



BİLKENT, PARIS YOLCUSU

Bilkentli öğrenciler, masaj yapan tıraş köpüğü ve anti-aging özelliğe sahip tıraş losyonu ürünleriyle L'Oréal Brandstorm Türkiye elemelerinde birinci oldular



L'Oréal, 1992 yılından bu yana düzenlediği Brandstorm yarışmasıyla üniversite öğrencilerinin fikirlerini ürüne dönüştürme fırsatı sunuyor. Üniversitelerin 3 ve 4. sınıf öğrencilerinin katıldığı

L'Oréal Brandstorm'un Türkiye finalinde Bilkent Üniversitesi takımı birinci oldu. Sosyal medya alanında ise ODTÜ "Futurist" takımı, "En Sosyal Takım" seçildi.

Ödül, 10 bin Euro

Yarısmada bu yıl öğrencilerden Kiehl's markasının erkek ürün gamına yeni ürünler kazandırmaları ve pazarlama stratejisini kurgulamaları istendi. Yarışmanın finaline Boğaziçi Üniversitesi'nden "Own colour on", ODTÜ'den "Futurist" ve Bilkent Üniversitesi'nden "Just Over The Brooklyn Bridge" takımları kalmayı başardı. Öğrenciler, aralarında L'Oréal Türkiye İnsan Kaynakları Direktörü Canan Karacan, L'Oréal Türkiye Lüks Ürünler Bölüm Direktörü Elif İkiz, Boğaziçi Üniversitesi Pazarlama Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Eser



Jüride, L'Oréal Türkiye Lüks Ürünler Direktörü Elif İkiz, Milliyet Gazetesi Yazarı Abbas Güçlü ve Boğaziçi Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Eser Borak yer aldı.

Borak ve Milliyet Gazetesi Yazarı Abbas Güçlü'nün yer aldığı jüri önünde projelerini sundular.

L'Oréal'de iş fırsatı

Bilkent Üniversitesi, "Just Over The Brooklyn Bridge" takımı yarışmada, Wake-Up Call adını verdikleri fırçalı, masaj yapan tıraş köpüğü ile anti-aging özelliğe ve ferahlatıcı etkiye sahip tıraş sonrası losyon ürünlerini 360 derece kurgulanmış etkili bir pazarlama stratejisiyle sundular ve Türkiye finalisti oldular. Özge Sıla Gündüz, Ekin Çetin ve İlayda Yörükoğlu'ndan oluşan takım, 12

Haziran'da Paris'te gerçekleştirilecek uluslararası finalde yarışacak. Finalde birinci olmaya hak kazanırlarsa istedikleri ülkeye yapacakları bir seyahat için 10 bin Euro ödül kazanacaklar.

Yarışmayla ilgili bilgi veren Canan Karacan, yarışmanın L'Oréal Türkiye'nin işe alım ve pazarlama anlamında önemli aktiviteleri arasında yer aldığını söyledi. L'Oréal'in her yıl Brandstorm'da uluslararası alanda yarışan 150-200 öğrenciyi ekibine dâhil ettiğine dikkat çekerek Karacan, yarışmayı başarıyla sona erdiren takımlara staj ve işe alımda öncelik sunduklarını kaydetti.