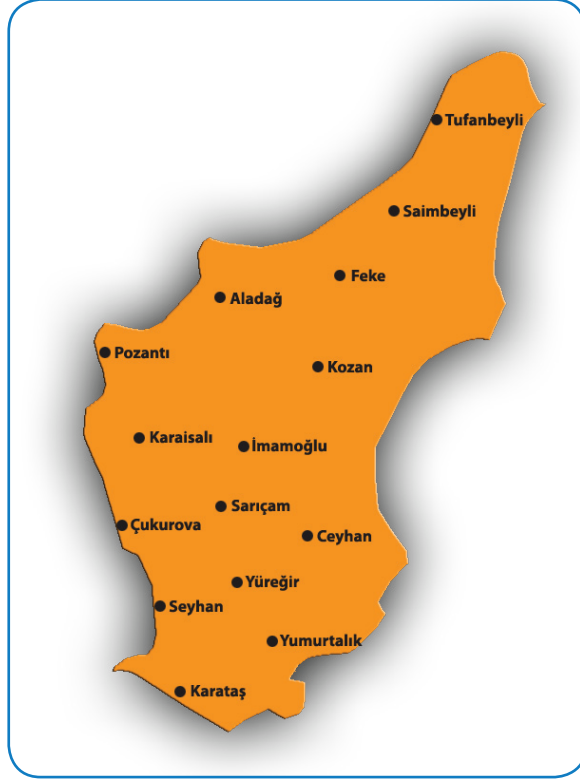


# 7 HAZİRAN SEÇİMİNE DAİR KÜÇÜK BİR HAFIZA KAYDI

Prof. Dr. Necdet ÜNÜVAR  
Adana Milletvekili



# 7 HAZİRAN SEÇİMİNE DAİR KÜÇÜK BİR HAFIZA KAYDI

**Prof. Dr. Necdet Ünüvar**  
**Adana Milletvekili**

Adana 2015

**Baskı:** Anıl Reklam Matbaa Ltd. Şti.  
Özveren Sokak No: 13/A Kızılay / ANKARA  
Tel: 0312 229 37 41

## ÖNSÖZ

Her seçim kampanyası bir dizi organizasyondan oluşur. Organizasyon için ekip, para, program ve en önemlisi bir stratejik planlama gerekir. Adaylar ve teşkilat mensupları çok yoğun bir çalışma yapar ama iş, sadece bundan ibaret değildir. Esasında bu çalışmaların aktörleri tarihe not düşmektedir ama bu çalışmalar yazılı bir kayıt altına alınmazsa unutulup gitmektedir.

Öte yandan her seçimin bir hafızası da vardır ama bu, zamanla unutulur; zira yapılan onca çalışmayı pek yazan olmaz. Dolayısıyla bu hafıza giderek zayıflar, bir süre sonra da hatırlayan olmaz.

Bu çalışmayla 7 Haziran 2015 seçimiyle ilgili tarihe ve dolayısıyla bu seçime küçük de olsa bir hafıza kaydı düşelim istedik.

Her seçim kampanyasında yapılan çalışmalar 4 T (Temas, Telkin, Takip, Tebessüm) ile özetlenebilir. Bu kitapçıkta yazdığımız şeyler bu formüle uygun çalışmaların özetidir.

Çalışmalarımızın her boyutunda destek olan bütün Teşkilat mensuplarımıza, gerek büroda ve gerekse sahada birlikte çalıştığımız yol arkadaşlarıma gönülden teşekkür ediyorum.

## Teşekkür

Bu Kitap 2 ay süren yoğun bir kampanyanın özeti..

Bu kampanyada başta İl, İlçe, Mahalle Başkanlarımız İl ve İlçe SKM Başkanlarımız, Belediye Başkanlarımız ve Sandık Görevlilerimiz olmak üzere pek çok kişinin yoğun emeği oldu.

Hepsine teşekkür ediyorum ama bazı kişileri özellikle zikretmem gerekiyor.

Onlar olmasaydı böyle bir çalışma ne yapılabilirdi, ne yazılabilirdi!

En başından en sonuna kadar maddi ve manevi olarak hep yanımda olan, kampanyamızın kusursuz olması için Yönetmen ve Organizatör kişiliği ile her türlü imkanı seferber eden Kayınbiraderim Hasan Yıldız'a,

Kampanyamızın hazırlık aşamasında fikirleri ile stratejimizin oluşmasında değerli katkılarını gördüğüm Netvizyon Yönetim Kurulu Başkanı Binali Kılıç'a,

Çok değerli fikirleri ile katkıda bulunan Ercan Demirci, Tuğrul Alper ve Vahit Çalışır'a

Medya iletişim, basın bülteni ve içerik üretme aşamalarını başarı ile yerine getiren Muhammet Tokataş ve Cevdet Ünüvar'a,

Her türlü zor şarta rağmen onlarca kilogram ağırlığındaki kamera ile bizi adım adım takip eden Taner Üçgün ve Akın Davarcıoğlu'na,

Hem bürodaki idari işleri ve personel hareketlerini, hem de saha çalışmaları arasındaki koordinasyonu başarı ile organize eden Serkan Özdemir'e,

Saha ile büro arasındaki organizasyondaki başarılı çalışmalarından dolayı Fahri Solmazgül'e,

Sunularımız ve televizyon programlarımızda herkesin hayranlıkla izlediği yatırımlarımızın hava çekimlerini drone cihazı ile yılmadan, bıkmadan çeken Dr. Erman Tokbay'a,

Kampanyamızın sosyal medya ayağında çok başarılı çalışmalara imza atan Buğra Ayan'a

Programlarımızın hazırlanması, klip ve tanıtımlardan sorumlu danışmanım Ümmet Artuç'a,

Adana-Ankara arasındaki bağlantımızı kusursuz bir şekilde sağlayan Asistanım Reyhan Armağan'a,

Zor, zahmetli saha çalışmalarımız esnasında yanımdan bir an bile ayrılmayan, zaman zaman sert hareketlerimize de tahammül eden İsmail Karaman ve Mustafa Özdemir'e,

Sunum, program ve donanımdan sorumlu Naci Kazan'a,

Makam aracımızı kullanan Turhan Harmanbaşı'na,

Her ihtiyaç duyduğumuzda yanımızda bulduğumuz Şerif Turan'a,

Araç filomuzda görev yapan tüm şoförlerimize,

Adana sokak ve caddelerini partimizin bayrak ve afişleri ile donatan, gece-gündüz mesai kavramı tanımaksızın hem sahada, hem büroda müthiş çalışan isimsiz kahramanlarımıza,

Kampanya boyunca sabırla tahammül eden, destek olan Eşim ve çocuklarıma içten teşekkürlerimi sunuyorum.

## GİRİŞ

Adana zor bir seçim çevresidir. Etnik olarak çok farklı özelliklere sahip, siyasi açıdan şu anda Meclis'te temsil edilen dört partinin de iddialı olduğu bir ildir. Adana'da ne kadar Türk Milliyetçiliği varsa bir o kadar Kürt Milliyetçiliği bulunmaktadır; aynı şekilde ne kadar muhafazakar bir aile yapısı varsa bir o kadar da seküler yaşam tarzını benimsemiş bir kitle yer almaktadır. Bu durum, küçük ölçekli oy hesabı yapan muhalefet partileri için tek düze seçim kampanyasına müsaade ederken toplumun tüm kesimlerini hedef seçmen kabul eden AK PARTİ için ise içinden çıkılması zor bir labirente dönüşmektedir.

MHP'nin dar kalıplara dayalı siyasal iletişim çalışmaları, CHP'nin seküler yaşam tarzını yansıtan ve çoğu popülist siyasal iletişim araçları, HDP'nin etnik kimlik ile aidiyet hissini güçlendirme arzusunun karşısında gerek milliyetçi gerek muhafazakar ve gerekse diğer etnik ve sosyal faktörler üzerinden seçmene odaklanmış bütüncül siyasal iletişim çalışmaları yapılması açıkçası oldukça ince ve sık dokunan bir kilim gibidir. Bu süreçte uygulanan siyasal iletişimin önündeki en büyük engel ise geçmiş seçimlerde kaybedilen kurumların eksikliği olmuştur.

Seçmen üzerinde etki sahibi yerel kurumların büyük bölümü maalesef son yerel seçimlerde muhalefetin eline geçmiş; başta Büyükşehir Belediyesi Milliyetçi Hareket Partisi'nde olmak üzere önemli ilçelerimizin neredeyse tamamı muhalefetin yönetimi altındadır. Ek olarak AK PARTİ yönetiminde olan sadece iki büyük ilçeden birinde başarılı bir sonuç elde edilebilirken diğerinde ciddi bir oy düşüşü gözlemlenmiştir.

Yukarıda anlatılan şekli ile Adana'da değişik kesimlere yönelik siyasal iletişim çalışmaları ilçeden ilçeye, hatta mahalleden mahalleye farklı stratejiler uygulanarak gerçekleştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Zira farklı noktaların farklı beklentileri, farklı korkuları ve farklı yaklaşımları bulunmaktadır.

Bu kadar karmaşık bir şehirde seçim çalışmasını kesişen noktalara ve ortak umutlara yöneltmek en uygun stratejidir. Yani seçimi korkular üzerinden değil, umutlar üzerinden yürütmek zarureti vardır. Biz de yaklaşık iki aylık seçim çalışmasını farklı düşüncelerde olsalar da aynı şehirde yaşayanlara gelecekte yaşayacakları daha güzel bir Adana odaklı strateji uyguladık. MHP'nin "Türklük elden gidiyor", CHP'nin "Özgürlükler elden gidiyor", HDP'nin "Kültürümüz, varlığımız elden gidiyor" propagandalarına karşı yek vücut tüm ekip olarak "Vatanseverlik, huzur, barış ve çok sesliliğin adresi AK PARTİ" propagandası yürütmeye çalıştık.

Cemiyet hayatını yasaklardan koruyan ve vesayetlerden uzak tutan, kültür ve tarihi bağları hiçbir ayrıma boyun eğdirmeden cesur şekilde halkımızın önüne koyan AK PARTİ kimliğimizi her yerde her anımızda nefesimizin yettiğince anlatmaya çalıştık.

Seçim coğrafyasının ağırlığına, muhalefetin elindeki imkanları ve adaletsiz yaklaşımlarına karşı AK PARTİ başarmıştır. Bu süreçte yürüttüğümüz çalışmaları içeren bu raporun gerek kurumsal hafıza oluşturması gerekse bu süreçte emeği geçenlerin kayıtlarda hak ettiği yeri alması açısından önemini vurgulamak isterim.



## Faaliyetler

Çalışmalarımızı 7 başlık altında toplayabiliriz:

### 1-Kampanya Öncesi Hazırlıklar,

#### 2- Saha Çalışması

- a) Esnaf ziyaretleri
- b) Piknik, sokakta temas
- c) Açık hava toplantıları
- d) Afiş, duvar giydirme
- e) Seçim araçları
- f) Seçim büroları

#### 3-Salon Çalışmaları

- a) Muhtarlar
- b) Dernekler
- c) STK'lar
- d) Oda ve Borsalar

#### 4- Ev Ziyaretleri / Kanaat Önderleri

#### 5-Medya

- a) Televizyon
- b) Radyo
- c) Gazete
- d) Sosyal Medya

#### 6-Telefon ile Yürütülen Faaliyetler

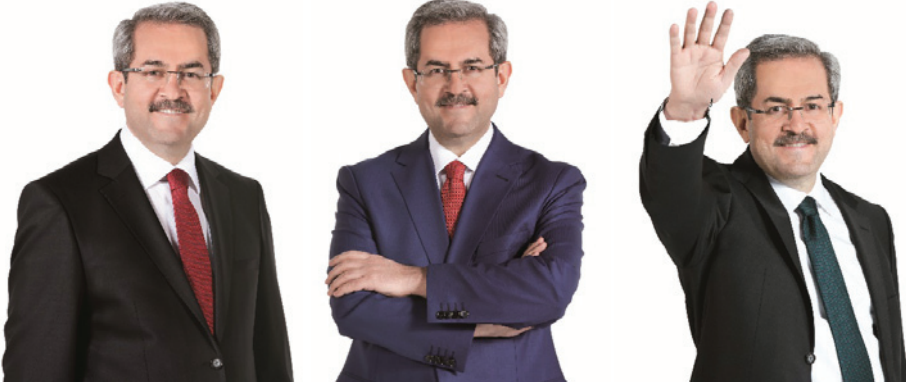
- a) Sandık Görevlilerimiz
- b) Mahalle Başkanları
- c) Engelli Vatandaşlarımız
- d) Evde Bakım Hizmetleri alan Vatandaşlar
- e) Muhtarlarımız
- f) Çiftçilerimiz

#### 7-Sare Ünüvar Tarafından Yürütülen Faaliyetler

## 1-Kampanya Öncesi Hazırlıklar

Bir proje süreci gibi ele aldığımız çalışmalarımızın ilk faaliyet başlığı ön hazırlıklardır. Bu faaliyet altında aday tanıtımı, siyasal iletişim için gerekli yazılı ve görsel materyallerin hazırlanması, insan kaynaklarının planlanması, bütçe yönetimi için kaynak planlaması ve finansal ihtiyaçların değerlendirilmesi, rakip partilerin ve seçim çalışmalarının izlenmesi ve risk yönetimi gibi tüm yönetim sistemleri bu hazırlık safhasında planlanmıştır.

### a) Fotoğraf çekimi



### b) Afiş, broşür hazırlama

c) Yıllarca İHA'da çalışmış bir muhabir,

d) Profesyonel bir kameraman ve foto muhabiri



e) 2 ayrı sosyal medya uzmanı (Biri Ankara'da, diğeri Adana'da)

f) Parlamentoda görevli 2 Danışmanımız Adana'da görev yaptı (2 Danışmanın da teknoloji kullanımları üst düzeydedir. Ankara'daki Asistanım da bütün mesaisini Adana'dan gelen talep sahipleri ile irtibatlı olarak, taleplerle ilgilenmek üzere tanzim etmiştir).

g) Afiş, broşür, vinil vb. dokümanların dağıtılması, sokaklarda ve caddelerde bayrakların yayılması için yaklaşık 24 kişilik bir ekip oluşturuldu.



h) Ekibin çalışması için yaklaşık 360 metrekarelik bir büro kiralandı.

## 2- Saha Çalışmaları

Adayların vatandaşlar ile birebir temas etmesinin merkezinde saha çalışmaları yer almıştır. Halk içerisinde kolları çemremek (Adana deyimi) suretiyle partimizi, Başbakanımızı ve partimizin amaç ve hedeflerini vatandaşa anlat-



mak olarak kısaca tanımlanabilse de saha çalışmaları seçim kampanya sürecinin en çok emek isteyen faaliyet alanıdır. Çalışmaların ilk günün-



den meclisteki yemin törenine kadar her günü sokakta gerek propaganda gerekse teşekkür için vatandaşlarla iç içe geçirmek siyasal iletişimin komodor gemisi konumundadır.

Bu ciddiyet ve bakış açısı ile saha çalışmalarını gündüzleri İl Seçim Koordinasyon Merkezi

programları çerçevesinde çoğunlukla sokakta, caddelerde esnafları iş yerlerinde, yolda vatandaşlarla tokalaşma, küçük hasbihal şeklinde faaliyetlerle değerlendirilmiştir.

Bu faaliyetlerimiz zaman zaman Adana'nın piknik kültürüne uygun bir şekilde toplanan Dernek, STK vb. toplulukların bulunduğu noktalara ziyaret şeklinde oluyordu.

57 günlük seçim çalışmasında 366 program yapıldı.



### 3- Salon Çalışmaları

Kurumsal kimlikleri nedeniyle etkin kanaat önderleri konumundaki Oda, Borsa Başkanı ve Yöneticiler, Muhtarlar, Çiftçiler, STK'larla, Mahalle Başkanlarımızla kendi teamül ve ağırlama usullerine uygun şekilde kalabalık salon toplantıları yapıldı. Bu tür toplantılarda ana amaç kurumsal kimlik sahibi bu cemiyet temsilcilerinin kurumsal kimliklerine saygı gösterdiğimizi ve partimizin emek vererek güçlendirmeye çalıştıkları bu kimliklere değer verdiğini formel olarak göstermek olmuştur. Bu toplantılarda "Adana'nın Dünü Bugünü ve Yarını" başlıklı sunum da yapıldı. Bu sunum da Adana'nın milattan önce başlayan ve

AK PARTİ dönemi ile devam eden serüvendeki konumu, yaptıklarımız ve bundan sonra yapacaklarımız anlatıldı.

Sunum büyük ilgi çekti sürekli bu sunumu yapmamız için yoğun istek geldi.



Bu sunumda Adana'nın Tarım, Sanayi, Enerji, Sağlık ve Ulaşım da öncü bir şehir olduğu; AK PARTİ döneminde 13 yılda 19.4 milyar TL' lik (günde 4 milyon TL'lik dakikada yaklaşık 3 bin TL) yatırım yapıldığı; önümüzdeki dönemde 1 milyar TL'lik 1550 Yataklı Şehir Hastanesinin biteceği (ki yaklaşık 5 bin kişilik istihdam sağlayacaktır) bir hızlı trenin geleceği, Ceyhan Enerji Endüstri Bölgesi'nin faaliyete geçmesi ile Adana ve Ceyhan'ın bir enerji merkezi olarak tam 60 bin istihdam sağlayacağı, Yedigöze Barajının tarımsal sulama ihalesinin yapıldığını ve bunun sonucunda önümüzdeki bir kaç yılda 180 bin dekarlık bir havza'nın (Ceyhan- İmamoğlu-Kozan havzası) sulanacağı yeni bir Çukurova'nın doğacağı, Yeni Stadyum, Adalet Sarayı ve Bölge İstinaf Mahkemelerinin bitmek üzere olduğu bizzat helikopter görüntüleri eşliğinde anlatıldı.

Her toplantının sonunda katılımcılarla interaktif görüşmeler yapıldı, notlar alındı, anlık çözümlenmesi gereken hususlar hemen hayata geçirildi (Yaz aylarında 40 bin kişinin yaşadığı Kızıldağ Yaylası'na semt polikliniği açıldı. İmamoğlu'na



Diyaliz Ünitesi açıldı, Güney Seyhan'da Semt Polikliniği açma kararı alındı v.b.) Bu şekilde 12 ayı programda sunum yaptık.

### ***“Adana’nın Dünü, Bugünü ve Yarını” Sunumumuz***

*Adana Seçim Çalışmalarında kullanılmak üzere katılımcılara Adana ilimize dün ne gibi yatırımlar yapıldı, bugün neler yapılıyor ve gelecekte ne gibi yatırımlar yapılacak bu konularda katılımcıları bilgilendirmek ve farkındalık oluşturmak için sade ama güçlü bir sunum hazırladık.*

*Sunum içerisinde katılımcıların günlük yaşantısında rutin yatırımlar gibi algıladığı ama farklı bir pencereden bakıldığında bu yatırımların Adana ilimiz için çok büyük ve önemli yatırımlar olduğunu hissettirmeye çalıştık.*

*Özellikle Adana Organize Sanayi Bölgesinde geniş katılımcılı bir programda ilk sunumu katılımcıların ilgisine sunduk. Sunumun yoğun ilgi görmesi ve tekrar talep edilmesi ile revize edilerek yoğun katılımların olduğu etkinliklerde kullanmaya başladık.*

*Yaklaşık 2 aylık seçim kampanyasında 12 programda aktif sunum kullanıldı.*

*Sunumun içeriği ve amacı da dikkate alınarak “Adana’nın Dünü, Bugünü ve Yarını” ismi ile seçmenlerimizin ilgisine ve bilgisine sunduk.*

*Sunumların başlangıcında teknik alt yapımızı oluşturduk. Mahalle toplantıları gibi bir çok etkinlikte yanımızda ses sistemi, sunumun yüklü olduğu bilgisayar, projektör ve perde mutlaka hazır bulundu.*

*Sunuma Sayın Başbakanımız Prof. Dr. Ahmet DAVUTOĞLU’nun 18 Ocak 2014 tarihinde Dışişleri Bakanı olarak Adana’da Büyükelçiler Konferansındaki 1 saat 4 dakikalık etkileyici konuşmasından yaklaşık 4 dakikalık bir özet hazırladık ve bu özeti izlettirerek başladık.*

<https://youtu.be/6BtsdJVZTOk>

*Akabinde Ortadoğu'nun önemli bir ili olan Adana ili ilgili tarihi bir ufuk turundan sonra AK PARTİ Genel Merkezi tarafından hazırlanan AK PARTİ Döneminde Adana Yatırımları sunumunu katılımcılarla paylaşarak 13 yılda yapılan yatırımları verilerle gözler önüne serdik. Özellikle Genel Merkezin sunumunda geçen Adana ilimize 13 yılda 19.4 milyar TL' lik yatırım yapılmıştır verisini, günde 4 milyon TL'lik dakikada yaklaşık 3 bin TL yatırım yapıldı şeklinde sunarak herkesin yatırımı algılayabileceği, gözünün önünde canlandırabileceği şekle getirerek bilgiyi paylaştık.*

*Sunumun son bölümünde Adana ve ilçelerdeki yatırımları drone ile hava çekimleri eşliğinde zenginleştirilmiş görüntüleri ile sunduk. Böylece izleyicilere yatırımların hem son durumunu, hem de hiç görmedikleri farklı bir açıdan görmelerini sağladık.*

*Özellikle sunum içerisinde gelecekte Adana ilimize yapılacak yatırımlar ve bu yatırımların Adana iline neler kazandıracağı, yatırım klipleri görsel olarak katılımcılara sunuldu. Bu yatırımlar, Yüksek Hızlı Tren, Adana Şehir Hastanesi, Ceyhan Serbest Bölgesi ve Karataş Yumurtalık Limanı gibi çarpıcı ilgi çekici yatırımlardı.*

*Sunumların sonunda soru cevap kısmı yaparak katılımcıların memnuniyetlerini ve algılarını ölçme şansı bulduk.*

*Sunum içerisinde "Onlar Konuşur AK PARTİ Yapar" ve "Öncü Şehir Adana" temalarını işledik.*

*Bu program seçim çalışmalarında seçmenleri en çok etkileyen, etkilerini en iyi gözlemlediğimiz kaliteli faaliyetler listesinde yerini almıştır.*

## 4- Ev Ziyaretleri / Kanaat Önderleri

Halk odaklı gündüz temaslari ve kurumsal ziyaretlere ek olarak seçmen üzerinde pozitif etkisi belirlenen noktalara geceleri spesifik ev ziyaretleri yapıldı. Medya ve Sosyal medya ile paylaşılmayan Kanaat Ön-



derleri toplantıları yaptık. Kanaat önderleri ziyaretlerimizi bazen tek bazen birkaç kişiye yönelik ama mutlaka ayağına giderek yaptık. Bu suretle yakın temas ve iletişimin önündeki engelleri ortadan kaldırmış olduk.

## 5-Medya

Medya çok aktif kullanıldı. Kampanya boyunca bir muhabir, bir foto muhabiri ve bir kameraman hep yanımızdaydı. Muhabir 71 haber hazırladı, bu içerikler 1.045 gazete haberi olarak yazılı basında çıktı. 102 saat kamera çekimi yapıldı. Bu çekimlerden 93 adet video klip hazırlandı.

Çalışmalarımız esnasında profesyonel fotoğraf makinesi ile 25.552 fotoğraf çekildi.

Profesyonel görüntüleri televizyonlar kullandı. Facebook, Youtube, Twitter gibi





sosyal medya mecralarında (değişik ve seçilmiş gruplara yönelik olarak) kullanmayı ihmal etmedik.

21 saat televizyon canlı yayını yapıldı. İlk kez icraatlerin bizzat yerinden anlatıldığı yayınlar yapıldı. Şehir Hastanesi ve Stadyum inşaat alanından canlı yayınlar yaptık. Yayın esnasında helikopter görüntüsü eşliğinde yapılan icraat bütün boyutlarıyla seyircilere sunuldu.

9 saat radyo yayını yapıldı.

## 6-Telefon ile Yürütülen Faaliyetler

Arama merkezi oluşturuldu ve 2 tecrübeli bayan eleman farklı kesimlerle telefon görüşmeleri gerçekleştirdi.

1 Mayıs – 3 Haziran tarihleri arasında 38.197 kişi aranarak, 18.648 adet görüşme yapıldı.

## 7- Sare Ünüvar Tarafından Yürütülen Faaliyetler

Siyasette, siyasetçi eşlerinin propaganda gücü önemsenmelidir. Aile yapısını ve aile içi huzur ve anlayışın kalitesini halka göstermek seçmenin güven tesisinde ele aldığı ana konulardan biri olması nedeniyle oldukça önemli bir araçtır. Özellikle Adana’da halkın aile ve aile düzenine bakışı her ne kadar bir metropol şehri olsa bile, en az bir köy kadar tutucudur. Aile bireylerinin herbirinin seçmen nezdinde bir puanlaması bulunmaktadır.

Sare Ünüvar 24 Nisan’dan 6 Haziran’a kadar düzenli SKM programı dahilinde çalışmalar yaptı.

Bu faaliyetler gündüz, çoğunlukla da muhalif partilere mensup kişilerin yaşadığı evlere ziyaretler; Huzurevi, Engelli Vatandaşlar, Hastane ve Hasta ziyaretleri, STK’lar, cadde ve sokaklarda özellikle çarşı- pazar ziyaretleri şeklinde özetlenebilir. (Sare Ünüvar’ın faaliyetlerine [www.instagram.com/sareunuvar](http://www.instagram.com/sareunuvar) adresinden ulaşılabilir.)



## Basın ve Halkla İlişkiler Birimi

### Reklam Kampanyaları

#### Araç Giydirme



18 Nisan 2015'te çalışmalara başladık.14 adet anonslu minibüs, 10 adet anonsuz midibüs, 1 adet otobüs, 5 adet hafif ticari araç, 1 adet LED-ekranlı kamyonet giydirmesi yaptık.

#### *Temsili Giydirilmiş Minibüs*

#### Led Ekranlı Araç

Giydirilmiş Kasalı kamyonete Led ekran yerleştirilerek klipler ve Adana'da yatırımlar yüklenerek rutin zamanlarda insan yoğunluğu fazla olan noktalarda sabah 10'dan gece saat 22'ye kadar çalıştı. Ayrıca, miting ve mahalle toplantılarında alana konuşlandırılarak çalışması sağlandı.



## Adana Merkez-Şehir Haritası



## ARAÇ LİSTESİ

NO	PLAKA	CİNS	TÜR	YER	DURUM
1		Minibüs	Gezici Araç	Adana Merkez	GIYDİRİLMİŞ
2		Minibüs	Gezici Araç	Adana Merkez	GIYDİRİLMİŞ
3		Minibüs	Gezici Araç	Adana Merkez	GIYDİRİLMİŞ
4		Minibüs	Anons Aracı	Prof.Dr.Necdet Ünüvar'a eşlik ettiler	GIYDİRİLMİŞ
5		Minibüs	Anons Aracı	Sarıçam Kozan Yolu Mustafa Kemal Pasa Bulvarı Yüreğir Civarı	GIYDİRİLMİŞ
6		Minibüs	Anons Aracı	Çarşı-Merkez, Şakirpaşa, Barkal Meydan Mahallesi Civarı	GIYDİRİLMİŞ
7		Minibüs	Anons Aracı	Sarıçam Kozan Yolu Sofulu Buruk	GIYDİRİLMİŞ
8		Minibüs	Anons Aracı	Mithatpaşa Denizli Mahallesi Fevzipasa Vefa Caddesi	GIYDİRİLMİŞ
9		Minibüs	Anons Aracı	Yurt Mahallesi, Güzelyalı Mahallesi, Toros Mahallesi, Kenan Evren Bulvarı, 100.Yıl	GIYDİRİLMİŞ
10		Minibüs	Anons Aracı	Toros Mahallesi Kenan Evren Bulvarı, Belediye Evleri, Turgut Özal Bulvarı	GIYDİRİLMİŞ
11		Minibüs	Anons Aracı	Turgut Özal Bulvarı, Mavi Bulvar, Hayal Park, Karşı Köyü Süleyman Demirel Bulvarı	GIYDİRİLMİŞ

12		Minibüs	Anons Aracı	Yavuzlar Mahallesi Kışla Mahallesi Köprülü Mahallesi Afet Evleri	GIYDIRİLMİŞ
13		Minibüs	Anons Aracı	Sare Ünüvar'a eşlik etti	GIYDIRİLMİŞ
14		Minibüs	Anons Aracı	Sofulu, Kiremithane Kozan Yolu	GIYDIRİLMİŞ
15		Midibüs	Gezici Araç	İl Sağlık Müdürlüğü Kavşağı	GIYDIRİLMİŞ
16		Midibüs	Gezici Araç	Sular Ofis Önü	GIYDIRİLMİŞ
17		Midibüs	Gezici Araç	Valilik Kavşağı	GIYDIRİLMİŞ
18		Midibüs	Gezici Araç	Hayal Park	GIYDIRİLMİŞ
19		Midibüs	Gezici Araç	Sarıçam Otoyol Kavşağı	GIYDIRİLMİŞ
20		Midibüs	Gezici Araç	Adnan Menderes Kavşağı	GIYDIRİLMİŞ
21		Midibüs	Gezici Araç	Galeria AVM kavşağı. ASKİ Önü	GIYDIRİLMİŞ
22		Midibüs	Gezici Araç	Real AVM Kavşağı	GIYDIRİLMİŞ
23		Midibüs	Gezici Araç	İller Bankası Kavşağı	GIYDIRİLMİŞ
24		Midibüs	Gezici Araç	Optimum Önü	GIYDIRİLMİŞ
25		Otobüs	Gezici Araç	Adana Merkez	GIYDIRİLMİŞ
26		Minibüs	LED-Reklam Aracı	Duygu Kafe Önü	GIYDIRİLMİŞ
27		Hafif Ticari	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	GIYDIRİLMİŞ
28		Hafif Ticari	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	GIYDIRİLMİŞ
29		Hafif Ticari	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	GIYDIRİLMİŞ
30		Hafif Ticari	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	GIYDIRİLMİŞ
31		Hafif Ticari	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	SİVİL
32		Otomobil	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	SİVİL
33		Otomobil	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	SİVİL
34		Minibüs	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	SİVİL
35		Minibüs	Ofis-Hizmet	Adana Merkez -Ofis	SİVİL

### Kozan İlçemizde

- 2 Adet Seçim Bürosu Hazırlandı,
- 20 Adet Araca Cam Giydirme Uygulandı,
- 2 Adet Minibüs Giydirilerek Ses Sistemi Yerleştirildi,
- 2 Adet Otobüs Giydirildi,
- 20 Adet Bilbord Reklam Amaçlı Kullanıldı,
- 9 Adet Bina ve Duvar Giydirme için Kullanıldı,

## Ceyhan İlçemizde

- 1 Adet Seçim Bürosu Hazırlandı,
- 50 Adet Araca Cam Giydirme Uygulandı,
- 3 Adet Minibüs Giydirilerek Ses Sistemi Yerleştirildi,
- 2 Adet Otobüs Giydirildi,
- 5 Adet Bina Duvar Giydirme için Kullanıldı,
- 3 Adet Hafif Ticari Araç Giydirildi,



*Giydirme işlemi tamamlanmış Minibüs*



*Giydirme işlemi tamamlanmış otobüs*



*Giydirme işlemi tamamlanmış Midibüs*



*Giydirme işlemi tamamlanmış Hafif Ticari Araç*

## Bina Giydirme

### Billboard ve Duvar Giydirme

- 1)Hacı Sabancı Caddesi (optimum karşısı)
- 2)Mustafa Kemal Paşa Bulvarı
- 3)Yavuzlar Yüreğir Toki Konutları
- 4)Barajyolu 6.5 Durak
- 5)Sarıçam Belediyesi Civarı
- 6)Akıncılar Mahallesi Kozan Yolu

### Bina Giydirme

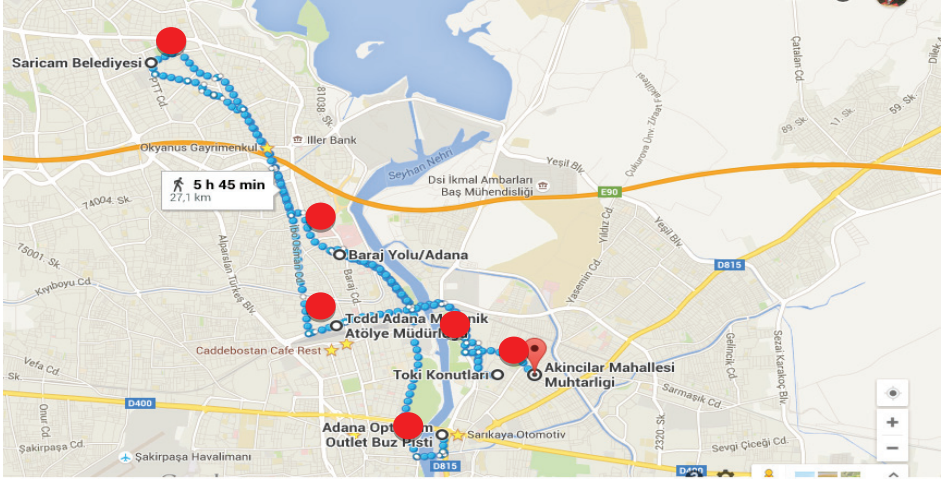
- 1) İhlas Mağazası
- 2) DSİ TOKİ Konutları
- 3) Ceyhan Migros Binası
- 4) Çarsı Merkez Ziyapaşa Bulvarı
- 5) Türkmenbaşı Bulvarı

### Seçim Büroları

- 1) ZiyaPaşa Seçim Bürosu
- 2) Barajyolu Seçim Bürosu
- 3) Adnan Kahveci Seçim Bürosu
- 4) PTT Evleri Seçim Bürosu
- 5)Sarıçam Seçim Bürosu
- 6) Mücahitler Caddesi Seçim Bürosu
- 7)Atatürk Caddesi Seçim Bürosu
- 8) Ceyhan Seçim Bürosu
- 9) Kozan Seçim Bürosu



## Billboard ve Duvar Giydirmeleri



Aksantaş Toki  
(Yavuzlar Yüreğir) Konutları

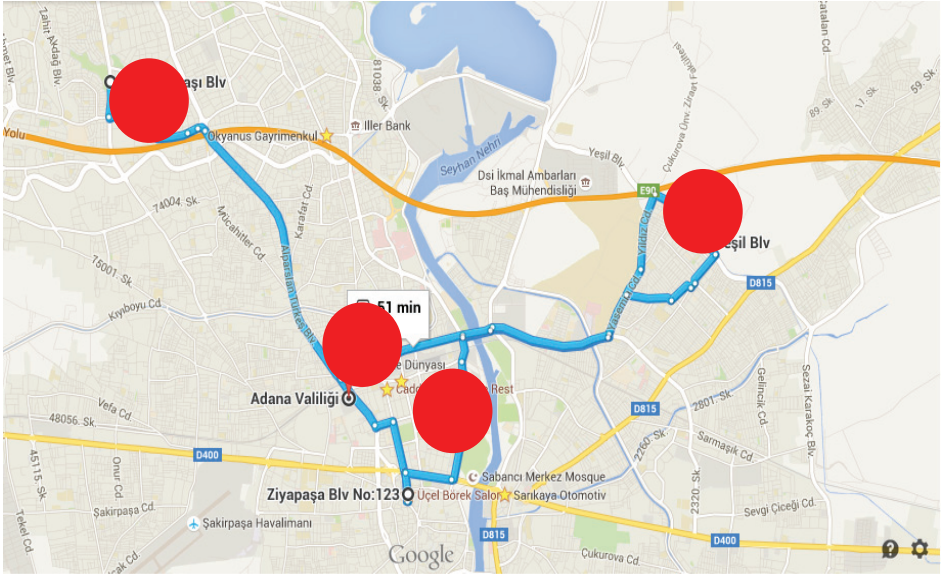


Hacı Sabancı Caddesi  
(Optimum Karşısı)



*Akıncılar Mahallesi Kozan Yolu*

## Bina Giydirme



*Dadaloğlu PTT Şubesi Üstü (Ön ve Arka Görünüm)*



*Ceyhan Migros Binası*



*İhlas Mağazası (Mehmet Nuri Sabuncu Caddesi)[19m x13 m]*



*İhlas Mağazası (Mehmet Nuri Sabuncu Caddesi) [ 12m x14m]*



Adana Çarşı (Ziyapaşa Bulvarı)



DSİ Toki Konutları (yeşil Bulvar)  
[ 12m x 17m ]



Türkmenbaşı Bulvarı

## Seçim Büroları



*Ziyapaşa Bulvarı  
Seçim Bürosu (Sol  
Yan) Görünümü*

*Ziyapaşa Bulvarı Seçim  
Bürosu (Ön) Görünümü*





*Sarıçam Seçim Bürosu*



*Baraj Yolu Seçim Bürosu*



*Adnan Kahveci Seçim Bürosu*



*Atatürk Caddesi  
Seçim Bürosu*



PTT Evleri Seçim Bürosu[ 75 m2]

## El Broşürleri ve Afişler



"BİRLİKTE DAHA GÜÇLÜ ADANA" 5m x 1m 250 Adet basıldı



"YENİ TÜRKİYE YOLUNDA İKİNCİ YARI BAŞLIYOR" 5m x 1m 250 Adet Basıldı





14cmx20cm 200 adet parlak kuşe

Tür	Adet	Boyut
Afiş	15.000	50cm x 70cm
El İlanı	50.000	14cm x 20cm

**BİRLİKTE  
DAHA GÜÇLÜ  
ADANA**

facebook.com/necdetunuvar @necdetunuvar www.necdetunuvar.com.tr

**Prof. Dr. Necdet ÜNÜVAR**  
ADANA MİLLETVEKİLİ ADAYI

### Reklam ve Baskı

1x5 mt Vinil	550 adet
50x70 cm Afiş	15.000 adet
14x20 cm El Broşürü	80.000 adet
1x2 mt Vinil	770 adet
2x3mt	10 adet

# BİRLİKTE DAHA GÜÇLÜ ADANA

facebook.com/necdetunuvar www.necdetunuvar.com.tr  
@necdetunuvar

**Prof.Dr. Necdet ÜNÜVAR**  
ADANA MİLLETVEKİLİ ADAYI



## NECDET HOCA'DAN KARASALI'YA 2 MÜJDE

TBMM Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu Başkanı,  
Adana Milletvekili Prof. Dr. **Necdet Ünüvar**'dan Karaisalı ilçesine

1

### KIZILDAĞ YAYLASI'NA SEMT POLİKLİNİĞİ

Yaz aylarında nüfusu yaklaşık 50 bini bulan Kızıldağ Yaylası'nda semt polikliniği kurularak, sağlık hizmeti yaylaçılara ayağına götürülecek. Dr. Aşkın Tüfekçi Devlet Hastanesi'ne bağlı hizmet verecek semt polikliniğinde, uzman ve pratisyen doktorlar görev yapacak, laboratuvar testleri yapılabilecek. Yaklaşık 4-5 ayını yaylada geçiren yaylaçılar, sağlık hizmeti almak için artık Karaisalı ya veya Adana'ya gitmek zorunda kalmayacak. İhtiyaç olması durumunda, semt polikliniği bünyesinde diğ bölümü de açılacak. Kızıldağ Semt Polikliniği, bu ay hizmet vermeye başlayacak. Semt polikliniği, 112 Acil Sağlık Hizmetleri'yle senkronize çalışacak. Acil vakalara, ambulans helikopterle 20 dakikada müdahale edilecek.



### KARASALI DEVLET HASTANESİ'NE FİZİK TEDAVİ ÜNİTESİ

Karaisalı Devlet Hastanesi bünyesinde, Dr. Aşkın Tüfekçi Devlet Hastanesi işbirliğiyle fizik tedavi ünitesi kurulacak. Ünite kurulduktan sonra hem ilçede yaşayan insanlar hizmet alacak hem de ihtiyaç olduğu takdirde Adana'dan hastalar buraya taşınarak tedavi olabilecek. Fizik tedavi ünitesine her türlü personel ve ekipman desteği, Dr. Aşkın Tüfekçi Devlet Hastanesi tarafından verilecek. İlçe halkının fizik tedavi için Adana'ya gitmesine gerek kalmayacak.

2

## Eşantiyon Ürün



5.000 adet Fındık Paketi  
dağıtıldı.



5000 adet Kadınlar için mutfak önlüğü dağıtıldı.

## DİJİTAL ARAÇLARIN KULLANIMI

Seçim süreci boyunca dijital araçları yoğun olarak kullandık.

### Twitter Kullanımı

18 Nisan ile başlayan süreç boyunca Twitter üzerinden Necdet Ünüvar resmi hesabından 425, seçim çalışması sürecinde kullandığımız yaklaşık 30 twitter hesabı üzerinden 29.000 civarı Tweet atarak Adana başta olmak üzere AK PARTİ tarafından yapılan icraatleri anlatmaya çalıştık. Bu tweetlerin tamamına yakınında genel merkez tarafından belirlenen etiketler kullanırken aynı zamanda kendi oluşturduğumuz jenerik etiketleri de kullandık.

### Web Sitesi Kullanımı

Web sitemizden faaliyetleri ve haberleri duyurduk. 2015 Genel Seçimleri şeklinde bir menü açılmasını sağlayarak, Genel Seçimlerde kullanılan tanıtım kliplerini, Görsel ve İşitsel Basın Faaliyetlerini son olarak da görüntüsü bulunan faaliyetleri kategorize ederek linklerini sosyal medya da paylaştık.

## **Yönelim Eğilimleri Araştırması**

Seçim süreci boyunca Hootsuite, Topsy, Google Trends , ubersuggest gibi dijital araçlar günlük olarak kullanılarak seçmen yönelimleri, seçmen arasında geçen konuşmalar takip edilerek bunlara göre reklam kampanyalarında yol haritaları belirlendi.

## **Google Adwords Kullanımı**

Google Adwords aracı yoğun olarak kullanıldı. 'AK PARTİ Adana Adayı – Necdet Ünüvar' mesajı yaklaşık 1.000.000 görüntüleme ile Adana ilişkili siteler başta olmak üzere bir çok web sitesi üzerine yerleştirildi. Aynı zamanda Google aramalarında seçim sürecinde aratılabilecek Adana ve milletvekili adayları ile ilgili sorguların tamamına yakını öne çıkarılan sonuç olarak Necdet Ünüvar web sitesi sunuldu. Burada sorgular belirlenirken keywordtool.io gibi araçların veritabanları kullanılarak eşleştirme yapıldı.

## **Tanıtıcı Klip**

Prof.Dr. Necdet Ünüvar'ın hayatını tanıtıcı bir öz geçmiş niteliğinde bir klip ve SEÇİM çalışmalarında kayda alınan görüntü ve fotoğraflardan 93 adet klip yapılarak sosyal medyada paylaşıldı.

## **Medya Takipi**

Her Sabah Adana'da öne çıkan haberler ve Adana'da okunan traji yüksek gazete manşetleri dijital olarak tüm adaylarımıza sunuldu. Tüm adayların gündemden yoğunlukları içerisinde kopmaması sağlandı.

## **SMS**

Tüm etkinliklerimizi, çalışmalarımız ve tebrikleri 16316 kişilik SMS grubumuza ulaştırdık.

Dijital araçları seçim süreci boyunca yoğun olarak kullandık. Dijital siyaset politikasında temel olarak belirlediğimiz hedefler şu şekildeydi.

- **Aktif olduğumuzu ve sosyal medyayı yakından takip ettiğimizi seçmene göstermek**

Bu adımda sokak süslemeleri ve aday tanıtımlarının dijital tarafta olan karşılığını sağlamaya çalıştık. Web siteleri ve sosyal medyada 'Adana AK PARTİ Milletvekili Adayı Necdet Ünüvar' görseli ve başlığını ön plana çıkardık. Bu aşamada Google reklam ağı desteğiyle aktif olarak kullandığımız web siteleri listesi aşağıdadır.

kadinlarkulubu.com
radikal.com.tr
sabah.com.tr
aksam.com.tr
ajanshaber.com
eksisozluk.com
ekspresgazete.com
kadin.mynet.com
haberturk.com
kanalahaber.com
internethaber.com
adanahabergazetesi.com.tr
posta.com.tr
adanahaber.net
habervaktim.com
paneladana.com
mynet.com
mynet.com
bloomberght.com
radikal.com.tr
m.mynet.com
kadinlarkulubu.com::mobil ve desktop forum, orta merkez
yeniakit.com.tr
iha.com.tr
m.radikal.com.tr

haberler.com
m.haberturk.com
tamadanagazetesi.com
yenisafak.com.tr
gazetevatan.com
gazetevatan.com
nefisyemektarifleri.com
hurriyet.com.tr
m.haberler.com
sahibinden.com
milliyet.com.tr

gibi ulusal sitelerin yanında

adanamedya.com
adanayorum.com
adanahabergazetesi.com.tr
ajans01.com
gunaydingazetesi.com.tr
ahaport.com
ekspresgazete.com
adanapress.com
adanahabermerkezi.com
adana01haber.com
gazeteadana.com
akicihaber.com
5ocaknews.com

adanakulis.com
adanasosyete.com
gazetekent.com
tamadanagazetesi
ajansadana.com
ozelhaber01.com
adanadantaraf.com
adanakulisi.com
lidergazetesi.com
yeniakdenizgazetesi.com
adanushaber.com
adananakala.tv
gunceladana.com
yeniadana.net
haberads.com
adanahaberkalesi.com
adanaajans.net
cukurovaexpres.com
demirsporluyuz.com
cukurovapress.com
durakajans.com
ceyhanmavihaber.net
adanabulteni.com
mercanhaber.net
adanapost.com
adanahaberdergisi.com
adanahaber1.com
guneyinsesi.com
gundem01.com
adanahaberpostasi.com
gundemadana.com
adanayenihaber.com
adanaulus.com
adanahaberx.com
adanaaktuel.com

yere01.com
adanahaber.com
adanahaber.net

gibi Adana merkezli haber sitelerinin de Google reklam ortaklığı kullanarak azami ölçüde tanıtım yaptık.

Bunun yanında insanların arama sorgularında da karşılıklarına çıkmak için özel bir çalışma yaptık.

Anket
Adana
Sandık
seçimleri kim kazanır
seçim anketleri
milletvekili seçimler
MHP
HDP
halkların demokratik partisi
Recep Tayyip ERDOĞAN
Ahmet DAVUTOĞLU
CHP
Seçimler
Seçim 2015
milliyetçi hareket partisi

gibi genel arama sorgularının yanında

adana adayları akp
adana adayları chp
adana adayları belli oldu
adana adayları 2013
adana adayları 2014

adana adayları akp 2014
adana muhtar adayları
adana adaylar 2015
adana aday akp
adana seçim anketi
adana seçim sonuçları
adana seçim anketi 2015
adana seçim haritası
adana seçim sonuçları 2011
adana seçim kurulu
adana seçimleri
Burak Yiğenoğlu
Seyfettin Yılmaz
Mehmet Şükrü Erdiñ
Ali Demir
Muharrem Varlı
Necdet Ünüvar
Mehmet Can
Ali Aydın
Kasım Pamuk
Mehmet Faruk Bozkurt
Sadullah Kısacık
Mustafa Çalışkan
Fatma Güldemet Sarı
Esra Yalvaç
Demet Çardak
Mehmet Ay
Hasan Berzan Toprak
Zülfikar İnönü Tümer
Rıdvan Turan
Elif Doğan Türkmen
Mehmet Ali Arslan
Barış Karabiyik
Talip Küçükcan
Mustafa Kemal Özkan

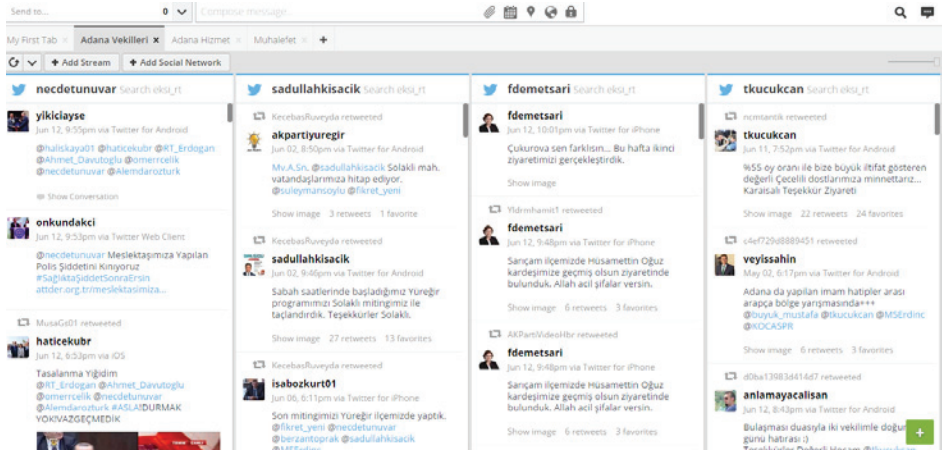
Adem Gündoğan
Orhan Sümer
Hıdır Koluman
İsa Ayanoğlu
Müzeyyen Şevkin
Asuman Tekin
Abdullah Sedat Doğan
Abdulkadir Yuvalı
Mevlüt Karakaya
Hatice Kavran
Ramazan Demir
Ahmet Adıgüzel
Yüksel Karaaslan
Sinan Gül
Neslihan Uzun
Ayla Emrahoğlu
Aydın Uslupehlivan
Rıza Mete
İbrahim Özdiş
Mustafa Bilgilioğlu
Nefise Balyemez
Akif Kemal Akay
Beyhan Günyeli
Meral Danış Beştaş
Rukiye Çinkılıç
Kader Duman
Vedat Özkan
İsmail Başaran
Reşit Ertaş
Tugay Bek
Feride Peynirci
Feyruze Gümüş
Hüseyin Sözlü

gibi seçim döneminde artışa geçen sorgular için de 'AK PARTİ Adayı Necdet Ünüvar' metni ve görselini ön plana çıkardık.

- **Seçmeni dijital kanalları kullanarak dinlemek, seçmen davranışlarını izlemek ve analiz etmek**

Dijital siyaset politikamızda önem verdiğimiz noktalardan biri de sosyal medya ve internet sitelerini kullanarak seçmen davranışlarını ve düşüncelerini öğrenmek, analiz etmek oldu. Bu analizlerin sonucunda reklam çalışmaları şekillenmekteydi.

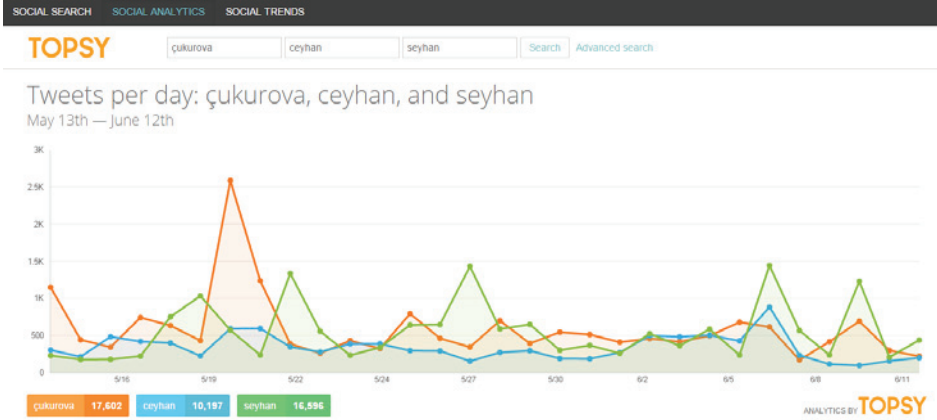
Seçmeni dinlemek için Hootsuite ve Topsy platformlarını kullandık. Hootsuite üzerinde açtığımız bir kanal üzerinden AK PARTİ aday adayları ile ilgili tüm sosyal medya akışını tararken 'Muhalefet' isimli başka bir kanal üzerinden ise diğer partilerin aday adayları ve belediye başkanlarının sosyal medya akışlarını anlık olarak takip ettik. Burada sadece bu kişiler tarafından atılan tweetleri değil aynı zamanda seçmenin onları etiketleyerek attığı tweetleri de takip ederek kamuoyu nabzını anlık olarak tuttuk.



Bir başka kanal üzerinden ise içerisinde Adana, Seyhan, Ceyhan, Adanademirspor gibi anahtar kelimeleri tarayarak kısa zamanda çok fazla insanın görüşüne ulaşmaya çalıştık.



Bunun yanında Google Trends ve Topsy gibi hizmetleri kullanarak grafikler ile yerel medya kanallarına,gündemlere ve kişilere olan ilgiyi gözlemledik.



Ayrıca Adana ile ilgili tüm haber sitelerinin yorum kısımlarını günlük olarak tarayarak 'Necdet Ünüvar' ile ilgili çıkan yorumlar hakkında bilgi sahibi olduk. Bunun yanında Google Alert kullanarak özel kelimelerle ilgili internet kayıtlarının mail adresimize gelmesini sağladık.

## Facebook Kullanımı

Facebook üzerinde Twitter'a oranla daha niteliksel bir çalışma yaparak seçmene ulaşmayı hedefledik. Facebook'un şu an test aşamasında

olan ve kişilerin verilerini anlamlandırmakta kullandığı 'graph search' ve reklam verenler için sunduğu davranışsal kişi profillerini inceleyerek reklam hedeflemelerimizi gerçekleştirdik.

Bu kapsamda farklı alt gruplara aşağıdaki şekilde bir seçim çalışması uyguladık.

- **Hızlı Tren Projesi ve Potansiyel Yolcu Tespiti**

Adana için önemi bir hayli fazla olan Hızlı Tren projesini dijital araçlarla duyururken geleneksel yoldan biraz daha farklı bir yol izledik. İlk önce Facebook Reklam Hizmetinde bulunan davranışsal modeli inceleyerek Ailesi Adana dışında yaşayan veya memleketi Adana dışında olan Adana seçmenini belirledik. Bu seçmen profilinin haber akışına hızlı tren projesi için oluşturulmuş özel tanıtım videoları gönderdik. Bu sayede Hızlı Tren projesinin direk olarak hayatını etkileyecek seçmene özel bir çalışmayı ulaştırmış olduk.

- **İş Arayanlara Somut Projeler Anlatıldı**

İşsizlik sorunu her bölgede olduğu gibi Adana'da özellikle genç nüfusun önemsendiği bir konuydu. Muhalefet partileri bu konuda ucu açık vaatler veriyordu. Bu konuda özel bir çalışma yapılarak seçmenin ilgisinin AK PARTİ'ye kayması amaçlandı. Çalışmada Facebook Reklam Yöneticisi üzerinden davranışsal model incelendi. 18-22 yaş arası nüfus için özel bir çalışma yapıldı. Bu çalışma kapsamında istihdama yönelik Adana'da yapılan ve yapılacak AK PARTİ çalışmaları seçmene ulaştırıldı. Projeler ile dev istihdam çözümleri olacağı anlatıldı.

- **İlk Oyum 'AK PARTİ'ye**

Muhalefet partilerinin ilk kez oy verecek seçmende gördüğü enerjiyi kullanarak bunu AK PARTİ'ye karşı bir tür tepkiye dönüştürme eyleminde olduğunu gözlemledik. Buna karşı 18-22 yaş arası bayan kullanıcı için ayrı bir çalışma yapıldı. Bu çalışma kapsamında ilk kez oy kullanmış ve 'Tabi ki AK PARTİ'ye oyu verdim!' diyen bayan seçmenlerin

görüntüsünden hazırlanan özel video bu seçmene ulaştırıldı. Videoda AK PARTİ adaylarının seçmenle güleryüzlü sohbetleri dahil edilerek vekiller ile gençler arasında iletişimsel kopukluk olmadığı seçmene arka plan mesajı olarak aktarıldı.

- **Sağlık Çalışanlarına Müjde**

Sağlıkta şiddet haberleri ve medyanın çeşitli manipülasyonlarından ötürü Sağlık konusunda oluşan eleştiriler gözlemlendi. Bunun neticesinde sağlık çalışanları için özel bir çalışma yapıldı. İlk etapta Doktor, Ebe, Hemşire gibi meslek gruplarına üye olan ve Adana'da yaşayan seçmenin taraması yapıldı.

- **Güvenlik Çalışanları Mağdur Olmayacak**

Sosyal medya taramaları sonucunda güvenlik çalışanları arasında AK PARTİ iktidarda kalırsa mağdur olabilecekleri yönünde algı oluştuğu tespit edildi. Bu grup için özel bir çalışma yapıldı. Sosyal medya üzerinden açılan 'Haberci' isimli bir sayfa bu çalışma için kullanıldı. Haberci isimli sayfadan Güvenlik çalışanlarının mağdur olmayacağına dair Sayın Başbakanımızın açıklamaları seçmene ulaştırıldı.

- **Tarımın Öncü Şehri Adana**

Muhalefetin ve bazı kullanıcıların Adana'nın tarım ile ilişkisinin zayıfladı, zayıflayacağı yönünde algı çalışmaları yaptığı tespit edildi. Bunun neticesinde Facebook Reklam yöneticisi davranışsal modeller incelenerek Tarım ile yakın ilişkisi olan ve Adana'da yaşayan seçmen tarandı. Tarım çalışanları için özel bir çalışma yapıldı. Yedigöze Barajı projesi ile yeni bir Çukurova doğacağı, Adana'nın tarımda öncü şehir olduğu mesajı belirlenen seçmene ulaştırıldı.

- **Sağlıklı Adana, Sağlıkta Adana**

Adana bölgesinde yoğun bir şekilde devam eden yeni sağlık binalarının yapımı seçmene ulaştırıldı. Bu aşamada şöyle bir yol izledik. Ceyhan'da yapılan hastaneyi o hastanenin potansiyel hastalarına, Yumurtalık'ta

yapılan hastaneyi ise o hastanenin potansiyel hastalarına yani o bölgede yaşayan insanlara duyurduk. Benzer bir şekilde Adana Şehir Hastanesi hariç tüm hastane inşaatları şık videolarla bölge bölge seçmene ulaştırıldı. Bu şekilde seçmen için ilgisiz tanıtımların önüne geçilirken yüksek izlenme oranlarına ulaşıldı.

- **Milliyetçi Profil Özel Çalışma**

MHP başta olmak üzere milliyetçi yönelimin yoğun olduğu bir şehir olan Adana’da Yörük-Milliyetçi seçmen profili için özel çalışmalar yapıldı. Bu kapsamda bu üye profiline uyan seçmen kitlesi tanımlandı. Bu seçmen kitlesi içerisinde ‘kemikleşmiş oy’ olarak tasvir edilen oy ile kayma ihtimali yüksek olan seçmen kitleleri ayrıştırıldı. İkinci kitle ağırlıklı olmak üzere iki kitleye de çeşitli özel çalışmalar yapıldı.

Bunlar arasında öne çıkanlar ‘Hedefim Büyük, Milletim Büyük’ başlıklı Genel Merkez tarafından belirlenen müzik eşliğinde olan yörük videoları bu ağa yoğun olarak verildi.

Necdet Ünüvar’ın yörükler ile Hoca Ahmet Yesevi Otağı ziyaretlerinin ağa yoğun bir şekilde aktarılması sağlandı.

### **Muhالیf Seçmen İçin Seçimli Özgeçmiş Çalışması**

Muhالیf Seçmen’e Necdet Ünüvar’ın özgeçmişini video içerik olarak ulaştırırken muhalif yönelimlere göre ayrılmış fotoğraflar kullandık. Bu süreçte farklı partilerin seçmenlerinin ilgi duyacağı ve videoya tıklayarak izlemesini sağlayacak küçük resimler ön plana çıkarıldı.

### **Sare Ünüvar Çalışmaları**

Sare Ünüvar’ın seçim çalışmaları için özel bir çalışma yapıldı. Seçim kapsamında yapılan ziyaretlerden oluşturulan farklı videoların farklı ağlara yayımı yapıldı. Sare Ünüvar’ın çocuklarla fotoğraflarını içeren video çocuğu küçük yaşta olan seçmene, hastane ve engelli ziyaretleri sağlık platformlarını takip eden ve Adana’da yaşayan seçmene, ev ziyaretleri ise genel seçmen profiline ulaştırıldı.

Bu tarz kitle hedefli reklam çalışmalarının dışında sosyal medya aşağıdaki paylaşımlar da belirli sıklıklarla yapıldı.

-Necdet Ünüvar'ın konuşmalarından ve ziyaretlerinden sosyal medya için özel olarak hazırlanan yaklaşık 50 video,

-AK PARTİ Adana icraatleri anlatıldığı özel tasarımların yer aldığı yaklaşık 100 görsel,

-Seçim ziyaretlerinden özel anların yer aldığı görseller,

-Canlı yayın duyuruları, kutlama mesajları, geçmiş olsun mesajları benzeri duyurular,

-Genel merkezin belirlediği etiketlerle hazırlanan mesajlar,

Bu kapsamda seçim çalışmaları sürecinde Necdet Ünüvar beğeni sayfaları yaklaşık 900.000 gönderi erişimi aldı. Necdet Ünüvar kişi profili üzerinden yapılan erişimlerin istatistiki bilgisi kullanıcıya kapalı olmakla birlikte bu kişi hesabı üzerinde de yaklaşık olarak 100.000 erişim alındığı varsayılmaktadır.

Bunun dışında AK PARTİ ilişkili çeşitli Facebook gruplarından yapılan duyurular, paylaşımlar yapılmıştır.

### **Yönelim Eğilimleri Araştırması**

Seçim süreci boyunca Hootsuite, Topsy, Google Trends , ubersuggest gibi dijital araçlar günlük olarak kullanılarak seçmen yönelimleri, seçmen arasında geçen konuşmalar takip edilerek bunlara göre reklam kampanyalarında yol haritaları belirlendi.

## **HALKLA İLİŞKİLER ÇAĞRI BİRİMİ FAALİYETLERİ**

### **1-SANDIK KURULU ÜYELERİ**

İyi günler AK PARTİ Adana Milletvekili Prof. Dr. Necdet Ünüvar adına aranmaktasınız .....bey/hanımefendi ile mi görüşüyorum. 7 haziran seçimlerinde ..... No lu sandıkta görevlisiniz doğru mudur? Son olarak

sandık görevinizle ilgili sormak istediğiniz sorunuz var mıdır?

**ARAMA SONUCU; 4454 kişi arandı 3438 kişiye ulaşıldı.**

### ***2-MUHTARLAR İLE AKŞAM YEMEĞİ***

İyi günler AK PARTİ Adana Milletvekili Prof. Dr. Necdet Ünüvar ın selamıyla arıyoruz. ....beyefendi/hanımfefendi ile mi görüşüyoruz. Efendim .....gün .....saatte Adana Seyhan Otelinde akşam yemeğimize davetlimizsiniz.

**ARAMA SONUCU; 863 kişi arandı 504 kişiye ulaşıldı.**

### ***3-KÖY MAHALLE YÖNETİM KURULU***

İyi günler AK PARTİ Adana Milletvekili Adayı Prof. Dr. Necdet Ünüvar adına aramaktayız. Yeni Güçlü Türkiye yolunda gayretli ve başarılı çalışmalarınızın farkında olup, seçime yaklaştığımız şu günlerde daha fazla fedakarlık göstereceğinize inandığınızı belirtmekte. Ayrıca kendilerine iletmek istediğiniz bir notunuz var ise dinlemek isteriz.

**ARAMA SONUCU ; 6760 kişi arandı 3831 kişiye ulaşıldı.**

### ***4-ADANA YATIRIMLARI İLE İLGİLİ ÇİFTÇİLERLE KAHVALTI***

İyi günler AK PARTİ Adana Milletvekili Adayımız Prof. Dr. Necdet Ünüvar tarafından aranmaktasınız. Adana yatırımları konulu toplantımız Pazartesi günü sabah saat 8:30 da Sheraton otelinde yapılacaktır. Kahvaltımıza davetlisiniz.

**ARAMA SONUCU ; 275 kişi arandı 188 kişiye ulaşıldı.**

### ***5-MAHALLE BAŞKANLARI ZİYAPAŞA SEÇİM OFİSİNİN AÇILIŞINA DAVET EDİLDİ***

İyi günler AK PARTİ Adana Milletvekili adayı Prof. Dr. Necdet Ünüvar hocamızın selamıyla aramaktayız. Ziyapaşa seçim ofisimizin açılışına siz ve Mahalle Teşkilatınız davetlimizsiniz.

**ARAMA SONUCU ; 571 kişi arandı 239 kişiye ulaşıldı.**

## **6-ADANA İLİ EVDE BAKIM HİZMETİ ALANLAR ARANDI**

İyi günler AK PARTİ Adana Milletvekili adayı Prof. Dr. Necdet Ünüvar adına aranmaktasınız.

Evde bakım hizmeti veya ücreti alıyor musunuz? Hizmetten memnun musunuz? Peki son olarak Necdet Hocama iletmek istediğiniz bir isteğiniz var mı? (TBMM Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu Başkanı olduğu vurgulandı)

**ARAMA SONUCU ; 6821 kişi arandı 2516 kişiye ulaşıldı.**

## **7-ADANA İLİ ENGELLİLER ARANDI**

İyi günler AK PARTİ Adana Milletvekili Prof. Dr. Necdet Ünüvar selamıyla aranmaktasınız. Engelli hizmeti veya ücreti almakta mısınız? Hizmetten memnun musunuz? (TBMM Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu Başkanı olduğu vurgulandı)

Son olarak Necdet hocama iletmek istediğiniz bir isteğiniz var mı?

**ARAMA SONUCU ; 18452 kişi arandı 7892 kişiye ulaşıldı.**

## **Halkla İlişkiler Çağrı Birimi Faaliyetleri Özeti**

<b>Arama Konusu</b>	<b>Arama Tarihleri</b>	<b>Aranan Kişi Sayısı</b>	<b>Ulaşılan Kişi Sayısı</b>
Sandık Kurulu Üyeleri	01.05.2015-10.05.2015	4.455	3.438
Muhtarlar Akşam Yemeği	11.05.2015-14.05.2015	863	504
Mahalle Yönetim Kurulu	16.05.2015-22.05.2015	6.760	3.831
Çiftçiler	23.05.2015	275	188
Ziyapaşa Seçim Ofisi Açılışına Davet	24.05.2015-25.05.2015	571	279
Evde Bakım Hizmeti Alanlar	26.05.2015-01.06.2015	6.821	2.516
Engelli Hizmeti Alanlar	25.05.2015-03.06.2015	18.452	7.892
<b>Toplam</b>	<b>01.05.2015-03.06.2015</b>	<b>38.197</b>	<b>18.648</b>

Görsel / İşitsel Basın Analizi			
<i>Türü</i>	<i>Adet</i>	<i>Dakika</i>	<i>Saat</i>
Ulusal / Yerel Kanal	24	1245	21
Ulusal / Yerel Radyo	11	555	9
Ulusal Haber Ajansı	2	120	2
<b>Toplam</b>	<b>37</b>	<b>1920</b>	<b>32</b>
** 18.04.2015-07.06.2015 tarihleri arasını kapsamaktadır.			

### Yazılı Basın:

Muhabirimiz 71 Haber hazırlayıp gönderdi.

Ulusal basında 18 Nisan 2015-08 Haziran 2015 tarihleri arası 1092 haber yayınlandı.

### Görsel ve İşitsel Medya Yayınları

	Tarih	Kanal Adı	Tipi	Yayın Dk	Şekli	Reklam	Açıklama
1	23.4.2015	Kanal A (Ankara)	Ulusal Kanal	60	Canlı Yayın	-	
2	25.4.2015	Kanal A (Adana)	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	-	
3	28.4.2015	Anadolu Ajansı Röpörtaj	Ulusal Haber	60	Paket Kayıt	-	
4	1.5.2015	TRT Türk	Ulusal kanal	60	Paket Kayıt	-	
5	3.5.2015	Kanal A Tüm Milletvekilleri Adayları	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	-	
6	4.5.2015	Adana TV	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	-	Tüm Saha Çalışmalar Gündem Programında Canlı ve Paket Program Şeklinde 24 Saat Yayınlanması Sağlandı.
7	6.5.2015	Kozan Otağ Tv	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	-	



8	8.5.2015	Adana TV	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	Reklam Döndü	Tüm Saha Çalışmalar Gündem Programında Canlı ve Paket Program Şeklinde 24 Saat Yayınlanması Sağlandı.
9	8.5.2015	Meşk Fm Radyo	Yerel Radyo	60	Canlı Yayın	Reklam Döndü	
10	10.5.2015	Kanal A	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	Reklam Döndü	
11	15.5.2015	Radyo Çukurova	Yerel Radyo	60	Canlı Yayın	-	
12	21.5.2015	Adana TV Şehir Hastanesi İnşaatı	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	Reklam Döndü	Tüm Saha Çalışmalar Gündem Programında Canlı ve Paket Program Şeklinde 24 Saat Yayınlanması Sağlandı.
13	23.5.2015	Kanal A Şehir Hastanesi	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	-	
14	25.5.2015	TRT Haber	Ulusal Kanal	20	Canlı Yayın	-	
15	27.5.2015	Radyo Çukurova	Yerel Radyo	60	Canlı Yayın	-	
16	28.5.2015	AŞK, Radyo Trafik ve Ostim Radyo	Ulusal Radyo	20	Canlı Yayın	-	
17	29.5.2015	Adana TV	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	Reklam Döndü	Tüm Saha Çalışmalar Gündem Programında Canlı ve Paket Program Şeklinde 24 Saat Yayınlanması Sağlandı.
18	29.5.2015	Radyo Viva	Ulusal Radyo	15	Canlı Yayın	-	
19	31.5.2015	İHA ile Röportaj (Şehir Hastanesi İnşaatı ile ilgili)	Ulusal Haber	60	Paket Kayıt		

20	31.5.2015	Kanal A Röportaj Stadyum İnaatında	Yerel Kanal	60	Canlı Yayın	-	
21	31.5.2015	KON TV	Ulusal Kanal	60	Canlı Yayın	-	
22	1.6.2015	TV 24	Ulusal Kanal	20	Canlı Yayın	-	
23	1.6.2015	Adana TV	Yerel Kanal	60		-	Tüm Saha Çalışmalar Gündem Programında Canlı ve Paket Program eklinde 24 Saat Yayınlanması Sağlandı.
24	1.6.2015	TRT Haber	Ulusal Kanal	15	Paket Kayıt		Sağlıkta iddet Konulu
25	2.6.2015	Kanal 5	Ulusal Kanal	60	Canlı Yayın	-	
26	2.6.2015	lke TV	Ulusal Kanal	60	Canlı Yayın	-	
27	2.6.2015	Lokum FM Mek Fm ve Radyo Hayat Ortak Yayın	Yerel Radyo	120	Canlı Yayın	-	
28	3.6.2015	Kanal A 4. Kuvvet Programı	Yerel Kanal	60	Paket Kayıt	-	
29	3.6.2015	Radyo 7	Ulusal Radyo	20	Canlı Yayın	-	
30	3.6.2015	Radyo Çukurova	Yerel Radyo	60	Canlı Yayın	-	
31	3.6.2015	TRT Haber	Ulusal Kanal	15	Paket Kayıt		Sağlıkta iddet Konulu
32	4.6.2015	NTV	Ulusal Kanal	15	Canlı Yayın	-	
33	4.6.2015	Radyo Seyhan	Yerel Radyo	60	Canlı Yayın		
34	4.6.2015	Lokum FM Mek Fm ve Radyo Hayat OrtakYayın	Yerel Radyo	20	Canlı Yayın	Reklam Döndü	

35	5.6.2015	Lokum FM, Hayat FM, Meşk FM	Yerel Radyo	60	Canlı Yayın	Reklam Döndü	
36	6.6.2015	Adana TV	Yerel Kanal	120	Canlı Yayın	Reklam Döndü	Tüm Saha Çalışmalar Gündem Programında Canlı ve Paket Program Şeklinde 24 Saat Yayınlanması Sağlandı.
37	7.6.2015	Adana TV	Yerel Kanal	20	Paket Kayıt	Reklam Döndü	Tüm Saha Çalışmalar Gündem Programında Canlı ve Paket Program Şeklinde 24 Saat Yayınlanması Sağlandı.

## YATIRIM HAVA ÇEKİMLERİ (DRONE)

Adana İlinde başta sağlık alanında olmak üzere, yatırımların farklı bir açıdan görüntülenmesini sağlayarak tanıtımlarına katkıda bulunmak ve gerçekleşme durumlarını görsel olarak ortaya koymak amacıyla yüksek çözünürlüklü kamera ile donatılmış Drone cihazı ile havadan görüntüleme projesine başladık. Bu kapsamda;



**Sağlık Bakanlığına** ait yatırımlardan "1550 yataklı Adana Şehir Hastanesinin" gündüz ve gece çalışmalarını, "Çukurova Dr. Aşkın Tüfekçi Devlet Hastanesi 200 yataklı Ek hizmet Binasını", "Fatma Kemal Timuçin Ağız Diş Sağlığı Hastanesi İnşaatını", "250 Yataklı Ceyhan Devlet

Hastanesi İnşaatını", "2014 yılı içerisinde hizmete giren Karaisalı Devlet Hastanesi Binasını", "200 Yataklı Kozan Devlet Hastanesi İnşaatını", "İmamoğlu Devlet hastanesi 35 Yataklı Ek hizmet Binası İnşaatını", "Feke 20 Yataklı Entegre İlçe Hastanesi Binasını", "Saimbeyli 20 Yataklı Entegre İlçe Hastanesi İnşaatını", "Aladağ 20 Yataklı Entegre İlçe Hastanesi İnşaatını", "Adana Devlet Hastanesine Bağlı Karataş

Ek hizmet Binası” ile “Adana Numune Eğitim ve Araştırma Hastanesi Yüreğir Binalarını” havadan görüntüledik.

**Adalet Bakanlığına** ait Türkiye'nin 3. Büyük adliye sarayı olan “Adana Adliye Sarayı İnşaatı” ile “Adana Bölge İstinaf Mahkemesi Binası” inşaatını havadan görüntüledik.

**Gençlik ve Spor Bakanlığına** Bağlı “Adana Şehir Stadı” İnşaatının Havadan görüntülenmesi,

**Kültür ve Turizm Bakanlığına** ait yatırımlardan “Adana Yeni Arkeolojik Müzesi” inşaatını, bölgenin en büyük ve önemli antik yerleşim yeri olan “Kozan Anavarza Kalesi ve Antik Kent” Kazı alanı ve çalışmalarını, “Karataş Magarsus Antik Kent Tiyatrosu” Kazı alanını ve çalışmalarını görüntüledik.

**Orman ve Su İşleri Bakanlığına** ait İmamoğlu “Yedigöze Barajı” ve “İmamoğlu Havzası Sulama Alanı Kaynağı ve Kanallarını” görüntüledik.

**Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığına** bağlı “Maden Tetkik ve Arama Doğu Akdeniz Bölge Müdürlüğü” Binası,

**Milli Eğitim Bakanlığına** Bağlı “Fatma Zehra İmam Hatip Lisesi”, “Evliya Çelebi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (Öğrenci Yurdu ve Konferans Salonu)” , “Yüreğir Otistik Çocuklar Eğitim Merkezi”, “Karşıyaka Ortaokulu”, “Yüreğir Onur Mahallesi 24 Derslik ve 5 Atölyeli Mesleki Teknik Anadolu Lisesi”

**YÖK'** e bağlı “Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi” binası,

Olmak üzere 12 ilçede toplam 922 km yol katedilerek 36 sorti 360 dk 6 saatlik uçuş gerçekleştirilmiştir. Hava görüntülerinden hazırlanan klipler yerel, ulusal ve sosyal medya aracılığı ile geniş kitlelere ulaştırılmıştır.



Programlarımızda ihtiyaç olacağını düşündüğümüz kablosuz sarjlı anfi cihazı her zaman yanımızda bulundu ve aktif kullanıldı.

## İNSAN KAYNAKLARI

Ünvanı	Sayı
Danışman	5
Şoför (Giydirilmiş araç)	25
Sosyal Medya Uzmanı	2
Pankart /Afiş (Aralıklı mesai)	24
Büro Görevlisi	2
Arama Görevlisi	8
Kameraman	1
Fotoğrafçı	1
Muhabir	1
Koruma	1
<b>TOPLAM PERSONEL</b>	<b>70</b>

\*\*\* Etkinliklerde ekipte 1 kameraman, 1 Fotoğrafçı ve 1 muhabir mutlaka çalışmaya dahil edildi.

## SEÇİMDEN ÇIKARILAN DERSLER

### ÖN HAZIRLIK

Seçim kampanyası başlamadan çok iyi bir hazırlık yapılmalıdır.

İlçeler ve İl’de SKM şu soru ile başlamalıdır: “Hangi faaliyeti yapmazsak eksik kalır?”

Bu soruyu sormadan önce bir “Check-list” oluşturmalıdır.

- ✓ Sokaklar
- ✓ Caddeler
- ✓ Meslek Örgütleri
- ✓ STK’lar sendikalar
- ✓ Kanaat önderleri
- ✓ Muhtarlar
- ✓ Fabrikalar
- ✓ Televizyonlar

- ✓ Gazeteler
- ✓ Radyolar
- ✓ Hemşehri Dernekleri
- ✓ Odalar, Borsalar
- ✓ Sanayiciler
- ✓ İşadamları
- ✓ Birebir görüşme yapılacaklar

Bu listeler bir havuzda toplanmalı, kategorize edilmelidir. Daha sonra ziyaret edecek kişiler (Hangi Adaylar, nereye ve kimlerle birlikte, ne zaman, kampanyanın hangi aşamasında) ziyaret edilmeli? belirlenmelidir.

Takvim oluşturulurken bu faaliyetler dijital ortama aktarılmalı, her bir faaliyet yapıldığı zaman da işaretlenmelidir. Böylece hem eksik kalmamış, hem de mükerrer faaliyetlere mani olunur.

- Kampanyada bir hedef koymalıyız: Adana 10 yıl içinde her şeyde ilk 5'te olacak gibi.. (Tarım, Sanayi, Spor, Turizm vs.)
- Kanaat önderleri enflasyonu var. Bu işin ticaretini yapanlar var. Etkili kanaat önderleri iyi tespit edilip ziyaret programları düzenlenmelidir. (Anket, araştırma, tetkik)
- SKM'lerde teknoloji iyi kullanılmadığı.
- Hazırlanan pek çok kitap, broşür var ama Adaylar başta olmak üzere sahadakiler pek çoğunun bunları okumaya fırsatı yoktur.
- Büyük kitaplar basmak yerine cebe sığabilecek boyutta ifadeleri halkın anlayabileceği, adayların da anlatabileceği tarzda broşür basılmalıdır.
- Salon veya mahalle toplantılarında aday konuşma yapacaksa, adaydan önce konuşma yapan ilçe başkanı, belediye başkanı gibi kişiler konuşmasını kısa tutmalı, adayın konuşmasını bekleyen insanları sıkmamalı. Adayın yapması gereken konuşmalar adaya bırakılmalı. Aday, belediye başkanı veya ilçe başkanının konuşmalarını tekrar eden kişi konumuna düşürülmemelidir.

- Ekipte görev dağılımı çok iyi yapılmalı, herkes sorumluluğunu bilmeli. Kuru kalabalıktan kaçınılmalı.
- Asıl işi yapan ekiple her gün olmasa da birkaç günde bir toplantı yapılmalı, günün koşullarına uygun yeni stratejiler belirlenmeli. Herkesin bir fikri mutlaka vardır, ekip üyelerinin fikirlerini sunmalarına bu tür toplantılar vasıtasıyla imkan sağlanmalıdır.
- Ekipten bir kişi öncü olarak belirlenmeli, adayın gideceği organizasyonlara en az 15 dakika önce gitmeli ve ortamı görmeli. Aday organizasyona gittiğinde bir sürprizle karşılaşmamalıdır.
- Seçim günü yaklaştıkça ziyaret edilecek noktaların sayısı artmakta, organizasyonların saatleri sıkışmaktadır. Zaman daraldığı için çok hızlı hareket edilmektedir. Hiçbir şeyin insan hayatından daha önemli olmadığı unutulmamalı, özellikle şehir içinde konvoy halindeyken trafik kurallarına azami derecede uyulmalı ve aşırı hızdan kaçınılmalı.

## **ADAY TANITIMI**

- Bir salonda coşkulu bir şekilde yapılmalıdır. Her bir aday konuşmalı ve yapacaklarından bahsetmelidir.
- Adaylar ortak bir dil kullanmalıdır. Aynı probleme farklı bir dil yanlıştır. Farklı üslup olabilir.
- Gazete çıkartılmalıdır. (Haftalık olabilir) Facebook sayfası, web sitesi kurulabilir/kurulmalıdır.
- Kiraathanelerle (sahipleriyle) anlaşma yapılabilir. Kalabalık olduğu zamanlarda ziyaret / küçük çay sohbetleri mükemmel olur.
- Kadınlarla / Gençlerle / Engellilerle ortak buluşma platformları oluşturulmalıdır.
- Yalın, akılda kalıcı şeyler söylenmelidir.
- Günboyu yapılan çalışmalar sırasında vatandaşla çektirilen

fotoğrafların tamamı (uygun olmayan kareler ayıklanarak), gün sonunda Facebook ya da Adayın sitesinde yayınlanabilir. Çünkü insanlar, vekille çektiği fotoğrafı Facebook'ta gördüğünde mutlu olacak, mutlaka kendisi de paylaşacaktır. Böylelikle gerçekleştirilen organizasyon daha geniş kitlelere ulaşacaktır. Fotoğraf çekilirken, vekilin yanında bulunan bir kişinin, fotoğrafların akşam Facebook'tan yayınlanacağını söylemesi insanların aklında kalması için yeterli olacaktır. Bu durumun riski var mı, şüphesiz var ama zaten pek çok insan kendi makinası ile çekip paylaşıyor.

## **ZİYARETLER**

SKM Programlarında ziyaret edilecek Muhtarlık, Dernek, STK'lara en az 1 gün önceden haber vermek sureti ile uygun olmaları ve hitap edilecek kalabalık sağlanmalıdır.

Lojistik çok iyi kurgulanmalıdır. Öncü grup gidecek, ortamı hazırlayacak. Maksat "vay be!" dedirtmektir. Açık kodlu bir iletişim olmalıdır. "Biz gittikten sonra ne konuşuluyor?" Geri bildirim tekniği oluşturmaliyiz.

Teşkilat tarafından yapılacak olan bütün toplantılar, programlar olağanüstü bir durum olmadıkça kesinlikle verilen saatte başlamalıdır. Katılacak kişiler saatlerce bekletilmemelidir. Her zaman ve özellikle de seçim sürecinde zaman herkes için en kıymetli şeydir ve değerli kullanılmalıdır.

STK, Dernek-Vakıf, Meslek Örgütleri, Muhtarlar, Odalar, Borsalar, Kanaat Önderleri seçim dönemleri dışında da sık sık ziyaret edilerek birlik-beraberlik mesajı verilmeli. Seçim döneminde de her bölgenin demografisi ve sosyal yaşantısına uygun olan, o bölgede etkili olacağına inanılan Kanaat Önderlerinden vb. etkili kişilerden destek alınmalıdır.

İl ve İlçede nöbet sırasında veya başka zamanlarda sıkıntıları dinlenen, hakkında not alınan kişilere, arama komisyonu oluşturularak daha sonra olumlu veya olumsuz dönüş sağlanmalı, seni önemsiyor, sıkıntını takip ediyoruz güveni verilmeli.



Aday, her gittiği mahallede aynı konulardan bahsetmemeli, ezberlenmiş cümleler kurmamalı. Çalışma yapacağı bölgenin sorunlarıyla ilgili önceden bilgi sahibi olup, bu sorunlara çözüm önerisi getirebilmeli. Yani hedefe atış yapmalı. Güneydoğu'dan göç etmiş insanların yaşadığı bir mahallede söylenecek sözlerin, Türk milliyetçisi insanların yoğun olarak yaşadığı mahallede bir karşılığının olmadığı bilinmeli, daha dikkatli hareket edilmeli. Fakat farklı noktalarda yapılan konuşmalar ve verilen mesajlar bir başka noktada yanlış anlamalara yol açmamalıdır.

Vatandaşla sert diyaloglara girilmemeli, en sert eleştirilere dahi tahammül edilebilmeli. "Nasıl olsa biz bizyiz, buna gereken cevabı vereyim" düşüncesiyle kalabalık içerisinde yanlış cümleler kurulmamalı. (Her vatandaşın elinde bir kamera olduğu ve herkesin artık sosyal medya nedeniyle potansiyel birer muhabir olduğu unutulmamalı) Yaşanacak bir tartışma, geri dönüşü olmayan sonuçlar doğurabilir.

## **ESNAF GEZİSİ**

İyi bir ön hazırlık yapılmalıdır. Hangi sokak veya cadde de yapılacağı, nerede başlayacağı, nerede biteceği belirlenmelidir. Birbirlerini gören esnaflardan hepsi ziyaret edilmelidir. O bölge esnaflarını tanıyanlardan küçük bir hazırlık bilgisi alınmalıdır.

- İster kalabalık, ister az sayıda kişiyle ziyaret yapılsın işyerine sadece Aday, ilçe Başkanı ve tanıtacak bir kişi iş yerine girmeli, diğerleri dışarda beklemelidir.
- Aday broşürleri Adayın ziyaretinden 1-2 dakika önce dağıtılmalıdır. Kişi hem haberdar olacak, hem de aday gelinceye kadar adeta bilgi sahibi olacaktır.
- Yeri geldiğinde ifade edilecek kısa cümle, anekdot, deyim de hazır olmalıdır. Yerinde espri de önemlidir.
- Tahammül çok önemlidir.

## TEŞKİLAT GÖREVLİLERİ

Adayın yanında görevlendirilen il, kadın ve gençlik kollarından kişiler sabit olmalıdır. Her gün değişirse verim azalır. Aynı kişiler bir süre sonra birbirlerini tanıyacak ve verim artacaktır.

Eski Milletvekillerinin, Belediye Başkanlarının nasıl daha aktif kullanılabileceğine dair bir metodumuz yok.

SKM Programları hazırlanırken Adaylar ile İl SKM arasında koordine tam olmalı, katılacak kişiler iyi seçilerek eksiksiz katılmaları sağlanmalı ve katılımcılardan alınan SKM değerlendirme raporları dikkate alınmalıdır.

AR-GE Başkanlığı tarafından daha önce de hazırlanmış ve son seçim de dahil edilerek hazırlanacak olan İlçe ve Mahalle bazında seçim karşılaştırmalarına, demografiye, seçim genel değerlendirmelerine yer veren detaylı Seçim Analiz Raporu ile Bölge başkanlarından alınacak Bölge Değerlendirme Raporu dikkate alınarak Seçim Koordinasyon Merkezi tarafından seçimden 1 ay önce her bölgeye ayrı ayrı hitap edecek SKM Programları ve Seçim Çalışmaları hazırlanmalıdır.

İlçelerimiz bölgelere ayrılmış bulunmaktadır. Her bölge büyüklüğüne göre bir veya birden fazla mahalleden oluşmaktadır. O bölge ve mahalleyi en iyi tanıyan onlarla hemhal olan Bölge Başkanıdır. Bu nedenle her Bölge Başkanı, bölgesindeki mahalle başkanları ile toplantılar yapmak, birebir görüşmek sureti ile o bölgenin demografik, sosyal ve kültürel değerlendirmesini yapmalı. AK PARTİ'nin o bölgedeki güçlü olduğu yönler, zayıf olduğu yönler, AK PARTİ için o bölgede tehdit oluşturabilecek unsurlar veya fırsata dönüştürülebilecek imkanlar belirlenmeli. Seçim süresinde şu şu yapılanlar bize olumsuz yansıdı veya şunlar da yapılsaydı daha iyi olurdu gibi tespitler mutlaka yapılmalıdır.

Genel Merkez ve İl Başkanlığı tarafından seçimde kullanılmak üzere bastırılan kitapların, seçimden en az 1-2 ay önce hazır olup teşkilat mensuplarına ulaştırılmış olması faydalı olacaktır. Sahada bire bir yer alacak teşkilat mensuplarının da mutlaka verilen kitap, dergi, gazete

vb. materyalleri okuyarak sahada karşısına çıkabilecek sorulara donanımlı olması veya bilgi verebilecek, seçmenin kafasındaki belirsizlikleri giderebilecek, yapılmış ve yapılma aşamasında olan icraatları anlatabilecek yeterlilikte olması faydalı olacaktır

Belediye Meclis Üyeleri özellikle dış mahalle (köy) ziyaretlerinde aktif kullanılmalıdır. Örneğin, Tufanbeyli ilçemizde 30 köy, 5 AK PARTİ Belediye Meclis Üyesi bulunmaktadır. Her bir Meclis Üyesine 6 tane köy zimmetlenseydi, seçim kampanyası boyunca her bir Belediye Meclis Üyesinin kendine zimmetlenmiş köylerde çalışma yapması çok daha kolay olurdu ve kırsal kesimlerde oy miktarında artış olurdu.

### **FABRİKA ZİYARETLERİ**

Çok önemli ama bazı detaylar göz ardı edilmemelidir.

İşletme yetkilisi /sahibi ile önceden görüşülmeli ve randevu alınmalıdır.

Öğle yemek vakti en uygun zamandır. İşçilerle 10-15 dk konuşup, sonra birlikte yemek yenmelidir. Aynı anda birbirinden çok farklı sosyolojik gruplara hitap edildiği akıldan çıkarılmamalıdır.

### **YAŞ VE MESLEK GRUPLARI**

Özel bir strateji, özel bir dil ve özel hazırlıklar yapılmalıdır. Basit bir sosyal medya taraması bile bu gruplarda en çok hangi konuların konuşulduğunu ve beklentilerini ortaya çıkaracaktır.

Mutfak oluşturulmalıdır. Birkaç tane duayen (şu anda çok da aktif olmayan) gazeteci ve mümkünse toplumu doğrudan okuyan akademisyenlerden oluşabilir.

Hem genel, hem yerel gündemi takip ederek Adayları ve sahadakileri bilgilendirecek, gerekirse doğru içerikler üreterek yönlendirecektir. Seçim çalışmalarının en kritik konularının başında içerik üretmek ve polemik oluşturmak gelir. Mutfak'ın en temel görevi budur.

Rakamlar insanların kolayca anlayabileceği ve daha önemlisi anlatılabileceği şekle getirilmelidir. Zira "anlaşılan şey anlatılan" şekle

dönüşür. Adana için 13 yılda yapılan yatırım miktarı 19,4 Milyar TL'dir. Biz bunu güne ve dakikaya böldük. Günde 4 Milyon TL, Dakikada 3 Bin TL gibi..

Yerel Tema Oluşturulmalıdır.

Parti için ortak paydayı akla getirecek, Adaylar için de müktesebat ile uyumlu "motto" oluşturulmalıdır.

Gençliğe, özellikle üniversite öğrencilerine daha fazla zaman ayrılmalı, onların fikirleri dinlenmeli. Kimi gençler arkadaşları arasında bir kanaat önderi gibi itibar görebiliyor, arkadaşlarının düşüncelerine etki edebiliyor.

## **GÖRSEL MALZEMELER**

Kampanyada çok erken sahada görünmelidir. İlk algıyı oluşturmak için sahanın boş olduğu dönem önemlidir. Fakat son 10 gün de ihmal edilmemelidir. Kritik kavşak noktalarında bayrak, afiş, poster vb. görsel materyal sandığa giderken seçmeni etkileyecektir.

Bayrak, afiş gibi görselleri asmakla görevli ekip dikkatli seçilmeli. Bu ekipteki görevlilere, diğer partilerin görevlileriyle afiş asma konusunda diyaloga girmemeleri gerektiği mutlaka anlatılmalı. Afiş asan ekibe, kendilerinin adayı temsil ettikleri, yaşanacak istenmeyen bir olayın adaya zarar vereceği ifade edilmeli ve buna göre hareket etmeleri istenmeli.

## **TELEFON TRAFİĞİ**

Bütün görüşmeleri Adayın yapması mümkün değildir ama Muhtarlar, Sandık Görevlileri, Mahalle Başkanları, Engelliler, Evde Bakım Hastaları Aday adına kibar, Türkçesi düzgün bir görevli tarafından aranırca çok olumlu geri bildirimler söz konusu olacaktır.

Telefonu etkili kullanılmalıdır. Muhtarlar, imamlar, öğretmenler, engelli ve kronik hastalar, mahalle başkanları, sandık görevlileri aranmalıdır.

Mahalle başkanları, mahalle yönetimi ve sandık yönetimi ile seçim

öncesinde de iyi diyalog içinde olup, her sıkıntılarını olamasa da ufak tefek çözülebilecek sıkıntılarını yardımcı olmalı, en büyük sıkıntı olarak karşımıza çıkan işsizlik konusunda oluşabilecek fırsatlarda onları değerlendirmelidir.

## **YEREL DİL, ORTAK PAYDA VE ALGI YÖNETİMİ**

Kanımızca farklı sosyal yapıların bir araya geldiği Adana ve benzeri yöreler için seçim propagandalarında tüm farklı yapıların bir araya geleceği ortak paydayı bulmak, buna yardımcı olacak stratejiler üretmek gereklidir.

Her bölge için farklı stratejilerin geliştirilmesi, her ilin farklı propagandist özellikleri ile yöreye uygun gelişmiş bir seçim çalışması yürütebilmek daha çok önem kazanmıştır.

### **Yerel Slogan/ vinil/afiş/**

Yukarıda benzer bahisle Türkiye’de bazı yörelerde Genel Seçimleri Yerel Seçim havasında sürdürmek gerekliliğinin önemine atıfla; partinin belediye başkan adayı o yöre için ne ifade ediyorsa, milletvekili adayı da aynı anlamı taşıyor. Bu nedenle Adana ve yöresinde merkezi sloganların yer aldığı pankartlarının yanına, yerel siyaseti hedefleyen yerel sloganlar, afişler daha yoğun olarak kullanılarak etki artırılabilir.

### **Anketle algı değişimi/**

Sıradan bir anket çalışması sadece o anki seçmen tercihlerini yansıtır. Oysa siyasal stratejik sosyal araştırmalarda seçmenin sadece A veya B partisini tercih edip etmediğinin o an için bir önemi yoktur. Anket bir sosyal propaganda yöntemidir. Bazen kazanmak için zaman zaman da pozisyon korumak için halkın A veya B partisi ile ilgili ne bildiğini anlamaya da yaramaktadır. A partisinin yapmadıkları B partisinden yaptıkları algoritmik hazırlanan ustaca sorularla seçmene aktarılır. Yöntem basittir.

Algıya yönelik oluşturulan soruların kullanımı ile hazırlanan her anket, ulaşılan bireylerde yüzde 90 etkisi kanıtlanmış ciddi bir sokak çalışması ve sosyolojik bilimselliktedir.

Tercihini AK PARTİden yana yapmayan bir seçmen için tercihli soru şöyle olabilir

Örnek Soru 1: Adana'ya..... vb gibi yatırımları yapan x Parti'yi tercih etmemenizin sebebi nedir?

Bu sorunun cevabı, aynı zamanda AK PARTİ aleyhine oy kullanmayı düşünen seçmenin genel rahatsızlıklarını da ortaya koyacaktır.

Adana için AK PARTİ'nin yaptığı yatırımlar ile hizmetler ve halen devam eden projelerin bir özeti yapılır, Bu soru ile seçmene kayıp ve kazanç endeksli bir algı oluşturması hedeflenir. Yatırımlardan bihaber seçmenin bunlardan haberdar edilmesinin yanı sıra devam eden çalışmaların yarım kalacağı yönünde bir endişe oluşması sağlanır.

Örnek Soru 2: Oy vermeyi planladığınız x parti, mevcut iktidarın yatırımlarını ve kent için üretilen x projeleri sürdürebilir mi?

Bu sorunun cevabı

Yine partizan davranışlar göstermeyen seçmene algısal olarak kayba, istikrarsızlığa işaret eder özelliktedir. Seçmene' bunda sonra ne olacak' kaygısı yükleyerek sorumluluk almasını destekler. Yatırım, üretim, proje gibi seçmene anlatılmak istenen tüm içeriği zerk etmeyi sağlar.







### **AK PARTİ fobik gruplar ve karşı çalışma grubu**

7 Haziran seçimleri AK PARTİ'ye muhalif bloğun yoğun karalama kampanyasına sahne oldu. Özellikle aslı astarı olmayan dejenere asparagas haber ve fotoğraflarla kara propaganda her alanda desteklendi. Bazen bir çoğumuzun sadece gülüp geçtiği o asparagas haberler siyasi dengesi oturmeyen genç nesil üzerinde zihinsel dalgalanmalara ve ciddi yaralanmalara neden oldu.

Meal en bu tür asparagas dejenerasyonun karşısına mutlaka konusunda uzman bir ekip tarafından milyonlarca asparagas içeriği bertaraf edecek, belgeli, gerçek bilgi ile yer değiştirmesi gerekir. Bu çalışmaya kısaca sosyal medya yalanlarını doğru bilgilerle değiştirme faaliyeti diyebiliriz. Zira "Doğru yerinden kalkıncaya kadar yalan dünyayı dolaşır."

**Meal en bu tür asparagas dejenerasyonun karşısına mutlaka konusunda uzman bir ekip konuşlandırılıp milyonlarca asparagas içeriği bertaraf edecek, belgeli, gerçek bilgi ile yer değiştirmesi sağlanabilirdi. Bu çalışmaya kısaca sosyal medya yalanlarını doğru bilgilerle değiştirme faaliyeti diyebiliriz. “Doğru yerinden kalkıncaya kadar yalan dünyayı dolaşır.”**

## EKLER

Ek 1a:	SKM Programı Çerçevesinde yapılan faaliyetler, konuyla ilgili Basın Bülteni ve Basındaki Yansımaları 16 Nisan -14 Mayıs 2015 <a href="https://goo.gl/K2wfgm">https://goo.gl/K2wfgm</a>	
Ek 1b:	SKM Programı Çerçevesinde yapılan faaliyetler, konuyla ilgili Basın Bülteni ve Basındaki Yansımaları 05 Mayıs- 07 Haziran 2015 <a href="https://goo.gl/ybJ11K">https://goo.gl/ybJ11K</a>	
Ek 2:	Çalışmalarımızın Video Özeti <a href="http://goo.gl/zhieBI">http://goo.gl/zhieBI</a>	
Ek 3:	Faaliyet Özet Tablosu <a href="http://goo.gl/Mtudik">http://goo.gl/Mtudik</a>	
Ek 4:	Adana'nın Dünü, Bugünü, Yarını: Öncü Şehir Adana Sunumu <a href="http://goo.gl/GhDXxp">http://goo.gl/GhDXxp</a>	
Ek 5:	Adana'nın Dünü, Bugünü, Yarını: Öncü Şehir Adana Sunumunun Yapıldığı Programlar <a href="http://goo.gl/RE1rlv">http://goo.gl/RE1rlv</a>	



Ek 6:	Televizyon ve Radyo Yayın Tablosu <a href="http://goo.gl/X6tvwr">http://goo.gl/X6tvwr</a>	
Ek 7:	Televizyon ve Radyo Yayın Videoları <a href="http://goo.gl/ypY6IN">http://goo.gl/ypY6IN</a>	
Ek 8:	Giydirilen Araç Listesi <a href="http://goo.gl/bozfMe">http://goo.gl/bozfMe</a>	
Ek 9:	Giydirilen Duvar ve Bilbord Çalışmaları <a href="http://goo.gl/9wBQRR">http://goo.gl/9wBQRR</a>	
Ek 10:	Sare Ünüvar Tarafından Yürütülen Faaliyetler <a href="http://goo.gl/3mtZHp">http://goo.gl/3mtZHp</a>	
Ek 11:	Gönderilen Basın Bültenleri <a href="http://goo.gl/ZIAqow">http://goo.gl/ZIAqow</a>	
Ek 12:	Yazılı Basında Çıkan Haberler <a href="http://goo.gl/Aj8OfM">http://goo.gl/Aj8OfM</a>	

Ek 13:	Faaliyetlerden Düzenlenen Klipler <a href="http://goo.gl/YOYSj9">http://goo.gl/YOYSj9</a>	
Ek 14:	Adana Yatırım Klipleri <a href="http://goo.gl/HvoDgH">http://goo.gl/HvoDgH</a>	
Ek 15:	Konuşma Kartları <a href="http://goo.gl/F1LfRu">http://goo.gl/F1LfRu</a>	
Ek 16:	2015 Genel Seçimleri Radyo Reklamları <a href="http://goo.gl/3wLSid">http://goo.gl/3wLSid</a>	
Ek 17:	2015 Genel Seçim Çalışmaları Otobüs Anonsları <a href="http://goo.gl/lbZl1q">http://goo.gl/lbZl1q</a>	
Ek 18:	Prof.Dr. Necdet Ünüvar'ın 2015 Seçim Çalışmaları Özet Klibi <a href="http://goo.gl/DfzZfk">http://goo.gl/DfzZfk</a>	













*Notlar*

Lined writing area with 21 horizontal lines.













*Notlar*

A series of horizontal lines for taking notes, consisting of 20 evenly spaced lines spanning the width of the page.

















**Adres:** Halkla İlişkiler Binası 3. Kat 2 Nolu Banko Oda: 3023

**Telefon:** +90 (312) 420 60 54 +90 (312) 420 60 55

**Faks:** +90 (312) 420 53 55

**Posta:** necdetunuvar@tbmm.gov.tr

**Web:** <http://necdetunuvar.com.tr>

