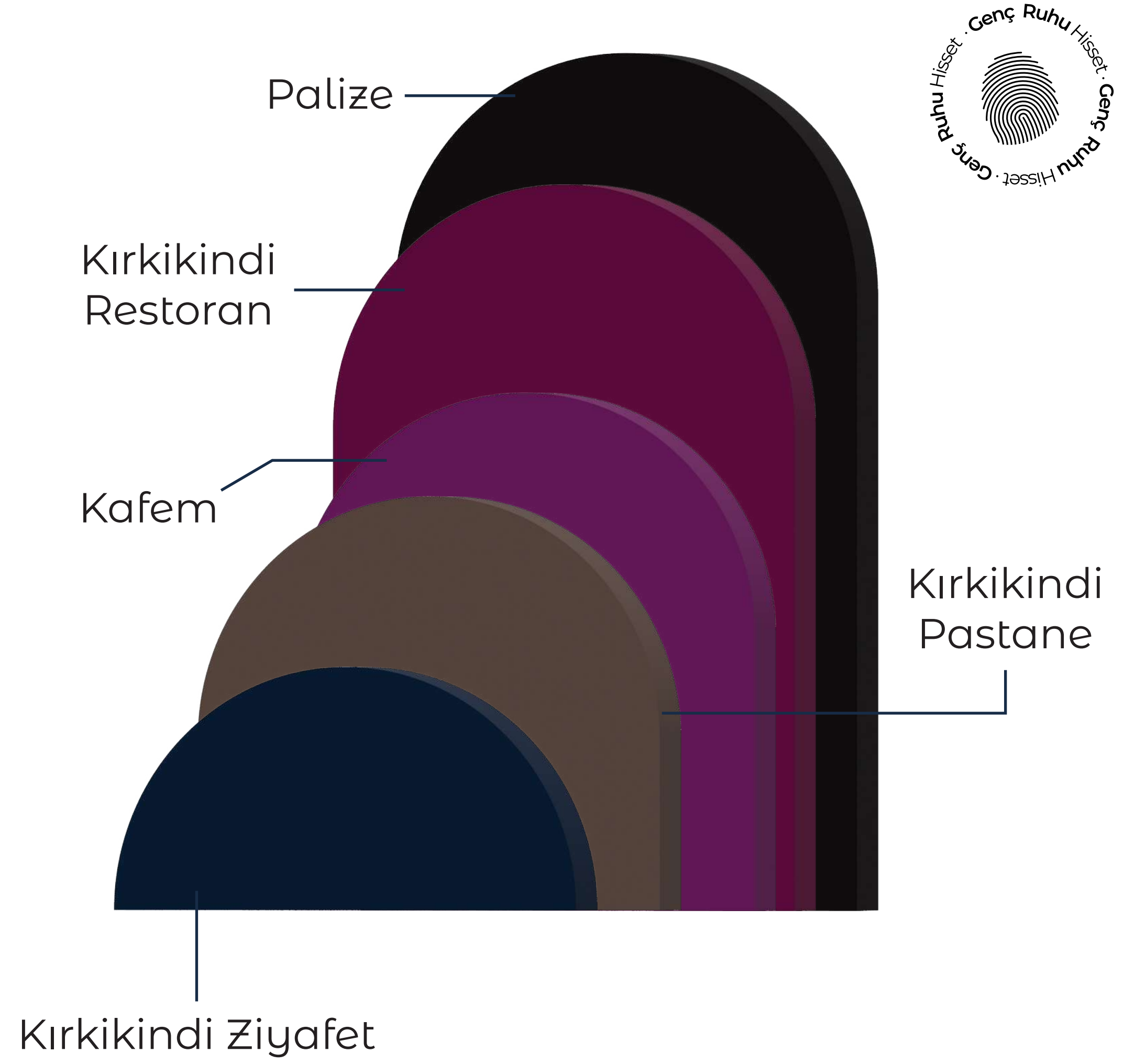


105 etkileşim

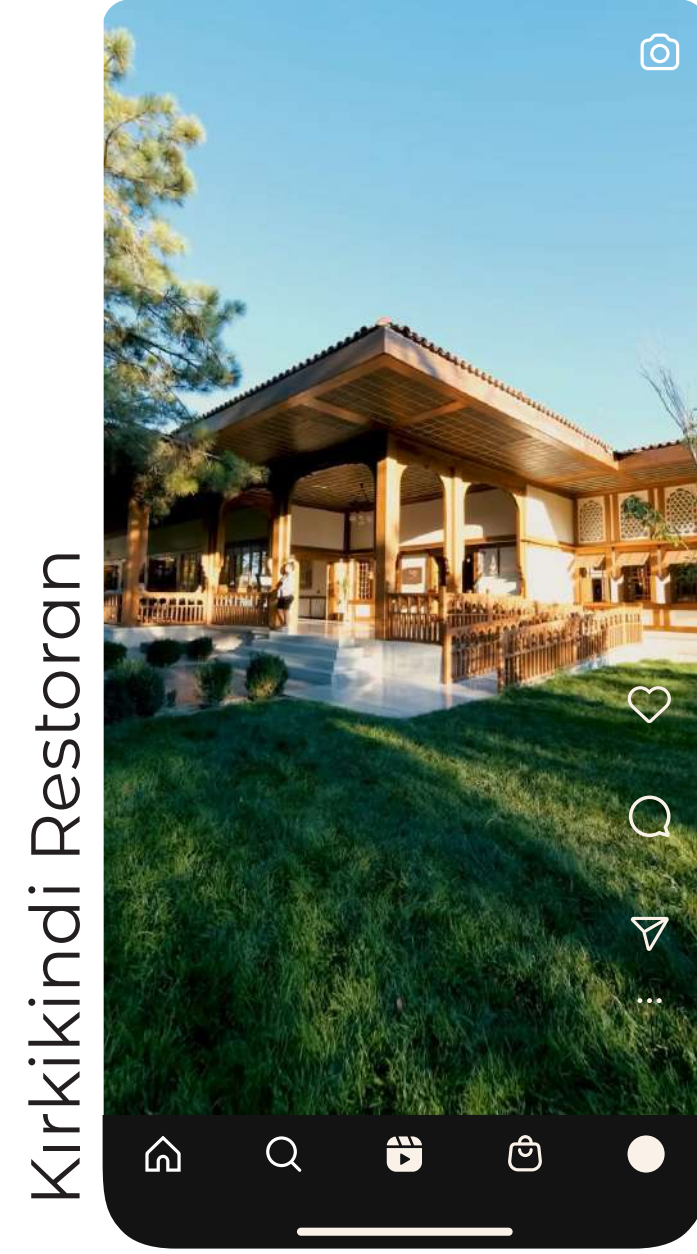
2.281.800 erişim

- Palize | 861.939 erişim
- Kırkikindi Restoran | 691.684 erişim
- Kafem | 377.238 erişim
- Kırkikindi Pastane | 343.266 erişim
- Kırkikindi Ziyafet | 7.673 erişim

INTERIO



En çok erişim alanlar



Kırıkındi Restoran

65.391 erişim

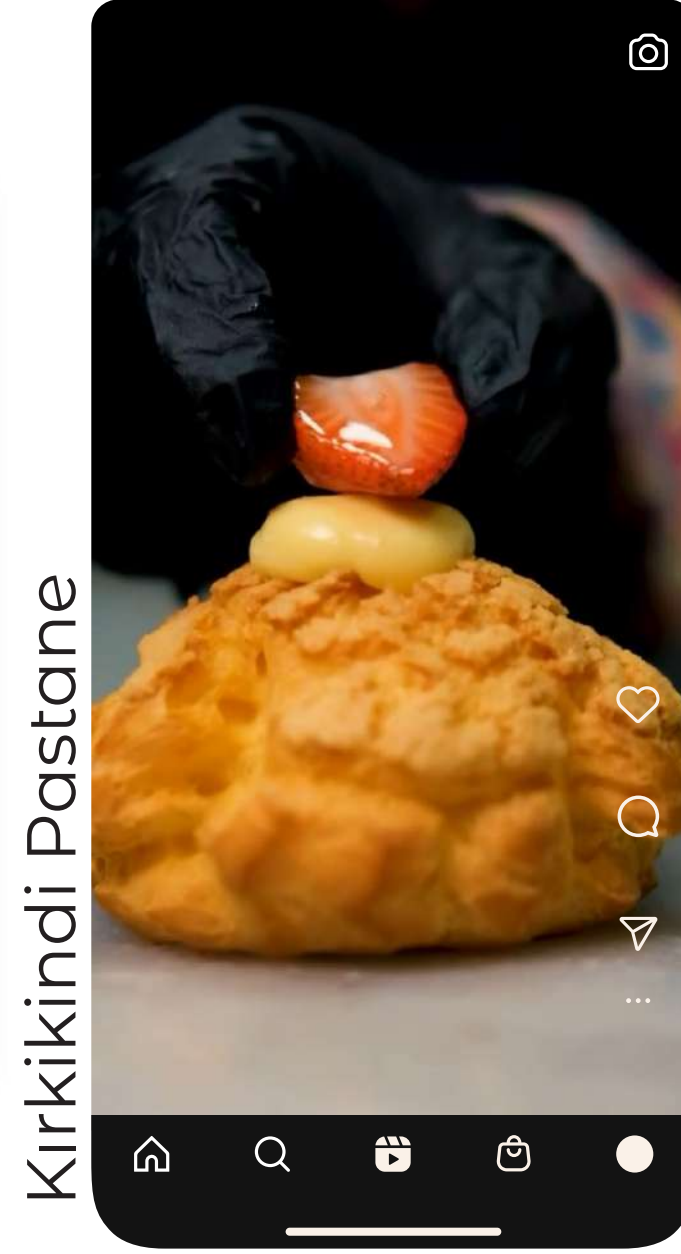


Palize

14.075 erişim

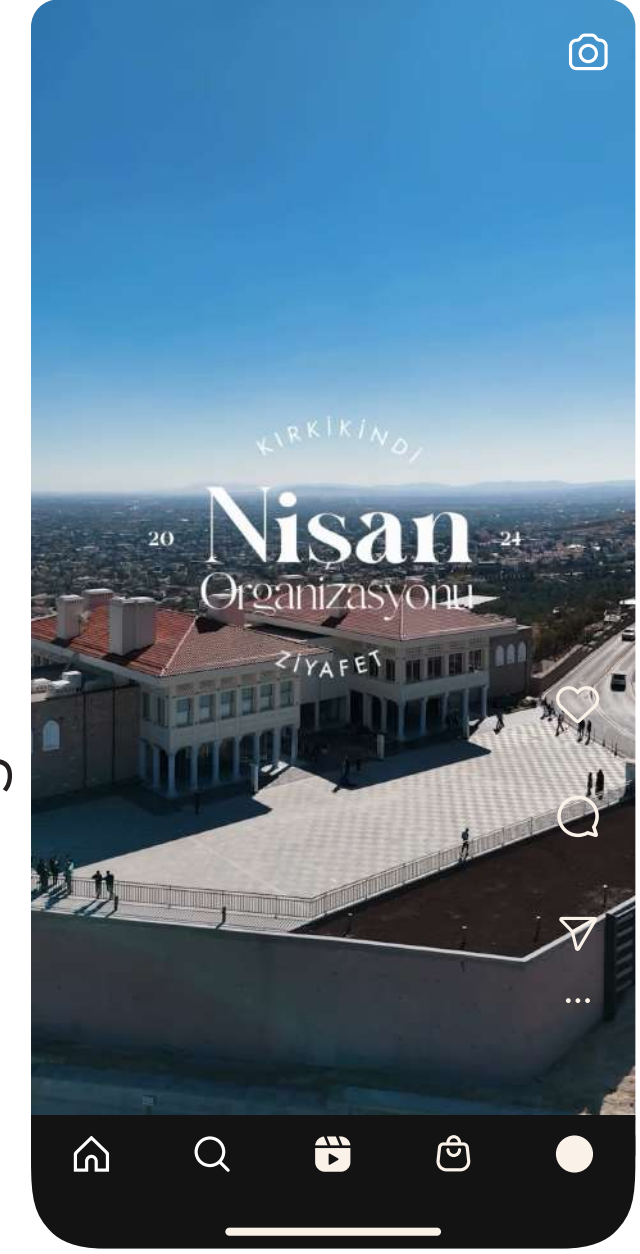


Kafem
8713 erişim



Kırıkındi Pastane

6420 erişim



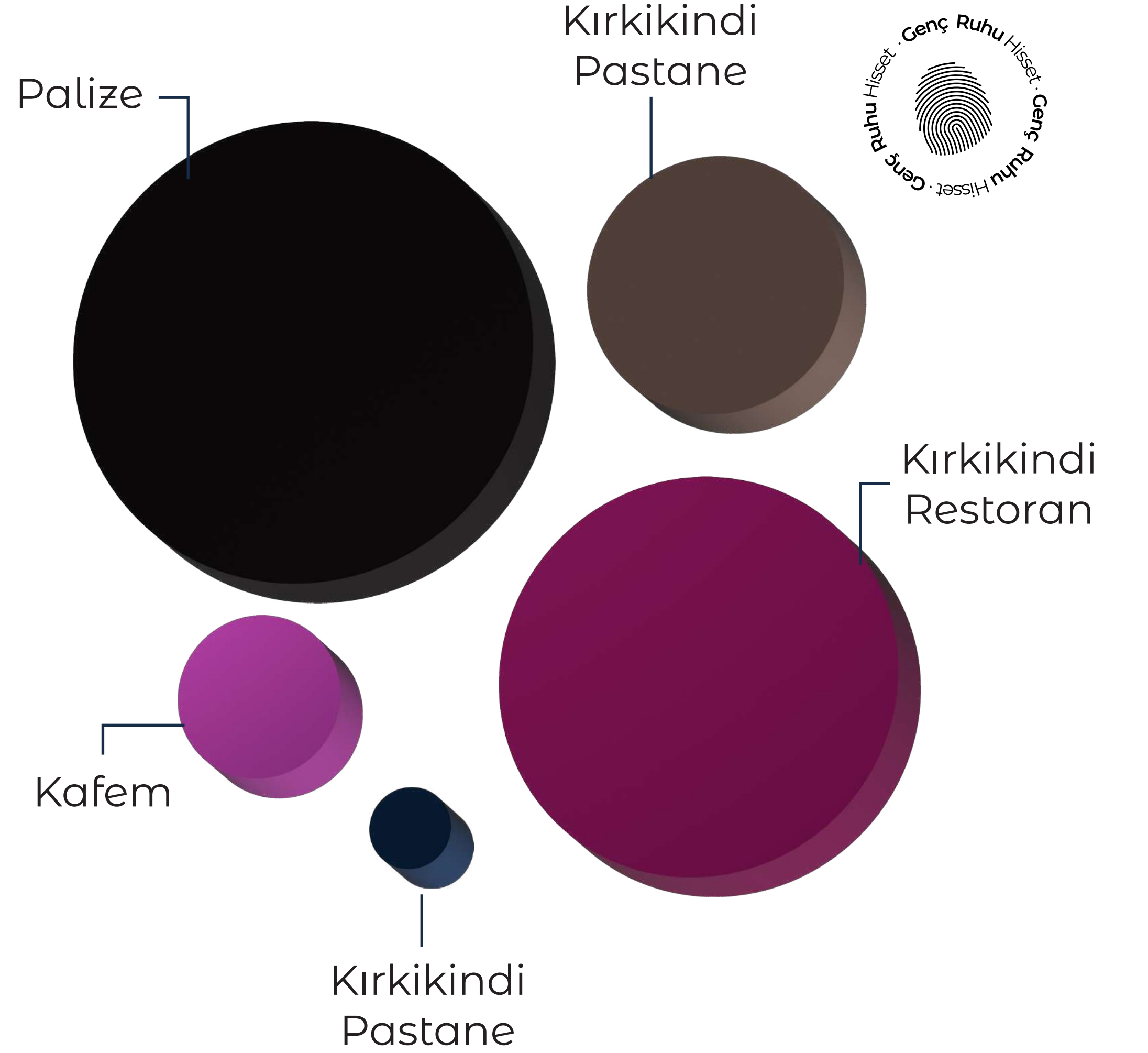
Kırıkındi Ziyafet

2859 erişim

10.519 profil hareketi

- Palize | 3.523 profil hareketi
- Kirkikindi Restoran | 3.307 profil hareketi
- Kafem | 1.596 profil hareketi
- Kirkikindi Pastane | 1.972 profil hareketi
- Kirkikindi Ziyafet | 121 profil hareketi

INTERIO

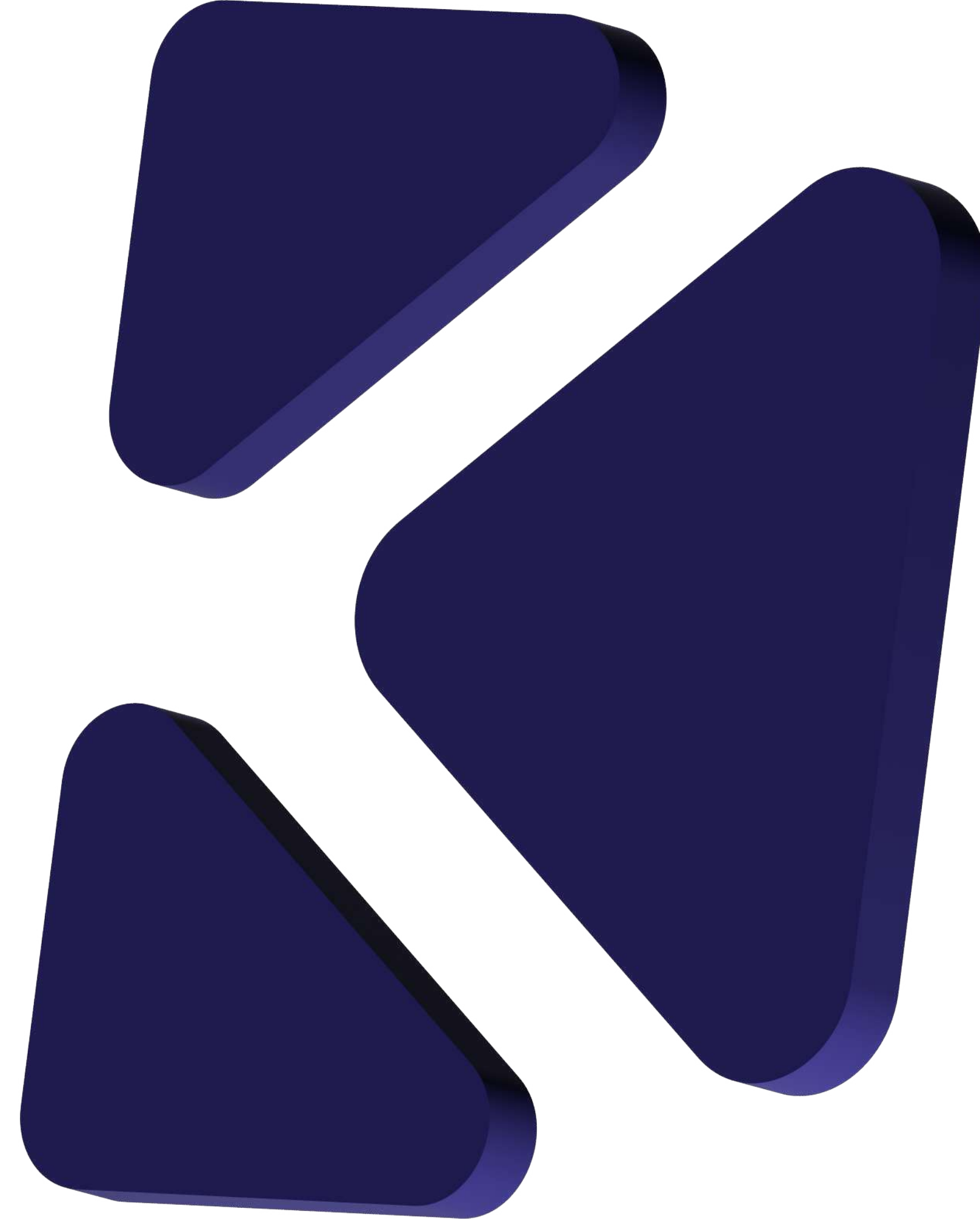


2025 Strateji

İçindekiler

- Hedef kitle analizi
- Marka karakteri
- 2025 Stratejimiz ve aylar

INTERIO



kafem



hedef kitle analizi



Kafem, Konya'da düşük ve orta gelir grubuna **uygun fiyatlı** ve kaliteli hizmet sunan lider bir marka olarak, **taze ve doğal malzemelerle lezzetli ürünler sunmayı, müşteri memnuniyetini ve güvenliği önceliklendirmeyi misyon edinmiştir**. Turistik ve merkezi lokasyonlarda dahi uygun fiyat politikasıyla geniş bir müşteri kitlesine hitap eden marka, **samimi ve huzurlu bir atmosfer sağlamaktadır**. 18-65 yaş arası, farklı eğitim seviyelerinden **kadın ve erkek** bireylerin sosyal buluşmalar ve bütçe dostu **kaliteli yemek deneyimi** için tercih ettiği Konbeltaş, müşteri odaklı ve şeffaf hizmet anlayışıyla, **güvenilir ve modern** bir firma olarak bilinirliğini artırmayı hedeflemektedir.



medya karakteri



Kafem'in iletişim tonu **enerjik, pozitif ve genç** bir dil üzerine kuruludur; **ulaşılabilirliği ve samimiyeti vurgulayan mesajlarla her yaş grubuna hitap eder**. Görsel stili, **mor ana renk ve canlı tonlarla dinamik ve dikkat çekici** bir atmosfer yaratırken, **modern ve minimal** çizgilerle desteklenmiştir. Mekan ve dijital tasarımlarda **enerjik ve sıcak bir görünüm** sağlanırken, markanın **"Kaşif" ve "Bakıcı"** arketiplerinin birleşimiyle hem yenilikçi hem de samimi bir kimlik sunulmaktadır. **"Lezzetin enerjisi, her yudumda!"** gibi kısa ve akılda kalıcı sloganlarla **genç ve geniş** bir kitleye hitap edilmektedir.

INTERIO



2025 stratejisi | 1. Çeyrek: Ocak - Mart



Tema:	Kışın Sıcaklığı ve Lezzet Keyfi	
Ocak	Soğuk Günlerde Sıcak Bir Atmosfer	Türk kahvesi ve bitki çayları gibi sıcak içeceklerin tanıtımı. Kahvaltı tabaklarıyla güne enerjik bir başlangıç konsepti. Tatlılardan brownie ve profiterol gibi sıcak hissettiren lezzetlerin sunumu.
Şubat	Sevgi ve Paylaşım	Sevgililer Günü için waffle ve sıcak içecek kombinleri. Tatlılardan cheesecake ve trileçe gibi romantik sunumlar. Mekan atmosferiyle romantik anlar için ilham veren içerikler.
Mart	Baharın İlk Işıkları	Hafif seçeneklerden Akdeniz salatası ve ton balıklı sandviçin tanıtımı. Kahvaltı kategorisindeki yumurtalı lezzetler ve enerji veren başlangıçlar. Türk kahvesi yanında tatlı kombin önerileri. Sahur menüsü var ve sahur bitimine kadar açık vurgulanabilir.



2025 stratejisi | 2. Çeyrek: Nisan - Haziran



Tema:	Bahar Tazeliği ve Hafif Lezzetler	Soğuk havalara uygun, doyurucu yemekler ve sıcak içeceklerle öne çıkan içerikler.
Nisan	Baharın Canlılığı	Salatalar ve taze malzemelerle hazırlanan hafif yemeklerin paylaşımı. Sandviç çeşitlerinin pratik ve doyurucu özelliklerinin vurgulanması. Pastalar ve tatlılarla "bahar esintileri" konsepti.
Mayıs	Hafif ve Serinletici Lezzetler	Limonata ve soğuk kahve çeşitlerinin öne çıkarılması. Tatlılardan sütlü tatlılar ve muhallebi çeşitlerinin serinletici etkisiyle tanıtılması. Kahvaltı tabağıyla "enerjik sabahlar" teması.
Haziran	Yazın Renkleri	Frozen içecekler ve milkshake çeşitleriyle serinleme önerileri. Aperatiflerden patates kızartması ve tavuk kanatların eğlenceli sunumları. Yaz tatlarına uygun waffle çeşitleri.



2025 stratejisi | 3. Çeyrek: Temmuz - Eylül



Tema:	Yaz Ferahlığı ve Enerjik Tatlar	
Temmuz	Serinletici İçecekler	Menüdeki frozen ve milkshake içeceklerinin dikkat çekici sunumları. Waffle üzerine meyve ve dondurma kombinleriyle yaz teması. Kahvaltı seçeneklerinin açık hava masalarıyla fotoğrafları.
Ağustos	Yazın Enerjisi	Cheeseburger ve tavuk wrap gibi doyurucu atıştırmalıkların tanıtımı. Menüümüzdeki tatlıların yaz sunumları (ör. profiterol üzerine meyve). Soğuk kahve ve limonataların eğlenceli videolarla tanıtımı.
Eylül	Mevsim Geçişi	Sıcak ve soğuk içeceklerin bir arada sunulduğu içerikler. Tatlılardan tiramisu ve brownie ile "sonbahara merhaba" teması. Hafif atıştırmalıkların öne çıkarıldığı paylaşım önerileri.



2025 stratejisi | 4. Çeyrek: Ekim - Aralık



Tema:	Sonbahar Lezzetleri ve Kış Hazırlığı	
Ekim	Sonbahar Tatlıları	Tatlılardan trileçe ve muhallebi çeşitlerinin öne çıkarılması. Türk kahvesi ve bitki çayı gibi sıcak içeceklerin tanıtımı. "Sonbahar ambiyansı" temalı mekan görselleri.
Kasım	Geleneksel ve Modern Lezzetler	Tatlılardan trileçe ve muhallebi çeşitlerinin öne çıkarılması. Türk kahvesi ve bitki çayı gibi sıcak içeceklerin tanıtımı. "Sonbahar ambiyansı" temalı mekan görselleri. Waffle ve tatlı çeşitlerinin modern sunumları. Kahvaltı menüsünden zengin tabakların tanıtımı. "Sonbahar lezzet festivali" temalı tatlı içerikleri
Aralık	Aile ve Dostlarla Keyifli Anlar	Kahvaltı tabağı ve sıcak içeceklerin bir arada sunulduğu samimi masa düzenlemeleri. "Dostlarla bir araya gelmenin en lezzetli yolu" temasıyla kalabalık gruplar için öneriler. Müşterilerin Kafem'de yaşadığı güzel anları paylaşmaları için ödüllü bir etkinlik düzenleme (ör. "Kafem'de anılarını paylaş, sürpriz hediyeler kazan")



palize

Palize
KAHVATI • MANDIRA



hedef kitle analizi

Palize, Konya'da **doğal ve yöresel ürünlerle zenginleştirilmiş kahvaltı deneyimi** sunan bir markadır. Hedef kitlesi, **18-55 yaş arası, orta-üst gelir seviyesine sahip**, sağlıklı yaşam tarzını benimseyen ve hem yerel halk hem de turistlerden oluşmaktadır. Müşteriler, **doğal, taze ve sağlıklı ürünlerle** kahvaltı yaparken, **modern bir dokunuşla geleneksel Türk kahvaltısının** keyfini çıkarırlar. Palize, sosyal medya kullanıcılarının görselliğe önem verdiği ve **kahvaltı anlarını paylaşmayı sevdiği** bir marka olarak konumlanırken, aynı zamanda **yerel üreticileri destekleyerek** sürdürülebilirliği hedefler. Misyonu, kahvaltı kültürüne **değer katmak ve kaliteli, yerel ürünlerle müşteri memnuniyetini** sağlamakken, vizyonu Konya'da kahvaltı denildiğinde akla gelen **ilk marka** olmaktır.

INTERIO

Palize
KAHVALTI • MANDIRA

medya karakteri



Palize markası, **sıcak, samimi ve güven verici bir ton kullanarak**, müşterilerine **kendilerini evlerinde hissettirmeyi** hedefler. Doğal, sade ve modern bir tarz benimseyen marka, **geleneksel Türk kahvaltısını modern bir sunumla sunar** ve minimal bir dil kullanır. Kahvaltı menüsü ve marka imajı, **rahatlatıcı ve huzurlu bir atmosfer** oluşturur. Marka, taze ve sağlıklı ürünlerle müşteri **memnuniyetini ön planda tutar**, aynı zamanda kahvaltı kültürünü paylaşarak ailelerin ve dostların **bir araya gelmesini teşvik eder**. Görsel kimlik, **yeşil, kahverengi ve beyaz gibi doğal tonlar** kullanılarak oluşturulmuş ve bu renkler markanın **doğallık ve tazelik temasını** vurgular. Palize'nin logosu minimalist bir tasarıma sahip olup, fontlar ise sade ve şık bir kombinasyondan oluşur; başlıklar için geleneksel serif fontlar, metinler için ise modern sans-serif fontlar tercih edilebilir.

INTERIO

Palize
KAHVALTI • MANDIRA

2025 stratejisi | 1. Çeyrek: Ocak - Mart



Tema:	Yeni Başlangıçlar, Doğallık ve Sağlıklı Kahvaltılar	
Ocak	Yeni Yıla Sağlıklı Başlangıçlar	Sağlıklı Kahvaltı İpuçları: Palize menüsündeki sağlıklı seçenekleri tanıtan, taze yerel ürünlerle hazırlanan kahvaltı tarifleri. Yerli Ürün Tanıtımları: Konya'nın yerel ürünleri hakkında bilgi ve bu ürünlerle hazırlanan kahvaltılar.
Şubat	Paylaşmanın Lezzeti	Aile Kahvaltıları: Aileler için ideal kahvaltı seçeneklerini tanıtan içerikler. "Palize'de Ailenizle Güzel Bir Kahvaltı" gibi başlıklarla paylaşımlar. Müşteri Paylaşımları: Müşterilerin kahvaltı deneyimlerini paylaşmalarını teşvik eden yarışmalar veya hashtag kampanyaları
Mart	Baharın Taze Başlangıcı	Taze Bahar Ürünleri: Mevsimsel taze sebze ve meyvelerle yapılan kahvaltılar. "Bahar Kahvaltısının En Güzel Halleri" gibi paylaşımlar. Yeni Ürün Tanıtımları: Bahara özel yeni ürünler veya menüdeki yenilikler hakkında bilgi verici içerikler. tSahur eklenebilir.



2025 stratejisi | 2. Çeyrek: Nisan - Haziran



Tema:	Yöresel Zenginlikler ve Aile İlişkileri	
Nisan	Aile Kahvaltıları ve Yöresel Tatlar	Yöresel Ürünler: Konya'nın ünlü tatlarıyla yapılan kahvaltı kombinasyonları. "Konya'nın Yöresel Lezzetleriyle Kahvaltı Keyfi" başlıklı içerikler.
Mayıs	Sağlıklı ve Besleyici Kahvaltılar	Fit Kahvaltı: Düşük kalorili, sağlıklı malzemelerle hazırlanan kahvaltı seçenekleri. Video İçerikler: "Sağlıklı Kahvaltı Nasıl Yapılır?" gibi hızlı tarif videoları.
Haziran	Baharın Sonu, Yazın Başlangıcı	Yaz Kahvaltıları: Yaz için ideal kahvaltı seçenekleri, soğuk kahvaltı tarifleri. Yazlık Ürünler Tanıtımı: Taze meyveler, serinletici içecekler gibi yaz kahvaltılarına uygun malzemelerin öne çıkarılması.



2025 stratejisi | 3. Çeyrek: Temmuz - Eylül



Tema:	Yaz Keyfi ve Yenilikçi Kahvaltılar	
Temmuz	Yaz Kahvaltılarında Serinleyin	Yaz Kahvaltısı: Taze meyveler, yoğurt ve serinletici içeceklerle hazırlanan kahvaltı seçenekleri. Müşteri Paylaşımları: Yaz kahvaltısı fotoğraflarını paylaşımları için takipçilerin teşvik edilmesi
Ağustos	Güne Güçlü Başlangıç	Enerji Veren Kahvaltılar: Güne enerjik başlamak için önerilen kahvaltı seçenekleri. Zengin proteinli ve vitamin dolu kahvaltılar. Canlı Yayın: Kahvaltı tarifi ve ürün tanıtımlarının yer aldığı Instagram canlı yayınları.
Eylül	Sonbahara Merhaba	Sonbahara Uygun Kahvaltılar: Yavaşça gelen soğuk havalara uygun, sıcak kahvaltı seçeneklerinin tanıtılması. Yeni Ürün Duyuruları: Sonbahar menüsüne eklenen yeni kahvaltı ürünlerinin duyurulması.



2025 stratejisi | 4. Çeyrek: Ekim - Aralık



Tema:	Yöresel Zenginlikler ve Kış Kahvaltıları	
Ekim	Yöresel Tatlar ve Kahvaltı Keyfi	Konya'nın Lezzetleri: Yerel kahvaltı ürünlerinin tanıtımı. "Konya'nın En İyi Kahvaltıları" başlığı altında menüdeki yöresel tatlar. Etkileşimli Paylaşımlar: Takipçilerin en sevdikleri kahvaltı ürünlerini paylaşımlarını teşvik eden içerikler.
Kasım	Kış Kahvaltıları	Soğuk Havalara Uygun Kahvaltılar: Kış meyveleri ve sıcak içeceklerle kahvaltı önerileri. Palize'nin Kışa Hazırlık: Kışa özel menü değişiklikleri veya ürün yenilikleri duyurusu.
Aralık	Yılın Sonu ve Aile Kahvaltıları	Aile Kahvaltısı: Yılın son günlerinde aileler için hazırlanan kahvaltı setlerinin tanıtılması. Müşteri Paylaşımları ve Hikayeler: Palize'de geçirilen keyifli anlar ve müşteri deneyimleriyle etkileşim yaratmak.



kırkikindi restoran



hedef kitle analizi



Kırkikindi Restoran, **24-60 yaş arasındaki** geleneksel ve otantik tatları seven, **orta-üst gelir grubuna hitap eden** bireyleri hedefler. Müşterileri arasında **öğretmenler, memurlar, iş insanları ve turizm sektörü çalışanları** bulunur. Hem bireysel yemek keyfi hem de ailece yemek yemeye alışkın olanlar tercih eder. Restoran'ın misyonu, geleneksel **Konya ve saray yemeklerini modern bir hizmet** anlayışıyla sunarak bu lezzetleri herkese ulaştırmaktır. Vizyonu ise **saray ve yöresel Konya mutfağını** Türkiye çapında bilinir kılmak ve kültürel bir marka olmaktır. Restoran, **taze ve doğal** malzemelerle **sağlıklı yemekler hazırlama, yerel değerlere saygı gösterme, kalite ve müşteri memnuniyetini** ön planda tutar. Konya mutfağını **otantik** bir deneyimle, **sıcak bir atmosferde** sunarak **yerel ve ulusal** düzeydeki rakiplerinden ayrılmayı hedefler.

INTERIO

40
KIRKİKİNDİ
RESTORAN

medya karakteri



Kırkikindi Restoran, **premium** bir algıyı **sıcak ve zarif tonlarla** harmanlayarak otantik bir atmosfer yaratır. Ana renk paletinde **mürdüm ve kahverengi tonları** öne çıkarken, detaylarda altın dokunuşlar kullanılır. Mekan dekorasyonunda **kadife dokular ve loş, sıcak aydınlatma ile geleneksel çizgiler modern bir yorumla birleşir**. Zarif serif fontlar, **geleneksel dokuları modern bir şekilde sunar** ve sunum detaylarında **ince işçilikle altın vurguları, hem geleneksel hem de sofistike** bir deneyim sunar. Kırkikindi'nin tonu, **samimi ve sıcak** bir dil kullanarak **kültürel bağları** vurgular. Tarzı ise, **klasik ile modernin harmanlandığı özgün, sade ama dikkat çekici** bir anlatım diline sahiptir. Markanın arketipi, "**Yaratıcı**" (The Creator) olarak geleneksel lezzetleri yeniden gün yüzüne çıkarıp, onları **sanata dönüştüren** bir kimlik taşıırken, "Bakıcı" (The Caregiver) arketipiyle de **yöresel ve otantik mutfak** anlayışını **samimi** bir şekilde sunar.

INTERIO

40
KIRKİKİNDİ
RESTORAN

2025 stratejisi | 1. Çeyrek: Ocak - Mart



Tema:	Kış Lezzetleri, Manevi Zenginlikler ve Ramazan Hazırlığı	
Ocak	Kışa Lezzetli Bir Başlangıç" Kışa özel sıcak yemekler ve geleneksel tatlar.	Kış Menüsü: Sıcak yemekler, etli yemekler ve tatlılar. Yöresel Konya Lezzetleri: Konya mutfağından geleneksel kış yemeklerinin tanıtımı. Sağlıklı Kış Yemekleri: Bağışıklık güçlendiren yemekler.
Şubat	"Sevgililer Günü ve Aşkın Lezzeti" Romantik atmosfer ve çiftlere özel menüler.	Romantik Akşam Yemeği: Sevgililer Günü'ne özel menü. Aşkı Tatla Bul: Sosyal medya yarışmaları ve paylaşımlar. Müşteri Yorumları: Romantik akşam yemeklerinden müşteri fotoğrafları.
Mart	"Ramazan'a Hoşgeldiniz" İftar sofraları ve geleneksel yemekler.	İftar Menüsü: Ramazan boyunca sunulacak iftar menülerinin tanıtımı. Ramazan'a Özel Lezzetler: Konya mutfağından geleneksel iftar yemekleri. Müşteri Deneyimleri: İftar sofralarındaki misafirlerin restoranla ilgili yorumları. Şeb-i Arus: Mevlana'nın anıldığı bu dönemde restoranın Şeb-i Arus'a özel menüsü ve etkinlikleri.

2025 stratejisi | 2. Çeyrek: Nisan - Haziran



Tema:	Ramazan Bayramı, Bahar ve Aile İle Birlikte	
Nisan	"Ramazan Bayramı ve Aile Sofraları" Bayram sofralarına özel yemekler.	Bayram Ziyafeti: Bayramda sunulacak özel yemekler ve tatlılar. Aile Yemeği: Ailelerin bayramda bir araya geldiği paylaşımlar. Bayram İndirimleri: Bayram dönemine özel indirimler, hediyeler veya kampanyalar
Mayıs	Anneler Günü ve Aile Bağları	Anneler Günü Menüsü: Anneler Günü'ne özel menü. Aile Yemeği: Ailelerin bir araya geldiği anlamlı anlar. Anneler İçin Sürpriz: Hediyeler veya teşekkür içerikleri.
Haziran	Bahar ve Yöresel Lezzetler	Bahar Menüsü: Bahara özel taze malzemelerle hazırlanan yemekler. Bahar Kahvaltısı: Kırkikindi'nin sunduğu zengin kahvaltı seçenekleri. Dış Mekan Paylaşımları: Restoranın açık alanlarda yapılan yemekleri.

2025 stratejisi | 3. eyrek: Temmuz - Eylöl



Tema:	Yazın Keyfi ve Bayram Ziyafetleri	
Temmuz	Yaz Lezzetleri	Yaz Menüsü Tanıtımı: Hafif ve ferah yaz menüsü. Serinletici Tatlar: Soğuk içecekler ve tatlılar (dondurma, meyve tabakları). Aşure Tarifi ve Hikayesi:Aşure'nin tarihsel ve manevi anlamını anlatan kısa video veya metin içerikleri. Sosyal Medya Etkileşimi: Kullanıcıların yaz menülerini paylaştığı yarışmalar.
Ağustos	Bayram Lezzetleri	Bayram Menüsü: Etli yemekler ve tatlılar. Aile Ziyafeti: Ailelerin bayramda bir araya geldiği yemekler.
Eylöl	Sonbahara Merhaba	Sonbahar Menüsü: Sonbahara özgü yemekler, sıcak çorbalar. Sonbahar Tatları: Konya mutfağının sonbahara uygun tatları. Dış Mekan Paylaşımları: Sonbahar atmosferinde dış mekan yemekleri.

2025 stratejisi | 4. Çeyrek: Ekim - Aralık



Tema:	Kışa Hazırlık ve Şeb-i Aras	
Ekim	Kışa Hazırlık ve Geleneksel Tatlar	Kış Menüsü Tanıtımı: Kış yemekleri, etli yemekler, tatlılar. Konya Mutfağı: Kışa özel Konya yemekleri.
Kasım	Aile Sofraları	Büyük Aile Ziyafeti: Restoranın geniş aile gruplarına uygun menüleri.
Aralık	Şeb-i Arus ve Manevi Atmosfer	Şeb-i Arus Kutlaması: Mevlana'nın anıldığı Şeb-i Arus'a özel menü ve etkinlikler. Manevi Lezzetler: Mevlana'nın öğretilerinden ilham alarak paylaşımlar. Yıl Sonu Veda: Yılın son günlerine dair teşekkür paylaşımları, pozitif dilekler.

kırkikindi
pastane

40
KIRKİKİNDİ
PASTANE

hedef kitle analizi



Kırkikindi Pastane, **18-30 yaş arası genç yetişkinler** ve **30-65 yaş arası aileler** ve **profesyonel bireyleri** hedefler. Markanın misyonu, **pastane kültürünü modern sunumlarla** tanıtarak her müşteri için **eşsiz bir lezzet ve deneyim** sunmaktır. Vizyonu ise, Türkiye genelinde **butik pastane** anlayışının öncüsü olarak **yenilikçi ve estetik sunumlarıyla** tanınmaktır. Değerlerinde **tazelik ve kalite, estetik ve deneyim, yenilikçilik, samimiyet ve misafirperverlik öne çıkar**. Pazarda, **modern bir butik pastane** olarak konumlanan marka, **zengin menü çeşitliliği, özenli sunumlar** ve Instagram'a uygun mekan tasarımı ile rakiplerinden ayrılmayı hedefler. Rakipleri arasında **yerel pastane zincirleri** ve **global markalar** bulunmaktadır.

INTERIO

40
KIRKIKINDİ
PASTANE

medya karakteri



Kırkikindi Pastane, “*Aşık*” (*The Lover*) ve “*Hizmetkâr*” (*The Caregiver*) arketipleriyle, lezzetleri ve sunumları **tutkuyla birleştirerek** müşterileriyle **duygusal bağ** kurar. **Misafirperverlik anlayışı, müşteri değerini** merkeze koyar. Markanın görsel stili, **modern ve minimalist** bir anlayışla **zarif ve çağdaş** bir atmosfer yaratır. Renk paletinde, **sıcaklık için bej ve pastel tonlar, premium algı için ise altın detaylar ve kahverengi tonları öne çıkar**. Grafiklerde, **modern desenlerin** harmanlandığı **minimalist çizimler** yer alırken, **tatlar ve masa detaylarının çizimleri** de kullanılır. Markanın dili, **samimi, sıcak ve nazik bir iletişim diliyle** müşteriyle **duygusal bağ** kurmayı hedefler, sosyal medya ve menü açıklamalarında kısa, anlamlı ve etkili ifadeler kullanılır. Tarzı, **sade ama zarif mesajlarla** hikaye anlatımını ve etkili ifadeleri içerir.

INTERIO

40
KIRKİKİNDİ
PASTANE

2025 stratejisi | 1. Çeyrek: Ocak - Mart



Tema:	Sıcak Başlangıçlar ve Kış Lezzetleri	
Ocak	Kışın Sıcak Donuşu	Yeni yıl mesajı: Şık bir pastane vitrin görseli eşliğinde sıcak bir yeni yıl kutlaması. Kış menüsünün tanıtımı: Sıcak çikolata, sahlepe ve tatlı çeşitlerini öne çıkaran gönderiler. Haftalık ürün önerileri: Soğuk havalara uygun tatlılar ve çay eşleşmeleri. "Kendi hikayeni yarat" kampanyası: Müşterilerin pastane deneyimlerini paylaşımları için teşvik.
Şubat	Aşkın Tatlı Halleri	Sevgililer Günü temalı tatlıların tanıtımı (kalpli kurabiyeler, özel pastalar). "Sevdiğiniz bir tatlı ismarlayın" kampanyası: Sosyal medya üzerinden çekiliş veya indirim duyurusu. Lezzetli aşk hikayeleri: Çiftlerin pastanede yaşadığı güzel anılar. Kullanıcı etkileşimi: "En romantik tatlı hangisi?" anketi.
Mart	Bahara Tatlı Bir Başlangıç	Baharın ilk ışıklarıyla menüde yer alan hafif tatlıların öne çıkarılması. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü özel içerikleri: Kadın çalışanların hikayeleri ve onlara özel bir etkinlik. Bahar temalı dekorasyon detaylarının paylaşımı. Instagram Reels: Çay veya kahve eşliğinde tatlı sunum videoları.

2025 stratejisi | 2. Çeyrek: Nisan - Haziran



Tema:	Bahar Tatları ve Anneler Günü	
Nisan	Çiçek Gibi Lezzetler	Çiçek temalı tatlılar: Renkli makaronlar ve özel süslemeler. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na özel çocuk menüsü tanıtımı. (yada o güne özel bir tatlı) Bahar fotoğraf yarışması: En güzel tatlı sunumu fotoğrafı ödüllendirilebilir.
Mayıs	Anneye Tatlı Hediyeler	Anneler Günü'ne özel hediye kutuları tanıtımı (tatlı ve kahve eşleşmeleri). "Annelerinizle birlikte pastanemizde bir gün" sosyal medya yarışması. Bahar menüsünün yeniliklerini duyuran kısa videolar.
Haziran	Yazı Karşılama Lezzetleri	Serinetici tatlılar: Yaz meyveli tatlıların öne çıkarılması. Dondurmalı tatlı seçeneklerinin tanıtımı. Müşteri deneyimi hikayeleri: "Yazın en güzel anısı pastanemizde yaşandı."



2025 stratejisi | 3. eyrek: Temmuz - Eylöl



Tema:	Yazın Hafif Tatlıları ve Tatil Keyfi	
Temmuz	Yaz Meyveleri ile Tatlı Anlar	Yaz meyveli tatlılar ve hafif sütlü tatlıların tanıtımı. Yaz temalı dekorasyon ve masa düzeni paylaşımları. "En serin tatlı hangisi?" anketi ve ödüllü etkinlik.
Ağustos	Tatlı Yolculuklar	Tatilciler için paket tatlı alternatiflerinin tanıtımı. Yaz kahvaltı menüsü ile tatlı kombinasyon önerileri. Sürpriz çekiliş: Müşteriler arasından bir kişiye tatlı kutusu hediye.
Eylöl	Sonbahara Hazırlık	Eylöl serinliğine uygun tatlı önerileri (tarçınlı ve fındıklı lezzetler). "Okula Dönüş Tatlıları" kampanyası: Öğrencilere özel indirimler. Instagram hikaye oyunu: "Favori sonbahar tatlını seç."



2025 stratejisi | 4. Çeyrek: Ekim - Aralık



Tema:	Mevsimsel Lezzetleri ve Yılbaşına Hazırlıkları	
Ekim	Sonbaharın Renkleri	Balkabaklı tatlıların öne çıkarılması. Ekim ayı kahve ve tatlı eşleşmesi önerileri. "Sonbaharın en tatlı anı" yarışması: Fotoğraf paylaşımlarına ödül.
Kasım	Sıcacık Sohbetler	Çay saati tatlıları ve menü önerileri. "Kışa Hazırlık Kutuları" (tatlı + kahve) tanıtımı. Kış menüsünden ilk tanıtımlar: Sıcak çikolata ve kurabiyeler.
Aralık	Kışın Tatlı Ritüelleri	Kış Özel Kampanyası: Ayın öne çıkan ürünleri için bir "Kış Koleksiyonu" kampanyası duyurusu. Etkileşim İçerikleri: "Favori kış tatlınız hangisi?" anketleri. "Kışın tatlı eşlikçiniz kim?" sorusuyla takipçileri etkileşim sağlamaya teşvik eden postlar.



kırkikindi
ziyafet

40
KIRKİKİNDİ
ZİYAFET

hedef kitle analizi



Kırkikindi Ziyafet, **20-50 yaş arası orta ve üst gelir grubundan, özel etkinliklere (düğün, nişan, doğum günü vb.) önem veren aileler, yeni evli çiftler, kurumlar ve topluluklar** gibi geniş müşteri kitlesini hedeflemektedir. Markanın misyonu, **özel anları unutulmaz kılmak** için **kaliteli hizmet** ve **lezzetli ürünleri modern bir sunumla birleştirmektir**. Vizyonu ise Konya ve çevresinde organizasyon hizmetleriyle **en çok tercih edilen, güvenilir ve yenilikçi** bir marka olmaktır. Kırkikindi Ziyafet, **geleneksel ve modern dokunuşları harmanlayarak**, müşterilerine **konforlu, zarif ve her bütçeye uygun** organizasyon deneyimi sunar. **Müşteri memnuniyetine** odaklanan marka, **hijyenik, taze ve güvenilir gıda hizmeti verirken**, organizasyonlarda **yeni konseptler ve çözümlerle** fark yaratmayı hedefler. Pazarda, Kırkikindi Ziyafet, Konya'da **özel organizasyonların tercih edilen premium markası** olarak konumlanmayı planlamaktadır.

INTERIO

40
KIRKİKİNDİ
ZİYAFET

medya karakteri



Kırkikindi Ziyafet'in görsel stili, **sade ve zarif tasarımlarıyla geleneksel motifleri modern çizgilerle birleştirir**, sofraların estetik sunumunu ve organizasyonlardaki **zarafeti vurgulayan** görsellerle dikkat çeker. Marka arketipi **"Bakıcı"** (The Caregiver) olarak tanımlanır; **müşterilerinin özel anlarını** en iyi şekilde yaşamasını sağlamak için duyarlı ve güven veren, kaliteli hizmet sunan bir marka karakteri benimsiyor. Tonu, geniş kitlelere hitap eden **samimi ve sıcak bir dil kullanarak güven** verir, özel etkinliklerde **kusursuz hizmet** sunumuna vurgu yapar. **Zarif ve profesyonel** bir şekilde, **modern hizmet anlayışıyla geleneksel değerleri birleştiren** bir iletişim tarzına sahiptir.

INTERIO

40
KIRKİKİNDİ
ZİYAFET

2025 stratejisi | 1. Çeyrek: Ocak - Mart



Tema:	Yıla Mutlu Başlangıçlar	
Ocak	Yeni Yıl, Yeni Umutlar	Özel gün organizasyonlarına dair yılın ilk planlarını yapmaya yönelik çağrılar. Nişan, düğün sezonu planlamaları için "Erken Rezervasyon" kampanya duyuruları. İç mekân dekorasyonları ve masa düzenlerinden zarif kareler paylaşımı.
Şubat	Aşkın ve Sevginin Ayı	Sevgililer Günü'ne özel küçük organizasyon paketleri tanıtımı. "14 Şubat Sevgililer Günü'nde Sürpriz Organizasyonlar" fikirleri. Nişan törenleri için öneri videoları ve müşteri yorumlarına dayalı içerikler.
Mart	Ramazan'a Hazırlık	Mart ayının Ramazan öncesine denk gelmesi nedeniyle iftar ve sahur organizasyonları için paket önerileri. Ramazan'a özgü geleneksel lezzet tanıtımları (özellikle Konya mutfağı vurgusu). Kırkikindi'nin misyonu ve değerlerini anlatan içerikler (aile, paylaşım, huzur vurgusu).



2025 stratejisi | 2. eyrek: Nisan - Haziran



Tema:	Bereket ve Mutluluk	
Nisan	Ramazan'ın Bereketi	Ramazan boyunca iftar organizasyonlarının görselleri ve özel menü tanıtımları. Kırkikindi'nin Ramazan sofralarına sunduğu değerler Müşteri deneyim videoları: "Bu Ramazan'da Kırkikindi'de Birlikteyiz!" Ramazan ayına uygun bilgi içerikleri (iftar saatleri, Ramazan'da sağlıklı beslenme).
Mayıs	Bayram Neřesi	Bayram organizasyon paketleri ve aile etkinliklerine yönelik içerikler. Tatlı ve geleneksel lezzet tanıtımları: "Bayram Sofranız İçin zel Tatlar." Kırkikindi'nin değerlerine uygun "Birlikte Gzeliz" mesajı taşıyan videolar.
Haziran	Yaza Merhaba!	Açık hava düğün ve organizasyon konseptleri (doğum günü, nişan nerileri). Yaz sezonunda kır düğünlerine yönelik paket duyuruları. Yaz menülerinde ne çıkan hafif ve serinletici lezzetlerin tanıtımı.



2025 stratejisi | 3. Çeyrek: Temmuz - Eylül



Tema:	Unutulmaz Yaz Organizasyonları	
Temmuz	Mutlu Anlar İçin Bir Aradayız	Düğün ve nişan konsept videoları: "Sizin İçin En Özel Günü Planlıyoruz." Fotoğraf çekimi önerileri, Kırkikindi mekanlarının görsel kullanımı.
Ağustos	Yaz Lezzetleri	Yaz davetlerinde hafif yemek ve tatlı önerileri. Müşteri hikayeleri ve organizasyonların öne çıkan anları.
Eylül	Sonbahara Hazırlık	Sonbahar düğün ve organizasyonları için erken planlama içerikleri. Mekan dekorasyonu ve sonbahara özel masa konseptleri.



2025 stratejisi | 4. Çeyrek: Ekim - Aralık



Tema:	Kışın Sıcacık Organizasyonları	
Ekim	Kış Davetlerine Hazır Mısınız?	Kış konseptli organizasyonlar için görsel ilham. Doğum günü ve özel davet paketlerinin tanıtımı.
Kasım	Samimi Kış Sofraları	İç mekan organizasyonları için sıcak ve samimi kareler. Özel günleri kışa uygun yemekler ve menü önerileriyle zenginleştirme.
Aralık	Şeb-i Arus ve Yılın Sonu	Şeb-i Arus etkinlikleriyle ilgili duyurular ve kültürel içerikler. Yılın öne çıkan organizasyonlarından derlenen "Kırkikindi ile Geçen Unutulmaz Anlar" video ve fotoğraf serileri.

konbeltaş x interio
trafiker avantajları

trafiker avantajları



- Pazar araştırmaları ve rekabet analizi
- Marka deęeri ve imaji takibi
- Etkinlik ve kampanya takibi
- Çekimlerde koordinasyon ve katılım
- Post-prodüksiyon takibi
- Sosyal medya yönetimi
- Şube ziyaretleri
- Toplantı katılımı ve not alımı
- Google yorumları ve internet yorumları takibi
- Dijital pazarlama ve reklam yönetimi
- İç iletişim ve koordinasyon



Teşekkürler

INTERIO
KURUMSAL REKLAM HİZMETLERİ