



2. Dönem Faaliyet Raporu

2007 - 2009

“Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği”

www.dpid.org.tr

Ajanda

1

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

2

Üye İlişkileri

3

Eğitim-Araştırma

4

Kurumsal İlişkiler

5

İletişim Çalışmaları

6

DP Ödülleri

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

- DPİD, sektöre vizyon kazandırmak, büyümesini sağlamak, hizmet sağlayan ve alanlar arasında sağlıklı bir iletişim kurmak, hizmet kalitesini yükseltmek ve haksız rekabete karşı mücadele etmek amacıyla bir meslek örgütlenmesi olarak 2005 yılında kurulmuştur.



Yönetim Kurulu

- 03 Ekim 2007 tarihinde yapılan Genel Kurul'da seçilen Yönetim Kurulu aşağıdaki şekilde görev bölümü yapmıştır:

• Sanem Oktar	(DirectComm)	Başkan
• Sinan Günal	(Project House)	Başkan Yardımcısı
• Murat Karamanoğlu	(Mapp)	Sayman
• Ayşe Eyüboğlu	(Trio)	Üye
• Emine Pura	(Tribal)	Üye
• Mehmet Alişan	(İvme Direct)	Üye
• Mesut Özalp	(Ekom)	Üye
• Ayça Aytaç		Genel Sekreter
• Ebru Yacan		Sekreter

Yönetim Kurulu

- Yönetim Kurulu iki yıl boyunca her onbeş günde bir Perşembe günleri düzenli olarak iki yılda toplam 46 kere toplanmış ve 128 karar almıştır.

- Bu toplantılara ayda bir komite başkanlarının katılımının sağlanması planlanmıştır.

- Yönetim Kurulu'nda alınan kararlar karar defterine her toplantı sonrasında işlenmiş, Yönetim Kurulu toplantıları sonrasında toplantı notları yazılarak kayıt altına alınmıştır.



Hedeflerimiz

- 2. Dönem Yönetim Kurulu olarak çalışmalarımıza başlarken hedeflerimizi aşağıdaki şekilde belirlemiş ve sizlerle paylaşmıştık;
- Derneğin bilinirliğinin ve üye sayısının arttırılmasını sağlamak
- Dernek üyeleri ile sürekli ve düzenli ilişki kurarak derneğin gücünün ve sürekliliğini sağlamak
- Sektöre yönelik bilgi ve eğitim üreten yapısının araştırma ve eğitimler ile gelişerek devam etmesinin sağlanmak
- Sektörde bulunan kaliteli işlere ve sektörün gelişimine katkıda bulunmak için bir ödül töreni düzenlemek
- Tüm sosyal paydaşlar ile ilişkiler kurarak ziyaret ve ortak çalışmalar gerçekleştirmek
- Medya ilişkileri ile doğrudan pazarlama sektörünün ve üyelerimizin bilinirliğine ve güvenilirliğine katkıda bulunmak, referans noktası olmak



2008 Yılı Komitelerimiz

- Çalışma modelimiz komiteler bazında gönüllük usulüne göre iş paylaşım modeli ile ilerledi.
- **Üye İlişkileri Komitesi** Murat Dumanlı (Mr. Smooky) / Mert Eren (Dataprofil)
- **Eğitim ve Araştırma Komitesi** Emine Pura (Tribal) 2007 / Aslı Şarman (Credo) 2008
- **İletişim Komitesi** Mehmet Alişan (İvme Direct)
- **Kurumsal İlişkiler** Ayşe Eyüboğlu (Trio)
- **Tedarikçi İlişkileri Komitesi** Mesut Özalp (Ekom)
- **Ödül Komitesi** Eser Hakim 2008 (Proximity) / Mehmet Alişan (İvme Direct) 2009

2009 Yılı Çalışma Modelimiz

• Büyüyen derneğimizin iş ihtiyaçlarını ve yoğunluğunu karşılayabilmek için 2009 yılı başında komitelerin yanı sıra sponsorluk modeli ile ajanslardan 3. parti hizmeti almaya başladık. Yıllık sözleşmeler imzalayarak ajanslar ile çalışmalarımızı sürdürdük.

- Eğitim ve Araştırma Komitesi
- Ödül Komitesi
- İnteraktif Komite

Destek veren ajanslar ;

- İletişim ajansı
- İnteraktif ajansı
- Etkinlik ajansı
- Veri tabanı Yönetim ajansı
- Sahada Pazarlama ajansı
- Ödül web sitesi tasarım ve içerik yönetimi
- Lojistik ajansı
- PR ajansı
- Ödül web sitesi tasarımı
- Görsel Destek ajansı
- Medya Takip ajansı
- Finansal Danışman
- Hukuk Danışmanı

Aslı Şarman (Credo)

Mehmet Alişan (İvme Direct)

Sinan Günal (Project House)

(İvme Direct)

(Project House)

(DSM)

(Directcomm)

(Tribal)

(Lucky Eye)

(Ekom)

(On İletişim)

(Lucky Eye)

(Pozitif Life)

(Pr Net)

(Taylan Aksoy)

(Emre Berk)

Ajanda

1

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

2

Üye İlişkileri

3

Eğitim-Araştırma

4

Kurumsal İlişkiler

5

İletişim Çalışmaları

6

DP Ödülleri

Yeni Üyelerimiz

- DPİD kuruluş amacı çerçevesinde üyeleri ile olan ilişkileri güçlendirmek ve sektörde genişleyebilmek için üyelerine yönelik çalışmalara devam etmiştir. İki yıl boyunca derneğimizin bilinirliliği ve üye kazanımı için 34 potansiyel üye ziyareti gerçekleştirilmiştir. Derneğimize ilk yıl 10, ikinci yıl 6 üye katılarak üye sayımız 41'e yükselmiştir.

29.11.2007	Taktx	24.07.2008	Point Organizasyon
07.02.2008	Euromessage	18.09.2008	On iletişim
21.02.2008	Bezoone	22.01.2009	Akampüs
03.04.2008	Direct 21	22.01.2009	Halka Hi
03.04.2008	Saga Event	05.02.2009	Krea Direct
05.05.2008	Vodasoft	05.03.2009	CWG
05.05.2008	Bluechip	16.04.2009	Bireysel Tanıtım
29.05.2008	Efor Event	10.09.2009	Hedef Tanıtım

Üyelerimiz

Add Tanıtım

Akampüs

Arta Ajans

BeZoone

Bireysel Tanıtım

Bluechip

Creativeworksgroup

Credo Danışmanlık

DataProfil A.Ş

Dimar

DirectComm

Direkt21

DMPartner

Dsm Group

Efor Events

Ekom

Euro.message_

Halka Halkla İlişkiler

Hedef Tanıtım

İvme Direct

KREA Direct

LuckyEye

Majör

MAPP

Mr. Smoky Work Team

Ogilvy One

On İletişim

PLUS Event Marketing

PM Promosyon

P.O.İ.N.T:

Project House

Proximity

Response Direct Marketing

Saga Event

Spar Türkiye

Taktix

The Uniclub Youth Zone

Tribal

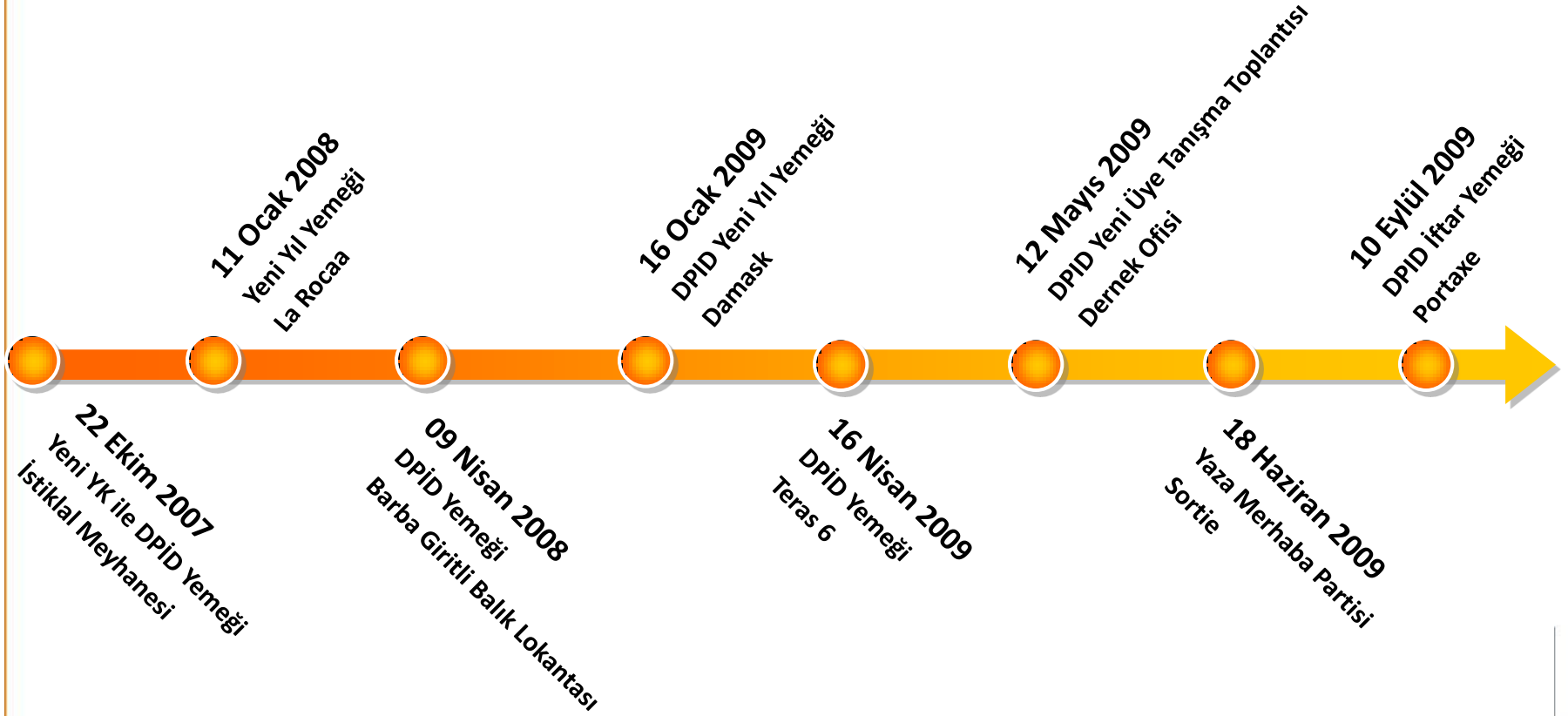
Trio Pazarlama Çözümleri

Vodasoft

4P Pazarlama Hizmetleri

Yemekli Toplantılar

- Yemekli toplantılarımızın asıl amacı üyeler arası kaynaşmayı sağlamak olmuştur. Üyelerle ayda en az bir kez bir araya gelmeyi hedefledik.



Yemekli Toplantılar



Sektör Sorunlarına Yönelik Toplantılar

- Üyelerimizle düzenli olarak her ay biraraya gelerek, sektör sorunlarına ya da gündemdeki konulara yönelik konular hakkında bilgilendirme toplantıları gerçekleştirdik

11 Şubat 2008
Sektör Toplantısı
Mobili
Stylus Akmerkez

24 Eylül 2008
İnteraktif Pazarlama Toplantısı
Genel Toplantı

05 Aralık 2008
Küresel Kriz Gölgesinde Türkiye
Ekonomisinin Görünümü

11 Mart 2009
SGK Uygulamaları Toplantısı

11 Aralık 2007
Satış noktalarında
Pazarlama Sektör Toplantısı
Vodafone
Stylus Akmerkez

17 Eylül 2008
Etkinlik Pazarlaması Toplantısı
Genel Toplantı

13 Kasım 2008
Krizi Fırsata Dönüştürme Toplantısı
DHL

17 Şubat 2009
İnteraktif Pazarlama
Uzmanları Toplantısı

26 Mayıs 2009
Fikir Hakları
Toplantısı

Sektör Sorunlarına Yönelik Toplantılar



Yatay Toplantılar

- İnteraktif komite Toplantıları

Ajanda

1

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

2

Üye İlişkileri

3

Eğitim-Araştırma

4

Kurumsal İlişkiler

5

İletişim Çalışmaları

6

DP Ödülleri

Eğitim ve Araştırma

- Derneğimizin kuruluşundan beri etkin olan Eğitim ve Araştırma Komitesi derneğin ana hedeflerinden olan bilgi üretme ve üretilen bilginin paylaşılması konusunda çalışmaktadır.
- Üniversitelerde yapılan seminer,konferanslara konuşmacı olarak destek vermektedir. Araştırma ve tez konularında yönlendirici olmak hedefi bulunmaktadır.
- Ayrıca doğrudan pazarlama sektörünün büyüklüğüne ve algısına yönelik araştırmaların yanısıra sektörü geliştirmek içinde araştırmalar yapmaktadır.



Umut Işığı Projesi

- Prof. Dr. Türkan Saylan, ÇYDD ekibi, Beşiktaş Belediyesi ve DPİD eğitim komitesi ve gönüllü eğitimdenlerden oluşan umut ışığı projesi ile 60 saatlik eğitim verilen genç kızlarımız sektörümüze kazandırılmıştır. Derneğimizin aynı zamanda Sosyal Sorumluluk boyutunuda gözönünde bulundurmuştur. Bu proje yapılan basın toplantısı ile duyurulmuştur. Ayrıca yazılı ve görsel medya kuruluşunda haber fırsatı yaratılmıştır.



Umut Işığı Projesi

- 19-31 Mart 2008 tarihleri arasında ÇYDD ve DPİD işbirliği ile “Umut Işığı” projesi kapsamında, dernek ofisinde aşağıdaki eğitimler verilmiştir.

• Pazarlamanın Atardamarı, Doğrudan Pazarlama	Ercan Atak
• Kişisel Marka Yaratma	Prof. Dr. Turgay Biçer
• Temel Satış Becerileri	Aslı Şarman
• Müşteri ile İlişki Kurabilme NLP	Selda Ergökçen
• Doğru İmaj	Selda Ergökçen
• Müşteriyi İkna Edebilmek	Prof. Dr. Turgay Biçer
• Etkili İletişim Becerileri	Zerrin Altınışık
• Satış Noktasında Tüketicie Satış ve Pazarlama	Emine Pura

Umut Işığı Projesi



Umut Işığı Projesi

Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği

Yayın: Sözcü

Tarih: 24.03.2008 Syf: 7

İl: İstanbul

Tiraj: 81206

GENÇ KIZLARIMIZA UMUT IŞIĞI

CYDD CAĞDAŞ YAŞAMI DESTEKLEME DERNEĞİ, TURKAN SAYLAN



Eğitim Komitesi Başkanı Emine Pura, ÇYDD Genel Başkanı Prof.Dr.Türkan Saylan ve DPİD Yönetim Kurulu Başkanı Sanem Oktar eğitim programı hakkında bilgi verdiler.

Genç kızlarımıza umut ışığı

► DOĞRUDAN Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği (ÇYDD) işbirliği ile gerçekleştirilen "Çağdaş Genç Kızlarımıza Umut Işığı" adındaki Sosyal Sorumluluk Projesi'ne start verildi. Doğrudan pazarlama sektörünün kalitesini artırmak için, ÇYDD burslarına liseyi bitirmiş ancak üniversiteye devam etmeyen genç kızlara eğitim, kişisel gelişim ve iş fırsatları konusunda destek olmak amacıyla hayata geçirilen proje, pilot uygulama olarak İstanbul'da başladı.

ÇYDD desteği ile yapılan ön görüşmeler neticesinde belirlenen genç kızlar, DPİD'in üyeleri ve uzman eğitim kadrosu tarafından verilecek eğitimler neti-

cesinde sertifikalarını alarak sektörde hizmet veren şirketlerin bünyesinde çalışma fırsatı yakalayacaklar.

64 saatte 8 ana konu

Toplam 64 saatlik eğitim paketinde Tanju Kaynarsoy-Pazarlamanın Atardamarı, Doğrudan Pazarlama, Prof. Turgay Biçer-Kişisel Marka Yaratma-Müşteriyi İkna Edebilmek, Aslı Şarman-Temel Satış Becerileri, Selda Ergökçen-NLP ile Müşteriyi Etkili İlişki Kurabilme-Doğru İmaj, Zerrin Altınışık-Etkili İletişim Becerileri, Emine Pura-Satış Noktasında Tüketiciye Satış ve Pazarlama gibi 8 ana konuda katılımcıların bilgilendiriyorlar.

Hürriyet **TK**

HÜRRİYET İK (13 Nisan 2008)

İnsan Kaynakları

Gençlere doğrudan pazarlamada iş imkanı

Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği ve Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği'nin lise mezunu genç kızları meslek sahibi yapmak amacıyla verdiği "Çağdaş Genç Kızlarımıza Umut Işığı" eğitimleri 31 Mart'ta sona erdi. Doğrudan pazarlama eğitimlerine katılan 12 genç kız DPİD üyesi şirketlerle görüşüp, iş sahibi oluyorlar.



2005 yılında kurulan Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği'nin (DPİD) 30 üyesi var. Sektörün 25 bin kişiye iş imkanı sağladığını ve bunların büyük çoğunluğunun lise mezunu ya da üniversite sonrası aradıkları fırsatı bulamamış kişilerden oluştuğunu söyleyen DPİD Yönetim Kurulu Başkanı Sanem Oktar, amaçlarının doğrudan pazarlama sektörüne eğitimli eleman yetiştirmek olduğunu söylüyor: "Dernek olarak birinci amacımız doğrudan pazarlamanın bir sektör olarak kabul edilmesi, bu sektöre bir vizyon kazandırmak, sektörü geliştirmek ve kalitesini yükseltmek. Bu nedenle eğitim birinci önceliğimiz." Bu amaçla Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği (ÇYDD) ile bir araya gelen DPİD lise mezunu ya da çalışmayan gençlere doğrudan pazarlama eğitimi vererek onları meslek sahibi yapmayı amaçladı. ÇYDD'nin burs verdiği kız öğrencilere 19 Mart'tan itibaren DPİD'in Gayrettepe'deki eğitim merkezinde 9 gün boyunca doğrudan pazarlama eğitimleri verildi. Seçim sürecinde gençlere sektör

hakkında bilgiler verildi ve yapılan mülakatlar sonucu 12 kişi eğitime davet edildi. Eğitimlerin birinci aşamasında gençlerin kişisel bilgi ve birikimlerini geliştirmeye yönelik, ikinci aşamasında daha çok mesleki anlamda onlara destek verecek satış ve promosyon ağırlıklı etkili satış teknikleri eğitimleri verildi. Eğitim sonunda sertifikalarını alan genç kızlar DPİD'e üye şirketlerle iş görüşmeleri yapmaya başladılar. Pek çoğu bu şirketlerden birinde çalışmak üzere anlaştılar.

Lise mezunu olup, doğrudan pazarlama sektöründe kariyer yapmak isteyen herkese açık olduklarını söyleyen Oktar, eğitimleri yılda 2-3 kez tekrarlamak istediklerini belirtiyor. ■ Hülya Yeşilyurt (19, lise mezunu) ÇYDD'den burs alıyordum, eğitimlerden de bu sayede habertim oldu. Liseyi bitirmiş, üniversiteyi kazanamamış öğrencileri geleceğe hazırlamak amacıyla bizi eğitime davet ettiler. Bana da çok coşup geldik. Eğitimlerde iktisat kurmayı, müşteriye nasıl davranacağımızı, beden

dilini ve öğrendik. Şimdi DPİD üyelerinden Tribal'de full-time çalışmaya hazırlanıyorum.

■ Esin Biyal (19, lise mezunu) Kandilli Kız Lisesi'nden geçen yıl mezun oldum. Üniversite sınavına girdim ama kazanamadım. Benim için büyük bir fırsattı bu dersleri alabilmek, birçok şey kattı bana. Eğitimden sonra beni Tribal firmasından aradılar, eğer bu yıl sınavı kazanırsam hafta sonları, kazanmazsam full-time olarak Tribal'de çalışacağım.

■ Evrim Bingöl (25 yüksek okul mezunu) Konya Selçuk Üniversitesi'nde yerel yönetim okudum. 3 yıl boyunca bir firmamın satış destek bölümünde çalıştım. Doğrudan pazarlama eğitiminden sonra birkaç firma beni aradı, hâlâ görüşüyoruz. Henüz karar vermedim. Ben full-time çalışmak istiyorum, çünkü artık bu alanda kariyer yapmaya karar verdim. 25 bin çalışan olan, 400 milyon dolarlık ve giderek büyüyen bir sektör. Bu kadar hızlı büyüyen bir sektörde ben de yerimi almak istiyorum.

■ Burcu ÖZÇELİK

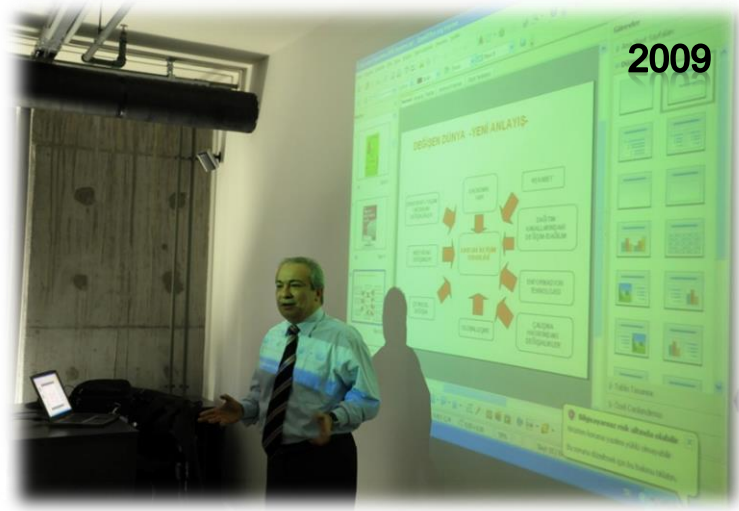
İstanbul Bilgi Üniversitesi

- **İstanbul Bilgi Üniversitesi Eğitimleri:** İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü, Reklam Kampanyaları Dersi kapsamında, doğrudan pazarlama ile ilgili dersler verilmiş, sonrasında da küçük bütçelerle sihirli sonuçlar atölye çalışması gerçekleştirilmiştir.
- 29 Nisan 2008'de başlayan proje üyelerimizden oluşan doğrudan pazarlama profesyonellerince verilen eğitimler sonrasında öğrencilere Yeni Bir İş tarafından verilen gerçek bir iş probleminin çözümü ile gerçekleşmiştir. En iyi çözümü getiren ekiplere yaz dönemi boyunca üyelerimiz tarafından staj imkanı sağlanmıştır.
- 18 Mart-6 Mayıs 2009 tarihleri arasında gerçekleştirilen programda DHL müşteri briefini verdikten sonra öğrenciler proje sunumları gerçekleştirmişlerdir. Dersler saat 10-12 arasında, Santral Kampüsü'nde gerçekleştirildi. Atölye çalışmaları Mehmet Alişan tarafından yürütüldü.

Eğitmenlerimiz

18 Mart	Doğrudan pazarlamaya giriş ve promosyonel pazarlama	(Tanju Kaynarsoy/Majör)
25 Mart	Veritabanına dayalı pazarlama	(Okan Tübek/Directcomm)
01 Nisan	İnteraktif pazarlama	(Elif Lambacıoğlu/PH)
08 Nisan	Etkinlik pazarlaması	(Alper Sesli/DSM)
15 Nisan	Brief	(DHL)
29 Nisan	Soru-cevap	(Tüm eğitmenler)
06 Mayıs	Atölye	(Mehmet Alişan ve eğitmenler)

İstanbul Bilgi Üniversitesi



Anadolu Üniversitesi

- **Sıfırın Altında Marketing:** Eskişehir Anadolu Üniversitesi tarafından 20-21 Aralık 2008 tarihlerinde düzenlenen programa, DPİD içerik ve konuşmacı desteği ile katılım sağlamıştır.

Marka İletişimi

İpek Özgüden

Promosyonel Pazarlama

Ercan Balkan

Event Marketing

Alper Sesli

Pazarlama Sektöründe Kariyer Sohbeti

Cüneyt Devrim ve Serhat Akkılıç

Bazı Şeyleri Doğrudan Söylemek Lazım

Sanem Oktar

Yaratıcı Müşteri Stratejileri

Aslı Şarman

Kart Kart Sadakat

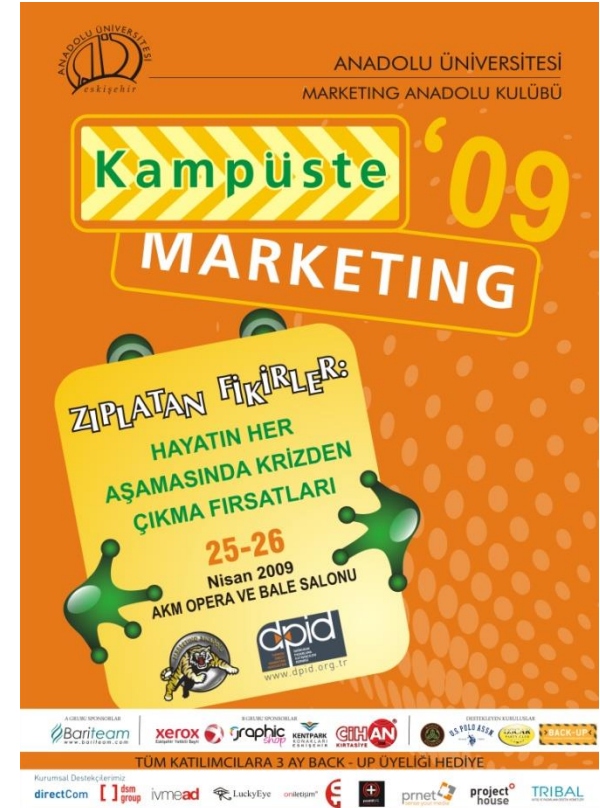
Şebnem Demirel



Anadolu Üniversitesi

Kampüste Marketing

- Zıplatan Fikirler - Hayatın Her Aşamasında Krizden Çıkma Fırsatları başlığı altında 25-26 Nisan 2009 tarihlerinde Anadolu Üniversitesi'nde düzenlenen ve 600 kişinin katılımının gerçekleştiği Kampüste Marketing Seminerlerinin içeriğini ve konuşmacılarını DPİD sağlamıştır. Gün boyu yoğun bir şekilde süren seminerlerin yanı sıra, çeşitli üniversitelerden gelen öğrenci grupları arasında atölye çalışması da düzenlenmiştir. Mehmet Alişan tarafından moderatörlüğü gerçekleştirilen Atölyede birinci olan grubun üyeleri, DPİD üye şirketlerinde ve DPİD'de staj olanağı sağlanmıştır.



Anadolu Üniversitesi



Anadolu Üniversitesi

- Kampüste Marketing için Eskişehir'e DPID olarak 16 üyemiz ile birlikte gidip doğrudan pazarlamanın farklı konularında konferanslar verdik.

Doğrudan Pazarlamaya Giriş

Tanju Kaynarsoy-Ayşe Eyüboğlu

Bir Entegre Kampanyanın anatomisi

Şebnem Demirel

Girişimci Ruh

Sinan Günal

Gerilla Pazarlaması

Alper Sesli

Gençlik Pazarlaması

İbrahim Üğdül

Bay ve Bayan Backham Süpermarkete gittiler

Emine Pura

Bir İnteraktif Projenin Hayat Döngüsü

Burak Özcan

Çağrı Merkezi Dünyası

Zekeriya Arslan

Spor Pazarlaması

İpek Özgüden Özen

Balık Tutmanın incelikleri

Erkan Kayat

Ajanslar Dünyası

Emrah Kaya

Krize Rağmen En Başarılı Çalışma Örneği

Aslı Şarman

İletişimde NLP

Turgay Biçer Marmara Üniversitesi

Doğrudan Pazarlamada Marka Yaratma

Eda Yılmaz İstanbul Üniversitesi

Üniversiteler ile İlişkiler

• Derneğimiz Doğrudan pazarlamanın üniversitelerde ders olarak okutulmasını sağlamak için 12 üniversite ile görüşme gerçekleştirmiştir.

- İstanbul Üniversitesi
- İstanbul Yıldız Teknik
- Ortadoğu Teknik Üniversitesi
- Boğaziçi Üniversitesi
- Kadir Has Üniversitesi
- Galatasray Üniversitesi
- Yeditepe Üniversitesi
- Bahçeşehir Üniveritesi
- Arel Üniversitesi
- Koç Üniversitesi
- Anadolu Üniversitesi
- Bilgi Üniversitesi

Akademik Danışma Kurulu

- Tüm iletişim ve işletme fakülteleri akademisyenleri ile birlikte bir platform oluşturmak, içerik üretmek ve sürekli iletişimde bulunmak için akademik danışma kurulu oluşturmuştur.
- İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi
Sayın Prof. Dr. İsmet Mucuk
- Yıldız Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi İşletme Bölümü Dekanı
Sayın Prof. Dr. İbrahim Kırıcıoğlu
- Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi
Sayın Celil Oker

Araştırmalar

Sektör algı ve büyüklüğü araştırması 2008 ;

- Doğrudan pazarlama iletişimi sektörünün gelişimine yön vermek üzere doğrudan pazarlama hizmeti veren ve hizmet alan firmaların sektöre yönelik genel algılarını ortaya çıkarmak, mevcut tutum ve beklentilerini anlamak ve muhtemel gelişim alanlarını tespit etmek için GFK Türkiye ile DPİD sektör araştırması gerçekleştirmiştir. doğrudan pazarlama hizmeti veren 33 ajansın sahibi ya da genel müdürü ile görüşölmüştür. Görüşme yapılan ajansların 31'i DPİD üyesidir. Toplam 97 kişi ile görüşme yapılmıştır.



Araştırmalar

Sektör büyüklük araştırması 2009

- Doğrudan Pazarlama sektörüne yönelik araştırma, Yöntem Araştırma şirketi ile, sadece cirosal büyüklüğü ölçmek amacıyla gerçekleştirildi.
- Her sene tekrar edilmesi planlanan araştırma için, üyelerden çalıştıkları müşteri listeleri temin edildi. Araştırma sonuçları, düzenlenen toplantı ile tüm üyelerimizle paylaşıldı.
- 55 doğrudan pazarlama hizmeti veren şirket yöneticisi olmak üzere toplam 136 kişi ile grşlmştr.



Araştırmalar

- Derneğimiz kurulduğundan beri doğrudan pazarlama sektörüne yön verebilmek için aşağıdaki araştırmaları düzenli olarak yapmaktadır.



Fiyat Araştırması



Ücret Araştırması



Sektör Büyüklüğü Araştırması



Kampanya Geri Dönüşüm Araştırması

Ajanda

1

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

2

Üye İlişkileri

3

Eğitim-Araştırma

4

Kurumsal İlişkiler

5

İletişim Çalışmaları

6

DP Ödülleri

Kurumsal İlişkiler

- Tüm sosyal paydaşlar ile iyi ilişkiler kurmak ve doğrudan pazarlama sektörü için referans noktası olabilmek için derneğimiz başta iletişim sektörü olmak üzere dernekler ve kurumlarla ilişkilerini ve iletişimini belirli bir seviyede tutmak için düzenli ziyaretler ile işbirlikleri oluşturmuştur.
- İki yıl boyunca 11 farklı kurum ile en az bir kere olmak üzere toplam 25 görüşme gerçekleştirilmiştir.



Ziyaretlerimiz

- 20 Kasım 2007 MPI Ziyaret edildi.
- 20 Kasım 2007 Yased toplantısına gidildi.
- 06 Aralık 2007 TOBB toplantısı yapıldı
- 27 Aralık 2007 Tifaş toplantısı yapıldı
- 24 Ocak 2008 Kadıköy Belediyesi ziyaret edildi
- 29 Ocak 2008 Rota yayınları Toplantısı yapıldı
- 26 Şubat 2008 Beltaş Toplantısı yapıldı
- 05 Mart 2008 Yased Toplantısı yapıldı
- 16 Ekim 2008 Reklam Yaratıcıları Derneği toplantısı
- 02 Kasım 2008 Yased Yabancı Yatırımcılar Derneği Toplantısı
- 28 Şubat 2008 AMPD Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği Toplantısı
- 14 Mart 2008 Beşiktaş Belediyesi Toplantısı
- 14 Mart 2008 Beşiktaş Halk Eğitim Toplantısı
- 18 Nisan 2008 Reklamcılar Vakfı ile toplantı yapıldı.
- 20 Nisan 2008 TOBB Türkiye Odalar ve Borsalar Biliği toplantısına katılım
- 10 Haziran 2008 İstanbul Perakendecilik Konferansı na katılım(WOW otel)
- 18 Haziran 2008 Derneğimizin Kristal Elma Yarışmasına davet edilerek jüride yer alması
- 26 Haziran 2008 AMPD Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler derneği Toplantısı
- 28 Haziran 2008 Eventus' ile toplantı yapıldı
- 29 Ağustos 2008 Cristian Boisnier (Tompla Grup) Yurtdışından dernek ziyareti
- 04 Eylül 2008 Reklamcılar Derneği ile toplantı
- 13 Ocak 2009 Reklam Yaratıcıları Derneği Toplantısı
- 13 Ocak 2009 Reklamcılar Derneği ve Vakfı Toplantısı
- 03 Şubat 2009 Reklam Verenler Derneği Toplantısı
- 03 Şubat 2009 IAA toplantısı

Görüşmelerimiz

•İki yılın sonunda aşağıdaki dernekler ile en az bir kere olmak üzere ilişki kurulmuştur. Duyurular sırasında mail listelerinden, web sitelerinden ve dergilerinden yararlanılmış, konferanslarına konuşmacı olarak yer alınmıştır.

- Reklam Verenler Derneği (RVD)
- Reklamcılar Derneği (RD)
- Reklamcılar Vakfı (RV)
- Reklam Yaratıcıları Derneği (RYD)
- Alışveriş Merkezleri ve Perakendecileri Derneği (AMPD)
- Uluslararası Yatırımcıları Derneği (YASED)
- İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA)
- Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
- Uluslararası Reklamcılık Derneği (IAA)
- Milli Piyango İdaresi (MPI)

Konferans ve Fuarlar

- Derneğimiz iletişim sektörünün takip ettiği konferans ve fuarlara stand kurarak ve konuşmacı desteği vererek katılmıştır.



8. Pazarlama Zirvesi 2008 6-7 Aralık 2007



Marketing ist 2008 25-28 Eylül 2008



9. Pazarlama Zirvesi 2-3 Aralık 2008



Marketing ist 2009 25-28 Haziran 2009

Konferans ve Fuarlar

8. PAZARLAMA ZIRVESİ



9. PAZARLAMA ZIRVESİ



MARKETING IST 2008



MARKETING IST 2008



Konferans ve Fuarlar

MARKETING IST 2009



MARKETING IST 2009



MARKETING IST 2009



MARKETING IST 2009



Yurtdışı İlişkiler

- DPİD 2007 yılından beri FEDMA (Federation of Direct Marketing Association) üyesidir.
- 29-30 Ekim 2009 tarihlerinde Dubrovnik'te gerçekleştirilen Association World kongresine davet edilmiş ve diğer dernekler ile birlikte bilgi ve deneyimlerini paylaşma fırsatı bulmuştur.
- Yurtdışında organize edilen çeşitli etkinlik ve eğitimler, DPİD üyelerine düzenli aralıklarla duyurulmaktadır. Etkinliklere ve eğitimlere katılmak isteyen üyelerimize ise, DPİD ve üyelerine sağlanan özel katılım koşullarından faydalanabilmektedirler.



Ajanda

1

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

2

Üye İlişkileri

3

Eğitim-Araştırma

4

Kurumsal İlişkiler

5

İletişim Çalışmaları

6

DP Ödülleri

İletişim Çalışmaları

- Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneğinin sektörler, medya ve devlet tarafından bilinirliğinin sağlanması, Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği'nin kuruluş amaç ve hedeflerinin kamuoyuna anlatılmasının sağlanması, DPİD'i doğrudan pazarlama sektörünün referans noktası olarak konumlandırmak ve yeni üyeler kazanarak DPİD'in kapsama alanının genişletilmesi için iletişim çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

İletişim Hedefleri;

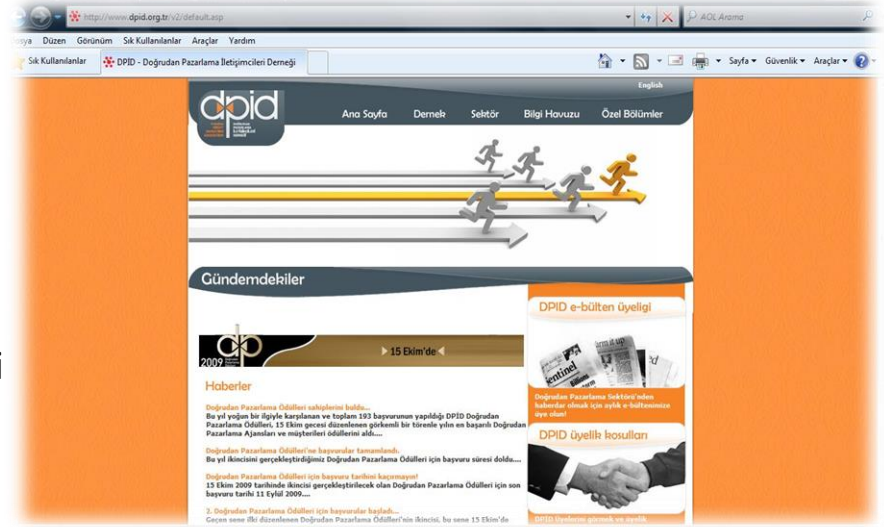
1. Dernek olarak içinde bulunduğumuz sektörün gücünün ve yaptığı işlerin bilinirliği artırırken itibarının arttırılmasının sağlanması
2. Sektörün sorunlarının çözümleri ile birlikte doğru kanallara aktarılmasının sağlamak
3. Tüm sosyal paydaşların doğru olarak bilgilendirmesini ve iş birliklerinin oluşmasını sağlayarak DPİD'i doğrudan pazarlama sektörünün olmazsa olmaz bir parçası olarak konumlandırmaktır.



Web Sayfamız

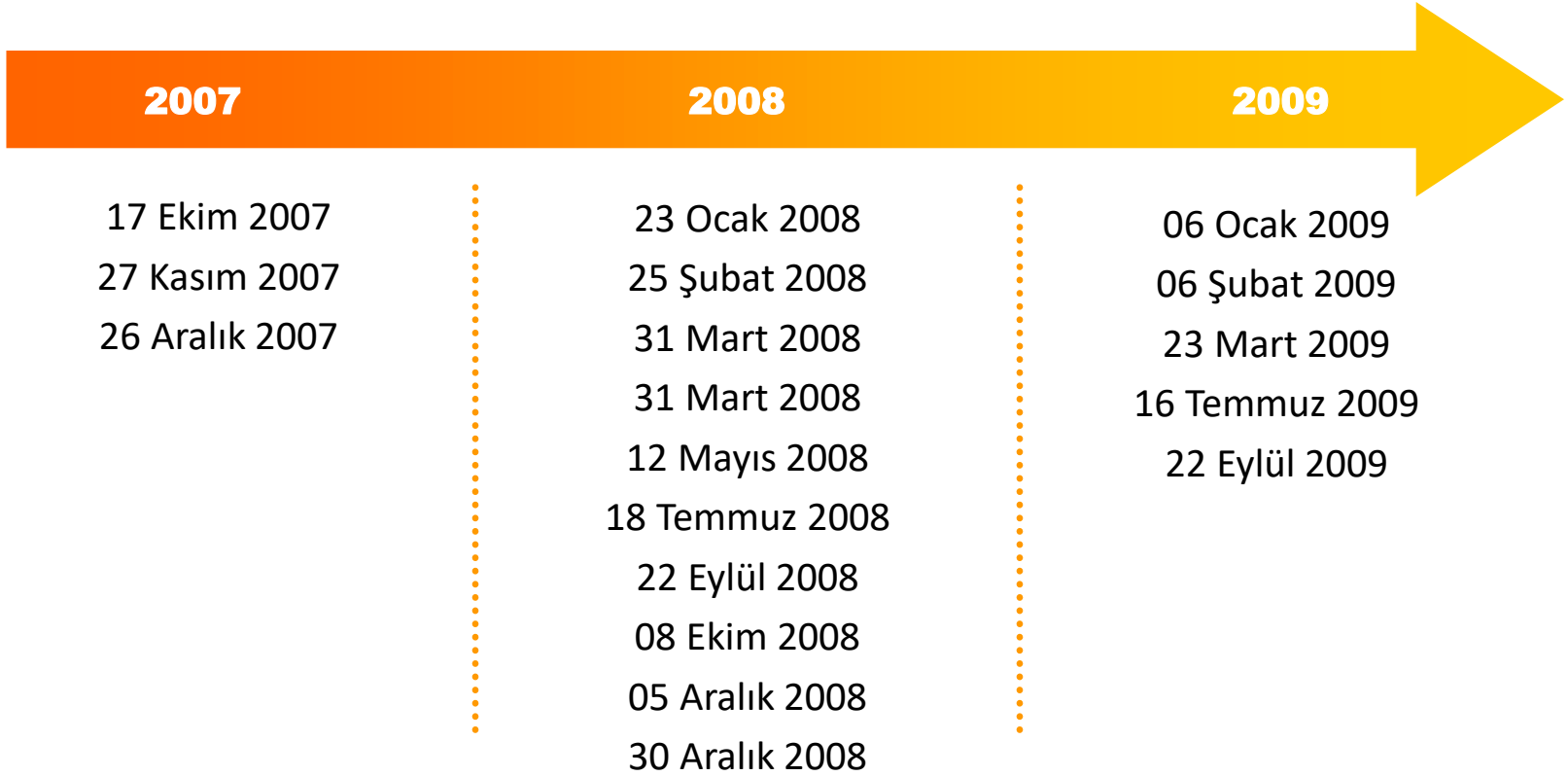
- DPİD gelişen yapısı ve günün ihtiyaçlarına göre web sitesini yeniledi. Üyelerine hizmet , bilgi vermek ve faaliyetlerini duyurmak amacı ile hızlı, fonksiyonel ve net bir tasarım fikri üzerinden gidildi. Birincil hedef olarak üyelerimiz, potansiyel üyelerimiz ve müşterilerimiz olarak belilendi. İkincil hedef olarak sektör çalışanları, öğrenciler ve basın olmasına karar verildi. Bu yüzden içerik olarak dernek ve sektör hakkında bilgilerin yanısıra bilgi havuzu ve özel bölümler içermesi sağlandı.

- 13 Kasım 2008 tarihinde web sayfası İngilizce olarak yayına girmiştir.
- Günü takip edebilmesi için güncellenme görevi Genel Sekreterimiz Ayça Aytaç'a verildi.



E-Bültenlerimiz

- Üyelerarası haberleşmeyi ve sektörü bilgilendirmeyi amaçlayan e-bülten düzenli olarak yayınlanarak tüm DPİD veritabanına gönderilmiştir. İki yıl boyunca toplam 18 adet e-bülten 80.000 kişiye gönderilmiştir.

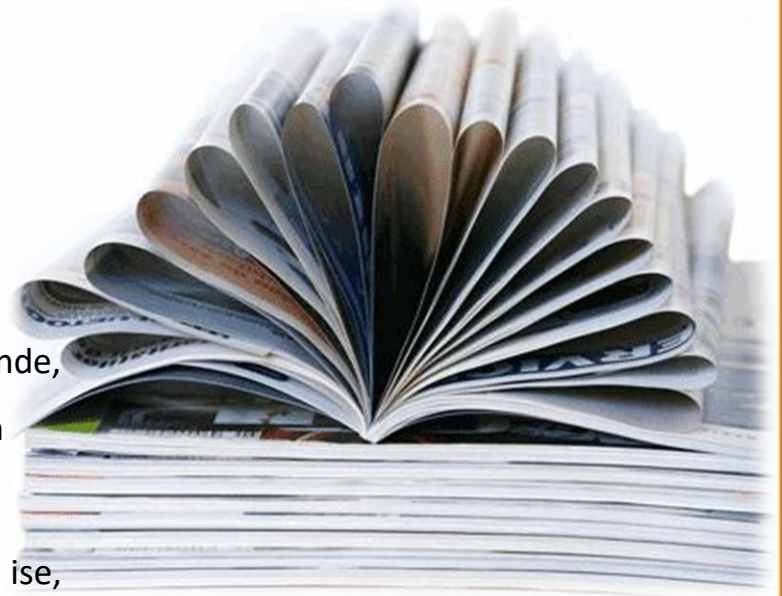


Yazılı Medya

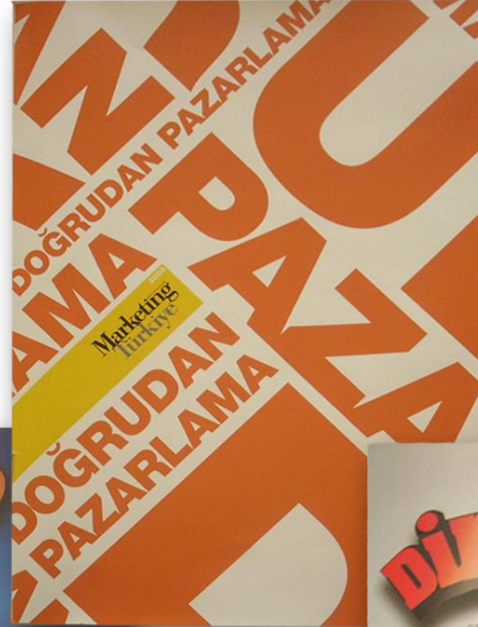
Ekler

Derneğin bilinirliğine yönelik süreli ve süresiz yayınlarda, yılda iki adet sektör dergisinde ek çıkarmak, onun dışında bir mecrada ayda bir kere haber olmak hedefi vardır.

1. Marketing Türkiye Ocak 2008'de Doğrudan Pazarlama eki
2. Kasım 2008'de, Media Cat ile Direct eki,
3. Ocak 2009'da Marketing Türkiye ile Doğrudan Pazarlama eki .
4. Kasım 2009'da, Marketing Türkiye ile Doğrudan Pazarlama eki çıkartılması konusunda çalışmalar gerçekleştirilmiştir.
5. İngiltere'de yayınlanan Direct Marketing International Dergisi'nde, 2008'de düzenlenen ödül törenimiz ile ilgili Jorgen Andreassen'in haberine yer verilmiştir.
6. Japonya'da yayınlanan Interactive Marketing Press Dergisi'nde ise, Türkiye'de doğrudan pazarlama sektörüne yönelik olarak, Başkanımız Sanem Oktar'ın görüşlerine yer verilmiştir.



Yazılı Medya



Haber ve Röportajlar

- Derneğimiz iki yıl boyunca 24 adet haber ve röportaj ile 15 ayrı yayın grubunda haber olmuştur.

- | | |
|-------------------|--|
| • 23 Kasım 2007 | Media Think 2006 Yılı değerlendirme röportajı haberi |
| • Aralık 2007 | Anadolu Basın Merkezi eki (Sanem Oktar yazısı) |
| • Şubat 2008 | Marketing Türkiye Almanak |
| • 28 Nisan 2008 | Hülya Dergisi Röportajı |
| • 10 Temmuz 2008 | Fortune Dergisi Özel Haber Çalışması |
| • 29 Nisan 2008 | Cnbc-e Finans Cafe ÇYDD projesi ile ilgili canlı yayın |
| • 20 Ağustos 2008 | Dünya Gazetesi Röportaj) |
| • 05 Eylül 2008 | Dünya Gazetesi (Röportaj) |
| • Eylül 2008 | Workshop dergisi (Röportaj) |
| • 23 Eylül 2008 | Hürriyet İK (Röportaj) |
| • 05 Ekim 2008 | Hürriyet İK (Röportaj) |
| • 26 Ekim 2008 | Vatan Gazetesi (DP Ödülleri En Cesur Müşteri Ödülü) |
| • 24 Ekim 2008 | Referans Gazetesi (DP krizde şirketlere taze kuvet olacak) |
| • 26 Ekim 2008 | Hürriyet İK(DP Ödülleri verildi) |
| • 01 Kasım 2008 | Marketing Türkiye (DP ödülleri) Fedma röportaj |

Haber ve Röportajlar

- 02 Mayıs 2009 Eskişehir Şehir
 - Zıplatan Fikirler Eskişehir’de
- 11 Mayıs 2009 Sabah İş’te Genç
 - Kampüste Marketing
- 15 Mayıs 2009 Marketing Türkiye
 - Bu Çocuklara Dikkat
- 15 Mayıs 2009 Marketing Türkiye
 - DPİD Üye sayısı 41’e ulaştı
- 01 Temmuz 2009 Workshop
 - DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri
- 01 Ağustos 2009 Media Cat
 - Dpid’e başvurular başladı
- 23 Ağustos 2009 Hürriyet İK
 - Doğrudan Pazarlama Ödülleri başvuruları devam ediyor
- 30 Ağustos 2009 Ekonomist
 - Doğrudan Pazarlama Ödüllerinde değişiklikler var
- 01 Eylül 2009 Popüler Yönetim
 - Doğrudan Pazarlamada Ödül Zamanı



Yazılı Medya



Sanem Oktar

Doğrudan Pazarlama Ödülleri sahiplerini buluyor

Bu sene ikincisi düzenlenen ve 193 işin başvurduğu DP Ödülleri'nin ilk yıldan farklı yanları var.

Öncelikle kategoriler yeniden düzenlenmiş. Özellikle gelişen ihtiyaçlara yanıt verebilmek için İnteraktif Pazarlama ve Etkinlik Pazarlaması kategorilerinin bu yıl

genişletildiğini söyleyen DPİD Yönetim Kurulu Başkanı Sanem Oktar, Türkiye'de ilk kez belirlenen kategoriler ile projelere yarışma fırsatı verildiğini belirtiyor.

Oktar, değerlendirme kriterleri ve kategori bazında nelere dikkat edilmesi ve hangi bilgilerin verilmesi gerektiğini detaylandırdıklarını kaydediyor. Bu doğrultuda, her bir kategoriye katılımı kolaylaştırmak için bir örnek hazırlanmış ve bu web sitesi aracılığıyla tüm ilgililerle paylaşılmış. Ayrıca yarışma öncesi kategorilere katılımı kolaylaştırılmak adına ve tüm katılımcılara açık olarak bu yıl ilk kez eğitim düzenlenmiş.

Bu sene üzerine düşülen bir diğer konu da ölçümleme olmuş. Her kategori için ölçümleme kriterleri ayrı ayrı belirlenmiş ve yarışma dokümanlarında paylaşılmış.

Kategorilerde geçtiğimiz yıla göre biraz farklılık var. Geçen sene 126 projenin yarıştığı organizasyonda 13 kategoride 32 ödül verilmişti. Bu sene ise 193 proje özel kategoriler de dahil olmak üzere toplam 18 kategoride yarışacak.



PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Fatoş Bozkuş Lale fbozkus@ekonomist.com.tr

Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nde değişiklikler var

Doğrudan pazarlama hedeflerine ulaşmada yardımcı olma hedefi ile marka iletişiminin en önemli fonksiyonlarından biri haline gelmeye başlayan doğrudan pazarlama iletişimi kampanyaları, doğru hedef kitleye doğru mesajla giderek, sonuçları ölçülebilen etkiler yaratıyor. Bu alandaki kampanyaların stratejisi, yaratıcılığı, uygulanabilirliği ve sonuçlarının değerlendirildiği bir yarışma olan DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri ise 2009 yılında ikinci kez düzenlenerek gelecekselleşiyor. Sadece doğrudan pazarlama şirketlerinin değil aynı zamanda markaların da ödül alacağı ilk yarışma olan DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri yarışmasının son başvuru tarihi, 11 Eylül 2009.

DPİD, bu yıl ikinci kez düzenleniyor.

DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri, jürinin iki aşamalı değerlendirmesi sonucunda 15 Ekim 2009'da Borusan Oto İstinye Binası'nda düzenlenecek bir törenle sahiplerini bulacak.

Türkiye'de doğrudan pazarlama sektöründe somut kriterlere dayandırılarak yapılan ilk yarışma özelliğine sahip olan yarışmada, bu yıl bazı değişiklikler yapılmış. İlk değişiklik kategorilerde olmuş. Pazarlama ve Etkinlik Pazarlaması kategorileri, bu yıl genişletilmiş. Değerlendirme kriterleri ve kategori bazında nelere dikkat edilmesi, hangi bilgilerin verilmesi gerektiği detaylandırılmış.

Tüm katılımlar, belirlenen formatta web üzerinden yapılacak şekilde oldukça detaylı bir web sitesi yapılmış. Ayrıca kişiye



özel şifre ile değerlendirme yapılmasına imkan veren web bazlı değerlendirme sistemine geçilmiş.

Bu yıl bir farklılığın da pazarlama dünyasından başka bir dernek ile işbirliği yapılarak yaratıcılığı desteklemek için özel kategori yarattığını söyleyen Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) Yönetim Kurulu Başkanı Sanem Oktar "Bu yıl ilk kez Reklam Yaratıcılar Derneği ile yaratıcılık ödülü verilmesine karar verildi" diyor.

İki farklı pazarlama iletişimi uygulaması

Süper hızlı internet ayrıcalığı sağlayan 3G Mobil modem internet hizmetini, dış mekânda canlı ve yaratıcı uygulamalarla tanıtmaya devam ediyor.



Vodafone, İstanbul Boğazı'nda Bebek Ortaköy güzergahında seyreden Vodafone 3G+ Yüzey Ofisi ve ofis görevlileri ile eve, ofise yani sabit hatlara bağlı kalmadan istenilen yerden istenilen zamanda süper hızlı mobil internet farkını sağlayan Vodafone 3G Mobil Modem tanıtımıyla İstanbul'daki seyahatini devam ettiriyor.

Diğer uygulamaları ise online kariyer sitesi Monster'ın, Sirket, İstanbul'da değişik noktalarda dağıtılan 'İsten Ne Haber' gazetesi, 2 günde birer kez adıyla ulaşarak, iş arayanların



www.monster.com.tr üzerinden iş fırsatlarına başvurularını sağlıyor. Monster Gazetesi'nde Türkiye'den en güncel iş ilanlarının yanı sıra yurt dışında çalışmak isteyen profesyonellere özel iş ilanları da yer alıyor.

Yazılı Medya

Güncel

Bu çocuklara ! DİKKAT!

Anadolu Üniversitesi'nin pazarlama kulübü Marketing Anadolu tarafından her yıl düzenlenen Kampüste Marketing konferansında bu yıl doğrudan pazarlama her yönüyle masaya yatırıldı. İşte iki gün süren ve yüzlerce öğrencinin izlediği toplantının ayrıntıları...

Elif Erman

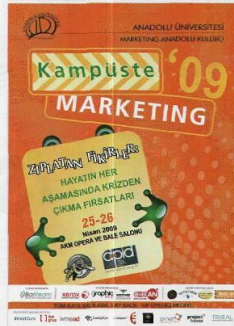
Üniversite yıllarında kampüs hayatını yaşamış olanlar iyi bilir. Bahar ayları öğrenci birleşme peki yazınmaz. Güneş etrafı istikrarlı yeşil çimler daha da bir çeker insanı. Ders, sınav, vize, final gibi kavramlara bir anda yabancılaşırsın... İşte tam da böyle bir zamanda Anadolu Üniversitesi kampüsündeyiz. Nisan ayının son günleri... Yılın ilk "gerçek" sıcak günleri. Güneş kendini göstermiş gibi yapmıyor, insan sokaklara davet ediyor. Ama okulun bahçesinde dokuyan gençlerin kendilerini sokaklara atmak gibi bir niyeti yok. Aksine hepsi bir toplantı salonunda önderden yer kapma çabasında. Yüzlerce genç okulun konferans salonu kapısında uzupuzun bir kuyruk oluşturmuş sırayla içeri gidiyor.

İşte, Anadolu Üniversitesi'nde düzenlenen

Kampüste Marketing toplantısında karşılaştığımız ilk görüntü bu oldu. Bir Cumartesi gününde kendini sokaklara atmak yerine karanlık bir toplantı salonunda pazarlama konferansını dinlemek üzere sıraya giren gençler... Bu etkileyici tablo iki gün boyunca süren konferansın enerjisine olduğu gibi yansıdı tabii ki. Bu yıl etkinlik programı Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği DPİD tarafından hazırlanmış. DPİD onlara ilgi çekici bir program hazırlamış, konuşmacılar da gençlere doğrudan pazarlama anlatmak için uzun bir tren yolculuğunu geride bırakmışlardı ve daha ilk dakikadan emeklerin boşa gitmediği anlaşılıyordu.

Ziplatan fikirler!

Kampüste Marketing programı bu yıl "Ziplatan Fikirler; Hayatın Her Aşamasında



Krizden Çıkma Fırsatları" konusunuyla doğrudan pazarlamayı her yönüyle masaya yatırdı. Programda genel oturumları yanı sıra her gün iki paralel oturum da gerçekleştirildi. DPİD üyesi 20 sektör profesyonelinin katıldığı konferansta oturumlarla birlikte Kitahya, Osmangazi, Yeditepe, İstanbul, Marmara, Anadolu Üniversiteleri'nden öğrenci ekiplerinin katıldığı atölye çalışması da yer aldı. Atölye çalışmasının ayrıntılarına geçmeden önce genel hatlarıyla konferans programına göz atalım.

DPİD Başkanı Sanem Oktar'ın açılış konuş-

Konferansta neler vardı?

Bu yıl Kampüste Marketing 2009 kapsamında "Ziplatan Fikirler" başlığı altında incelenen konular şunlar oldu:

- Türkiye'de Doğrudan Pazarlamanın tarihçesi,
- Doğrudan Pazarlamaya Giriş,
- Girişimci Ruh,
- Bir Entegre Kampanyanın Anatomisi,
- Gerilla pazarlaması,

- Gençlik pazarlaması,
- Sahada pazarlama,
- Satış Noktasına Pazarlama,
- Çağrı merkezi dinamikleri,
- Spor pazarlaması,
- Bir interaktif projenin hayat döngüsü,
- İletişimde NLP,
- Ağzından Ağza Pazarlama,
- Markalaşma



DOĞRUDAN PAZARLAMADA ÖDÜL ZAMANI

2'nci Doğrudan Pazarlama Ödülleri için kayıtlar 26 Haziran 2009 tarihinde başladı. Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) tarafından düzenlenen etkinlik kapsamında, geleneksel pazarlama iletişimi dışında alternatif mecraların kullanımının daha da artırılması hedefleniyor. 11 Eylül 2009 tarihine kadar Doğrudan Pazarlama Ödülleri için başvurular alındı. Bu başvuruların ardından yapılan seçimler sonucunda ödüller ise 15 Ekim'de Borusan Oto İstinye'de törenle sahiplerine verilecek.

Jüride, Doğrudan Pazarlama İletişimciler Derneği üyesi 5 kişi, Reklamverenler Derneği üyesi 2 kişi, Reklamcılar Derneği'nden 2 kişi, Reklam Yaratıcıları Derneği'nden 2 kişi, İDA'dan (İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği) 1 kişi, İAB'den (Internet Advertising Bureau)'dan 1 kişi, İletişim veya İşletme Fakülteleri'nden 3 öğretim görevlisi, medya kuruluşlarından 3 kişi olmak üzere toplam 19 kişi bulunuyor. Jüri, yarışmaya katılan doğrudan pazarlama kampanyalarını dört ana başlık altında ve eşit ağırlıkta değerlendiriyor. Bu başlıklar; strateji, yaratıcılık, uygulama becerisi ve sonuç olarak sıralanıyor.



悠久の歴史と多様な文化を取り巻く環境

その立地から悠久の歴史と多様な文化が育まれたが、最近ではNATO（北大西洋条約機構）加盟を果たしEU（欧州連合）への加盟も申請中。政治・経済の欧州化が著しいトルコの最新事情をレポートする。

《市場規模／業界団体》

トルコDMAが昨年行った調査によると、2007年におけるダイレクトマーケティングへの支出は13億4,000万トルコリラであり、これはマーケティングへの支出総額の32%に相当する。一方、広告への支出は44%、スポンサーシップを含むPRへの支出は17%であった。

なお、トルコDMA（www.dma.org.tr）は、現在41の会員を擁している。

《利用媒体／導入企業》

トルコDMAの調査によると、ダイレクトマーケ

ティングのさまざまな手法のうち、小売販売においてはブランドの100%がイベント・マーケティングを、92%が双方向マーケティングを、84%がデータベース・マーケティングを、77%が購買時点マーケティングを利用している。よく利用されているのは、eメール（69%）、SMS（ショート・メッセージ・サービス：58%）、DM（48%）である。

最も活発にダイレクトマーケティングを利用している業種は、金融サービス、小売販売、日用消費財、テレコミュニケーション、自動車、ヘルスケア、エレクトロニクス、運輸、建設である。

Interview by Ruth P. Stevens



双方向で個別化されたキャンペーンが市場を活性化

サネム・オクタル（Sanem Oktar）氏
トルコDMA会長

サネム・オクタル氏はトルコのColgate Palmolive社勤務を経て、Tribal Sales & Marketing Agency、Peppers & Rogers Turkeyなどのマーケティング会社を設立した。

オクタル氏はトルコDMAの会長であり、Direct Comm Marketing Groupの共同設立者である。また彼女は、商品計画、ロイヤルティ・プログラム、営業活性化プログラムなどの専門家である。

●ダイレクトマーケティングの最新動向と課題

Stevens：トルコのダイレクトマーケティングで新しいことや面白いことは何ですか。

Oktar：今年からダイレクトマーケティングにかかわるアワードが発足。5つの業種から126社のエントリーがありました。受賞キャンペーンの中で注目しているものは2つあり、ひとつは、飛行機の乗客に洗剤の試用品をフォローカードと一緒に手渡すという

キャンペーンで、これによってサンプリングの新たなチャネルが開拓されました。もうひとつは、FacebookやYouTubeやブログにビデオを投稿するというもので、このキャンペーンの結果、広告主への就職応募率が300%も増えたということです。

Stevens：将来展望はどうでしょうか。

Oktar：生活者は双方向的に個別化されたキャンペーンを好むようになってきています。ですから、トルコでもダイレクトマーケティングの重要性はますます大きくなると期待しています。

Stevens：ダイレクトマーケティングがいま直面している課題はどんなものですか。

Oktar：いま大きく成長している分野は、双方向マーケティングとデータベース・マネジメントです。私たちの課題は、生活者の動きや技術の進歩に遅れないようにすることです。私たちはSNSやブログや3Gアプリケーションなどを使いこなして、生活者の動きの歩先を行くようにしなければなりません。

JØRGEN ANDREASSEN reports from Istanbul, Turkey, where direct and interactive marketing are flying into the future.

It is hard to describe the warm and welcoming atmosphere that exists at a Turkish event – it really has to be experienced.

grown by an exceptional rate of 25 per cent! And it continues to grow. TDMA members themselves (mostly agencies and their clients) represent, as per the end of last September, more than \$400 million in marketing expenditure (for a copy of the study, please send an email to: win@fedma.org – I would be happy to send you a copy).

Data protection

I should say a few words about legislation. There is presently a simple data protection legislation in place. However, the TDMA is to start a dialogue with the Turkish Government this year for more comprehensive legislation. The same concept of opt-out applies within the current simple rules, but it has to be pointed out that Turkey is unique when it comes to direct marketing – it is a highly diverse country, but the one thing which is really exceptional is its events and sales promotion campaigns. Most of the FMCG companies are using this communication channel to get people

interested in their new and/or existing products. It is also worth pointing out that this is a really great channel for data collection. You might

think a sales promotion campaign would not differ much from one country to another. In theory, no, but in practice... absolutely, yes!

Few competitors

It is hard to describe the warm and welcoming atmosphere that exists at a Turkish event – it really has to be experienced. So, if you are keen to take part in an enormous growth path, developing the market alongside

few competitors, you should definitely consider including Turkey in your marketing plan.

As we are talking about growth it should be mentioned that Turkey had the same recession as the rest of Europe from 1999-2001. This could lead

us to think the Turkish would experience the same growth in direct and interactive marketing we are expecting in the next two years: at least 12 per cent.

Last, but not least, please do me a favour: encourage any client you have to use/shift to direct and interactive marketing channels.

That is where the best response can be enjoyed! Good hunting!

Jørgen Nygaard Andreasen is marketing and membership manager, FEDMA (Federation of European Direct and Interactive Marketing.) Email: jandreasen@fedma.org



Help the environment and yourself...

...cut down on waste



Ensure your data is well targeted and clean

Use recycled materials whenever possible

Include a recycling message on your mailing piece

Use ONEPOST for independent postal advice and management – and save on postage

Recycle

0800 138 3551

info@onepost.co.uk

www.onepost.co.uk

GUEST AUTHOR - COUNTRY PROFILE

DM and a magic carpet



Above: Winners line up at the 10th Turkish DM Awards event. Below: Sanem Oktar, president of the DMA in Turkey.

Last year, the Turkish direct marketing association decided it would be a great idea to host the first-ever Turkish DM awards in Istanbul.

Taking into account the hard work of preparing, planning, funding and executing such an event, it was truly impressive how they managed to get 126 entries, and more than 250 people attending the eventual gala dinner. Impressive, to say the least.

It is not a surprise that Turkish people are very hospitable and welcoming. Apart from waiting three hours in passport control (I, my whole trip was just perfect).

If you ever have a business trip to Istanbul, please contact the director general of the Turkish Direct Marketing association (TDMA), Ayca Aytaç, or the TDMA president, Sanem Oktar (pictured above); both are really helpful.

They would also be more than happy to introduce you to some of the key players in Turkey.

Marketing excellence

Let's get going on some facts: Turkey has more than 70 million people, which makes it the third



largest European country.

Generally, it has quite a small direct mail market, mostly because the Turkish Post hasn't woken up to that business yet. That said, compared with two many other European countries, Turkey has a highly innovative mobile marketing market.

According to a study by the World Federation of Mobile Marketing in 2006, Turkey ranked third in terms of excellence in mobile marketing. Turkcell, the leading GSM operator, has some excellent case studies worth having a look at.

The availability of lists and data is limited, although they are not impossible to obtain.

The financial sector and FMCG companies are also doing well, something I was privileged to see and judge at the recent awards night.

The availability of lists and data is limited, although they are not impossible to obtain. There are list suppliers (owners) present in the market, but the list broking industry is completely lacking. That said, one can only imagine what will happen in the next five years - once the DM market really settles in.

Talking of growth: Over the past two years, the industry has



MARKETING TURKIYE [Dergiler]
GERILLA PAZARLAMADA KIZIL BEREKETI

Yayın Sayısı No 82
Sayfa Adedi 3
Sayfa 3/3
Tarih 01.10.2009
Tiraj 4000

Gündem

Gerilla sekişinizi sırada



"Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği'nin düzenli olarak yaptığı doğrudan pazarlama araştırmalarına göre, gerilla pazarlamasına maraflar tarafından ilgi ile takip edildiğini görüyoruz. Örneğin, markaların roadshow yerine gerilla aktivitesi yapmaya daha çok merak ediyorlar. Anlamına göre etkileşim pazarlamasında gerilla pazarlaması en çok kullanılan yöntemler arasında seçilmektedir. Bunun en büyük nedeni reklamverenin farkındalığına ulaşma. Örneğin, dükkanındaki ürünleri de doğru yapılan işlerle gerilla pazarlamaya ilgisiz ama ilgisiz düşünebiliriz."

TV'yi yakalamak imkansız

"Yatırım geri dönüşü beşbeş girecek olursak, kişi bunu etkin maliyetlerinde TV'yi yakalamak mümkün değil. Gerilla pazarlaması en uygun alanlardan biri. Çok ucuz olamaz diye bir kural da yok. Avantajları daha fazla, ki doğrudan pazarlama projelerinin genel amacı da bu zaten. Kim, nerede, ne zaman, ne yapmak istiyorsanız o zaman aktivitenizi gerçekleştiriyorsunuz. Böylelikle de en uygun her koşulda hedefe gidiyoruz."

Mehmet Alioğlu
İzmir Direct Adm. Başkanı



Her markaya uygun değil

"Gerilla pazarlama metodunu her markaya her işine uygun olduğuna veya olmadığına kesinlikle belirlenmelidir. Bu şekilde bütün markalar reklam bütçelerini gerilla pazarlama metoduna ayarlayabilirler. Belirli bir marka alırken, belirlenen aktivitenin anlaşılması önemlidir. Çünkü doğru yapılmazsa, kayıplarına ve zararlarına sebep olabilir. Bu nedenle veri toplanması ve en etkin bir şekilde değerlendirilmelidir."



İstanbul'da bulunan Youth Republic Ajansı Başkanı Serhat Güneş'e göre ise bu konu pazarlamada en uygun alanlardan biri. Çünkü trend. Özellikle beşerit kitesinde gençlerin yer aldığı markalar için konvansiyonel pazarlamaya daha bir şekilde yönelmeye başladığını belirttikten sonra Güneş, "İnsanları sevmeyenler çok etkileniyor ve daha çevrecilerde yayılıyor. Bu de buza geçen bütçeler de insanlar etkilenen bütçelerinde gerilla pazarlamaya yönelen çok güzel olgulara işaret ediyorlar."

Fikri Merkezi Genel Müdürü Gürkan

Altınbaş ise diğerlerini altınbaşta reklamverendeki değişim hakkında da değerlendiriyor. Yanlızdan ağabasına ve gerilla pazarlamasının markaların becerit ağırlarına işlediğini, çünkü çalışkanları sevdiğini, daha önce ajansın ayda bir teklif geliştirmeye başladığını, diğerleri ise tene yetiştirilebilir. Çünkü artık sektör buna hazır. İnsanlar evde oturduktan sonra, internetten gıdaları alarak, dışarıdaki tüketimi de akıllıca belediler. Kitleler alternatiflerini ciddi anlamda yükseldi" diye.



Internet Medya

• Derneğimiz ayrıca internet medyada da 29 kez haber oluşturmuştur. Bu haberlerin yanı sıra farklı konularda oluşturulan banner çalışmaları ile de web sitemize trafik yaratılmıştır.

- 01 Haziran 2008 Hürriyet İK Yenibiriş-Dpid eğitimleri
- Haziran 2008 Çydd-Dpid eğitimleri Hülya Dergisi röportaj
- Haziran 2008 Satış Noktası Dergisi sayı 142 Dernek Tanıtımı
- Temmuz 2008 Satış Noktası Dergisi Sayı 143 DPİD Bilgi Ün. Eğitimleri
- Temmuz 2008 Satış Noktası Dergisi Sayı 143 İst Per. Konf.
- 05 Temmuz 2008 Gözlem Gazetesi (DP ödülleri)
- 11 Temmuz 2008 Turk.Internet.Com (DP ödülleri)
- 21 Temmuz 2008 My Ekran.Net (DP ödülleri)
- 13 Temmuz 2008 Tekborsa (DP ödülleri)
- 01 Ağustos 2008 Denge Gazetesi (DP ödülleri)
- 01 Ağustos 2008 MediaCat Online (DP ödülleri)
- 01 Ağustos 2008 Portakal (DP ödülleri)
- 01 Ağustos 2008 Marketing Türkiye (DP ödülleri)
- 01 Ağustos 2008 Türkmedya.com(DP ödülleri)
- 27 Ağustos 2008 (Vatan Gazetesi Banner Çalışması) Ekim 2008
- 23 Ekim 2008 Media Cat (DP Yıldızları belli oldu)
- 24 Ekim 2008 Referans (DP ödülü P&G'nin)



Internet Medya

- Aralık 2008 Marketing Türkiye (Youth Republic ilan)
- Aralık 2008 Marketing Türkiye (J&B Haberi) DSM
- 24 Aralık 2008 (AÜ e-gazete) (Sıfırın Altında Marketing)
- 22 Aralık 2008 (AÜ e-gazete) Kriz DP ile aşılr
- Ocak 2009 Medya Cat (DPİD Gfk araştırması haberi)
- Ocak 2009 Medya Cat (DP üyeler ile yapılan röportajlar)
- 14 Nisan 2009 Marketing Türkiye (DPİD'den Zıplatan Fikirler)
- 30 Nisan 2009 Media Cat online (DPİD'e yeni bir üye)
- 03 Mayıs 2009 A1haber.com (DPİD'e 41. üye)
- 20 Ağustos 2009 Media Cat online (DP Ödüllerine başvurular sürüyor)
- 25 Eylül 2009 Media Cat online (DPİD ödül gecesinin biletleri satışta)
- 28 Eylül 2009 Marketing Türkiye (DPİD Doğrudan Pazarlama Ödüllerinde jüri işbaşında)

Internet Medya

Marketing
Türkiye

28 EYLÜL 2009, PAZARTESİ 155 EKİ

Haberler Kampanyalar Yazarlar Söylogler Aratırma Marketing Sohbetleri MMI Konferanslar İnsan Kaynakları



Hadi gel
özülmüze geri
dönelim!

Reklamlar insana dokunurken
kültür unutuluyor mu? Çünkü
globalleşen dünya kültürleri de
yavaş yavaş öldürmeye
başladı. Dünya reklam
sektörü ...

Eski sayılar
Son Sayı
Kıyafet

ABONE OLUN

İnsan Kaynakları

Tüm İK ilanları için tıklayın

Diğer Dergilerimiz

IP SPORTS

Özellik Reklamlar

Reklam indirip
seyretmek için
özerline
tıklayabilirsiniz.

avec AdForum.com

28.09.2009 - 31 kez okundu

ARKADAŞIĞA GÖNDER

YORUM YAZ

YAZDIR

GERİ

Haberler

DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nde jüri işbaşında!



Doğrudan Pazarlama İletisimcileri Derneği (DPİD) tarafından bu yıl ikinci düzenlenen "Doğrudan Pazarlama Ödülleri" yarışmasında başvuru dönemi 17 Eylül'de sona erdi. Geçen yıla göre daha yoğun bir ilgiyle katılan ödülleri için toplam 193 başvuru yapıldı. Ödüller, 15 Ekim'de Borusan Oto İstinye Binası'nda, sunuculuğunu Serhat Hacpaşaloğlu'nun yapacağı görkemli bir törenle yılın başarılı ajans ve müşterilerine takdim edilecek.

İlk kez geçen yıl yapılan ve sektörde büyük bir heyecan yaratan DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nin ikinci yılını geri sayım başladı. Son yıllarda marka için geri sayım başladı. Son yıllarda marka kampanyalarıyla ilgili bilinirlik sağlamak, sektörünün gelişimine katkıda bulunmak ve uygulamaların kalitesini artırmak amacıyla düzenlenen DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri, 15 Ekim'de sahiplerine verilecek.

Ödüllerde yenilikler...

DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nin bu yıl hem başvuru hem değerlendirme sürecinde birçok yenilik var. Başvurular tamamen internet üzerinden, www.dpodulleri.com adresinden kabul edildi. Jürinin değerlendirme sistemini "ön değerlendirme" (web üzerinden) ve "ana değerlendirme" olarak iki aşamalı olarak gerçekleştirmesi de yenilikler arasında. Ayrıca DPİD Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nde diğer yarışmalardan farkı olarak ajanslara ve müşterilere kazandıktan işle ilgili birlikte ödül veriliyor.

Yılın yıldızı parlayan ajans ve müşterilerini belirleyecek olan 18 kişilik jüri üyeleri arasında; DPİD, Reklamverenler Derneği, Reklamcılar Derneği, Reklam Yaratıcılar Derneği, İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği, İAB (Internet Advertising Bureau) üyeleri, ayrıca eğitim görevlileri ile Media Cat ve Marketing Türkiye dergilerinden yetkililer yer alıyor.

Gülsel Özcan
OCAKOĞLU

YENİ

"Burası
İstanbul"
dersem, ne
dersiniz?

Ali
Soydam

Güven
Boşç

Oyun Alanı

"Hayır"
demeyi
öğrenmek zor
İhtir...

En Çok Okunanlar

MediaCat16Online

Anasayfa | 25.09.2009

Üye Giriş | Üye Ol

ARA

Detaylı Arama

MediaCat | Haber Arşivi | CreativeCat | MCE | Kapital Market | Karlıyır Merkezi | Faydalı Linkler | CatBlog | Bize Ulaşın

Haftanın Anketi

3G kullanıyor musunuz?

Evet

Hayır

Gönder

Sonuçlar



MediaCat Kitapları



DPİD ödül gecesi biletleri satışta

25.09.2009

Doğrudan Pazarlama Derneği'nin (DPİD) ikinci geçen sene gerçekleştirdiği 2. Doğrudan Pazarlama Ödülleri, 15 Ekim'de sahiplerini bulacak. 15 Ekim'de Borusan Oto İstinye'de gerçekleştirilecek Doğrudan Pazarlama Ödül Gecesi için biletler satışta çıktı.

Daha fazla bilgi için: 0212 212 85 37

0 yorum yapılmış | 100000000 | 51 kez okunmuş

Haber arkadaşına tavsiye et

Haber yazdır

Yorumlar

Henüz kimse yorum yapmamış

Yorum Gönder

Bu bölümü kullanabilmeyi için üye girişi yapmanız gerekiyor. Eğer üye değilseniz üye olun

GÖRÜŞ MESAFESİ

Reklamcılığa ilgili en güzel kitaplar...

Reklam dünyasının efsanesi James Webb Young, bir zamanlar bir dergi için reklam konusunda yazmış olan yeni kitapları değerlendirildiği bir köşe hazırladığı anlatılır. Köşerin hiç değişmeyen söyle bir söz yer almıştı: "Reklamcılığa ilgili en güzel kitaplar reklamcılığa ilgili olmayan kitaplardır." Young, bu sözünü ömür boyu kendine ilham kaynağı olarak almıştı. Köşeye katıldığı yer alan bir markaya reklam yapabilmek için konuyla ilgili reklamcılık kitaplarından ziyade 19. yüzyılın klasik romanlarının okunmasını tavsiye eder.

Bu kitaplar çok bilgece bir yaklaşımla. Çünkü reklamcılık her şeyden önce hayattır. İnsanlar çok iç içe, onlardan beslenen ve onları besleyen bir dünya -dolayısıyla bu mesleği daha iyi yapmak için öncelikle hayata ve insanlara daha iyi anlamak gerekiyor.

Bu yaklaşım, reklamcıların mesleki amaçla veya değil, hayata ve insanlara daha iyi anlamak için ne gibi entelektüel çabalar sarf ettikleri meselesini akla getiriyor. Siz etrafınıza baktığınız bu konuda nasıl bir mesafeye ulaşırsanız?

Baskılı İşlerimiz

- Derneğimizin kurumsal kimliğinin geliştirilerek tüm baskılı işlerde uygulanması için çalışmalar yapıldı. Derneğimizin iletişim ajansı olan İvme Direct tarafından tüm tasarım işlerimiz gerçekleştirildi.

Konsept oluşturma, grafik tasarım, basılı işler

- DPİD antetli fatura ve makbuzlar bastırıldı.
- DPİD antetli kağıt ve dosyalar bastırıldı.
- DPİD tanıtım broşürü yeniden tasarlanarak basıldı.

Baskılı Malzemeler

- DPİD 2005-2007 yılının faaliyetlerini içeren ilk Faaliyet Raporunu Mass Matbaanın sponsorluğu ile basılarak 9 Haziran 2008'de 220 dernek üst düzey üyesi, 75 basın üyesi ve tüm dernek üyelerine iki adet olmak üzere toplam 355 adet gönderim yapmıştır.
- Doğrudan Pazarlama Ödülleri 2008 kitabı Mor Ajans sponsorluğunda 750 adet basılarak tüm üyelere, yarışmaya katılanlara, basına, akademik dünyaya ve dernek VIP listesine gönderim yapılmıştır.

Baskılı İşlerimiz



Veritabanı

- DPİD için oluşturulan veritabanı 1 kısım 2009 itibariyle 9,939 kişiye ulaşmıştır.
- DPİD için oluşturulan veritabanı Web sitesinde yer alan e-bülten başvuruları ile veritabanının zenginleşmesi sağlanmıştır. Dernek ile ilişki kuran herkes DPİD veritabanına eklenerek geliştirilmektedir. Gönderilen e-bültenler ile de verinin güncel kalması sağlanmaktadır.



Ajanda

1

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

2

Üye İlişkileri

3

Eğitim-Araştırma

4

Kurumsal İlişkiler

5

İletişim Çalışmaları

6

Doğrudan Pazarlama Ödülleri

Doğrudan Pazarlama Ödülleri

- Doğrudan Pazarlama konusunda bilinirlik yaratmak, kavramları yerleştirmek, Doğrudan Pazarlama yöntemlerinin kullanılmasını teşvik etmek ve uygulamalarının kalitesini artırmak , sektörde çalışanları ve hizmetalanları motive etmek ve özgün başarıları belgelemek için doğrudan pazarlama projelerinin yarıştığı doğrudan pazarlama ödülleri oluşturulmuştur.



Doğrudan Pazarlama Ödülleri

- Ödül komitesinin ana hedefi sektöre yakışan bir gece düzenleyerek hem hizmetvereni hemde hizmetalanları bir arada toplayabilmektir. Bunu gerçekleştirirken dernek üyelerinin desteğinden ve sponsorların tedariklerinden yararlanarak derneğe maksimum kazanç elde edebilmek oldu.
- Ödül çalışmaları sırasında aşağıdaki işler gerçekleştirildi;
 - Ödülün kategorileri, içeriği, değerlendirme kriterlerinin belirlendiği tüzüğü yazıldı.
 - Jüri belirlendi ve jüriyi oluşturacak Dernekler ile ilişki kuruldu ve yazışmalar yapıldı
 - Ödül web sitesi oluşturuldu ve başvuruların bu siteden olması sağlandı.
 - Ödül töreninin organizasyonu planlandı ve tedarikçiler ile anlaşıldı.
 - Ödül için özel tasarım yapıldı ve ürettirildi.
 - Ödül iletişimi için sadece doğrudan pazarlama kanalları kullanarak bir iletişim planı hazırlandı ve uygulandı.
 - Ödül iletişimi için ayrı bir veritabanı hazırlandı ve segment iletişim planı yapıldı.
 - Ödül için mekan ve yer sponsorları bulundu ve sözleşmeler yapıldı.
 - Yarışmanın tüzüğü, broşürü, davetiyesi tasarlandı ve basıldı. Düzenli postalamalar ile hedef kitlelere gönderildi.
 - Ödülün basın iletişimi için PR planı hazırlandı, basın bültenleri gönderildi.
 - Jüri için bir buçuk günlük değerlendirme toplantısı organize edildi. Başvurular belirlenen gün içerisinde değerlendirildi.

Doğrudan Pazarlama Ödülleri 2008

- Başkanlığını Eser Hakim'in yaptığı ödül komitesi "Doğrudan Pazarlama Ödülleri" için yarışmanın içerik ve altyapısını oluşturmak amacıyla 15 genel toplantı gerçekleştirdi.
- 1. Doğrudan Pazarlama Ödülleri, 22 Ekim tarihinde, Borusan Oto İstinye'de düzenlenen geceyle sahiplerini buldu. Toplam 126 adet projenin katıldığı yarışmada, 13 kategoride 33 ödül verildi.
- Yarışmanın ilk yıl hedefi 100 başvurunun sağlanması ve ödül gecesi için 170 biletin satılmasıydı. 22 Ekim 2008'de gerçekleştirilen geceye 126 iş başvurdu ve 204 bilet satışı gerçekleştirildi.

Doğrudan Pazarlama Ödülleri 2009

- Başkanlığını Mehmet Alişan'ın yaptığı 2. Doğrudan Pazarlama Ödülleri komitesi Ekim 2008'den itibaren çalışmalarına başlamıştır. Buna göre;
- Kategoriler yeniden düzenlenmiş,
 - Özellikle gelişen ihtiyaçlara yanıt verebilmek için interaktif Pazarlama ve Etkinlik Pazarlaması kategorileri bu yıl genişletilmiştir.
 - Türkiye'de ilk kez belirlenen kategoriler ile projelere yarışma fırsatı verilmiştir.
- Değerlendirme kriterleri ve kategori bazında nelere dikkat edilmesi hangi bilgiler verilmesi gerektiği detaylandırılmıştı.
 - Her bir kategoriye katılımı kolaylaştırmak için bir örnek hazırlanmış ve bu web sitesi ile tüm ilgililere paylaşılmıştır.
 - Yarışma öncesi tüm katılımcılara açık olan ve kategorilerin katılımını kolaylaştırılmak için bu yıl ilk kez eğitim düzenlenmiştir.
- Ödül kategorileri yeniden düzenlenmiş

Doğrudan Pazarlama Ödülleri 2009

- Tüm katılımlar belirlenen formatta web üzerinden yapılacak şekilde oldukça detyalı bir web sitesi yapılmıştır.
 - Doğrudan pazarlamanın ana mecralarından biri olan internet yoğun olarak kullanılmıştır.
 - Türkiye’de ilk kez tüm süreçlerin internet üzerinden tamamlandığı ve değerlendirildiği bir sistem oluşturulmuştur.
- Ön Değerlendirme sistemi 3 ana grup tarafından gerçekleştirilecek şekilde yapılandırılmıştır.
 - Doğrudan pazarlamanın gelişen ve uzmanlık gerektiren yapısından dolayı bu yıl ilk kez özel meslek komiteleri oluşturularak ön değerlendirme süreci oluşturulmuştur.
- Pazarlama Dünyasından başka bir dernek ile işbirliği yapılarak yaratıcılığı desteklemek için özel kategori yaratılmıştır.
 - Bu yıl yine ilk kez Reklam Yaratıcıları Derneği ile yaratıcılık ödülü verilmesine karar verilmiş. Bu süreçte RYD’nin seçimi geçerli sayılmıştır.

Doğrudan Pazarlama Ödülleri 2009

DPID - Windows Internet Explorer

http://www.dpodulleri.com/

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım

Sık Kullanılanlar DPID

ANASAYFA

Doğrudan Pazarlama Ödülleri Yönetmelik Kategoriler Katılım Jüri Destek Veren Kuruluşlar Basın Odası

2009 Doğrudan Pazarlama Ödülleri

YARIŞMAYA HEMEN BAŞVUR

- Kayıtlı yarışmacı girişi
- Yeni yarışmacı başvurusu
- Jüri girişi

2009 DOĞRUDAN PAZARLAMA ÖDÜLLERİ 'ne gösterdiğiniz ilgi için teşekkür ederiz.

DOĞRU BAŞVURU İÇİN
BAŞVURU örneğini görmek için tıklayın...

BİZE ULAŞIN

Yönetmelik
Yönetmelik sayfasına gitmek için...
devamı için

Kategoriler
Doğrudan pazarlama ödülleri yarışmasının kategorilerini incelemek için...
devamı için

Haberler

- İkinci Doğrudan Pazarlama Ödülleri için kayıtlar 26 Haziran tarihinde başladı.
- Değerlendirme sistemi değişti.
- Bu yıl 3 farklı grup finalistleri belirleyecek...

devamı için

dpid

Sitemiz Globalsign SSL güvencesi altındadır.
Copyright © 2009 DPID Tüm hakları saklıdır.

LuckyEye

http://www.dpodulleri.com/#

Internet | Korumalı Mod: Açık

%100

Doğrudan Pazarlama Ödülleri 2009

- 2. Doğrudan Pazarlama Ödülleri, 15 Ekim 2009 tarihinde, Borusan Oto İstinye’de düzenlenen geceyle sahiplerini buldu. Toplam 193 adet projenin katıldığı yarışmada, 17 kategoride 47 ödül verildi.
- Bu sene, başvuru kabul edilmeyen ve jüri tarafından belirlenen “En Cesur Müşteri” ödülünü, doğrudan pazarlama sektörüne yaptığı yatırımlarla Turkcell aldı.
- Sunuculuğunu Serhat Hacıpaşalıoğlu’nun üstlendiği görkemli geceye, 280 kişi katıldı. Geceye, Fedma’yı temsilen, Üyelikten Sorumlu Müdür olan Jorgen Andreassen de katıldı.



Doğrudan Pazarlama Ödülleri 2009

Mekan Sponsorumuz:

Borusan Oto İstinye

Destekçilerimiz:





Teşekkürler

“Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği”

www.dpid.org.tr