



İÇİM, YENİ MARKA YOLCULUĞUNDA HAYATA DOLU TARAFINDAN BAKMAYI HATIRLATIYOR

Türkiye’de süt ve süt ürünleri sektörünün en büyük işletmesi konumunda olan Ak Gıda’nın tüketici markası İçim, yeni bir marka yolculuğuna çıkıyor. İçim yeni hikayesinde; pozitif, modern, samimi ve dinamik bir marka olarak yepyeni bir söylemle tüketicilerinin aklına ve kalbine dokunuyor. İçim, yeni marka vaadinde tüketicilerine “Hayata Dolu Tarafından Bak” diyor.



Ali Sözen

Ak Gıda CEO'su

Ak Gıda CEO'su Ali Sözen, 2020 yılının tüm zorluklarına rağmen İçim markasını güçlü bir konuma taşıdıklarını anlatıyor ve ekliyor: “Bugüne kadar çalışma arkadaşlarımızla birlikte yaptığımız güzel işler bizlere bu başarıları getirdi. Bu ivmeyi devam ettireceğimiz bundan sonraki yolculuğumuzda, markamızın yepyeni bir hikayesi olması gerektiğini düşündük. Yeni bir marka duruşu! Tüketicilerimize bir ürün ve marka olmanın ötesinde; onlara pozitif bir şeyler söyleyen, hayatlarına değer katan ve onlarla duygusal bağlarını güçlendiren bir hikaye. Hep birlikte sevip içselleştireceğimiz, markamızın değerini yükseltirken, yaşam ve kurumsal kültürümüzün de bir değeri olarak görülecek bir hikâye! Biz bu hikâyeyi “Hayata dolu tarafından bakmak” olarak tanımladık. Bu yeni söy-

“Bu yeni söylemimiz; bakış açımızı değiştirerek olumsuzlukların içinde de pozitiflikler bulabileceğimizi gösterecek, bizlere ve tüketicilerimize mutluluğu seçmeyi hatırlatacak.”



Yeni bir marka duruşu!

lemimiz; bakış açımızı değiştirerek olumsuzlukların içinde de pozitiflikler bulabileceğimizi gösterecek, bizlere ve tüketicilerimize mutluluğu seçmeyi hatırlatacak."

Her yıl 20 milyon Euro'nun üzerinde yatırım gerçekleştiren Ak Gıda, tüketicilerine en iyi kaliteyi en uygun fiyata sunmak ve lezzeti geliştirmek üzere Ar-Ge çalışmalarını aralıksız sürdürüyor. İnovasyon çalışmalarıyla 'ilk'lere öncü olan ambalaj ve ürünlerini şirketin vizyonu ile paralel şekilde geliştirdiklerini aktaran Sözen şöyle devam ediyor: "2020 yılı bu açıdan bizim için oldukça verimli geçti. 41 yeni ürün geliştirip ürettik. Yenilikçi ürün çalışmalarımızda aynı zamanda tüketicilerimizin geribildirim ve beklentilerine de kulak veriyoruz. Sadece ürün geliştirmede değil, İçim markamızın iletişim stratejisine yön verirken de tüketici araştırmalarını dikkate alıyoruz."



Selin Dora Falay

AK Gıda Pazarlama Direktörü

AK Gıda Pazarlama Direktörü Selin Dora Falay da tüketici araştırmalarından yola çıkarak rotasını çizdikleri yeni marka yolculuğunda İçim ile, hayata

"Tüketicilerimize hayatta artılara odaklanmayı hatırlatan ve İçim ürünleriyle güzel anlarında onlara eşlik eden bir marka olmayı hedefliyoruz."



lezzet ve neşenin yanı sıra iyimserlik de katmayı hedeflediklerini dile getiriyor: "2019 ve 2020 yıllarını kapsayan dönemde tüketicilerle bağımızı daha da güçlendirdik. 2021'de ise yepyeni bir döneme girdik. Sütün tüm iyiliğini ve faydasını tüketicileriyle buluşturan İçim ile artık tüketicilerimizin aklına ve kalbine dokunan yepyeni bir hikayemiz var. Hayata pozitif bir bakış açısı katmak için yepyeni bir yola çıktık. Ve şimdi herkese 'İçim ile hayata dolu tarafından bak' diye sesleniyoruz. Aslında hayata dolu tarafından bakmak bir seçim, bir duruş... Biz de İçim markasıyla bu duruşu sahipleniyoruz. Tüketicilerimize hayatta artılara odaklanmayı hatırlatan ve İçim ürünleriyle güzel anlarında onlara eşlik eden bir marka olmayı hedefliyoruz."

Günlük 5 bin ton süt işleme kapasitesiyle süt ve süt ürünleri sektörünün en büyük işletmesi olan Ak Gıda'nın UHT süt, yoğurt, beyaz ve kaşar peyniri üretimleri ile başlayan yolculuğu; bugün süzme peynirden kaymaklı tava yoğurtlara, sütlü tatlılardan kefire kadar uzanan 300'ü aşkın ürün çeşidiyle devam ediyor. Ak Gıda; Sakarya, Karaman, Lüleburgaz, Kahramanmaraş ve Tire'de olmak üzere Türkiye'nin farklı bölgelerinde bulunan toplam 6 üretim tesisinde, Türkiye'nin dört bir yanından toplanan sütleri işliyor. Tüketici markası İçim ile doğal, lezzetli, kaliteli ve besleyici ürünlerini tüketicileriyle buluşturan Ak Gıda; ulusal ve uluslararası bilgi birikimi, sektör uzmanlığı, ileri üretim teknolojisi, yüksek kalite anlayışı ve Türkiye'nin her köşesine ulaşan güçlü dağıtım ağıyla büyüme hedefleri doğrultusunda ilerliyor.

"Hayata dolu tarafından bak"