



İLETİŞİM

BASIN
DOSTUMehmet Tufan
m.tufan@businesslife.com.trİLETİŞİM
LİDERİ

HER YIL GELENEKSEL HALE GETİRDİĞİMİZ "BASIN DOSTU 50 İLETİŞİM LİDERİ" ARAŞTIRMAMIZIN 2020 SONUÇLARI BELLİ OLDU. DEĞERLİ PROFESYONELLERİN YER ALDIĞI BU ÖNEMLİ LİSTE; OBJEKTİF KRİTERLER İŞİĞİNDA, YAKLAŞIK BİR SENEYE YAYILAN UZUN VE HUMMALI BİR ÇALIŞMAYLA OLUŞTURULDU. BU AŞAMADA; SAHA VERİLERİ, OKUR GERİ BİLDİRİMLERİ VE "BUSINESS 500" ABONEMİZ ETKİN ROL OYNADI. ÜLKEMİZİN, ALANINDA UZMAN 78 EKONOMİ GAZETECİSİNİN VE YAYIN KURULUMUZUN KATKILARI DA DEVREYE GİRDİ. NİHAİ İSİMLER SON OLARAK; DR. FATOŞ KARAHASAN, JALE ÖZGENTÜRK ALTUNAY, SALİM KADİBEŞEĞİL, GENEL YAYIN YÖNETMİNİZ SEYFETTİN BAYRAM, ŞELELE KADAK, VAHAP MUNYAR VE VOLKAN AKI'NIN YER ALDIĞI KIYMETLİ JÜRİ ÜYELERİMİZİN OYLARI VE GÖRÜŞLERİYLE NETLİK KAZANDI.

STRATEJİLERİ NELER?

"BASIN DOSTU 50 İLETİŞİM LİDERİ" MİZDEN AYRICA, GAZETECİLİK MESLEĞİNİN İTİBARINI KORUMAK İÇİN, ZORLU SÜREÇLERDE BASIN CAMİASINA YÖNELİK NASIL BİR STRATEJİ İZLEDİKLERİNE DAİR DÜŞÜNCELERİNİ ÖĞRENDİK. PANDEMİYLE BİRLİKTE GELEN HIZLI DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM DOLAYISIYLA "YENİ DÖNEMİN İLETİŞİM MİMARLARI" OLARAK KONUMLANDIRILACAK EŞDEĞER BİR HABER ÇALIŞMAMIZ İŞE ŞUBAT 2021 SAYIMIZDA KAMUOYUYLA BULUŞACAK. BU NOKTADA "KRİZ YÖNETİMİNİ DE BERABERİNDE GETİREN YENİ DÖNEMİN İLETİŞİM TONU VE DİLİ NE OLDU, NEREYE EVRİLDİ?" SORUSUNA YANIT ARAYACAĞIZ...



İTİBAR YÖNETİMİ

EKONOMİ GAZETECİLERİ GÖZÜNDE
BASIN DOSTU 50 İLETİŞİM LİDERİ (A'dan Z'ye)

ADI, SOYADI	UNVANI
AHU BASKUT ALYANAK	Migros Kurumsal İletişim Direktörü
AKSİN GÜNGÖR	Divan Grubu Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Direktörü
ARDA ÖZTAKIN	Yapı Kredi Kurumsal İletişim Direktörü
ARZU ÖRSEL	Cargill Gıda Orta Doğu, Türkiye ve Afrika Kurumsal İlişkiler Direktörü
ASLI ALEMDAROĞLU	Zorlu Holding Kurumsal İletişim Genel Müdürü
AYŞENUR AYDIN	OPET Kurumsal İletişim Müdürü
BANU KARAMUK	Pegasus Hava Yolları Kurumsal İletişim Danışmanı
BANU SOYAK	Lenovo Türkiye Pazarlama ve İletişimden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı
BENGİ VARGÜL ŞEN	TAV Havalimanları Kurumsal İletişim Direktörü
BERNA KUMAS SİPAHI	Arkas Holding Kurumsal İletişim Direktörü
BERNA ÖZDEMİR	Allianz Türkiye Kurumsal İletişim, Kurumsal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Grup Başkanı
BERRAK KUTSOY	Esas Holding Kurumsal İlişkiler Direktörü
BİRNUR ÖZGÜL	Doğanlar Yatırım Holding Kurumsal İletişim Müdürü
BURCAK TÜRKERİ	Ford Otosan Kurumsal İletişim Müdürü
BURHAN DENİZLİ	Kiğılı Kurumsal İletişim Direktörü
CANAN SOYSAL	İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı (İSG) Kurumsal İletişim Müdürü
CEM TANIR	Boynner Grup Kurumsal İletişim Direktörü
CEM TANRIKILICI	Eczacıbaşı Holding Medya İlişkileri Direktörü
CENGİZ HALİL ÇİÇEK	Sanko Holding Basın - Yayın Müdürü
CENNET USLUKILINÇ	Karaca Marka ve Kurumsal İletişim Direktörü
EBRU ERTAN BİLGE	Signify Ortadoğu, Türkiye, Pakistan ve Afrika Kurumsal İletişim Direktörü
EKİN ERİM TAYALI	SAP Türkiye Kurumsal İletişim Direktörü
FİLİZ KARAGÜL TÜZÜN	Sabancı Holding Kurumsal İletişim Direktörü
GÖKHAN SENGÜL	İGA Kurumsal İletişim Direktörü
GÖKTÜRK DEMİREL	Enerjisa Enerji İletişim Grup Müdürü
HABİBE ALOĞLU	Polat Holding Pazarlama ve Kurumsal İletişim Müdürü
İLKER ÇELİK	Panasonic Life Solutions Türkiye Kurumsal İletişim ve KSS Müdürü
İSMAİL ÖZBAYRAKTAR	Turkcell Kurumsal İletişim Direktörü
KAAN ÜNVER	Anadolu Grubu Kurumsal İlişkiler ve İletişim Koordinatörü
DR. M. OĞUZCAN BÜLBÜL	Abdi İbrahim Kamu İlişkileri ve Kurumsal İletişim Direktörü
MEHMET AYKIRI	Yasar Holding Gıda Grubu-(Pınar) Kurumsal İletişim Direktörü
MELTEM OKYAR PERDECI	Shell & Turcas İcra Kurulu Üyesi ve Shell Türkiye Kurumsal İletişim Direktörü
MİNE TUDUK	Liv Hospital Kurumsal İletişim ve Marka Yönetimi Müdürü
NİLÜFER GÜRPINAR GÜNER	Novartis Türkiye İletişim ve Hasta İlişkileri Direktörü
ÖZLEM AKSOY	GE Türkiye Kurumsal İletişim Direktörü
RANA BİRDEN	Kale Grubu Kurumsal İletişim Ve Kamu İlişkileri Bölüm Başkanı
RENGİN ERDİNC	Philips Orta Doğu ve Türkiye Marka & İletişim Direktörü
SAADET ALPAGO	Nissan Türkiye Kurumsal İletişim Müdürü
SEDA GÜLER	Doğa Sigorta Kurumsal İletişim Müdürü
SELAY GÜNTEKİN	Enerjisa Üretim Kurumsal İletişim Müdürü
SELMİN GÜNDOĞDU	Yataş Grup Kurumsal İletişim Direktörü
TUĞBA ÇAMLI CANTÜRK	Amgen Türkiye Ve Gensenta Kurumsal İlişkiler Kıdemli Müdürü
TUĞÇE ALTINSOY	Yıldız Holding Kurumsal İletişim Grup Direktörü
VİLDAN YILDIRIM	Orka Holding Pazarlama İletişim Direktörü
YAĞIZ YÜCEL	Borusan CAT Kurumsal İletişim Lideri
YELİZ ÖZ KARA	Koç Holding Medya İlişkileri Müdürü
YUSUF ZİYA YÜCE	Limak Enerji Grubu Kurumsal İletişim Grup Müdürü
ZEYNEP ÇUHACI AYAZ	Acıbadem Sağlık Grubu Kurumsal İletişim Direktörü
ZEYNEP ÖZBİL	Arçelik Global İletişim Direktörü
ZEYNEP SUNGU	Nestlé Türkiye Pazarlama Ve Kurumsal İletişim Direktörü

Liste belirlenirken, 78 ekonomi gazetecisinin görüşleri de alınmıştır.



İLETİŞİM



JÜRİ ÜYELERİ



Dr. Fatuş Karahasan
İstanbul Bilgi Üniversitesi
Öğretim Görevlisi

**BASINLA İLİŞKİLER
DÜZENLİ VE SÜREKLİ
BİR BİÇİMDE YÖNETİLMELİ**

Öngörülen ve öngörülemeyen her durumda kurumsal iletişim bölümleri, şeffaf olmak ve doğru bilgilendime yapmak zorundadır. Basınla ilişkilerin düzenli ve sürekli bir biçimde yönetilmesi ve düzenli bilgi akışının sağlanmasının, kritik bir önemi vardır. Bu süreçte, hazırlanan basın dosyalarında broşür veya reklam metni niteliğinde metinlerden kaçınılmalıdır. Sunulan tüm içerik mümkün olduğunca veriler, analizler ve bilimsel bakış açıları çerçevesinde hazırlanmalıdır.

**TOPLUMDAKİ EĞİLİMLER
VE TRENDLER, YAKINDAN
TAKİP EDİLMELİ**

Krizleri yönetmenin birinci yolu, kriz çıkmasını önlemektir. Bu yüzden, kurumsal iletişim bölümleri, kesintisiz bir biçimde toplumdaki eğilimleri ve trendleri yakından takip etmelidir. Araştırmaları, sosyal medyada ve basında çıkan haberleri düzenli olarak analiz ederek, toplumun nabzını tutmaya çalışmalıdır. Ayrıca, hangi sorunların çıkabileceği konusunda senaryolar hazırlayarak, bu doğrultuda olası aksiyonlar üzerinde provalar düzenlemelidir. Bir krizle karşılaşıldığında ise, öncelikle kurum içimde büyük bir hızla etkileşim sağlanmalı. Şeffaflık, açıklık ve dürüstlük değerleri çerçevesinde, çalışanların, müşterilerin ve kamuoyunun bilgilendirilmesi için ortak bir dosya hazırlanmalıdır.



Vahap Munyar
Dünya Gazetesi
Genel Koordinatörü



Jale Ö. Altunay
Cumhuriyet Gazetesi
Ekonomi Müdürü



Volkan Aki
Gazeteci & Yazar



Şelale Kadak
Gazeteci & Yazar



Seyfettin Bayram
BUSINESS LIFE
Genel Yayın Yönetmeni



Salim Kadıbeşegil
Repman İtibar Araştırmaları Merkezi
Kurucusu Ve Danışma Kurulu Üyesi

**İLETİŞİM PROFESYONELLERİ
BASIN MENSUPLARI İLE
İKİLİ GÖRÜŞMELERİ
AKSATMADAN YÖNETMELİ**

Birinci öncelik her daim (7*24) iletişim çağrılarının açık olmasına dikkat edilmeli. Çağrılar, e-postalar cevapsız kalmamalı ve bilgi bekleyen basın mensubunun beklentileri anlayışla karşılanmalı. İkinci önemli husus; hiç bir şekilde yanıltıcı, rakipleri suçlayıcı veya "Ne yapalım, elimizden bu kadarı geliyor" anlamına gelecek davranışlara girilmemeli. Üçüncü konu ise iletişimin ve ilişkinin sürdürülebilirliği... Yani, gazetecilikte olduğu gibi iletişim profesyonellerinin de "fikri takip" alışkanlığı içinde, basın mensupları ile ortada bir haber konusu olsun ya da olmasın, karşılıklı bilgi zenginliğini tetikleyecek ikili görüşmeleri aksatmadan yönetmesi uygun olacaktır.

**ŞEFFAFLIĞIN YANI BAŞINDA
"HESAP VEREBİLİRLİK" DURUYOR**

Bu dönem her zamankinden daha fazla "şeffaflığa" ihtiyaç duyuluyor. "Güven" algısı çok kırılabilir. Böyle dönemlerde giden güvenin geri gelmesi çok kolay değil. Veriler, bilgiler olumsuz da olsa şeffaf bir şekilde iletişim sistemi içinde yönetilmeli. Şeffaflığın yanı sıra başında "hesap verebilirlik" duruyor. "Neyi, neden yaptık, neden böyle bir karar aldık?" gibi soruların cevapları, iletişim bütünselliğinin içinde yönetilmeli. Bunlar, "samimi, doğru, belgeye dayalı, geç kalınmamış" bir anlayışla paylaşılmalı. "Kirliliği" içinde bulunduğumuz pandemi gibi ortamları çok sever. Kirliliği temizlemek oldukça zahmetli ve masraflı bir olacağından sözünü ettiğimiz davranış öncelikleri ile ilişkilerin yönetilmesi, şirket itibarına da ciddi katkı yapar.



İTİBAR YÖNETİMİ

BASIN MENSUPLARI
İLE HER TÜRLÜ YERİ
PAYLAŞIYORUZAHU BAŞKUT
ALYANAKMİGROS KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

YENİ normal ile birlikte medya için güvenilirlik, şeffaflık ve düzenli bilgi akışı çok daha önemli hale geldi. Basın mensupları ile kurumsal kimliğimizi yansıtan her türlü veriyi, yıllık medya planlamamız doğrultusunda paylaşıyoruz. İşlerini en iyi şekilde yapabilmelerine olanak verecek şekilde bilgi akışı sağlarken; farklı sosyal platformlara hızla dâhil olarak, bu kanallar üzerinden basın ile sıklıkla bir araya geliyoruz.

ULAŞILABİLİR
OLMAYA GAYRET
GÖSTERİYORUZAKŞİN
GÜNGÖRDİVAN GRUBU PAZARLAMA VE
KURUMSAL İLETİŞİM GRUP DİREKTÖRÜ

GAZETECİLİK, kamu yararı hedefiyle güvenilirlik ekseninde yürüyen bir meslek. Medya sektöründe, dünyada olduğu gibi ülkemizde de geleneksel medya gücünü korurken, kurumlardan bağımsız habercilik yaklaşımı da öne çıkmaya başladı. Divan Grubu olarak, geleneksel ve yeni medyayı da içine alacak şekilde geniş bir perspektifte iletişim yürütüyoruz. Özellikle bu zorlu dönemde gazetecilerin şeffaf ve doğru bilgiye ulaşmaları için ulaşılabilir olmaya gayret gösteriyoruz.

GAZETECİLER, BİZ
İLETİŞİMCİLER İÇİN ÇOK
KRİTİK, YAKIN BİR PAYDAŞARDA
ÖZTAŞKINYAPI KREDİ KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

YENİ iletişim araçlarının ortaya çıkması, internetin yaygın olarak kullanımı, dijitalleşme, bireylerin mobilleşmesi, haberciliğin kendisini ve dinamiklerini de dönüştürüyor. Bu nedenle, son dönemde tüm dünyada ve ülkemizde habercilik de bir dönüşüm sürecinden geçiyor; büyük bir hareketlilik ve hız kazanıyor.

ÖNEMLİ BİR İŞLEVE SAHIPLER Özellikle dijital mecralar, artık bilginin kendisinin doğru ve yanlış ötesinde bile tartışılır hale gelmesine yol açtı. Bilgi karmaşasının ve kirliliğinin içinde doğru bilgiyi ayıklamak, aktarmak ve gerekirse yorumlamak, her zamankinden daha da kritik önemde. Bu bilginin kaynağı ve yaratıcısı da geleneksel değerlere sahip gazeteciler olmak durumunda değil. Dolayısıyla, gazetecilik mesleğinin, tarihsel olarak bugün çok daha önemli bir işleve sahip olduğunu; ancak evrensel doğrularla kendisini yeni dönem, anlayış ve mecralara uyum sağlaması gerektiğini düşünüyorum. Böylece, bu yeni dönemde de mesleğin aslında her daim yüksek olan önem ve itibarı daha da artacaktır. Tüm bu şartlar altında çok zor bir meslek yürüten gazetecilerin, biz iletişimciler için çok kritik, yakın bir paydaş olduğunu düşünüyorum.

TEMEL İLKEMİZ
AÇIK VE SAMİMİ BİR
İLETİŞİM KURMAK

ARZU ÖRSEL

CARGILL GIDA ORTA DOĞU,
TÜRKİYE VE AFRIKA KURUMSAL
İLİŞKİLER DİREKTÖRÜ

TÜM müşterilerimizle, hammaddeyi yurdumuzun bereketli topraklarında üreten başımızın tacı çiftçilerimizle, ailemiz olarak gördüğümüz çalışma arkadaşlarımızla ve toplumun tüm paydaşları ile her zaman açık ve samimi bir iletişim kurmak, temel ilkemiz. Pandemi döneminde daha çok kenetlendik. Birbirimizin halini hatırını daha çok soruyor, topluma daha yararlı olmak üzere fikirlerimizi daha yoğun paylaşıyoruz. Hedef kitlemiz ile sürekli temas halindeyiz, her konuda destek olabilmek için gayret gösteriyoruz.

İÇTEN İLETİŞİM...

Online buluşmalar tüm Türkiye'deki 600 arkadaşımızla bir araya geliyoruz. Genel Müdürlüğümüzün liderliğinde sohbet toplantıları yapıyoruz. İletişim boşluk kabul etmez, içten ve samimi olmadığında anlamını yitirir. Salgın; değerlerin, paylaşmanın, erdemlerin gerçek yerini yeniden bulduğu bir süreç. Birbirimizi düşünmek "Ben yerine biz olmak", birlikten güç almak hususunda kendimizi yeniledik. Daha kapsayıcı, empati kuran "Biz" diyen bir dil kullanıyoruz. Kurumsal ifadeler ve jargonlar, yerini samimi ifadelere bıraktı. Sosyolog Can Kozanoğlu, gerçek değerlerden çok imajların parlatıldığı iletişim biçimini "Cilalı imaj" olarak tanımlar. Bu devrin sona ereceğine inanıyoruz.



İLETİŞİM

“YENİ NORMAL”İ HEP
BİRLİKTE İNŞA ETMEK İÇİN
ÇABA SARF EDİYORUZASLI
ALEMDAROĞLUZORLU HOLDİNG KURUMSAL
İLETİŞİM GENEL MÜDÜRÜ

TÜM paydaşlarımızla doğru iletişim kurabilmek, hayatın her alanında büyük önem taşıyor. Oldukça zorlayıcı bir süreç yaşadığımız bu olağanüstü zaman diliminde, iletişim anlamında da hızlı bir dönüşüm yaşıyoruz. İletişimin hayatımızdaki ve iş alanlarındaki stratejik önemi artıyor. Doğru, güvenilir ve yalın bilgiye, habere erişim çok kritik hale geliyor.

İSTIKRARLI BİR İLETİŞİM...

Zorlu Holding olarak bu süreçte, tüm yeni medya kanallarını ve yeni teknolojileri süreçlerimize entegre ediyoruz. Çalışmalarımızı, bütünleşik ve istikrarlı bir iletişimle paydaşlarımızla en doğru mesajları iletecek şekilde yürütüyoruz. Gazeteciliğin değişim ve dönüşümüne katkı sağlayarak; üretken, verimli ve dünya için iyi olanı hep birlikte yaptığımız “Yeni Normal” diye tanımlayabileceğimiz bir süreç, hep birlikte inşa etmek için çaba sarf ediyoruz.

ETİK DEĞERLER İŞİĞİNDA
DOĞRU VE SAĞLIKLI BİR
İLİŞKİYİ ÖNEMSIYORUZAYŞENUR
AYDINOPET KURUMSAL
İLETİŞİM MÜDÜRÜ

GAZETECİLİK, objektif ve toplunun yararına yapıldığı sürece son derece itibarlı bir meslek. Mesleğin etik kurallarına göre yapılması halinde, hiçbir dönemde etkisini yitirmeyeceğini öngörüyorum. Zorlu süreçler, gazetecilik mesleğinin önemini daha da artırıyor; çünkü doğru habere ulaşmak hele de post-truth [gerçek ötesi ya da sonrası] dediğimiz bu çağda, her zamankinden daha da büyük önem taşıyor. Tarafsız bir şekilde yapılan gazetecilik, toplumun ve ülkenin sorunlarını, kaygılarını anlamak ve kamuoyu gündemine taşımak için en etkili yol. Yine bu salgın döneminde, bilimsel doğru bilgilere ve gelişmelere, işini iyi yapan gazeteciler sayesinde ulaştık.

KARŞILIKLI GÜVEN VE ŞEFFAFLIK...

Basınla olan iletişimimizde uzun yıllara dayanan, karşılıklı güven ve şeffaflık içeren, yüksek anlayış içinde bir iş birliği mevcut. Toplumla değer katan projelerimiz, ürün ve hizmetlerimizle en sevilen ve en çok tercih edilen akaryakıt dağıtım markası olarak, tüm paydaş ilişkilerimizde olduğu gibi basınla da etik değerler ışığında, doğru ve sağlıklı bir ilişkiyi önemsiyor ve bu şekilde bir strateji ile ilerlemeyi hedefliyoruz.

ESKİ BİR BASIN ÇALIŞANI
OLARAK, EKSTRA EMPATİ
KURABİLİYORUMBANU
KARAMUKPEGASUS HAVA YOLLARI
KURUMSAL İLETİŞİM DANIŞMANI

BU dönemde de stratejimiz; basın ile şeffaf, ulaşılabilir, hızlı iletişim. Bu; ekseninde empati, güven ve saygı olan bir iletişim biçimi aslında... Çünkü iletişimin de gazeteciliğin de meşakkatli meslekler olduğunu biliyoruz ve karşılıklı empatiye, güvene, saygıya dayalı bir ilişki içerisinde mesleklerimizi icra ediyoruz. Ben eski bir basın çalışanı olarak, ekstra empati kurabiliyor ve sadece bu dönem değil, her zaman gazetecilik mesleğinin itibarını korumaya gayret gösteriyorum.

MEDYA İLE İLETİŞİMİZDE
İNCELİKLİ DAVRANMAYA
ÖZEN GÖSTERİYORUZ

BANU SOYAK

LENOVO TÜRKİYE PAZARLAMA
VE İLETİŞİMDEN SORUMLU
GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

MEDYA ile açık iletişim kurmanın değerine inanıyoruz. İletişimimizde incelikli davranmaya özen gösteriyoruz. Pandemi sürecinde internet üzerinden gerçekleştirdiğimiz buluşmalarda katılımcıların sağlığına hassasiyet göstermek, bizim için büyük önem taşıyor. Bu süreçte gündemdeki doğru bilgileri aktaran iletişim çok kıymetli hale geldi. Özellikle alanlarında yetkin gazeteciler aracılığıyla doğru bilgiye erişim için elimizden gelen en iyi içerikler ile medya iletişimimize yön verdik.



İTİBAR YÖNETİMİ

İLETİŞİMİMİZİ, KARŞILIKLI
DAYANIŞMA TEMELİNDE
SÜRDÜRÜYORUZ**BENGİ VARGÜL
ŞEN**TAV HAVALİMANLARI KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

BASIN ile ilişkiler açısından, her zaman sahip olduğumuz ilkelerden farklı bir yol izlemiyoruz. Açık, şeffaf ve düzenli iletişim kurarak, dürüstlük ve karşılıklı dayanışma temelinde iletişimimizi sürdürüyoruz. Herkesin dayanışma içerisinde olması gereken bir dönemdeyiz

BASIN MENSUPLARINI
ÇALIŞMA ARKADAŞLARIMIZ
OLARAK GÖRÜYORUZ**BERNA KUMAŞ
ŞİPAHİ**ARKAS HOLDİNG KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

BASIN ile ilişkilerin, güven ve dürüstlük zemini üzerine kurulu olması gerektiğini düşünüyorum. Basın mensuplarını, bizim için sadece şirketlerin/markaların haberlerini kamuoyuna ileten kişiler olarak değil, yeri geldiğinde bir ekip gibi bizi tamamlayan, fikir alışverişinde bulunduğumuz çalışma arkadaşlarımız olarak görüyoruz. Haberlere yönelik ihtiyaçları doğru okuyoruz, haberin niteliğini ve içeriğini belirlerken, yayın bazlı ve okuyucu kitlesine yönelik planlama yapıyoruz.

GELENEKSEL MEDYANIN ÖNEMİ, ARTIŞA GEÇTİ
Koronavirüs sürecinde sosyal medyadaki kontrolsüz bilgi kirliliği, geleneksel meydanın öneminin ve duyulan güvenin artışa geçtiğini gösteren akademik araştırmalar var ki, ben de aynı fikirdeyim. Pandemi öncesinde sosyal medyada yer alan haberlere daha çok güvenen bireyler, pandemi sonrasında doğru bilgiye ulaşmak için geleneksel medyayı tercih etmeye başladı. Bunun sebebi "gerçek bilgi"nin kıymetinin hatırlanması. Ben de özellikle bilgi alma ihtiyacının iyice arttığı, iletişimin yoğunlaştığı ve hızlandığı bu kritik dönemde "sürdürülebilir ve gerçek bilgiye dayalı" iletişim yapmayı fazlasıyla önemli buluyorum.

MEDYA İLE ETKİN VE
ŞEFFAF İLETİŞİME
ODAKLANIYORUZ**BERNA ÖZDEMİR**ALLIANZ TÜRKİYE KURUMSAL
İLETİŞİM, KURUMSAL SORUMLULUK VE
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK GRUP BAŞKANI

ÖZELLİKLE, birlik ve beraberlik içinde olmanın kritik hale geldiği bu gibi dönemlerde, halka doğru ve temiz bilgiyi, en hızlı şekilde ulaştırma yolunda medya, en büyük gücümüz. Allianz Türkiye olarak, attığımız her adımda iyi bir çevre için, toplumun iyiliği için, daha da iyi bir kurum olmak için sürdürülebilir değer ve gerçek sosyal etki yaratmaya özen gösteriyoruz.

TOPLUMLA ARAMIZDA ÖNEMLİ BİR KÖPRÜ
Sürdürülebilirlik modelimizin üç ana odak noktasından biri olan toplumla aramızda önemli bir köprü olarak gördüğümüz medya ile etkin ve şeffaf iletişim, odaklandığımız öncelikli alanlardan. Basın yayın organları ile sürekli temas halinde olmaya, görüş alışverişinde bulunmaya önem veriyoruz.

KİLİT KELİMELER
"KARŞILIKLI SAYGI"
VE "EMPATİ"**BERRAK
KUTSOY**ESAS HOLDİNG KURUMSAL
İLİŞKİLER DİREKTÖRÜ

BEN, her iletişimcinin zaten otomatik olarak "basın dostu" olması gerektiğine inanıyorum. Çünkü iletişim ile basın, birbirini besleyen iki meslek dalı. Her biri, birbirinden kıymetli gazeteci dostlarımız da hepimiz gibi büyük emeklerle çalışıyorlar. Üstelik pandemi gibi zorlu bir süreçte gündemi çok yakından takip ediyorlar. Bence burada kilit kelimeler "karşılıklı saygı" ve "empati"...



İLETİŞİM

HABER DEĞERİ
OLAN İÇERİĞİ
SAĞLAMAK ÖNEMLİBİRNUR
ÖZGÜLDOĞANLAR YATIRIM HOLDİNG
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ

GAZETECİLİĞİN, saygın bir meslek olduğuna her daim inanan biriğim. Şartları gerçekten de zor olan bir meslek grubu ve bizler, bu zor günlerde doğru bilgiye her zamankinden daha çok ihtiyaç duyuyoruz. Bu dönemde yoğunlaşan iş yükünü hafifletmek ve yardımcı olmak önemli. Gazeteciye doğru bilgi, konunun ana eksenini koruyarak verilmeli. Ve elbette haber değeri olan içeriği sağlamak önemli. Bu yöndeki bilgi ve içerik; net, doğrudan ve anlaşılır bir şekilde basın mensubuna aktarılmalı.

DOSTANE İLİŞKİLER
ŞEFFAF VE AÇIK İLETİŞİMLE
GELİŞİYORBURÇAK
TÜRKERİFORD OTOSAN KURUMSAL
İLETİŞİM MÜDÜRÜ

FORD Otosan olarak, iletişim süreçlerimizi şeffaf, saygılı ve güvene dayalı bir yönetim anlayışı ile yürütüyoruz. Kurumsal iletişimcilerin ve basın mensuplarının topluma doğru bilgiyi aktarmak ortak amacıyla hareket eden bir ekip olduğu bakış açısı ile hem kurumsal etik ve ilkelimiz hem de gazetecilik etiği çerçevesinde ilişkiler kurmaya özen gösteriyoruz. Bu bağlamda, basın mensuplarıyla kurduğumuz dostane ilişkiler; anlayış, güven ve saygı temelli şeffaf ve açık iletişimle gelişiyor.

GAZETECİLERİN İHTİYAÇLARINI
ANLAMAYA ÇALIŞIYORUZ

Yaşadığımız bu zorlu dönemde hızlanan dijitalleşmeyle beraber, iletişimdeki hız da önem kazandı. Bilgi akışı ve yayılımı çok hızlı bir hale geldi. Basın mensubu dostlarımızla haberlerini oluşturmaları için gerekli bilgiye daha hızlı ve doğru bir şekilde ulaşmalarına destek olmanın öneminin farkındayız. Pandemiyle basın mensuplarının da değişen ihtiyaçlarını ve beklentilerini anlamaya çalışıyor, yeni iletişim kanalları ve teknolojilerle iletişim süreçlerimizi şekillendiriyoruz.

BASIN İLE OLAN
İLİŞKİLERİMİ HEP EN ÜST
SEVİYEDE TUTTUMBURHAN
DENİZLİKİİİLİ KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

"BASIN Dostu İletişim Lideri" olmak, gerçekten çok önemli. Sektörün en deneyimli iletişimcisi olarak, basın ile olan ilişkilerimi hep en üst seviyede tuttum. Sektördeki çoğu arkadaşım yıllardır çok yakın dostluklarım var ki, bizimkisi hiçbir zaman menfaat ilişkisi olmadı. Onlara her zaman saygı duydum, yaptıkları işin çok kıymetli olduğunu ve her daim onların yanında olduğumu hep hissettirdim. İyi bir iletişimci her zaman samimi, dürüst ve güler yüzlü olabilmeli...

KURUMSAL
İLETİŞİMCİLER MEDYAYI
DESTEKLEMELİ

CANAN SOYSAL

İSTANBUL SABİHA GÖKÇEN
HAVALİMANI (İSG) KURUMSAL
İLETİŞİM MÜDÜRÜ

ÖNCELİKLE bu değerli listenin bir parçası olmak beni gururlandırıyor. Bu sadece İSG'nin değil, bağlı olduğumuz MAHB Grubu'nun şeffaf iletişim politikasının bir başarısı. Bu noktada beni bu listeye dahil etmeye seçen değerli jüri üyelerine teşekkür ediyorum. Medya dostu iletişim stratejisi hem İSG hem de bağlı olduğumuz MAHB Grubu için vazgeçilmez bir unsur. Medya, yapmak istediği haberlerle ilgili olarak istediği bilgiye ulaşma hakkına sahip. Biz kurumsal iletişimciler olarak, bu konuda onları desteklemek zorundayız. Pandemi sonrası yeni dönemin iletişim stratejisinde şeffaflık çok daha fazla önem kazanacak. Bu nedenle kurumlar, bu talep ve ihtiyaca göre hareket etmek mecburiyetinde. Bu değerli listeye seçildiğim için bir kez daha teşekkür ederim. Derginize de yayın hayatında başarılar diliyorum...



İTİBAR YÖNETİMİ

BASINLA DAYANIŞMA İÇİNDE
ÇALIŞMaktan MUTLULUK
DUYUYORUZCEM
TANIRBOYNER GRUP KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

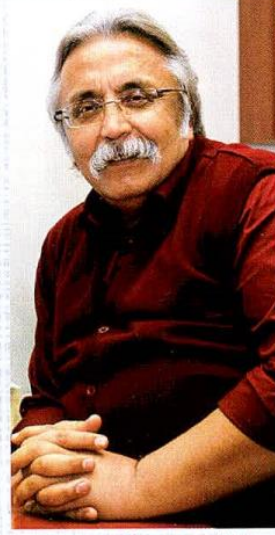
BİLGİ ve mesajlarımızın tüm toplumla paylaşılması için en önemli iş ortağımız, gazeteciler ve gazetecilik mesleği... Tüm gazetecileri ve bir meslek olarak gazeteciliği şirketlerimiz içerisinde temsil etmek, işimizin önemli bir bölümünü oluşturuyor. Basınla dayanışma içinde çalışmaktan her zaman mutluluk duyuyoruz.

GAZETECİLİK MESLEĞİNİN
İTİBARININ KORUNMASINA
KATKI SAĞLIYORUMCEM
TANRIKILIÇECZACIBAŞI HOLDİNG
MEDYA İLİŞKİLERİ DİREKTÖRÜ

GAZETECİLİK mesleğinin itibarı son yıllarda hayli sorgulanıyor olmakla birlikte, idealist ve mesleğini en iyi şekilde yapmak için çaba harcayan basın mensuplarının varlığı, beni gelecek için umutlandırıyor. Ben de kurumum adına onlarla kurduğum saygın ilişkiyi sürdürerek, habercilik yapma çabalarına elimden gelen desteği vererek, meslek itibarının korunmasına katkı sağlamaya ve yaptıkları iyi işleri takdir etmeye özen gösteriyorum.

“MASANIN KARŞI
TARAFINDA
OLSAYDIM?” SORUSU...

Basın mensupları ile bir bilgi paylaşırken “Masanın karşı tarafında olsaydım nasıl bir içerik, nasıl bir sunuş, nasıl bir yaklaşım beklerdim?” sorusunu kendime sormayı da asla ihmal etmiyorum.

KURUMSAL İLETİŞİMCİ
İLE BASIN MENSUBU
BİR BÜTÜNÜN PARÇALARICENGİZ HALİL
ÇİÇEKSANKO HOLDİNG
BASIN DANIŞMANI

SANKO Holding Basın Danışmanı Müdürü Cengiz Halil Çiçek, kurumsal iletişimci ile basın mensubunu, bir bütünün parçaları olarak görüyor. Çünkü bu iki meslek birlikte varlar ve birlikte güçlüler. Birisinin eksik olması halinde, bütünü oluşturmak mümkün değil. Duayen isme göre; kurumsal iletişiminin başarısı ancak, basın ve tüm toplumla doğru iletişim kurmasıyla mümkün. Gazetecinin ise elbette doğru bilgiyle... Dolayısıyla herkes işini birbirine zarar vermeme anlayışıyla yapmalı. Çiçek, bu süreçteki içtenlik ve nezaketin, iki taraf arasındaki iş birliğiyle boyut kazandığı düşüncesinde. Çiçek, Anadolu Ajansı'nda çalıştı, emekli oldu. Sonrasında kurumsal iletişim, 18 yıldan beri işi oldu. Kendini basın mensubu olarak kabul ediyor. Bundan dolayı, bizlerin hassasiyetlerini, içerisinde bulunduğumuz durumu, yaşadığımız zorlukları en az bizim kadar biliyor ve anlıyor. Bu da iletişim kurulurken zamanı, algıyı ve ifadeyi kolaylaştırıyor. Bu şekilde istekler, en yalın şekli ile aktarılabilir.

YAYINLARIN VAR OLMALARI
İÇİN PROJELER VE
İÇERİKLER ÜRETİYORUZCENNET
USLUKILINÇKARACA MARKA VE KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

ÇALIŞMALARIMIZI ve mesajlarımızı hedef kitemize ulaştırmak için bize yardımcı olan en etkili araçların başında geleneksel ve yeni medya kanalları geliyor. Gazeteciler ise bilgiyi yaymak için önemli bir görev üstleniyor. Dolayısıyla, iletişim çalışmalarımız kapsamında olabildiğince farklı mecralarla çalışma imkânı yaratıp, yayınların var olmaları, gazetecilerin en iyi şekilde mesleklerini yapabilmeleri için projeler ve içerikler üretmeye çalışıyoruz.



İLETİŞİM


**HABERCI ARKADAŞLARIMIZ
İLE KURDUĞUMUZ İLİŞKİLER
ŞEFFAFLIK ESASINA DAYANIYOR**


EBRU ERTAN BİLGE
SIGNIFY ORTADOĞU, TÜRKİYE,
PAKİSTAN VE AFRİKA KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

SIGNIFY'İN dünya genelinde faaliyet gösterdiği 70'ten fazla ülkenin her birinde farklı basın dinamikleriyle karşılaşsada tüm pazarlarda en hassas davrandığımız konu, basının doğru habere, güvenilir kaynaklardan ulaşmasıdır.

**BASIN MENSUPLARININ
ÖNEMİ YADSINAMAZ**

Sadece Türkiye'de değil, dünyada da haberci arkadaşlarımız ile kurduğumuz ilişkilerde şeffaflık esasına dayanarak liderliğini uzun süredir koruduğumuz aydınlatmanın, çağımıza uyarlanan yeni dilini ve son yenilikleri anlatıyoruz. Kamuoyunu, en doğru ve anlaşılır şekilde bilgilendirmek için kendilerinden destek alıyoruz. Basın mensuplarımızın önemi bu doğrultuda markalar için yadsınamaz.

**BASIN MENSUBU
DOSTLARIMIZ, EN YAKIN
PAYDAŞLARIMIZ**


**EKİN ERİM
TAYALI**
SAP TÜRKİYE KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

GAZETECİLİK mesleğinin özünde, toplumu bilgilendirmek ve bilinçlendirmek var. Pandemi döneminde değişen koşullara ve gündeme hızla adapte olabilmek adına, medya mensupları da pek çok zorlukla karşılaştı. Biz de gazeteci dostlarımızla sık sık bir araya gelmeyi hedefledik, tüm bilgi kanallarımızı açarak ihtiyaç duyulan teknik konularda rehber görevi üstlendik. İletişim stratejimizde basın mensuplarına nasıl daha fazla fayda sağlayabileceğimize odaklandık.

YOL ARKADAŞLIĞIMIZA DEVAM

SAP olarak farklı sözcülerimiz ile en geniş şekilde bilgi paylaşmaya ve bu alandaki uzmanlığımızı hem onlara hem de kamuoyuna sunma kadar açmaya özen gösterdik. Özellikle de dijitalleşmenin ana gündem konusu haline dönüştüğü pandemi koşullarında teknik konuları olabildiğince sadeleştirerek, gazetecilerin bu konuları okurlarına anlaşılır bir şekilde aktarmalarına yardımcı olmaya çalıştık. Her alanda sürdürülebilirliğin daha iyi bir geleceğin anahtarı olduğunu inanıyoruz. Bu anlayış ile basın mensubu dostlarımızı da en yakın paydaşlarımız olarak görüyor ve sürdürülebilir iş birlikleri kurarak yol arkadaşlığımıza devam etmeyi ümit ediyoruz.

**MEDYADAKİ
ARKADAŞLARIMIZ İLE
SÜREKLİ İLETİŞİM HALİNDEYİZ**


**FİLİZ KARAGÜL
TÜZÜN**
SABANCI HOLDİNG KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

MESLEĞİMİZİN gereği olarak, medyada görev yapan arkadaşlarımızla sürekli iletişim halindeyiz. Kurumsal iletişim ve medya ilişkisini tek yönlü düşünmemek gerekir. Medyanın çalışma dinamiklerini doğru anlamak, bu işin başlangıç noktası. Önemli olan, hem görev yaptığımız kurumun beklentilerini ve ihtiyaçlarını yönetmek hem de medyaya doğru ve güvenilir bilgi akışını sağlamaktır. Ancak bu şekilde kalıcı ve sürdürülebilir ilişkiler kurulabilir.

**GAZETECİLER
İLK VE EN ETKİLİ
KAYNAĞIMIZ**


**GÖKHAN
ŞENGÜL**
İGA KURUMSAL İLETİŞİM
DİREKTÖRÜ

MARMARA Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü mezunu biri olarak, iletişim stratejisinin kurgulandığı her satırda "Bu işin haber değeri nedir?" sorusuna cevap arıyoruz. Haber değeri gördüğümüz iletişim işini hedef kitleye ulaştırmada ilk ve en etkili kaynağımız tabii ki gazeteciler.

EN ÖNEMLİ PAYDAŞ

Bu yönüyle onları, bir iletişimci olarak kendi mesleğimizi yapabiliyor olmanın en önemli paydaşı olarak görüyorum. Konuya, gazetecilik mesleğinin itibarını korumanın, aslında iletişimci olarak kendi itibarımızı korumak anlamına geldiği motivasyonunda yaklaşıyorum.



İTİBAR YÖNETİMİ

BASIN CAMIASI İLE
ARAMIZDA, GÜVENE DAYALI
BİR İLİŞKİ VARGÖKTÜRK
DEMİRELENERJİSA ENERJİ İLETİŞİM
GRUP MÜDÜRÜ

ENERJİSA Enerji olarak, hayatın devamlılığı için en kritik hizmetlerden biri olan elektrik dağıtım ve satış kolunda faaliyet gösteriyoruz. Dolayısıyla, çok önemli bir kamu görevini yerine getirirken, tüm paydaşlarımız için değer yaratan bir iletişim sağlamak en önemli hedefimiz.

İLETİŞİM KANALLARIMIZI
AÇIK TUTUYORUZ

Bu paydaşlar içerisinde en önemlilerinden biri olan basın camiası ile aramızda güvene dayalı tesis ettiğimiz ilişkinin devamlılığını sağlamayı amaçlıyoruz. Bunun için de onlarla olan iletişim kanallarımızı her daim açık tutuyor, bunun yanında da özgün, kıymetli ve şeffaf içerik sunmayı çok önemsiyoruz.

PANDEMİ SÜRECİNDE DE
BASINLA YAKIN VE SICAK
İLETİŞİMİMİZİ SÜRDÜRDÜKHABİBE
ALOĞLUPOLAT HOLDİNG PAZARLAMA VE
KURUMSAL İLETİŞİM MÜDÜRÜ

MEDYA çalışanlarının Covid-19 sürecinde halkın doğru şekilde bilgilendirilmesi ile ilgili çok önemli katkısı oldu. Bu önemli ve zor süreçteki destekleri için tüm basın mensubu dostlarımıza teşekkür ederiz. Polat Holding olarak, pandemi sürecinde de basınla yakın ve sıcak iletişimimizi sürdürdük.

BASIN MENSUPLARINI
İLK ELDEN BİLGİLENDİRDİK

Ortaya koyduğumuz çalışmalarla ilgili basın mensuplarını ilk elden bilgilendirdik. Zorlu şartlarda görevlerini yapmaya çalışan medya mensuplarının yanlarında olduğumuzu her daim hissettirmeye çalıştık.

GAZETECİ DOSTLARIMIZIN
EMEĞİNE VE BAŞARILARINA
SAYGI DUYULMALI

İLKER ÇELİK

PANASONIC LIFE SOLUTIONS
TÜRKİYE KURUMSAL
İLETİŞİM VE KSS MÜDÜRÜ

BİZLER, şirketimizle ilgili konularda, basınla haber alma gereksinimini karşılarken, değerli gazeteciler de sunduğumuz bu bilgileri, topluma sunma görevini başarı ile yerine getirmekteler.

BASIN DOSTU
YAKLAŞIMLAR...

Basın ile kurduğumuz bu doğal iş ortaklığını başarılı bir şekilde yürütmek ve onlarda güçlü bağlar kurmak, ancak basın dostu yaklaşımlar sergilemekle ve onların itibarını koruma sorumluluğunu taşımakla mümkündür. Bu çerçevede, nazik, etik ve şeffaf davranışlarla yürütülen ve gazeteci dostlarımızın tüm zorlu koşullara rağmen ortaya koyduğu emek ve başarılarına saygı duyan bir yaklaşımın, bu değerli mesleğin itibarını korumak adına çok önemli olduğu inancındayım.

DOĞRU MEDYA İLETİŞİMİ
STRATEJİLERİ GELİŞTİRMEK
İÇİN ÇALIŞIYORUZİSMAİL
ÖZBAYRAKTARTURKCELL KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

BU dönemde dayanışmanın önemini daha iyi anlayan şirketler, önümüzdeki süreçte de kurumsal sosyal sorumluluk projelerine daha fazla eğilecek. İşte tüm bu gelişmeler, iletişim planlarımızı şekillendirmede önemli rol oynuyor. Bu gibi zorlu süreçlerin doğru yönetildiğinde kurumun itibarına katkı sağlayacağına düşünerek hareket etmeye özen gösteriyoruz.

İTİBARLI İLETİŞİM...

Bu doğrultuda doğru medya iletişimi stratejileri geliştirmek için çalışıyoruz. Samimi, güvenilir, dürüst, net ve itibarlı veriye dayalı iletişim kurmak için çaba harcayarak kısa vadeli çözümlere odaklanmadan hareket etmeye çalışıyoruz.



İLETİŞİM

BİRBİRİMİZİN DESTEĞİNE
HER ZAMANKİNDEN ÇOK
İHTİYACIMIZ VAR

KAAN ÜNVER

ANADOLU GRUBU KURUMSAL
İLİŞKİLER VE İLETİŞİM
KOORDİNATÖRÜ

MEDYA sektöründe görev yapan arkadaşlarımız, paydaşlarımız arasında bizim için en üst sıralarda yer alıyorlar. Pandemi süreci pek çok sektör ve meslek gibi, gazetecilik mesleğini de olumsuz etkiledi. Diğer taraftan, halkın doğru bilgi ve haber alma ihtiyacı ve bizlerin de iletişim mesajlarımızı daha güçlü ve istikrarlı bir şekilde yansıtmaya ihtiyacımız arttı. Dolayısıyla bu süreçte birbirimizin desteğine her zamankinden çok ihtiyacımız var.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN
ORTAK ÇALIŞMALIYIZ

Aramızdaki güçlü iletişimi ve dayanışmayı koruyarak, özellikle sürdürülebilirlik alanında ortak çalışmalar yapmamızın ve farkındalık yaratmamızın çok önemli olduğunu düşünüyorum.

MEDYA İLE ŞEFFAF
BİR İLETİŞİM
KURULMALIDR. M. OĞUZCAN
BÜLBÜLABDİ İBRAHİM KAMU İLİŞKİLERİ VE
KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

MEDYA ile şeffaf bir iletişim kurmanın, iki tarafın itibarının korunması ve ilişkilerde sürekliliğin sağlanması için vazgeçilemez unsur olduğu pandemi günlerinde bir kez daha ispatlandı. İnsanlar bu zor zamanlarda doğru bilgiye, "geleneksel" addedilen televizyon, gazete, dergi ve radyo üzerinden ulaşmaya çalıştı ve bu mecraları daha güvenilir gördü.

MEDYANIN GELECEĞİ...

Covid-19 salgını, dünyada ve Türkiye'de medyanın geleceği için de belirleyici bir rol oynadı. Bugünlerde daha da belirginleşen bağımsız, çeşitli ve güvenilir bilgi ihtiyacı, önümüzdeki yıllarda da medyaya ve stratejilerimize yön verecektir.

EN HIZLI, TARAFSIZ VE EN
GÜVENİLİR YAYINLAR İLE
BİRLİKTE YÜRÜNMELİ

MEHMET AYKIRI

YAŞAR HOLDİNG GIDA GRUBU-
(PINAR) KURUMSAL İLETİŞİM
DİREKTÖRÜ

GAZETECİLİK mesleğinin itibarını korumak hepimizin görevi. Gazetecilik son yıllarda yalnızca Türkiye'de değil, dünyada da itibar kaybetmeye devam ediyor. Bu kaybın önüne geçebilmek için okurlarına karşı sorumluluklarını yerine getiren yayınlara, her zamankinden daha fazla ihtiyaç var. Bu süreçte okuyucularına en hızlı, tarafsız ve en güvenilir şekilde ulaşan yayıncılar ile birlikte yürüyerek bu itibarı koruyabiliriz.

"GAZETECİLİK" VE "KURUMSAL
İLETİŞİM" MESLEĞİ
BİRBİRLERİNİN TAMAMLAYICISI

MELTEM OKYAR PERDECİ

SHELL & TURCAS İCRA KURULU
ÜYESİ VE SHELL TÜRKİYE
KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

KURUM ve toplum arasında çok önemli bir bağ olan "Gazetecilik" mesleği "Kurumsal İletişim" mesleği ile her zaman birbirlerinin tamamlayıcısı olmuştur. Dolayısıyla paydaşlarımız ile olan iletişimimizde her zaman şeffaf, saygılı, sorumlu, güvenilir ve adil olmayı kendimize prensip ediniyoruz. Bu yaklaşım ile basının değerli temsilcileri ile de şeffaf, zamanında ve doğru bilgi kaynağı olarak iletişimimizi sürdürmeye özen gösteriyoruz. İçerisinde bulunduğumuz bu zorlu dönemde de mecraların kendi dinamiklerine uygun içerik sağlamaya ve her içeriği özel olarak ele almayı sürdürdük. Sadece güvenilir bir bilgi kaynağı olmanın ötesinde, ilkeli ve dürüst yayıncılık prensiplerinden ödün vermeyen mecraların, nitelikli içerik üretmelerine destek olmaya devam edeceğiz.



İTİBAR YÖNETİMİ

TOPLUMUN DOĞRU
BİLGİLENDİRİLMESİ İÇİN
BASINA ÇOK BÜYÜK İŞ DÜŞTÜMİNE
TUDUKLİV HOSPİTAL KURUMSAL İLETİŞİM
VE MARKA YÖNETİMİ MÜDÜRÜ

DEĞERLİ basın mensubu arkadaşlarımız, tıpkı sağlık personeli gibi pandemi döneminde çok yoğun mesai harcadı. Toplumun doğru bilgilendirilmesi için basına çok büyük iş düştü. Biz de sağlık ordumuz ve konuyla alakalı hekimlerimizle, görsel ve yazılı medya aracılığıyla düzenli bilgilendirmeler yaptık.

HALKI AYDINLATTIK

Alanında uzman hekimlerimiz, televizyon programlarında, haberlerde verdiği etkili ve doğru bilgilerle halkı aydınlattı. Son gelişmeleri bilimsel sınırlar içinde halka ulaştırdık. Enfeksiyon kurulunun kararlarını basın mensuplarına ilettik. Ve sosyal medyada da düzenli olarak yayın yaptık.

BASINLA OLAN
İLİŞKİLERİMİZ, BİZİM İÇİN
ÇOK ÖNEMLİ VE KIYMETLİNİLÜFER
GÜRPINAR GÜNERNOVARTİS TÜRKİYE İLETİŞİM VE
HASTA İLİŞKİLERİ DİREKTÖRÜ

PANDEMİ, bütün sektörleri olduğu gibi medya sektörünü de ciddi bir şekilde etkiledi. Novartis ilaç olarak, basınla olan ilişkilerimiz, bizim için çok önemli ve kıymetli. Bu zorlu süreçte, ilişkilerimizi taze tutmak ve birbirimizi daha iyi anlamak için belirli aralıklarla online buluşmalar ve etkinlikler düzenliyoruz.

BİRBİRİMİZİ DİNLİYOR
VE ANLIYORUZ

Birbirimizi dinliyor, anlıyor ve şeffaf bir yaklaşım ile karşılıklı olarak bu süreci iyi geçirdiğimizi düşünüyoruz. Gerçekleştireceğimiz iletişim çalışmaları ile değerli basın emekçilerini desteklemeye devam edeceğiz. Her zaman yanlarında olduğumuz, yanınızdayız...

BASIN CAMİASI
İÇİN FARKLI
FIRSATLAR DOĞACAKÖZLEM
AKSOYGE TÜRKİYE KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

KORONAVİRÜSÜN en çok etkilediği meslek gruplarından biri de gazetecilik oldu. Virüsün yayılma ihtimali yüzünden insanların kâğıda dokunmaktan kaçınması, gazete ve dergi tirajlarına olumsuz etki ederken, dijital yayıncılık alanında büyük bir sıçramaya neden oldu. GE Türkiye olarak, her zaman olduğu gibi tüm basın ve yayın kanallarıyla güvenilir, şeffaf ve güçlü ilişkimizi aynı ilkelerle sürdürdük. Bu zorlu süreçte, gazeteci dostlarımızın yayınlarını hem geleneksel hem de dijital ortamda yakından takip ediyoruz, röportaj ve haber taleplerine destek veriyoruz. Yeni dönemde her meslekte yaşanan dönüşümün basın dünyası için de geçerli olduğuna inanıyorum. Gazetecilik mesleği de merkezinde insan olacak şekilde, mekân bağımsız, aynı zamanda veri bilimi ve yapay zeka gibi teknolojik uygulamalarla evrilecek ve basın camiası için farklı fırsatları doğacaktır.

KARŞILIKLI ANLAYIŞ VE
GÜVEN İÇEREN BİR İLİŞKİ
KURUYORUZ

RANA BİRDEN

KALE GRUBU KURUMSAL
İLETİŞİM VE KAMU İLİŞKİLERİ
BÖLÜM BAŞKANI

SATIR ve sütun değerlerinin ölçüldüğü tek taraflı iletişimin değil, artık yaratılan etki ve süreklilik ile ölçümlenmenin gereğine inanıyoruz. Bu inançla, sürdürülebilir bir iletişim modelini benimseyerek iletişimde pozitif, yapıcı ve şeffaf ilişkiler kurmaya, ortaklık temelli toplumsal faydayı gözetilen projeleri beraberce geliştirmeye özen gösteriyoruz. İletişimde yazılı, görsel ve dijital basının olmazsa olmaz saç ayakları olduğu bilinciyle, karşılıklı anlayış ve güven içeren bir ilişki kuruyoruz.



İLETİŞİM

BASINDAKİ ARKADAŞLARIM
BENİM İÇİN HER ZAMAN ÇOK
ÖNEMLİ BİR YERE SAHİPRENGİN
ERDİNÇPHILIPS ORTA DOĞU VE TÜRKİYE
MARKA & İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

İLETİŞİM Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü mezunuyum, yüksek lisansımı da aynı bölümde yaptım. Basında çalışan arkadaşlarımla aynı sıraları paylaştım. Okuldan mezun olduğum günden bugüne, 20 yıldır iletişim alanında çalışıyorum. Basındaki arkadaşlarım, benim için her zaman çok önemli bir yere sahip. İletişimde samimiyetin ve dürüstlüğün önemine inanıyorum. Bu zorlu süreçte basın sektörünün yanında olmak için iletişimimizi hiç koparmadık, samimiyet ve dürüstlüğümüzü koruduk. Projelerimize ara vermedik. Basın sektöründen dostlarımızın da online platformlarda çok güzel projeler gerçekleştirmesine şahit olduk ve buralarda onlarla iletişimimizi devam ettirdik.

BASINLA İLİŞKİLERİMİZİN
TEMELİNDE, DÜRÜSTLÜK
ŞEFFAFLIK VE AÇIK SÖZLÜLÜK YARSAADET
ALPAGONİSSAN TÜRKİYE KURUMSAL
İLETİŞİM MÜDÜRÜ

BASINLA ilişkilerimizin temeli de her zaman dürüstlük, şeffaflık ve açık sözlülük oldu. Biz, olanı olduğu gibi paylaşan bir markayız. Sorumluluklarımızın bilincinde, yaptıklarımızın ve söylediklerimizin arkasındayız. Önce kendimize karşı dürüstüz. Kendimize dürüst olduğumuzda, çalışanlarımıza, iş ortaklarımıza ve müşterilerimize karşı aynı hassasiyet ile iletişim sağlamak en önemli öncülüğümüz oluyor.

TÜM PAYLAŞIMLARI
AKSATMADAN YAPIYORUZ

Bu çerçevede değerli basın mensubu dostlarımız ile markamıza ve sektöre dair ihtiyaç duyulan tüm paylaşımları aksatmadan yapmaktayız.

EN BÜYÜK DESTEKÇİM
HER ZAMAN BASIN
CAMİASI OLDUSEDA
GÜLERDOĞA SİGORTA KURUMSAL
İLETİŞİM MÜDÜRÜ

ÇOK uzun yıllardır onur ve mutlulukla sürdürdüğüm mesleğim, en büyük destekçim, her zaman basın camiası oldu. "Kurumsal İletişim" basın ile güven ve samimiyet içinde, güçlü bir dirsek teması ile yürüyen bir alan. Neredeyse, çalıştığımız yayın ve kuruluşlardan çok, birbirimiz ile iletişim ve etkileşim içindedir. Bu süreç, bu zor günlerde de artarak devam etti. İhtiyaçları olan dosya konuları, röportajlar, online yayınlar ve yeni projelerde, hızlı ve etkili katılımlar sağladık.

MALİYETLERİNİZİN FARKINDAYIZ Yine yönetimimizin desteği ile yıllık anlaşmalarımızı tazeledik, onları maddi ve manevi yormamaya gayret ettik. Basın açısından, özellikle dergiler için hem artan maliyetler hem de uzaktan çalışma koşullarının yansımalarının farkında olarak, elimizden gelen desteği sunmaya çalıştık. Ayrıca, basın camiasından dostlarımız ile hal hatır sormayı, bizlere ve ailelerimize fayda sağlayacak öneri ve önlemleri aktarmayı unutmamak. Birbirimizi motive ettik, güldürdük, enerji aşıladık. Gün daha çok birlik olma zamanı... Sadece basınla değil, tüm iş ve çözüm ortaklarımla, yöneticilerimle ve mesai arkadaşlarımla, kolaylaştırma ve pozitif yaklaşım içeren bir iletişimle, bu sürecin üstesinden gelmeye çalışıyorum.

GAZETECİLİĞİN NE KADAR
ÖNEMLİ OLDUĞUNU
YAŞAYARAK GÖRÜYORUZSELAY
GÜNTEKİNENERJİSA ÜRETİM KURUMSAL
İLETİŞİM MÜDÜRÜ

ŞİRKETİMİZİN ilişki içerisinde olduğu tüm paydaşlarımız ile sinerjik bir iletişim yönetimi sürdürmek hedefiyle, merkezi bir anlayış benimsiyoruz. Tüm iletişim çalışmalarımızı, şirketimize katacağı değerleri gözetilerek; misyon, strateji ve ilkelerimizle uyumlu bir şekilde yürütüyoruz. Hem iç hem de dış paydaşlarımız ile sürekli etkileşimi sağlayan dinamik bir iletişim kurmaya çalışıyoruz.

GÜZEL ÖRNEKLER, ANA REFERANS KAYNAKLARIMIZ İlkelerimizden bir tanesi, mükemmelliğin peşinde olmak. Gazetecilik mesleğini önemsiyoruz ve özellikle kriz dönemlerinde doğru gazeteciliğin ne kadar önemli olduğunu yaşayarak görüyoruz. Organizasyon içerisinde bilgi paylaşımları seçimlerimizde gazeteciliğin güzel örnekleri, bizim için ana referans kaynaklarımızdan birisi oldu. Pandemi vakaları görülmeye başladığında ekonomi sayfalarında, sektörel yayınlarda ve diğer gazetecilik platformlarında ülkemizi hiçbir zaman elektriksiz bırakmayacağımızı taahhüt ettik. Bu iletişimlerimizde hem basın bize yardımcı oldu hem de biz onlara destek vermeye çalıştık.



İTİBAR YÖNETİMİ

HİÇBİR ZAMAN
KRİZ DÖNEMLERİNDE
İLETİŞİMİ KESMEDİKSELMİN
GÜNDOĞDUYATAŞ GRUP KURUMSAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

KRİZ dönemlerinde bazı markaların tercihi sessiz kalmak, iletişimi kesmek yönündedir. Biz bunu hiçbir zaman tercih etmedik. Gerek görsel gerek yazılı basın ile sürekli iletişim halindeyiz. Markamıza ve sektöre dair bilgileri onlarla paylaşıyor, gereken desteği vermeye çalışıyoruz.

BASIN CAMIASI İLE GÜVENE
VE VERİMLİLİĞE DAYALI BİR
İŞ ORTAKLIĞI YÜRÜTÜYÜRÜZTUĞBA ÇAMLI
CANTÜRKAMGEN TÜRKİYE VE GENSENTA
KURUMSAL İLİŞKİLER KİDEMLİ MÜDÜRÜ

BASIN camiası ile güvene ve verimliliğe dayalı bir iş ortaklığı yürütüyoruz. Basın ile ilişkilerimizde doğru ve etkili iletişimin gücüne inanıyoruz. Bu olağanüstü dönemde, topluma en doğru bilgiyi en hızlı şekilde ulaştırmak kritik önem taşıyor.

TOPLUMDAKİ GÖZÜMÜZ
KULAĞIMIZ, MEDYA...

Paydaşlarımıza sesimizi duyurabilme, onların farkındalığını artırma noktasında toplumdaki gözümüz kulağımız medya... Dolayısıyla attığımız her adımda basın yayın organlarıyla temas halinde olmaya, birbirimizi anlamaya ve desteklemeye, karşılıklı görüş alışverişinde bulunmaya büyük değer veriyoruz.

ERİŞİLEBİLİR OLMAK
ÇOK DAHA FAZLA
ÖNEM TAŞIYORTUĞÇE
ALTINSOYYILDIZ HOLDİNG KURUMSAL
İLETİŞİM GRU DİREKTÖRÜ

GELENEKSEL ve dijital medya, kuşkusuz en önemli paydaşlarımız arasında yer alıyor. Özellikle pandemi gibi belirsizlik ortamlarında, medya aracılığıyla toplumumuzla net iletişim kurmak, beklentileri ve soruları karşısında erişilebilir olmak, çok daha fazla önem taşıyor.

TALEPLERE YANIT
VERMEYE ÇALIŞIYORUZ

Biz de bu dönemde her zamanki gibi doğru bilgileri tüm medya kanalları üzerinden eş zamanlı olarak paylaşmaya, medya mensubu dostlarımızın bilgi taleplerine mümkün mertebe yanıt vermeye gayret ediyoruz.

MEDYA İLİŞKİLERİMİZE
BÜYÜK BİR ÖZEN
GÖSTERİYORUZVİLDAN
YILDIRIMORKA HOLDİNG PAZARLAMA
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

"DÖRDÜNCÜ Büyük Güç" olarak kabul edilen medyanın, gelişen iletişim ve ulaşım teknolojileri doğrultusunda dünya çapında gücü katlanmış durumda. Medyanın etkinliğini ve güvenilirliğini koruması ise etik kurallara uymakla mümkün. Ve gazeteciliğin itibarını korumasında ise her bir birey ve kurumun sorumluluğu olduğuna inanıyoruz.

BASIN MENSUPLARINA
KIYMET VERİYORUZ

Bu anlamda Orka Holding olarak, basın kuruluşlarına ve basın mensuplarına her zaman için kıymet veriyor ve medya ilişkilerimize doğruluk-şeffaflık-içtenlik ekseninde büyük bir özen gösteriyoruz.



İLETİŞİM

GAZETECİLER, İLETİŞİM
EKOSİSTEMİNİN İÇİNDEKİ
EN ÖNEMLİ OYUNCUYAĞIZ
YÜCELBORUSAN CAT KURUMSAL
İLETİŞİM LİDERİ

GAZETECİLİK çok önemli bir meslektir. İlkeleri olan, değerleri olan, dünyanın en eski mesleklerinden... Gazeteciliğin aynı sanatçılık gibi; ancak doğuştan gelen bazı meziyetlerle birleşerek mükemmel bir noktaya ulaşabileceği fikrindeyim. Gazetecilik, içgüdüsel bir meslek. Adeta olaylara karşı bir refleks. İletişim bir ekosistem. Bu ekosistemin içindeki en önemli oyuncular da kuşkusuz gazeteciler.

BU KADİM MESLEK, HİÇBİR ZAMAN
İTİBARINI KAYBETMEYECEK

Son yıllarda dijital mecralar, sosyal medya vb. yeni akımların yükselişiyle birçok tartışmaya konu olan bu kadim mesleğin, hiçbir zaman itibarını kaybedebileceğini düşünemeyenlerdenim. Haber almak ve haberi doğru almak herkesin hakkı. Bu amaçla da aynı doktorluk gibi gazeteciliğin de ulvi bir tarafı var. Nasıl ki, merdiven altında çalışıp kendine doktor diyenler ile işin ustalarını aynı kefeye koymuyorsak, gazeteciler ve mecralar arasındaki ayrımı da benzer şekilde yapar ve "gazetecilerin" içeriklerini tüketirsek, konuyu çözeceğiz. Neyi tüketip, neyi tüketmeyeceğimiz konusunda biraz daha seçici olup, seçimlerimizle duruma yön vermek bizim elimizde...

ÇOK SESLİ BİR MEDYA
ORTAMI, DEMOKRASİNİN
EN TEMEL UNSURLARINDANYELİZ ÖZ
KARAKOÇ HOLDİNG MEDYA
İLİŞKİLERİ MÜDÜRÜ

DEMOKRASİNİN en temel unsurlarından biri olan basın özgürlüğü ve çok sesli bir medya ortamı, bugünün iletişim ortamında önemini ve değerini artırarak korumaya devam ediyor. Gazetecilik mesleğinin itibarını korumak, hepimiz için önemli ve bu yolda üzerimize düşen sorumlulukların da farkında olmalıyız. Bu zor şartlarda, mesleğinin itibarını korumak ve gazetecilik faaliyetini sürdürmek için elinden gelen tüm gayreti ve çabayı gösteren gazeteciler de var. Her şeyden önce hepimiz, onlara teşekkür etmeliyiz.

TAKDİR VE KIYMET BİLEN
BİR İLİŞKİ YÖNETİMİ...

Koç Holding'te yürüttüğümüz medya ilişkileri süreçlerimizde; medyanın geleneksel ve dijital tüm alanlarında kapsayıcı, etik değerleri gözetilen, şeffaf, değer temelli, takdir ve kıymet bilen bir ilişki yönetimi uygulamaya özen gösteriyoruz. Özetle; yeni iletişim ortamlarının gelişimini takip ediyor, alışkanlıklarımızı sorguluyor, yeni mecralarda varlığını güçlendiren gazetecileri ve gazetecilik faaliyetlerini önemsiyor ve destekliyoruz.

DOĞRU BİLGİYİ
AKTARABİLMEK İÇİN BASIN
İLE ORTAK ÇALIŞMAK ŞARTYUSUF ZİYA
YÜCELİMAK ENERJİ GRUBU KURUMSAL
İLETİŞİM GRUPO MÜDÜRÜ

ENERJİ sektörü kamu hizmeti verdiği için, hedef kitlesi de oldukça geniş. Doğru bilgiyi aktarabilmek için basın ile ortak çalışmak şart. Basın mensuplarıyla iletişim kanallarımızı açık tutarak ve şeffaf bilgi akışını sağlayarak en sağlıklı sonucu elde edebiliyoruz.

KOORDİNELİ İLERLİYORUZ

Hizmet verdiğimiz Güney Marmara Bölgesi'nde görev yapan yerel basın mensupları ve ulusal basın ile iletişimini aralıksız sürdürüyoruz. Pandemi ile daha da zorlaşan çalışma koşullarında da yine basın ile koordineli ilerliyoruz. Sokağa çıkma kısıtlamalarında neredeyse saat başı gerçekleşen canlı yayın bağlantılarında, saha ekiplerimizin zorlu mesaisini yansıttık. 7/24 hizmet veren sektörümüzde yine saat, mesai kavramı olmadan çalışan gazetecilerle birlikte ilerliyoruz. Nisan 2020'de gazeteci dostlarımıza, kendi Ar-Ge ekibimizin ürettiği siperlikli maske gönderimlerimiz oldu. "Çalışan Gazeteciler Günü" gibi özel günlerde kendilerine kutlama adına çeşitli çalışmalar yürüttük. Gazetecilik mesleğini tüm zorluklara rağmen yürüten dostlarımıza desteklerimizi sürdüreceğiz.

TÜM HABERCİLER VE
YÖNETİCİLERİ İLE YENİ
STRATEJİLER OLUŞTURUYORUZZEYNEP ÇUHACI
AYAZACIBADEM SAĞLIK GRUBU
KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

GAZETECİLİĞİN varlık nedeni olan doğru bilgiyi en hızlı bir şekilde topluma aktarmak olduğunun bilincindeyiz. Dolayısıyla, basından gelen tüm haber taleplerine öncelik vererek, konunun uzmanı klinisyenler ve akademisyenlerle görüşme, bilgi alma ihtiyaçlarını hızla karşılamamız. Konvansiyel, dijital ve görsel alanda çalışan tüm haberciler ve yöneticileriyle sık sık görüşüyor ve değişen ihtiyaçlarına yönelik, yeni stratejiler oluşturmaya çalışıyoruz.



İTİBAR YÖNETİMİ

TÜM İLETİŞİM EKOSİSTEMİ
TOPLUMSAL FAYDA
ODAĞINDA HAREKET ETMELİZEYNEP
ÖZBİLARÇELİK GLOBAL
İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

PANDEMİ sürecinde, iletişimci-lerin kritik bir rol üstlendiğine inanıyorum. Kaygıları azaltmak ve söylentilerin önüne geçmek için; doğruluk, şeffaflık, güvenilirlik ve tutarlılık ekseninde bir kriz yönetimi inşa edilmeli. Bizlerin de en önemli önceliği, süreçle ilgili olarak tüm paydaşlarımızı şeffaf ve düzenli bir biçimde bilgilendirmek oldu.

OLUMLU VE UMUT VEREN BİR İLETİŞİM DİLİNİ BENİMSedik Salgınla birlikte olağanüstü hızlanan dijital bir çağda yaşıyoruz; mailing'ler, webinar'lar, online toplantılar, sosyal medya paylaşımları, video mesajlar, online basın toplantıları gibi dijital kanallar ve araçlarla iletişimimizi kesintisiz şekilde sürdürdük. İnsanların sağlıkları ile birlikte psikolojilerini de korumalarına destek olmaya çalıştık. Oluumlu ve umut veren bir iletişim dilini benimsedik. Böylesine zor bir süreçte basın çalışanları, şirketlerin kurumsal iletişim ekipleri ve iletişim ajansları olmak üzere, tüm iletişim ekosisteminin toplumsal fayda odağında kolektif bir bilinçle hareket etmesini hedefleyen bir stratejiyi benimsedik.

HABERCİLİĞİN
GEREKTİRDİĞİ EMEK VE
ÇABANIN BİLİNCİNDEYİZZEYNEP
SUNGUNESTLÉ TÜRKİYE PAZARLAMA VE
KURUMSAL İLETİŞİM DİREKTÖRÜ

NESTLÉ Türkiye olarak, haberciliğin gerektirdiği emek ve çabanın bilincindeyiz. Bundan dolayı tüm mecralara eşit mesafede duruyor, farklı mecraları iletişim planlarımızın bir parçası kılıyoruz. Üzerinde titizlikle çalışılmış içeriğimizi, doğru zamanda, ilgili mecrayla, mecranın yer verebileceği formatta ve şeffaf şekilde paylaşıyoruz. Tüm gazeteci dostlarımızın yaptığı işlere büyük saygı duyuyoruz.

TOPLULUKLARA GÖRE BASIN
DOSTU İLETİŞİM LİDERLERİ

KOÇ TOPLULUĞU

YELİZ ÖZ KARA

Koç Holding Medya İlişkileri Müdürü

AKŞİN GÜNGÖR

Divan Grubu Pazarlama ve Kurumsal İletişim Grup Direktörü

ARDA ÖZTAŞKIN

Yapı Kredi Kurumsal İletişim Direktörü

AYŞENUR AYDIN

Opet Kurumsal İletişim Müdürü

ZEYNEP ÖZBİL

Arçelik Global İletişim Direktörü

BURÇAK TÜRKERİ

Ford Otosan Kurumsal İletişim Müdürü



SABANCI TOPLULUĞU

FİLİZ KARAGÜL TÖZÜN

Sabancı Holding Kurumsal İletişim Direktörü

GÖKTÜRK DEMİREL

Enerjisa Enerji İletişim Grup Müdürü

SELAY GÜNTEKİN

Enerjisa Üretim Kurumsal İletişim Müdürü



ANADOLU GRUBU

ANADOLU GRUBU

KAAN ÜNVER

Anadolu Grubu Kurumsal İlişkiler ve İletişim Koordinatörü

AHU BAŞKUT ALYANAK

Migros Kurumsal İletişim Direktörü



ESAS HOLDING

BERRAK KUTSOY

Esas Holding Kurumsal İlişkiler Direktörü

BANU KARAMUK

Pegasus Hava Yolları Kurumsal İletişim Danışmanı



"BASIN DOSTU 50 İLETİŞİM LİDERİ"nin yeni dönem iletişim tonu ve stratejileri, Şubat 2021 sayımızda...