

**GELECEK  
DEĞERİ  
EĞİTİMLERİ**

## HAKKIMIZDA

360° İletişim olarak halkla ilişkiler şirketimizin uzmanlık alanı olan algı yönetimi, iletişim ve kurum kültürü eğitimlerine odaklanıyoruz. Kurum kültüründe gelecek değeri yaratmak isteyen şirketler için seminerler, atölyeler ve sınıf eğitimleri veriyoruz. Çalışanların kurum temsilinde kilit noktada olduğuna inanıyor ve bunun için etkin iletişim tekniklerinin bilinmesi gerektiğini düşünüyoruz. İç iletişim projelerinde ise kurum kültürünün içselleştirilmesine odaklı kuruma özel eğitimler tasarlıyoruz. Sınıf eğitimlerimizi konularında uzman danışmanlarla veriyoruz. Eğitimlerimizi geniş katılımcılara aktarmak için online eğitimler ve seminerler düzenliyoruz. Dilerseniz iç eğitimlerinize know-how transferi yapıyor; eğitimlerimizi en iyi şekilde aktarmaları için birlikte çalışıyoruz.

Kurum içi iletişimi güçlendirmek için etkinlikler düzenliyoruz, ortak amaçlar için bir araya geliyoruz. Tüm bu deneyimleri eğitimlerimize katarak kurum kültürüne katkı sağlamayı amaçlıyoruz.

**Gelecek değeri yönetiminde iş ortağınız olmak istiyoruz.**

KURUM İÇİ İLETİŞİM	SINIF EĞİTİMLERİ	SEMINERLER
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kurum içi İletişim Projeleri</li><li>• Çeşitlilik Eğitimleri</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 360° Marka</li><li>• 360° İletişim</li><li>• Kazanan Kurum Kültürü</li><li>• Eğitici Akademisi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• İlham Ver Seminerleri</li></ul>



## YÖNTEM

Gelecek Değeri sınıf içi eğitimlerimizi, daha çok katılımcıya ulaştırmak amacıyla açık veya online seminerler şeklinde sunuyoruz. Sınıf eğitimlerindeki interaktif yaklaşımımızı sürdürmek için danışmanlarımızla seminer katılımcılarını hem eğitim sonrası çalışmalarla hem de sosyal medyada bir araya getiriyoruz.

Eğitimlerin sadece anlatım yoluyla aktarılamayacağına inanıyor; bu bağlamda çeşitli atölye çalışmaları ile verimi artırmayı hedefliyoruz.

Buna göre eğitimlerimizde ,

- Çeşitli film sahnelerinin yorumlanması yoluyla geri bildirim alma,
- Vaka çalışması olarak hazırlanan örneklerin canlandırılması ve bunun değerlendirilmesi,
- Grup oyunları ve grup çalışmaları,
- Konu ile ilgili çeşitli egzersiz çalışmaları,
- Katılımcıların uygulamalar hakkında gruba geri bildirim vermesi

gibi çalışmalara yer veriyoruz.

### İç Eğitimlere Know-How Transferi

#### Kuruma Özel Dizayn ve İçerikler

360° İletişim olarak; gelecek değeri iç iletişim projelerinde elde ettiğimiz bulgular, kurumunuza özel olarak yapacağımız eğitim ihtiyacı tespiti sonuçları ve sizlerden aldığımız geri bildirimler doğrultusunda, eğitimleri “Terzi Usulü” dizayn ediyoruz.

Bu eğitimleri kendimiz verdiğimiz gibi, iç eğitimlerinize know-how transferi de yapabiliyor ve eğitimleri en iyi şekilde içselleştirebilmeleri için beraber çalışıyoruz.





## Kurum İçi İletişim

## KAZANAN KURUM KÜLTÜRÜ YARATMAK

İletişim stratejilerimizde çalışanları, gelecek değerlerinin vazgeçilmez öğeleri olarak kabul ediyoruz. “Kazanan Kurum Kültürü” yaklaşımıyla yürüttüğümüz iç iletişim projelerini ve eğitimleri, kurum değerlerine odaklanarak tasarlıyoruz. Eğitimlerimizde, katılımcıların yönetsel yetkinliklerinde gelişim sağlanmasını hedefliyoruz.

İnsan süreçlerinin kurum içi iletişimde yol haritasını hazırlıyor; konuşan organizasyon yaratmak için destek veriyoruz.

Bütünsel iletişim yaklaşımıyla geliştirdiğimiz iç iletişim stratejilerini, hem yetenek yönetimi hem de kurumsal iletişim hedefleriyle değerlendirerek şekillendirmek için;

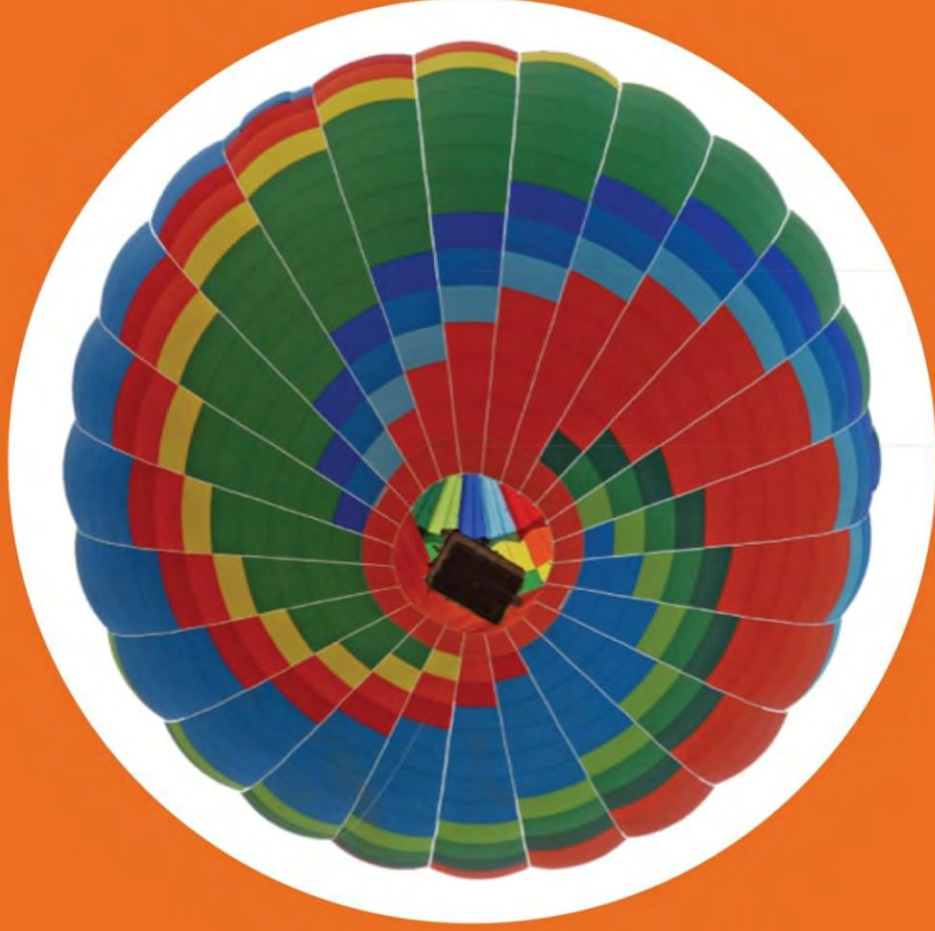
- Organizasyon psikolojisi, insan kaynakları ve kurumsal iletişim tecrübelerimizi birleştirerek danışmanlık hizmeti veriyoruz.
- Güven ortamı yaratan ve çalışan bağlılığını artıran lider iletişimi için kilit konumdaki çalışanlara eğitimler ve/veya mentorlukla ulaşıyoruz.
- Değişim yönetiminde değişim temsilcilerini seçiyor ve yetkinleştiriyoruz.
- Çalışanlara yönelik özel etkinlikler tasarlıyor ve hayata geçiriyoruz.
- Kurum içi ve kurum dışında tek ses olabilmek için ortak iletişim dili oluşturuyoruz.
- İç iletişim kanallarının gelişimine ve sosyal medyaya taşınmasına destek veriyoruz.

### Kurum içi İletişim Atölyelerimiz

- Değerler Yönetimi
- Çeşitlilik ve Kapsayıcı Liderlik

**İletişimin içeride başladığına inanıyor, kazanan kurum kültürü için birlikte çözüm üretiyoruz**





# Değerler Yönetim

## DEĞERLER YÖNETİMİ

Kurum kültürü çalışmalarımızda “Değerler”in oluşturulması, değerler haritasının çıkarılması ve bunun atölye çalışmalarıyla yaygınlaştırılmasına odaklanıyoruz.

İç iletişim alanındaki deneyimlerimizi “Değerler” çalışmalarında pekiştiriyoruz. Bu alanda düzenlediğimiz atölyeler ve seminerleri, kurum içi iletişim kanalları ile yaygınlaştırıyor ve etkinliklerle renklendiriyoruz.

**Sınıf içi eğitimleri ve atölyelerimizi “Kazanan Kurum Kültürü Yaratmak” konulu çalışmalarımızla destekliyoruz.**



## ÇEŞİTLİLİK KÜLTÜRÜ: KAPSAYICI LİDERLİK

Kapsayıcı liderlik yaklaşımının, kurum içindeki çeşitliliklere değer katarak farklılıklardan beslendiğine ve bu şekilde etki alanını genişlettiğine inanıyoruz. Bu konuya odaklanırken, önyargılarımızı fark etmeyi, bunların yarattığı engelleri kaldırmayı ve iletişimi güçlendirerek örnek oluşturmayı amaçlıyoruz.

Hazırladığımız programda; kadın-erkek birlikte çalışma kültürünü güçlendirerek, kadın çalışanların kurum içinde tüm iş alanlarında yer almalarına ve kariyer hedeflerinde tepe yöneticiliğine talip olmalarına destek oluyoruz.

“Etki yaratan kadın” odağı ile esas amaç gibi görünen kadının güçlenmesini, kurum içindeki iletişimi güçlendirecek, iş zekasını artıracak ve yaratıcılığı destekleyecek bir yapı olarak görüyoruz. Bunun da birlikte başarıya duygusunu sağlamlaştıracağına inanıyoruz.

Çalışmalarımızı üç eksende gerçekleştiriyoruz: Kişisel, kurumsal ve toplumsal.

### Kişisel Eksen:

Burada çalışmalarımızla her bireyin kendi farklılıkları konusunda farkındalıklarını artırmak ve bunun paralelindeki önyargılarını ortaya çıkarmayı amaçlıyoruz. Çalışmayı atölyelerle destekliyor.







# Marka ve İletişim Eğitimi

## GELECEK DEĞERİ EĞİTİMLERİ

### 360°MARKA

Marka Sızsınız, Siz Markasınız

Marka Yönetici

Müşterim, Markam ve Ben

Algı Yönetimi & Kişisel Markalaşma

M360-1 Marka Değerini Çalışanlarla Yaratmak

M360-2 Lider İletişimi ve Algı Yönetimi

M360-3 Şaşırtan Müşteri Deneyimi

M360-4 Lider İletişimi

### 360°İLETİŞİM

Yöneticinin Diliyle Konuşmak

Siz Kaç Kişisiniz?

Müzakerenin ABC'si

Gündem Yaratan Toplantılar

Hayran Bırakan Sunumlar

Konuşa, Konuşa

Kalemin Gücü

Stres Yok, Zaman Var

Sosyal Medyada Fark Edilmek

Sadede Gel

İ360-1 Yöneticilerle Doğru İletişim

İ360-2 Networking ve Tavsiye Yönetimi

İ360-3 Müzakere ve İkna Teknikleri

İ360-4 Toplantı Yönetimi

İ360-5 Etkili Sunum Teknikleri

İ360-6 Sözlü İletişim Teknikleri

İ360-7 Yazılı İletişim Teknikleri

İ360-8 Stres ve Zaman Yönetimi

İ360-9 Sosyal Medya Yönetimi

İ360-10 Kısa Sürede Etkili Mesaj

### KAZANAN KURUM KÜLTÜRÜ YARATMAK

Biz Deyince Ne Anlıyoruz?

Söyle Bana Neden?

Değişim +

Gittiğin Yönü Belirle

Çemberde Biz

KK360-1 Kurum Kültürünü Paylaşmak

KK360-2 360 Derece Geri Bildirim

KK360-3 Değişime Açık Olmak

KK360-4 Stratejik Yönetim ve Karar Verme

KK360-5 İş Dünyasında Kadın Liderliği



## HAYATTAN ATÖLYELER

**Palette Farklı Renkler Katmak**

**İlham Ver Seminerleri**

**Hayattan Sahneler**

**Medyayı Anlamak, Kendini Medyaya Anlatmak**

**Nefes Hayattır**

**A360-1 Yaratıcılık Atölyesi**

**A360-2 Kurum Kültürü Konuşmaları**

**A360-3 Film Analizleri ile İletişim**

**A360-4 Medya Okuryazarlığı**

**A360-5 Doğru Nefes Alma Teknikleri**

## EĞİTİCİ EĞİTİMLERİ

**Güçlü Eğitimciler, Güçlü Ekipler**

**Marka Eğitimci Olmak**

**EA360-1 Eğitimcinin Eğitimi**

**EA360- 2 İleri Düzey Eğitimci Eğitimi**



## 360°MARKA

### Marka Sızsınız, Siz Markasınız

### Marka Değerini alışanlarla Yaratmak

#### M360 - 1

“Marka Sızsınız, Siz Markasınız”, kurumsal ve kişisel marka kavramını, i ve dış müşteriye kurum değerlerini yansıtacak ve kurum sadakatini artıracak şekilde aktarmayı hedefliyor. Her bir çalışanı, kurumun birer marka temsilcisi sayıyor, çalışanların ise kendi değerlerinin farkına vararak bu temsilden keyif almasını sağlıyor. Onları alışan bireyler olmaktan, profesyonel markalar olmaya ve çalıştıkları kurumların en iyi şekilde temsil etmeye yönlendiriyor.

Algı yönetiminin itibar yönetiminin temelini oluşturduğu çalışmaları kapsayan bu eğitimler, kurum marka ve gelecek değerini yönetebilmek için çalışanların marka temsilini ve kişisel markalarını yönetmelerini esas alıyor.

#### Kazanımlar :

- Kurumların markalarına verdiği değeri anlatmak,
- Kurumun büyüme ve markalaşma stratejilerinde bireylerin rolünü aktarmak,
- İ ve dış hizmet kalitesini artırmak,
- Müşterinin markayı temsil eden kişiden beklentisini anlamak,
- Kurum değerlerini içselleştirerek, kuruma sadakati artırmak,
- Kişisel markayı kurum markası gibi yönetmek, “BEN A.ř.” markasını yönetmek.



### M360 - 2

Dünya borsaları, büyük şirketlerin CEO değişimlerini yakından takip ediyor. Kiminin yönetime gelmesiyle coşuyor, kiminin yönetime gelişini temkinli karşılıyor. Çünkü kurumlar yöneticileriyle kimlik buluyor ve kendisini ifade ediyor.

“Marka Yönetici,” her kurum yöneticisinin marka değerine katkı sağlamadaki önemini vurguluyor ve yöneticileri bu hedefte etkin rol oynamaya yönlendiriyor. Kurum değerlerine ve kurumsal iletişim hedeflerine göre şirkete özel olarak tasarlanan bu eğitim, protokolde kurum temsili, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarıyla iletişim ve önemli müşteri ilişkilerinde gelişim sağlıyor. Markanın güçlendirilmesinde müşteriyle temas eden her çalışanı, kurum markası için ne yapabileceğini düşünmeye ve geri bildirim vermeye yönlendiriyor.

#### Kazanımlar:

- Stratejik bakış açısı ve stratejik teknikler konusunda yetkinlikleri geliştirmek,
- Algı yönetimi, var olan algı ve hedeflenen algı dinamiklerini anlamak,
- Algıyı oluşturan değerleri tanımlamak ve bunları çalışılan kurum değerleri ile içselleştirmek,
- Yönetici adaylarına ilişki yönetiminin başarısının esası olduğu günümüzde iç ve dış müşteri iletişimi için yetkinlik kazandırmak,
- Hedef koyma ve takibi, delegasyon ile ekip motivasyonu konularındaki yetkinlikleri derinleştirmek,
- Liderin kişisel mekanını yönetmesini sağlamak. “BEN A.Ş” markasını yönetmek.



M360 - 3

Hiç unutamayacağınız bir tatilinizi, en keyifli akşam yemeğinizi düşünün. O anların unutulmaz bir anıya dönüşmesini sağlayan muhakkak bir hikayesi vardır. Belki bir uğurlama, belki çocuğunuz için hazırlanan bir sürpriz duygularınıza hitap etmiştir.

Markalar ne kadar tanıtım yaparsa yapsın, gerçek müşteri algısı müşterinin kapıdan içeriye girdiği anda hissettikleridir. “Markam, Müşterim ve Ben” eğitimi, kurumların tüm iş süreçlerine müşteriye odak noktası olarak almalarını sağlayan bakış açısı geliştirirken, katılımcıları müşteri için yapabileceklerini düşünmeye yönlendiriyor.

Kazanımlar:

- Rekabette müşteri deneyiminin önemli değil zorunlu olduğunu vurgulamak,
- Müşteri değerlerinin analizini yapmayı öğrenmek ve bunu kullanmak,
- Deneyim sürecini anlamak ve iyileştirme yaklaşımını geliştirmek,
- Hizmet kalitesinde birey davranışlarının önemini vurgulayarak, iç ve dış hizmet kalitesini arttırmak,
- Müşterinin 5 duyusunu etkileyebilmek,
- Kişiyi özel davranabilmek – Müşteriyi eşsiz hissettirebilmek, duygusal bağ oluşturabilmek,
- Müşterinin yaşayabileceği sorunları öngörebilmek ve çözüm üretebilmek,
- Müşterinin başkaları ile paylaşımında bulunmasına izin vermek



## M360 - 4

Her kurum yöneticisinin marka değerine katkı sağlamadaki önemini vurguluyor ve yöneticileri bu hedefte etkin rol oynamaya yönlendiriyor. Kurum değerlerine ve kurumsal iletişim hedeflerine göre şirkete özel olarak tasarlanan bu eğitim, protokolde kurum temsili, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarıyla iletişim ve önemli müşteri ilişkilerinde gelişim sağlıyor.

## Kazanımlar:

- Kurumun önceliklerini belirlemek ve ortak vizyonu kurum içi ve kurum dışında yansıtmak,
- Kurumun hedeflerine ve kurum değerlerine bağlı olarak stratejik bakış açısı ve stratejik teknikler konusunda yetkinlikleri geliştirmek,
- Algı yönetimi, var olan algı ve hedeflenen algı dinamiklerini anlamak,
- Algıyı oluşturan değerleri tanımlamak ve bunları çalışılan kurum değerleri ile içselleştirmek,
- Liderlikte kapsayıcı ve durumsal yaklaşımlara örnek oluşturmak,
- Hedef koyma ve takibi, delegasyon ile ekip motivasyonu konularındaki yetkinlikleri derinleştirmek,
- Liderin kişisel mekanını yönetmesini sağlamak. "BEN A.Ş" markasını yönetmek,
- Fortune 50 Liderlerinden bununla ilgili örnek başarı hikayeleri ve videolarla ilham vermek; yöneticilerin bunu içselleştirmesini sağlamak,
- Kalabalık önünde yapılan anlatımları ve sunumları güçlendirmek,
- Yapılandırılmış bir konuşma ile mesaj vermeyi aktarmak,
- Örneklerle ilham vermek ve bunların kurum değerlerine yansımalarını sağlamak,
- Kurum değerlerini yansıtacak etkileyici konuşmalar içerik & sunum konusunda atölyeler yapmak.
- Müşteri nezdindeki kurum algısını değerlendirmek,
- Bu süreç ile ilgili Genel müdürlüğe geri bildirim sistematığı geliştirmek,
- Algı yönetiminde müşteri deneyiminin önemli değil zorunlu olduğunu vurgulamak,
- Müşteri beklentilerini algı yönetimi ve marka değer haritasına göre analiz etmek ve bunu ilgili birimlerle paylaşmak,
- Deneyim sürecini anlamak ve iyileştirme yaklaşımını geliştirmek,
- Marka değerinde çalışan davranışlarının önemini vurgulayarak, iç ve dış hizmet kalitesini arttırmak.

# 360° İLETİŞİM

## Yöneticinin Diliyle Konuşmak

## Yöneticilerle Doğru İletişim

### İ360 - 1

Çalıştığınız yöneticiyi anlayıp onunla aynı dili konuşarak daha başarılı işler ortaya koymak, fikirlerinizi onun dikkatini çekecek şekilde aktarmak ve sonuca ulaşmak doğru iletişim teknikleriyle mümkün. Bu teknikler, konuya eğilmek, zamanı etkin kullanmak, olumlu ilişkiler oluşturmak ve sonuçlara hızlı ulaşmak için en ideal ve doğru metottur.

“Yönetici Diliyle Konuşma” eğitimi, orta düzey çalışanların üst yöneticilerini anlayarak kendilerini de anlatma becerilerini geliştiriyor. Böylece ekip ruhunu destekliyor. Onları yarının üst düzey yöneticisi olmaya hazırlıyor.

Kazanımlar:

- Stratejik bakış açısı geliştirerek kurum içi çatışmayı azaltmak,
- İkna etme becerilerini geliştirmek,
- Verimliliği artıracak hedef belirleme ve önceliklendirme perspektifi oluşturmak,
- Zamanı iyi kullanmak ve raporlama tekniklerini öğrenmek,
- Analitik düşünebilmek,
- Olumlu bir çalışma kültürü yaratmak.





### İ360 - 2

“İşin yüzde 90’ı tavsiye ile bulunuyor,” “Sosyal medyayı keşfetmeyen PR şirketleri 2020 yılında kaybolacak” vs. Bunlar somut gerçekler olduğunu biliyorsunuz. Fakat halen bir konferansa katıldığınızda gidip arkadaşınızla aynı masada oturuyorsunuz, aramızda katıldığı konferansla ilgili “tweet” atanlarsa pek az.

Keith Ferrazi’nin “Asla Yalnız Yeme” kitabından yola çıkan eğitim, Net Promoters Score (Net Tavsiye Yönetimi) yaklaşımını iş ilişkisi yönetimine taşıyor. İletişim ve ilişki yönetimden farklı olarak "networking" yani “ilişki ağı” geliştirmeyi ve yaratılan sosyal medya ilişkilerini her sosyo-ekonomik ortamda geçerli olabilecek bir beceriye dönüştürmeyi amaçlıyor.

#### Kazanımlar:

- İş ilişkisi ağı kurmanın tekniklerini aktarmak ve kuruma fayda sağlamak,
- İş ilişkilerini devam ettirebilmek,
- Arayan, aranılan bir kişi olmanın ipuçları bulmak,
- Tavsiye yönetimi ve ağızdan ağıza pazarlama tekniklerinden yararlanmak,
- Kurumsal temsil için önemli değerler oluşturmak.



### İ360 - 3

Hayat sürekli müzakere üzerine kurulu değil mi? Güne çocuğunuzun okula servisle mi gideceği, sizin mi götüreceğiniz ikilemiyle başlıyor, yöneticinizle yaptığınız toplantı ile devam ediyor.

Başarılı bir ikna sürecinin tekniklerini ve taktiklerini anlatan bu eğitim, ikna becerilerini de yanına alarak sonuca ulaşma yöntemlerine odaklanıyor.

“Müzakere'nin ABC'si” eğitimi Harvard Hukuk Okulu'nun dünya çapında üne sahip müzakere programını esas alıyor; günlük yaşam örnekleriyle hayatın her anındaki müzakere becerisini geliştirirken, kazan-kazan kültürünü vurguluyor.

Kazanımlar:

- Pazarlık değil, müzakere kültürü yaratmak,
- Uzun dönemli iş ilişkileri kurmak için ikna tekniklerini geliştirmek,
- Kaybetmeden, kaybettirmeden kazanmak ve kazandırmak,
- Farklı müşteri tiplerinde ikna etmek ve etki yaratmak,
- İknanın içselleştirilmesini sağlamak.



### İ360 - 4

Hepimizin “Bu toplantı 20 dakikada biterdi, neden bu kadar uzadı?”, “Bu kadar saattir konuşuyoruz, sonuç ne?” dediği toplantılar mutlaka olmuştur.

“Gündem Yaratan Toplantılar” eğitiminde, toplantının yönetim biçiminin, toplantı sonucuna etkisini göz önüne alarak müzakere ve ikna tekniklerini geliştirmek amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra eğitim, lider iletişimi ve zaman yönetimiyle de desteklenmiştir.

Eğitimde, katılımcıların enerjisini artıran ve bir şey başardıklarına inanacakları kadar etkin geçecek toplantılar organize etme ve yönetme yöntemleri, bir televizyon haber merkezindeki toplantı gündemi atölyesinden örneklerle ortaya seriliyor.

Kazanımlar:

- Zamanı etkin kullanmak,
- Dinleme ve soru sorma becerilerini geliştirmek,
- Sunum tekniklerini toplantılarda uygulamak,
- Problem çözme becerilerini geliştirmek,
- Çalışan memnuniyetini artırmak.



İ360 - 5

National Science Dergisi tarafından yapılan bir araştırmaya göre topluluk önünde konuşmak, insanların en önemli kaygıları arasında ilk sırada yer alıyor. Oysa konuşmaya başladığında tüm dikkatleri üzerinde toplayan ve yaptığı konuşmanın her anında dinleyicilerin ilgisini toplayanların sayısının da hiç az olmadığını görüyoruz.

“Hayran Bırakan Sunumlar” eğitimi, etkili sunum tekniklerinden faydalanarak daha etkileyici bir izlenim oluşturmayı amaçlıyor. İlk izlenim anından başlayarak, sunumun, kullanılacak malzemeden vücut dili ve ses tonuna kadar giden bir süreç olduğunu ve ne kadar "hazır" olursanız, o kadar unutulmaz bir sunum yapabileceğinizi deneyimletme yoluyla kanıtlıyor.

Kazanımlar:

- Kalabalık önünde sunum becerilerini geliştirmek,
- Sunum sırasında etkileme ve ikna etme tekniklerini geliştirmek,
- Sunan kişiye ne çıkarmak,
- Sunum hazırlığı ve zihin haritası tekniklerini geliştirmek,
- Hayran bırakan sunum yaparken sizi farklılaştıran özellikleri ortaya çıkarmak.



İ360 - 6

Kurum, müŖteriler ve alıŖanların sürekli bir devinim halinde olduğu iŖ dünyasında, en önemli alıŖan becerilerinden biri hiç kuŖkusuz sözlü iletiŖimdir. Sözlü iletiŖim, alıŖanların eŖitli çevrelere hızlı adaptasyonları için son derece önemlidir.

"KonuŖa KonuŖa", etkin lider iletiŖimi için stratejik düŖünme becerilerini geliŖtiriyor ve bu becerileri etkili ekip iletiŖimi, delegasyon becerileri, hedef koyma, hedef takibi ve motivasyon yetkinlikleri ile destekliyor. Yöneticilerin, sözlü iletiŖimde stres ve zaman yönetimini öğrenmelerini amaçlıyor.

Kazanımlar:

- İmajı güçlendirmek için vücut dili ile sözlü iletiŖim becerilerini geliŖtirmek,
- Ekip iletiŖimini geliŖtirmek,
- Kurum dili konusunda ortak anlatımlar oluŖturmak,
- Yeni çevrelere hızlı adapte olabilmek,
- Kazasız iletiŖimle uzun vadeli iliŖkiler kurmak.



### İ360 - 7

Gerek "kurum içi" gerekse "kurum dışı" yazılı iletişimde ortak bir üslup ve özenli bir kurum dili oluşturmak önem taşıyor. Böylece kurumlar kendilerini daha doğru ifade ediyor.

"Kalemin Gücü", sadece dil bilgisi ve hitap gibi teknik konulara odaklanmakla kalmayıp, kurum kimliğini de destekliyor. Bireysel olarak çalışanların yazılı iletişimlerini güçlendirirken, kurumsal etkiyi de artırıyor.

Kazanımlar:

- Kurum değerlerini yansıtacak şekilde yazılı iletişim kurmak,
- Dil bilgisi ve yazım kurallarını özetlemek,
- Hitap şekilleri, açılış, kapanış metinleri ve özetleme becerisi geliştirmek,
- Örnek metin çalışmalarıyla yetkinlikleri geliştirmek.



İ360 - 8

Bir yanda gazetelerde her gün daha stressiz bir yaşama davet eden sağlık önerileri öte yanda aynı anda sizi bekleyen onlarca kişi, ardı ardına çalan telefonlar, geçen haftadan devreden işler... Hepsi pek çoğumuz için tanıdık, çoğumuz için günlük yaşamın bir parçası.

“Stres Yok, Zaman Var” eğitimi, kurumsal-kişisel stresi ve zaman yönetimi yetkinliklerini iş ortamında verimi artıracak ve çalışan memnuniyetini yükseltecek şekilde geliştirmeyi hedefliyor.

Her bir çalışanı kurumun ayrılmaz birer parçası olarak değerlendirirken, çalışanların zaman ve stresle yönetildikleri bir iş ortamı yerine, zaman ve streslerini yönetebildikleri bir ortam yaratmayı amaçlıyor. İletişim özelliklerini geliştirerek daha etkin bir yönetici olmayı sağlıyor.

Kazanımlar:

- Önceliklendirme ve yönetme becerilerini geliştirmek,
- Çatışma alanlarını yönetmek,
- Zaman öldürücüleri ortadan kaldırmayı hedeflemek,
- İş planı yapma ve uygulama becerilerini geliştirmek,
- Esnek bakış açısını geliştirmek.



### İ360 – 9

Başımıza bir şey gelmeyecek ise: Sosyal Medya - Günahları ve Sevaplarıyla, sosyal medya hakkında kişisel ve kurumsal açıdan bilmeniz gereken her şey.

Yeni ekonominin günlük yaşamdaki iletişimi güçlendirmesi ve yeni iş modellerinin buna göre şekillenmesinde sosyal medya önemli bir rol oynuyor. Eğitimin ana çatısını oluşturan sosyal medyayı dijital çağın gerektirdiği gibi yaşamak için, teknolojiden uzak kalınamayacağını anlaşılmaması, sosyal medyanın kişiye sağlayacağı yarar-zarar ilişkisinin öğrenilmesi ve dijital stilin belirlenmesi ile itibarın online olarak yönetilmesi kapsamında teknolojinin ve sosyal medyanın kazanımları aktarılıyor.

#### Kazanımlar:

- Kişisel ve marka itibarını online olarak yönetmek
- Teknolojiden uzak kalınamayacağını anlamak
- Teknolojinin nimetlerinden nasıl daha çok faydalanacağını öğrenmek
- Dijital network'e doğru ulaşım
- İş modelinde sosyal medya enstrümanlarının kullanımı
- Sosyal medyayı etkin kullanmak
- Sosyal medyanın kişiye sağlayacağı yarar-zarar ilişkisini öğrenmek





İ360 – 10

Gün içerisinde onlarca konuya yanıt vermek, pek çok toplantıya katılmak ve bunlardan sonuç almamız, hem de bunları en kısa sürede yapmamız gerekiyor. Çünkü her birini yaptığımızda daha sırada uzun bir liste var. Daha etkili sonuç almak ve iş gününü yönetmek ise mesajları kısa ve net olarak vererek mümkün

Kazanımlar:

- Doğru İletişim için zamanı yönetmek
- Yalın düşünüp yalın aktarımın sağlanması
- Kısa sürede etkili mesaj verebilmek (Kısa, net, tutarlı, açık ve somut)
- İletişimde sadede gelmenin önemi
- İyi bir konuşma nasıl sadede gelir



# KAZANAN KURUM KÜLTÜRÜ YARATMAK

## Biz Deyince Ne Anlıyoruz?

## Kurum Kültürünü Paylaşmak

### KK360 - 1

Kurum değerlerini tanımlayan ve kurum kültürlerini hem çalışanları hem de müşterileri ile paylaşanlar en beğenilen şirketler oluyor. Kimi dünya devleri, kurum değerlerini performans sistemine entegre ediyor; kimileri ise hem iç hem de dış müşterilerine kurum kültürünü doğru aktarmak için milyonlarca dolar yatırım yapıyor.

Küresel rekabet ortamında farklılıklarının bilincinde olan ve kurum kültürü güçlü olan şirketler öne geçiyor. Çalışanların ortak değerleri, kurumların gelecek değerini biçimlendiriyor. Kurum stratejisini başarılı olarak paylaşmak ve bu stratejiye uygun büyüme planlarını geliştirmek ise ortak bir kurum kültürünün içselleştirilmesine, günlük yaşamın bir parçası haline gelmesine bağlı.

"Kurum Kültürünü Paylaşmak", kurum kültürü yönetiminin bir süreç olduğunun farkındalığını artırmaya yönelik; çalışanların bu sürecin aktif katılımcıları olmalarını teşvik eden bir eğitim programı.

#### Kazanımlar:

- Kurum değerlerinin içselleştirilmek,
- Ortak bir kurum dili oluşturmak ve herkesin bu dili konuşabilmesini sağlamak,
- Kurumun marka değerini güçlendirmek,
- Başarı kriterlerini ortak hedefleriyle yönlendirmek.



### KK360 - 2

Dedikodu ortamı, kurban gibi hisseden çalışanlar, birbirinin başarılarını takdir etmeyen çalışma grupları, çatışmalar, patlamalar... Hepsinin çözümü açık iletişim kültürü yaratabilmek. Bunun sebebi her ne kadar, dolaylı mesajlar veren bir iletişim tarzı olsa da doğru zamanda, doğru yerde, doğru geri bildirim verebilen kişilerin oluşturduğu kurum kültürleri daha başarılı oluyor.

“Geribildirim ödüdür ve gelişimi sağlamak için geribildirim vermenin yöntemleri vardır” diyen “Söyle Bana Neden?” eğitimi, açık bir kurum kültürü yaratmada tetikleyici rol oynuyor ve birbirini daha iyi anlayan ve destekleyen bir çalışma ortamı yaratmada etkili oluyor.

#### Kazanımlar:

- Doğru iletişim kurabilmek,
- Açık bir kurum kültürü yaratmak,
- Çatışmaları yönetebilmek,
- Geri bildirim bir kazanım olarak görmek,
- Müşteri temas noktalarını tanımak ve geri bildirim sistematığı geliştirmek.



## KK360 - 3

Dünyada iş yapış süreçleri değişiyor, değerler yeniden yapılıyor. Yöneticiler artık her zamankinden daha çok ekiplerindeki ve kurumlarındaki değişimle uğraşmak zorunda kalıyor. Çalışanlar ise, değişime direnç göstermedikleri sürece başarılı olabiliyor ve kurumlarını ileriye taşıyabiliyorlar. Tüm sosyal paydaşların kapsanması ve herkesin değişim için beraber hareket ediyor olması ise değişim yönetiminde en önemli değer haline geliyor.

Değişmeyen varlığını sürdüremediği günümüzde, bu ilkeyi benimseyerek hayata geçirmek isteyenler için tasarlanan “Değişim +”, değişime direnen değil gereklerini uygulayan ekipler oluşturmaya, bunları “değişim liderleri” ile yönetmeye imkan tanıyor.

## Kazanımlar:

- Değişime karşı olumlu bir yaklaşım benimsemek,
- Yeni fikirlere açık olmak,
- Değişime katkı sağlayanları desteklemek,
- İşleri klasik metotların dışına çıkararak yapmak,
- SWITCH kitabından yola çıkarak kişisel, durumsal motivasyon öğelerini ortaya çıkarmak,
- Değişim için plan yaparken değişim kültürünü oluşturmak.



### KK360 - 4

“Başarı detaylarda gizlidir” ifadesi yalnızca bir tesadüf değildir. Başarılı ekipler, hedefleri önceden belirleyip bu hedeflerin gerçekleşmesi için detaylı plan yapabilmeyi ve iş planlarına bağlı olarak süreci düzenli olarak takip edip, sonuçların sorumluluğunu taşıyan ekiplerdir.

İş koçluğu metodolojileri ile yürütülen ve S.M.A.R.T hedef koyma tekniklerini örnek çalışmalarla anlatan “Gittiğin Yönü Belirle,” hem bireysel hem de kurumsal hedefler koymayı, bu hedeflere bağlı iş planları oluşturmayı ve bu planları hayata geçirmeyi amaçlıyor. Yaşam boyu ilerlemeye yönelik bu eğitim, sadece iş dünyası için değil, “başarılı” olmak isteyen herkes için çok şey anlatıyor.

#### Kazanımlar:

- ❓ Planlamak ve organize etmek,
- Hayalleri hedeflere dönüştürebilmek,
- Doğru iş planları yapabilmek,
- Önceliklendirme ve yönetme becerilerini geliştirmek.



KK360 - 5

Kadın liderliği konusunun önemli olduğuna kalben inanıyor, dahil eden ve çeşitliliği önemseyen kurumlar ile birlikte iş dünyasında kadın liderliği konusunu çalışıyoruz.

Türkiye'den ve dünyadan örnekler ile tüm bilgi birikimimizi harmanlıyor, dahil eden kurumlara kadın liderliği konusunda neler yapılması gerektiği eğitimlerini paylaşıyoruz.

Kazanımlar:

- Çeşitlilik ve dahil etme kültürünün iş dünyasındaki gerekliliklerini aktarmak,
- Dahil etme kültürünü dünya ve Türkiye'deki süreçlerini paylaşmak,
- İş dünyasında kadın liderliğinin önemini vurgulamak,
- İş süreçlerinde dahil etmek için neler yapabilirim- yapabiliriz yaklaşımını benimsemek,
- Müşteri olarak kadını anlamak, uygun çözüm üretmek



## HAYATTAN ATÖLYELER

### Palette Farklı Renkler Katmak

### Yaratıcılık Atölyesi

#### A360 - 1

Kimi zaman bir sanatçının fırça darbelerine bakıp, renklerin cazibesine kapılırsınız... Aslında hayranlık duyulan, yeniliği yakalayıp fark yaratırken “değer”i yükseltebilmek ve hayal gücünü gerçeğe dönüştürebilmektir.

Hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen post-it’lerin buluşu bile, hayal gücüne izin vermek, “Başka yöntemi olabilir mi?” diye desteklemenin sonucu değil midir? Bir nedenle eğitim, bir reklamcı ve bir ressamın dünyasından fark yaratmaya deneysel bir süreç ile yaklaşıyor.

#### Kazanımlar:

- Hayal gücünü harekete geçirmek,
- İnovasyon kültürünü oluşturmak,
- Yaratıcı çözümler geliştirme isteği oluşturmak,
- Yeni fikirleri teşvik etmek ve geliştirmek.



A360 - 2

Aslında herkesin bir hikayesi var ve bu hikayeler, bizi biz yapıyor. İş hayatının günlük hızı içinde birbirini tanımadan, olayların keyifli anlarını yakalamadan devam ederken, birlikte ağlayıp birlikte gülmeyi ve aslında birbirimizden öğrenecek ne kadar çok şeyimiz olduğunu aktaran konuşmalar; “İlham Ver Seminerleri”

TED TALKS formatlı bu konuşmalarda, kurum içi paylaşımı güçlendirmek, açık iletişim ve kapsayıcı liderlik kültürüne destek vermek amaçlanıyor.

Kazanımlar :

- Liderlikte kapsayıcı ve durumsal yaklaşımlara örnek oluşturmak,
- Kalabalık önünde yapılan anlatımları ve sunumları güçlendirmek,
- Yapılandırılmış bir konuşma ile mesaj vermeyi aktarmak,
- Örneklerle ilham vermek ve bunların kurum değerlerine yansımalarını sağlamak,
- Etkileyici konuşma sanatı konusunda atölyeler yapmak.





## A360 - 3

Sinema filmleri günümüzde her ailenin neredeyse vazgeçilmez bir üyesi olma niteliği kazanmıştır. Eğlence veya zaman geçirme aracı olarak gördüğümüz bu aktivite, aynı zamanda bizlere ilişkilerimiz ve hayatımız için inanılmaz fırsatlar sunan bir iyileştirme ve gelişim aracı olarak kabul edilmektedir. Psikoloji dünyası, filmlerden izleyicisi ile kurabildiği güçlü duygusal bağ sayesinde hem terapi hem de eğitsel alanlarda yararlanmaktadır.

Başkalarının dediklerine tepki verirken bir film kahramanını kendimize direnç göstermeden rol model alabiliyoruz.

Bir sahne hayatımızda unutulmayacak izler bırakarak kendimizi daha enerjik, daha güçlü, daha kalabalık, daha anlaşılabilir hissettirebiliyor.

Müziği, oyuncularını, hikayesi ve görselleriyle hepimizi bambaşka duygu ve dünyalara götürebilen bu sanat dalını keyifli bir kişisel gelişim, motivasyon ve iletişim aracına çevirmek hiç de zor değil.

## Kazanımlar:

- Ekran başında geçen saatleri doğru sorularla iletişim aracı olarak kullanarak daha kaliteli bir zamana çevirebilmek,
- Sinema filmlerini bir gelişim aracı olarak kullanabilmek,
- Bir durumu bireysel ilişkileri zedelemeyen filmler aracılığıyla çözebilmek,
- Filmlere farklı ve geniş açılardan bakabilmeyi sağlamak.



A360 - 4

Medya Okuryazarlığı, medya mesajlarının doğru algılanması, eleştirel bir bakış açısıyla alınabilmesi, gerçeklik-kurgusalılık ayrımının yapılabilmesi, medyanın yönlendirme ve yönetme fonksiyonlarının olduğunun farkına varılabilmesi, mesajı gönderenlerin kendi düşüncelerini empoze etme gayreti içinde olabileceklerinin değerlendirilmesi sürecidir.

“Medyayı Anlamak, Kendini Medyaya Anlatmak” eğitimi kaynağı her ne olursa olsun, medyadan gelen her bilgiyi değerlendirip onu yerinde kullanabilen bireyler olmayı, böyle bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir.

Kazanımlar:

- Medya mesajlarını doğru algılanmak, eleştirel bir bakış açısıyla alınabilmek,
- Gerçeklik-kurgusalılık ayrımını yapılabilmek,
- Medyanın yönlendirme ve yönetme fonksiyonları olduğunun farkına varabilmek,
- Mesajı gönderenlerin kendi düşüncelerini empoze etme gayreti içinde olabilecekleri değerlendirebilmek ve bunlara uygun yanıt vermek.



### A360 - 5

Nefes ile psikoloji birlikte hareket eder. Nefes alıřmaları, duygu ve dűřüncelerimizi kontrol edebilmemize olanak sađlar. Duygularımızı kontrol etmek her zaman műmkűn olmayabilir ancak nefesimizi kontrol ederek duygularımıza etki edebiliriz.

Thomas Edison konsantrasyonu řu řekilde tanımlamıřtır. “Konsantrasyon, bezginlik duymadan fiziki ve zihni enerjiyi tek bir noktaya sűrekli uygulama yeteneđidir. “

#### Kazanımlar:

- Yaşam kalitemizi, duygularımızı kontrol edebilmek,
- Olumsuz duygu ve dűřüncelerle bařa çıkabilme yeteneđi pekiřtirmek,
- Depresyon ve endiřelerden kurtulup, enerji ve moralimizi yűkseltebilmek,
- Yaptığımız işlere çok daha kolay konsantre olabilmek,
- Yűksek yařam kalitesi, sađlık, mutluluk ve bařarı elde etmek.

Eđitim, Serbest Dalıř Dűnya řampiyonu ve Nefes Eđitmeni Cenk Devrim Ulusoy tarafından verilmektedir.



# EĞİTİCİ EĞİTİMLERİ

## Güçlü Eğitmenler, Güçlü Ekipler

## Eğitimcinin Eğitimi

### EA360 - 1

Hangi bölümde çalıştığınız fark etmez. Anlatacak bir şeyleriniz varsa, hayatınız boyunca öğretmeyi, destek olmayı sevdiyseniz işte fırsat. Çalışan kimliğiniz yanında, harika bir eğitmen kimliğine sahip olabilirsiniz.

Eğitim, temel eğitici eğitimi ile katılımcıların eğitmenliğe ilk adımı atmaları için tasarlanmıştır.

#### Kazanımlar:

- Eğitici becerilerini geliştirmek,
- Topluluklara doğru hitap edebilmek,
- Eğitim dizaynı,
- Akılda kalıcı örnekler vermek ve duyguyu yönetmek,
- Zor katılımcılarla başa çıkabilmek.



### EA360 - 2

Eğitmenler zamanlarının büyük bir kısmını başkalarını eğitmeye ayırıyorlar. Peki ya onlar? “Marka Eğitmeni Olmak”, eğitmenlere, becerilerini artırmak, motivasyonlarını yüksek tutmak, değerlerini artırabilmek, organizasyon içinde ve dışında kendi markalarını yaratarak saygı duyulan ve danışılan bireyler haline gelmeleri için bazı taktikler veriyor; eğitmenlerin kendilerini marka eğitmeni olarak konumlandırmalarına yardımcı oluyor; yeni eğitimlere veya modüllere hakim olmalarını sağlıyor.

Kazanımlar:

- Eğitici becerilerini arttırmak,
- Eğitmen kimliğine değer katabilmek,
- Danışılan eğitmen olabilmek,
- Özgüven sahibi ve hatırlanan eğitmen olmak,
- Hikaye anlatma becerisini kazanmak.





# SEMİNERLER

# İLHAM VER SEMİNERLERİ

360 İletişim

## SİZİN HİKAYENİZ NE?

“Liderler için hikaye anlatımı”

Hikayeleri kim sevmez ki? Çocukluk yılları artık çoktan geride kalmış olsa da iş hayatında dinlediğimiz büyük liderlerin hikayeleri, öğretmeye ve çalışanları güçlü kılmaya devam ediyor. Özellikle de mutlu son “Büyük Başarılar”ı beraberinde getiriyorsa.

Hikaye anlatımı, hızlı, etkili, doğal, enerjiyi arttıran, ikna edici, eğlendirici, hatırlanır, özgün ve bütünleştirici etkiye sahip olan en güçlü liderlik tekniği. İcinizdeki lideri geliştirmeye hazırsanız, bu sohbet tam size göre.

## BEN+SEN+O = BİZ

“Çeşitlilik ve dahil etme”

Çeşitlilik ve dahil etme, iş hayatı gündeminde yerini almaya başladı. Ben+Sen+O=Biz; organizasyon içinde güven, saygı ve tolerans ortamı yaratmak, farklı bireylere ait perspektifleri ve geçmiş deneyimleri anlamak, takdir etmek ve bunlardan faydalanabilmek için kesinlikle ufukları açacak.

## KENDİ KOÇUN OLMAK

Ana gündemi, “her şeyin önce kişinin özünden başladığı ve kişinin önce kendisi ile çalışmasının farkındalıkları ve süreci geliştireceği” olan etkinlik çalışması. Günümüzün popüler mesleği koçluğun içeriği ve kişinin kendi kendisine uygulayabileceği yöntemlerin konuşulduğu bu çalışmada kurumsal hayattaki yönetici tecrübeleri ve kişisel gelişim çalışmalarının harmanlanmış halini bulmak mümkün



**DANIŞMANLARIMIZ**



## DANIŞMANLARIMIZ

### Ali GÜVEN

#### Gazeteci

1966 doğumlu. Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu 1988 mezunu. Mesleğe 1987 yılında Sabah Gazetesinde başladı. Meydan Milliyet gazetelerinde çalıştı. 1993-96 yılları arasında Starhaber merkezinde muhabir ve istihbarat şefi olarak görev yaptı. 1996 yılında NTV'nin kuruluşunda yer aldı, 2011 yılına kadar bu kanalda haber merkezi şefi ve haber müdürü olarak çalıştıktan sonra Cnntürk'e geçti. Yurtiçi ve yurtdışında çok önemli siyasi, toplumsal ve diplomatik olayları takip etti.



Cnntürk'te haber koordinatörü olarak çalışmaya devam ediyor. Gazeteciler Cemiyeti üyesidir. Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde Televizyon haberciliği derslerine girmektedir.

### Aydan BAKTIR

#### Resim Sanatçısı ve Reklamcı

1958 İstanbul doğumlu olan Aydan Baktır, İ.D.G.S.A./Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü mezunudur. 1982 yılında Nata Reklamcılık A.Ş.'yi kuran Baktır, 8 yıl profesyonel reklam ajansı kreatif direktörlüğü, 1989-91 yılları arasında Pamukbank Reklam ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü, 1991-92 yılları arasında Esbank Reklam ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü görevlerini üstlenmiştir. 1992-93 yılları arasında Birleşik Tasarımcılar Grubu'nda kreatif direktör ve genel koordinatör olarak görev almıştır.



Son olarak Ring Reklamcılık AŞ.'yi kuran Baktır markanın bir ürünün hedef kitesinin gözündeki itibarı olduğuna inanmaktadır. Aydan Baktır, Reklamcılar Derneği, Reklamcılar Vakfı, İ.A.A., G.M.K. ve Kagider üyesidir. Ayrıca APEL Sanat Galerisi karma sergilerine katılmakta, kişisel resim sergileri açmaktadır.



## Cenk Devrim ULUSOY

### Serbest Dalış Dünya Şampiyonu ve Nefes Eğitmeni

1973 Niğde doğumlu olan Cenk Devrim Ulusoy, Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu'nun kendi alanında en üst seviye antrenörüdür. Ulusoy; 2008 Beijing Olimpiyatları koşusunda Olimpiyatların en önemli unsuru olan olimpiyat meşalesini taşıma onuruna sahip olmuştur.

Şu an özel kurumlara, firmalara, şahıslara, okullara ve sporculara üst seviyede nefeslenme, stres yönetimi ve panik atağı yenme üzerine özel eğitimler veren Ulusoy, Doğu Akdeniz Üniversitesi Spor Bilimleri Teknolojisi Bölümü'nden mezun olmuştur. Alanında 2000'i aşkın madalya ve derecesi bulunmaktadır.



## Deniz AKTOSUN

### Uzman Psikolog - Psikoterapist

1995-2001 yılları arasında pazarlama alanında çalıştı. Bu yıllar arasında sırasıyla Unilever pazarlama araştırmaları müdürlüğü, Benckiser Rusya Ürün Müdürlüğü, Benckiser Romanya Grup Müdürlüğü, Unilever Doğu Avrupa Bölge Müdürlüğü yapmıştır. Aktosun, 2001 yılında Londra'da Psikoterapi üzerine eğitime başladı. 2001-2010 yılları arasında dünyaca ünlü Tavistock Centre'de sırasıyla ilişkiler, sexualite, aile terapisi, organizasyonlar, üzerine lisansüstü ve master programlarını tamamladı. 2005 yılında Londra'nın iki önemli iş merkezinde Canary Wharf ve Mayfair'de hizmet veren Reframe adlı danışmanlık şirketini kurdu. Bu çerçevede kişiler ve gruplarla iş ilişkilerini geliştirmesi, değişimle başetmek, performans, yaratıcılık, motivasyon, iş/özel hayat dengesi, iş hayatının anlamlandırılması, güven ve mutluluk konuları üzerine çalıştı. 2011 senesinde İstanbul'a geri dönen Deniz Aktosun, on yıllık yurtdışı tecrübesi ve eğitimiyle Levent'deki ofisinde kişi ve gruplarla çalışmalarına devam ediyor. UKCP, BACP, COSRT uzman üyesi olan Deniz Aktosun, AKUT'a gönüllü danışmanlık desteği vermektedir. Aktosun, Üsküdar Amerikan Kız Lisesi ve Boğaziçi Üniversitesi Psikoloji Bölümü mezunudur.



## Özgür POYRAZOĞLU

### Sosyal Medya Danışmanı

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun olan Özgür Poyrazoğlu lisans eğitiminin üzerinden geçen yirmi yıldan uzun süreye rağmen hale iletişim sektöründe bulunmaktan gurur ve heyecan duyuyor. Heyecan duyuyor çünkü iletişim sektörü her geçen yıl daha da büyük bir ivmeyle kendini yeniliyor. Daha önce olmayan kanallar, mecralar ve cihazlarla sürekli kendini yenilerken bir takım sabitlerini de her zaman koruyor ve içinde bulunan tüm paydaşları da gelişmeye zorluyor. 12 yılı aşkın süredir kurucu ortağı olduğu Sodamedya Digital çatısı altında yerli yabancı pek çok markaya dijital iletişim çözümleri alanında projeler üreten Özgür Poyrazoğlu aynı zamanda dijital pazarlama danışmanlığı yapıyor. Sodamedya çatısı altında pek çok dijital yayıncılık girişiminin de içinde olan Poyrazoğlu son yıllarda Kipitap Yayınevi çatısı altında çocuk kitapları da yayımlıyor. 2000'li yılların başında daha kendilerine bir isim konmamışken Türkçe "blog" yayıncılığına başlayan Özgür Poyrazoğlu halen Babaolmak.com isimli blogunda faaliyetini sürdürüyor.



## Seçil ŞENDAĞ

### İletişim Stratejisti ve 360 İletişim Kurucu Ortağı

Seçil Şendağ; 1994-1999 yılları arasında medya sektöründe editör ve program yapımcısı olarak çalıştı. 1999-2008 yılları arasında sırasıyla İktisat Bankası, Global Yatırım Holding AŞ. ve Doğuş Holding'de Kurumsal İletişim alanında yöneticilik yaptı. Bu süre içinde değişim yönetimi ve şirket birleşme-satın alma projelerinde çalışan ve stratejik iletişim planı hazırlayan ve iletişim projesi gerçekleştiren Seçil Şendağ, 2008'de stratejik iletişim danışmanlığı ve iletişim eğitimleri veren kendi şirketini kurdu. 2005 yılında beri ulusal ve uluslararası pek çok kuruma stratejik iletişim, müşteri odaklı pazarlama ve satış eğitimleri tasarlamakta; çalışan memnuniyeti ve iç iletişim workshopları düzenlemekte ve eğitimci-konuşmacı olarak çalışmaktadır.



Üsküdar Amerikan Kız Lisesi ve Boğaziçi Üniversitesi Sosyoloji Mezunları olan Şendağ, TUHİD, BUMED ve Profesyonel



## Zeynep AKTOSUN

### İnovasyon, Yaratıcı Düşünce ve Kurumsal Eğitim Uzmanı

Kimyager olan Aktosun, 1996-2006 yılları arasında önde gelen ilaç firmalarının alanlarında görev aldı.

1990-2000 yılları arasında Novartis ilaç firmasında satış temsilcisi, araştırma yöneticisi ve ürün müdürü olarak İngiltere ve Türkiye’de çalıştı.

2000-2006 yılları arasında Sanofi ve Sanofi Aventis’te ürün müdürü olarak görev yaptı. Sanofi Sythelabo ve Sanofi Aventis’te Ürün Müdürü olarak Satış ve Pazarlamadan sorumlu olarak farklı organizasyonlarda 8 yıl görev yaptı.

AKUT üyesidir.

