



8. DÖNEM FAALİYET RAPORU

24 Nisan 2019 - 12 Temmuz 2021

Hakkımızda

Misyon

DPİD, doğrudan pazarlama sektörüne vizyon kazandırmak, sağlıklı büyümesini sağlamak, sektör çalışanları arasında iletişim kurmak, hizmet kalitesini yükseltmek ve haksız rekabete karşı mücadele etmek amacıyla 2005 yılında kurulmuştur.

Vizyon

DPİD doğrudan pazarlama sektörünün sorunları için çözüm geliştirecek, sektörün itibarının yükseltilmesi için çalışmalar yapacak, eğitim programları düzenleyecek, etik kuralları oluşturacak, hizmet alan ve hizmet veren şirketler , devlet kurumları, üniversiteler ve diğer sivil toplum kuruluşları arasında sağlıklı ve verimli bir iletişim kurulmasına yardımcı olacaktır.

Derneğin Amacı

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği üyesi şirketler kitlesel iletişim araçları dışındaki mecraları kullanarak hedef kitle ile marka arasında ilişki kuran, bağlılık yaratan, satın almaya teşvik eden, interaktif, somut, davetkar, katılımcı ve sonuçları ölçülebilen pazarlama iletişim projeleri tasarlar ve/veya uygular. Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği içinde bulundukları sektörün gelişmesine, sorunların çözümüne katkıda bulunmak amacı ile kurulmuştur.

Dernek Faaliyet Alanları

- 1- Etkinlik Pazarlaması
- 2- Veri Tabanına Dayalı Pazarlama
- 3- İnteraktif Pazarlama
- 4- Satış Noktasında ve Sahada Pazarlama

Hakkımızda

Dernek Organları

24 Nisan 2019 tarihinde yapılan Genel Kurul'da Mart 2021 tarihine kadar görev yapacak Yönetim Kurulu ve Denetleme Kurulu belirlenmiştir:

Yönetim Kurulu

Başkan:	Yaşar Şeki - Ceo Event
Başkan Yardımcısı:	Elmas Özler – bluechip
Başkan Yardımcısı:	Zuhal Gezer Demirci – Kayra Grup
Başkan Yardımcısı:	Melis Onat – Geometry Global
Başkan Yardımcısı:	Cem Alpay – Tanı Pazarlama
Sayman:	Bülent Garip - Kırmızı Fikirler
Genel Sekreter:	Fatih Türe – Elli5 Event
Üye:	Mesut Özalp – Ekom Group
Üye:	Yeşim Ertürk – Hedef Direct

Denetleme Kurulu

Başkan:	Emre Çoroğlu - Taktix
Üye:	Müşfik Duru – Halka Grup
Üye:	Sanem Oktar - Directcomm

Meslek Ahlak İlkeleri

AMAÇ VE KAPSAM

DPİD Etik İlkelerinin amacı; DPİD üyelerinin tüm iç ve dış paydaşlarının uyması gereken Etik İlkelerini belirlemek ve mesleğe saygınlık, güvenirlik ve itibar sağlamaktır.

DPİD Etik İlkeleri tüm DPİD üyelerini, Yönetim Kurulu Üyelerini, iş ortaklarını, tedarikçilerini ve tüm paydaşları kapsar. Tüm DPİD üye ve paydaşlarından ETİK İLKELERE uymaları beklenir.

YASALARA UYUM

DPİD üyeleri olarak bütün faaliyetlerimizde Türkiye Cumhuriyeti Anayasası başta olmak üzere tüm ulusal mevzuata ve ülkemizin taraf olduğu tüm uluslararası sözleşmelere ve düzenlemelere uygun davranırız.

BİRBİRİMİZE GÜVEN

DPİD üyeleri olarak mesleğin itibarını korumak ve güçlendirmek için çaba gösteririz. DPİD üyeleri ile sağlıklı bir iletişim kurmak için gayret eder, mesleki sır olmayan bilgileri paylaşarak sektörü geliştirmek adına dayanışma içinde hareket ederiz.

ADİL REKABET

DPİD üyeleri olarak haksız rekabete yol açabilecek tutum ve davranışlardan kaçınır, sadece yasal ve etik olan alanlarda rekabet ederiz. Rakiplerimizi, meslektaşlarımızı ve sektör paydaşlarını karalamaz ve adil bir rekabet ortamı yaratılmasını teşvik ederiz.

Meslek Ahlak İlkeleri

ÇALIŞANLARIMIZA SAYGI

DPİD üyeleri olarak çalışanlarımızın tüm özlük haklarının tam ve doğru biçimde kullanılmasını sağlarız. İşe alma ve istihdamda tek ölçüt olarak yetkinliği görür ve fırsat eşitliği sağlarız.

Çalışanlarımıza dürüst ve adil yaklaşır, ayrımcılıktan kaçınarak güvenli ve sağlıklı bir çalışma ortamı taahhüt ederek adil istihdamı destekleriz. Çalışanlarımızın iş hayatı ve özel hayatı arasındaki dengeyi gözetiriz.

Çalışanlarımızın bireysel gelişimi için gerekli çabayı gösteririz. Proje bazında tam zamanlı ya da yarı zamanlı istihdam edilen personele yapılacak işin kapsamı ve içeriği ile ilgili gerekli eğitim ve bilgilerin mutlaka verilmesini sağlarız.

DÜRÜSTLÜK VE AÇIKLIK

DPİD üyeleri olarak müşteri ilişkilerine saygı, adalet, eşitlik ve nezaket çerçevesinde yaklaşırız.

Müşterilerimiz için değer yaratmak, taleplerini karşılamak, kaliteli ürün ve hizmetleri zamanında ve söz verdikleri koşullarda sağlamak için özen gösteririz.

Müşterilerimizi verdiğimiz hizmetin aşamaları hakkında doğru bilgilendirir, doğru ve zamanında raporlama yapar, müşterilerimiz ile kesintisiz iletişimini sağlarız.

Herhangi bir işi almak veya bir iş kararını etkilemek için hiçbir şekilde hediye, rüşvet veya komisyon teklif etmeyiz veya vermeyiz.

Tedarikçi seçimlerimizde adil, yasa ve yönetmeliklere uygun bir süreç yönetiriz.

Tüketicileri yanıltmaz, tüketici haklarına saygı duyar ve iletişimini üstlendikleri ürün ve hizmetlerle ilgili müşterilerimizin verdikleri bilgiyi eksiksiz olarak veririz.

Meslek Ahlak İlkeleri

GİZLİLİĞE SAYGI

Müşterilerimizle ilgili meslek sırrı olarak değerlendirilen belge ve bilgileri izinsiz olarak kullanmaz ve 3. şahıslara iletilmesini engelleyecek önlemler alırız. Müşterilerimize ait her türlü bilgi, belge, malzeme ve materyalin gizlilik ve güvenliğini sağlarız.

ÇIKAR ÇATIŞMALARINDAN KAÇINMA

DPİD üyeleri olarak her türlü çıkar çatışması riski doğurabilecek durumlardan ve ilişkilerden uzak durma konusunda dikkatli ve sorumlu davranırız.

ÇEVREYE DUYARLILIK

Tüm paydaşlarımızın ticari menfaat ve yasal haklarının korunmasına özen gösterirken kamu menfaatinin korunmasını, ülke kaynaklarının etkin kullanımını, çevre duyarlılığı gibi sorumluluklarımıza uygun kararlar vermeye özen gösteririz.

DPİD Geçmiş Dönem Başkanları



Ayşe EYÜBOĞLU
1.Dönem DPİD Başkanı



Sanem OKTAR
2.Dönem DPİD Başkanı



Murat KARAMANOĞLU
3.Dönem DPİD Başkanı



Emine PURA
4.Dönem DPİD Başkanı



Alper SESLİ
5.Dönem DPİD Başkanı



Serhat DEMİREL
6.Dönem DPİD Başkanı



Zuhal Gezer Demirci
7.Dönem DPİD Başkanı



Yaşar Şeki
8.Dönem DPİD Başkanı

DPİD Geçmiş Dönem Yönetim Kurulu

2005-2007 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; Ayşe Eyüboğlu

Başkan Yardımcısı; Sinan Günal

Sayman; Tanju Kaynarsoy

Üyeler; Ahmet Pura, Sanem Oktar, Pınar Özdemir,
Süleyman Satal

2007-2009 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; Sanem Oktar

Başkan Yardımcısı; Sinan Günal

Sayman; Murat Karamanoğlu

Genel Sekreter; Mehmet Alişan

Üyeler; Ayşe Eyüboğlu, Emine Pura, Mesut Özalp

2009-2011 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; Murat Karamanoğlu

Başkan Yardımcısı; Emine Pura

Sayman; İbrahim Ügdül

Genel Sekreter; Aslı Salman

Üyeler; Sanem Oktar, Alper Sesli, Burak Özcan

2011-2013 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; Emine Pura

Başkan Yardımcısı; Alper Sesli

Sayman; A. İlhan Tireli, Özgür Akış

Genel Sekreter; Sinan Günal

Üyeler; Derya Sezar, Murat Karamanoğlu, Aslı Şarman

DPİD Geçmiş Dönem Yönetim Kurulu

2013-2015 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; Ş.Alper Sesli

Başkan Yardımcısı; A.Serhat Demirel

Sayman; Zuhall Gezer Demirci

Genel Sekreter; Yaşar Şeki

Üyeler; Emine Pura, Eser Hakim, Sinan Günal

2015-2017 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; A.Serhat Demirel

Başkan Yardımcısı; Zuhall Gezer Demirci, Eser Hakim

Sayman; Yaşar Şeki

Genel Sekreter; Melis Onat

Üyeler; Ş.Alper Sesli, Ayten Karahan Hasgöl

2017-2019 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; Zuhall Gezer Demirci

Başkan Yardımcısı; Yeşim Ertürk

Başkan Yardımcısı; Melis Onat

Sayman; Ayten Karahan Hasgöl

Genel Sekreter; Yaşar Şeki

Üyeler; A.Serhat Demirel, Eser Hakim, Elmas Özler, Fatih Türe

2019-2021 Döneminde DPİD Yönetim Kurulu'nda Görev Almış DPİD Üyeleri

Başkan; Yaşar Şeki

As Başkan; Zuhall Gezer Demirci

As Başkan; Elmas Özler

As Başkan; Ayten Karahan Hasgöl / Cem Alpay

Sayman; Bülent Garip

Genel Sekreter; Fatih Türe,

Üyeler; Yeşim Ertürk, Mesut Özalp

DPİD 8. Dönem Yönetim Kurulu



Yaşar Şeki
Başkan



Elmas Özler
As Başkan



Zuhal Gezer Demirci
As Başkan



Melis Onat
As Başkan



Cem Alpay
As Başkan



Bülent Garip
Sayman



Fatih Türe
Genel Sekreter



Yeşim Ertürk
Asil Üye



Mesut Özalp
Asil Üye

DPİD 8.Dönem Yönetim Kurulu Yedek ve Denetleme Kurulu Üyeleri



İlker Akar
Yedek Üye



Nilüfer Gürtekin
Yalçinkaya
Yedek Üye



Burak Kılavuz
Yedek Üye



Çağrı Alıcı
Yedek Üye



Şule Yüksel
Yedek Üye

Denetleme Kurulu Üyeleri

Emre Çoroğlu
Başkan

Müşfik Duru
Denetleme Asil

Sanem Oktar
Denetleme Asil

Murat Karamanoğlu
Denetleme Yedek

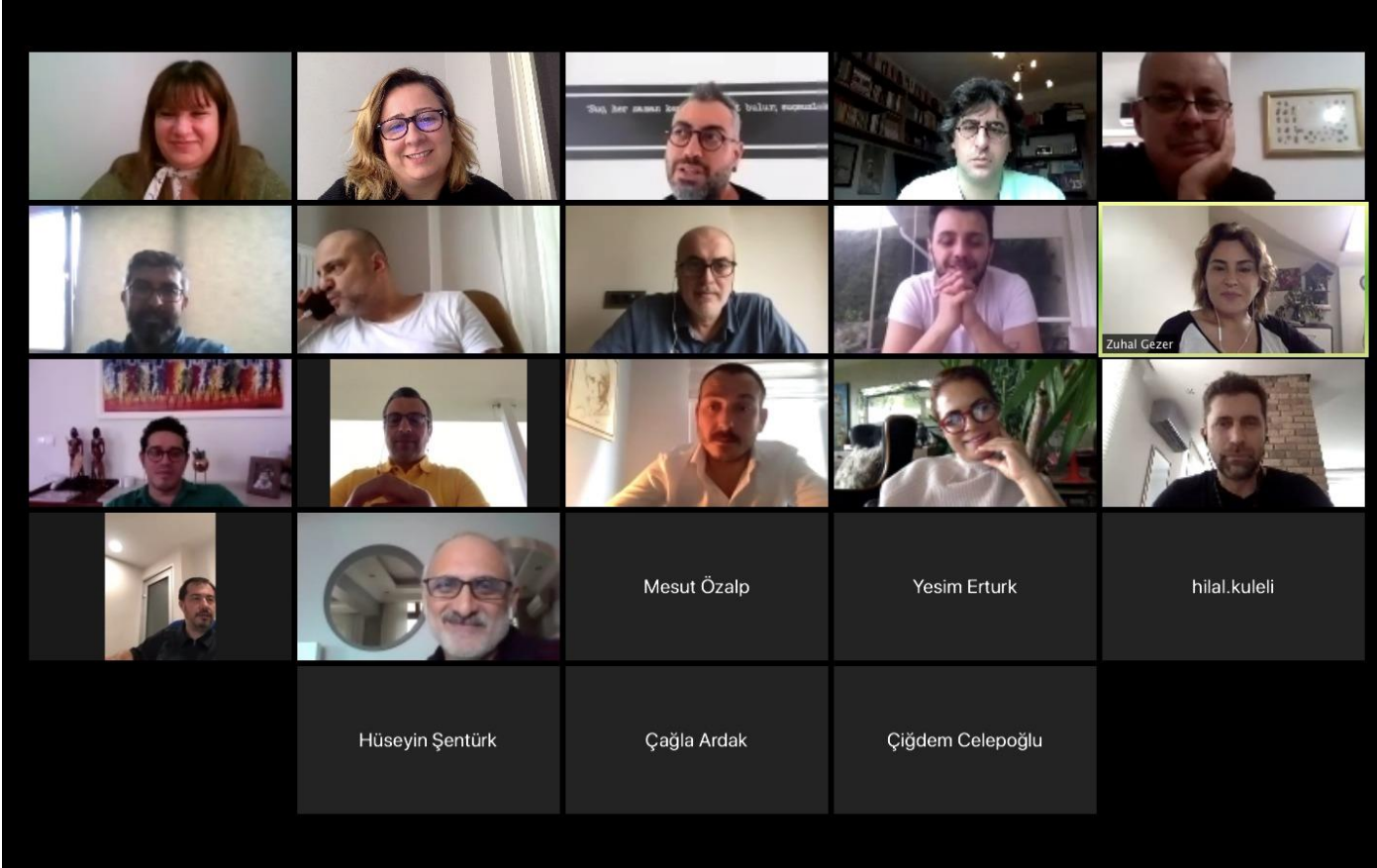
Murat Esen
Denetleme Yedek

A. Serhat Demirel
Denetleme Yedek

Kahvaltı organizasyonu -- 29 Nisan 2019



Üye Toplantısı



DPİD üyelerimizle online gerçekleştirdiğimiz Mayıs ayı toplantımızı, kocaman bir özlemle tamamladık.

Marketing Türkiye 30
NEW STEP

**12 Mayıs Salı
Saat 14:00**
CANLI YAYIN

“Etkinlik Sektörü Geleceğini Arıyor!”
Yeni dönemde etkinlik anlayışı nasıl şekillenecek?

Günseli Özen
Marketing Türkiye
Genel Yayın Yönetmeni

Ferruh Altun
Marketing Türkiye
Haber Müdürü

Yaşar Şeki
DPİD Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO Event Genel Müdürü

Yeşim Ertürk
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi ve Hedef Direct Ajans Başkanı

İlker Akar
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi ve DSM Group Ajans Başkanı

www.marketingturkiye.com

[/MarketingTR](https://www.youtube.com/MarketingTR)

12 Mayıs 2020 Salı günü Yaşar Şeki , Yeşim Ertürk ve İlker Akar etkinlik sektörünün geleceğinin konuşulduğu Marketing Türkiye YouTube kanalındaki canlı yayına katıldılar.

18 STK 1 Platform Çalışmalar



Birbirine yakın alanlarda hizmet veren ve COVID-19 salgını nedeniyle en çok etkilenen sektörler arasında yer alan 12 sivil toplum kuruluşu olarak yaptığımız çağrıya kulak verilmesini memnuniyetle karşılıyoruz.

Başta en çok etkilenen ve destek verilecek sektörler arasında yer alan **“Etkinlik-Organizasyon”** sektörünü bizzat ifade eden

Sayın Cumhurbaşkanımıza,

Sonrasında hükümetimizin ilgili bakanlıklarına ve dayanışma ruhu içinde hareket eden tüm sektörel paydaşlarımıza bu başlangıç için teşekkürü borç biliyoruz.

Bu zor şartlar altında devletimizin devam eden süreçte de vereceği destekler ile yakın gelecekte yine var gücümüz ile çalışmaya ve üretmeye devam edeceğiz.



GEREKLİ DESTEKLERİN SAĞLANMASI HALİNDE 2023’TE İSTANBUL’U DÜNYANIN KONGRE, KONFERANS, FUAR MERKEZİ HALİNE GETİRECEĞİZ.

11 Ağustos 2020 Salı günü MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events & Exhibitions) endüstrisinden 16 sivil toplum kuruluşu ve 1 platformun temsilcileri bir araya gelerek ortak bir basın toplantısı düzenlediler.

Basın toplantısında sektörel dernekleri temsilen söz alan I-MICE Başkanı Hüseyin Kurt, pandemi sebebi ile dünyada MICE turizminin yapılamadığını ve bu anlamda tüm destinasyonların eşitlendiğini ifade etti. Kurt, “İyi bir pazarlamayla İstanbul’u dünyanın uluslararası fuar, kongre, etkinlik merkezi haline getirmek ana hedefimizdir. Gerekli devlet desteğini almamız halinde 2023 yılında Türkiye uluslararası alanda MICE sektöründe lider ülkeler arasında ilk sıralarda olacaktır,” şeklinde görüşlerini ifade etti.

18 STK 1 Platform Çalışmalar



18 STK 1 Platform Çalışmalar

meltemtepeleroofficial

Event Industry Association Presidents working to save the Industry.. We are stronger together..💪

Etkinlik Endustrisi STK Başkanları ,
Sektör için birlikte çalışıyor.. Hepberaber daha güçlüyüz ..💪



@TUEDOFFICIAL

@DPID_TR

@AFYAD

@YEPUD_TR

@i.MICE

@BOYDBODRUM

@SITETURKEY

@MPITURKEYOFFICIAL

@FSTD2020

@YEKONORG

**İçinde olduğumuz 17 STK ve bir platform ile
sektör olarak birlikte daha güçlü olmak ve
sorunları dile getirmek için ziyaretler
gerçekleştirdik**



siteturkey Turizm ve Etkinlik sektörü - 17 dernek ve 1 platformdan oluşan - sivil inisiyatif olarak sektörümüzü, end...

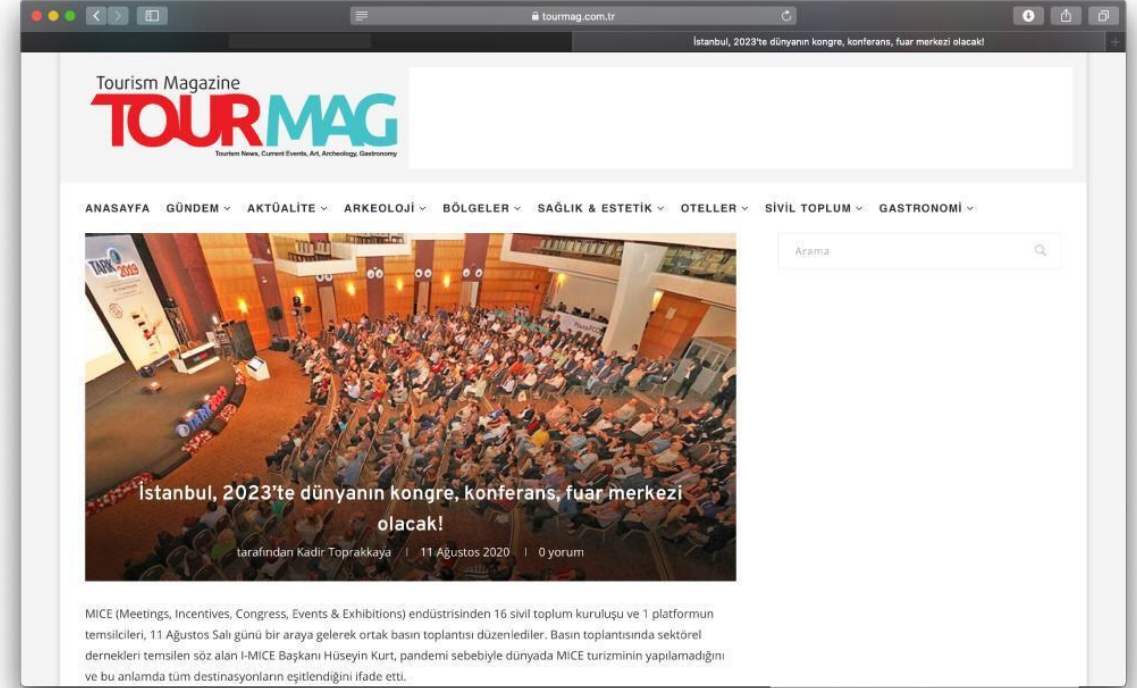
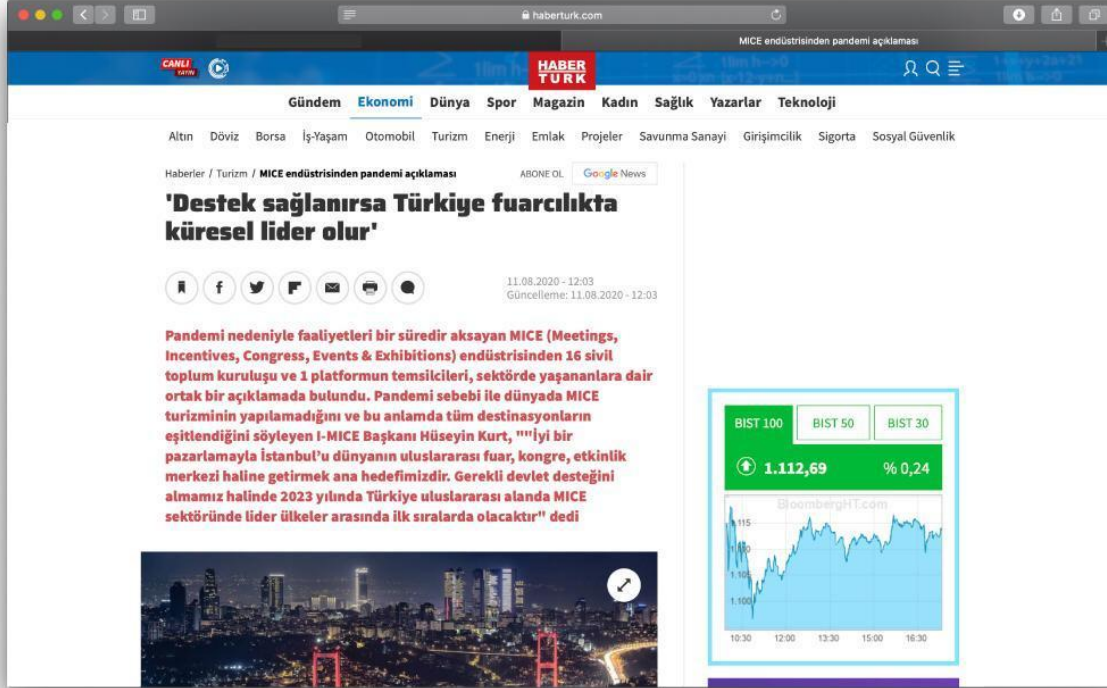
18 STK 1 Platform Çalışmalar



18 STK 1 Platform Çalışmalar



18 STK 1 Platform Çalışmalar



18 STK 1 Platform Çalışmalar



Veri Tabanı Çalışma Kurulu



Veri Tabanı Çalışma Kurulu ilk olarak 20 Kasım Çarşamba toplanarak aşağıda bulunan Çalışma komiteleri oluşturuldu.

Mevzuat Komitesi

Emrah Fakir – Pharos

Seda Özbay - Tanı

Şevki Aydemir - Directcom

Serra Hanım – Doğuş

Eğitim Komitesi

Deren Karaca-Leaddga

Simla Yaman- Directcom

Enis Başeğmez–3S Teknoloji

Efe Capar – Koçtaş

Ödül Komitesi

Ömer Sarıkaya – Doğuş

Simge Gökalp Çakır – Petrol Ofisi

Enis Başeğmez – 3S Teknoloji



DPİD Direct Talks

dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

Direct Talks

LCV : gulsah.kose@dpid.org.tr

Lütfiye Genco
Yönetim Danışmanı
Profesyonel Koç
16 Temmuz 2020 - Saat 16.00

Ali Erhan Tamer
Yükselen Teknolojiler Girişimcisi
28 Temmuz 2020 - Saat 16.00

Yelda İpekli
Marka Yönetim Uzmanı
5 Ağustos 2020 - Saat 16.00

Ali Ağaoğlu
Ekonomist
10 Ağustos 2020 - Saat 16.00

dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

Direct Talks

Ali Ağaoğlu
Ekonomist

Ekonomi 21
10 Ağustos 2020
Pazartesi
Saat 16.00

dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

Direct Talks

Ali Erhan Tamer
Yükselen Teknolojiler
Girişimcisi

**Dijital
Düşünür**
28 Temmuz 2020
Salı
Saat 16.00

dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

Direct Talks

Lütfiye Genco
Yönetim Danışmanı
Profesyonel Koç

**Değişim Döneminde
Esnek Dayanıklılık**
16 Temmuz 2020
Perşembe
Saat 16.00

dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

Direct Talks

Yelda İpekli
Marka Yönetim Uzmanı

**Yeni Dünyada
Marka**
5 Ağustos 2020
Çarşamba
Saat 16.00

Uluslararası Ankara Marka Buluşmaları



28-29-30 Kasım 2019'da Congressium'da gerçekleştirilen Uluslar arası Ankara Marka Buluşmaları'nda 28 Kasım'da Bergama salonunda yarım günlük bir eğitim programı düzenledik. Ayrıca etkinlik süresince fuar alanındaki standımızda etkinlik ziyaretçilerini ağırladık.



Uluslararası Ankara Marka Buluşmaları



12. DP Ödülleri (2020)

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği'nin her yıl düzenlediği Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nin 12.si, 30 Aralık 2020 tarihinde Youtube kanalımız üzerinden canlı yayınlanan ödül töreniyle sahiplerini buldu.

2019 yılında hayata geçen 255 projenin değerlendirildiği Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nde, 26 kategoride 82 proje ödüle layık görüldü.



12. DP Ödülleri (2020)



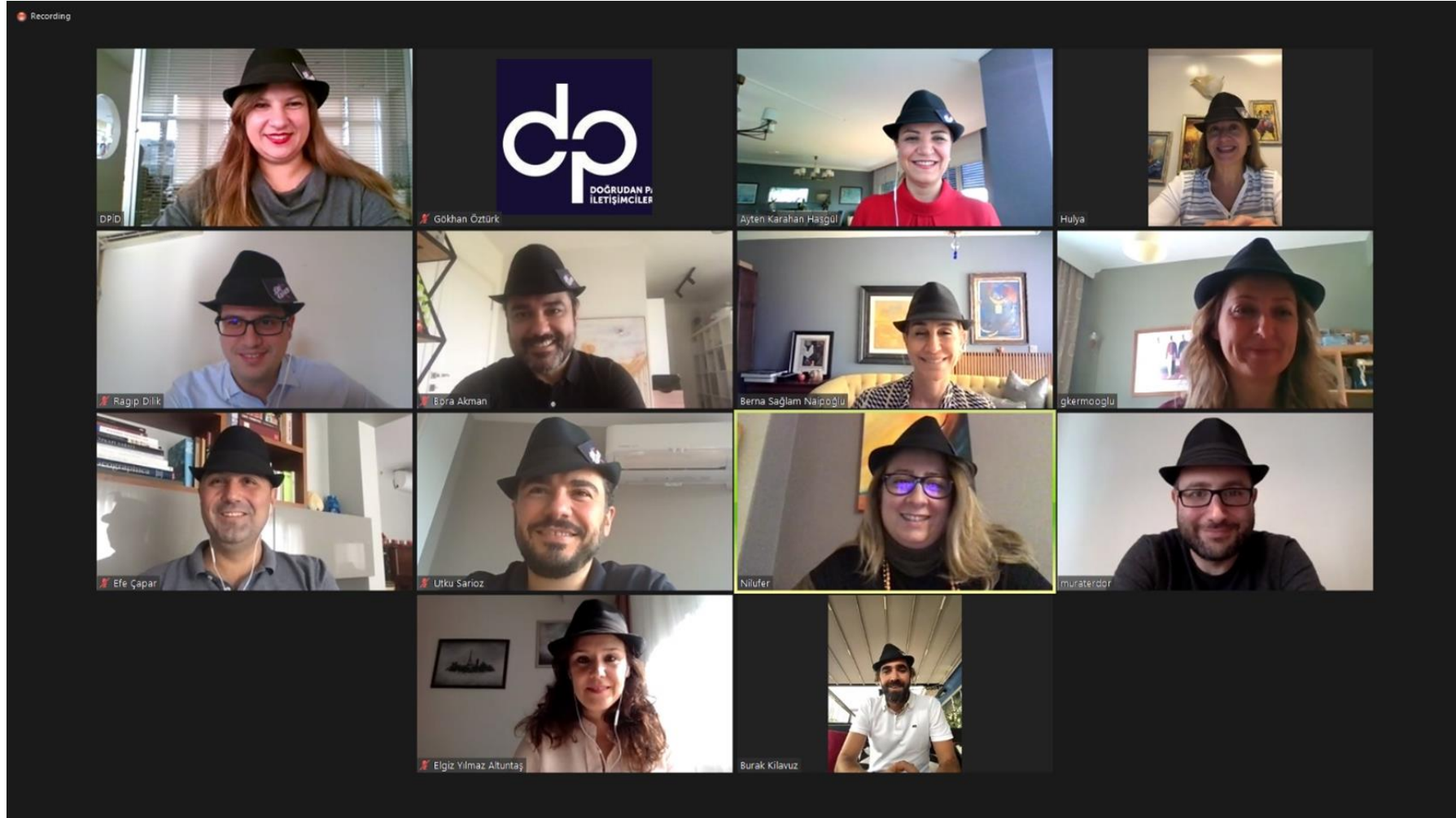
11 Kasım 2020 Saha ve Satış Noktası kategorisi Ana jüri değerlendirme Toplantısı

12. DP Ödülleri (2020)



12 Kasım 2020 Etkinlik Pazarlaması kategorisi Ana Jüri Değerlendirme Toplantısı

12. DP Ödülleri (2020)



13 Kasım 2020 Dijital & Veriye Dayalı Pazarlama kategorisi Ana Jüri Değerlendirme Toplantısı

Saha ve Satış Noktası alışmalar

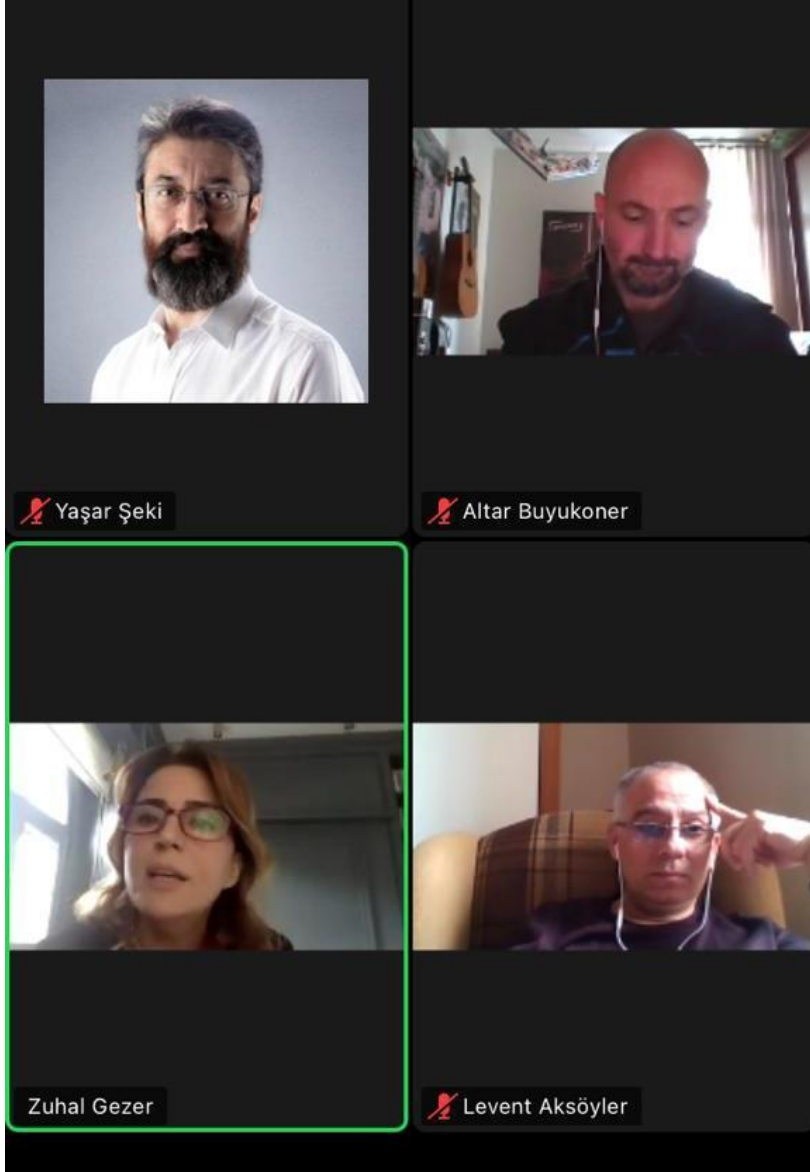


Saha ajanslarının sahada çalışan promotrlerin çalışma esaslarına aykırı durumları bildirmeleri için DPİD Bilgi hattı adı altında bir platform oluşturuldu ve kullanıcı adı ve şifreleri üyelere bildirildi. Bildirimler geldikçe ilgili mağaza yöneticileri ile paylaşılarak çözüm üretilmesi konusunda aksiyonlar alındı.

Ajans bazında alınan aksiyonlar üzerine görüşmek amacıyla 28 Mayıs tarihinde üyelerimizle bir araya gelerek toplantı gerçekleştirildi.



Saha ve Satış Noktası alışmalar



Gıda Perakendecileri Derneği Tanıtım Elemanı ve Tanıtım Sorumlusu meslek standartlarının Ulusal Yeterliliklerinin hazırlanması amacıyla Avrupa Birliği fonuna başvuruda bulundular ve yeterlilikleri birlikte hazırlamamız için derneğimizle iletişime geçtiler.

Fon başvurusu kabul edildi ve çalışmalara başlandı. Tanıtım Sorumlusu'nun Ulusal yeterlilik taslağı hazırlanarak inceleme için MYK'ya gönderildi. MYK onayı sonrasında görüşe ıkarılacak. Bu süreçte herhangi bir revize görüş gelmezse resmi gazetede yayınlanacak. Tanıtım sorumlusu Ulusal Yeterliliği hazırlık alışmaları Temmuz sonunda başlatılacak.

Yönetim Kurulu Toplantıları



Yönetim Kurulu Toplantıları



Etik Çalışma Grubu



20 Haziran 2019 tarihinde Teid ile bir toplantı gerçekleştirilerek birlikte yapılabilecekler konusunda görüşüldü. Üyelerimizin farkındalığını artırmak amacıyla bir eğitim yapılması planlandı.

03 Temmuz tarihinde Teid'den Tayfun Bey'in katılımıyla Etik Çalışma Grubu ile bir toplantı gerçekleştirildi.



dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

Tayfun Zaman
TEİD Yönetim Kurulu Üyesi

21. Yüzyılın rekabetçi ortamında kimler ayakta kalacak?

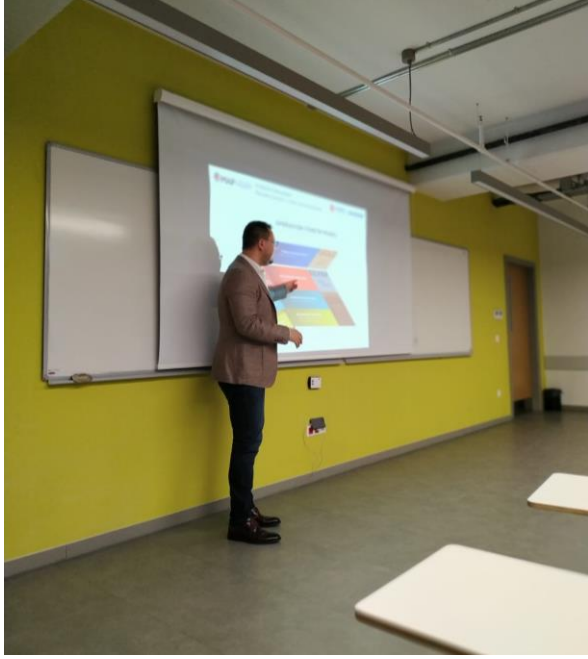
İş Etiği ve Uygulamaları Üzerine
Kısa Bir Sohbet

Tarih: 6 Kasım 2019
Saat: 10:00 - 13:00

Yer: DPİD Dernek Merkezi
Adres: Pürtelaş Hasan
Efendi Mah. Meclis-i
Mebusan Cad. Murat Han
No.31/5
Fındıklı/ Beyoğlu / İstanbul

Dernek üyelerinin farkındalığını artırmak amacıyla 06 Kasım tarihinde Etik İtibar Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Sn. Tayfun Zaman tarafından “21. Yüzyılın rekabetçi ortamında kimler ayakta kalacak?” başlıklı bir eğitim gerçekleştirildi.

Map – Altınbaş Üniversitesi



BrandMap ve DPİD ortaklığında yürütülen MapAltınbaş Stratejik Pazarlama ve Marka Yönetimi/Marka Yöneticiliği Uzmanlık Dalı Yüksek Lisans Programı gerçekleştirildi.





Yeni Üye Kazanma ve Mevcut Üye İlişkilerimiz

DPİD kuruluş amacı çerçevesinde üyeleri ile olan ilişkileri güçlendirmek ve sektörde genişleyebilmek için üyelerine yönelik çalışmalara devam etmiştir. DPİD'in, bugün itibariyle etkinlik pazarlaması, interaktif pazarlama, veritabanına dayalı pazarlama ile satış noktası ve sahada pazarlama alanında hizmet veren toplam **41 üyesi** bulunmaktadır.



Bu dönem içinde **Kit Group Marketing ve Mystaff** firmaları derneğimize üyelik için başvuruda bulunmuş ve üyelikleri kabul edilmiştir.

Üyelerimiz



Engin Satış Destek Hizmetleri A.Ş.



Üyelerimiz



Toplam üye sayısı: 41

DPİD Yurt İçi, Yurt Dışı Üyeliklerimiz



Basında DPİD



Campaign Türkiye 93. Sayısı

İlker Akar
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi



Değişen oyunun kuralları
Dünya ekonomisinde 2009'dan bu yana süregelen ekonomik yavaşlama ve bunun aşılmasına ilişkin alınan birçok parasal ve yapısal önlemin alındığını görüyoruz. Büyümenin durması ve süregelen korku herkesi olumsuz yönde etkiliyor. Hemen burada 19. yy başlarında yaşanan endüstriyel devrimde, el dokumacılığı ile uğraşan işçilerin

var olan endüstri devriminin beraberinde getirdiği tekstil makinelerini kirakak işsiz kalma korkusunu örnek gösterebiliriz. Aslında burada görülen en büyük motivasyonu, değişime karşı gösterilen direnç. Her değişim beraberinde evrim ve fırsatlar getirmekte. Bu evrim sonrasında bir daha eski şartlar, imkanlar, ekonomik koşullar hatta iş yapma imkanları geri gelmeyecebilir. Buna ayak uydurmak, çizginin dışında hayaller kurmak ve bunları hayata geçirmek birçok açıdan avantaj kazandırır hızlı adımlarla öne çıkmayı sağlayabilir. Günümüzde ise internetin hızlı gelişimi, ulaşılmasını kolay ve ucuz olması, sosyal medyanın trend olması, iş dünyasında ciddi değişikliklere yol açmakta. Dünyada da proje grupları arasında oluşturulan iş birliklikleri göze çarpmakta. Son zamanlarda, sektörümüzde de farklı projelerde çeşitli ittifaklar ortaya çıkmakta, güçlü yanlarını ortaya koyan ajanslar, bir araya gelecek yaratıcıları projeleri hayata geçirmekte. Bu da bizim son zamanlarda piyasalarda gördüğümüz bir evrim. Eğer bu değişime ayak diremezseniz siz de bu dönemde meydana gelen değişimin bir parçası olabileceğinize sahip olacağınız demektir. Zamanla her şeyin nasıl değiştiğini daha rahat görmeye imkanınız olacaktır ancak ortada var olan şartların meydana getirdiği değişimin de farkında olmamız gerekiyor diye düşünüyorum. Her yeni dönem, beraberinde yeni oyun biçimlerini ve oyuncuları getirecektir. Önemli olan oyunun içinde kalabilmektir.

Pürtelaz Hasan Efendi Mah. Meclis-i Mebusan Cad. Murat Han No:31/F Fındıklı / Beyoğlu-İstanbul
Telefon: 0212 244 88 71 Faks: 0212 244 88 72 dpida@dpid.org.tr



Campaign Türkiye'nin 95. sayı

Melis Onat
DPİD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı



Hızlan ve Deneyime Odaklan!

Bugün hayatımızdaki tüm markaların, arkasındaki üst düzey Pazarlama Yöneticilerinin (Chief Marketing Officer) hedeflerinde tek bir odak var; o da büyüme. Bu yüzden de ünvanlarının zamanla, CGO (Chief Growth Officer) olarak değiştiğini öngörmek yersiz olmaz.

Bu hedefe, tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için yeni yollar bulmaya zorlayan teknolojilerin yön-

lendirdiği pazarlarda ulaşmaya çalışıyorlar. Medya harcamaları ve faaliyetlerinin arkasında; daima hedef kitleye uygun içeriği sunmak planı var. Büyümenin yolu, insan odaklı inovasyon ve pazarlama faaliyetlerinde, içgörü ve hızı yakalamakla mümkün olacak.

2020'nin ilk günlerinde, geleceğin akıllı evi adeta canlı bir organizma olarak tanıtılacak; katılabilir TV ve bilgisayar ekranları, günlük yaşamda bir partner olarak konumlanan robotlar, akıllı diş fırçaları ve traş bıçakları tüketicilerle buluşturulurken; görüyoruz ki teknoloji şirketleri yaşam tarzı marketlerine dönüşmekte. CE, Consumer Electronics'ten tanıdığımız "E" harfi, zamanla kendini "elektronik" yerine "experience" (deneyim) kelimesine bırakıyor.

Markalar, insan ihtiyacına odaklı inovasyonlarla karşımıza çıktıkça, biz ajanslara da, sahada, doğru temas noktası, doğru zamanda yeni metodolojilerle tüketici deneyimini kurgulamak düşüyor.

Hedef kitile ile; sahada telefonuna, kulaklığına ilettiğini geçerken onları gözlemleri toslukmak yerine marka ile yüz yüze deneyimlemeye davet ederek. Markanın temsil ettiği değerleri ve durumu yaşıyarak anlamasını sağlayarak. Tüm pazarlama profesyonelleri ile birlikte akıl almaz hızda değişen dünyanın, insanların yüksek ritmine ayak uydurarak. Campaign Türkiye'nin yeni yaşıni kutlarken; umuyor ve diliyoruz ki, 2020 de ülkemiz insanlarını dokunarak büyük fayda, büyüme sağlayacak projelere, hızı yakalayan yaratıcı deneyimlere tanık olacağız.

Prof. Dr. Hasan Elmalı, Marmara Univ. İktisadi İdari Bilimler Fak. İktisat Böl. Kurumlar Teorisi ve Politika Anabilim Dalı
E-posta: hasan@isparta.ikad.bilim.gov.tr / Tel: 0312 244 88 71 / Faks: 0312 244 88 72 / e-posta: dptd@isparta.ikad.bilim.gov.tr



Campaign Türkiye'nin 111. sayısı

Elmas Özler
DPİD Asbaşkan



17 STK, 1 Platform ve UBUNTU

Belki çok yakın gelecekte olmayabilir ancak umudumuz bir gün her şeyin biteceği yönünde. O gün geldiğinde, geriye dönüp baktığımızda,yapmamız gerekenleri yaptık mı? Bu soruya içtenlikle cevap verebilmek, evet demek istiyoruz. Birey, kurum, sektör olarak çaba gösterdik mi sorusuna en anlamlı ve ölçülebilir yanıtımız STK'lar ile bir araya gelerek yönet-tiğimiz sürecim olacak. Eğitim Teknolojileri Zirvesi'nin açılışı

konuşmasında Cem Seymen'in işaret ettiği gibi kendi dünyamızdan çıkararak, cesaretle, başkalarına elimizi uzatmak ve STK'lar ile çalışmak çok kıymetli oldu. Bu bulanık dönemde DPİD'in içinde yer aldığımız 17 STK ve bir platform, sektör tarihinde ilk kez bu denli amaç odaklı, işbirlikçi bir tutum benimseyerek sektör sorunlarına çözüm bulmak ve farkındalık yaratmak için bir araya geldi. Tüm meslek kuruluşları, odalar, birlikler, ilgili bakanlıklar ziyaret edilerek sorunlar ve çözüm önerileri dile getirildi.

Verinin ne denli önemli olduğu bu süreçte bir kez daha anlaşıldı. Veri, üretkenlik artırmanın, müşteri eğilimlerini ve değişen yeni tercihlerini anlamının ötesinde sektörel verilerin toplanması, kategorize edilmesi, sürdürülebilir kaynakların sağlanması ve hatta yeni dönem doğrudan pazarlama endüstrisi trendlerinin belirlenebilmesi için gerekli. Güzel bir Afrika felsefesi olan UBUNTU, bu dönem çok revaçta. "Ben yerim BİZ" demek. 17 STK, 1 Platform, her bir üyesinin sorumluluğunu taşıyarak, BİZ'in sorunlarını dile getire. Güç birliği, amaç birliği yaptı ve sektörün sesini daha güçlü bir şekilde dile getirmeyi sağladı.

Bir gün her şey bittiğinde, takım çalışması yaptık, ortak amaç için çalıştık, veri kategorize ederek verimliliği artıracak yollar bulduk, ekiplerimize ve sektörümüze liderlik edecek şekilde sorumluluk alarak süreci yönettik diyebilmek istiyoruz. Birlikte cesaretle kuralları yeniden yazmaya başladık.

Pürtelaş Hasan Efendi Mah. Meclis-i Mebusan Cad. Murat Han No:31/f Fındıklı / Beyoğlu-İstanbul
Telefon: 0212 244 88 71Faks: 0212 244 88 72 dpid@dpid.org.tr



Cambridge University Press

Alper ZELİ
DİD 2. Dönem Yönetim Kurulu Başkanı



ENDÜSTRİSİ...
“YENİ NORMAL?” ve ETKİNLİK

Այս օրը համարվում է Միջազգային խաղաղության օրը։

- Գրեք ինքնուրույն աշխատանք՝
 Գրեք ինքնուրույն աշխատանք՝
 Գրեք ինքնուրույն աշխատանք՝

ile miyalar odaklı sadık bir hedef kitle söz konusudur. Pazarlama ve onlara etkinlik tabanlı pazarlama ile ilgili Kulturel, Spor, Sanat, Fuar, Kongre, Konferans ve Hafta kutum içi

Küresel salgının ile birlikte endüstri ve Markalar kendilerini ciddi ve başarılı bir pazarlama içinde buldular Dijital Etkinlik adı altında

[illegible]

...değil!
Kuşaklar için mümkün değildir. Gelecekte belki ve taktik budur
2. Bu yüzden Çarlı Ekozistemler ile karşılaşıldıysa şu an mevcut
olmayan eski denek gibi eleştirilebilir ve IA ve VR odaklı deneyimleri
"Ofline Etkinlikler" olarak "Online Etkinliklerden" sözünü savunuyor

günlük yaşamda karşılaşılan problemleri tanımlama ve bunların çözümüne yönelik olarak çözüm önerileri geliştirme, bu önerilerin uygulanabilirliğini değerlendirme, sonuçları değerlendirme ve raporlama süreçlerini kapsar. Bu süreçler, öğrencilerin problem çözme becerilerini geliştirir ve onların günlük yaşamda karşılaştıkları problemleri çözme becerilerini artırır.

köften değiştirmek mümkün değil.

İnsanların düzenlenmesidir.

Eski Normal bizler için tek Normal ve Yeni Normal ise bizim endüstrimiz için sadece Güvenlik, Hijyen ve Sağlık tedbirleriydi.

...למי'לם
Kultarmare ve birikite olmanu bagayolmas ücünü izid Nor-

Telefon: 0212 244 88 71 faks: 0212 244 88 75 dbid@dbid.org.tr
Pörfes Hasan Ertel Mah. Medis-i Mepuzan Cad. Murat Han No:317 Fındıklı / Beşoğlu-İstanbul



Campaign Türkiye 92. Sayısı

Burak Kılavuz
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi



Dijitalde Son Dakika...

Dijital dönüşüm ile büyüyen Z kuşağının hayata katılması ve değişen tüketim alışkanlıkları bir tesadüf değil. Yakın zamana kadar tüketim alışkanlıklarının değişmeyen isimlerini sokağımızın başındaki marketlerde görebiliyorduk. Şimdiye onları App Store ve Play Store'da görüyoruz. Bugünü ve geleceği iyi yorumlamak isteyen her pazarlamacı önce

dijital inovasyonları yakından takip etmeli ve mecra ya özel aksiyonlar almalı. Çünkü dijital dünyanın yaratıcılıktan beslenen ve dogmatik formlara karşı yapışıcı sektörümüzün profesyonellerini zihinsel bir evrimleşme sürecine doğru götürüyor. Her gün farklı tonlarda yazılan, farklı teknolojilerle oluşturulan, farklı ilham kaynaklarıyla beslenen ve farklı noktalarda sergilenen yüzlerce mesajla karşılaştığımız bir dünyada yaşıyoruz. İşte bu nedenle çağı yakalamak isteyen herkesin, artık çizginin üstünde ya da altıyla değil, o çizgiyi oluşturan her bir noktayla özel olarak ilgilenmesi gerekiyor. Trendleri hızla değişen dijital dünyada demode kalmamanın yolu içeriğin gücünü artırmaktan geçiyor. İçeriğin gücünü artırmanın yoluysa; hedef kitlelerin bilgi tüketim alışkanlıklarına ve sosyal hayatında kullandığı mecraların tamamına cevap verebilecek yaratıcılığı ortaya koymaktan geçiyor. Araştırmalar, 2000 yılında doğan bir kişinin bugüne kadar ortalama 25 milyon reklam içeriğiyle karşılaştığını söylüyor. Peki bu mesajlardan kaçısı aklında kalıyor? Kaçısı ilgisini çekiyor?

Dijital dünyanın yeteneği kutsayın, yaratıcılığın çitasını yükselten ve herkesi üretici gören yapışıcı kreatif dünyadaki rekabetin alanını genişletiyor. Dolayısıyla ajanslar artık sadece birbirleriyle değil, tüm dijital medya kullanıcılarıyla rekabet ediyor. Bu sebeple günümüz yaratıcılarına düşen en önemli görev; tüm reklam noktalarındaki inovasyonlara ayak uyduran, hedef kitleyi heyecanlandıran, her platformda harekete geçiren ve onları birer reklam elçisine dönüştüren işler ortaya koymaktır.

Pürnelaş Hasan Efendi Mah. Meclis-i Mebusan Cad. Murat Han No:31/7 Fındıklı / Beyoğlu-İstanbul
Telefon: 0212 244 88 71Faks: 0212 244 88 72 dpiddpidd.org.tr



Campaign Türkiye'nin 96. sayı

Çağrı Alıcı
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi



Gerilla Pazarlama Ne Değildir?

Değişiyoruz. Beklentilerimiz, kullandığımız markalar, tepkilerimiz, alışkanlıklarımız değişiyor.

Bu hızlı değişim içinde markaların hedef kitleleri ile her zaman doğru ve sağlam bir ilişki kurmaları gerekiyor. Bu ilişkiyi hangi mecra da kurmaya çalıştığımız değil önemli olan, bunu nasıl yaptığımız? Nasıl konuştuğumuz? Ne hissettirdiğimiz, neyi deneyimlettirdiğimiz?

Deneyimsel pazarlamanın gücünü artık tartışmıyoruz, ancak deneyimsel pazarlama araçlarından biri olan gerilla pazarlama ile ilgili konuşmamız gerekenler var.

Gerilla pazarlama sadece pazarlama bütçesi düşük markaların kullandığı bir yöntem değildir. İlk ortaya atıldığı dönemde küçük işletmeler tarafından çok kullanılmış ancak giderek büyük pazarlama bütçeleri olan markaların da dikkatini çekmiştir.

Gerilla pazarlama yaratıcı mecra kullanımı değildir ya da sokakta uyguladığınız farklı bir sampling çalışması da. Gerilla pazarlamanın bir mecrası yok. Gerilla gibi taktiksel düşünerek kurgulanan işler var. Dijitalde, açıkavada ya da televizyonda da gerilla bir iş yapabilirsiniz. Temelinde şaşırtma ve konuşurma var. Yaratıcılık, esneklik, hız ve biraz risk gerektirir. İşte bu riski alan, cesur markalar fark yaratıyor.

Aslında son zamanlarda konuştuğumuz, tartıştığımız işlere baktığımızda hepsinde gerilla bir iz görürüz. 120 bin dolara satılan muzun hikayesinde de, Mercedes'in CEO'su Dieter Zetsche'nin emekliliğini BMW ile kutladığı filmde de bu izi görürüz. Çünkü gerillanın ruhunda konuşurma, şaşırtma var.

Sürekli, daha fazla etkileşim yaratacak mecralar peşinde koşuyoruz. Hedef kitlemize daha fazla nasıl dokunur, nasıl kalbine işleriz diye çalışıyoruz. Belki de çözüm daha fazla cesarettedir.

Cesaret, alışılmadık ve beklenmedik olmayı getirir. Beklenmeyen şaşırtır, merak ettirir. Bu da benzersiz etkileşim demektir.

Pürnelaş Hasan Efendi Mah. Meclis-i Mebusan Cad. Murat Han No:31/7 Fındıklı / Beyoğlu-İstanbul
Telefon: 0212 244 88 71Faks: 0212 244 88 72 dpiddpidd.org.tr



Campaign Türkiye'nin 103. sayı

Cem Alpay
DPİD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı



Yeni normalin kadim dostu "Veri Analitiği"

Pandemi tüm dünyayı olduğu gibi ülkemizi de kasıp kavurdu ve beraberinde "yeni normal" adını verdiğimiz bir değişim sürecini getirdi. Pandeminin insan sağlığı ve sağlık kuruluşları üzerindeki dramatik etkisi bir yana başta turizm, ulaşım, eğlence, üretim, perakende ve eğitim olmak üzere birçok sektör üzerinde de ciddi olumsuz etkileri oldu. Bu etkiler, istesek de istemesek de, günlük kararlarımızı, davranışlarımızı, karar alma süreçlerimizi, iş yapma şekillerimizi değiştirdi ve değiştirmeye devam ediyor.

Karar verme, özellikle gelecekle ilgili belirsizliğin olduğu stres dönemlerinde daha zor hale geliyor. Sağlıklı kararlar alabilmek, başarılı kalabilmek ve bu süreçten daha güçlenerek çıkabilmek adına kararlarımızı nasıl almamız? Geçmişte deneyimlediğimiz, bildiklerimizi unutturan ve önceliklerimizi değiştiren bu pandemi ortamında içgüdülerimiz mi yoksa veriye mi başvurmalıyız?

Pandeminin getirdiği ekonomik zorluklar nedeniyle farklı sektörlerdeki işletmeler kemerlerini sıkıyor. Bu gibi kriz ortamlarında işletmelerin nakit akışını korumaya odaklanması içgüdüsel bir savunma halidir. Elbette daha fazla maliyet odaklı olunması gereken zamanlar. Ancak, mevcut durumda veri analitiğine yatırım yapmanın ve ekipleri geliştirmenin onlara üstünlük sağlayacağını unutmamaları gerekiyor. Çünkü, yaşadığımız krize rağmen, işletmelerin halen tedarik zincirlerini ve ağlarını optimize etmeye, satışlarını tahmin etmeye, müşteri eğilimlerini analiz ederek iç görüler çıkartmaya, değişen tüketim davranışlarını tespit etmeye, segmentlerini ve tahmin modellerini güncellemeye, müşterilerine en uygun ürünleri ve promosyonları önermeye ihtiyaçları var. Ve bu ihtiyaç her zamankinden daha acil. Bu nedenle, veri analitiğine dayalı daha hızlı, daha akıllı ve daha otomatize çözümler gerekiyor.

İşletmelerin bir adım sonrasını göremedikleri ve belirsizliklerle dolu bu ortamda "yeni normal" için planlarını yaparken önlerini aydınlatmak en önemli kaynağın veri olduğunu düşünüyorum. Veriyi de işi çevirmenin yolu analitikten geçiyor. Daha aydınlık günler görmek dileğiyle... Veriyle kalın!

Pürnelaş Hasan Efendi Mah. Meclis-i Mebusan Cad. Murat Han No:31/7 Fındıklı / Beyoğlu-İstanbul
Telefon: 0212 244 88 71Faks: 0212 244 88 72 dpiddpidd.org.tr



Campaign Türkiye'nin 99. sayı

Bülent Garip
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi/Sayman



Kısa Çalışma Ödeneği

COVID-19 sonrası virüsün kendi isminden sonra en çok duyduğumuz kelimelerden bir tanesi de kısa adıyla KÇÖ oldu. Tüm işverenleri ve çalışanları ilgilendiren KÇÖ ile ilgilim uzun bir süre daha devam edebilir. Şimdilik 3 ay olarak sınırlı olan bu ödeneğin süresi Cumhurbaşkanı kararıyla 3 ay daha uzatılabilir.

25/03/2020 tarih 7226 sayılı kanunun 41.maddesi ile 4447

sayılı kanuna eklenen geçici 23.maddesi ile bu madde kapsamında yapılan başvuru tarihini 31/12/2020 tarihine kadar uzatmaya ve iyileştirilmiş gün sayılan olan 450 ve 60 günü değiştirmeye Cumhurbaşkanı yetkili kılınmıştır.

Kısa Çalışma Ödeneği kapsamında, 270 bine yakın firmadan 3 milyon üzerinde işçi için başvuru yapıldı. Başvurular ise halen devam ediyor. İşsizlik fonu kurulduğundan beri ilk kez Ocak-Nisan 2020 döneminde hem işsizlik ödeneği hem de KÇÖ olarak ödeme rekor düzeyine ulaşılmıştır. KÇÖ olarak sadece Nisan ayında çalışanlar için 4,1 milyar TL tahakkuk etmiş olup, yine de bu tutarlar çıktıktan sonra 6 Mayıs 2020 tarihi itibarıyla Fon varlığı 129,5 milyar TL'dir.

KÇÖ'nin çalışanlara bir an önce bağlanması için uygunluk tespitinin tamamlanması beklenmeksizin 16/04/2020 tarih 7244 sayılı kanunun 8.maddesi ile 4447 sayılı kanuna eklenen geçici 25.maddesi ile işverenlerin beyanı doğrultusunda kısa çalışma ödemesinin hızlandırılması sağlanmıştır.

KÇÖ bağlandıktan sonra işverenlerin dikkat edeceği önemli hususlar bulunmaktadır. KÇÖ alınan dönemlerde çalışanlardan herhangi birinin istifa etmesi, askere gitmesi, tutuklanması, istirahatli-raporlu olması ve kısmi süreli de olsa işe başlamaları durumunda ilgili iş kur hizmet merkezine yazılı olarak (kaşeli-imzalı) bildirilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde oluşacak fazla ödemeler işverenden tahsil edilir.

Diğer önemli husus ise kısa çalışma yapılan dönemlerde 01- 04- 15-22-27-28 SGK işten çıkış kodları ile çıkış yapılması gereklidir.

Pürnelaş Hasan Efendi Mah. Meclis-i Mebusan Cad. Murat Han No:31/7 Fındıklı / Beyoğlu-İstanbul
Telefon: 0212 244 88 71Faks: 0212 244 88 72 dpiddpidd.org.tr



Campaign Türkiye'nin 91. sayı

Ayten Karahan Hasgöl
DPİD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı



Veriye Dayalı Pazarlama Teknolojileri ve Verim Yaratmak

Tarihçi, yazar Yuval Noah Harari 21. Yüzyıl için 21 Ders isimli kitabında "VERİ"yi elinde tutan geleceği de elinde tutar" diyor ve veriye dayalı ekonominin nasıl bir dönüşüm yarattığına değiniyor. Dünya'daki en kıymetli şeyin toprak olduğu dönemlerden, sanayileşmeyle beraber üretim araçlarına kayan sahiplik mücadelesinin günümüzde "VERİ"ye kaydığını vurguluyor.

Dijital doğan şirketlere baktığımızda, tüketim, ilgi ve davranış verilerinden yaratılan iş modelleri ile 1-2 yıl gibi sürelerde milyonlarca müşteriye hizmet varic hale gelmekte. Yaratılan hizmet platformları ile büyük üretici markalar ve müşterileri arasına girip, müşteri ile ilişki yönetiminde kontrolü ellerine geçiriyorlar. Yaratılan platformlar, ihtiyacımız olan bilgiyi/hizmeti sunarken pek çok kişisel verimizi de elde etmiş oluyor. Kişisel verilerin depolanması, işlenmesi regülasyonlar ile düzenlenmiş durumda. Tüketiciler, markalardan kendileri için kişiselleştirilmiş hizmet/iletişim talep etmekte, markalar bunu sağlamak için tüketicilerden verilerini toplama, işleme izni almaktadır.

AI (Yapay zeka) /ML (Makine öğrenmesi) temelli algoritmaların kullanışla yapılan tüketim tahminleme, kampanya öneri ve geri dönüş, tüketici karlılık modeli çalışmalarıyla, hangi müşteriye hangi iletişimin, hangi zamanlarda sunulacağı, fayda verilip verilmeyeceği gibi parametrelere karar verilir, tüm süreç yönetimi otomatize edilebilmekte. Yaptığımız çalışmalarda, müşterilerin geliş zaman ortalamaları düşürmekte (örneğin; gıda perakendesi için ayda 1'den haftada 1'e çekilmesi), kampanya geri dönüş oranı ve sepet ortalamalarını artırmakta (tarihi sektörlerde 4 kista kadar), kampanya ciro/maliyet oranlarında çarpıcı iyileşmeler sağlamaktayız.

Dijital pazarlama teknolojileri biz pazarlama uzmanlarına bütçelerini optimum şekilde kullanabilmemiz için yeni imkanlar sunmaya devam edecek. Yeter ki bizler bu yenilikleri deneme, çıktılardan öğrenme ve bu öğrendiklerimizle yeni deneyimler yapma cesaretini gösterelim.



Campaign Türkiye'nin 94. sayı

Tolga Artan
DPİD Üyesi



Yapay Zekâ ile Marka Deneyimi Oluşturmak...

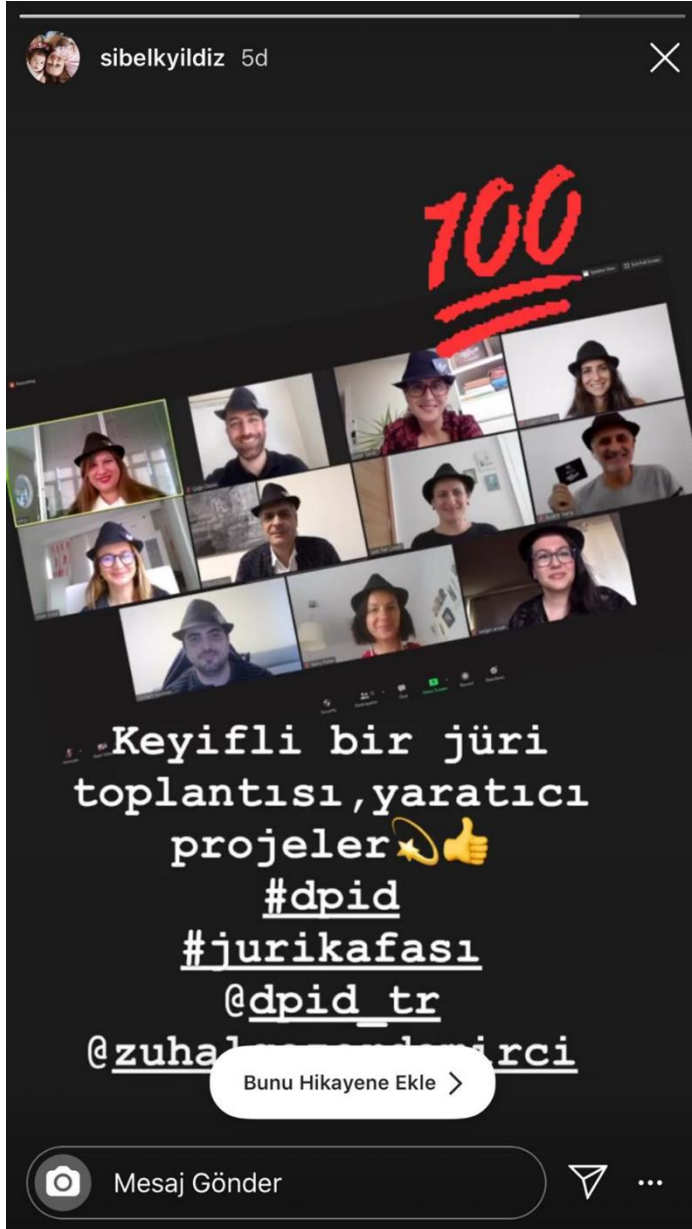
Markalar, hedef kitleleri ile olan deneyimlerinde yeni teknolojileri kullanarak rekabet avantajı sağlamaya çalışıyor. Gelişen pazarlama teknolojileri ile kullanıcıların davranışlarını izlemek, anlamlandırmak ve kullanıcı deneyimini yönetebilmek için çaba harcıyorlar. Tüketiciler de kendi isteklerini anlayabilen, onlara gerçek zamanlı bilgi, avantaj veya hizmet sunabilen markaları tercih ediyorlar. Bu da hedef kitleleri ile yakın

diyalog kurabilen markaları ön plana çıkarıyor. Ancak hedef kitlelerdeki binlerce kullanıcıyı tanımak, anlamak ve onlara gerçek zamanlı deneyim sunabilmek kolay değil.

İşte burada yapay zekâ önemli bir fark yaratıyor. Günümüzde Yapay Zekânın ses tanıma, doğal dilde konuşma, anlama, görsel tanıma gibi gelişim alanları, hedef kitle ile farklı arayüzler üzerinden doğal dilde yani konuşarak iletişim kurmayı erişilebilir hale getiriyor. Conversational AI, (Diyalog Bazlı Yapay Zekâ) ve pazarlama alanındaki uygulamalarının odaklandığı Conversational Marketing (Diyalog Bazlı Pazarlama), markalara hedef kitleleri ile doğrudan, gerçek zamanlı ve kişiselleştirilmiş etkileşime girme fırsatı sunuyor. Bir kişinin ne istediğini anlamak için onun davranışlarını analiz ederek tahminde bulunmaya çalışmaktansa doğrudan "Size nasıl yardımcı olabilirim" diye sormak daha kolay değil mi?

Sanal Asistanlar, yapay zekâ destekli marka deneyimi oluşturmak için önemli bir araç haline geldi. Artık markalar web sitesinde, mobil uygulamasında, kiosunda, çağrı merkezinde, sosyal ağlarında ya da insansı robotları kullanarak düşük maliyetlerle ve daha etkili biçimde hedef kitleleriyle birebir iletişime geçebiliyorlar. Bu konuda doğru hizmeti, doğru içerik ve diyalog kurgusuyla, gerçek zamanlı ve kişiselleştirilmiş olarak sunabilen markalar avantaj sağlamaya başladı bile. Peki, siz kendi markanız için nasıl bir deneyim hayal ediyorsunuz?

Sosyal Medyada DPİD



Kısa Çalışma Nedir?



İşyerindeki çalışma sürelerinin geçici olarak azaltılması veya durdurulması hallerinde, üç ayı aşmamak üzere sigortalılara çalışmadıkları dönem için gelir desteği sağlayan bir uygulamadır.



İletişim Bilgileri

ADRES

Pürtelaş Hasan Efendi Mah.
Meclis-i Mebusan Cad. Murat Han No: 31/5
Fındıklı/Beyoğlu İstanbul

TELEFON

0(212) 244 88 71

FAKS

0(212) 244 88 72

E-POSTA

dpid@dpid.org.tr

WEB SİTELERİ

<http://www.dpid.org.tr/>
<http://www.dpodulleri.org/>

SOSYAL MEDYA HESAPLARI



<https://www.facebook.com/dogrudanpazarlama/>



https://www.instagram.com/dpid_tr/



https://twitter.com/dpid_tr