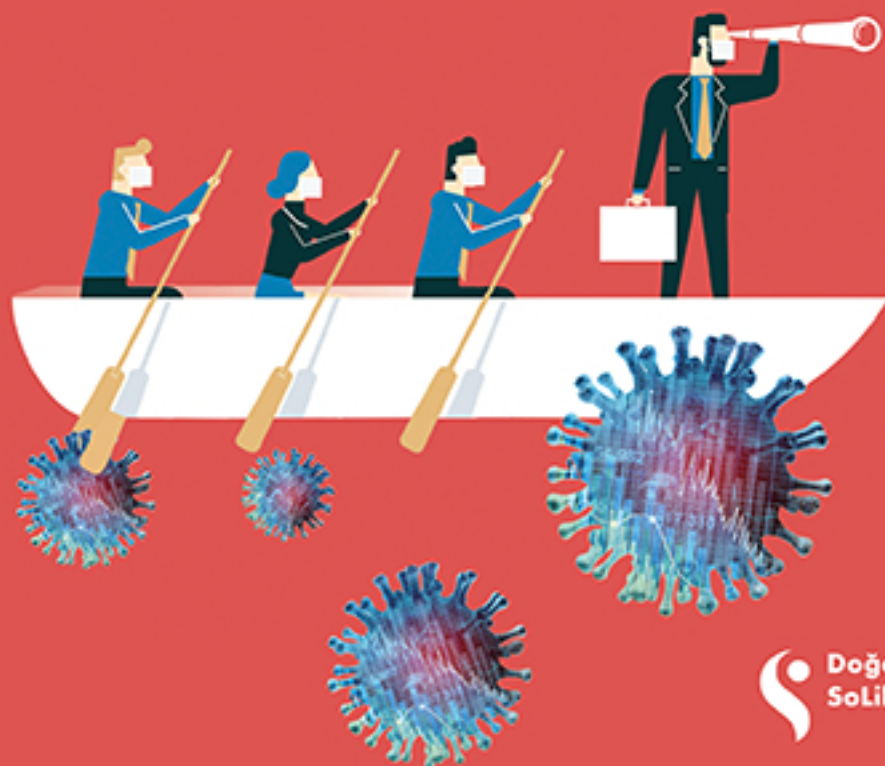


Fatoş Karahasan

KIRILMA NOKTASI

PAZARLAMANIN YENİ EKO-SİSTEMİ
#FAYDALIMARKAÖYKÜLERİ



Dr. Fatoş Karahasan, İstanbul Bilgi Üniversitesi'nde Dijital Pazarlama dersleri vermektedir. 14 yıl uluslararası reklam şirketlerinde tepe yöneticilik yaptıktan sonra, yönetim danışmanı olarak yerli ve yabancı kuruluşların reklam ajans konkurları, ürün lansmanları, ürün stratejileri ve araştırma projelerinde yer almaktadır.

Uzun yıllar *Milliyet* gazetesinde, *Tempo* ve *Capital* dergilerinde yazıları yayımlanan Fatoş Karahasan, *Vasat Reklamdan Nasıl Kurtulunur?*, *Taşlar Yerinden Oynarken*, *Dijital Pazarlamanın Kuralları*, *Akla ve Kalbe Giden İletişim Yolları*, *Açılın Gençler Geliyor*, *Gençlerde Finansal Okuryazarlık*, *Kadın Kadının Kurdu mudur? Kim Demiş?* başlıklı altı kitabın yazarıdır. Yazdığı altı kitap dışında, aralarında "Siyasetin Pazarlaması"nın da bulunduğu çok sayıda kitaba katkıda bulunmuş, "Reklamcılık ve Siyasi Pazarlama" konularında iki kitabı Fransızcadan dilimize kazandırmıştır.

Pazarlama, iletişim ve yönetim konularında konuşmalar yapmakta ve eğitimler düzenlemekte, ayrıca, önemli konferanslarda moderatörlük ve konferans başkanlığı görevlerini üstlenmektedir.

INSEAD'ın "Blue Ocean Strategy Practioner" sertifikası sahibi olan Karahasan, İnovasyona yönelik Mavi Okyanus Stratejisi konusunda da eğitim ve danışmanlık hizmeti vermekte, gündemi izleyen makaleler kaleme aldığı *Dünya*, Start Up ve cnnturk.com' da köşe yazarlığı yapmaktadır.

İngilizce, Fransızca, İtalyanca ve Almanca bilen Fatoş Karahasan, Reklam Özdenetim Kurulu (RÖK) üyesidir.

Kırılma Noktası

Pazarlamanın Yeni Eko-Sistemi

#Faydalımarkaöyküleri

KIRILMA NOKTASI

Pazarlamanın Yeni Eko-Sistemi

#Faydalımarkaöyküleri

Yazan: Fatoş Karahasan

Editör: Canan Dila

Yayın hakları: © Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık Tic. A.Ş.

Bu eserin bütün hakları saklıdır. Yayınevinden yazılı izin alınmadan kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz.

1. baskı / Haziran 2021 / ISBN 978-605-09-8373-9

Sertifika no: 11940

Kapak tasarımı: Serçin Çabuk

Baskı: Yıkılmazlar Basın Yayın Prom. ve Kağıt San. Tic. Ltd. Şti.

15 Temmuz Mah. Gülbahar Cad. No: 62/B Güneşli - Bağcılar - İSTANBUL

Tel: (212) 515 49 47

Sertifika no: 45464

Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık Tic. A.Ş.

19 Mayıs Cad. Golden Plaza No. 3 Kat 10, 34360 Şişli - İSTANBUL

Tel. (212) 373 77 00 / Faks (212) 355 83 16

www.dogankitap.com.tr / editor@dogankitap.com.tr / satis@dogankitap.com.tr

Kırılma Noktası

Pazarlamanın Yeni Eko-Sistemi

#Faydalımarkaöyküleri

Fatoş Karahasan



*Bana okumayı yazmayı öğreten anneme ve ilk kütüphanemi
alarak kitapları sevdiren babama...*

Pandemi tüm sektörlerin dinamiklerini deęiřtirdi. Oluşan yeni ekosistemi anlamak ve uyum saęlayabilmek için bilimsel verilere ve içgörü- lere ihtiyaç var.

Bir ortak akıl ürünü olan bu kitap, pandeminin yarattığı krizleri başarılı bir biçimde yöneten şirketlerin çözümlerini paylaşıyor. Araştırma sonuçları ve trend analistlerinin görüşleriyle yeni bakış açıları sunuyor. Verilerden yola çıkarak Covid-19 sonrasındaki geleceğe ışık tutuyor.

Teşekkür

Kitapta yer alan tüm bilgi ve yorumlar için;

- Pandeminin ilan edildiği 11 Mart 2020 tarihinden itibaren araştırmalarını cömertçe paylaşan araştırma ve danışmanlık şirketlerine;
- Şirketlerinin pandeminin zor koşullarını aşmak için yaptığı çalışmalar hakkında ayrıntılı ve şeffaf bir biçimde bilgi veren yöneticilere;
- #faydalımarkaöyküleri'nde yer alan markaların kurumsal iletişim bölümlerine ve bu kuruluşların iletişim danışmanlığı şirketlerine;
- Covid-19 döneminin toplumumuz ve dünyamız üzerindeki etkileri hakkında görüş bildiren Sivil Toplum Kuruluşlarının yöneticilerine;
- #faydalımarkaöyküleri söyleşilerimizin video hâline getirilerek YouTube'da yayınlanmasını sağlayan *Marjinal Porter Novelli* ekibine;

Kitap fikrime destek olan;

- Doğan Kitap Yayın Direktörü Cem Erciyes ve Novus Yayın Yönetmeni ve Doğan Kitap editörü Handan Akdemir'e;
- Yazdıklarımı büyük bir dikkat ve titizlikle kontrol eden Canan Dila'ya,
- Tüm kitaplarımda yanımda olan Doğan Kitap Kurumsal İletişim Koordinatörü Tuba Seven'e;
- İş Geliştirme Direktörü İrem Akkaya'ya ;
- Sayfa tasarımı için Yasemin Çatal'a
- Kapak tasarımı için Serçin Çabuk'a

Ve hayatı uzaktan yaşayıp, içeriden seyrettiğimiz bu zorlu günlerde aldığım destek ve sevgi için aileme... sonsuz teşekkürlerimle...

Önsöz

Yeni bir dönemin başlangıcı

Sağlıktan ekonomiye; eğitimden iş yaşamına; eğlenceden haberleşmeye... hayatın her alanında belirsizliğin hâkim olduğu bir dönemde, günlük yaşamlarımızı normal bir biçimde sürdürmeye çalışıyoruz. İlaç şirketleri birbiri ardına aşı haberleri verdikçe ve aşılama kampanyaları yaygınlaştıkça umut artıyor. Ancak, uzmanlar aşılara rağmen hastalığın kısa sürede dünya çapında kontrol altına namayacağı gerçeğini sıkça hatırlatıyorlar. Her yeni adım, doğurduğu sonuçlara göre bir sonrakine izin veriyor ya da engelliyor.

Kırılan fay hatları

Bir sağlık sorunu olarak ortaya çıkan Covid-19 salgını yeryüzündeki pek çok farklı fay hattının da peşpeşe kırılmasına neden oluyor. Pandeminin yarattığı gerginlik ve korku dolu ortam, Avrupa'da, Asya'da, Afrika'da ve özellikle ABD'de önemli değişikliklere yol açıyor. Küresel sağlık krizi, toplumsal ve ekonomik krizlerle birleştikçe derinleşiyor.

Artan işsizlik, yoksulluk ve gelir dağılımındaki adaletsizlik alarm zillerinin çalmasına neden oluyor. İklim değişikliği ve eşitsizliklerin yarattığı sorunlar yüzünden gelecekleri hakkında kaygılı olan gençler ayaklanıyor. Krizler büyüyor ve karmaşık bir hâl almaya devam ediyor.

Belirsizlikle dolu bu ortam, şirketlerin iş yapma biçimlerini de derinden etkiliyor. Devletler, toplumlar, şirketler ve bireyler önümüzdeki yıllarda da devam edeceği öngörülen bu yıpratıcı atmosferde çözüm yolları arıyorlar. Hükümetler bir yandan ekonomiyi canlandırmaya, öte yandan vatandaşlarının sağlığını korumaya çalışıyorlar. Hastalık rakamları arttıkça, yeni önlemler gündeme geliyor.

Amaç odaklı markaların yükselişi

Daralan ekonomiler ve yükselen gerginlik, tüketicilerin sadece kamudan değil, özel sektör kuruluşlarından da çözüm beklentilerinin artmasına neden oluyor.

Şirketlerden, toplumdaki aldıklarını topluma geri verirken daha cömert olmaları, tüm paydaşlarına fayda sunmaları, çalışanlarına ve topluma özenle yaklaşmaları talep ediliyor.

İş yaşamında, çalışma biçimlerinde, tüketici davranışlarında, algılarda, trendlerde nelerin değiştiğini anlamak için tüm sektörleri etkileyen ortak paydaları görmek gerekiyor. Yol haritaları oluşturmak için araştırmalara, vaka öykülerine ve analizlere ihtiyaç var.

Kalıcı bir arşiv

Değişimi anlamak amacıyla, Türkiye’de ilk korona virüs vakasının görüldüğü 2020 Mart ayından itibaren Bilgi Üniversitesi’ndeki “Siber Medyada Pazarlama” derslerimi; Dünya gazetesindeki ve cnnturk.com’daki yazılarımı yeni dönemi anlamamıza yardımcı olacak araştırmalara ve bu şirketlerin vaka analizlerine ayırdım.

Zoom, GoogleMeet ve Microsoft Teams aracılığıyla uzaktan görüştüğümüz yöneticiler, çalışanları, müşterileri, toplumumuz ve gezegen için yaptıklarını ve gelecek dönemle ilgili görüş ve beklentilerini aktardılar. 40 kuruluşun tepe yöneticisiyle yaptığımız söyleşilerin bir kısmını Marjinal Porter Novelli ekibi video formatına

getirdi ve #faydalımarkaöyküleri başlığı altında YouTube’da yayınladık. Böylece bir dijital bir arşiv oluşturmuş olduk.

Söz uçar yazı kalır düşüncesiyle ve pandemi dönemini kayıta almaya niyetiyle 2020 yılındaki birikimi bir kitapta toplamayı düşündüm. Ortaya bu kitap çıktı.

İlk üç bölümde, dünyada ve Türkiye’de yapılmış araştırmaların sonuçlarından yola çıkarak Covid-19’un iş dünyası, ekonomi ve pazarlama üzerinde yaptığı değişime odaklandım. 2020 boyunca cömert bir biçimde araştırmalarının verilerini paylaşan danışmanlık şirketlerinin, trend analistlerinin raporları çerçevesinde kırılma noktalarını özetledim. Öğrendiklerimi, anladıklarımı paylaştım.

Dördüncü bölümde, #faydalımarkaöykülerine yer verdim. Tüm şirketlere çalışanlarına, müşterilerine, topluma, gezegene yönelik hangi faydalı işler yaptıklarını sordum. Böylece, krizi başarıya yöneten şirketlerin ortak noktalarını net bir biçimde görmek mümkün oldu.

Beşinci ve son bölümdeyse, ülkemizin önde gelen sivil toplum kuruluşlarının dönemle ilgili yorumları yer aldı.

Dilerim, güncel bilgiler, bilimsel veriler ve içgörülerden oluşan bu kitap ülkemizde zor durumda olan KOBİ’lerimizin yöneticilerine; fikirleri olan girişimcilerimize ve iş dünyasına girmeyi planlayan gençlerimize umut verir. Okurların cesaretini ve mücadele gücünü artırır. İlham kaynağı olur.

Bölüm I

Kırılma noktaları ve sonrası

Şok dalgaları ve krizler

Covid-19, 2019'un son aylarından itibaren, Çin'den önce Asya ülkelerine, daha sonra Avrupa, Avustralya, Amerika ve Afrika'ya yayıldı.. Virüsün, çok kısa bir süre içinde beş kıtada en ücra noktalara, köylere, kasabalara kadar ulaşabilmesi insanlık için büyük bir şok oldu. Kitabın yayına hazırlandığı Mayıs 2021 tarihinde, dünyadaki hasta sayısı 160 milyona ulaşmış can kaybı sayısı ise 3.2 milyonu aşmıştı.

Epidemiden pandemiye

Bir pandemi ihtimali uzun süredir öngörülüyordu. Bilim insanları tarafından yıllardır uyarılar yapılıyordu. Filmlerde, dizilerde, kitaplarda salgınlar tüm ayrıntılarıyla hayal edilmişti. Ancak, belli ki insanlık bu dev krizin gelişini pek ciddiye almamıştı.

2019'da tanımlanan Covid-19'un en önemli özelliği ürkütücü bulaşma hızı oldu. Solunum yoluyla yayılan bu virüsün karşısında sağlık sistemleri yetersiz kaldı. Epideminin bir pandemiye dönüşmesi şok etkisi yarattı. Hastalıkla ilgili bilgilerin internet, mobil cihazlar ve sosyal mecra aracılığıyla büyük bir hızla yayıldığı bu dönemde, yalan haberler de panik ortamını körükledi.

Pandeminin ilanından hemen sonra tüm ülkelerde hayat felce uğradı. Sokağa çıkma yasakları başladı. Ofisler, okullar, mağazalar, restoranlar, tiyatro ve sinema salonları sessizliğe büründü. Sınırlar, gümrük kapıları, hava ve deniz limanları kapatıldı. Ürünler depolarda ya da tarlalarda kaldı. Kilometrelerce TIR kuyrukları oluştu.

Pandemiyle değişen dünya ve yeni bir başlangıç için yol haritaları

Covid-19 pandemisi ekonomi başta olmak üzere hayatın her alanında sorunlara neden oldu. Belirsizlikle dolu bir ortamda yol haritaları oluşturmak için araştırmalara, vaka öykülerine ve analizlere ihtiyaç var.

Kırılma Noktası, dünyada ve Türkiye'de yapılmış araştırmaların sonuçlarından yola çıkarak pandeminin iş dünyası, ekonomi ve pazarlama sektörü üzerindeki etkisini yansıtıyor. Küresel danışmanlık şirketlerinin ve trend analistlerinin raporlarının ışığında yeni dönemi algılamaya yarayacak ipuçları sunuyor.



Akademisyen, gazeteci ve yazar Fatoş Karahasan'ın bir araya getirdiği #faydalımarkaöyküleri pandemi döneminin bir arşivi niteliğini taşıyor. Kitapta, krizleri başarıyla yöneten şirketlerin çalışanlarına, müşterilerine, topluma ve dünyamıza yönelik çalışmalarının yanı sıra, ülkemizin önde gelen sivil toplum kuruluşlarının dönemle ilgili yorumları yer alıyor.

Güncel bilgiler, bilimsel veriler ve içgörülerden oluşan *Kırılma Noktası* başta KOBİ'ler olmak üzere tüm şirketlerin yöneticilerine; girişimcilere ve iş dünyasına girmeyi planlayan gençlere daha aydınlık bir gelecek için umut vermeyi hedefliyor.

tercihi edilen
KD'Y'üz
satış fiyatı

₺ 46

ISBN 978-605-09-8373-9

ISBN 978-605-09-8373-9



9 786050 983739

Doğan
SoLibri