

TÜRKİYE’NİN DEĞER YARATAN 50 KURUMSAL İLETİŞİM LİDERİ

	ADI VE SOYADI	ŞİRKET	UNVANI
1	AHMET YAMAN	Eksim Holding	Pazarlama ve İletişim GMY.
2	ARDA ÖZTAŞKIN	Yapı Kredi	Kurumsal İletişim Direktörü
3	ARMAĞAN ENGEL	QNB Türkiye	İletişim ve Müşteri Deneyimi Ofisi Direktörü
4	ARZU DENİZ AKSOY	Vodafone Türkiye	Kurumsal İletişim Kıdemli Yöneticisi
5	ARZU ÖZCAN	Şişecam	İletişim Koordinatörü
6	ASLI KAYADENİZ	Borusan Otomotiv	Kurumsal İletişim Müdürü
7	ASLI TANRIVERDİ ENGİN	TAB Gıda	Kurumsal İletişim Koordinatörü
8	AYLİN KURT GANIÇ	Fiba Group	Kurumsal İletişim Direktörü
9	BANU KARAMUK	Pegasus Hava Yolları	Kurumsal İletişim Danışmanı
10	BELMA ŞAHİN ALÇICI	MAPFRE Sigorta	Kurumsal İletişim Kıdemli Müdürü
11	BERNA SEMİZ ERGÜNTAN	Anadolu Sigorta	Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik Koordinatörü
12	BERRAK KUTSOY	Esas Holding	Kurumsal İlişkiler Direktörü
13	BİLLUR BURKUTOĞLU	Aras Kargo	Pazarlama, Kurumsal İletişim ve Müşteri Deneyimi GMY.
14	BİRGÜL AKGÜL	Corendon Hotels & Resorts	Kurumsal İletişim ve Pazarlama Direktörü
15	BURÇAK DEMİREL	Aydem Enerji	Marka ve Kurumsal İletişim Grup Direktörü
16	BURÇUN İMİR	Koç Holding	Kurumsal İletişim Direktörü
17	CANAN BİNAL	Hepsiburada	Kurumsal İletişim, Sürdürülebilirlik ve Sosyal Etki Direktörü
18	CEM TANRIKILICI	Eczacıbaşı Holding	Medya İlişkileri Direktörü
19	DİDEM TÜZÜN DÜLGER	Logo Yazılım	Marka ve Kurumsal İletişim Direktörü
20	DR. DİLEK ÖZKAN	Borusan Holding	Kurumsal İletişim Müdürü
21	ERHAN ÜSTÜNDAĞ	TAV Havalimanları	Kurumsal İletişim Direktörü
22	EZGİ YILDIZ KEFELİ	Mercedes-Benz Otomobil	Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Müdürü
23	FİLİZ KARAGÜL TÜZÜN	Sabancı Holding	Kurumsal Marka Yönetimi ve İletişim Bölüm Başkanı
24	GÖKHAN ŞENGÜL	İGA İstanbul Havalimanı	Kurumsal İletişim Direktörü
25	GÖKTÜRK DEMİREL	Enerjisa Enerji	İletişim Direktörü
26	GÜL ALTAN	OPET	Sürdürülebilirlik ve Kurumsal İletişim Lideri
27	HANDAN GEÇER	Yıldızlar Yatırım Holding	Grup Kurumsal İletişim Müdürü
28	İREM POYRAZ	Trendyol	Kurumsal İletişim Direktörü
29	KAAN ÜNVER	Migros Grubu	Kurumsal İletişim ve Sürdürülebilirlik Grup Direktörü
30	KADİR EMRE AKCI	ASELSAN	Kurumsal İletişim Müdürü
31	MELTEM ERSOY AĞU	Koç Holding	Medya İlişkileri & PR Lideri
32	MELTEM OKYAR PERDECI	Shell Türkiye	Kurumsal İlişkiler Direktörü ve Shell & Turcas İcra Kurulu Üyesi
33	MİNE HOMRİŞ İLHAN	İpekyol Group	Kurumsal İletişim ve Halkla İlişkiler Müdürü
34	MÜGE VEZİROĞLU	Türkiye İş Bankası	Kurumsal İletişim Müdürü
35	NİLÜFER FİŞEK ÖKER	Kibar Holding	Kurumsal İletişim Müdürü
36	ÖZLEM ÖZKAYA	Siemens Türkiye	İletişim ve Kamu İlişkileri Direktörü
37	PELİN AYDAR BABAKIRAY	Bahçeşehir Koleji	Yeni Medya ve Kreatif Direktörü
38	PINAR ULUTAŞ	Sanko Holding	Kurumsal İletişim Direktörü
39	RAFET FATİH ÖZGÜR	Türk Hava Yolları	Marka ve Tanıtım Başkanı
40	RANA BİRDEN	Kale Grubu	Kurumsal İletişim ve Etki Yatırımları Bölüm Başkanı
41	SEDA GÜLER	Doğa Sigorta	Kurumsal İletişim Müdürü
42	SELDA ÇAMLİBEL ÖZKOYUNCU	Türkiye Sigorta	Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi Direktörü
43	SELEN TOKCAN HACALOĞLU	Boyner Grup	Kurumsal İletişim Direktörü
44	SENEM SÖZMEN	Yemeksepeti	Kurumsal İletişim Direktörü
45	SERAY ANIL EKŞİ	Karaca	Kurumsal İletişim Direktörü
46	TUĞÇE ALTINSOY	McDonald's Türkiye	Kurumsal İletişim Direktörü
47	TURAÇ TOP	Bahçeşehir Uçur Eğitim Kurumları	Medya İletişim Merkezi Direktörü
48	YELİZ KARA	Yıldız Holding	Kurumsal İletişim Lideri
49	YUSUF EKİZ	Sunar Yatırım	Kurumsal İletişim Direktörü
50	YUSUF ZİYA YÜCE	Uludağ Enerji	Kurumsal İletişim Direktörü

Not: Sıralama alfabetiktir.

SEÇİCİ JÜRİ VE YAYIN KURULU ÜYELERİ

SEYFETTİN
BAYRAMProf. Dr. DENİZ ÜLKE
KAYNAKProf. Dr. ÇİSİL
SOHODOLUMRAN
BEBİDr. BAHADIR
KALEAĞASISELEN
KOCABAŞMURAT
YEŞİLDEREGÜVEN
BORÇA

ARAŞTIRMA NASIL YAPILDI?

Türkiye'nin Değer Yaratıcı 50 Kurumsal İletişim Lideri/ CCO'su araştırması, paydaş odaklı güçlü ve düzenli iletişime odaklandı. BUSINESS LIFE için bu yılın başında Zenna araştırma şirketinin gerçekleştirdiği "Türkiye'nin En İyi Yönetilen Şirketleri" araştırmasında öne çıkan kurumların iletişimlerine yön veren kurumsal iletişim liderleri de bu araştırmada öne çıktı. Dergimizin yayın kurulu ve seçici kurul üyelerinin katkılarıyla şekillenen listemizde değer yaratıcılar topluma kattıklarıyla da yer aldı. Araştırmamızda şirketler, şu 7 temel yönetim ilkesi üzerinden değerlendirilmiştir: Bunlardan birincisi adil, şeffaf, sorumlu ve hesap verebilir yönetim anlayışı; ikincisi söylem ve eylem tutarlılığı; üçüncüsü sektörde öncü ve yenilikçi adımlar; dördüncüsü global pazarlarda rekabet gücü; beşincisi paydaş odaklı güçlü ve düzenli iletişim; altıncısı toplumun kültür ve değerlerine saygı ve yedincisi ise kriz ve zor dönemlerde topluma destek olma olarak belirlendi. Bu kriterlerde öne çıkan şirketlerle beraber kurumsal iletişim liderleri de Türkiye'nin geleceğine yön veren liderler olarak "Türkiye'nin Değer Yaratıcı 50 Kurumsal İletişim Lideri/CCO'su" arasında yer aldı.

GÜVEN İNŞA EDEN STRATEJİK İLETİŞİM LİDERLERİ

İletişim artık yalnızca mesaj iletmek değil paydaşlarla ortak bir değer ekosistemi inşa etmenin stratejik aracı. Krizlerden sürdürülebilirlik projelerine, kurumsal itibardan toplumsal etkiye kadar geniş bir yelpazede sorumluluk üstlenen kurumsal iletişim liderleri, şirketlerinin güvenilirliğini ve saygınlığını kalıcı hale getiriyor. "Türkiye'nin Değer Yaratıcı 50 Kurumsal İletişim Lideri" listesinde öne çıkan isimler, güveni şeffaflıkla pekiştiren, sürdürülebilirliği kurumlarının DNA'sına entegre eden, sosyal etki yaratan projelerle topluma dokunan liderlerden oluşuyor. Hepsiburada'dan Borusan Holding'e, TAB Gıda'dan TAV Havalimanları'na, Pegasus'tan Esas Holding'e kadar pek çok kurumda iletişim liderleri, markaların sadece dışarıya değil içeride çalışanlara da güven veren bir kimlik kazanmasını sağlıyor. Bugün kurumsal iletişim, şirketlerin itibarını korumanın ötesinde geleceğe yatırım yapan, toplumsal dönüşümü destekleyen, güven ve iş birliği üzerine kurulu uzun vadeli bağlar yaratan stratejik bir güç haline gelmiş durumda. "Türkiye'nin Değer Yaratıcı 50 Kurumsal İletişim Lideri", işte bu dönüşümün öncü aktörlerini bir araya getiriyor.



SEYFETTİN BAYRAM

s.bayram@businesslife.com.tr

ASLI TANRIVERDİ ENGİN / TAB GIDA KURUMSAL İLETİŞİM KOORDİNATÖRÜ

“HASSAS DENGELERLE YENİ STRATEJİLER GELİŞTİRİYORUZ”

“TAB Gıda’da hassas dengelerle yeni stratejiler geliştirirken tüketicilerin markalarla daha fazla duygusal bağ kurma beklentisini karşılayan adımlar atıyoruz. Bugün yükselişte olan anlam ve değer odaklı yaklaşımların gelecekte daha da önem kazanıp kalıcı hale geleceğinin bilinciyle, insan odaklı bir anlayış çerçevesinde iletişim faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.”

Çok markalı yapımız bize geniş ve birbirinden farklı profillere sahip bir paydaş ağıyla çalışma fırsatı sunuyor. Bu çeşitlilik, iletişim stratejimizin temelini oluşturuyor ve şekillendiriyor. Bizim için önemli olan her paydaşa kendi ihtiyaç ve beklentilerine uygun, zamanında ve etkili mesajlar iletebilmek. Markalarımızın hedef kitleleri ve paydaş profilleri birbirinden farklı olduğu için her biri için özel iletişim stratejileri geliştiriyoruz. Örneğin Burger King için genç ve enerjik bir kitleye hitap eden iş

birlikleri kurgularken Subway’de beyaz yakalı profesyonellerin yaşam tarzına uygun projeler tasarlıyoruz. Böylece her marka, kendi kimliği-ne sadık kalırken, paydaşlarında en yüksek etkiyi yaratabiliyor. Bu çerçevede gelişen iletişim stratejilerimiz hem ayrışıyor hem birbirinden besleniyor. Bir markada başarı yakalayan iletişim stratejimizi diğer markamız için de hızlı, kolay ve özgün bir biçimde kurgulayabiliyoruz.

KURUMSAL STRATEJİ

Kurumsal tarafta ise markalar-

dan bağımsız, şirketin bütününe kapsayan bir strateji yürütüyoruz. Misafirlerimizin yanı sıra ekonomi basını, yatırımcılar, sektör temsilcileri ve halka arzla birlikte artan kurumsal paydaş beklentilerine yanıt verecek şekilde, şeffaflık, hesap verebilirlik ve güvenilirlik ilkelerini merkeze alıyoruz. Bugün tüketicilerimiz ve tüm paydaşlarımız bizden daha hızlı yanıtlar ve daha fazla şeffaflık talep ediyor. Biz de sosyal sorumluluk ya da çevre bilinci gibi konularda yalnızca sözler vermenin ötesine geçiyoruz.

“HİPER ŞEFFAFLIK ÇAĞI BAŞLADI”

AÇIK İLETİŞİM İletişimde, hiper-şeffaflık çağının başladığına inanıyoruz. Bu açıdan, dijital kanalları çok etkin kullanıyoruz, proaktif olarak markalarımızın ve faaliyetlerimizin sorumluluklarını

anlatıyoruz. İletişim faaliyetlerimizde, misafirlerimizin lezzetli beslenme yolculuğuna eşlik ettiğimiz “Ne Yediğini Bil” platformu üzerinden tüketicilerimizle açık ve güvene dayalı iletişim kur-

mayı sürdürüyoruz. Burada ürünlerimizin kaynağından üretim süreçlerine kadar tüm detayları şeffaf bir şekilde paylaşarak tüketicilerimize bilinçli tercihler yapma imkânı sağlıyoruz.

AHMET YAMAN
Pazarlama ve İletişim GMY.



EKSİM HOLDİNG

ARDA ÖZTAŞKIN
Kurumsal İletişim Direktörü



YAPI KREDİ

ARMAĞAN ENGEL
İletişim ve Müşteri Deneyimi
Ofisi Direktörü



QNB TÜRKİYE

ARZU DENİZ AKSOY
Kurumsal İletişim Kıdemli Yön.



VODAFONE TÜRKİYE

ARZU ÖZCAN
İletişim Koordinatörü



ŞİŞECAM

BANU KARAMUK / PEGASUS HAVA YOLLARI KURUMSAL İLETİŞİM DANIŞMANI

“PAYDAŞLARIMIZLA GÜÇLÜ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR İLİŞKİLER KURUYORUZ”

STRATEJİ Paydaşlarımızla güçlü ve sürdürülebilir ilişkiler kurmak, Pegasus’un kurumsal iletişim stratejisinin temel taşlarından biri. Bu doğrultuda iletişimimizi şeffaf, katılımcı ve değer odaklı bir yaklaşımla şekillendiriyoruz. İletişim stratejimizin merkezinde paydaşlarımızın ihtiyaçlarını anlamak ve bu ihtiyaçlara karşılık vermek yer alıyor. Bu anlayışla, sadece bilgi vermekle kalmayıp paydaşlarımızdan gelen geri bildirimleri de dikkate alarak iletişim sürecini daha katılımcı hale getiriyoruz.

YAKLAŞIM Güçlü paydaş ilişkileri kurmak için bir topluluk duygusu yaratmak ve her sesin duyulmasını sağlamak gerektiğine inanıyoruz. Bu kapsayıcı yaklaşım, sürdürülebilir ortaklıkları teşvik ederek hem şirketimiz hem paydaşlarımız için uzun vadeli başarı sağlıyor.

Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde, iletişimimizi teknoloji odaklı ve interaktif hale getirmeyi önemsiyoruz. Veri odaklı iletişim ve yapay zeka destekli geri bildirim sistemleriyle mesajlarımızı



doğru zamanda ve doğru kanalda ulaştırıyoruz. Bu sayede, paydaşlarımızla daha etkili ve hızlı bir iletişim kurabiliyoruz.

DENEYİM Sürdürülebilirlik ve toplumsal sorumluluk projelerimizi iletişim stratejimizin merkezine yerleştirerek, paydaşlarımızın bu değerleri deneyimlemesini sağlıyoruz. Çevresel etkileri azaltan girişimlerimizi ve kriz anlarında

topluma sağladığımız destekleri proaktif şekilde paylaşmak, güvenimizi ve itibarı güçlendiriyor. Bu stratejiler sayesinde Pegasus olarak paydaşlarımızla güvene dayalı, güçlü ve uzun vadeli ilişkiler kurmayı başarıyoruz. İletişimimizi şeffaf, katılımcı ve değer odaklı bir yaklaşımla sürdürerek hem şirketimizin hem paydaşlarımızın başarısına katkı sağlıyoruz.

ASLI KAYADENİZ

Kurumsal İletişim Müdürü

6



BORUSAN OTOMOTİV

ASLI T. ENGİN

Kurumsal İletişim Koordinatörü

7



TAB GIDA

AYLİN KURT GANIÇ

Kurumsal İletişim Direktörü

8



FİBA GROUP

BELMA Ş. ALÇICI

Kurumsal İletişim

Kıdemli Müdürü

10



MAPFRE SİGORTA

BERNA SEMİZ ERGÜNTAN

Kurumsal İletişim Koordinatörü

11



ANADOLU SİGORTA

BERRAK KUTSOY / ESAS HOLDİNG KURUMSAL İLİŞKİLER DİREKTÖRÜ

“HASSAS DENGELERLE YENİ STRATEJİLER GELİŞTİRİYORUZ”

SÜREKLİ İLETİŞİM

Paydaşlarımızla güçlü iletişim kurarken benimsediğimiz temel strateji, şeffaflık, süreklilik ve karşılıklı güvene dayalı bir yaklaşım. İstanbul ve Londra'daki ofislerimizle uyum içerisinde hareket ederek farklı coğrafyalardaki paydaşlarımızın ihtiyaç ve beklentilerini dikkate aldık. İletişim kanallarımızı çeşitlendirerek yatırımcılarımızı, grup şirketlerimizi, çalışanlarımızı, iş ortaklarımızı ve içerisinde bulunduğumuz toplumu, doğru zamanda ve doğru içerikle bilgilendirmek bizim için çok önemli.

KURUM KÜLTÜRÜ İç iletişimde, çalışanlarımızın fikirlerini özgürce ifade edebildiği, katılımın teşvik edildiği ve aidiyet duygusunun güçlendirildiği bir ortam yaratarak kurum kültürümüzü pekiştirdik. Bu süreçte güvenilirlik, birlikte ve özerklik, aile olmak gibi değerlerimizi rehber edindik. Dış iletişimde ise yatırımcılarımız ve diğer paydaşlarımızla karşılıklı



güvene dayalı, uzun vadeli ilişkiler kurmak için düzenli bilgilendirme ve etkileşim süreçleri tasarladık. Paydaşlarımızı dinlemek, dinlemekten öte duymak, geri bildirimlerini almak ve onlarla ortak değerler etrafında buluşmak, iletişimimizin merkezinde yer aldı.

SAĞLAM ADIMLAR Ayrıca, sorumlu vatandaşlık ve çeviklik değerlerimiz doğrultusunda sürdürülebilirlik anlayışımızı ön planda tutarak paydaşlarımızın bu

bütünsel yaklaşımı benimsemesini de sağladık. Kapsamlı ve değer odaklı iletişim stratejimiz sayesinde hem marka itibarı hem paydaş bağlılığı üzerinde kalıcı ve olumlu etkiler yarattık. Bugün Esas, saygınlığını ve dayanıklılığını artırmış; güvenilir, girişimci ve sorumluluk sahibi bir şirket olarak kendi alanında öncü konumunu güçlendirmiş durumda. Bu duruşumuzla gurur duyuyoruz. Yolumuzda sağlam adımlarla ilerlemeye devam edeceğiz.

BİLLUR BURKUTOĞLU
Pazarlama, Kurumsal İletişim ve Müşteri Deneyimi GMY.

13

ARAS KARGO

BİRGÜL AĞÜL
Kurumsal İletişim ve Pazarlama Direktörü

14

CORENDON HOTELS

BURÇAK DEMİREL
Marka ve Kurumsal İletişim Grup Direktörü

15

AYDEM ENERJİ

BURÇUN İMİR
Kurumsal İletişim Direktörü

16

KOÇ HOLDİNG

CANAN BİNAL
Kurumsal İletişim, Sürdürülebilirlik ve Sosyal Etki Direktörü

17

HEPSİBURADA

CANAN BİNAL YILMAZ

HEPSİBURADA KURUMSAL İLETİŞİM, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SOSYAL ETKİ DİREKTÖRÜ

“İLETİŞİM DNA’MIZIN AYRILMAZ PARÇASI”

“Hepsiburada’da kurumsal iletişim, sürdürülebilirlik ve sosyal etki çalışmalarını şirketin DNA’sının ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Paydaşlarımızla ilişkilerimizi şeffaflık, tutarlılık ve süreklilik üzerine kuruyor; her adımımızı birlikte değer yaratma anlayışıyla planlıyor, geri bildirimleri mutlaka değerlendiriyoruz.”

İletişimi yalnızca mesaj iletimi değil ortak değer üretme yolculuğu olarak görüyoruz. İş ortaklarımızdan çalışanlarımıza, müşterilerimizden sivil toplum kuruluşlarına kadar herkesle güvene dayalı çift yönlü diyalog yürütüyoruz. Girişimci kadınlara, gençlere ve çevreye yönelik projelerimizden sürdürülebilirlik raporlarımıza kadar tüm çalışmalarımızda somut ve ölçülebilir sonuçlar sunarak şeffaf iletişim sağlıyoruz. Çünkü biliyoruz ki güven ancak açık ve sürekli iletişimle kalıcı hale gelir.

“PAYDAŞLARIMIZ YOL ARKADAŞLARIMIZ”

Bu yaklaşım sayesinde, paydaşlarımız sadece dinleyen değil, birlikte üreten, birlikte büyüyen yol arkadaşlarımız oldu. Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü programımızla bugüne kadar 65 binden fazla kadını e-ticaretle buluşturduk, 5 binden fazla girişimcinin kendi markasını kurmasına destek olduk. Bu sayede, girişimci kadınlar iş

dünyasında kendi hikayesini yazmaya başladı. Patili Dostlara Destek projesimizle can dostlarımıza destek olurken, Yarınlara Söz ve Bir Gülüş Yeter projelerimizle çocuklara ve gençlere hayallerini gerçeğe dönüştürecek fırsatlar sunduk.

“GEZEĞENİN DE YANINDAYIZ”

Çevresel sürdürülebilirlik projelerimizle fidan diktik, ambalaj atıklarını geri dönüştürdük ve Eskiye Kapında Yenile programımız sayesinde eski cihazların ekonomiye kazandırılmasını sağlayarak gezegenin yanında olduk. Böylece hem güven bağımızı güçlendirdik hem toplumsal, çevresel ve ekonomik etkimizi kalıcı biçimde artırdık. Kısacası, stratejilerimizi rakamlara yansıyan başarıların ötesine taşıyarak güven, iş birliği, toplumsal fayda ve uzun vadeli değer üreten bir etki yarattık. Tüm bu çalışmalarımızın sonucunda, FutureBright araştırmalarına göre üç yıl üst üste Türkiye’nin en çok tavsiye edilen e-ticaret markası seçildik.

“KÜRESEL LİDER OLDUK”**ERHAN ÜSTÜNDAĞ**
TAV HAVALİMANLARI KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

“100 HAVALİMANI’NI GEÇTİK” TAV Havalimanları geride bıraktığımız çeyrek asırda sektörün küresel ölçekte lider markalarından biri haline geldi. Bugün 30’dan fazla ülkede 100’den fazla havalimanında faaliyet gösteriyor. Paydaşlarımızla şirketin iş stratejileri, amacı ve değerleriyle uyumlu şeffaf, adil, hesap verebilir ve uzun vadeli ilişkiler kurmayı hedefliyoruz.

“GÜVENİLİR KALMAYI AMAÇLIYORUZ” İletişim stratejimizi küresel bir bakış açısıyla ve yerelin özgünlüklerine alan açarak bu yaklaşım etrafında kuruyoruz. İş ortaklarımız, çalışanlarımız ve faaliyet gösterdiğimiz coğrafyalardaki yerel topluluklar başta olmak üzere tüm paydaşlarımız için tercih edilen, güvenilir bir marka olarak kalmayı amaçlıyoruz.

CEM TANRIKILICI

Medya İlişkileri Direktörü

18



ECZACIBAŞI HOLDİNG

DİDEM T. DÜLGER

Marka ve Kurumsal İletişim Direktörü

19



LOGO YAZILIM

DR. DİLEK ÖZKAN

Kurumsal İletişim Müdürü

20



BORUSAN HOLDİNG

ERHAN ÜSTÜNDAĞ

Kurumsal İletişim Direktörü

21



TAV HAVALİMANLARI

EZGİ YILDIZ KEFELİ

Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Müdürü

22



MERCEDES-BENZ

FİLİZ K. TÜZÜN
Kurumsal Marka Yönetimi
ve İletişim Bölüm Başkanı



SABANCI HOLDİNG

GÖKHAN ŞENGÜL
Kurumsal İletişim Direktörü



İGA İSTANBUL HAVALİMANI

GÖKTÜRK DEMİREL
İletişim Direktörü



ENERJİSA ENERJİ

GÜL ALTAN
Sürdürülebilirlik ve
Kurumsal İletişim Lideri



OPET

HANDAN GEÇER
Kurumsal İletişim Grup Başkanı



YILDIZLAR YATIRIM HOLDİNG

DR. DİLEK ÖZKAN / BORUSAN HOLDİNG KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ

“ORTAK FAYDA YARATAN DİYALOG ARACI OLARAK GÖRÜYORUZ”

“Kurumsal iletişimde gerçek başarı mesajınızın ne kadar duyulduğu değil, paydaşların zihninde ve kalbinde nasıl bir değere dönüştüğüdür. İletişimi, paydaş ilişkilerini yönetme aracı olarak değil, paydaşlarımızla birlikte ortak bir fayda ekosistemi yaratan bir diyalog aracı olarak görüyoruz.”

Stratejimizin özünde, çözümümüzle eylemimiz arasındaki mesafeyi sıfıra indirme kararlılığı yatıyor. Bu yüzden paydaşlarımıza sadece ne yaptığımızı değil, bunu ‘neden’ ve ‘nasıl’ yaptığımızı anlatıyor, başka girişimler için ilham olmayı hedefliyoruz. Varlık nedenimiz, yalnızca ekonomik değer üretmek değil, 81 yıllık tarihimizden aldığı-

mız güçle toplumun ve gezegenin geleceğine karşı duyduğumuz sorumluluktur.

“HİKAYENİN PARÇASI YAPIYORUZ”

İklim, insan ve inovasyon odak alanlarındaki çalışmalarımız, bu yaklaşımımızın en net kanıtları. İletişimin en güçlü formunun, paydaşları hikayenin dinleyicisi değil,

bir parçası yapmak olduğuna inanıyoruz. Bu anlayışla iletişimi tek yönlü bir akıştan çıkarıp Borusan Sürdürülebilirlik Fayda Programı gibi toplumsal fayda projelerimiz ve Okyanus gönüllülük hareketimiz gibi iş birliğine dayalı platformlarla zenginleştiriyoruz. Böylece söylemlerimiz, paydaşlarımızın da sahiplendiği, yaşayan, somut değerlere dönüşüyor.

İREM POYRAZ
Kurumsal İletişim Direktörü



TRENDYOL

KAAN ÜNVER
Kurumsal İletişim ve
Sürdürülebilirlik Grup Direktörü



MİGROS GRUBU

KADİR EMRE AKCI
Kurumsal İletişim Müdürü



ASEKSAN

MELTEM ERSOY AĞU
Medya İlişkileri & PR Lideri



KOÇ HOLDİNG

MELTEM O. PERDECİ
Kurumsal İlişkiler Direktörü ve
Shell & Turcas İcra Kurulu Üyesi



SHELL TÜRKİYE

MİNE H. İLHAN
Kurumsal İletişim ve
Halkla İlişkiler Müdürü

33



IPEKYOL GROUP

MÜGE VEZİROĞLU
Kurumsal İletişim Müdürü

34



TÜRKİYE İŞ BANKASI

NİLÜFER F. ÖKER
Kurumsal İletişim Müdürü

35



KİBAR HOLDİNG

ÖZLEM ÖZKAYA
İletişim ve Kamu İlişkileri Direktörü

36



SIEMENS TÜRKİYE

**PELİN AYDAR
BABAKIRAY**
Yeni Medya ve Kreatif Direktörü

37



BAHÇEŞEHİR KOLEJİ

MİNE HOMRİŞ İLHAN / IPEKYOL GROUP KURUMSAL İLETİŞİM VE HALKLA İLİŞKİLER MÜDÜRÜ

“MARKAMIZIN HİKAYESİNİ DÜZENLİ BİÇİMDE AKTARDIK”

“GÜÇLÜ BAĞLAR KURDUK”

Paydaşlarımızla güçlü bağlar kurmanın temelinde, tutarlı, şeffaf ve çift yönlü iletişim stratejileri yer alıyor. Markamızın hikayesini medya, sosyal platformlar, etkinlikler ve sürdürülebilirlik raporları aracılığıyla düzenli ve anlamlı biçimde aktardık. Çalışanlarımız, iş ortaklarımız, müşterilerimiz ve kamuoyuyla kurduğumuz açık iletişim sayesinde markamıza duyulan güveni pekiştirdik.

KSS VE İŞ BİRLİĞİ Bunun yanında hayata geçirdiğimiz KSS ve iş birliği projeleri de iletişim stratejimizin önemli bir parçasını oluşturdu. “Çık Kozandan Aç Kanatlarını” eğitim ve gelişim programımız kapsamında Türk Eğitim Vakfı (TEV) ile yürüttüğümüz burs projesi sayesinde yüzlerce gencin eğitimine destek vererek toplumsal etki yarattık.

HIZLI VE DOĞRU BİLGİLENDİRME Ayrıca kadın istihdamını artırmaya,

sürdürülebilirliği güçlendirmeye ve kültürel değerleri sahiplenmeye yönelik projelerimizle markamızın sosyal sorumluluk bilincini daha da derinleştirdik. Kriz anlarında hızlı ve doğru bilgilendirme mekanizmalarıyla marka itibarımızı korurken uzun vadeli itibarı destekleyen bu projeler sayesinde yalnızca iş dünyasında değil, toplum nezdinde de güvenilir bir kurum olarak konumlandık.

PINAR ULUTAŞ
Kurumsal İletişim Direktörü

38



SANKO HOLDİNG

RAFET F. ÖZGÜR
Marka ve Tanıtım Başkanı

39



TÜRK HAVA YOLLARI

RANA BİRDEN
Kurumsal İletişim ve Etki
Yatırımları Bölüm Başkanı

40



KALE GRUBU

SEDA GÜLER
Kurumsal İletişim Müdürü

41



DOĞA SİGORTA

SELDA ÇAMLİBEL
Kurumsal İletişim ve
Marka Yönetimi Direktörü

42



TÜRKİYE SİGORTA

PINAR ULUTAŞ / SANKO HOLDİNG KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

“İŞİN HİLESİ DÜRÜSTLÜK”

İLETİŞİMİMİZİN PUSULASI

SANKO Holding olarak kurumsal iletişimi, stratejik vizyonumuzu taşıyan, değerlerimizi görünür kılan, etkimizi yöneten ve geleceğe dair taahhütlerimizi tüm paydaşlarla paylaşmamızı sağlayan stratejik bir alan olarak görüyoruz. Benimsediğimiz en temel strateji ise güven, şeffaflık ve sürdürülebilirlik ilkeleri üzerine inşa edilmiş çok paydaşlı bir iletişim modeli. Kurucumuz merhum Sani Konukoğlu'nun “İşin hilesi dürüstlüktür” anlayışı bizim için yalnızca bir söz değil iletişimimizin de pusulası. Bu yaklaşım, şeffaf, samimi ve hesap verebilir iletişim anlayışımızın temelini oluşturuyor.

ÇOK PAYDAŞLI İLETİŞİM

SANKO Holding olarak 11 farklı sektörde faaliyet gösteriyor, 14.000 kişiye istihdam sağlıyor ve 100'ün üzerinde ülkeye ihracat yapıyoruz. Bu kadar farklı alanlara ve hedef kitlelere temas eden bir şirket olarak iletişim stratejisini kurgularken öncelikle tüm paydaşlarımızın beklenti ve önceliklerini doğru

anlamaya odaklanıyoruz. Çalışanlarımız, müşterilerimiz, iş ortaklarımız, tedarikçilerimiz, kamu kurumları, yatırımcılarımız ve faaliyet gösterdiğimiz bölgelerdeki yerel topluluklar bu stratejinin merkezinde yer alıyor. Çok paydaşlı iletişimin etkinliği için mesajlarımızı, her paydaş grubunun ihtiyaç ve hassasiyetlerine uygun olacak şekilde oluşturuyoruz.

KURUMSAL DİNAMİZM 120 yılı aşkın köklü geçmişimizden aldığımız değerleri korurken, aynı zamanda bu değerleri geleceğe taşıyacak yenilikçi projeler ve çağın ruhuna uygun iletişim yaklaşımlarıyla kurumsal dinamizminizi sürdürüyoruz. Bu noktada özellikle genç kuşaklara temas eden, onların beklentilerine kulak veren ve onları sürecin aktif bir parçası haline getiren bir iletişim yönü benimsiyoruz.

KRİZ ANLARI

Sosyal sorumluluk tarafında kadın istihdamını artırmaktan kültürel mirasın korunmasına, eğitimde fırsat eşitliğinden

afet dayanıklılığına kadar geniş yelpazede projeler yürütüyoruz. Örneğin, 6 Şubat depremleri sonrasında kurduğumuz yaşam alanları, psikososyal destek hizmetleri ve gönüllü ekiplerimizin çalışmaları, kriz anlarında da hızlı, etkili ve güven veren bir iletişim diliyle hareket ettiğimizi gösteriyor.

“SADECE MERKEZDEN KONUŞMUYORUZ”

Yerel değerlere uyum da paydaşlarımızla kurduğumuz iletişimin önemli bir parçası. Sadece merkezden konuşan bir kurum olmuyor, faaliyet gösterdiğimiz her coğrafyada o bölgenin sesini de yansıtmaya önem veriyoruz. Tüm bu stratejiler sayesinde güvene dayalı bağ kuruyor, iş ortaklarımızla uzun vadeli ilişkiler geliştiriyor ve toplumun farklı kesimleri nezdinde güçlü bir itibara sahip oluyoruz. Yani iletişim bizim için değerlerimizi görünür kılan, kültürümüzü yaşatan ve etkimizin geniş kitlelere yayılmasını sağlayan en güçlü köprülerden biri olmaya devam ediyor.

SELEN TOKCAN

Kurumsal İletişim Direktörü

43



BOYNER GRUP

SENEM SÖZMEN

Kurumsal İletişim Direktörü

44



YEMEKSEPETİ

SERAY ANIL EKŞİ

Kurumsal İletişim Direktörü

45



KARACA

TUĞÇE ALTINSOY

Kurumsal İletişim Direktörü

46



MCDONALD'S TÜRKİYE

TURAC TOP

İletişim Merkezi Direktörü

47



BUEK

YUSUF EKİZ / SUNAR YATIRIM KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

“KURUMSAL İLETİŞİM STRATEJİK BİR GÜÇ”

“Paydaşlarla iletişimimizde güven, şeffaflık ve sürekliliği merkezimize alıyoruz. Kurumsal iletişimin yalnızca itibar yönetimi değil aynı zamanda güvene dayalı iş birliklerini, çalışanlarda aidiyeti ve ticari büyümeyi destekleyen stratejik bir güç olduğuna inanıyorum.”

Geçmiş görevlerimde yürüttüğüm kriz iletişimi çalışmalarında çok net şekilde gözlemlediklerimi aktarmak istiyorum. Örneğin daha önce sorumluluk aldığım bir şirkette yaşanan büyük bir yangında, ilk andan itibaren kriz masası toplandı, tüm gelişmeler doğru, zamanında ve şeffaf biçimde paylaşılarak iletişim kesintisiz sürdürüldü. Bu yöntem, paydaşların güvenini koruduğu gibi ku-

rumun itibarını sarsılmadan krizden çıkmasını da sağladı. Sonrasında aldığımız geri bildirimler, şeffaf iletişimin yalnızca bir zorunluluk değil, aynı zamanda itibarı güçlendiren bir unsur olduğunu gösterdi.

UZUN VADELİ VİZYON

Bugün bulunduğum görevdeyse sürdürülebilirlik alanındaki stratejik iletişim projelerimiz uzun vadeli vizyonumuzun bir ürünü. Biyobozunur plastikler

üzerine yürüttüğümüz kampanya bunun iyi bir örneği. Kamu kurumlarından üniversitelere, dijitalden geleneksel medyaya uzanan geniş bir paydaş yelpazesini sürece dahil ettik. Amacımız yalnızca ürünlerimizi tanıtmak değil, aynı zamanda plastik krizine karşı toplumsal farkındalık oluşturmaktır.

DÜZENLİ GERİ BİLDİRİM

Çevreyi koruma odağıyla kurguladığımız bu çok

kanallı kampanya, geniş kitlelere ulaştı ve çevre dostu çözümlerin benimsenmesi için güçlü bir motivasyon yarattı. İç iletişim uygulamalarımız da aynı vizyonun parçası. Çalışanlarımızın fikirlerini özgürce paylaşabildiği platformlar, düzenli geri bildirim süreçleri ve gönüllülük projelerimizi teşvik etmemiz kurum içinde aidiyeti ve motivasyonu artırırken dış paydaşlara da güçlü bir kurum kültürü mesajı veriyor.

YUSUF ZİYA YÜCE / ULUDAĞ ENERJİ KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

“İLETİŞİMLE ORTAK DEĞERLER YARATIYORUZ”

ÖNCELİK Kurumsal iletişiminde en temel önceliğimiz, paydaşlarımızla karşılıklı güvene dayalı, şeffaf ve sürdürülebilir bir ilişki kurmak. Bizim için iletişim yalnızca bilgi aktarmak değil, aynı zamanda ortak değerler yaratmak anlamına geliyor. Bu nedenle stratejilerimizi, her bir paydaşın beklentilerini anlayarak ve onları sürece

dahil ederek şekillendirdik. **ÇİFT YÖNLÜ İLETİŞİM** Öncelikle açık ve çift yönlü iletişim kanalları oluşturduk. Müşterilerimizden çalışanlarımıza, yerel yönetimlerden iş ortaklarımıza kadar tüm paydaşlarımızın sesini duymak, onların ihtiyaç ve beklentilerine doğrudan cevap verebilmek bizim için kritik bir unsur

oldu. Dijital platformları etkin kullanırken saha ziyaretleri ve yüz yüze buluşmaları da ihmal etmedik.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ÖZEL YER Stratejik iletişim anlayışımızda sürdürülebilirlik özel bir yer tuttu. Çevresel ve toplumsal sürdürülebilirliği paydaşlarımızla birlikte inşa etmeye odaklandık. Bu çerçevede şeffaf raporlamalarla attığımız adımları düzenli olarak paylaştık, ölçülebilir sonuçlarla güven tesis ettik. Elde ettiğimiz en önemli etki ise Uludağ Enerji'nin güvenilir bir paydaş ve sorumlu bir kurum olarak konumlanması oldu.

UZUN VADELİ İTİBAR Müşteri memnuniyetinde sağladığımız artış, çalışan bağlılığında yükselen göstergeler, yerel paydaşlarla kurduğumuz güçlü iş birlikleri ve medya alanındaki güvenilir görünürlük, bu yaklaşımın somut çıktıları oldu. Bugün geldiğimiz noktada, iletişim stratejilerimizin yalnızca krizleri yönetmekle kalmadığını, aynı zamanda uzun vadeli bir itibar sermayesi yarattığını görüyoruz.

