

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



FAALİYET RAPORU

12 Temmuz 2021 - 24 Mayıs 2023

PİD 9. DÖNEM YÖNETİM KURULU ÜYELERİ



Elmas Özler, **Başkan**
bluechip



Yaşar Seki, **As Başkan**
CEO Event



Zuhal Gezer Demirci, **As Başkan**
Kayra Grup



Burak Kılavuz, **As Başkan**
STANDBY Creative Group



Bülent Garip, **Sayman**
Kırmızı Fikirler

PİD 9. DÖNEM YÖNETİM KURULU ÜYELERİ

Yönetim Kurulu Yedek Üyeleri

Fatih Türe, **Yedek Üye** | elli5 event

Yeşim Ertürk, **Yedek Üye** | Hedef Direct

Mesut Özalp, **Yedek Üye** | Ekom Group

Emrah Türköz, **Yedek Üye** | Mystaff

Tolga Artan, **Yedek Üye** | LuckyEye

Denetleme Kurulu Üyeleri

Alper Sesli, **Başkan** | dsm group (07/21-12/2022)

Emre Çoroğlu, **Başkan** | Taxtx (12/22-04/2023)

Cem Alpay, **Üye** | Tanı

Nilüfer Gürtekin Yalçinkaya, **Üye** | Lobby Marketing Group

Taşkın Aslan, **Yedek Üye** | Response

Hüseyin Şentürk, **Yedek Üye** | CRM Retail

PİD GEÇMİŞ DÖNEM BAŞKANLARI



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 DEMİRCİ
7.Dönem
DPİD Başkanı



Yaşar SEKİ
8.Dönem
DPİD Başkanı

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



HAKKIMIZDA

TARİHÇE

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği içinde bulunduğu sektörün gelişmesine, sorunların çözümüne katkıda bulunmak amacı ile 2005 yılında kurulmuştur. 2022 yılında yenilenerek **Pazarlama İletişimcileri Derneği** olarak faaliyetlerine devam etmektedir.

MİSYON

PİD, Pazarlama sektörüne vizyon kazandırmak, sağlıklı büyümesini sağlamak, sektör çalışanları arasında iletişim kurmak, hizmet kalitesini yükseltmek, pazarlama iletişimi ekosistemi oluşturmak ve haksız rekabete karşı mücadele etmeyi amaç edinerek 2005 yılında kurulmuştur.

VİZYON

PİD, Pazarlama sektörünün sorunları için çözüm geliştirecek, sektöre liderlik edecek, 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 olup sektörel açıklara ve sorunlara yönelecek ve sektörde çalışan yetkinliğini artırmayı hedeflemektedir.

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



DERNEĞİN AMACI VE TEMEL FAALİYET ALANLARI

- Sektördeki ajanslara ilham vererek yaratıcılığın, yaratıcı ekosistemin gelişmesine katkıda bulunmak.
- Ajansların kurumsallaşması ve markaların kurumlar olarak doğru hareket etmelerini sağlamak noktasında sektöre liderlik etmek.
- Ajanslarla ve markalarla daha fazla iletişimde olarak, ortak bilgi paylaşımını artırmak.
- Uçtan uca, dijital ve fiziksel yolculukta, farklı temas noktalarında müşteriye en doğru deneyimi aktarmak noktasında ajansların yetkinliğini artırmak, sektör problemlerini çözmek.

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



ETİK İLKELERİMİZ

AMAÇ VE KAPSAM

PİD Etik İlkelerinin amacı; PİD üyelerinin tüm iç ve dış paydaşlarının uyması gereken etik ilkelerini belirlemek ve mesleğe saygınlık, güvenilirlik ve itibar sağlamaktır.

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

YASALARA UYUM

PİD 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

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

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



ETİK İLKELERİMİZ

ADİL REKABET

PİD 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.

ÇALIŞANLARIMIZA SAYGI

PİD 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.

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



ETİK İLKELERİMİZ

DÜRÜSTLÜK VE AÇIKLIK

PİD 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.

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



ETİK İLKELERİMİZ

GİZLİLİĞE SAYGI

Müşterilerimizle ilgili meslek sırrı olarak değerdendirilen 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

PİD 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.



9. DÖNEM YÖNETİM KURULU FAALİYETLERİ

FAALİYET ÖZETİ

2021 - 2. Yarı

- 02.08.2021 Sosyal Sorumluluk Projesi/Marmaris Yangın Destek
- 05.08.2021 MYK Ulusal Yeterlilik Çalışma Grubu Toplantısı
- 06.08.2021 Yönetim Kurulu Toplantısı

Ağustos 2021

- 04.10.2021 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 22.10.2021 Reklamarkası Tv Programı Konuk

Ekim 2021

- 01.12.2021 13. DP Ödülleri Etkinlik Kategorisi Ana jüri Değerlendirme Toplantısı
- 02.12.2021 13. DP Ödülleri Saha Kategorisi Ana jüri Değerlendirme Toplantısı
- 04.12.2021 Reklamarkası Ekstra Tv Programı
- 17.12.2021 Idecon Üyelik
- 31.12.2021 Yönetim Kurulu Toplantısı

Aralık 2021

Temmuz 2021

- 12.07.2021 Olağan Genel Kurul Toplantısı
- 13.07.2021 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 13.07.2021 MYK Ulusal Yeterlilik Çalışma Grubu Toplantısı
- 30.07.2021 Online Üye Toplantısı
- 31.07.2021 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 29.07.2021 MYK Ulusal Yeterlilik Çalışma Grubu Toplantısı

Eylül 2021

- 02.09.2021 Online Üye Toplantısı
- 16.09.2021 Yönetim Kurulu Toplantısı

Kasım 2021

- 18.11.2021 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 30.11.2021 13. DP Ödülleri Dijital Kategorisi Ana jüri Değerlendirme Toplantısı

FAALİYET ÖZETİ

2022 - 1. Yarı

- 07.02.2022 13. DP ödülleri Ödül Töreni
- 09.02.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı

Şubat 2022



- 06.04.2022 MYK Ulusal Yeterliliklerin Resmi Gazetede Onaylanması
- 11.04.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 21.04.2022 Saha Çalışmaları Ankara Ziyareti

Nisan 2022



- 07.06.2022 Fedma Toplantı
- 13.06.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı

Haziran 2022



Mart 2022

- 02.03.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 25.03.2022 Mice Sivil İnisiyatifi Toplantısı
- 28.03.2022 Yekon Toplantı

Mayıs 2022

- 19.05.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 23.05.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 25.05.2022 Olağanüstü Genel Kurul
- 25.05.2022 Moda Deniz Kulübü Üyelerle Akşam Yemeği



FAALİYET ÖZETİ

2022 - 2. Yarı

- 01.08.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 19.08.2022 Mikado Partners Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması Toplantısı
- 25.08.2022 Mikado Partners Danışmanlık Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması Dernek Üyeleri Görüşmeler

Ağustos 2022

- 10.10.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 17.10.2022 Mikado Partners Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması - YK Üyeleri İle Görüşmeler

Ekim 2022

Aralık 2022

- 02.12.2022 Üye Toplantısı Fairmont Dernek Yeni Kimlik Relansman
- 02.12.2022 Dada Salon Kabarett Üyelerle Akşam Yemeği
- 09.12.2022 Yeni Kurumsal Kimlik Basın Duyurusu
- 19.12.2022 Sürdürülebilir Gelecek Sohbeti
- 29.12.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı

Temmuz 2022

Eylül 2022

Kasım 2022

- 28.07.2022 Mikado Partners Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması Başlangıç

- 05-19.09.2022 Mikado Partners Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması - Marka Temsilcileri İle Görüşmeler
- 03-07.09.2022 Mikado Partners Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması - Basın Temsilcileri İle Görüşmeler
- 28.09.2022 Mikado Partners Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması - YK Üyeleri İle Görüşmeler

- 17.11.2022 Yönetim Kurulu Toplantısı

FAALİYET ÖZETİ

2023 - 1. Yarı

- 03.02.2023 Teid Üye Buluşması
- 07.02.2023 Yönetim Kurulu Toplantısı
- Şubat 2023 Deprem Bölgesi Destek

Şubat 2023

- 03.04.2023 Deprem Bölgesi Okul Destek
- 07.04.2023 Etkinlik Sektör Paydaşları Toplantısı
- 11.04.2023 Yeni Üye Kazanımı Diverseffect
- 30.04.2023 Sektörel Dergiler ile Avantajlı Bütçe Anlaşması
- 26.04.2023 Fedma Üye Buluşması

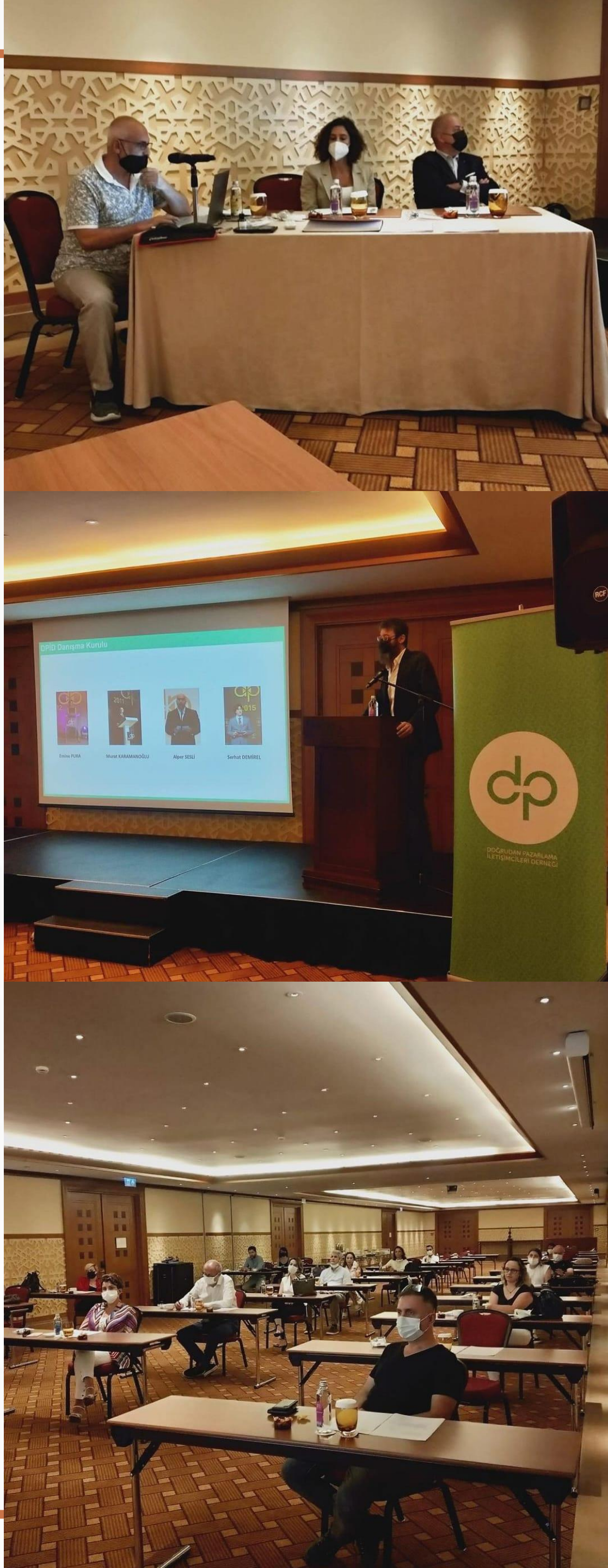
Nisan 2023

Ocak 2023

- 01.01.2023 Dijital Ajansımız İle Çalışma, Sosyal Medyamızı Yeniledik
- 17.01.2023 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 19.01.2023 Medya Takip Merkezi Sponsorluk Anlaşması
- 31.01.2023 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 26.01.2023 Ofis Taşınma

Mart 2023

- 06.03.2023 Yönetim Kurulu Toplantısı
- 22.03.2023 İTO Meslek Komitesi Toplantısı



9. DÖNEM GENEL KURUL

16. yılını kutlayan **Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği**'nin 9. Dönem Yönetim ve Denetim Kurulu Üyeleri 12 Temmuz 2021 Pazartesi günü Taksim Divan Otel'de düzenlenen Genel Kurul Toplantısı'nda seçildi.

Divan Başkanlığını Mapp Genel Müdürü Murat Karamanoğlu'nun yürüttüğü toplantıda, geçen döneme ilişkin dernek faaliyetleri aktarıldı; yeni dönemde görev yapacak dernek organlarının seçimi yapıldı.

Yönetim Kurulu Yedek Üyeleri; Hedef Direct Yönetim Kurulu Başkanı Yeşim Ertürk, elli5 event Ajans Başkanı Fatih Türe, Ekom Group Yönetim Kurulu Başkanı Mesut Özalp, Mystaff Kurucu Ortağı Emrah Türköz ve LuckyEye Ceo'su Tolga Artan. Denetleme Kurulu Başkanlığı görevini dsm group Yönetici Ortağı İlker Akar üstlenirken, Taktix Ajans Başkanı Emre Çoroğlu ve Tanı Müşteri Çözümleri & Veri Analitiği Direktörü Cem Alpay denetleme kurulu asil üyesi olarak görev yapacaklar.

Denetleme Kurulu Yedek Üyeleri; Lobby Marketing Group Ajans Başkanı Nilüfer Gürtekin Yalçinkaya, ResponseDM Ajans Başkanı Taşkın Aslan, CRM Retail Genel Müdürü Hüseyin Şentürk.

Geçmiş dönem tecrübelerin yeni yönetime aktarımında görev üstlenen Danışma Kurulu ise Tribal Ajans Başkanı Emine Pura başkanlığında Mapp Genel Müdürü Murat Karamanoğlu, dsm group Yönetim Kurulu Başkanı Alper Sesli ve DS Entegre Ajans Başkanı Serhat Demirel'den oluşmakta.

YÖNETİM KURULU TOPLANTILARI



ÜYE BULUŞMALARI

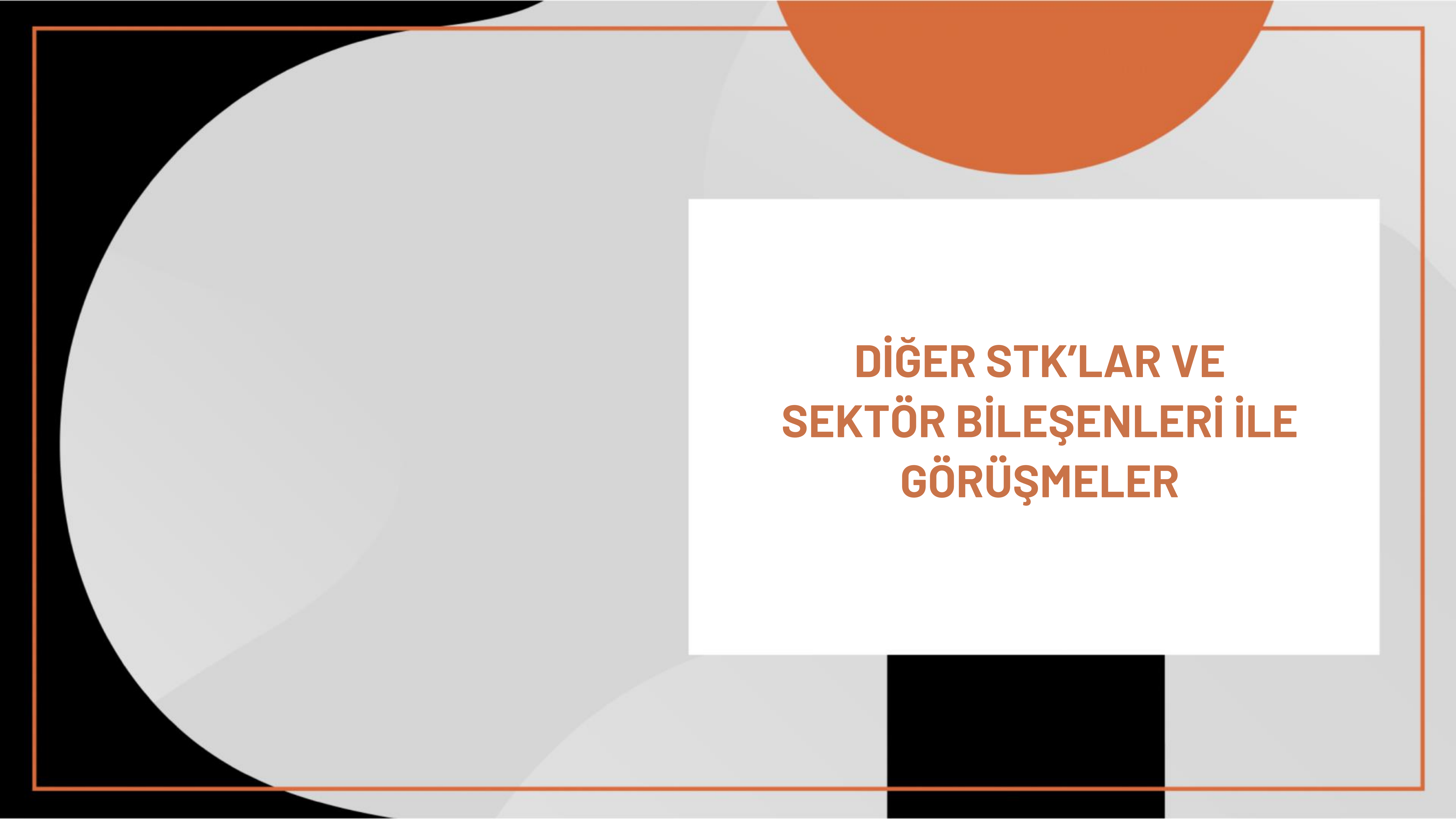
Online



ÜYE BULUŞMALARI

Dada Salon Kabarett Akşam Yemeği Etkinliđi



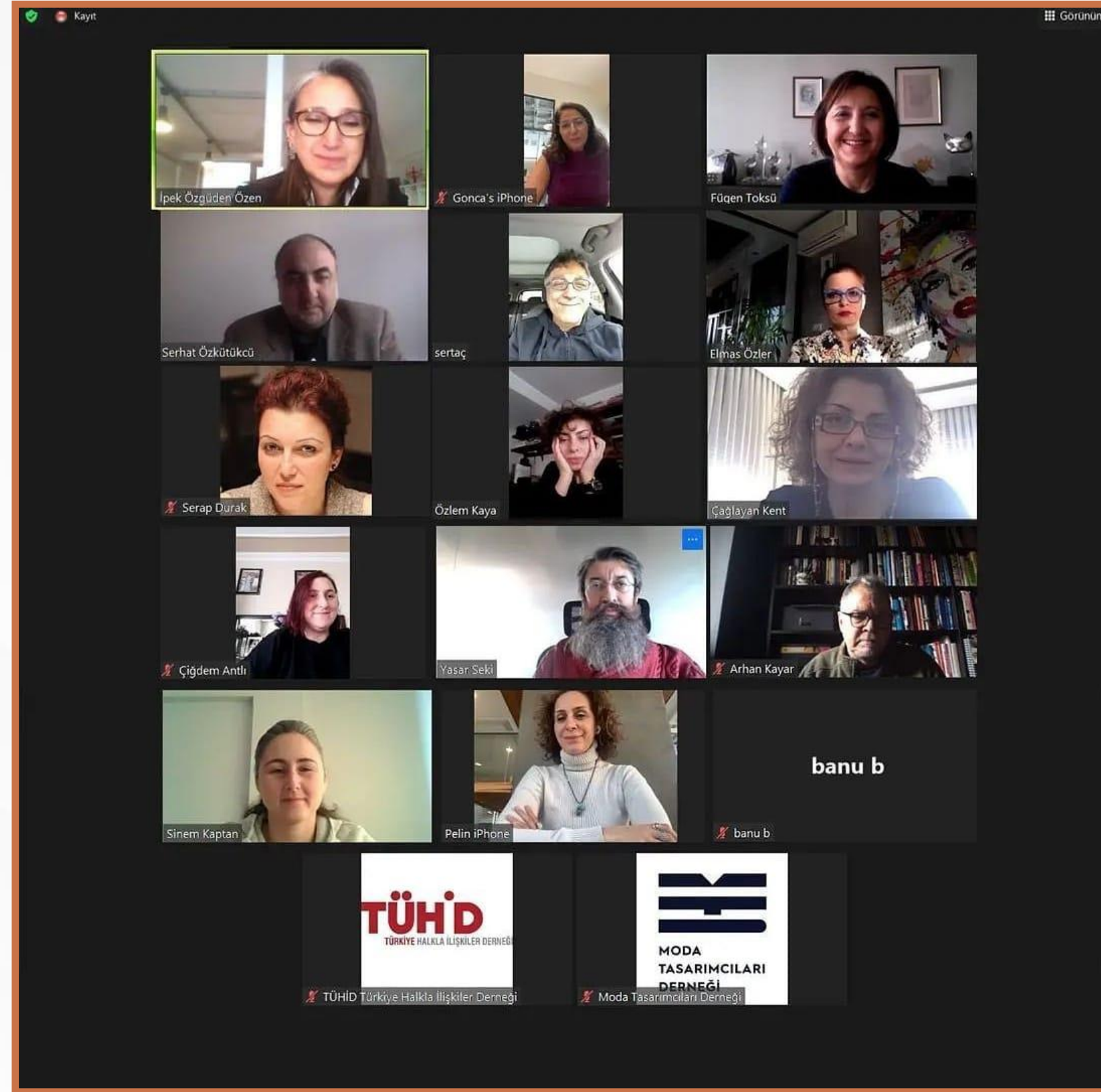


DiğER STK'LAR VE SEKTÖR BİLEŞENLERİ İLE GÖRÜŞMELER

YEKON ÇALIŞMALARI

28.03.2022

DPİD olarak kurucu üyeleri arasında yer aldığımız YEKON-Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği temsilcileri ile "İstanbul Kalkınma Ajansı'nın 2021 yılı Yaratıcı Endüstriler Mali Destek Programı kapsamında desteklenen" İstanbul Yaratıcı Endüstriler Merkezi (İstanbul Creative Industries HUB)" Projesi'ni dinlemek üzere **Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği**, Türkiye Halkla İlişkiler Derneği ve Moda Tasarımcıları Derneği olarak bir araya geldik.



YEKON ÇALIŞMALARI



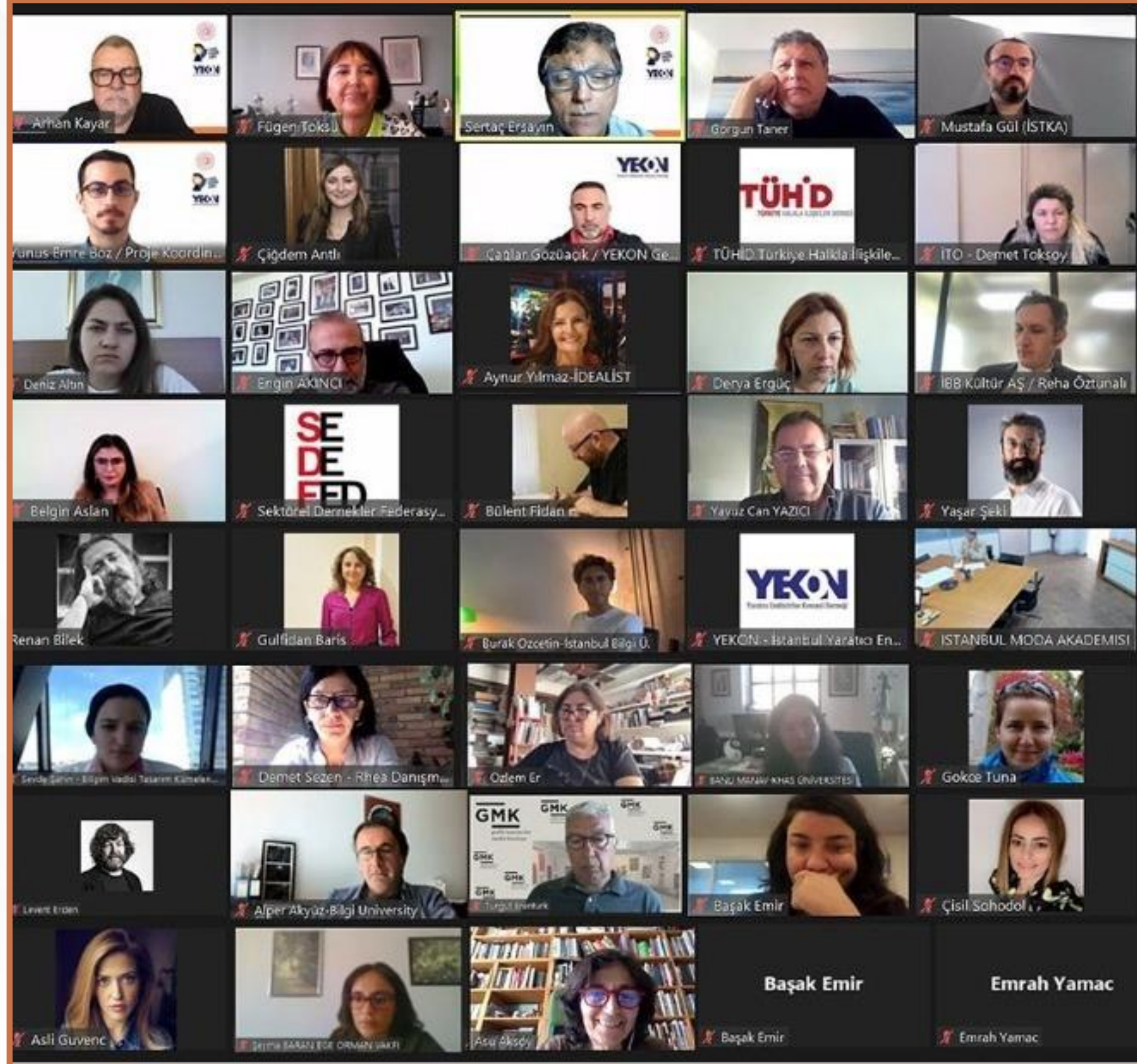
22.04.2022

DPİD olarak kurucu üyeleri arasında yer aldığımız
YEKON-Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği'nin
Genel Kurul toplantısına katıldık.

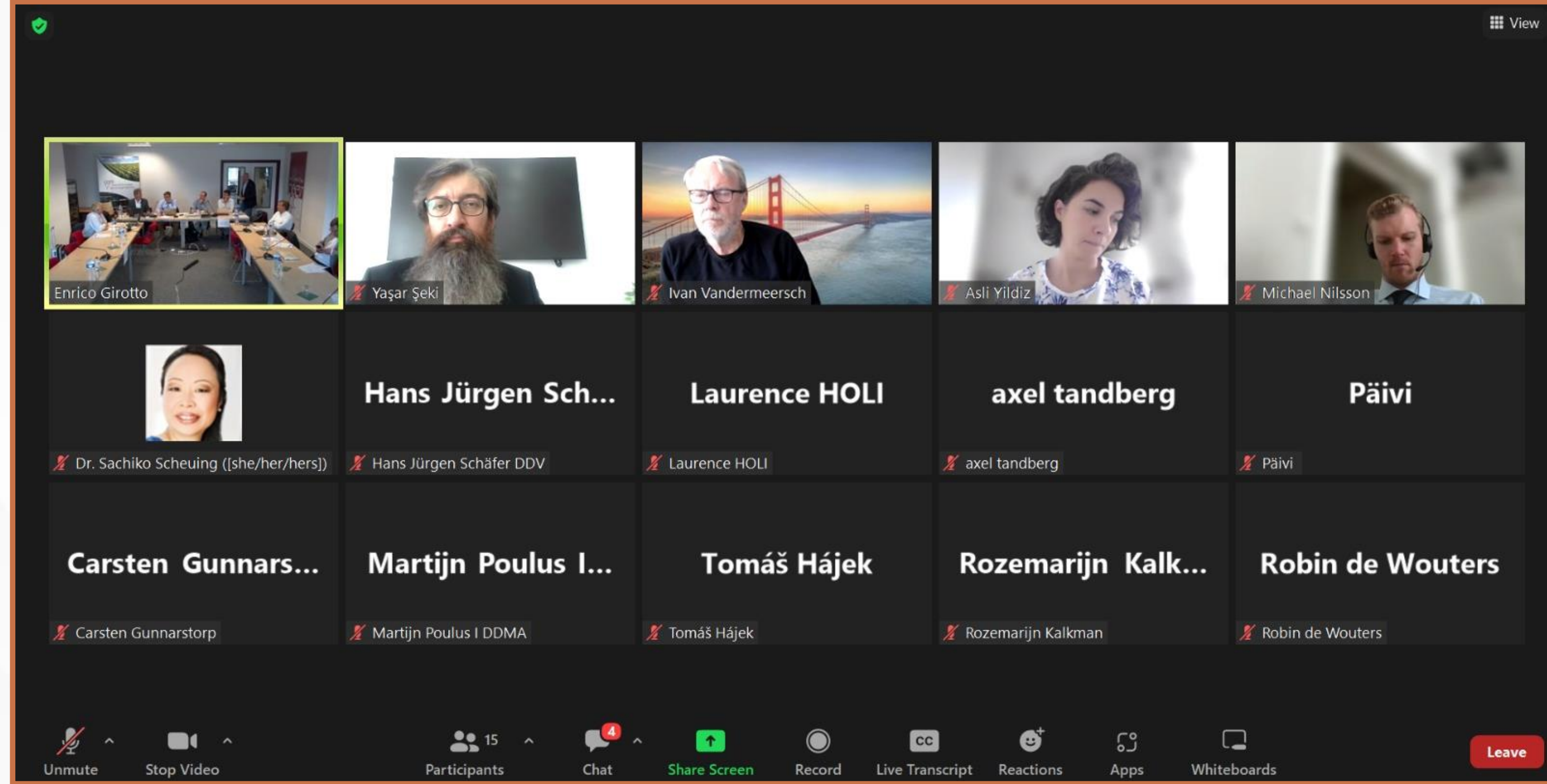
YEKON ÇALIŞMALARI

26.09.2022

İstanbul Kalkınma Ajansı'nın 2021 yılı Yaratıcı Endüstriler Mali Destek Programı kapsamında desteklediği İstanbul Yaratıcı Endüstriler Merkezi (İstanbul Creative Industries Hub) projemiz kapsamındaki Geniş Katılımlı Paydaş Toplantımızı 26 Eylül 2022 tarihinde çevrimiçi olarak gerçekleştirdik.



FEDMA ÇALIŞMALARI



07.06.2022

Sene içinde farklı etkinliklerde üyesi olduğumuz Avrupa Veri ve Pazarlama Federasyonu (FEDMA) toplantılarına katılım sağlanarak fikir alışverişi yapıldı.

FEDMA ÇALIŞMALARI



26.04.2023

Pazarlama İletişimcileri Derneği olarak FEDMA Strateji Başkanı Enrico Giroto ile gerçekleştirdiğimiz toplantıda, gün geçtikçe yenilenen ve dönüşen pazarlama dünyasına yönelik gerçekleştirilebilecek olası iş birlikleri üzerinde dururken; özellikle yerel deneyimlerin paylaşılması, artırılması ve bu doğrultuda eğitim faaliyetlerinin aktifleştirilmesi konusunda görüş birliği sağladık.

MICE SİVİL İNİSİYATİFİ



25 Mart 2022

Pandemi döneminde bir araya gelen, DPİD'in de içerisinde yer aldığı 17 dernek ve 1 platformdan oluşan MICE Sivil İnisiyatifi olarak ZORLU PSM ev sahipliğinde bir araya geldik.

MICE SİVİL İNİSİYATİFİ

13 Kasım 2022



AFYAD	AVRASYA FUAR YAPIMCILARI DERNEĞİ
BOYD	BODRUM PROFESYONEL OTEL YÖNETİCİLERİ DERNEĞİ
DPİD	DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ
FSTD	FUAR STAND TEDARİKÇİLERİ DERNEĞİ
I-MICE	ULUSLARARASI MICE ENDÜSTRİSİ DERNEĞİ
INTHA	ULUSLARARASI OTELCİLER DERNEĞİ
İSTAV	İSTANBUL SANAT TANITIM ARAŞTIRMA VAKFI
MPI	ULUSLARARASI TOPLANTI PROFESYONELLERİ
PCO	PROFESYONEL KONGRE ORGANİZATÖRLERİ SİVİL İNİSİYATİFİ
SITE	TÜRKİYE MOTİVASYON ETKİNLİKLERİ TURİZMİ YÖNETİCİLERİ DERNEĞİ
SSTD	SERGİLEME VE STAND TASARIMCILARI DERNEĞİ
TEODER	TÜM ETKİNLİK VE ORGANİZATÖRLERİ DERNEĞİ
TESİYAPDER	TELEVİZYON VE SINEMA FİLM YAPIMCILARI DERNEĞİ
TETSED	TÜM ETKİNLİK TEKNOLOJİLERİ SEKTÖRÜ DERNEĞİ
TKTD	TÜRKİYE KONFERANS TERCÜMANLARI DERNEĞİ
TUED	TÜRKİYE ULUSLARARASI ETKİNLİKLER DERNEĞİ
TÜHİD	TÜRKİYE HALKLA İLİŞKİLER DERNEĞİ
UFYD	ULUSLARARASI FUAR YAPIMCILARI DERNEĞİ
YEKON	YARATICI ENDÜSTRİLER KONSEYİ DERNEĞİ
YEPUD	YARATICI ETKİNLİKLER PLANLAMA VE UYGULAMA DERNEĞİ

Ülkemizin birlik ve beraberliği görevimizdir.

İstanbul'un kalbi Taksim İstiklal Caddesi'nde, meydana gelen menfur saldırı sonucu yaşamını yitiren vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet, yaralılara acil şifalar dileriz.

Milletimizin başı sağ olsun.

Fail veya faillerin bir an önce bulunup, cezalandırılmasını temenni ederken, huzur ortamımızı bozmaya teşebbüs etmeye yönelik bu ve buna benzer saldırıların bir daha yaşanmaması hepimizin dileği.

Ülkemizin birlik ve beraberliğine kast eden, bizleri yıldırmaya yönelik her türlü saldırılara karşı birbirimize daha da kenetlenip, her daim güzide ülkemize sahip çıkacağımızı bir kez daha kamuoyuna saygıyla duyururuz.

MICE Sektör Bileşenleri Sivil İnisiyatifi



Kelimelerin tükendiği, nefeslerin kesildiği tarifsiz bir üzüntüyü ulusça yaşıyoruz.

Arka arkaya ormanlarımız, canlılarımız, geleceğimiz yanıyor. Kaybedilen her ağaç, bitki ve canlı yüreğimizi de yakıtı. Yakmaya devam ediyor...

Bu ülke bizim. Bu doğa bizim. Şimdi birlik olma ve yeniden adım atma zamanı.

Yangınların söndürülmesi için çalışan tüm ilgili kurumlara, görevlilere, vatandaşlarımıza ve destek olan herkese kolaylıklar diliyor, bu yaraları da ulusça birlikte saracağımızı ifade ediyoruz.

Ayrıca MICE Sektör Bileşenleri Sivil İnisiyatifi çatısı altında olan her üyemiz için TEMA Vakfına bağışta bulunuyoruz.

MICE Sektör Bileşenleri Sivil İnisiyatifi

SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEK SOHBETİ



**TUED**
Türkiye Uluslararası Etkinlikler Derneği ve Pazarlama İletişimcileri Derneği
işbirliğinde gerçekleşen sohbetimize bekleriz.

**Pazarlama
İletişimcileri
Derneği**

**Eser Erginoğlu**
Horizon Consultancy Managing Partner
"Sürdürülebilir Gelecek"

19 Aralık 2022
Sait Halim Paşa Yalısı
Saat 15.30-18.00
İletişim
+90 212 265 78 94

19.12.2022

Türkiye Uluslararası Etkinlikler Derneği ve Pazarlama İletişimcileri Derneği iş birliğiyle Eser Erginoğlu'nun Sürdürülebilir Gelecek konulu sohbeti, Sait Halim Paşa Yalısı'nda gerçekleştirildi.

TEİD ÜYE BULUŞMASI



03.02.2023

PİD olarak üyesi olduğumuz TEİD'in (Etik ve İtibar Derneği) 200. Üye Kutlama etkinliğine katılım sağladık.

İTO TOPLANTISI



22.03.2023

İstanbul Ticaret Odası Bilgi, İletişim ve Medya Meslek Komite Toplantısı; Pazarlama İletişimcileri Derneği katılımıyla gerçekleştirildi.

DP ÖDÜLLERİ

13.DP ÖDÜLLERİ



07.02.2022

Doğrudan Pazarlama Ödülleri 7 Şubat tarihinde Cahide Palazzo'da gerçekleştirilen törenle sahiplerini buldu. Ödül töreni, markaların ve ajansların temsilcilerinin katılımıyla gerçekleşti.

Etkinlik, "Saha" ve "Dijital" alanlarında tüm yılların en yüksek katılım sayısına ulaşıldı. Yapılan başvurular ayrı ayrı jüri grupları tarafından değerlendirildi. Bu yılın konsepti METAMORFOZ olurken 46 kategoride yapılan başvurular arasından toplam 132 proje ödüle layık bulundu.

13.DP ÖDÜLLERİ JÜRİ BULUŞMALARI

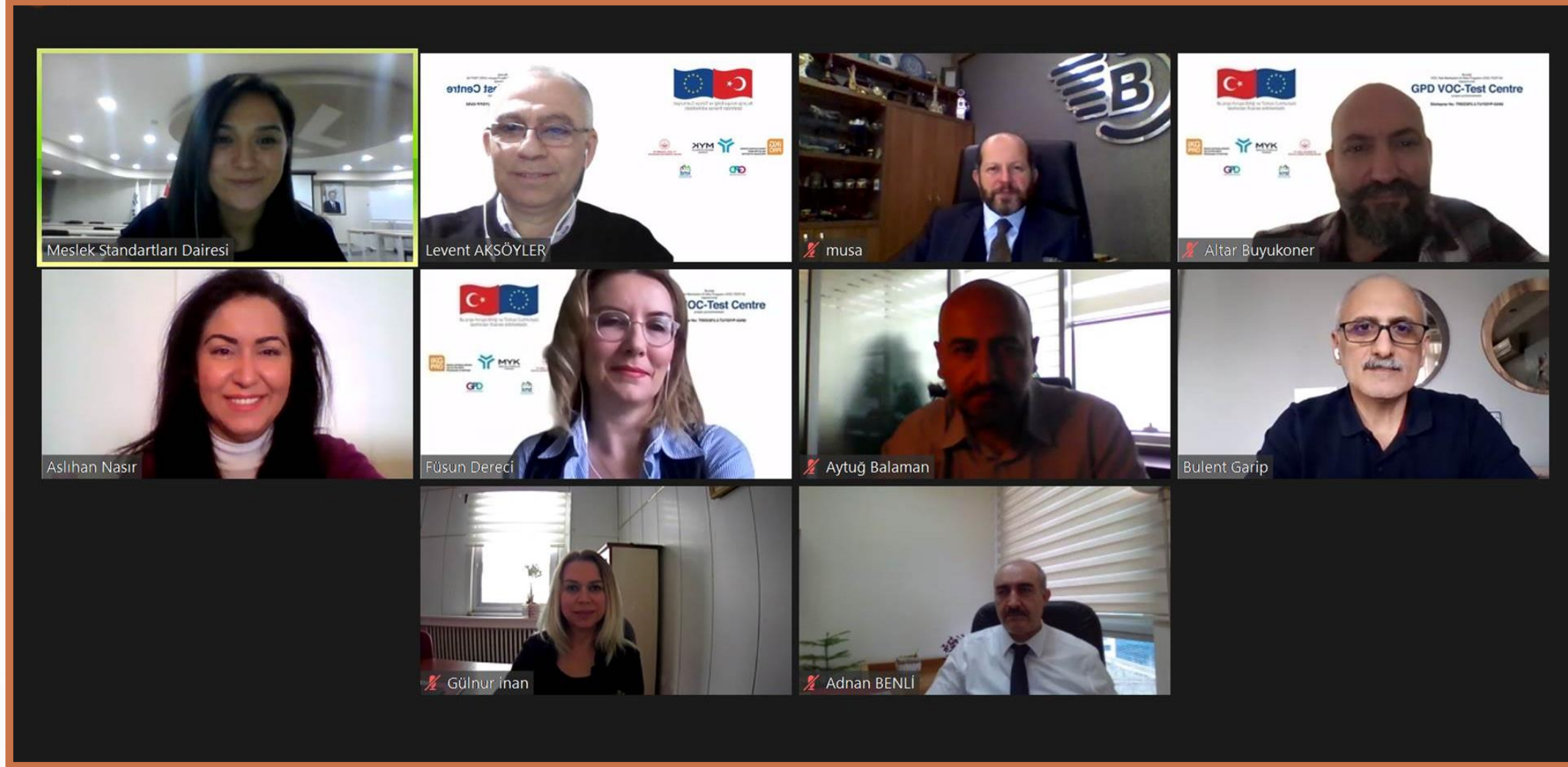


SEKTÖREL GELİŞİM FAALİYETLERİ

MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU ÇALIŞMALARI

Gıda Perakendecileri Derneği'nin Avrupa Birliği'nden aldığı fon ile derneğimiz üyelerinin de aktif katılımıyla yaklaşık 15 ay boyunca devam eden çalışmalar neticesinde bu mesleklerin Tanıtım Elemanı (Seviye 3) ve Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) Ulusal Yeterlilikleri, MYK Yönetim Kurulu tarafından onaylanmış ve 6 Nisan 2022 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir. Böylece sektörümüzün en önemli istihdam personellerinden oluşan "Tanıtım Elemanı" ve "Tanıtım Sorumlusu" pozisyonları artık yetkin bir yapıya kavuşmuştur.

Derneğimiz bu yapılan çalışmalara verdiği destek için 61.239 TL ek gelir elde etmiştir.



SAHA ÇALIŞMALARI ANKARA ZİYARETİ



21.04.2022

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma Genel Müdürü Nurcan Önder'e Tanıtım Elemanı (Seviye 3) ve Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) Ulusal Yeterlilikleri ile ilgili bilgi verildi. Geçici iş ilişkisinin kapsamının genişletilmesi için işbirliği içinde bulunarak sektörümüzün çalışma şeklinin yasal bir zemine oturtulması için çalışmalar yapılması konusunda antant kalındı.

OLAĞANÜSTÜ GENEL KURUL

OLAĞANÜSTÜ GENEL KURUL



25.05.2022

Moda Deniz Kulübü'nde üyelerimizle bir araya gelerek Olağanüstü Genel Kurul toplantısı gerçekleştirildi. Toplantı sonucunda derneğin adının "Pazarlama İletişimcileri Derneği" olarak değiştirilmesine karar verildi.



DPİD DÖNÜŞÜM HİKAYESİ



DOĞRUDAN PAZARLAMA
İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ



Pazarlama
İletişimcileri
Derneği



Mikado Partners Danışmanlık Dernek Konumlandırma Çalışması

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği Dönüşümü

İletişimcileri Derneği

2024

Pazarlama İletişimcileri Derneği Amaç

3- Ajanslarla ve markalarla daha fazla iletişimde olarak, ortak bilgi paylaşımını artırmak.

4- Uçtan uca, dijital ve fiziksel yolculukta, farklı temas noktalarında müşteriye en doğru deneyimi aktarmak noktasında ajansların yetkinliğini artırmak, sektör problemlerini çözmek.

DPİD Nasıl Dönüşüyor?

Ajanslar Yapılanması

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

Saha Ajansları
Event Ajansları
Dijital Ajanslar
Yaratıcı Ajanslar

Pazarlama İletişimcileri Derneği

Saha Ajansları
Event Ajansları
Dijital Ajanslar
Sosyal Medya Ajansları
Deneyim Tasarım Ajansları
Bağımsız Ajanslar

12 Temmuz 2022 tarihinde gerçekleştirilen Olağanüstü Genel Kurul Toplantısı'nda derneğin isminin **"Pazarlama İletişimcileri Derneği"** olarak değiştirilmesine karar verilmesi üzerine derneğin yeni kurumsal kimlik ve konumlandırma çalışmalarına başlanmıştır.

Kurumsal kimlik çalışmaları için üyemiz Standby Creative Group'tan destek alınmış, konumlandırma çalışması için de Mikado Partners Danışmanlık firması Cennet Uslukılınç ile çalışılmıştır.

Konumlandırma çalışması için marka temsilcileri, üye ajanslar, dernek YK üyeleri ve basın temsilcileriyle çok sayıda toplantılar yapılarak görüşleri alınmıştır. Görüşmeler sonucunda hazırlanan rapor dernek üyelerinin katıldığı 2 Aralık'ta gerçekleştirilen relansman toplantısında üyelerin bilgisine sunulmuştur.



ÜYE TOPLANTILARI

Relansman



WEB SİTESİ YENİLENMESİ



Pazarlama İletişimcileri Derneği; olarak yenilendiğimiz yolda sürdürdüğümüz çalışmaların, paylaştığımız duyuruların üyelerimiz ve sektörümüz tarafından doğru takip edilebilmesi yönünde kurumsal kimliğimize uyum sağlayacak yeni web sitemizi üyemiz LuckyEye'in desteğiyle hayata geçirdik.

PİD OFİS TAŞINMA



Ocak 2023

2023 Ocak ayı itibariyle Fındıklı Beyoğlu'ndaki dernek ofisimizi Beylikdüzü'ne taşıdık.



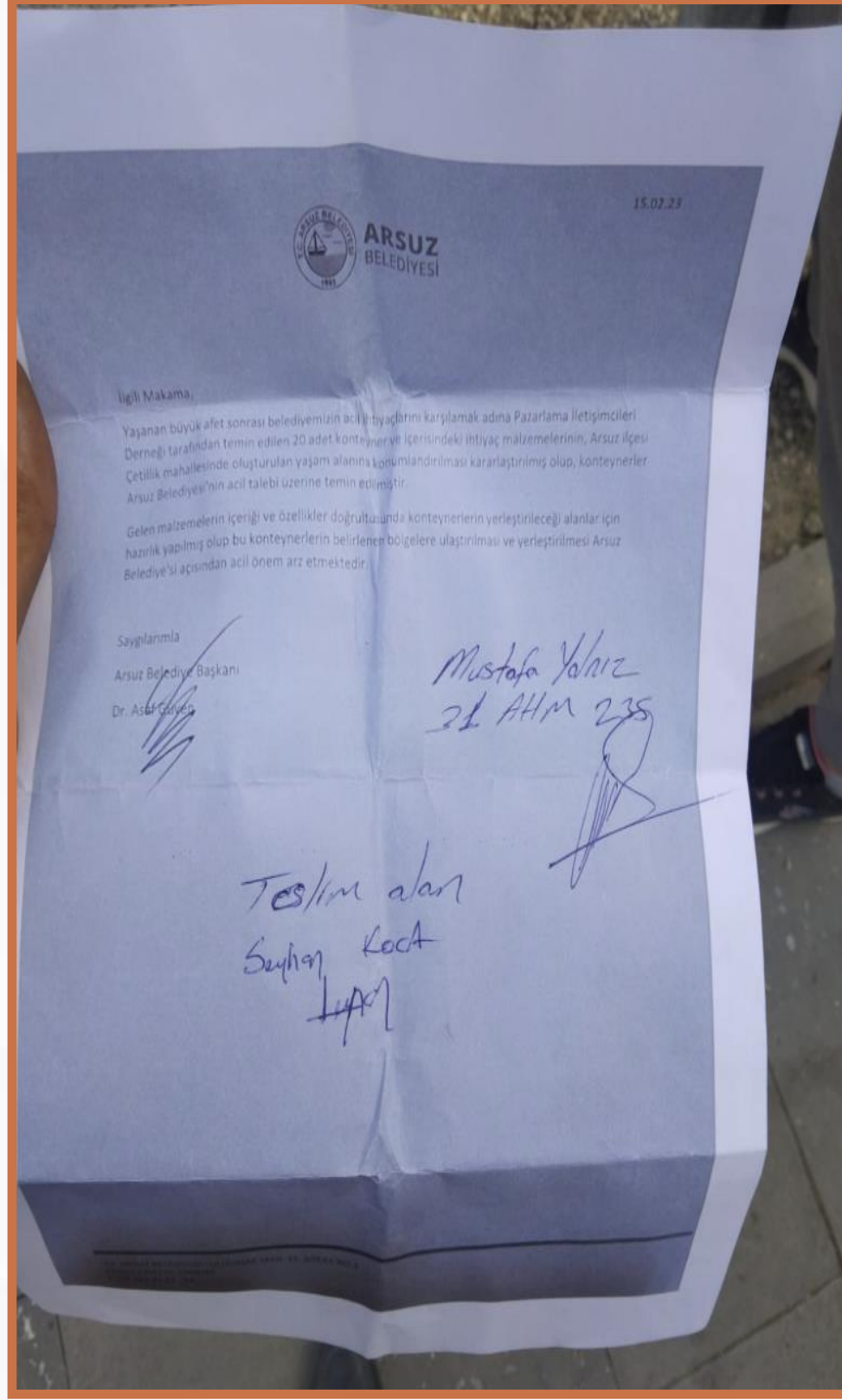
SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİMİZ

SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİMİZ



2022 yılında Marmaris'te çıkan yangınlar sonrası yaralarımızı sarmak, doğaya ve hayvanlara dokunmak için Haytap, Haçiko ve Tema Vakfına her birine 1000 TL olmak üzere bağış yapılmıştır.

6 ŞUBAT DEPREMİ



6 Şubat tarihinde ülkemizde meydana gelen deprem felaketi sonrasında Hatay Arsu Belediyesi'nden derneğimize gelen talep üzerine üyelerimiz ve sektör paydaşlarımız ile el ele vererek bir yardım kampanyası başlatılmış ve bölgeye 20 Adet konteyner, 4 adet mobil WC, 2 adet mobil duş ve 1 adet bebek bakım odası ile birlikte çok sayıda yardım malzemesi teslim edilmiştir.

6 ŞUBAT DEPREMİ



6 ŞUBAT DEPREMİ



Bebek ve Çocuk İhtiyaçları İçin Yardımlar

6 ŞUBAT DEPREMİ



Bebek Bakım Odası

6 ŞUBAT DEPREMİ



Bebek Maması Desteği



Isıtıcı Desteği



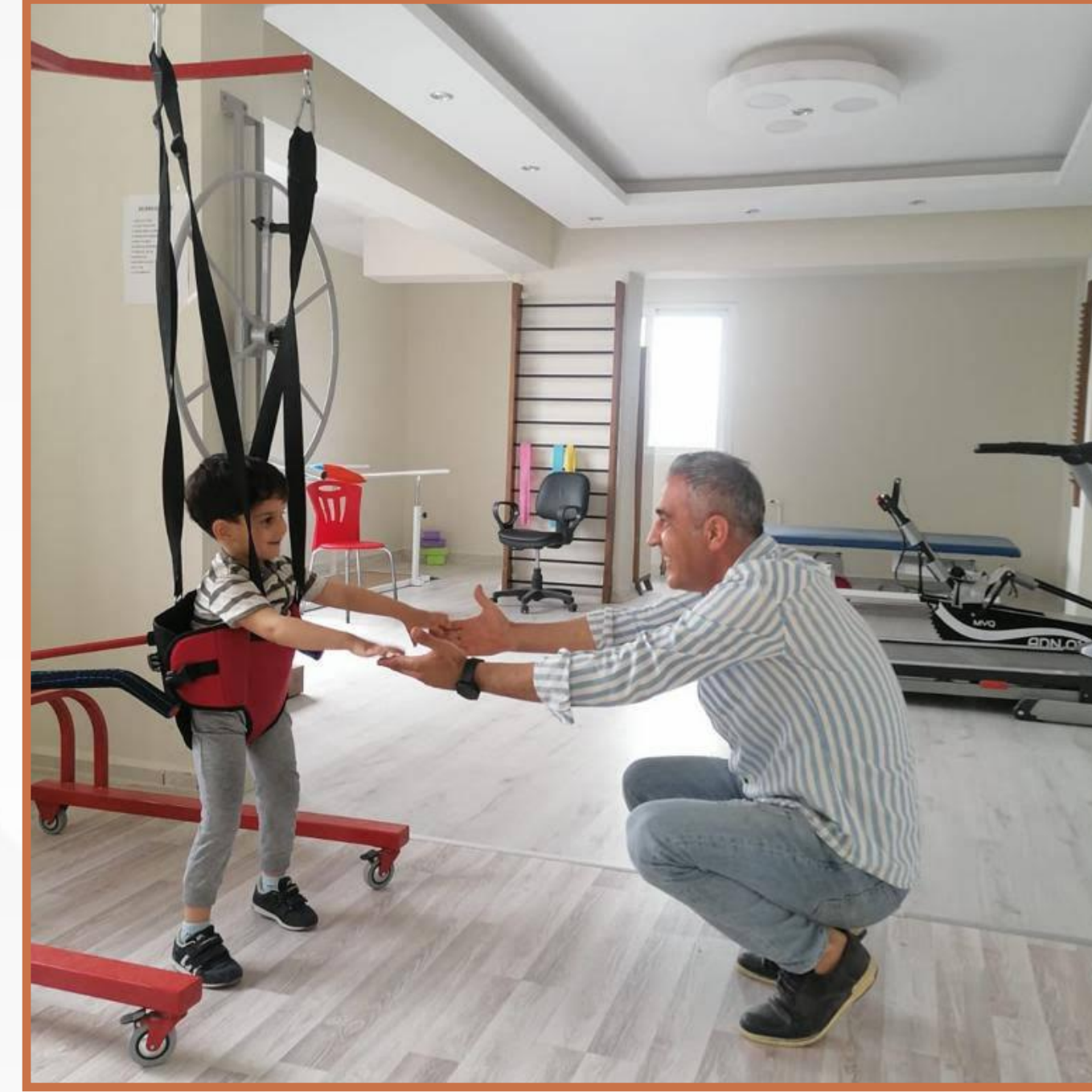
Mama Desteği

6 ŞUBAT DEPREMİ



Aile Desteği, Mersin

6 ŞUBAT DEPREMİ OKUL PROJESİ



Üyelerimiz ve sektör temsilcilerinin desteğiyle toplanan bağışlar ve Ahbap Derneği iş birliğiyle Hatay Antakya'da bulunan depremde tamamen yıkılan, Otizm ve Down Sendromlu bireylerin eğitim gördüğü Yaşam Park Özel Eğitim Okulu'nu yeniden ayağa kaldırmak için okula konteyner, okul için gerekli araç gereç, bilgisayar ve kırtasiye yardımıyla bulunuldu.

BASIN & SEKTÖR İŞ BİRLİKLERİ

BASIN&SEKTÖR İŞ BİRLİKLERİ



Marka Konseyi Başkanı & BrandMap
Genel Yayın Yönetmeni Bülent Fidan
ile buluşma Elmas Özler ve Yaprak
Yapsan katılımıyla gerçekleştirilmiştir.

BASIN&SEKTÖR İŞ BİRLİKLERİ

 **BRANDMAP**

campaign
Türkiye


Marketing
Türkiye®

MediaCat

Sektör dergileriyle gerçekleştirdiğimiz görüşmeler sonucunda dergiler tarafından dernek üyelerimize liste fiyatları üzerinden %40'a varan özel indirim uygulanması konusunda anlaşmaya varılmıştır.

BASIN&SEKTÖR İŞ BİRLİKLERİ

BRAND WEEK ISTANBUL KAYITLARINDA

DPİD ÜYELERİNE %30 İNDİRİM!

Ayrıntılı bilgi ve kayıt için:
brandweekistanbul.com • contact@kapital.com.tr

dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

Kurumsal Sponsorlar

BAYER

Garanti BBVA

10. Yıl
Brand Week İstanbul

7-11 Kasım 2022
ZORLU PERFORMANS SANATLARI MERKEZİ

TIME TO RESET
YENİDEN BAŞLAMA ZAMANI

TIME TO RESET
YENİDEN BAŞLAMA ZAMANI

10. Yıl
Brand Week İstanbul

7-11 Kasım 2022
ZORLU PERFORMANS SANATLARI MERKEZİ

dp
DOĞRUDAN PAZARLAMA İLETİŞİMCİLERİ DERNEĞİ

BRAND WEEK ISTANBUL KAYITLARINDA
DPİD ÜYELERİNE %30 İNDİRİM!

Brand Week İstanbul'dan DPİD üyelerine özel bu avantaj dolu kampanyayı kaçırmayın, yılın en ilham verici haftasında yerinizi alın.

DPİD Üyelerine özel
%30 İNDİRİM
1 kişi: **5.500 TL**
3.850 TL

Mete Atatüre
University of Cambridge,
Fizik Profesörü

Demet Akbağ
Onur Konuğu

Pınar Toprak
Besteci ve Orkestra Şefi

Kev Chesters
Harbour Collective,
Kurucu ve Strateji Ortağı

Naoki Tanaka
Dentist Lab Tokyo, Kreatif Direktör

Tara Austin
Ogilvy, Davranış Bilimi
Uygulamaları, Partner

Nels Abbey
Yazar ve Hicivci

Hande Çilingir
Insider, Kurucu Ortak ve CEO

Kurumsal Sponsorlar

BAYER

Garanti BBVA

Ayrıntılı bilgi: brandweekistanbul.com
ve kayıt için: savasseckinler@kapital.com.tr
deryacagdas@kapital.com.tr

#BrandWeek2022

BASIN&SEKTÖR İŞ BİRLİKLERİ



26. TÜRKİYE ARAŞTIRMACILAR DERNEĞİ
ARAŞTIRMA ZİRVESİ
Hilton Bosphorus, 2 Mayıs

ÇOKLUĞUN RİTMİ

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği

ÜYELERİNE
26. Araştırma Zirvesinde

%10 İNDİRİM

Kayıt için: aylin.turhan@tuad.org.tr Tel: 0212 249 2319

TV PROGRAMI

REKLAMARKASI

cuma 12.30

Programda bu hafta doğrudan pazarlamanın markalar için önemi konuşuluyor.

Ender Merter soruyor, **DPİD Başkanı&Bluechip Ajans Başkanı Elmas Özler**, **Unilever Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi Toloy Tanrıdağlı** ve **Kayra Grup Ceo'su&DPİD Asbaşkanı Zuhal Gezer Demirci** yanıtlıyor.

Elmas Özler

Toloy Tanrıdağlı

Zuhal Gezer Demirci

2021 Kristal Elmas - Yılın En İyi Reklam Pazarlama Programı Ödülü
2020 IMA Sektöre Özel Katkı Ödülü
2019 Media Summit 400. Yayın Ödülü
2018 3rd Mood Awards
2017 MediaCat Felis
2017 Altın Pusula Ödülü
2015 İZ ödülü
2014 Kırmızı Elma Ödülü
2013 Kırmızı Elma Ödülü

Türkiye'nin Ekonomi Platformu TV • Radyo • Web

Bloomberg

CINER

22 Ekim 2021

Cuma 12:30'da Bloomberg HT 'de **DPİD** Başkanı Elmas Özler ve As Başkanı Zuhal Gezer Demirci, Ender Merter ile Reklam Arkası'nda doğrudan pazarlamanın markalar için önemini konuştular.

TV PROGRAMI



04.12.2021

Bloomberg HT'de **DPİD** Asbaşkanı **Zuhale Gezer Demirci**, **DPİD** Yönetim Kurulu Üyesi/Sayman **Bülent Garip** ve **DPİD** üyesi **Yeşim Ertürk** ile Reklamarkası Ekstra programında Doğrudan Pazarlama'da iletişimin ülke ekonomisine katkısını konuştuk..

BASINDA PİD

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

Sondan başa, baştan sona... Hangi sektör?

2021 Nisan ayından bu yana;
Damacana su %320 Arttı
Tuvalet Kağıdı %150 Arttı
Süt %120
Akaryakıt %100 Arttı
Euro %95 Arttı
Dolar %80 Arttı
Big Mac Menü %82 Arttı
Elektrik %70 Arttı
Doğal gaz %65 Arttı
Köprü ve Otayol Geçişleri %60 Arttı
Pathcanın ve Biberin kilosu %54 Arttı
Asgari Ücret %50 Arttı
Salatalık %45 Arttı
Domatesin kilosu %37 Arttı
Pasaport, ehliyet, harç ve cezalara %36 Arttı
Metro ücretleri %32 Arttı
MTV %25 Arttı

Hangi ajans "Ajans Hizmet Bedelini" bırakın %10 arttırmayı %5 arttırabilirdi?
Hangi ajans aylık fee bedelini bırakın %50 arttırmayı (kaldı ki adam/saat maliyetleri maaş zamlarıyla belirlemez) %25 arttırabilirdi?
Tüm bu zorlu ekonomik koşullara rağmen ayakta kalmaya çalışan bir sektörden bahsediyoruz.
"Hangi sektör?" dememek için değerleri ve bakış açılarını değiştirmek gerekiyor.

Niüfer Gürtekin Yalçınkaya
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

Hayalden gerçeğe...

2013'ten beri DPİD çatısı altında hummalı bir çalışma içerisindeyiz. Hayalimiz mesleğimize, mesleğin gerektirdiği yetkinliklere tanım ve standart getirmek, işimizin adını resmi olarak koyabilmektir. Bu zorlu süreci birkaç cümle ile ifade etmek isterim.

Bu yol 3 adımda tamamlandı: Sektörün temel çalışanları olan tanıtım elemanı(promotör) ve tanıtım sorumlularının(ekip şefleri) meslek tanımı ve kodlarının alınması. Bu mesleklerin Ulusal Yeterlilik sistemi içinde tanımlanması ve belgelendirme sürecinin tamamlanması.

Geleceğin iş piyasasının kalitesini yükseltmeyi amaçlayan projenin ilk adımı, Ankara Ticaret Odasıyla DPİD olarak ve önderliğimiz kurum/kuruluşlarla Meslek Ağacı Oluşturma Çalıştayı gerçekleştirildi. Sektörün temel çalışanlarının meslek tanımı/kodu tanımlanarak resmi gazetede yayımlandı(17.10.2017:30213)

İkinci adım ise Ulusal Mesleki Yeterlilik Sisteminin kurulmasıdır. Bunun temel amacı eğitim ile iş yaşamının arasında işlevsel bir bağ kurmaktır.

Türkiye'nin küresel ekonomide rekabet edebilmesi için ihtiyaç duyduğu nitelikli işgücünün yetiştirilmesini sağlayacak bu sistemin en güçlü yönlerinden biri, hayat boyu öğrenme anlayışını kabul etmesidir. Bu sistem herhangi bir eğitim almadan çalışanı beceri edinen bireylerin sahip oldukları becerileri belgelendirmelerini, farklı meslekler veya sektörler arasında yatay ve dikey geçişlerin sağlanmasını, icra ettiği meslekte ortaya çıkan yeni gelişmeleri mesleğine yansıtabilmesini ve belgelendirebilmesini sağlayacaktır. GPD'nin Avrupa Birliğinden aldığı fon desteği ile derneğimiz üyelerinin de aktif katılımıyla ulusal yeterlilikler onaylanmış ve 6 Nisan 2022 tarihinden itibaren yürürlüğe girmiştir.

Son adım için çalışmalar devam etmekle birlikte öngörüümüz ve hedefimiz 2023 yılı içinde hayata geçmiş olmasıdır.

Öncelikle dokuz yıl önce bir hayal ile başlayan, yılmadan çalışan, emeği geçen tüm taraflara teşekkür ederiz. Sektörümüzün bilinen sorunlarına ışık tutacağına inanıyoruz bu sonucun ülkemize, tüm çalışanlara, tüm üyelerimiz ve sektörümüze hayırlı olmasını dileriz.

Zuhal Gezer Demirci
DPİD Asbaşkan

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

Sürdürülebilirlik

"Sürdürülebilirlik" içi boşaltılmış trend söylem mi? Yoksa gelecek nesillerin tek umudu mu? Bu sorunun cevabını vermek gerçekten kolay değil.

Birleşmiş Milletler üyesi 193 ülke tarafından yoksulluğu ortadan kaldırmak, dünya gezegenini korumak ve tüm insanların barış ve refah içinde yaşamaları için 17 ana başlıktan oluşan Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nın (SDG2030) Ocak 2016'da yürürlüğe girmesinden çok önce "sürdürülebilirlik" kavramı hayatımıza girmişti.

Çevresel ve toplumsal felaketlerle geçen 1990'lar, ülkeler arasında o güne kadar görülmemiş bir iş birliğine neden olup; taraf ülkeler tarafından 2001 yılında kabul edilip Aralık 2015 tarihinde geçerliliğini yitiren Binyıl Kalkınma Hedefleri bugünkü SDG2030'un temelini oluşturmuştu.

2015 yılına gelindiğinde ulaşılacak istenen hedeflerin büyük bir kısmının gerçekleştirildiği görülmekle beraber 8 başlığı 17'ye çıkarmak ve ileri tarihli yeni bir hedef koymak ihtiyacı doğdu.

İnsanlığın ve doğanın geleceği tüm kesimlerin iş birliğinden doğacak enerjinin büyüklüğüne bağlı.

SDG2030 bize sadece gidilmesi gereken yol için başlıkları belirliyor, bunların içinden katkıda bulunabileceklerimizi seçmek ve projelerimize uyarlamak bize kalmış. Sadece "green events" ve "green marketing" ile kaynakların verimli kullanımı sağlamak yetmez; eğitim, kadın erkek eşitliği gibi konularda da sektör olarak öncü olmamız gerekiyor.

Yapacaklarımız sadece müşterilerimizin Sosyal Sorumluluk kotalarını doldurmak ve fiykalı Sürdürülebilirlik Raporları için başlıklar oluşturmak olmamalı. Sivil Toplum Kuruluşları ve münferit firmalar olarak öncülük etmeli ve iyi örnekleri öne çıkararak ödüllendirmeli ve desteklemeliyiz.

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği olarak yakın dönem hedefleri içine konuyu alıp, "sürdürülebilirlik" başlığını sektör paydaşlarıyla doldurmayı hedefliyoruz.

Yaşar Şeki
DPİD Yönetim Kurulu Üyesi

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

Dijitalin içinde yeni bir varoluş: Dijital Sürdürülebilirlik

2020 yılında tüm dünyanın bir anda yaşadığı pandemi dönemi 21. yüzyılda her şeyin dijitale dönüşümü hızlandırarak değişimi kaçınılmaz kıldı. Dönüşüm odağında eski alışkanlıkların hızla kaybolduğu, yenilediği ve dijitalleştiği bir dünya düzeni başladı.

"Dijital sürdürülebilirlik bir varış yeri değil; yeni bir varoluştur"

Pandemi dönemi ile dijitalın ve teknolojiye gerektirmeyen uygulamalar geliştirme yeteneğini ifade eder. Bu, kullanıcıların uygulama geliştirmek için önceden oluşturulmuş modülleri kullanarak kolayca yapabileceği bir süreçtir. Bu uygulamalar birleşik bir platformda barındırılır ve istenirse kodlama kullanılarak değiştirilebilir.

No Code, müşteri deneyimi yönetimi sürecini basitleştirir. Çalışanlara önemli bilgilere kolay erişim sağlayan gösterge tabloları sayesinde iş süreçleri daha anlaşılır ve şeffaf hale gelir. Müşteri kayıtları e-ticaret satışlarına kadar her şey, hızlı görüntüleme için gösterge tablosuna eklenebilir.

Böylece ekipler ve yönetim, verileri ayrı sistemde gözden geçirmek yerine, daha çok satış oluşturmak ve süreci etkili şekilde yönetmeye odaklanabilir. Tüm müşteri, çalışan ve iş ortağı bilgilerini tek bir platformda tutup veri silolarını ortadan kaldırarak, pazarlama, satış, hizmet süreçleri için 360 derecelik müşteri bakışını oluşturur. Kullanıcılar, mobil cihazlarından verileri erişebilir, bu da satış ekiplerinin, önemli CRM verileriyle saha satışları yapmasına imkan sağlar. Daha şeffaf bilgi paylaşımı sayesinde satış, pazarlama ve diğer ekipler arasında daha iyi bir birlikteliğin oluşmasına yardımcı olur.

Bakalım bu özellikleri ile No-Code hızla değişen müşteri memnuniyeti beklentilerine ilaç olabilecek mi?

Markalardan Dijital Ses

Bütün bu ortak dertlerimize bir ses de şirketler ve markalardan geldi. Dijitalde sürdürülebilirliği benimseyen markalar; sosyal medya kanalları aracılığıyla yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle ilgiyi ve farkındalığı daha kolay üzerine çekiyor. Böylelikle projenin erişilebilirliği ve başarıyı yakalama oranı daha kolay artıyor. Özellikle, en yeniyi ve en dijitali yakından takip eden Y ve Z kuşağının satın alma ve marka tercihlerinde değişimlere neden olduğunu görüyoruz.

Yıllar önce geleneksel kafayı, dijital kafayla değiştiren biri olarak bugün yaptığımız her işi, aklın, günün ve çağın koşulları doğrultusunda, dijitalde hep var olacak sürdürülebilir adımlarla tamamlamamız gerektiğine inanıyorum.

Yaprak Yapsan
DPİD Üyesi

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

No-Code, İlaç Olabilecek mi?

Ekonomi ve dünyadaki büyük değişiklikler, şirketlerin stratejik hedeflerini önemli ölçüde yeniden yapılandırmasına yol açtı. Değer üretimi, iş odaklı olmaktan sosyal odaklılığa doğru gelişti. Müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için müşterinin çoklu deneyimini destekleyen ve birden çok kanalda birleşik etkileşim sağlayan çözümler tasarlanması bir zorunluluk haline geldi. Müşteri kazanımı, pazarlama, satış süreçleri, ürün teslimi, müşteri hizmetleri, şikâyet yönetimi ve müşteri deneyiminin diğer yönleri değişime uğradı.

No-code, çok az kodlama gerektiren veya hiç gerektirmeyen uygulamalar geliştirme yeteneğini ifade eder. Bu, kullanıcıların uygulama geliştirmek için önceden oluşturulmuş modülleri kullanarak kolayca yapabileceği bir süreçtir. Bu uygulamalar birleşik bir platformda barındırılır ve istenirse kodlama kullanılarak değiştirilebilir.

No Code, müşteri deneyimi yönetimi sürecini basitleştirir. Çalışanlara önemli bilgilere kolay erişim sağlayan gösterge tabloları sayesinde iş süreçleri daha anlaşılır ve şeffaf hale gelir. Müşteri kayıtları e-ticaret satışlarına kadar her şey, hızlı görüntüleme için gösterge tablosuna eklenebilir. Böylece ekipler ve yönetim, verileri ayrı sistemde gözden geçirmek yerine, daha çok satış oluşturmak ve süreci etkili şekilde yönetmeye odaklanabilir.

Tüm müşteri, çalışan ve iş ortağı bilgilerini tek bir platformda tutup veri silolarını ortadan kaldırarak, pazarlama, satış, hizmet süreçleri için 360 derecelik müşteri bakışını oluşturur. Kullanıcılar, mobil cihazlarından verileri erişebilir, bu da satış ekiplerinin, önemli CRM verileriyle saha satışları yapmasına imkan sağlar. Daha şeffaf bilgi paylaşımı sayesinde satış, pazarlama ve diğer ekipler arasında daha iyi bir birlikteliğin oluşmasına yardımcı olur.

Bakalım bu özellikleri ile No-Code hızla değişen müşteri memnuniyeti beklentilerine ilaç olabilecek mi?

Markalardan Dijital Ses

Bütün bu ortak dertlerimize bir ses de şirketler ve markalardan geldi. Dijitalde sürdürülebilirliği benimseyen markalar; sosyal medya kanalları aracılığıyla yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk projeleriyle ilgiyi ve farkındalığı daha kolay üzerine çekiyor. Böylelikle projenin erişilebilirliği ve başarıyı yakalama oranı daha kolay artıyor. Özellikle, en yeniyi ve en dijitali yakından takip eden Y ve Z kuşağının satın alma ve marka tercihlerinde değişimlere neden olduğunu görüyoruz.

Yıllar önce geleneksel kafayı, dijital kafayla değiştiren biri olarak bugün yaptığımız her işi, aklın, günün ve çağın koşulları doğrultusunda, dijitalde hep var olacak sürdürülebilir adımlarla tamamlamamız gerektiğine inanıyorum.

Tolga Artan
DPİD Hukuk Müşaviri

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

Hemfikir miyiz?

Reklamcı ve reklamveren ilişkisinde herkesin en az bir defa yaşadığı olumsuz bir deneyim var. Gelin bu dramı hikayeleştirelim.

Reklamveren konkur açtı diyelim. Davetlisiniz. Rakip ajanslarla beraber briefi aldınız. Bu esnada size yaptırılacak bir gizlilik sözleşmesi de imzalatıldı.

Günlerce çalıştınız, toplantılar yaptınız, fikirlerin üstünü veya altını çizdiniz. Belki bazı fikir kırıntılarını ise emek vererek ete kemiğe büründürdünüz. Yaratıcı sunumu, strateji planını oluşturduunuz; uçtan uca tüm süreci özetlediniz. Sunum hazır ve o gün geldi.

Tüm rakiplerinizi gibi sunumunuzu yaptınız. "Harikaydı! Teşekkür ederiz. Biz size ööneceğiz." cümleleriyle uğurlandınız. Sonra sunumunuzun olumlu değerlendirilmediğine dair malum epostayı aldınız. Buraya kadar her şey olağan.

Deneyim şimdi başlıyor. Diyelim ki iki ay sonra yaratıcı sunumunuzdaki özgün fikirlerinizden birini, sunum yaptığınız reklamveren kullanıyor. Gücünüzün. Onları aradınız veya eposta attınız. Size: "Aynısını biz de düşünmüştük." diye bir cevap geldi.

Reklamveren, ajanslara verdiği briefte elindeki fikre ilişkin bilgi vermediyse, fikriniz özgünse, öncesinde kimse tarafından kamuya ifşa edilmemişse veya reklamverenin anlaştığı reklam ajansının yaratıcı sunumunda bu fikir yer almayıorsa fikri mülkiyet hakkınız tecavüze uğramıştır. Bundan sonrası hukuk bilmek değil; hak arama cesaretidir.

Gerçekten aklın yolu bir mi? Hazırlanan sunumlardaki fikirler ne kadar özgün olursa olsun o sırada başkasının da aklına gelen mi? Açıkça söyleyelim; sunuma dönüştürdüğünüz fikir, karşı tarafa sunulduğu andan itibaren koruma altındadır (ispat araçları yaratılabilir). İmzaladığınız gizlilik sözleşmesi (karşılıklı bilgi paylaşımına dayanıyorsa) sadece briefi değil; ifşa ettiğiniz fikirlerinizi de korur. O fikrin sizin sunumunuzdan önce başkasının aklına gelmesi yeterli değildir. Umuma arz edilmesi, üçüncü bir kişiye deklare edilmesi korumayı başlatır. Dünya bilmese de fikri sahiplenene taraf, sunumu yaptığınız kişiye ispat kolaylaşır.

Henüz fikri mülkiyetin hak sahipliğini yeterince savunamıyoruz. Ajanslara düşen zihinlerinde yarattığı dünyayı önce kendisi adına sahiplenmek.

Av. Fatih Onur Lengerli
DPİD Hukuk Müşaviri

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

Doğrudan Pazarlama Ödülleri'nde Değişim

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği olarak sektörümüzün en iyi işlerini ödüllendirdiğimiz Doğrudan Pazarlama Ödülleri, geçtiğimiz hafta 13. kez sektörle buluştu.

Zorlu pandemi koşullarına rağmen geçtiğimiz yıllardan daha yüksek bir katılımıla gerçekleşen yarışmada, 132 etkileyici proje ödüle layık görüldü. Her başvuru, her ödül alan iş bizim geleceğe yönelik umutlarımızı artırdı.

"METAMORFOZ" olarak adlandırdığımız, sektörümüzdeki ve dünyamızdaki değişim-dönüşüm döngüsünü vurgulayan temamız ile ödüllermizi de değiştirmenin ilk adımlarını attık. Bu dönüşüm ile bir sonraki ödülllerimizde yepyeni bir dönemi müjdeleyerek, dijitalın yükselişi ve pandemi sonrası canlı etkinliklere karşı olabilecek yoğun ilginin daha büyük rekorlara dönüşeceğine eminiz.

Yeni dönemde hayata geçirmeyi planladığımız, derneğimizin yapısı ve ödül süreçlerimizdeki çağa ayak uydurma noktasının ötesinde bulunan büyük değişiklikleri, siz değerli sektör profesyonelleri ile çok yakında paylaşacağız.

O güne kadar...
Dönüşümü kucaklayın!

Burak Kılavuz
DPİD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

DPİD'le Doğrudan Pazarlama

Nereye gidiyoruz?

Korona geldi, gitti gidecek derken savaş tehdidi kapımıza dayandı. Tam her şey güzel olacak derken gene olmadı. Diğer yandan hayat bir şekilde devam ederken ticari işletmeler olarak bizler de hayatımızı devam ettirmek için çalışıyoruz.

Pandemik süreçle birlikte iş tanımımıza online toplantılar, lansmanlar, kongreler girdi. Tam bu süreçte adapte olurken METAVERSE diye bir şey hayatımıza girdi. Yasakların devam ettiği ve alternatif çözümler üretmek isteyen etkinlik ajanslarına çözüm olabilir mi sorusu oluştu. Önce İstanbul'da arsa satışı ile gündeme geldi,

İstanbul'un ünlü semtlerinde kripto para ile arsalar satılmaya başlandı. Bu cazibe ile metaverse dünyasında diğer yatırımlar fırsatları araştırılırken, kişinin kendine özel yaratabileceği avatar ile bu dünyayı farklı bir boyutta keşfedebileceğini gördük. Avatarın keşfedebileceği yerler içinde etkinlik dünyası ile ilgili yerler olunca odak noktamız buraya yöneldi. Konser salonu, toplantı salonu, konsepti uygun mekanlar oluşturulabileceğini keşfetmemize rağmen bu dünyaya girişimizin zorluğunu, meca yaratmanın maliyeti ve buna inanan müşterilerin oranının azlığı oluşturdu. Zaman içinde öğrendik ki, bu platformda kaliteli projeler yaratmanın süresi, maliyeti ve buna inananların sayısı çok etkilili değildi.

Peki, alternatif kanallar şu an için ticari hayatı idame ettirmeye yetmiyorsa ve bilinen, genel geçer etkinlik modelleri pandemi ve savaş yüzünden finansal piyasaların zirveye koştuğu, döviz, altın ve petrolün rekor üstüne rekor kırdığı bu günlerde, işimizi, kaynaklarımızı kaybetmeden çıkış yolu ne olmalı? Sosyal medya platformu ve içerikleri, halen en hesaplı olan ve yazılı, görsel basına göre erişim, etkileşim birim maliyeti en uygun gözükmekte olup iki yıl daha değerli meca olarak kazanç sağlamaya devam edecektir. Bizlerin de odak noktası ve gözdesi olmaya devam edecektir.

Murat Esen
DPİD Üyesi

BASINDA PİD

BAŞLIKLAR

Net ihracatçı olmayan şirketlere reeskont kredisi kullanma imkanı getirildi

Bakan Dönmez, elektrik dağıtım şirketlerinin yöneticileriyle görüşecek

Biden: Enflasyona karşı elimizdeki her aracı kullanıyoruz

Binance, Forbes'a 200.

REKLAMKARSA

13. DOĞRUDAN PAZARLAMA ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU

Bloomberg	BIST30	BRSA	SEPET KUR	ALMANYA 10Y	PE
11 Şub 12:29	2.250,41	26,86	14,4632	0,2610	
@BloombergIT	% 0,49	% 0,02	% 0,06	% -0,02	

Afet Bölgelerinde Turizm Faaliyetleriyle Kalkındırma Çalışmaları

6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş merkezli 11 ilimizde çok şiddetli deprem olan depremin ilk andan itibaren bireysel, kurumsal ve STK'lar öncülüğünde kurulan gönülden gönüle elden ele dayanışmanın adı: "Sivil Dayanışma"

Daha önce yaşadığımız benzer deneyimlere kıyasla bu ruhu en yakından hissettiklerimizin başında artık, 6 Şubat!

Depremin; 100.620 km2'lik geniş bir alana yayılması, iletişim ağlarının gereken yoğunlukta çalışmaması, hava koşullarının olumsuzluğu ilk fazda etkin çalışmalar yürütmeye yeterli olmadı. Bu büyük çok sonrasında tüm resmi kurum ve kuruluşlar STK'lar ve gönüllüler bölgelerin açlarını belirleyip hızla aksiyona geçerek ortak ağı için seferber oldular. Pazarlama İletişimcileri Derneği yönetimi ve üyeleri de akut m tespitleri sonrasında çalışmalara başlayan STK'lar arasında yerini aldı.

Dayanışmanın ödüllü sürdürülebilir projelerin ta geçirilmesi ve takip edilmesi olacaktır. İklim e ve tarımsal kalkınma öncülüğünde bölge aklarının iyi kullanımı, yerel işletmelerin, ünün kullanımı, kadın ve genç girişimcilerin

PİD'le Pazarlama İletişimi...

Yeniliklerle Dönüşen Yeni P

atı kitaplarından "İŞİNİZİ YENİDEN TIN"ın yazarı TOM PETERS'a göre; lerimizi Yeni Baştan Yaratmak bu kuşağ görevi ve sorumluluğudur. Tom Peters'd alarak 17 yıldır faaliyet gösteren Doğrud a İletişimcileri Derneği olarak varolu mızı sorguladık. Yeni nesil bir STK haline mek, süreçlerimizi ve vizyonumuzu e bilemek için bir çalışma gerçekleştirdik. m biçimimizi ve hedeflerimizi ile yeni bir a hayata geçirmeye başlıyoruz. Adımı d ncı, kucaklayıcı olma hedefiyle Pazarlama ncileri Derneği (PID) olarak yeniledik. en sektöre uyum sağladığımız 2023 yılını r yapılmaya başlayacağımız için çok nlyız.

ve markalarla daha fazla iletişimde olarak ilgi paylaşımına ihtiyacımız var. Ajanslar vererek yaratıcı ekosistemin gelişmesine a bulunarak, kurumsallaşmaları ve ların kurumsallaşma ve referans notası t etmelerini sağlayarak sektöre liderlik önemiyoruz. Dijital ve fiziksel yolculuk rye en doğru deneyimi aktarmak, ajansla ıgını artırarak, sektör problemlerinde gü yapmak, sektörel etik kodların dirilmesi ve sektörel ve üyeler arası birl larına zemin hazırlamak hedeflerimiz da yer alıyor.

STK'ların sektörel gelişimde önemli rolü olduğ farkındayız. Sektörel STK'lar ile toplumsal geliş fırsatlarının aranması, sorunların çözülmesind verimli adımlar atmak konusunda gayretliyiz.

2023 yılında da Metaverse evreninin büyük bir değişim yaratmaya devam edeceğine inanıyoruz. Markaların stratejisini, pazarlama ve etkinlik alanında yapacağı çalışmaları Metaverse ile birleştireceğini, sosyal medyada deneyim ve his odaklı etkileşimli içeriklerin yaratıcılık ve farklı bakış açısıyla hazırlanacağını söyleyebiliriz. PİD değişime uyum sağladığımız 2023 yılında ailen ırmak ve büyütmek için çalışarak, eğimizizi sürdürülebilir projelerde e bileceğimizi belirtmek isteriz.



Elmas Özler
Yönetim Kurulu Başkanı



Marketing Türkiye — 30 Ocak 2023 — 3 dk okuma



Elmas Özler
Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID) Başkanı

alanındaki bulunmaya Mark Zuck metaverse kavrama y ekleyerek l TıkTok'un da değişir

DPİD kurumsal kimliğini yeniledi

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) artık Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID) olarak anılacak.

14.12.2022 - 11:23 | MediaCat



Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD), pazarlama sektöründeki dijital dönüşüm, veri dönüşümü ve dönüşürülen pazarlama kavramlarını gündeme alarak, kuruluşundan 17 yıl sonra kurumsal kimliğini yeniledi. Bundan sonra Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID) adını kullanacak olan derneğin yeni yolculuğunda iletişim süreçlerini ildecon İdeconCongress yürütecek.

Sektördeki ajanslara ilham vererek, yaratıcı ekosistemin gelişmesine katkıda bulunan PID; ajansların kurumsallaşmalarını ve markaların doğru hareket etmelerini sağlamak adına sektöre liderlik etme misyonunu doğrultusunda çalışmalarına devam edecek.

Kuruluşuğünden bugüne saha, etkinlik, dijital ve yaratıcı ajansların bünyesinde bulunduran DPİD artık PID çatısı altında deneyim tasarımı, sosyal medya, yaratıcı tasarım ve reklam sektöründe faaliyet gösteren ajansları bir



PİD Başkanı Elmas Özler: "Afet bölgelerine turizm ile sürdürülebilir destek mümkün..."

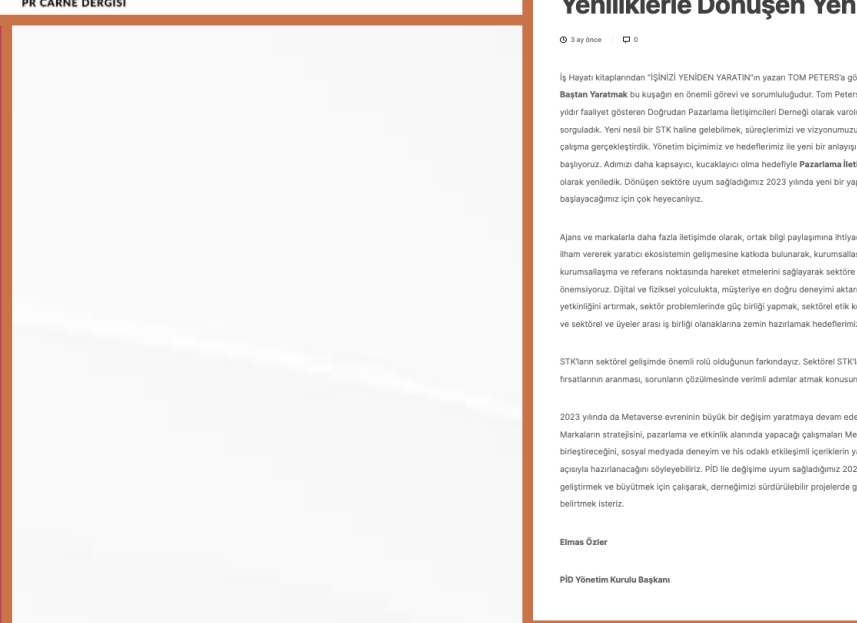


Elmas Özler kimdir? Sizi tanıyabilir miyiz?

Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi'nden mezun olduktan hemen sonra Repaş Repaş Reklam'da 8 ay stajyer olarak çalışarak iş hayatına başladı.

Yapı Endüstri Merkezi'nde fuar ve dergi bölümünde 16 yıl görev aldı. Bir yıl Londra'da kalite kontrol uzmanı, Fransız markası Altuzina Turizm için İstanbul'da Etkinlik Bölümü kurmak üzere görev aldı üç yıl çalıştı. Ardından Meptur'a geçti ve Etkinlik Departmanı'nı kurdu ve beş yıl orada çalıştı.

PR CARNE DERGİSİ



Yönetim Kurulu Başkanlığını Östlendiğiniz Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) yakın zamanda Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID) olarak dönüşüğüne duyurdu. Bu süreçte derneğin nasıl bir dönüşümü ve değişiklikleri oldu?

18 yıldır faaliyet gösteren Doğrudan Pazarlama İletişimcileri (DPİD) olarak biz de varoluş amacımıza sorguladık. Ceziretlerini toplayarak bir dönüşüm süreci başlattık. Yönetim biçimimizi ve hedeflerimizi ile birlikte yeni bir anlayışa hayata geçirmeye başlıyoruz. Adımın daha kapasite, kucaklayıcı olmak hedefi ile Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID) olarak yeniledik. PID ile beraber dönüşen sektöre ve değişime uyum sağladığımız 2023 yılında yeni bir yapılanmaya, yeni bir döneme başladık. Sektördeki ajanslara ilham vererek yaratıcılığı, yaratıcı ekosistemin gelişmesine katkıda bulunmayı hedefliyoruz, ajansların kurumsallaşmasını ve markaların kurumlar olarak doğru hareket etmelerini sağlamak noktasında sektöre liderlik etmeyi önemsiyoruz. Sektör hizmet kalitesini artırmaya yönelik eğitim ve belgelendirme faaliyetlerinde bulunarak, üyeler arası işbirliği olanaklarına zemin hazırlamak ve sektör STK'lar ile iş birliği içinde çalışarak önümüzdeki dönem hedeflerimizi arasında yer alıyor.



DPİD hem ismini hem de logosunu değiştirdi

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) kuruluşunun 17. yılında ismini ve görsel kimliğini değiştirdi. Dernek yeni dönemde "Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID)" adıyla faaliyetlerini sürdürecekt.

Geleneksel pazarlama iletişimi yaygınlaşırken deşında kalan stratejiler ve yöntemlerin pazarlama bölgelerinden aldıkları payın artmasıyla birlikte pazarlama hizmetleri sektöründe birbirinden farklı birçok uzmanlık alanı ve bu alanlarda faaliyet gösteren şirketler doğuyor. Eylül 2005 tarihinde dünyada olduğu gibi ülkemizde hızla gelişen bu sektöre temsil etmek üzere kurulan Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) şimdi yeni bir kimliğe bürünüyor.

DPİD nasıl dönüşüyor?

Tekli müşteri yokluğu deneyiminde sadece fiziksel kanal değil, bütün kanallardaki deneyimi kurgulayan ve marka deneyimi üzerine danışmanlık yapan **Mikado Partners**, **PİD**'in yeni nesil STK yapılandırması oluşturmak üzere kurumsal kimliğini yeniledi. Derneğin yeni yolculuğunda iletişim süreçlerini ise **İdecon İdeconCongress** yürütecek.

Sektördeki ajanslara ilham vererek, yaratıcı ekosistemin gelişmesine katkıda bulunan **PİD**, ajansların kurumsallaşmalarını ve markaların doğru hareket etmelerini sağlamak adına sektöre liderlik etme misyonunu doğrultusunda çalışmalarına devam edecek.

Kuruluşuğünden bugüne saha, etkinlik, dijital ve yaratıcı ajansları bünyesinde bulunduran DPİD artık **Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID)** çatısı altında deneyim tasarımı, sosyal medya, yaratıcı tasarım ve reklam sektöründe faaliyet gösteren ajansları bir araya getirecek çalışmalarını sürdürecekt.

PİD'le Pazarlama İletişimi...

Sivil Dayanışma

6 Şubat 2023 Kahramanmaraş merkezli 11 ilimizde çok şiddetli etkileri olan depremin ilk andan itibaren bireysel, kurumsal ve STK'lar öncülüğünde kurulan gönülden gönüle elden ele dayanışmanın adı: "Sivil Dayanışma"

Daha önce yaşadığımız benzer deneyimlere kıyasla bu ruhu en yakından hissettiklerimizin başında artık, 6 Şubat!

Depremin; 100.620 km2'lik geniş bir alana yayılması, iletişim ağlarının gereken yoğunlukta çalışmaması, hava koşullarının olumsuzluğu ilk fazda etkin çalışmalar yürütmeye yeterli olmadı. Bu büyük çok sonrasında tüm resmi kurum ve kuruluşlar STK'lar ve gönüllüler bölgelerin açlarını belirleyip hızla aksiyona geçerek ortak ağı için seferber oldular. Pazarlama İletişimcileri Derneği yönetimi ve üyeleri de akut m tespitleri sonrasında çalışmalara başlayan STK'lar arasında yerini aldı.

Dayanışmanın ödüllü sürdürülebilir projelerin ta geçirilmesi ve takip edilmesi olacaktır. İklim e ve tarımsal kalkınma öncülüğünde bölge aklarının iyi kullanımı, yerel işletmelerin, ünün kullanımı, kadın ve genç girişimcilerin



DPİD hem ismini hem de logosunu değiştirdi

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) kuruluşunun 17. yılında ismini ve görsel kimliğini değiştirdi. Dernek yeni dönemde "Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID)" adıyla faaliyetlerini sürdürecekt.

Geleneksel pazarlama iletişimi yaygınlaşırken deşında kalan stratejiler ve yöntemlerin pazarlama bölgelerinden aldıkları payın artmasıyla birlikte pazarlama hizmetleri sektöründe birbirinden farklı birçok uzmanlık alanı ve bu alanlarda faaliyet gösteren şirketler doğuyor. Eylül 2005 tarihinde dünyada olduğu gibi ülkemizde hızla gelişen bu sektöre temsil etmek üzere kurulan Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği (DPİD) şimdi yeni bir kimliğe bürünüyor.

DPİD nasıl dönüşüyor?

Tekli müşteri yokluğu deneyiminde sadece fiziksel kanal değil, bütün kanallardaki deneyimi kurgulayan ve marka deneyimi üzerine danışmanlık yapan **Mikado Partners**, **PİD**'in yeni nesil STK yapılandırması oluşturmak üzere kurumsal kimliğini yeniledi. Derneğin yeni yolculuğunda iletişim süreçlerini ise **İdecon İdeconCongress** yürütecek.

Sektördeki ajanslara ilham vererek, yaratıcı ekosistemin gelişmesine katkıda bulunan **PİD**, ajansların kurumsallaşmalarını ve markaların doğru hareket etmelerini sağlamak adına sektöre liderlik etme misyonunu doğrultusunda çalışmalarına devam edecek.

Kuruluşuğünden bugüne saha, etkinlik, dijital ve yaratıcı ajansları bünyesinde bulunduran DPİD artık **Pazarlama İletişimcileri Derneği (PID)** çatısı altında deneyim tasarımı, sosyal medya, yaratıcı tasarım ve reklam sektöründe faaliyet gösteren ajansları bir araya getirecek çalışmalarını sürdürecekt.

SOSYAL MEDYADA PİD



Pazarlama İletişimcileri Derneği

pidturkiye

Takiptesin

Mesaj Gönder

Download All

604 gönderi 1.348 takipçi 1.109 takip

pid
Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluş
Pazarlama İletişimcileri Derneği
#PID #PazarlamaİletişimcileriDerneği
www.arastirmazirvesi.com/program + 1

gurbey, yasinsoyofficial, royalorganizasyonantalya + 19 diğer kişi takip ediyor

PID

PID

dijital

Dijital

saha

Saha

basında PID

Basında PID

DP Ödülleri

Ödüller

etkinlikler

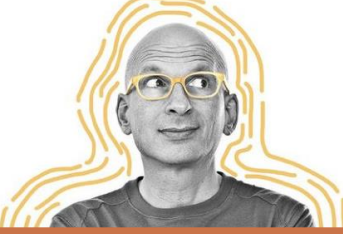
Etkinlikler

GÖNDERİLER

REELS

ETİKETLENENLER

"Bir şeye başlamaktan ve başarısız olmaktan daha kötü olan tek şey, bir şeye başlamamaktır."
-Seth Godin



Dijitalleşen Dünyanın Dijital Trendleri



DÜNYA ENGELLİLER GÜNÜ
Sevgi, Engellerin Ötesini Görür!





Pazarlama İletişimcileri Derneği

Tüketiciler Yeni Ürünleri Nasıl Araştırıyor?





Pazarlama İletişimcileri Derneği

TURİZM SEKTÖRÜNÜ CANLANDIRACAK YAPILANMA: TURİZM KONSEYİ Platformu



Pazarlama İletişimcileri Derneği

Girişimci ve İş İnsanlarından Pazartesi Motivasyonu



ÜYELER & ÜYELİKLER

YENİ KATILAN ÜYELERİMİZ

IDECON
idea & congress

Diverseffect

ÜYELERİMİZ



ÜYELERİMİZ



KIRMIZI FİKİRLER
TRADE MARKETING AGENCY

KiIT
MERCHANDISING
GROUP TRADE MARKETING

K R E A **M.I.C.E.**
Meeting • Incentive
Congress • Event

LOBBY
#phygital

 **LuckyEye**

MAPP
merchandising group


CHIPPIN

MCS DIRECT
Fark yaratıyoruz.

My staff
one of you

pozitera®

response
DIRECT MARKETING

 **STANDBY®**
CREATIVE
GROUP

TAKTX
2003
DIRECT & EVENT

tribal
sahada pazarlamanın qücü

 **youth
republic**

Toplam Üye Sayısı: **33**

ÜYELİKLERİMİZ

FEDMA

Federation of European Data and Marketing

YEKON

Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği



Etik ve İtibar Derneği
Ethics & Reputation Society

DESTEKÇİLERİMİZ



Medya Takip Merkezi
Media Monitoring & Analysis



İLETİŞİM

ADRES

Beylikdüzü OSB Mah.
Birlik Sanayi Sitesi 3. Cad.
Birlik Sanayi Sitesi
Sit. No: 7 / 24
BEYLİKDÜZÜ / İSTANBUL

TELEFON

0(212) 244 88 70

pid.org.tr

SOSYAL MEDYA HESAPLARI

 /pidturkiye

 @pidturkiye

 /pazarlama-iletisimcileri-dernegi

 /pazarlamailetisimcileridernegi

TEŞEKKÜRLER

Pazarlama
İletişimcileri
Derneği

