



Yapı Malzemeleri Sektöründe Deneyimli Bir İletişim ve Pazarlama Profesyoneli **Lebriz Akdeniz**

Yaklaşık otuz yılın ardından eylül sonu itibariyle görevinden ayrılan Türk Ytong'un Kurumsal İletişim ve Pazarlama Müdürü Lebriz Akdeniz'le geniş mi geniş bir mülakat yaptık... Uzun yıllar "İletişim" ve "Pazarlama"ya yoğunlaşmasına rağmen aslında bir inşaat mühendisi olan Akdeniz, göreve başladığı 90'lı yılların ortalarından bugüne kadar yaşanan iletişimdeki o baş döndürücü hızın bire bir şahidi... Türkiye'nin köklü yapı malzemesi üreticilerinden Türk Ytong'ta on yıllarca istikrarlı bir şekilde sayısız organizasyon, yarışma, ödül, kutlama, toplantı, açılış, yıldönümü, bayi toplantısı, röportaj, dokümantasyon, çizgi üstü prodüksiyon ve görsel-yazılı-işitsel yayında imzası bulunan Lebriz Akdeniz, "360 derece iletişim"i bir marka için uzun yıllar bilfiil gerçekleştirmiş, hakkını fazlasıyla vermiş az sayıdaki profesyonellerden biri. Bu kapsamda biz de tecrübelerini, anılarını dinlemek ve yapı malzemeleri sektöründe pazarlama, halkla ilişkiler ve iletişime gönül vermiş okurlarımızla paylaşmak istedik...

Düzce doğumluyum... 1973 yılında, öğretmen bir anne ve babanın ikinci çocuğu olarak dünyaya gelmişim. Düzceli olan anne tarafım Çerkez, babamsa Artvinli. Kadınların eşit ve güçlü olduğu, aydın, çağdaş ve eğitime önem verilen bir ortamda büyüdüm. Hayatım boyunca, ikisi de rahmetli olan anne ve babamın destek ve güvenlerini hep arkamda hissettim. Ömrümün ileriki dönemlerinde faydasını gördüğüm bu güven ve destek için kendilerine minnettarım..."

"Lise son sınıfa kadar Düzce'de eğitim aldım. 99 depremin-den sonra nüfusu farklı bir profile bürünen Düzce'nin o yıllarda daha farklı ve güzel olduğunu söyleyebilirim. Oldukça çalışkan, okumayı seven, meraklı ve kendi kendine bütün sorumluluklarını yerine getirmeye çalışan bir çocuktum. Dolayısıyla okul hayatım da başarılı ve dereceler alarak geçti..."



Sanata da ilgim vardı

“Benden 6 yaş büyük olan abim inşaat mühendisi olduğundan ben de mühendisliğe ilgi duyuyordum. Öğrenimim sürecinde mühendislik okuyacağım az da olsa belliydi. Fakat diğer taraftan sanata da ilgim vardı. Hatta Mimar Sinan Güzel Sanatlar Akademisi’nin iç mimarlık yetenek sınavını kazandım. Fakat ailem, mühendisliğin çok daha geçerli bir meslek olduğunu düşünerek beni mühendisliğe yönlendirmişti...”

Eşimle okulda tanıştık

“1990 yılında kazandığım okul, Eskişehir’de Anadolu Üniversitesi İnşaat Mühendisliği oldu. Çok kıymetli hocalardan dersler alıyorduk. Eskişehir o zamanlar da modern, güvenli, ekonomik ve sosyal açıdan rahat, tam bir öğrenci şehriydi. Türkiye’nin her bölgesinden gelen arkadaşlarımızla oldukça keyifli, her anı dolu dolu geçen bir öğrencilik dönemi geçirdik. Çoğu ile hala yakından görüşüyoruz. Eşimle de okulda tanışmıştık. Ben birinci sınıftaydım, o ise üst sınıfta...”

Kendi ayaklarımın üzerinde durmayı öğrendiğim bir dönemdi

“Eskişehir, Düzce’den sonra benim için daha büyük bir şehirdi. Ailemden uzakta tek başıma yaşamak farklı deneyimler kazandırıyor. Kendi ayaklarımın üzerinde durmayı öğrendiğim, yeni arkadaşlıklar edindiğim bir dönemdi. Eğitim ise zordu fakat çalıştıktan sonra başarılacak bir seviyede de değildi... Bu anlamda çok bir sıkıntı yaşamadım. Bunda, eşimin üst sınıfta olmasının ve onun tecrübelerinden yararlanmanın avantajlarını da yaşıyordum. Kolektif bir hayat yaşıyorduk. Sınıf arkadaşlarım ve üst dönemlerle birlikte çalışır, birlikte projeler üretirdik. Dayanışma, yardımlaşma ve eğlencesi bol bir ortamdı...”

Türk Ytong bir mühendis arıyordu

“Okulu, sene kaybetmeden 1994’te bitirdim. Ülkenin ekonomik bir kriz yaşadığı 5 Nisan Kararlarının alındığı bir dönemdi. Tuhaf, zor bir ekonomik ortam vardı. Düzce’ye dönmüştüm. Bir an önce iş hayatına başlamak istiyordum. Şimdiki gibi bakabilecek çok alternatif de yoktu; eş dost haberdar ediliyor ve gazetelerin ilanlarına bakılıyordu. Bu süreçte bir aile dostumuz aracılığıyla Türk Ytong firmasından bir görüşme ayarlandı. Pazar Araştırma Geliştirme Bölümü’nde çalışacak birine ihtiyaç vardı. Rakip malzemeleri araştırarak, sektörel raporlamalar yapacak ve bazı ufak tefek iletişim faaliyetlerini yürütebilecek bir mühendis aranıyordu...”

Randevuya babamla gitmiştim

“Türk Ytong’ta, hala anlatıldığında güldüğümüz, yüzümüzde tebessüm oluşturan bir görüşme yapmıştık... Hem de ‘babamla’... Randevumuz, uzun yıllar faaliyet gösteren Pendik’teki fabrikada, Pazar Araştırma Geliştirme Bölümü’nün Şefi Mustafa (Boz) Bey’leydi. İletişim, halkla ilişkiler, araştırma, reklam ve tanıtım gibi işlerin yapıldığı bir bölümdü. İlk önce, elimde özgeçmiş de olmadığından el yazısıyla bir özgeçmiş yazmış, sonra görüşmeye geçmiştik. Olumlu geç-



miş olmalı ki ardından Satış Departmanı’nın başındaki Nuri (Ertokat) Bey’le görüşmem istenmişti. Nuri Bey, görüşmeye babamı da davet etmişti. Tuhaf bir durumdu aslında...”

Nuri (Ertokat) Bey’le iz bırakan iş görüşmesi

“Konuşma esnasında sorulara düzgün yanıtlar veriyordum ve anladığım kadarıyla Nuri Bey’i ikna etmiştim. Fakat en sonunda, nerede kalacağımı sorması ve benim de işe alınırsam ev tutacağımı söylemem üzerine Nuri Bey’in tadı biraz kaçmıştı. Çalışanların düzenli bir hayatı olması, sıkıntılarla uğraşmaması ve tam anlamıyla işine konsantre olması gerektiğine inanıyordu. 22 yaşında bir kızın tek başına İstanbul’a gelip yaşayabileceğine pek ikna olmamış olacak ki, muhalefet etmeye başlamış, iş birden tersine dönmüştü. Fakat ben de hafiften sinirlenmiştim. Eskişehir’de dört sene tek başına ayakta durabilmeyi başarmış birisi olarak bu güvensizlik hoşuma gitmemiş, savunmaya geçmiştim. Ailem de arkamdaydı. Bu güvenle, problemin beni ve ailemi ilgilendireceğini, kendisinin müsterih olması gerektiğini ifade eden bir cevap vermiştim. Babam da bir yandan sakin olmam için bana işaret ediyordu. Görüşme iyice olumsuz bir hal almış gibi görünürken tam tersi oldu. Nuri Bey, kendine güvenen ve biraz da dik başlı yönümü takdir ederek işe alımım için onay verdi. Kendisi de hala bu olayı anlatır ve hala her anlatışta güleriz... Bu görüşmenin parodisi bile yapılmıştır bir şirket toplantısında... Sonraki yıllarda Nuri Bey, çalışma hayatıma ve iş yapış şeklime etki eden en önemli isimlerden biri, rehberim oldu. Onun açık sözlü, yapıcı iletişim tarzını, problem çözmedeki becerisini, yönetim ve karar alma tarzını her zaman örnek aldım.”

İlk görevim grafik çizmekti

“1995’in 2 Ocak günü, Türk Ytong’ta Pazar Araştırma Geliştirme Bölümü’nde işe başladığım gündür. Departmanda benimle birlikte 3 kişi vardı. Yöneticim Mustafa (Boz) Bey’di. Ekonomi eğitimi almış, çok deneyimli ve işi iyi bilen biriydi. Bana verilen ilk görev ise grafik çizmekti. Bütçe dönemi olduğundan bütçe kitapçıları hazırlanıyordu. 8 grafikten milimetrik kağıtlara 30’ar adet çizmem istenmişti. Bilgisayarla yapılmadığı için şaşırıyordum aslında. Bilgisayarda yarım gün bile sürmeyecek bir

iş için birkaç gün uğraşmam gerekecekti. Fakat departmanda bilgisayar kullanılmaya henüz başlanmamıştı...”

Ytong’taki maceranın ilk olumlu adımları

“Bu şaşkınlığım ve sonrasında yaptığım bazı önerilerle teknolojik, işi kolaylaştırıcı ve hızlandırıcı bazı adımlar atılması Ytong’taki maceranın da ilk olumlu adımları olmuştu. Kurum için de belki bir kırılma noktasıydı. Hemen, bu işlerde çok pratik karar alan Nuri Bey’in de onayıyla bir bilgisayar alındı ve işler hızlandı, kolaylaştı, hatalar azaldı. Bu anlamda, üniversite bitirme tezimi yazarken danışman hocamın Amerika’dan getirdiği ve çalışmam için izin verdiği bilgisayarda edindiğim tecrübenin büyük katkısı olduğunu söylemem lazım. Excel’i, Word’ü ve bilgisayarı ileri düzey kullanmayı o dönemde öğrenmiştim. Kısa olmasına rağmen teknolojiyi kavrayabildiğim ve bunu bir yetenek olarak kazandığım bir zaman dilimiydi. Teknolojiye karşı ilgim de hep sürdü...”

Bazı teknolojik farklar yaratmaya başlamıştık

“O dönem fotokopiyle çoğaltılan dokümanların dağıtıldığı, tepegözle sunumların yapıldığı bayi, müşteri toplantılarında da bazı teknolojik farklar yaratmaya başlamıştık. Mesela siyah beyaz dokümanlar ve grafikler artık yazıcıdan renkli basılıyor, sunumlar renkli görsellerle yapılıyordu. Şimdilerde çok basit gibi görünen bu gelişmeler o günler için fark yaratan unsurlardı. Bu ilk adımların ardından Türk Ytong’ta hep teknolojik anlamda öncü işler yapmaya başladık. Mesela ilk internet sitesinin kurulması, ilk bilgi bankası disketlerinin oluşturulması, ilk sosyal medya hesaplarının açılması, ilk BIM entegrasyon çalışmaları... Tüm bunlar yapı malzemeleri üreticileri arasında hep öncü olmamızı sağladı. Benle birlikte herkes de heyecan duyuyordu. Mesela ilk web sitesi yapılırken, meraktan HTML kursuna gittiğimi hatırlıyorum. İlk internet benim bilgisayarıma kurulmuştu. İnternetin nasıl bir şey olduğunu merak eden arkadaşlarımla internette ‘sörf’ yaparak merakımızı giderirdik...”

Basın bültenlerinde paragrafları kesip, faks çekiyorduk

“Tabii, şimdilerde Çanakkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı olan Mustafa (Boz) Bey’den de iletişim, basın bülteni yazma, medya iletişimi ve etkinlik planlama gibi birçok konuyu öğreniyordum. Titiz, kontrollü ve işinin her adımını planlayarak hayata geçiren bir insandı. Fuar ve organizasyon katılımları, broşür ve katalog hazırlanması gibi faaliyetler bizim sorumluluğumuzdaydı. Bilgisayar olmadığı dönemde basın bülteni hazırlarken paragrafları kesip, yapıştırıp faks çekiyorduk. Fotoğraf işi de şimdiki gibi kolayca yönetilebilecek bir konu değildi. Dia pozitifleri gönderiyor, sonrasında geri istiyorduk...”

Firmada dokümantasyona hep önem verilmişti

“Türk Ytong’un bir avantajı da oldukça büyük bir arşive sahip olmasıydı. Arşivde yok yoktu. Özellikle ilk yıllarımda, sunumlar için içerik üretmeye odaklandıkça bu arşivin önemi daha da çok ortaya çıkıyor ve bu unsur ciddi bir avantaj yaratıyor-

du. Arşive yoğunlaştığım dönemde gördüm ki, firmada ilk kurulduğu günden bu yana kurumsal iletişime, medya ilişkilerine ve halkla ilişkilere hep önem verilmişti. Bülent (Demiren) Bey’in önemseydiği bir konuydu. Türkiye için 60’lı yıllarda yeni de bir malzeme olduğundan tanıtım, dokümantasyon hep önemsenmişti. Arşivde geçirdiğim günler de bana oldukça farklı bakış açıları katıyordu. Yurtdışından gelen broşürler, önceden yapılan çalışmaları özümsemek ve kavramak ileriki yıllarda oldukça işime yaramıştı...”

Bülent Bey’le yakından çalışma şansı bulmuştum

“Mustafa Bey’in 2001 yılında şirketten ayrılmasıyla bölümü ben devralmıştım. 2001 krizinin yaşandığı zor günlerdi ve 7 kişiden oluşan departmanda tek başıma kalmıştım. O günler, Nuri Bey’in de destekleriyle ciddi şeyler öğrendiğim bir dönem oldu. Firmada en önemli kırılma dönemlerimden biri ise kurucumuz Bülent (Demiren) Bey’le doğrudan çalıştığım süreçti. 2001 sonrası yıllarda kadromuz da azaldığından kendisiyle bire bir yakından çalışma şansı bulmuştum. Meslek yaşamıma yön veren, önemli deneyimler edindiğim isimlerden biridir. Çok başarılı ve kendine özgü yöntemleri olan bir insandı. Çok özel bir insan, zeki ve işine tutkuyla bağlı, idealist bir mühendis ve lider olduğunu söylemem lazım. Saint Joseph ve İTÜ gibi okullarda sınıf atlayarak eğitim alması, bunun en büyük göstergelerinden biri belki de... Ayrıca Türk Ytong’un kuruluş hikayesinin bir kez daha gözden geçirilmesinde fayda olduğunu düşünüyorum. Hilton Otel’in inşaatında bir mühendis olarak çalışırken gördüğü ve performansından etkilendiği Ytong malzemesini, Türkiye’de üretmek için verdiği mücadele takdire şayandır... Bir hedef belirleyip onu gerçekleştirmek için 10 yıl çabalamak ve yatırım izni almak için Bakanlar Kurulu’na sunum yapacak kadar kendine ve hedefine inanmak...”

Başarılıydı; “ancak”...

“Zor, birlikte çalışılması kolay olmayan bir insandı Bülent Bey. Her şeye çok farklı, herkesin düşündüğünün tam tersi açıdan bakar ve değerlendirirdi. İnatçı bir kişiliği de olduğundan zorlandığımı söylemeliyim. Benim de inatçı bir



yönüm vardır. İnandığım ve iyi analiz ettiğim fikirlerin arkasında dururum, ispatlamak isterim. Hatta bir dönem çalışamayacağıma kanaat getirip, kurumdan ayrılmaya kadar varan bir süreç yaşamıştım. Fakat Nuri Bey'in de telkini ile dürüstlüğüme ve çalışkanlığıma inanmış olacak ki gitmeme izin vermemişlerdi. Sonrasında ise daha çok anlaştığımız yeni bir dönem başlamıştı. Güvenini hep hissediyordum ve iş yapış şeklinden çok şey öğreniyordum. Onu ikna edebilmek için her soruya hazırlıklı olmayı, konulara her yönüyle bakabilmeyi öğrendim. Çok iyi geri bildirim verirdi. Nereye gidersek gidelim, hangi toplantı, hangi işi yaparsak yapalım zaman kaybetmeden mutlaka bir bilgi notu yazar, iletirdi. Ve not genelde şöyle başlardı: 'Çok güzel bir etkinlik oldu, kutlarım ancak...' Ve gerçekten teşhisleri de çok isabetliydi. O kullandığı 'ancak'lar, işi bir adım öteye taşıyacak gelişme alanlarımızdı. Bu eleştirel bakış açısı iş hayatında önemlidir. Beğenilmeyen bir şey eleştirilmeli. Farklı bakış açıları varsa kesinlikle paylaşılmalı, tartışılmalıdır... Ekibimize yeni katılan arkadaşlardan ilk bunu isterim..."

Hatasını kabul eden insan ilerleme kaydeder

"Firmamızın yönetim kurulu başkanı Fethi (Hinginar) Bey'in de bende çok katkısı vardır ve birçok anımız olmuştur. Mesela ilk tanıştığımız günlerde genel müdürümüzdü... Bir etkinlik için hazırladığım davet mektuplarından birinde adres kaymış ve benden sonraki kimse de durumu fark etmeden mektup Fethi Bey'in masasına gitmişti. Kendisi çok dikkatlidir ve en küçük detayları dahi kaçırmaz. Hafızası da müthişti. Tabii hemen fark etmiş ve kendisine böyle hatalı bir evrak gelmesi nedeniyle sinirlenmişti. Toplantıda herkesin içinde durumu üstlenmem, hatayı kabul etmem ve bir daha benzer bir durumun yaşanmaması için çaba sarf edeceğimi bildirmem hoşuna gitmişti. Tebrik edip, yaptığı 'Hatasını kabul eden insan ilerleme kaydeder' uyarısı hala aklımdadır. İş ve özel hayatımda hiçbir hatamı gizlememek ve yalan söylememek de ana prensiplerimden, değerlerimden biridir. Hepimiz bir gelişim sürecinden geçiriyoruz. İş üretilen yerde hata olur, hata yapmadan tecrübe kazanılmaz. Denir ya, 'Tecrübe, hatanın süslü adıdır'; inanırım bu cümleye..."

İnşaat mühendisliği yapmak pek aklıma gelmedi

"Bir inşaat mühendisi olarak mezun olmuştum. Belki doğrudan işimle ilgili bir şeyler yapabilirdim ama Pazar Araştırma ve Geliştirme Bölümü'nde yaptığımız faaliyetler o kadar hoşuma gitti ve yıllarca merakım ve ilgim sayesinde hep bir gelişim içinde oldum ki mesleğimi yapmak pek aklıma gelmedi. Tutkuyla bu işe sarıldım. Hem zaten yapı malzemeleri sektöründe çalışıyordum, mühendislik bilgimi kullandığım birçok yön de vardı; yani çok da yabancı bir sektörde değildim..."

Akademik bilgi ve sektörel verilere sahip olmak hep avantaj oldu

"Tabii inşaat mühendisliği eğitiminin bu işte katkısı olduğunu söyleyebilirim. İletişim yönetiminde başarı için önemli şeylerden biri, çalışılan sektöre olan hakimiyettir. O sektörün



Beğenilmeyen bir şey eleştirilmeli. Farklı bakış açıları varsa kesinlikle paylaşılmalı, tartışılmalıdır...

dinamiklerini, rakiplerin hareketlerini çok iyi takip etmek, bilmek zorundasınız. Ona göre çalışmalarınızı planlıyorsunuz, strateji kuruyorsunuz. İletişim sadece strateji geliştirmek, sadece basın bülteni göndermek, sadece etkinlik yapmak değil; bunların hepsi bir bütün. Ben de açıkçası aldığım eğitim ve sahip olduğum donanım nedeniyle bunların avantajlarını yaşadım. Neyle uğraştığımı, nasıl bir pazar olduğunu, rakipleri biliyordum. Aynı zamanda sektörün diğer oyuncularını biraz daha araştırdıkça ve rakipleri tanıdıktan sonra paydaşların beklenti ve yeteneklerini analiz edebildim. Sadece analitik bir eğitim alınması değil, sektörün bütün dinamiklerini anlayabilmek önemli. Yani hem akademik ve analitik bilgi hem sektörel verilere sahip olmak benim için hep avantaj oldu..."

Değişen koşulda iletişim yeniden tasarlanmak zorunda

"İletişim beni inanılmaz heyecanlandırıyor... Her şeyin sürekli değiştiği, devamlı öğrenmeniz gereken bir alan. İş yapış şekilleri, rekabet koşulları tuhaf bir hızla dönüşüyor. Tüm bu değişim içinde kendini ve firmayı güncel tutmak heyecan verici bir durum. Çünkü her değişen koşulda iletişim yeniden tasarlanmak zorunda; yeni araçların kullanılıp iş hedeflerine, firmanın amaçlarına götürecek yerlere varılmak zorunda. İletişim, o yolda kullanılacak bir araç ve bunun için sosyal medya mı, fiziksel organizasyon mu, bülten mi, güncel ne gerekiyorsa yapılması şart. O güncelliği sağlamak da ilgi, merak ve enerji istiyor tabii..."

İletişimde artık öğrenmeye açık ve meraklı olmak şart

"Günümüzde iletişimde en önemli unsur bence öğrenmeye açık ve meraklı olmak. Mesela benim işe başladığımda ilk ziyaret ettiğim yer matbaaydı. Hazırladığımız faaliyet raporunun nasıl bir süreçten geçerek basılı hale geldiğini öğrenmek bile işe olan hakimiyeti artıran unsurlardan biridir. Ajanslarla çalışırken grafik programlarını kullanmayı bile öğrenmiştim. İlk web sitemiz yapılırken HTML kodlamayı öğrendim. Merak ve ilgi çok önemli. Sosyal medya yeni yeni ortaya çıktığı yıllarda

da konuya adaptasyonumuz hızlı olmuştu. Hayat, insanların karşısına çıkan fırsatlar, insanların onu nasıl kullandığı ve nasıl kendini şekillendirdiğiyle ilgili. Sürekli yeniden öğrenebilme, yeninin içinde olabilme gücüne sahip olmanız lazım. İyi bir öğrenci olduğumu söyleyebilirim. Hep öğrenmek istedim. Dergi yayıncılığı, sosyal medya iletişimi, belgesel yapımlar, grafik tasarım bunlardan bazıları oldu...”

Mimari Fikir Yarışması...

“İlk yıllarımda beni oldukça heyecanlandıran işlerden biri, ben-den önce de yapılan ve uzun yıllardır devam eden mimarlık öğrencilerine yönelik düzenlenen yarışmalardı. Önemli isimlerin katıldığı jüri toplantılarından çok şey öğreniyordum. O yarışmaları, formatı değiştirerek 2014 yılında Yapı Endüstri Merkezi ekibi ile birlikte Mimari Fikir Yarışması’na dönüştürdük. Erişmek istediğimiz kitleye uygun, dijital altyapısı kuvvetli bir hale gelen organizasyon, oldukça ilgi gören etkinliklerimizden biri oldu. Prof. Dr. Celal Abdi Güzer, Nevzat Sayın gibi çok değerli mimar dostlarımızın da jüride yer alması uzun soluklu bu organizasyonu daha da kıymetli yaptı. Sektöre verdiği, mimarlığın gelişimine, kültürüne sağladığı katkı göz ardı edilecek bir seviyede değil... Yarışmalarımızın iletişim modeli de benzerlerinden çok farklıdır. Her kademede hedef kitesine dokunan, etki yaratan özgün bir kurgusu var. Yarışma konusunda uzmanlaştığımızı söylemem yanlış olmaz. Türk Ytong’taki 28 yılımda 25 yarışma yapmışız, bunların 17’si mimarlık yarışmasıydı...”

İletişim faaliyetlerini kendi bünyemizde yürütüyorduk

“Türk Ytong’ta birçok proje hayata geçirdik. Bunlardan biri de usta belgesel yapımcısı Nebil Özgentürk’ün hazırladığı ‘Ytong’un Hikayesi’ idi. Mehmet Altun’la hazırladığımız 50. Yıl kitabı da önemli kurumsal yayınlarımızdan biri oldu. Bunların yanında periyodik yayınlamamız Ytong Aktüel’i 2006’dan başlayarak 16 yıl boyunca yayınladık. Geçmişte katıldığımız fuarlarda hep üst üste ödüller aldık. Stant tasarımlarımız için yarışmalar açtık. Fotoğraf yarışmaları düzenledik. Bir iletişim ajansı-yla çalışmaya 50. yılımızda, yani 2013’ta başladık. Öncesinde bu tür faaliyetleri hep kendi bünyemizde yürütüyorduk. Ama keşke daha önce olsaymış; çünkü profesyonel destek almak bambaşka pencereler açıyor. Yaparak, deneyerek öğrendiğimiz birçok şeyi daha kolay ve başarılı yapabiliymişiz ama o günün Türkiye ortamında bu tip hizmetler almak bugünkü kadar sıradan değildi...”

İşin uzmanları ile çalışmak gerek

“Hayata geçmesinde önemli bir görev üstlendiğim CRM projesini de önemserim. İyi danışmanlarla çalışmanın önemini anladığım işlerden biriydi. Geçmişte bir iki kere denenmesine rağmen tam hayata geçirilememişti. Her projede, o işi en iyi yapanlarla çalışmak gerektiğine inanırım. Bu proje bunu deneyimlediğimiz bir süreç olmuştu...”

Amaç ve strateji şart

“Yıldız Teknik Üniversitesi ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi’nde yaklaşık 12 yıldır düzenlediğimiz ‘Gazbeton



Türk Ytong'un Kurucusu Bülent Demiren ile / 2013

Dersleri’ de Türk Ytong’un önemli işlerinden, sektöre katkılarından biridir. Bunlar uzun projeler. Sürdürmek de aslında oldukça fedakarlık istiyor. Ama toplum nezdinde Ytong imajını besleyen önemli unsurlar. Ustalara, gençlere eğitim verdiğimiz Ytong Akademi de aynı şekilde. Müşterilerimizin imza attığı iyi projelerin anlatıldığı Youtube’daki İlham Veren Projeler serimiz... Ürün uygulama videolarımız da çok izlenen ve sektöre katkı sunan işlerimizden biri. Ama biz bunları ‘hadi biz de video çekelim’ diye yapmadık. Hep bir ihtiyacın çözülmesi, sorunlu bir noktaya parmak basılması amacıyla yapılmış işler. İletişim boşa yapılan bir şey değil. Amaç ve strateji şart. Tutarlılık, süreklilik ve yaptığımız işin bir sonuç getirmesi gerekiyor... Fakat amaçsız ve stratejisiz iş yapmak markaya iletişim anlamında bir artı değer yaratmaz, iş hedefine bir katkı sağlamaz. İletişim çalışmaları ajanslarıyla, danışmanlarıyla somut bir hedef ve strateji çerçevesinde iyi kurumsal iletişimciler tarafından yürütülmeli...”

Markanın gelişimine destek verecek iletişim araçlarından faydalanılmalı

“Bir markayı yönetirken önce markanın ruhunu iyi anlayabilmek gerekiyor. Markanın hikayesini anlamak, o markanın gelişimine destek verecek şekilde iletişim dünyasının araçlarından faydalanmasını bilmek gerekiyor. Düzenli, sürekli ve planlı çalışmak, stratejik bir bakış açısına sahip olarak ilerlemek gerekiyor. Hep bu bakış açısıyla, sistemli, planlı ve sonuç odaklı bir çalışma içinde oldum. Ekip arkadaşlarım ve paydaşlarımızla birlikte her bir işimizi bu yaklaşımla ele aldık ve sadece ‘iyi’ bir şey yapmak için değil, iş hedeflerine destek olabilecek, bizi bu hedeflere ulaştıracak iletişim ve pazarlama çalışmalarına imza atmak için çalıştık...”

İletişimcinin yapabileceği çok sayıda başlık var; “ama”...

“Günümüzde bir iletişimcinin yapabileceği, bir kurumun yürütebileceği çok sayıda başlık var. Bu anlamda iletişim dünyası birçok fırsat barındırıyor. Youtube yayınlarından web sitesi uygulamalarına, sosyal medya yönetiminden webinarlara,

davet ve etkinliklerden kitap yayınlarına kadar çok geniş bir alan var. Ama bir kez daha vurgulamak isterim, burada önemli olan amacın ne olduğudur. Bir amaç olmadan, stratejik bir hedef olmadan yapılan işlerin pek bir anlamı, katkısı olmuyor...”

Pozisyona göre öncelikler belirlenmeli

“Mesela Türk Ytong... Ytong dünyada ve Türkiye’de yepyeni bir kategori yaratmış, endüstrisini dönüştürmüş, jenerik bir marka. Türk Ytong, olmayan bir ürünü Türkiye’ye getirmiş ve zekice bir ürün çıkarmış. Ardından büyük bir talep yaratarak gazbeton endüstrisini oluşturmuş. İlk ortaya çıktığında duvar pazarında bir çığır açmış. Etkileyici ve farklı bir fikir olduğundan bunu anlatmak için çok uğraşmış. Pendik fabrikasında 50 bin metreküp hacimle başlayan üretim bugün 2,5 milyon metreküpe çıktı. Bunların çoğu, benim de son 28 yılına dahil olduğum dönemde yaşandı. Marka tabii birçok faktörün etkisiyle bu dönemde o kadar büyüdü ki, arkasından büyük bir sektör de oluştu. Sektörde Türk Ytong gibi bu iletişimi, pazarlamayı, teknik ve müşteri hizmetlerini sunan başka bir marka daha yok. Bu kapsamda konumlama, amaç, strateji, pozisyona göre öncelikleri belirlemek önemli. Kimisi Ar-Ge yapmak zorundadır, kimisi üniversitelerle iş birliği yürütmek zorundadır... İletişim de tüm bu unsurlara göre değişir. Her zaman her şeyi yapmak değil, ne zaman ne yapılması gerektiğini bilmek gerekiyor. Eğer bir firma konumunu anlar ve ona göre çalışırsa o zaman doğru bir şey yapmış olur...”

Sarı Işık projesi beni tatmin eden işlerimizden biriydi

“İstanbul Serbest Mimarlar Derneği ile 2016’da kentsel dönüşüme yönelik yaptığımız ‘Sarı Işık’ projesi beni oldukça tatmin eden projelerden biridir. Başarılı olan ve ana haberlere kadar çıkan bir çalışmaydı. Hem verdiği mesaj güzeldi hem de ciddi bir sosyal sorumluluk projesiydi. Hatırlarsanız o dönemde Kadıköy bölgesi yoğun bir kentsel dönüşüm sürecindeydi. O süreçte nasıl karar alınmalı, nelere dikkat edilmeli gibi soruların cevaplandığı ve anlaşılır bir dille sunulduğu dokümanlar üretmiş ve hem kitap olarak hem web sitesinden halkın kullanımına sunmuştuk. Meslek hayatımdaki en beğendiğim işlerden biridir. Diğeri de 50. Yıl kutlamalarımız çerçevesinde yaptığımız belgesel, kitap ve organizasyonlardı. O kitabı yaparak kurum tarihimizi kurucularımızın anlatımlarıyla kayda geçirmek ve yeni nesillere aktarmak bizleri çok heyecanlandırmıştı. ‘İyi ki yapmışız’ dediğim işlerden biriydi...”

Nuri Bey “Neriman” ismini takmıştı

“İletişim süreci bir takım çalışmasını gerektiriyor. Bir iletişim projesi için aynı anda birden fazla kişiyi, kurumu ya da ekibi bir plan dahilinde yönetmeniz ya da birlikte çalışmanız gerekebiliyor. Tüm bu ekiplerin uyum içerisinde ve belirlenen iş sonuçlarına uygun şekilde uyumlu olarak ilerleyebilmesini sağlamak oldukça titiz ve planlı çalışmayı gerektiriyor. Bu sayede ekip arkadaşlarımızı, çözüm ortaklarımızı ve paydaşlarımızı da kapsayan bir bakış açısıyla sürdürülebilir, istikrarlı ve tutarlı işler yaptığımızı düşünüyorum. Çünkü bu bir ekosistem. Üretimi, tedariği, satışı, pazarlaması, lojistiği

hepsi bir bütünün parçası. Sadece sizin tek başınıza iyi bir şey yapmanız yetmiyor. Beraber, topyekûn iyi yapıldığında bir anlam kazanıyor. Bu yüzden her çalışmayı proje yönetimi bakış açısıyla ele almayı, herkesin katılımıyla sistemli bir biçimde yürütmeyi, öngörülen süreler ve bütçe çerçevesinde tamamlamayı önemserim. Üstlendiğim işi veya projeyi bitirene kadar çevremi de belki heyecanıma ortak ettiğimden ve süreci yakından takip ettiğimden bazen otoriter, takipçi ve ısrarcı olabiliyordum. Hatta yöneticim Nuri Bey’e bile, özellikle Gazbeton Kitabının hazırlık sürecinde ‘illallah’ dedirttiğim günler olmuştur. Bu huyum dolayısıyla Nuri (Ertokat) Bey bana Yeşilçam’daki otoriter rolleriyle hatırlanan Neriman Köksal’dan esinlenerek ‘Neriman’ ismini takmıştı... Hala böyle seslenir bana...”

İçeriğe hep bir ihtiyaç vardır

“İletişimde de bir değişim söz konusu. Mesela fuarlar artık eskisi gibi etkin değil. Yayınlarda da görünüşte benzer bir durum var. Ama içeriğe hep bir ihtiyaç vardır. Mesaj, içerik ve etkileşim olmazsa olmazlardan. Şekil ve mecra değiştirse de içerik şart. Uzmanlık ve bakış açısındaki o rafine yaklaşım hiçbir zaman değişmiyor; değişmemesi de lazım. Her şeyin birbirine benzediği bir dönemde bu önemli. Eskiden dergiler, kitaplar, gittiğimiz etkinlikler birbirlerinden farklıydı, şimdi her şey birbirine benzemeye başladı. Firmalar da orijinal şeyler üretmiyorlar. Kopyala, yapıştır yaygınlaştı sanki. Bizim en önemseydiğimiz şeylerden biri de özgün içeriktir. Kendi içeriğimizi kendimiz üretmeye çalışırız...”



Fethi Hinginar ve Nuri Ertokat ile / 2019

Kurumsal iletişim uzmanlarına ihtiyaç artacak

“İletişim tuhaf bir yere doğru evriliyor. Mesela yapay zeka... İletişimcilerin işleri bu anlamda giderek zorlaşıyor belki de. Çünkü yapay zeka içerik de üretiyor, makale de yazıyor. O boyutuyla, birçok sektör gibi iletişimin de nereye gittiğini bence kestirmek pek mümkün değil. Benim tavsiyem, tecrübe edilmiş, temel gerçekler doğrultusunda hareket etmek. Yapay zeka çok içerik üretebilir ama yanlış yönlendirme ihtimali de en azından bugün için çok çok yüksek. Dolayısıyla bunların ayırdında olarak tedbirli ilerlemekte fayda var. Güncellenmek de tabii çok önemli. Bence markalar hep iletişime ihtiyaç duyacak. Ayrıca kurumsal iletişim uzmanı arkadaşlara da ihtiyaç gün geçtikçe artacak. Çünkü markalar ayırt edilebilmek için kendi özgün içeriklerini üretmek zorundalar. Çalışan deneyimini geliştirmek için iç iletişime, işveren markasına daha önem vermek zorundalar. Mesela Türk Ytong’ta podcast, you-

tube yayınları yapıyor. Dergi ve kitap hazırlanıyor. İç iletişim projeleri, işveren markası içerikleri yapıyor. Sosyal medyada kendi içeriklerimizi üretiyoruz. 360 derece bir sürü etkileşim içindeyiz. O yüzden kurumsal iletişimcilerin donanımlarını artırmaları ileride çok işlerine yarar... Bir kurumsal iletişimcinin önünde her zaman çok fazla fırsat var ama temelde ne kadar ve nasıl yapılması gerektiğinin bilinmesi gerekiyor...”

Sanki Bülent Bey’le Hilton’da beraber çalışmıştık

“Kurumsal iletişimin en önemli işlevi, markanın ruhunu iyi anlamak, değer ve kültürünü yaşatmak, görünür kılmaktır. Bunu bazen aşırı içselleştirdiğimiz de olur; ama gereklidir. Kurumla, marka ile yoğun bir duygusal bağ kurulur. Mesela ben Ytong’un İlk 50 Yılın Öyküsü kitabının yazım sürecinde bütün kurucularla, eski yöneticilerle konuşmuş, kitabın bütün hazırlık sürecine eşlik etmiştim. Anlatılanları, o dönemleri o kadar içten yaşamıştım ki sanki Hilton’un inşaatında Bülent Bey’le beraber çalışmışız, İsmet İnönü’ye beraber çıkıp, Türk Ytong ismini almışız... Nuri Bey ile ısı yalıtım hesapları yapıp, malzemeyi ilmek ilmek örererek tanıtmışız gibi hissediyordum. Markanın güçlü bir hikayesi olması kadar bu hikayenin markanın yolculuğuna, gelişimine destek verecek şekilde iletişim dünyasının araçlarından faydalanarak doğru biçimde anlatılması da önemlidir...”

Kurumsal hafıza firmayı değerli kılan bir özellik

“Türk Ytong’un önemli özelliklerinden biri de çalışanların uzun zamandır birlikte çalışmasıdır. Ben işe başladığım dönemde de böyleydi. Fakat bu üreterek, değişip dönüşerek olan bir şey. Ytong’u başarıya götüren unsurlardan biri de bu istikrar bence. O kurumsal hafıza, süreklilik, entelektüel sermaye firmayı değerli kılan özellikler... Kurum hafızası, kültür ve değerlerin yaşatılması benim de en önemsedğim çalışmalar olmuştur.”

Bayağı bir eser bırakmışım gibi hissediyorum

“Türk Ytong’un hikayesine ve Bülent Bey’in tutkusuna, idealistliğine çok inandım. Belki tüm yaptığımız o duyguyu layıkıyla taşımak oldu. Baktığım zaman kurumda bayağı bir eser bırakmışım gibi hissediyorum. Böyle bir markayı, 60 yılın 28 yılında başarıyla yukarı taşımak, kurumun itibarını, markanın bilinirliğini artırmak için çaba harcamışım. Hem de TV, radyo, açık hava reklamı yapmadan sektörünün en bilinen markaları arasında yer alması için çalışmışım. İyi bir yere getirip teslim ettiğime de inanıyorum. Yeni kariyerimde iletişim danışmanı olarak destek verdiğim Türk Ytong’la, tasarımcısı ve yürütücüsü olduğum güzel bir 60. yıl projemiz devam ediyor...”

Hayatta başka neler olduğunu görmek istedim

“Türk Ytong’tan ayrılma kararı vermem benim için oldukça radikal ve zor bir karar oldu açıkçası. Markanın hikayesine inanmış, özümsemiş, işini severek yapan bir çalışan olarak ayrılma kararı almanın oldukça zor olduğunu söylemeliyim. Bir işi yaparken, belki de en iyi olduğunuzu hissettiğiniz bir dönemde bir şeyleri bırakmak, bence cesaret isteyen bir şey.



Ben bunu yaptım. İyi bir yerde bırakmak ve hayatta daha başka neler olduğunu görmek istedim...”

Geniş bir yelpazede deneyime sahibim

“Bu uzun yıllarda edindiğim tecrübeyi, bu deneyime ihtiyacı olan markalarla paylaşmak amacıyla kendi danışmanlık şirketimi kurdum. Nitelikli, gerçekten kurumsal iletişime ve pazarlama iletişimine önem veren, tutarlı, sürdürülebilir, doğru mesajlar içeren, yaratıcı projeler üretmek isteyen herkesle çalışabilirim. İnşaat sektöründe olduğu kadar farklı sektörlerden de buna ihtiyacı olan birçok şirket olduğunu görüyorum...”

Eşim de mühendis, bir oğlum da...

“İnşaat mühendisi olan eşim Mehmet (Akdeniz) de yıllarca Fransız şirketi olan Lafarge’da çalıştı. Benim de sıklıkla kendimizi karşılaştırdığım, dolayısıyla bir şeyler öğrendiğim bir kurum olmuştur Lafarge. Türkiye’de hala çok örneğini görmediğimiz şekilde çalışanını önemseyen, iş ortamını ona göre organize eden bir markaydı. Eşimin de o firmada önemli bir kurumsal tecrübesi oldu. Lafarge, Türkiye’deki operasyonunu sonlandırdıktan sonra eşim de inşaat, gıda ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren kendi işini kurdu. İki oğlumuz var. Biri Saint Joseph’in ardından Sabancı Üniversitesi’nde Bilgisayar Mühendisliğini bitirdi. Şimdilerde Londra’da yüksek lisans yapıyor. Küçük oğlumuz da fen lisesinde eğitimine devam ediyor...”

Çizim ve illüstrasyon yapmayı severim

“Çizim ve illüstrasyon yapmayı severim. 2006 yılında bir blog yazmaya başlamıştım. Sonra çizmeye başladım ve bir karakter bile geliştirdim. Hatta o karakterle ilgili ürünler bile yaptım. Çocuk kitapları resimledim, dijital projelere katıldım. Ama çok emek ve zaman isteyen bir şey olduğundan 10 yıl sürdürebildim. Belki vakit bulursam önümüzdeki dönem biraz çizimle ilgilenebilirim. Karikatürü ve mizahı çok severim. Çocukluğumdan beri karikatür dergilerinin neredeyse hepsini takip etmişimdir. Kitap okumayı da çok severim ama karikatür ve mizahın yeri başkadır. Bunların dışında ailemle seyahat etmek de çok hoşuma gider...”