



2015 Faaliyet Raporu

indeks: icerik fabrikası konuşmacı ajansı

İÇİNDEKİLER

2 VİZYON / MİSYON / İLKELER / DEĞERLER / HEDEFLER 5 2016 YILI YOL HARİTASI
6 İNDEKS: İÇERİK VE İLETİŞİMİN OLDUĞU HER YERDE 7 KÜRESEL, ÇEVRESEL VE SOSYAL
SORUMLULUKLAR 8 BAŞKAN MESAJI 10 TÜRKİYE VE DÜNYA EKONOMİSİNE BAKIŞ
12 İLETİŞİM DÜNYASI 14 FAALİYET ALANLARIMIZ 24 RAKAMLARLA İNDEKS 26 KİLOMETRE
TAŞLARI 30 REFERANSLAR 34 ÖDÜLLER



VİZYON MİSYON İLKELER DEĞERLER HEDEFLER

Vizyon:

Rekabette fark, içerik kalitesiyle yaratılabilir. Entellektüel sermayeye, yaratıcılığa ve sürekli gelişime değer veren yönetim anlayışıyla, iletişimin temelini oluşturan içerik çalışmalarını çağdaş değerler ve küresel hedefle geniş kitlelere yaymak; bilgiye dayanan kaliteli içerik çalışmalarının yaygınlaşmasında aktif ve öncü rol oynamak.

Misyon:

İndeks, doğru bilgiyi, doğru zamanda ve frekansta, doğru araçlarla, doğru hedef kitleye ileterek, en doğru içerikle en etkin iletişimi sağlamayı kendisine misyon edinmiştir.

Öğreti:

İLETİŞİM;

- : Bir şey SÖYLEMEK onun DUYULMASI demek değildir.
- : DUYMAK, ANLAMAK değildir.
- : ANLAMAK aynı FİKİRDE olmak değildir.
- : Aynı FİKİRDE olmak, EYLEME geçirmek değildir.
- : EYLEME geçirmek, SÜREKLİLİK haline gelmesi değildir.*

*Nobel Ödüllü sahibi Psikiyatrist Konrad Lorenz

İlkeler:

İndeks;

- : Birlikte çalıştığı birey-kurumların paydaşıdır.
- : Müşteri odaklıdır.
- : Dinler, anlar, ihtiyacı belirler ve uygular.
- : Kaliteli üretim gerçekleştirir.
- : Çözüm odaklı hizmet sunar.
- : Reaktif değil, proaktiftir.
- : Yasaları ve etik değerleri benimser, uygular.
- : Çevreye, doğaya ve topluma duyarlı ve saygılıdır.
- : Çalışanlarına değer verir.
- : Ekip çalışmasına inanır.

Değerler:

- : Bağımsız
- : Tarafsız
- : Güvenilir
- : Özgürlükçü
- : Hukuka saygılı
- : Güler yüzlü
- : Eşitlikçi
- : Yenilikçi
- : Özgün/Yaratıcı
- : Evrensel değerlere saygılı



2016 YILI YOL HARİTASI

Belirli hedefler doğrultusunda iş hacmini artırmaktan ziyade derinlikli, nitelikli ve müşteriye tatmin eden işler ortaya koymak.

Müşteriyi daha iyi anlamak ve niş alanlarda hizmet vermek.

Sürdürülebilirlik hedefi doğrultusunda, uzmanlık çerçevesinde doğru bilgiden oluşturulmuş kapsamlı yorumu doğru projeyle buluşturmak; doğru hedef kitleye uygun frekansta içerik üretip yöneterek katma değer yaratmak; evrensel değerlerle içerik üretmek.

Bugüne kadar olduğu gibi bundan sonraki süreçte de kurumsal iletişim ihtiyaçlarının daha ekonomik ve hızlı yöntemlerle hayata geçmesini sağlayarak, kurumların hem iç hem dış paydaşlarıyla daha rahat ve anlaşılır iletişim kurmasını temin etmek.

Konuşmacı Ajansı'ndaki konuşmacıların ve konuların sayısını artırmak. Dünya ne konuşuyorsa Türkiye'de de konuşulur hale gelmesini sağlamak.

İçerik Fabrikası'ndaki yazar-editör-tasarımcı-fotoğrafçıların sayısını artırıp üretim konularını çeşitlendirmek.

Medya ilişkileri Eğitimi faaliyetlerinin içindeki Danışmanlık hizmetinin payını artırmak. Eğitimlerin ulaştığı kitleyi çeşitlendirerek hizmet yelpazesini genişletmek.

Faaliyet raporları çalışmalarını daha fazla kuruma yayararak raporlama bilincinin yayılmasına katkı sağlamak.

Hedefler:

- : Uzun dönemli sürdürülebilir büyüme sağlamak.
- : Yenilikçi uygulamalarla sektöre katkı sağlamak ve yön vermek.
- : Kendini yenileme kabiliyetiyle öncülüğünün devamlılığını sağlamak.
- : Müşteri odaklı hizmet anlayışını daima geliştirmek, yaratıcı çözümlerle müşteri ilişkilerini proaktif ilişki düzeyinde tutmak.
- : İçerik iletişimde, müşterilerini geleceğe taşıyan en doğru adres olmak.
- : Müşteri segmentini ve müşterilerin dağılım gösterdiği coğrafyaları çeşitlendirerek genişletmek.
- : Teknolojinin tüm imkanlarından faydalanarak çalışmalarını her zaman daha ileri teknolojilere entegre etmek.
- : Çalışma koşullarını rahatlatmak.
- : Bilgi güvenliğini ve hızını artırmak.
- : Gazetecilikle başlayan yolda içerik oluşturma konusunda etik değerlerin gelişmesi ve yayılmasında öncü olmayı sürdürmek.
- : Farklı mecraların ve bu mecralarda kullanılan araçların entegrasyonunda sürdürülebilir ve yenilikçi çalışmalar yapmak.
- : Daha çok sayıda kitleye; farklı yol, hız ve frekansla ulaşmak.
- : Kurumsal iletişimin ve kurumsal içeriğin yanı sıra yatırımcı ilişkileri, insan kaynakları gibi diğer kurumsal alanların iletişim ve içerik ihtiyaçlarının karşılanmasında ürettiği araçlar ve çalışma yöntemleriyle öncü ve sürdürülebilir olmaya devam etmek.
- : Çalışma tekniklerini ve araçlarını çeşitlendirmek, sayılarını artırmak.

İNDEKS: “İÇERİK VE İLETİŞİMİN OLDUĞU HER YERDE”

SÜRELİ YAYINLAR

- Bülten • Dergi • Gazete • Broşür
- Elektronik yayınlar

- Doğru hedef kitleye hitap eden,
- Güncel,
- Sıradanlıktan uzak,
- Çarpıcı,
- Geleneksel ve/veya yeni medya mecraları için A’dan Z’ye içerik üretimi

SÜRESİZ YAYINLAR

- Rapor • Kurumsal kitap-katalog • Broşür • Prestij yayınları • Web intranet içerikleri • Araştırma • Almanak vb.

- 360 derece çözümler
- Üst düzey koordinasyon
- Yüksek kalite
- Son teknoloji
- Hassas kontrol ve onay süreci

RAPORLAR

- Faaliyet raporları • Sürdürülebilirlik raporları • Kurumsal sosyal sorumluluk raporları

- Mevzuata uygun
- Paydaş beklentilerini karşılayan içerik
- Özgün tasarım
- Dijital uygulamalarla farklı platformlardan erişim

İNDEKS KONUŞMACI AJANSI

- 500’e yakın yerli ve yabancı konuşmacı portföyü

- İçeriği güçlü konuşmacılar
- Güncel ve popüler konular
- Geleceği yakalayan fonksiyonel toplantılar
- Sınırsız hizmet

İÇERİK FABRİKASI

- Haber • Görsel • Araştırma • Yorum
- Makale • Video

- Türkiye’nin ilk yazılı-görsel içerik satış platformu, ilk ücretli-ücretsiz içerik bankası.
- İhtiyacı duyulan her konuda içerik
- Yasal-telifli ve kullanıma hazır içerik
- Güçlü yazar-editör kadrosu

ELEKTRONİK VARLIKLAR

- indeksiletisim.com • faaliyetraporlari.com • indekskonusmaciajansi.com • medyailiskileriegitimi.com • icerikfabrikasi.com
- FB, Twt, Ln

KÜRESEL, ÇEVRESEL VE SOSYAL SORUMLULUKLAR

ÜYESİ OLUNAN PLATFORM VE KURUMLAR

- BM Küresel İlkeler Sözleşmesi
- BM “Yönetim Kadının Hakkıdır” imzacısı
- Türkiye Yatırımcı İlişkileri Derneği (TÜYİD) üyesi
- Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği (TKYD) üyesi
- İndeks, girişimcilik platformu Keiretsu üyesi
- Dünya Ekonomik Forumu

ÇEVRE VE SOSYAL SORUMLULUK ANLAYIŞI

- Basılı işlerde firesiz ebat, geri dönüşümlü kağıt ve efektif mürekkep kullanımına dikkat eder.
- Dijital üretimi özendirir.
- Dijital atık yaratmaz.
- Kağıt tüketimini sınırlandırır, tüketileni atıkta değerlendirir.
- Hükümsüz, eski, bozuk elektronik parça ve cihazları geri dönüşümle değerlendirir.
- Elektrik, su, benzin gibi yakıt tasarruflu çalışma yapar.
- Müşterileri için hazırlanan tüm içeriklere, kadın, iş güvenliği, çevre, sürdürülebilir gelişim gibi toplumsal konu kotası uygular.
- İçerik üretme kabiliyeti olan sosyal sorumluluk alanında faaliyet gösteren kurum, kuruluş, dernek ve vakıflara, yaptıkları çalışmaların temeli olan bilgiyi yaygınlaştırabilmeleri için tüm platformlarını açarak hizmet verir.
- Duyarlı olduğu pek çok konu arasından daha bilinçli hareket etmek üzere yaptığı seçki sonucunda aşağıdaki temaları destekler:
 1. Ülke ekonomisini destekleyeceğine inandığı “girişimcilik”,
 2. Ülke gelişimini sağlayacağına inandığı “inovasyon”,
 3. Verimliliği artıracığına inandığı genç işsizlik ve kadın istihdamı,
 4. Fikirlerin yaratılmasına ve daha çok görüşün ortaya çıkmasına yardımcı olacağına inandığı şehircilik ve yaşam kalitesi.

BAŞKAN MESAJI

JONGLÖR GİBİ

Jonglör, top, lobut, halka, kumaş, sopa, ateş, ip... gibi nesneleri havaya atıp tutan, bu esnada en az bir tanesinin havada kalmasını beceren performans sanatçısına verilen isim. Hafızalarımız bizi sirkelere götürüyor olabilir, oysa jonglörlüğün tarihi Eski Mısır'a kadar uzanıyor. O zamanlar jonglörlük, bir spor dalı olarak kabul edilirmiş. Daha sonraki dönemlerde ve farklı kültürlerde tiyatroya, sirke sıçramış ve sokaklara kadar uzanmış. Sonuç itibarıyla hayatın içinde insanları mutlu eden bir aktivite olarak günümüze kadar gelmiş.

Ne alakası var İndeks İçerik, İletişim ve Danışmanlık 2015 Faaliyet Raporu'nun jonglör temasıyla?... İlerideki sayfalarda genel ekonomi ve genel iletişim değerlendirmelerini okuduğunuzda, kurgumu ve yaklaşımımı beğenerek hak vereceğinizi ümit ediyorum. Ben iletişimin, jonglörlük olduğunu düşünmeye başladım. Bu yaklaşımım nedeniyle iletişimin bir performans sanatı, hatta bir spor, bu nedenle mukavemet ve hedef odaklı olduğunu düşündüğümü ekleyebilirim. Biraz daha ileri giderek, iletişimin herkesi mutlu etme dürtüsüyle hareket etmek üzere yola çıkmadığını ancak faaliyet olarak bilgi paylaşımı, haber vermek, yönetmeye uzanan içerikle pozitif bir icraat olduğunun altını çizebilirim. Jonglör gibi aynı anda birçok konuyu, kişiyi, kurum ve topluluğu hedef alan araçların ve içeriklerin, hiçbirini yere düşürmeden çevirmek zorunda olduğu gibi, aslında içinde yaşadığımız şartlar nedeniyle iletişim kurumlarının bizzat kendilerinin yere savrulmadan ayakta kalma çabasına dikkat çekmek istiyorum.

2015, İndeks İçerik, İletişim ve Danışmanlık olarak zorluklarına karşın olumlu, güzel, içimize sinerek yaşadığımız ve başarılarımızla anımsayacağımız bir yıl oldu. Her yıl, bu yıl zordu dememeyi öğrendiğimiz ve yeni normalin aslında normal olmadığını yaşayarak öğrendiğimiz bir yıl oldu. Yalnızca kendi açımızdan değil, partnerlerimiz açısından farklı sektörlerde gözlemlerimiz ve yaşadıklarımız, hayat üniversitesinde hayat dersi oldu. Bu üniversiteden mezun olunmadığını “yaşam boyu eğitim” konsepti içinde devam edersek, başarıdan başarıya koşacağımızı anladık.

İletişim, güncel gelişmelerden en fazla etkilenen alanlardan bir tanesi, belki de ta kendisi. Ulusal ve uluslararası siyaset, bölgesel konular, ekonomik iniş

çıkışlar ve krizler, doğal afetler, terör, salgın hastalıklar, bireysel ve/veya kurumsal gelişmeler... Yalnızca olumsuz olaylar değil, büyük başarılar, ödüller... İletişimi her an, her alanda etkileyen gelişmelerden birkaçı. İnsan yapısı, eğitim, demografi, alışkanlıklar, iklim, coğrafya, etnik yapı, dil faktörü, meslek ve kariyer yapısı gibi unsurlar da iletişimi etkileyen diğer faktörler...

Bir de teknoloji var! Hepsinden ayrı tutacağım. Teknoloji, hiçbir sektörü iletişimi etkilediği kadar etkilemedi. Değiştirmede, dönüştürdü. Yalnızca iş yapış şekillerimizi etkilemedi, aslında anlayışımızı tamamen alt üst etti.

Dünya değişip dönüşürken, iletişimde değişimi yakalamak üzere attığımız her adım, farklı dünyaların kapılarını araladı. Yalnızca iletişim teknolojileri değişiyor olsaydı, adaptasyonumuz mutlaka görece kolay olacaktı. Gelin görün ki Türkiye hiç olmadığı kadar hızla değişti, dönüştü. Diğer yandan dünya ve bölgesel dengeler en az Türkiye kadar hızlıydı. İletişim dinamikleri kökünden farklı alanlara kayarken, İndeks İçerik, İletişim ve Danışmanlık da değişimini ve dönüşümünü sürdürdü. Bizim oyun alanımız kurumsal dünya. Kurumsal dünyanın ise tek vücut olduğunu söylemek mümkün değil. Sektörlerin dinamikleri birbirinden farklı, sektörlerin değişime adaptasyonu birbirinden farklı... Zaman zaman kendimizi bir dağın tepesinden aşağıya gaza basmış gidiyor, zaman zaman kendimizi tam tersine yukarı tırmanırken buluyoruz. İşimiz çok zevkli, hayata ve hayatına dokunduklarımıza değer kattığımızı düşünüyoruz.

Biz iletişimciler, içerik üretiliyor, yönetiyor, araştırıyor, yorumluyor, ifadelerimizi bir iletişim formatında paket halinde sunuyoruz. Tanımladığımız hedef kitleye konuşuyor, onlar için düşünüyor, yazıyor, çiziyoruz. Teknoloji sayesinde hedef kitle tanımını çok küçük gruplara indirebiliyor, onları neredeyse tek tek tanıyor, özel hazırlık yapılabiliyor. Bazen ses oluyor, müzik yapıyoruz, bazen söz oluyor konuşuyoruz; bazen kelime oluyor yazıyoruz, bazen vücutta hayat buluyor sahneye koyuyoruz; gözünüz oluyor kayıt yapıyoruz. Bazen

BİR PARAGRAFTA İLETİŞİM

- Bilgi ucuzladı, ulaşılabilir oldu, kalite sorunu yaşıyoruz.
 - Sosyal medya-mobil platformlar fırsatları da sorunları da çeşitlendirdi.
 - Reklam pastası ezber bozuyor, rekabet yoğun.
- Çeşitlenen mecralar haber sayısını ve hızını artırdı.
 - İlk veren ve ilk bilen sendromu her zamankinden yoğun yaşanıyor.
 - Bilgi güvenliği konusu alarm veriyor.
 - Vatandaş gazeteciliğinde kural yok.
 - Medya el değiştirdi.
- Siyaset ve medya ilişkisi tanımı yapılamayacak kadar girift.
 - İş dünyası ve medya ilişkisi kurlsız.
- Özel hayat ve medya ilişkisi arasındaki çizgi artık yok.

tek kişiye özel, bazen yığınlara bir kerede, bazen fasıllarla kontrollü ama çok kez, bazen seçilmiş coğrafyaya bazen dünyanın her yanına...

Ve aynen bir jonglör gibi hedef kitlenin ihtiyaçlarına göre lobut, çember, ip, sopa, ve ateşin eşlik ettiği ritmik hareketlerle geleceğe yürüyoruz. Bilgi veriyor, eğitim aracı oluyor, keyif veriyor, düşündürüyoruz. Gence, kadına, profesyonelle, emekliye, İstanbul'dakine, İzmir, Ankara'nın ötesine berisine köprü oluyoruz.

Bir yılı daha geride bıraktık. Fark yarattık. Ürünlerimizi ve hizmet alanlarımızı çeşitlendirdik, teknolojimize yatırım yaptık, faaliyetlerimizi derinleştirdik. Katma değer, sinerji, disiplinler arası geçişkenlikle sağladığımız inovasyon ruhundan ödün vermedik. Yaptığımız her işi büyük küçük geliştirmenin yollarını aradık. Sonuç olarak 2015 yılında İndeks kendi içinde, sektöründe, müşterilerinde, paydaşlarında değişimi yaşadı ve yaşattı.

Jonglöre benzettiğim iletişim, işte böyle bir şey.

TÜRKİYE VE DÜNYA EKONOMİSİNE BAKIŞ

Küresel finans sektörü, barındırdığı risklerden dolayı geçen yıl birçok şirket için belirsizliklerle yüklüydü.

Yılın ikinci yarısından itibaren gelişmekte olan ülkelerden sermaye çıkışlarının artması, yatırımcılara erişim ve onları şirket hisselerinde tutma konusunda ciddi sıkıntılar yarattı.

Küresel ekonomiye yön veren ülkelerde de ekonomik ve finansal belirsizlikler yaşandı. Gelişmiş ülke borsalarının tamamında son derece sert düşüşler gözlenirken gelişen ülke paralarının Dolar'a karşı değer kaybettiği görüldü.

Türkiye, 2015 süresince yakın coğrafyanın etkisinden kurtulamadı. Yunanistan krizinin etkilerini üzerinden atmaya başlayan AB ekonomisi, toparlanmaya başlasa da Orta Doğu coğrafyasında yaşanan sıcak gelişmeler, uluslararası finans sistemini olumsuz etkilemeye devam ediyor.

FED, istihdam piyasasındaki iyileşme ve güçlü ekonomik aktivitenin de etkisiyle Aralık 2015 itibarıyla parasal sıkılaştırma politikasına ağırlık verdi. Bu gelişme ile dünya ölçeğinde yeni dalgalanmalar meydana geldi. Gelişmekte olan ülke para birimlerinde kayıplar yaşanmaya devam etti.

2015, Türkiye için kolay bir yıl olmadı. Küresel gelişmelerin yanı sıra tekrarlanan seçimler ve hükümetin kurulamaması gibi kritik maddeler ülke gündeminde üst sıralarda yer aldı. Seçimler sebebiyle ülkede çeşitli projeler ve yatırımlar ertelendi.

Başta Suriye olmak üzere komşu coğrafyalarda yaşanan istikrarsızlık ve siyasi riskler yerini hızla güvenlik risk unsurlarına bıraktı. Rusya ile yaşanan uçak krizinin ardından ulusal güvenlik tavan yaptı.

Siyasi, sosyal ve stratejik gelişmelerin yanı sıra Türkiye'de enflasyon halen en büyük problemlerden biri. Yıl sonunda 2015 için tahmin edilen enflasyon, beklentilerden yüksek çıktı. Türkiye 2015'e artan işsizlik, dalgalı dış ticaret seyri ve yüzde 8,81 oranında enflasyon ile veda etti.

İLETİŞİM DÜNYASI, İLETİŞİMİN TÜRKİYE'Sİ

İletişim sektörünü diğer sektörlerden farklı ve bir bakıma da özel kılan unsur, yaşanan hızlı değişim ve sektördeki topyekün dönüşüm. Yüzeysel bakıldığında yalnızca teknolojideki gelişmelere endekslenen dönüşüm, aslında sosyolojik, ekonomik ve kültürel değişimlerden, güvenlik olgusu, siyasi konjonktür, yönetim gibi iletişimle dolaylı ilişkilendirilen alanlardaki gelişmelerin de bir uzantısı. İletişimdeki sorun ise değişimi tarif ettiğimiz anda neredeyse eskimesi ve yerini bir başka değişikliğe terketmesi...

SÜRDÜRÜLEBİLİR İLETİŞİM

İletişim, çok yönlü ve niş alanlara dokunan özellikli bir faaliyet olarak eş zamanlı ve her yönden farklı dinamikleri kucaklıyor. Süreklilik ve segmentasyon, iletişimdeki iki kritik faktör oluşturuyor. Çağdaş iletişim anlayışında, iletişimi askıya almak, stratejiyi dondurmak ve hareketsiz kalmak söz konusu değil. Gelişen teknolojiyle beraber iletişim araçları yaygınlaşıyor, bireylerin alım gücü yükseliyor. Tüketicinin beklentisi çeşitleniyor. Beklentileri yanıtlamak için en önemli araç iletişim. Bununla birlikte iletişim araçları sürdürülebilir kullanıldıklarında verimli olabiliyor, mesajlar anlam kazanıyor.

İletişimin her an her yerde olması, eş zamanlı zorluk ve kolaylık anlamına geliyor. Karmaşa ile ahenk, sessizlikle çok seslilik, yerelle ulusal, bireyle küresel dengeler bu iki önemli konuyu özellikle dikkate almayı gerektiriyor.

HEDEF KİTLEYİ 12'DEN VURMAK

İletişim, “genel”i kaçırmadan “özel”e odaklanan yapısıyla dikkat çekiyor. Kime hitap ediyoruz, merkeze kimi alıyoruz? Hedef kitlesi belirlenmiş kitleyle yapılan iletişim, pazarlama stratejilerinin temelini oluşturuyor. Hedef odaklı iletişim, satış fonksiyonun da omurgasını oluşturuyor. Hedef kitle, iletişim dünyası için son kullanıcı tarafında değil, aynı zamanda müşteri içindeki segmentasyon için de önem arz ediyor. Entegre raporlama, sektördeki değişimi anlamlandırmak adına önemli bir örnek teşkil ediyor. Kurumsal iletişim içinde olanların müşterileri de değişiyor. Örneğin yalnızca kurumsal iletişimcilerle yapılan çalışmaların

bir kısmı yerini yatırımcı ilişkileri, pazarlama iletişimi, insan kaynakları, eğitim gibi departmanlarla iletişime bırakıyor. Bu küçük grupların özel istek ve ihtiyaçları ise iletişimin tonunu belirliyor.

İLETİŞİM DE BÖLÜNÜYOR

Türkiye’de kurumsal iletişim anlamında gece ve gündüz kadar farklı iki grup hüküm sürüyor. İletişimle tanışmamış olanlar ile iletişimin çok erken dönemini yaşayan kurumlar kabaca bir grupta toplanabilir; gelişmiş ekonomilerde faaliyet gösteren kurumlardan farkı olmadığı gibi daha da ileri boyutta iletişim stratejisi ve faaliyeti olanlar ise karşı grupta değerlendirilebilir. Bu iki anlayışın birbirinden değişik olanak ve ihtiyaçları kadar, çok farklı kültürel dokuları olduğunu da unutmamak gerekiyor. İletişim, Türkiye gibi renkli bir kültürel yapıya sahip olan coğrafyalarda, zaman zaman laboratuvar çalışması yapmakla eş değer olarak tanımlanabiliyor.

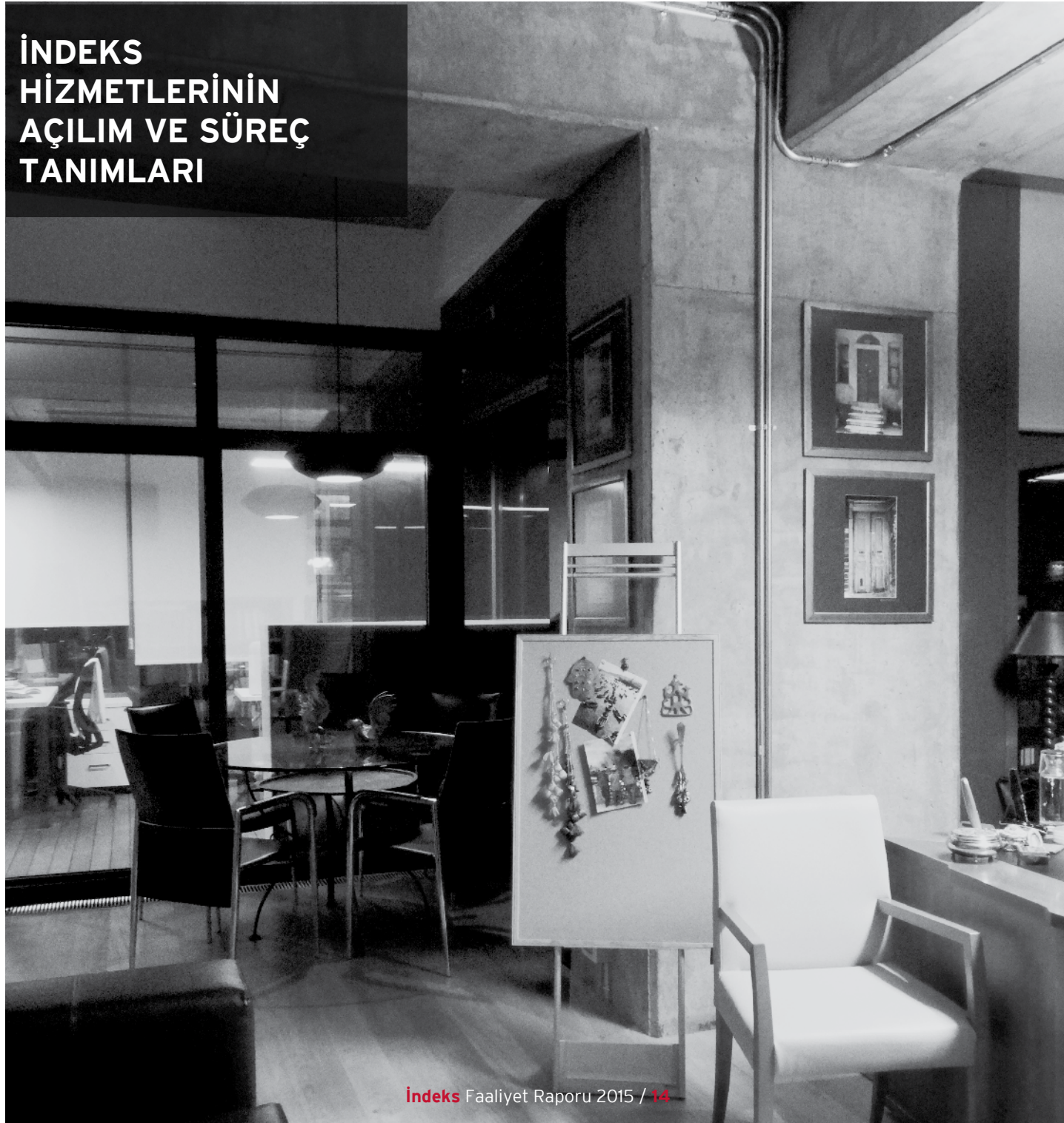
YAŞAYAN İLETİŞİM TRENDİ

Yaşayan iletişim, aslında paylaşımcı iletişimin bir diğer tarifi. İletişimin örnekler ve deneyimler üzerinden yapılması, son yıllarda etkin ve renkli bir iletişim metodu olarak kabul görüyor. Kitleler, dokunabildikleri ile hissedebildiklerini anlıyor. Bu, kurumsal dünyada iletişim yapan bizler için “Kurumun çoğunlukla başarılı gördüğü projelerini ya da belli bir alanda örneklem teşkil edeceğini düşündüğü öğretilerini kamuoyuyla paylaşması” anlamına geliyor. Yaşayan iletişimin önemi; akılda kalıcı olması, öğretiye yer vermesi, örneklemelerin somut olması ve algıda seçicilik üzerinde işlemesi şeklinde sıralanabilir.

SOSYAL İLETİŞİM

Geleneksel medyanın dinamiklerinde aradığını bulamayan ya da buna ilave unsurlar arayan kurumsal dünya, sosyal kurguyu severek kullanıyor. Sosyal iletişim, kolaylıkları kadar felaketleriyle de karşımıza çıkıyor. Sınır yok, tariflenmesi zor, kural tanımıyor...

İNDEKS HİZMETLERİNİN AÇILIM VE SÜREÇ TANIMLARI



SÜRELİ YAYINLAR

“Sürelî yayın” faaliyet kategorisinde planlama sürecinden baskı aşamasına kadar her noktada hassasiyetle çalışan İndeks ekibi, hedef odaklı içerik sayesinde fark yaratan, öncü, sınırları zorlayan, tasarımı ve içeriğiyle göz dolduran, bilgi ve haber veren, yaratıcı, takip edilen sürelî yayınlar sunuyor.

Kurumsal yayınlar, paydaşlara ulaşmakta köprü görevi görüyorlar. Bu köprünün ürün, hizmet ve faaliyetleri sağlam ve doğru bir şekilde hedef kitleye taşıyabilmesi içinse özgün içerikler üretilmesi gerekiyor. İndeks, profesyonel bakış açısı ile sürekli değişim halinde olan hedef kitle için en uygun içeriği oluşturuyor.

Kurumsal yayıncılığın değişen iletişim anlayışıyla uyumlu olması gerektiğine inanan İndeks, entegre içerik üretimini de bu anlayışla geliştiriyor. Kurumsal ihtiyaca uygun çözümleri, uzun dönemli iş birlikleri ve zamanın diliyle güçlendirip fark yaratan İndeks, yayınlarında ezber, kopyacı, kendini tekrarlayan içerikler değil kurumlara vizyon ve değer katan, kurumların yapısı ile uyumlu ve yenilikçi içerikler sunuyor.

SÜRESİZ YAYINLAR

İndeks hizmetleri içinde yer alan rapor, katalog, kitap, broşür ve web tabanlı akıllı çözümler, kurum kültürüne ve hafızasına katkının yanı sıra güçlü ve etkili bir iletişim fırsatı yaratıyor. Kurumların, faaliyetlerini anlatma ve kamuoyunu bilgilendirme araçlarından biri olan süresiz yayınlar, doğru bir iletişim stratejisi ve içerikler ile kurumlar için önemli fırsatları da bünyesinde barındıran bir mecraya dönüşüyor. Geride bırakılan başarılı bir yılı hissedarlara anlatmak, doğayı korumak, eğitimi desteklemek ya da sanatı sevdirmek amacıyla yapılan tüm çalışmaları aktarmak için süresiz yayınlar, fırsat yaratan iletişim araçları olarak öne çıkıyor. Konferans, seminer, panel ya da çalıştayların sonunda ortaya çıkan bilgi ve paylaşımın kalıcılığı, kurum yıl dönümü için yaratıcı bir tarihçe, kitap, kitapçık ya da bir katalog ile yeni bir formda hayat buluyor.

FAALİYET RAPORLARI

Faaliyet raporları, yatırımcı ilişkileri ve pazarlama iletişimi enstrümanı olarak, kurum taahhütlerini paydaş beklentileri ile

buluşturan kurumsal hafızadır. Günümüzde paydaşlar, ortağı oldukları ya da ilgi duydukları şirketleri uzaktan izlemekle yetinmiyor. Şirketi daha yakından tanımak, faaliyetlerini içindeymiş gibi gözlemlemek isteyen bu kitle, kurumların iletişim yöntemlerine yenilik getirmesi için baskı da kuruyor.

İşte bu sürecin ortaya çıkardığı faaliyet raporları, şirketler için de önemli bir araç olarak iletişim alanında yerini alıyor. Değişen ve gelişen paydaş talepleri doğrultusunda altın çağını yaşayan faaliyet raporlarının hazırlanması uzmanlık gerektiriyor. İndeks’in hazırladığı faaliyet raporu süreci, kurum ihtiyaçlarına uygun yaratıcı çözümlerin yanı sıra kesintisiz iletişime dayalı güçlü bir koordinasyon içeriyor.

İndeks araştırma ekibi, kurum içinden topladığı verileri sektör araştırmalarıyla desteklerken, rakamları yorumlayarak raporlara çağdaş bir bakış açısı getiriyor. Hem kurumsal iletişim hem de yatırımcı ilişkilerinin ihtiyacı olan tasarım dilini ortak bir noktada buluşturuyor.

SOSYAL SORUMLULUK RAPORLARI

Toplumla olan ilişkiler önem kazandıkça, şirketlerin kurumsal hayatı da sosyal hayatla buluşuyor. Bu kapsamda sosyal sorumluluk, çalışan hakları, iş yerinde cinsiyet eşitliği, şeffaflık, hesap verebilirlik, çevreye saygı gibi konular, şirketlerin gündeminde daha fazla yer alıyor. İçinde yaşanan topluma fayda amacına dayanan bu iş yaklaşımı, sosyal sorumluluk projelerinin artmasına neden oluyor.

Kurumlar; web sitesi, broşür, kitap, rapor gibi araçlarla sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalarını paydaşlarına aktarmayı sorumlu bir iletişim anlayışının gereği olarak görüyorlar. Hedef kitleye doğru yöntemle ulaşma konusundaki tecrübesiyle İndeks, paydaş kurumların sosyal sorumluluk yaklaşımını ve faaliyetlerini etkin şekilde anlatmalarına yardımcı oluyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLARI

İndeks, ulusal ve uluslararası birçok kuruma sürdürülebilirlik raporları konusunda hizmet veriyor. Sürdürülebilirlik raporları, Ar-Ge çalışmaları, sosyal sorumluluk raporlamaları, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmeleri, İndeks’in yatırımcı ilişkileri ve kurumsal iletişim açısından yanıt

verdiği alanlar arasında yer alıyor. İndeks, raporlamalarda uluslararası standartlara uyumlu bir şekilde çalışıyor ve kurumların ihtiyaçlarına bu sorumlulukla cevap veriyor. Tercih edilen kurallar bütünü içinde çalışmalar yürütüyor.

KİTAP/KATALOG/PRESTİJ YAYINLARI

Kurum katalog ve broşürleri daha çok imaj, satış ve pazarlama amaçlı çalışmalar olarak gerçekleştiriliyor. Kurumsal kitaplar; kurumların tarihlerine ışık tutup, belli bir dönemi aydınlatan ya da sosyal sorumluluk ilkesiyle seçtikleri veya ilgi duydukları konu veya konuların yaygınlaşması adına kurumlara destek veriyor.

İndeks, kurumların farkını ve ayrıcalığını anlatacak içerik geliştirme tecrübesiyle, kurumlara özel kitap, katalog ve broşür çalışmalarını baskı aşamasına kadar her adımda aktif rol alarak gerçekleştiriyor. İndeks, uzman editör ve yazar kadrosu, uzun soluklu hazırlık, sağlam bir kurgu ve hedef odaklı çalışma ile yayınları araştırmacı titizliği ve tasarımcı estetiğiyle yayına hazırlıyor.

BAŞARI ANALİZLERİ/VAK'A ÇALIŞMALARI

Kurumun yarattığı değerın farkına varılması kadar gelecek kuşaklara da aktarılması gereken önemli bir tecrübe bütünü olan Başarı Analizleri, hem mevcut hem de potansiyel çalışanlar ve müşteriler için etkili bir iletişim aracıdır. Kurumlar, vak'a çalışmaları kapsamında ise zaman zaman ekosistemleriyle ortak çalışma yapıyor, zaman zaman da çok özel ve uzmanlık isteyen konulara el atıyor. İndeks, 2015'te, bu alanda yaptığı çalışmaları, hedef kitesini derinleştirerek yaygınlaştırdı.

DİJİTAL YAYINLAR

İndeks, gelişen teknoloji ile birlikte elektronik ortama taşınan yayıncılıkta, ürettiği 360 derece bakış açısıyla fark yaratarak, öncü ve yenilikçi olmaya devam ediyor.

Elektronik dergilerin bilgiyi sunuş biçimine getirdikleri zenginlik, dergicilik anlayışını kökünden değiştiriyor. Multi-

medya sunum şansı tanıyan elektronik yayınlar; video, fotoğraf ve yazı içeriğini zenginleştirerek ürünün katma değerini artırıyor. Herkesin dilediği her an ulaşabildiği elektronik içerik; okunma, görüntülenme ve paylaşılma açısından geleneksel medya ile kıyaslanamayacak kadar hızlı yol alıyor. Maliyet avantajı da sunan elektronik yayınlar, baskı ve dağıtımda önemli oranda tasarruf sağlıyor. Bu sayede hızlı, dinamik, şeffaf, çevreci ve hedef kitle odaklı içerik üretimi ve yönetimi sistemi ortaya çıkıyor.

Küresel gelişmeleri izleyen ve bu gelişmelere hızla uyum sağlayan İndeks, geleneksel yayınların elektronik ortama taşınması sürecinde ürettiği 360 derece bakış açısıyla 2015'te de fark yaratmaya devam etti. İndeks, elektronik yayıncılıktaki mecraları da geliştirdi. Hazırladığı yayınların bilgisayar, akıllı telefon, tablet ve televizyon gibi farklı cihazlara uyumunu sağlayarak, aynı içeriğin, aynı vizyonla farklı ekranlar için kurgulanmasına da öncülük etti.

ELEKTRONİK RAPORLAR

Dijital teknolojilerin gelişmesine paralel olarak ortaya çıkan elektronik raporlama, fonksiyonelliği ve erişim kolaylığı nedeniyle günümüzde kurumlar tarafından yoğun olarak tercih ediliyor. Raporlara zamandan ve mekandan bağımsız erişebilme imkanı sağlayan dijital uygulamalar, görsel olarak daha çekici ve kullanıcı dostu yapısı ile de avantaj sağlıyor.

İndeks, farklı hedef kitlelere hitap eden basılı ve elektronik raporlamaların farklı etkileri olduğunu göz önünde bulundurarak buna göre bir strateji hazırlıyor. Kurumların neredeyse tamamı, faaliyet raporlarını online olarak da yayınlıyor.

İÇERİK FABRİKASI

Bir İndeks girişimi olarak hayata geçirilen Türkiye'nin ilk içerik bankası İçerik Fabrikası, yayınlanmaya hazır ücretli/ücretsiz binlerce özgün içeriği tek platformda sunan yasal ve özgün içerik satış platformu olarak faaliyet gösteriyor.

Yüzlerce kategoride hazır içeriğe anında erişim sağlayan İçerik Fabrikası'na, özel içerik siparişi de verilebiliyor.

Platform bünyesindeki yazar/uzman/editör, fotoğrafçı veya tasarımcılardan oluşan profesyonel ekipler, istenirse tek bir içerik, istenirse paket teslim proje üretebiliyorlar.

GÖRSEL AJANS

Fark yaratmak; çarpıcı olmak kadar, içeriği en kısa, en kolay yoldan vizyoner bir bakış açısıyla anlatmak demektir. İçerik Fabrikası, tüm çalışmalarında bu özeni gösteriyor. Görsel Ajans hizmeti, uzman ve sanatçı ekibiyle değer yaratırken, konulara yaklaşımıyla ön plana çıkıyor. Yakın zamana kadar yalnızca fotoğraf ya da film gibi alanlarda görsellik icra edilebilir, iletişim adına daha rahat anlatım yapılabilirdi. İletişim çalışmalarındaki vizyoner bakış açısıyla, görselliğin aslında özel bir içerik olduğunu, iş ortaklarına anlatan İçerik Fabrikası, bu sayede çalışmalarında fark yaratıyor.

KONUŞMACI AJANSI

Konuşmacı Ajansı, ulusal ve uluslararası organizasyonlarda, deneyimli konuşmacılarıyla çok geniş bir yelpazede hizmet veriyor. Türkiye'nin yerleşik ve kurumsal tek yerli konuşmacı ajansı olan İndeks Konuşmacı Ajansı, aynı zamanda ABD'nin en köklü konuşmacı ajansı Leigh Bureau'nun Türkiye temsilcisi olarak faaliyet gösteriyor. Ekonomi, siyaset, liderlik, teknoloji, inovasyon, strateji gibi iş dünyasının ihtiyacı olan kritik konulara yanıt veren ünlü konuşmacılar özenle seçiliyor. Yerli ve yabancı 500'e yakın konuşmacıya ev sahipliği yapan İndeks Konuşmacı Ajansı, kamu ve özel sektör kurumlarından sivil toplum kuruluşlarına kadar uzanan geniş bir alanda, yüzlerce farklı temada organizasyona özel bir kurgu ile hizmet veriyor. İndeks; ağırlıklı olarak kurumsal dünyanın ihtiyacı olan 16 kategoride ve 85 alt başlıkta 500'e yakın uzman ve ünlü konuşmacıyla, Türkiye'nin ve bölgenin en büyük konuşmacı portföyü ile "İçeriği olan konular, içerikli konuşmalar" mottosunu kullanıyor.

MEDYA İLİŞKİLERİ EĞİTİMİ

STK'lardan kamu kurumlarına, hizmetten üretime kadar farklı sektörlerdeki kurum sözcüleri, İndeks Medya İlişkileri Eğitimi'nden yararlanıyor. İhtiyaca göre kurgulanan ve içerik analizleriyle desteklenen Medya İlişkileri Eğitimi, kuruma ya da bireye özel olarak hazırlanıyor. Medya ilişkilerini şirketin sadece belirli bir süreçte değil, başından sonuna kadar sürekli yürütmek zorunda olduğu proaktif bir faaliyet olarak gören İndeks, bu alanda ihtiyaca özel eğitim modülleri sağlıyor. Eğitim modüllerini tek tek sunmanın yanı sıra farklı modülleri birleştirerek şirkete özel eğitim programı da oluşturuyor. İndeks, Medya İlişkileri Eğitimi hizmetini pek çok farklı sektörde ulusal firmalardan çok uluslu firmalara kadar iş yaşamının hemen her alanına sunuyor. Çalışmalarında yalnız yerli danışman ve eğitimcilerle değil, uluslararası eğitimciler ve danışmanlarla birlikte hareket eden İndeks Eğitim ve Danışmanlık, aynı zamanda dünyanın önde gelen medya ilişkileri eğitim kurumlarına akredite.

DANIŞMANHATTI

Bünyesinde barındırdığı yazarlar, konuşmacılar, uzmanlar, editörler, kurumlar, eğitimciler üzerine daha fazla odaklanması gerektiğinden yola çıkarak onları daha iyi tanımlayabileceği bir platform oluşturan İndeks, DanışmanHattı ile bilgiye sahip olanı bilgiye ihtiyacı olan ile buluşturuyor.

İNDEKS AKADEMİ

İçerik ve iletişim danışmanlığında uzun yıllar boyunca edindiği tecrübesini zengin eğitmen kadrosuyla buluşturan İndeks, güncel iletişim eğitimlerini İndeks Akademi bünyesinde düzenlediği sertifikalı programlarla geniş kitlelere ulaştırıyor.

İÇERİK ANALİZİ

İndeks, bilimsel nitelikteki araştırmaların yanı sıra, televizyon-radyo, sosyal mecra ve elektronik ortamda niceliksel ve niteliksel ölçümleme yapıyor ve uygulamalı simülasyonlarla çözümler üretiyor.

2015'TE ÖNE ÇIKAN FAALİYETLER

İNDEKS, DEĞERLİ ALT MARKALAR YARATTI

• İndeks **5000** sayfa, **70** frekans, **300** forma üretti.

- 2015 süresince İndeks'in teklif yapısında faaliyet raporu çalışmaları birinci sırada yer alırken, onu kitap çalışmaları ve İçerik Fabrikası'ndan yönlendirilen içerik talepleri izledi. Üçüncü sırada ise dergi çalışmaları yer aldı.
- Önceki yıla göre verilen teklif sayısında %50, kazanılan teklif sayısında %40 artış kaydedildi.
- www.indekskonusmaciajansi.com, www.indeksiletisim.com ve www.icerikfabrikasi.com sitelerinde; toplam ziyaretçilerin 1/3'ünü siteyi sürekli kullanan ziyaretçiler, 2/3'ünü ise siteyi ilk kez ziyaret eden kullanıcılar oluşturdu.
- Sitelerde ortalama kalış süresi 1 dakikayı aştı.

MÜŞTERİ EKSENLİ

Teknoloji ve yarattığı olanaklar her geçen gün değişiyor. Buna bağlı olarak müşteri ihtiyaçları da hayallere sığmıyor. Toplum, farklı ilgi ve talepleri olan parçalara bölünüyor, buna paralel olarak mecralar da çoğalıyor. Bu nedenle İndeks, segmentlere doğru mecradan ulaşmak adına iletişimci olmanın yanı sıra mühendislik içgüdüleriyle de hareket etmek gerektiğini düşünüyor.

Çalışmalarını müşteri eksenli olarak sürdüren İndeks, işe müşteri ihtiyaçlarını teşhis etmekle başlıyor. Müşterilerin hayallerini dikkate alarak ödevini yapıyor. Hedefe, imkan-yetkinlik-zaman formülünü kullanarak ulaşmayı hedefleyen İndeks, iletişimin bir matematik olduğunu iddia ediyor.

ZAMANSIZ VE MEKANSIZ

Zaman yönetimi konusunda da dönüşen İndeks, 24 saatlik bir güne ve 60 dakikalık bir saate sahip olmadığını düşünerek faaliyet gösteriyor. Yaptığı işi fayda ve fonksiyon ekseninde değerlendiren İndeks, bilinçli hedef kitleler yaratmak için çalışıyor. İndeks'in hedeflediği topluluklar birkaç kişiden binlere, on binlere hatta milyonluk yığınlarla ulaşıyor. Hedef coğrafyasını Türkiye dışına taşıyan İndeks'in uzmanlık alanında yer alan konular, klasik başlıklardan geleneksele, dünden bugüne ihtiyaç duyulan her alana uzanıyor.

İDDİALİ EKOSİSTEM

Türkiye'nin en iddialı ekosistemine sahip olan İndeks, 2015'te platform iletişiminde doruğa ulaştı. Konuşmacı Ajansı ile yarattığı farkı, Türkiye'nin ilk elektronik içerik ve yazar platformu İçerik Fabrikası ile korudu. DanışmanHattı'yla da son noktayı koydu. İletişim anlayışı, sürdürülebilirliğini artırırken mevcudiyeti için ihtiyaç duyduğu gerekçelerini sağlamlaştırdı. Esnek, dinamik, hızla karar veren, hızla değişebilen bir yapı haline geldi.

PLATFORM TABANLI İLETİŞİM

Türkiye'de ilk kez platform üzerinden iletişim stratejisi kurgulayan "İndeks Konuşmacı Ajansı", "Medya İlişkileri Eğitimi" ve "İçerik Fabrikası" platformu, Türkiye'nin tüm fikir önderlerini kucaklıyor. İçerik Fabrikası, içeriği platform tabanlı iletişim hizmeti haline getirerek uçlarda kalan ihtiyaçlara da çözüm sunmaya başladı. 2015'te geri besleme ve testlerle platformu geliştirme çalışmalarına ağırlık veren İndeks, sosyal medya ve diğer platformlarla mevcut platformlarının entegrasyonunu sağlayarak sinerji yarattı.

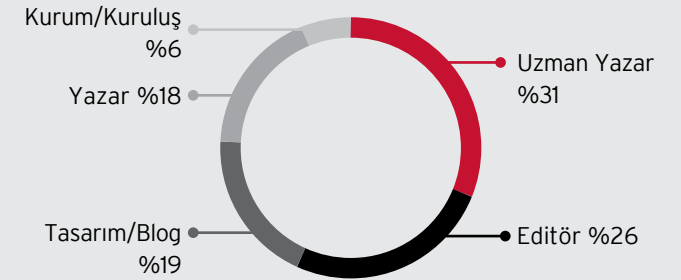
İÇERİK FABRİKASI'NIN YILDIZI PARLADI

• **125** Kategori • **2500** Tekil İçerik • **6000** Çapraz İçerik
• **29** Yazar • **51** Uzman • **42** Editör • **15** Fotoğrafçı

İndeks İçerik İletişim Danışmanlık tarafından 2014'te hayata geçirilen, Türkiye'nin ilk içerik bankası İçerik Fabrikası için 2015, hayati bir yıl oldu. Platform, istikrarlı şekilde genişleyerek büyüme kaydetti. Platforma kayıtlı yazar, uzman, editör, tasarımcı, profesyonel fotoğrafçıların sayısı 2015 yılı içinde büyük bir sıçrama gösterdi.

Hem hazır içerik hem de sipariş üzerine üretilen özel içerik konseptini bir arada sunan İçerik Fabrikası yazarlarına blogger'lar da katıldı. Genç, dinamik ve inovatif bir segmenti oluşturan İçerik Fabrikası blogger'ları, teknoloji, sanat, kişisel gelişim gibi alanlarda çalışan serbest yazarlar ve akademisyenlerden oluşuyor. İçerik Fabrikası'nda ayrıca fotoğrafçı, tasarımcı ve teknik uygulama alanında uzmanlığı olan görsel ekip, sipariş üzerine hizmet veriyor. İçerik Fabrikası'nın omurgasını uzman, yazar ve editör kadrosu oluşturuyor. İçerik Fabrikası, farklı hedef kitleler ve farklı ihtiyaçlar için nitelikli ve özgün içerikler üretmek üzere iletişim alanında yer alan tüm uzmanlıkları bünyesinde barındırmayı hedefliyor.

İÇERİK FABRİKASI YAZAR DAĞILIMI



EN FAZLA İÇERİK BULUNAN KATEGORİLER:

- Türkiye • Sağlık Aktüel • Hayatın İçinden • Portreler
- Başarı Hikayeleri • Araştırma • Sektörel Analiz
- Kişisel Gelişim • Dünya Aktüel • Teknoloji Aktüel
- Kentler - Semtler • Çevre Doğa • Çalışma Hayatı
- Çalışan • Tarihi Mekanlar, Kurumlar, Coğrafyalar
- Beslenme

EN FAZLA İÇERİK İNDİRİLEN KATEGORİLER:

- Türkiye • Sektörel Analiz • Çalışma Hayatı
- Marka Pazarlama • Başarı Hikayeleri • Medya • Girişimcilik
- İnovasyon • Liderlik • İnsan Kaynakları • Astroloji
- Popüler Kültür • Araştırma • Teknoloji Aktüel
- Fütürizm • Çalışan

İÇERİK FABRİKASI

İÇERİK KATEGORİLERİ

• ALIŞVERİŞ • ARAŞTIRMA • AŞK • BAŞARI HİKAYELERİ • BİLİM • BULMACA • ÇEVRE DOĞA • DEKORASYON • DÜNYA
• E-KİTAP • EFSANELER • EĞİTİM • EKONOMİ • ENGLISH CONTENT • EVLİLİK • FÜTÜRİZM • GEZİ - TURİZM • GIDA
• GİRİŞİMCİLİK • GRAFİKLİ İÇERİK • İLETİŞİM • İNOVASYON • İNTERNET • İŞ YAŞAMI • KADIN • KADIN ERKEK
İLİŞKİLERİ • KENTLER - SEMTLER • KİŞİSEL BAKIM • KİŞİSEL GELİŞİM • KONUŞMACI AJANSI • KÜLTÜR • MARKA
HABERLERİ • MODA • OTOMOBİL • ÖZEL GÜNLER • PAZARLAMA - REKLAM • PEYZAJ • PORTELER • SAĞLIK •
SANAT • SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI • SİYASET BİLİMİ • SPOR • SU ALTI DÜNYASI • TARİH • TARIM-HAYVANCILIK
• TASARIM • TEKNOLOJİ • TOPLUMSAL OLAYLAR • TÜKETİCİ • TÜRKİYE • ULUSLARARASI İLİŞKİLER • YAŞAM •
YATIRIMCI İLİŞKİLERİ • YEME-İÇME • YÖNETİM

*LİSTE KATEGORİLERİ GÖSTERMEKTEDİR. KATEGORİLER KONU BAŞLIKLARINA AYRILIR.

GÖRSEL AJANS KATEGORİLERİ

• DEKORASYON • DOĞA • FAALİYET RAPORU VE DERGİ • HİKAYELER VE ANLAR • İSTANBUL • KÜLTÜR SANAT
• MİMARİ-MEKAN • MODA • PORTRE • SANAYİ • SEYAHAT • SPOR • YEME-İÇME • ÜRÜN



Hepsi yasal, özgün ve yayına hazır içerikleri bir tıkla satın almak mümkün.

- TEKİL İÇERİK
- ÇOKLU KULLANIM
- EXCLUSIVE İÇERİK



Hedef kitleye uygun, istenilen kategoride ve sıklıkta içeriği uzman isimler üretiyor.

- KURUMSAL İÇERİK
 - ÖZEL İÇERİK
 - RAPORLAR
- KONGRE/KONFERANS
 - DANIŞMANLIK
 - ARAŞTIRMA
- GÖRSEL HİZMETLER



Kopya içeriklere son! İmzalı özgün içerikler kullanıma hazır indirilmeyi bekliyor.

- GÜNCEL İÇERİK
- ÖZGÜN KONU
- ZENGİN YAZAR/UZMAN /EDİTÖR KADROSU

YAZAR, UZMAN YAZAR, EDİTÖR / TASARIM, BLOGGER'LARIN UZMANLIK ALANLARI / KONU BAŞLIKLARI

YAZAR

• DANIŞMANLIK • SANAT • GAZETECİLİK • STRATEJİ • FÜTÜRİZM • KÜLTÜR/SANAT • ULUSLARARASI İLİŞKİLER
• AKADEMİK • MÜHENDİSLİK • EKONOMİ/FİNANS • PAZARLAMA • ARAŞTIRMA • ÜST DÜZEY YÖNETİM BECERİLERİ
• İKTİSAT • MENTOR • TARİH/KÜLTÜR • MARKA YÖNETİMİ • İLETİŞİM

UZMAN YAZAR

• SANAYİ • TEKNOLOJİ • ASTROLOJİ • MİSTİK YAŞAM • ARAŞTIRMA • DANIŞMANLIK • ORGANİK YAŞAM • ÇOCUK
SAĞLIĞI • ÇOCUK EĞİTİMİ • GİRİŞİMCİLİK • YATIRIMCI İLİŞKİLERİ • PSİKOLOJİ /PSİKIYATRİ • SANAT • ASTROFİZİK
• AKUPUNKTUR • İÇ HASTALIKLARI/GÖĞÜS HASTALIKLARI • DIŞ SAĞLIĞI • YEME İÇME • SOSYAL MEDYA •
NANOTEKNOLOJİ • İNOVASYON GELİŞTİRME • PİLATES, REİKİ, BİLİNÇALTI MEDİTASYONLARI • İŞ SAĞLIĞI-
GÜVENLİĞİ • MÜHENDİSLİK • DOĞA • SİYASET • BANKACILIK/FİNANS • AKADEMİSYEN • MEDYA/İLETİŞİM •
PEDAGOJİ • MÜŞAVİRLİK/DENETİM • VETERİNERLİK

EDİTÖR/TASARIM

• SOSYAL MEDYA • ANNE/ÇOCUK • ALIŞVERİŞ/MODA • SİNEMA • OTOMOBİL • FOTOĞRAF • TEKNOLOJİ
• YEME-İÇME • DEKORASYON • AŞK/İLİŞKİLER/EVLİLİK • GÜZELLİK/ESTETİK • KADIN • KÜLTÜR/SANAT/GEZİ/
YAŞAM • ANTROPOLOJİ • FELSEFE/EDEBİYAT • KİŞİSEL GELİŞİM • GRAFİK • İLETİŞİM • EMLAK

BLOGGER

HEPSİ 30 YAŞ ALTI KATEGORİSİNDE GENÇ, DİNAMİK VE İNOVATİF BİR SEGMENTİ KAPSAYAN AKADEMİK ,
TEKNOLOJİ, SANAT, KİŞİSEL GELİŞİM KONULARINDA UZMAN KADRO

MEDYA İLİŞKİLERİ GELİŞTİ

Medya ilişkileri Eğitimleri'nde "kriz iletişimi", 2015'in göze çarpan çalışmalarının başında yer aldı. Geçtiğimiz yıllarda kriz iletişimi denilince daha yapay gündemler üzerinde durulurken 2015'te kriz iletişimi kavramı, firmaların neredeyse her gün karşılaştığı, olası meselelere karşı yaklaşımlarının yönetildiği bir anlayışa dönüştü. Dolayısıyla iletişimin süreklilik gerektiren bir eylemler bütünü olduğu fikri daha da yaygınlaştı. Krizleri yorumlayan kriz iletişimi ise bu anlayışın önemli bir parçası oldu. Artık firmalar için krizler yapay dönemler değil, olağan süreçler anlamını taşıyor. Bu da süreçlerin çok daha profesyonelce ve soğukkanlılıkla yönetilmesinin önünü açıyor. Bu nedenlerden dolayı 2015 yılında Medya İlişkileri ile birlikte en çok ihtiyaç duyulan eğitimlerden bir diğeri ise Kriz İletişimi Eğitimleri oldu.

İndeks Medya İlişkileri Eğitimleri, bilgiyi yağmurlama yöntemiyle sunan eğitim tekniklerini geride bırakarak simülasyon çalışmalarına ve vak'a analizlerine ağırlık verdi. Teknik terim öğretileri ve teorilerle çözüm aramak yerine pratik çalışmalarla güncel olana yoğunlaştı. Bu da İndeks Medya İlişkileri Eğitimleri'nden daha verimli sonuçlar elde edilmesini sağladı.

2015 sürecinde İndeks, kurumsal ve özel sektörde üst düzey yönetici, CEO, CFO gibi üst kademe çalışanlarına birebir ve gruplar halinde, özel olarak hazırlanmış Medya İlişkileri Eğitimleri düzenledi. Yıl boyu; Teknoloji/ Telekomünikasyon, Bankacılık ve Finans, Gıda, Kamu Kurum ve Kuruluşları, hizmet verilen firma sektörleri arasında öne çıkarken, eğitimlerde toplam 11 eğitmen görev aldı.

2015 yılı yapılan Medya İlişkileri Eğitimlerinin yarısı, birebir CEO ve Genel Müdür Yardımcıları ile gerçekleştirildi. Eğitimlerin diğer yarısı ise CFO, DMO gibi C level yönetici sınıfına verildi.

İNDEKS AKADEMİ DOĞDU

"İletişim", yalnızca kriz anlarında ihtiyaç duyulan bir süreç anlamına gelmiyor. Profesyonel anlamda iletişim; belirli strateji doğrultusunda, sürekli yönetilmesi gereken kapsamlı ve geniş bir faaliyetler bütünüdür ifade ediyor. "İletişim ne zaman gerekli?" sorusuna yanıt veren İndeks, sektörde uzun yıllara dayanan tecrübesini, zengin eğitmen kadrosuyla buluşturarak, en güncel iletişim eğitimlerini daha geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla 2015'te İndeks Akademi'yi hayata geçirdi.

Eğitime katılmayı planlayan profesyonellere öncelikle "iletişim" kavramına ne kadar yakın ya da uzak olduklarını soran/sorgulatan İndeks Akademi, profesyonel düzeyde Medya İlişkileri Eğitiminin nasıl yönetildiğini katılımcıyla birlikte tespit ediyor ve belirlenen ihtiyaçlara göre çözümler üretiyor, eğitim modülleri geliştiriyor. Kurumsal iletişimin yönetimi, içeriğin önemi ve bunun iletişimdeki fonksiyonu, medya ve yeni medyanın kullanımı, tüm iletişim enstrümanlarının bugün hayatın neresinde yer aldığı, basın nasıl çalıştığı, hedef kitlenin neye göre, kime göre belirlendiği, içeriği kimin üretip kimin tükettiği, katılımcılarda farkındalık yaratmak amacıyla İndeks Akademi tarafından üzerinde çalışılan ve eğitim sürecinde aktarılan konuların başında geliyor. Bu temel bilgilerin kurum ve katılımcı için ne düzeyde olduğunun saptanması, eğitimi bir adım daha ileriye götürerek gazetelerin ne tür kurumsal haberlerle ilgilendiği, etkili haber yazımının nasıl mümkün olduğu, sosyal medyanın etkili kullanımı, kriz senaryoları ve bunların nasıl yönetildiği, ekranda görünürlük gibi iletişimde kritik öneme sahip konular, kapsamlı olarak İndeks Akademi eğitim programında ele alınıyor.

İletişim sektöründe kariyer yapmak isteyen herkese açık olan İndeks Akademi, tarafından hayata geçirilen eğitim programlarının hedef kitesini yeni mezunlar, kurum iletişiminde sorumluluk üstlenenler, kariyerlerinde yükselmek isteyenler, iletişim sektörünün her kademedan çalışanları, iletişimci adayları ve yöneticiler oluşturuyor.

FAALİYET RAPORLARINDA İÇERİĞİN GÜCÜ KANITLANDI

2015 yılında da faaliyet raporu çalışmalarına aynı hızla devam eden İndeks; değişen paydaş talepleri doğrultusunda nitelikli içeriğin gücünü bir kez daha ispatladı. İş ortaklarıyla gerçekleştirdiği projelerde yaratıcı çözümleriyle fark yaratan İndeks, hem geleneksel baskılı metotları korudu hem de farklı yer ve zamanlarda erişim kolaylığı sağlayan dijital rapor uygulamalarıyla, çağın gerekliliklerine uygun üretimler gerçekleştirdi.

2015 FAALİYET RAPORLARI:

- Altın Yunus Çeşme • Arçelik • Benteler Otomotiv
- Cigna Finans • Creditwest Factoring • Doğtaş/Kelebek
- Dyo Boya • İŞMER • Kurtisan Holding • Nuh Çimento
- Nuh Çimento Sağlık ve Eğitim Vakfı • Nurol GYO
- Pinar Et • Pinar Su • Pinar Süt • STFA Holding
- TBank • Viking Kağıt • Yaşar Holding Faaliyet Raporu
- Yaşar Holding Sürdürülebilirlik Raporu
- Pinar Sürdürülebilirlik Broşürü



- KISA-ÖZ-ŞEFFAF-TUTARLI • PAYDAŞLAR/HİSSEDARLAR • POTANSİYEL YATIRIMCILAR
- İŞ ORTAKLARI • YÖNETİM KURULU/GENEL KURUL • SEKTÖR TEMSİLCİSİ • YASAL KURUM
- SEKTÖREL • DERNEKLER



- GEREKLİLİK • İLETİŞİM ARACI • PAZARLAMA ARACI • KURUM İTİBARI



İYİ İÇERİK + İYİ TASARIM = İYİ RAPOR



YASAL SÜRE



- BASILI RAPOR • ONLINE • ETKİLEŞİMLİ RAPOR

KONUŞMACI AJANSI BÜYÜDÜ

İndeks Konuşmacı Ajansı, 2015'te hızlı büyüme kaydetti. Alanında uzman yerli ve yabancı yeni isimlerle konuşmacı sayısını 500'e çıkardı.

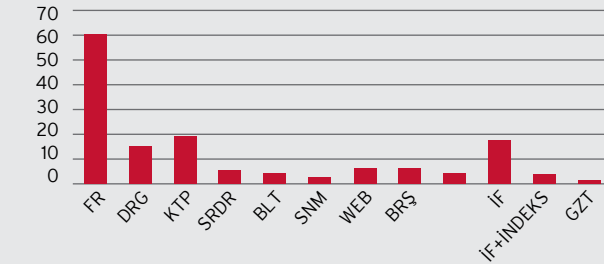
2015 süresince her hafta iki etkinliğe konuşmacı sağlayan İndeks Konuşmacı Ajansı'nın portföyünde Aralık 2015 itibarıyla 491 firma ve kuruluş kaydı bulunuyor.

2015'te, Finans, Holding, Teknoloji, İlaç/Sağlık ve Sanayi/Üretim sektörlerinden gelen konuşmacı taleplerinde artış kaydedildi.

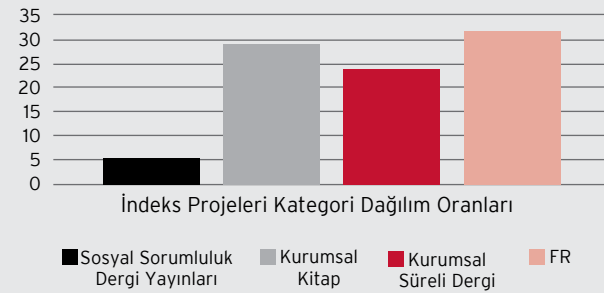
İndeks Konuşmacı Ajansı, 2015'te ticari etkinliklerin yanı sıra sosyal sorumluluk çalışmalarına ağırlık verdi. Birlikte çalışılan kurumlar, ağırlıklı olarak eğitim odaklı çalışmalar gerçekleştiren vakıf ve derneklere bağış yaptılar.

İndeks Konuşmacı Ajansı, küresel trendleri ve gelişmeleri yakından takip etti. Konuşmacılarını bilgilendirmek konusunda ciddi çalışmalar yapan Ajans, kurum-konuşmacı entegrasyonunu geliştirdi.

2015 YILI VERİLEN TEKLİF TÜRÜNE GÖRE DAĞILIM



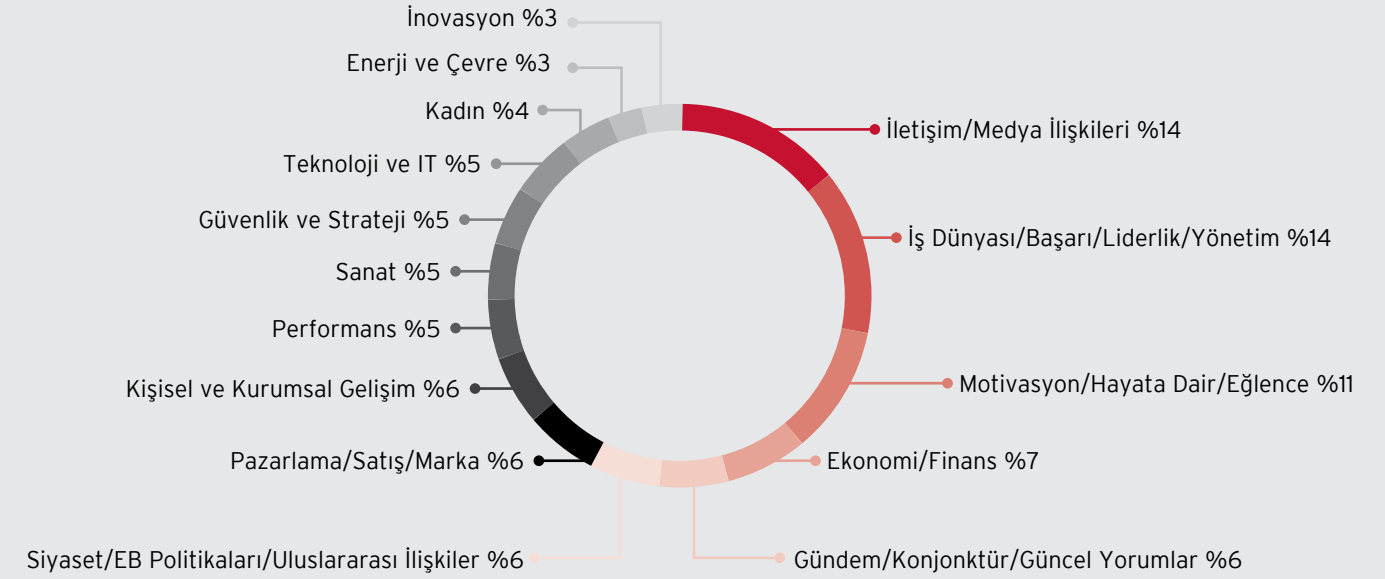
2015 YILI İNDEKS PROJELER KATEGORİ DAĞILIMI



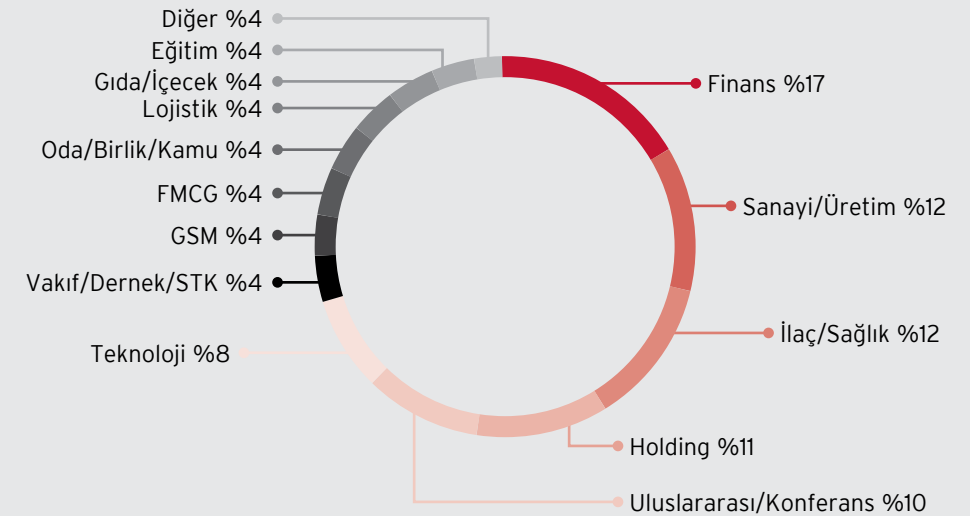
İNDEKS KONUŞMACI AJANSI 16 TEMEL KATEGORİ BAŞLIĞI ALTINDA HİZMET VERİYOR

- Siyaset/AB Politikaları/Uluslararası İlişkiler • Ekonomi/Finans • Enerji ve Çevre
- Gündem/Konjonktür/Güncel Yorumlar • Güvenlik ve Strateji • Motivasyon/Hayata Dair/Eğlence
- İletişim/Medya İlişkileri • İnovasyon • İş Dünyası/Başarı/Liderlik/Yönetim
- Kişisel ve Kurumsal Gelişim • Pazarlama/Satış/Marka • Performans • Kadın • Sanat • Teknoloji ve IT

KONULARINA GÖRE KONUŞMACI DAĞILIMI



ETKİNLİK SATIŞ/SEKTÖR



KİLOMETRE TAŞLARI



2001

- Türkiye'nin ilk içerik üretim ve yönetim şirketi İndeks, İstanbul'da kuruldu.
- Türkiye'nin ilk yönetim bilimi ve insan kaynakları programı "Kariyer Dünyası", TRT2'de yayın hayatına başladı.
- CRM Enstitüsü için konferans kurgusu, içeriği, akışı, konuşmacı yaratma ve yerleştirmek... kısacası konferans yönetimi yaparak içerik üretimi ve yönetiminde başarılı ilk örneği verdi.

2002

- İlk kurumsal dergisi Vesaire'yi (Vs.), Vestel adına yayına hazırlamaya başladı.
- İndeks ilk "Medya İlişkileri Eğitimi"ni verdi. Bu eğitimi ezber bozan içerik ve yaklaşımla kurguladı, bundan sonra Medya İlişkileri Eğitimi hizmet şemsiyesini açtı. Medya İlişkileri, kişiye/kuruma özel iletişim ve içerik danışmanlığı hüviyeti kazandı.

2003

- Kurumsal web sitesi www. indeksiletisim.com faaliyete geçti.
- Türkiye'nin geleceği olan gençler için kurgulanmış sosyal sorumluluk projesi "İndeks Yönetim Strateji Yarışması"nı hayata geçirdi. Beş yılda, 12 yarışma ile 3 binin üzerinde gence ulaştı, eğitim ve staj olanağı sundu.
- İlk faaliyet raporu yayına hazırlandı, Faaliyet Raporları hizmet alanı fiilen açıldı.
- İndeks kurucusu Yaprak Özer, Dünya Ekonomik Forumu'nda "Yarının Küresel Lideri" seçildi. Özer, Türkiye'den Dünya Ekonomik Forumu'na seçilen ilk gazeteci oldu.

2004

- ABD'nin en köklü konuşmacı ajansı Leigh Bureau'nun Türkiye temsilciliğini üstlenen İndeks, dünyanın konuştuğu isimleri Türkiye'ye getirmeye başladı.
- Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları için hazırladığı "Sürdürülebilir Çelik" raporu, Türkiye'nin ilk Sürdürülebilirlik Raporu oldu. İndeks, faaliyet raporlarından sonra farklı bir uzmanlığa yelken açtı: sürdürülebilirlik raporları.
- 13. Ulusal Kalite Kongresi'ne, Türkiye'nin ilk içerik şirketi olarak "içerik sponsorluğu" desteği verdi. İçerik konusunda bilinçli atılan adımlardan biri olarak iletişimde dönüm noktasına sahip çıktı.

2005

- İndeks Kurumsal Yayıncılık hayata geçti.
- Halen aylık frekansta yayımlanmakta olan kurumsal elektronik bülteni İndeks Gazete'nin gönderimine başlandı.

2006

- Hizmet verdiği kurumların farklı alanlardaki içerik ihtiyaçlarına da cevap vererek "içerik ortaklığı" kavramının yaygınlaşması yönünde çalışmalar gerçekleştirildi. Çalışmalar bu yıl içinde "tek durak içerik iletişimi" hizmetine dönüştü.

2007

- CNNTürk'te başlayan "İş Görüşmesi" programı Türkiye'nin seçme ve yerleştirme deneyimi ve mülakat tekniklerini içeren TV programı olarak bir ilke imza attı.

2008

- Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş. faaliyet raporuyla ilk uluslararası ödülü olan altın madalyayı kazandı. Takip eden yıllarda yaptığı çalışmalar, çeşitli uluslararası kurumlar tarafından bol bol ödüllendirildi.
 - Bugüne kadar süregelen yabancı konuşmacı faaliyeti, “İndeks Konuşmacı Ajansı” hüviyetinde yerli ve yabancı bir konuşmacı ajansına dönüştü. İndeks Konuşmacı Ajansı, Türkiye’nin en büyük ve en geniş kapsamlı konuşmacı ajansı oldu.
- ## 2009
- İndeks Yayınevi, ilk kitabı Arayış’ı yayımladı.
 - Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi’ni imzaladı.
 - KalDer, “Küresel İlkeler Sözleşmesi”nin 1. ve 6. ilkeleri doğrultusunda oluşturduğu “Yönetim Kadının Hakkıdır” Bildirgesi’ni imzaladı.
- ## 2010
- Gerçekleştirdiği akademik iş birlikleriyle ofisini öğrencilere açtı ve kendi sektörüne yönelik istihdam yaratma ve yetiştirme programını devreye soktu.
 - Faaliyet raporlarıyla başladığı yatırımcı ilişkilerine yönelik iletişim faaliyetlerini, yatırımcı ilişkileri raporlama hizmetleri olarak geliştirdi.
 - İlk kişiselleştirilebilir özelliklere sahip interaktif faaliyet raporunu Garanti Bankası için hazırladı.
 - “İçerik Fabrikası Limited” kuruldu. İçerik Fabrikası, 2010 yılında ve takip eden birkaç yıl, ağırlıklı raporlama faaliyetlerini taşıdı.

- İndeks Kitapları Serisinden “Asrın İndeksi” yayınlandı. Bu seriye, “Dünya Kupası İndeksi”, “Michael Jackson İndeksi”, “Atatürk İndeksi” ve “İçerik İndeksi” kitapları eklendi, İndeks serisi zenginleşti.
 - İlk İlerleme Bildirimi “Communication on Progress” (COP) raporunu yayımladı.
- ## 2011
- İndeks 10. yılını kutladı.
 - Konuşmacı Ajansı Bülteni ayda bir frekansla yayın hayatına başladı.
 - Turkcell ve Garanti Bankası faaliyet raporlarıyla rekor düzeyde ödül kazandı.
 - İkinci İlerleme Bildirimi “Communication on Progress” (COP) raporunu yayımladı.
- ## 2012
- İndeks, ilk 10 yılı kapsayan geniş kapsamlı bir kurum kitabı ve ilk faaliyet raporunu yayınladı.
 - Yurtdışında ilk Medya İlişkileri Eğitimi’ni verdi. İndeks, uluslararası medya akreditasyonu sayesinde uluslararası eğitimlere adım attı.
- ## 2013
- İndeks dijitalleşme alanında devrim yarattı: İndeks kurumsal web sitesi yeniden yapılandırıldı, tasarımı ve yazılımı yenilendi. Ayrıca , “faaliyetraporlari.com”, “konusmaciajansi.com” ve “medyailiskileriegitimi.com” web siteleri kurularak yayına geçildi.

- Sosyal mecra çalışmaları profesyonelce yapılandırıldı.
 - Sosyal sorumluluk çalışmaları kurumsal bir hüviyete büründürüldü. “Gezi’de İletişim”, “Reklam Dosyası”, “Fikri ve Sınai Haklar”, “Bilgi Güvenliği” özel dosyaları, sosyal hayata damga vurdu.
 - Medya İlişkileri Eğitimlerinde, Türkiye’de “ilk” kez “içerik analizi ve ölçümlemesi” metodunu geliştirdi.
 - Konuşmacı Ajansı portföyü yeniden yapılandırıldı.
 - “Data Mining” yöntemiyle İndeks içerik varlıkları yeniden yapılandırıldı.
- ## 2014
- Türkiye’nin ilk sanal içerik satış portalı İçerik Fabrikası kuruldu. İçerik Fabrikası Ltd., bu portalı kucaklayan farklı bir yapıya büründürüldü.
 - İçerik Fabrikası, Türkiye’nin ilk yazar, editör, uzman platformu olarak iletişim tarihinde yerini aldı. Özgün, yasal ve hazır içerik sunan Fabrika, özel sipariş de kabul ediyor.
 - “İndeks DanışmanHattı” kuruldu. DanışmanHattı’yla konuşmacılar, yazarlar, editörler, uzmanlar ve eğitimciler tek bir çatı altında bir ekosistem oluşturarak kurumlara hizmet vermeye başladı.

2015

- İndeks çatısı altında faaliyet gösteren www. yaprakozer.com, www.indeksiletisim.com, www.indekskonusmaciajansi.com, www.icerikfabrikasi.com, www.faaliyetraporlari.com ve www.medyailiskileriegitimleri.com olmak üzere tüm web siteleri yenilenerek ileri seviyede dijital dönüşüm yaşandı. SEO altyapı çalışmaları ve sosyal mecra yatırımları sonucu İndeks’in ve İndeks şemsiyesi altındaki sitelerin internetteki görünürlüğü artırıldı.
- İndeks 15 yıl sonra yönetim ofisini taşıdı. Bu fiziki geçiş “akıllı yönetim” anlayışını hayata geçirmek üzere yönetsel bir adım oldu.
- Dijital atıklarını minimize etti. Yoğun ilgi ve talep doğrultusunda, siteye blog mekanizması entegre edildi ve blog yazarları panele eklendi. İçerik Fabrikası web sitesi yenilendi.
- İçerik Fabrikası ziyaretçilerine 7/24 Canlı Destek hizmeti verildi. Siteden ve telefon yoluyla içerik talebi toplanmaya başlandı.
- İçerik Fabrikası satış panelinden bireysel-kurumsal ve yurt dışı satışları gerçekleştirildi.
- Medya İlişkileri Eğitimi hizmeti altında “İndeks Akademi” kuruldu. Kurumların tepe yönetimine hizmet vermekte olan Medya İlişkileri Eğitimi hizmetini daha geniş kitlelere verme hedefiyle yapılanan İndeks Akademi, her seviyeden iletişim profesyonellerine ve yeni mezunlara ulaşıyor.
- İndeks, İndeks Konuşmacı Ajansı – Medya İlişkileri Eğitimi ve İçerik Fabrikası faaliyetleriyle Türkiye’de ilk kez iletişimi platform bazında kurguladı.

indeks: REFERANSLARI

A&B HALKLA İLİŞKİLER . A&T BANK . ABBOTT . ABBIVE . ACCENTURE . ACTAVIS . AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ . AKSİGORTA . ALBARAKA TÜRK . ALB FOREX . ALCATEL LUCENT . ALLIANZ SİGORTA . ALTINYUNUS . AMERICAN BANKERS ASSOCIATION . AMWAY . AMYLUM NİŞASTA . ANADOLU EFES . ANADOLU ENDÜSTRİ HOLDİNG . ANADOLU HAYAT . ANADOLU BANK N.V . ARAS KARGO . ARÇELİK . ARTEMA . ASHMORE PE . AVEA . AXA SİGORTA . BAĞIMSIZ BASIN AJANSI/BBA . BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ . BAK AMBALAJ . BANVİT . BARİLLA GIDA . BAŞAK GROUPAMA . BAŞBAKANLIK YATIRIM DESTEK VE TANITIM AJANSI . BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ . BATUMANDANIŞMANLIK . BAYER . BENTELEROTOMOTİV . BİEN SERAMİK . BİLİM İLAÇ . BİLKENT ÜNİVERSİTESİ . BİMSA . BLOOMBERG HT . BNP PARIBAS . BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ . BORÇELİK . BORUSAN MAKİNA AŞ . BORUSAN MANNESSMANN BORU . BOSCH - SIEMENS . BOYDAK HOLDİNG . BRITISH COUNCIL . BSA . BT BİLGİ . CALYON BANK . CAPITOL HALKLA İLİŞKİLER . CENTER FOR INVESTOR EDUCATION . CIGNA FİNANS . CITIBANK . CNN TÜRK . COCA COLA COMPANY . COCA COLA İÇECEK . CHIZM . COHN & WOLFE . CRATE&BARREL .

CREDITWEST FACTORING . CRM ENSTİTÜSÜ . ÇELEBİ HOLDİNG . ÇİMSA . ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ . DANONE . DASK . DDF . DELL . DENİZBANK AG . DENİZBANK AŞ . DENİZBANK MOSCOW . DEUTSCHE BANK TÜRKİYE . DIGITAL GAZETECİLİK ZİRVESİ . DOĞAN HOLDİNG . DOĞTAŞ/KELEBEK . DOĞUŞ HOLDİNG . DYO . ECZACIBAŞI HOLDİNG . EFES PİLSEN . EKER SÜT ÜRÜNLERİ AŞ . ELSE TEKSTİL . ENDEAVOR . ENOSAD . ERDEMİR . ERGO . ESENLER BELEDİYESİ . ESEV AŞ . ESKİŞEHİR ANADOLU ÜNİVERSİTESİ . EULER HERMES . EUROREST CATERING . EUROREST SERVICES . EUROSERVE . EWE HOLDİNG . FED TRANING . FİNANSBANK . FİRMAMETAL . GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ . GE ENERGY . GE HEALTHCARE . GEFCO LOJİSTİK . GENERAL ELEKTRİK . GFK . GLAXO SMITHKLEINE . GLOBAL BİLGİ . GLOBAL İLİŞKİLER FORUMU . GLOBAL POLITICAL TREND CENTER . GLOBAL TURİZM YAT İŞLETMECİLİĞİ . GÜVEN SİGORTA . GVZ . HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ . HALKBANK . HEDEF FİLO . HEIDRICK AND STRUGGLES . HİSAR EĞİTİM VAKFI . HP . HSBC . HUAWEL . IFMA . IKEA . IMMI . INDESIT . ING EMEKLİLİK . INNOVA . ISS . ION BY ATASAY . İNTERHAS . İSTANBUL AKVARYUM . İSTANBUL BİLGİ

ÜNİVERSİTESİ . İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ . İSTANBUL SANAYİ ODASI (İSO) . İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ . İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ . İŞ GYO . İŞMER . İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ . İTTİFAK HOLDİNG . JİVAL . JTI . KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ . KALDER . KALE GRUP . KAGİDER . KAPİTAL MEDYA . KARUNA YÖNETİM DANIŞMANLIK . KEIRETSU . KREDİ KAYIT BÜROSU (KKB) . KOÇ HOLDİNG . KOLİN . KONYA SANAYİ ODASI . KRM . KROMEL . KURTSAN HOLDİNG . LEFKE AVRUPA ÜNİVERSİTESİ . LEIGH BUREAU . LEVIS . LILLY İLAÇ . LIONS DEN . LOGO YAZILIM . LUCKYEYE . MCAFEE . MARMARA ÜNİVERSİTESİ . MASTERCARD . MAY TOHUMCULUK . MANAGEMENT CENTER TÜRKİYE . MARS LOJİSTİK . MCT . MEDIA MARKT . MEDIA SATURN . MERKEZİ KAYIT KURULUŞU/MKK . MİGROS . MİLLİYET . MOE'S . MÜSİAD . MY EXECUTIVE . NESTLÉ . NETAŞ . NOVARTİS . NOVO NORDİSK . NTV . NUH ÇİMENTO . NUROL GYO . OKAN ÜNİVERSİTESİ . ORACLE . OTOKOÇ . OYAK ÇİMENTO . PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ . PARK ELEKTRİK . PEPSİ . PERYÖN . PFIZER . P&G . PINAR ET . PINAR SU . PINAR SÜT . POLİMEKS . PWC . RE-MAX . RİSK TÜRK . ROHM AND HAAS . ROYAL BANK OF SCOTLAND . SABANCI ÜNİVERSİTESİ . SABANCI VAKFI .

SAINT PULCHERIA . SAKARYA ORGANİZASYON SANAYİ . SAKARYA ÜNİVERSİTESİ . SAMSUN TİCARET ODASI . SAMSUNG . SANDOZ . SANOFİ AVENTIS . SANOFİ PASTEUR . SANOFİ . SETUR . SHELL . SIEMENS . SIEMENS MED . SİCİLYA BAROSU . SOFRA GROUP . SOYSAL . SPICA PARTNER . STARBUCK'S . STRATEJİ PARKI . ŞAHİNLER HOLDİNG . ŞEKERBANK . ŞÖLEN . TAÇ . TAMEK HOLDİNG . T.C. MERKEZ BANKASI . T-BANK . TEB . TEKNOSA . TOG . TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ . TOFAŞ . TORUNLAR GYO . TRAKYA ÜNİVERSİTESİ . TRT2 . TURCAS PETROL . TÜRKİYE SİGORTA VE REASURANS ŞİRKETLERİ BİRLİĞİ (TSRSB) . TTNET . TURKCELL GLOBAL BİLGİ . TURKCELL . TÜRKİYE PERAKENDECİLER FEDERASYONU . TÜSİAD . TÜRK EXİMBANK . TÜRK TRAKTÖR . TÜRK YTONG . TÜYİD . ULUDAĞ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ/ÜİB . UMUR BASIM VE KIRTASIYE . UNILEVER . UNNADO . ÜLKER . VESTEK . VESTEL . VİKİNG KAĞIT . VISA . VİTRA . VODAFONE . WALT DISNEY . WEF . WYETH İLAÇ . YAPI VE KREDİ BANKASI . YAŞAR HOLDİNG . YAŞAR ÜNİVERSİTESİ . YILDIZ HOLDİNG . YÜREKLİ DANIŞMANLIK . ZORLU ENERJİ . ZORLU HOLDİNG . Z3 İNŞAAT VE TURİZM . ZEPLION . ZYXEL

SÜRESİZ YAYINLAR - FAALİYET RAPORLARI

ALB FOREX . ALBARAKA TÜRK . ALTINYUNUS . ANADOLU EFES . ANADOLUBANK N.V. . A&T BANK . ARÇELİK . AXA . AVEA . BAK AMBALAJ . BANK ASYA . BANVİT . BNP PARIBAS . BOYDAK HOLDİNG . CIGNA FİNANS . CREDITWEST FACTORİNG . ÇİMSA . DASK . DENİZBANK . DENİZBANK AG . DENİZBANK MOSCOW . DOĞAN HOLDİNG . DOĞTAŞ/KELEBEK . DOĞUŞ HOLDİNG . DYO BOYA . ERDEMİR . EULER HERMES . EWE HOLDİNG . GARANTİ BANKASI . GLOBAL İLİŞKİLER FORUMU . İŞ GYO . İŞMER . İTTİFAK HOLDİNG . KKB . KOLİN . KURTSAN HOLDİNG . MİGROS . MKK . NETAŞ . NUHÇİMENTO . NUROL GYO . OYAK GRUBU . OYAK ADANA . OYAK ASLAN . OYAK BOLU . OYAK ÇİMENTO . OYAK MARDİN . OYAK ÜNYE . PARK ELEKTRİK . PINAR ET . PINAR SU . PINAR SÜT . STFA HOLDİNG . SÜTAŞ . T-BANK . TCMB . TOFAŞ . TOG . TORUNLAR GYO . TSKB . TURKCELL . TÜRK EXİMBANK . TÜRK TELEKOM . YILDIRIM GRUP . YAŞAR HOLDİNG . VİKİNG KAĞIT

SÜRESİZ YAYINLAR - SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK & KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK RAPORLARI

AVEA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU 2013 . ÇİMSA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU . DOĞUŞ HOLDİNG KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK RAPORU . ERDEMİR SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇELİK RAPORU . GARANTİ BANKASI SOSYAL SORUMLULUK RAPORU . GARANTİ BANKASI SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU . SIEMENS SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU . PINARSÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BROŞÜRÜ . TURKCELL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU . YAŞAR HOLDİNG SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU

SÜRESİZ YAYINLAR - KURUM TANITIM DOKÜMANLARI (Kitap, katalog, kurumsal kimlik)

ALTIN YUNUS 40. YIL KİTABI . ALTIN YUNUS CATERİNG BROŞÜRÜ . ALTIN YUNUS KURUMSAL KİMLİK . ALTIN YUNUS OTEL REHBERİ . ALTIN YUNUS SPA BROŞÜRÜ . AVEA KURUMSAL PROFİL KİTAPÇIĞI . AVEA YEŞİL KİTAP . BENTELER OTOMOTİV . BRİTİSH COUNCIL KİTAP . CCI İMPACT . DASK . EFES ALMANAK 2010 . EFES ÇAĞDAŞ BAKKAL KİTAPÇIĞI . EFES ÇALIŞMA İLKELERİ KİTAPÇIĞI . EFES KRİZ YÖNETİM KİTAPÇIĞI . EFES REKABET UYUM EL KİTABI . EFES TARIM KİTABI . EFES TURİZM EĞİTİMLERİ KİTAPÇIĞI . ELSE TEKSTİL KATALOG . FİRMAMETAL

KURUMSAL KİMLİK . GARANTİ NAKİT YÖNETİMİ . İNG EMEKLİLİK KATALOG . KRM ROLL-UP/FLYER/BROŞÜR . MY EXECUTİVE KURUMSAL KİMLİK . PINAR GIDA GRUBU ÜRÜN KATALOGU . SANOFİ AVENTİS PERŞEMBE TOPLANTILARI KİTAPÇIĞI . SELÇUK YAŞAR KİTABI . SIEMENS BEYAZIT KULESİ BROŞÜR . SIEMENS MED TÜRKİYE KALİTE BAŞVURU KİTABI . SIEMENS TURKEY BUSINESS CONFERENCE . SHELL İSTASYON PERSONEL EL KİTABI . SHELL MİSAFİR HİKAYELERİ -1 . ŞÖLEN YETKİNLİK KİTABI . YAŞAR GRUBU ÜRÜN KATALOGU . TURKCELL GLOBAL BİLGİ KURUMSAL PROFİL KİTAPÇIĞI . TURKCELL GLOBAL BİLGİ TESTİMONIAL . TTNET GÜVENLİ İNTERNET KİTAPÇIĞI . TÜSİAD BROŞÜR / KİTAP . VODAFONE ARAŞTIRMA KİTABI

SÜRELİ YAYINLAR

@TTNET . 2020 VİZYON (COCA-COLA) . AVEATİME (AVEA) . BİMSABİZ (BİMSA) . BİRAVO (EFES-ANADOLU GRUBU) . BİZBİZE (BOYDAK) . BİZE ÖZEL (HSBC) . BORUSAN (BORÇELİK) . BORU HATTI (BORÇELİK) . CHİZM . DİYALOG (SIEMENS) . DYORUM (YAŞAR HOLDİNG) . EDU (HİSAR EĞİTİM VAKFI) . ERDEMİR DERGİSİ (ERDEMİR) . ERGOBİZ (ERGO SİGORTA) . GFK EVİMDE (GFK ARAŞTIRMA HİZMETLERİ) . İNG TURUNCU AKTÜEL (İNG BANK) . İSUZU . İSS BÜLTEN . İŞTE PERFORMANS (İP) (BİMSA) . JİVAL MAGAZİN . KALE AİLESİ (KALE HOLDİNG) . MADE İN VESTEL (VESTEL) . MASTERCARD AVRASYA'DAN . NESTLÉ BENİMLE . NESTLÉ YAŞAM . NET GELECEK (TTNET) . PY (PERYÖN) . SANOVİZYON (SANOVEL) . SHELL VİTRİN . SIEMENS WORLD GAZETE . SOFRA GRUP . STOCKWATCH . TAÇ STYLE (ZORLU HOLDİNG) . TAKİM RUHU (DENİZBANK) . TİVİBU (TTNET) . TÜYİD . YAŞA (YAŞAR HOLDİNG) . YAŞAM PINARIM (YAŞAR HOLDİNG) . VS. (VESTEL) . ZORLU DERGİ (ZORLU HOLDİNG)

ELEKTRONİK YAYINLAR - WEB/PORTAL

FİRMAMETAL . KEİRETSU . MY EXECUTİVE . SPICA PARTNERS . TTNET, E-TİVİBU DERGİSİ . TÜYİD, TÜYİD BÜLTEN . @TTNET . VESTEL, E-MADE İN VESTEL . VESTEL, TEKNOLOJİNİN TÜRKÇESİ . UNNADO . VESTEL VENTURES . YILDIZ HOLDİNG

indeks:konuşmacı ajansı medyailişkilerieğitimi:com

A&B HALKLA İLİŞKİLER . ABBOTT . ABBVİE . ACCENTURE . ACTAVIS . AKASYA ACIBADEM YENİ NESİL VE YAŞAM MERKEZİ . AKKİM . AKSİGORTA . ALLIANZ SİGORTA . AMYLUM NİŞASTA . ANADOLU ENDÜSTRİ HOLDİNG . ANADOLU HAYAT . ANC HAYVAN BESLENMESİ VE SAĞLIĞI HİZMETLERİ A.Ş. . ANTALYA MURATPAŞA BEL EDİYESİ . ARAS KARGO . ARÇELİK . ARTEMA . ASHMORE PE . ASSAN PANEL . AVEA . BARİLLA GIDA . BAŞAK GROUPAMA . BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ . BAYER . BİLİM İLAÇ . BİMSA . BLUECHIP . BOOGY . BORUSAN LOJİSTİK . BORUSAN MAKİNA . BOSCH&SIEMENS . BSA . B/S/H . BT BİLGİSAYAR . CALL CENTER 2011 . CAPITOL HALKLA İLİŞKİLER . CHP . CITİBANK . CRI COST REDUCTION INSTITUTE . COCA-COLA COMPANY . COCA-COLA İÇECEK . CRATE & BARREL . DASSAULT SYSTEMES . DDF . DELL . DENİZBANK AŞ. . DENİZTV . DESİBEL AJANS . DEUTCHE BANK . DOĞUŞ GROUP . DYO . EARNST & YOUNG . ECZACIBAŞI HOLDİNG . EDUPLOS . EFES PİLSEN . EKER SÜT ÜRÜNLERİ . ENOSAD . ESEV . EUROMASTER . FİNANSBANK . FROST & SULLİVAN . GAGİAD . GARANTİ BANKASI . GE ENERGY . GE HEALTHCARE . GEFCO LOJİSTİK . GLAXO SMİTH KLINE . GLOBAL POLİTICAL TREND CENTER . GLOBAL TURİZM VE YAT İŞLETMECİLİĞİ . GLOBUS FUARCILIK . GROUPE SEB . GSK . GÜVEN SİGORTA . GVZ . HALKBANK . HAVA HARPOKULU . HEDEF FİLO . HP . HUAWEL . İFMAİ . İKEA . İNDESİT . İNTERİUM . İON BY ATASAY . İMİ EĞİTİM, YÖNETİM, ORGANİZASYON . İSO . İSTANBUL AKVARYUM . JOHNSON&JOHNSON . JTI . KAGİDER . KALDER . KALE GRUP . KAPİTAL MEDYA . KEİK . KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ-AGEK . KOÇ HOLDİNG . KONYA SANAYİ ODASI . KORDSA GLOBAL . LE DUE

EVENT . LEVİ'S . LİLLY İLAÇ . L'OREAL . LOGO YAZILIM . MARS LOJİSTİK . MAY TOHUMCULUK . MERCEDES BENZ . McAFEE . MCT . MEDIA MARKT . MEDIA-SATURN . MICHELİN . MOE'S . MULTİ DEVELOPMENTİ . MONİER YAPI ÇÖZÜMLERİ TİC. A.Ş. . MÜSİAD . NETAPP TÜRKİYE . NESTLE WATERS . NOVARTIS / DOKTORLAR NOVO NORDISK . NUH ÇİMENTO . NN HAYAT VE EMEKLİLİK . NUTRİCİA . OTİ HOLDİNG . ORACLE . OMYA AG . OTOKOÇ . PAMUKKALE ÜNİVERSİTESİ . PBG - PEPSİ BOTTLING GROUP . P&G . PFİZER . RE-MAX . ROCHE . ROHM AND HAAS . ROYAL BANK OF SCOTLAND . SABANCI VAKFI . SAINT PUTCHERIE . SAKARYA ORGANİZASYON SANAYİ . SAMSUN TİCARET ODASI . SAMSUNG . SANDOZ . SANOFİ AVENTİS . SANOFİ PASTEUR . SANOFİ PASTEUR AŞI . SETUR . SIEMENS . SHELL . SOYSAL . STARBUCKS . STEELORBİS . ŞEKERBANK . ŞİŞECAM . T.C.BAŞBAKANLIK TÜRKİYE YATIRIM DESTEK VE TANITIM AJANSI . TAMEK . TEB . TEFAL . TEKNOSA . TURCAS PETROL AŞ. . TURKCELL . TÜRK TORAKS DERNEĞİ . TÜRK TRAKTÖR . TÜRK YTONG . TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM) . TÜRKİYE PERAKENDECİLER FEDERASYONU . TÜRKİYE SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ (TÜSİAD) . TÜRKİYE SİGORTA VE REASÜRANS ŞİRKETLERİ BİRLİĞİ (TSRB) . TÜRKİYE ULUDAĞ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ (UİB) . ULAKED . ULUDAĞ OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ (OİB) . UMUR KIRTASIYE . UNİLEVER . VİSA . VİTRA . VODAFONE . WALT DISNEY . WPF - WORLD POLİTICAL FORUM . YAPI KREDİ . YILDIZ HOLDİNG . YURTBAY SERAMİK . YÜREKLİ . XEPLION - PFİZER (İSPANYA) . VODAFONE . WALT DISNEY . WEF . ZYXEL TÜRKİYE . ZORLU ENERJİ

ÖDÜLLER

DOĞAN ŞİRKETLER GRUBU HOLDİNG A.Ş. 2007 FAALİYET RAPORU • MerComm Uluslararası Yıllık Faaliyet Raporu Yarışması'nda (International ARC Awards); Batı Yarımküre Holdingleri arasında "Altın" ödül. **DOĞAN ŞİRKETLER GRUBU HOLDİNG A.Ş. 2008 FAALİYET RAPORU** • Uluslararası Yıllık Faaliyet Raporu Yarışması'nda (International ARC Awards); "Faaliyet Raporlarının Bütünü - Holding Şirketleri" kategorisinde "Altın" ödül. • 2009 yılında değerlendirmeye katılan tüm holding şirketleri arasında "Altın" ödüle layık görülen tek şirket. **DOĞAN ŞİRKETLER GRUBU HOLDİNG A.Ş. 2010 FAALİYET RAPORU** • Uluslararası Yıllık Faaliyet Raporu Yarışması'nda (International ARC Awards); "Faaliyet Raporlarının Bütünü - Holding Şirketleri" kategorisinde "Altın" ödül. • 2010 Yılı Faaliyet Raporu'nun Yönetim Kurulu Başkan mesajına "Onur" ödülü. **ÇİMSA ÇİMENTO SANAYİ VE TİCARET A.Ş. 2009 FAALİYET RAPORU** • MerComm Faaliyet Raporları Yarışması (ARC Awards) kapsamında; "Faaliyet Raporları Bütünü - Çimento Sektörü Şirketleri" kategorisinde "Altın" ödül. **GARANTİ BANKASI 2009 FAALİYET RAPORU** • LACP (League of American Communications Professionals-Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği) tarafından düzenlenen ve 25'ten fazla ülkenin katıldığı Vision Awards kapsamında "Gümüş" ödül. • MerComm 'Faaliyet Raporları Yarışması'nda (ARC Awards); "Geleneksel Olmayan Faaliyet Raporları" ve

"Yeşil/Çevreye Duyarlı Faaliyet Raporları" kategorilerinde "Altın" ödül. "Finansallar" kategorisinde "Onur" ödülü. • LACP (League of American Communications Professionals-Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği) "2009 Spotlight Awards-Encore" kapsamında; "Yıllık Rapor" kategorisinde 100 üzerinden 99 puanla "Platinum" ödül. "En Yaratıcı" kategorisinde Birincilik ödülü. "En İyi 50 İletişim Materyali" kategorisinde ilk 50 şirketin arasında üçüncü. • Acclaro'nun Türkiye'de ikincisini düzenlediği 2010 Yatırımcı İlişkileri Ödülleri kapsamında Türkiye'nin "En İyi Yatırımcı İlişkileri Faaliyet Raporu" ödülü. **GARANTİ BANKASI FAALİYET RAPORU 2010** • Thomson Reuters ve Acclaro iş birliği ile Türkiye'de üçüncü kez gerçekleştirilen Yatırımcı İlişkileri Ödülleri kapsamında "En İyi Faaliyet Raporu" ödülü • LACP (League of American Communications Professionals-Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği); Finans sektörü kategorisinde "Altın" ödül. Online Rapor kategorisinde interaktif raporla "Altın" ödül • LACP (League of American Communications Professionals-Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği); Best Sustainability Communications Programme- "En İyi Sürdürülebilir İletişim Programı" ödülü. • İnteraktif versiyon (<http://rapor.garanti.com.tr/tr>) ile LACP'de LACP (League of American Communications Professionals) En İyi 100 İletişim Materyali" kategorisinde "Bronz" ödül. • MerComm Faaliyet Raporları yarışmasında (ARC Awards) "Geleneksel

Olmayan Faaliyet Raporları" kategorisinde "Altın" ödül. • MerComm Faaliyet Raporları yarışmasında (ARC Awards) "Finansal Veriler" kategorisinde "Gümüş" ödül • Stevie İş Ödülleri'nde "Faaliyet Raporu" kategorisinde "Onur" ödülü. • MerComm 22. Uluslararası Galaxy Ödülleri "Haber Bülteni" kategorisi "Gümüş" ödül. **GARANTİ BANKASI 2011 FAALİYET RAPORU** • Acclaro 2011 "Yatırımcı İlişkileri Ödülleri kapsamında "En İyi Yatırımcı İlişkileri Faaliyet Raporu" kategorisinde "Birincilik" ödülü. • Acclaro 2011 "Yatırımcı İlişkileri" Ödülleri kapsamında "En İyi Kurumsal Yönetim İletişimi" kategorisinde "Birincilik" ödülü • LACP Vision Awards'de "Faaliyet Raporu" kategorisinde "Gümüş" ödül. • 2012 ARC Awards'de "Onur" ödülü • 2012 Stevie International Business Awards'de "Bronz" ödül • CEO tarafından yürütülen "En İyi Yatırımcı İlişkileri" kategorisinde "İkincilik" ödülü. • CEO tarafından yürütülen "En İyi Yatırımcı İlişkileri Faaliyet Raporu" kategorisinde "Birincilik" ödülü. • 2012 Galaxy Awards kapsamında, Faaliyet Raporu banka kategorisinde "Altın" ödül. **TURKCELL 2010 FAALİYET RAPORU** LACP (League of American Communications Professionals-Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği) kapsamında: • "Best Annual Report Narrative" (En İyi Anlatım) kategorisinde dünya çapında "Altın" ödül. • Aynı kategoride Avrupa, Orta Doğu, Afrika Bölgesinde "Platinum" ödülü. • Dünya çapındaki en iyi 100 faaliyet raporu arasında 12.'lik. • Avrupa/Orta

Doğu ve Afrika Bölgesi'nde en iyi 50 faaliyet raporu arasında 5.'lik. • Kendi sektöründe faaliyet raporunu bir önceki yıla göre geliştiren şirketler arasında "Platinum" ödülü. • LACP'de yarışan Türk şirketleri arasında yapılan değerlendirmede en iyi 10 Türk Faaliyet Raporu arasında yer aldı. **TURKCELL 2011 FAALİYET RAPORU** • LACP (League of American Communications Professionals-Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği) tarafından telekom sektöründe "Dünyanın En İyi Faaliyet Raporu" ödülü. • İnteraktif versiyonu ile Investor Relations Global Rankings (IRGR) tarafından, "En İyi Çevrimiçi Faaliyet Raporu" ödülü. • IRGR (Investor Relations Global Rankings) - Yatırımcı İlişkileri Küresel Değerlendirme Kuruluşu (IRGR) tarafından 'En Gelişmiş Online Faaliyet Raporu' ödülü. **ARÇELİK A.Ş. 2012 FAALİYET RAPORU** • LACP (League of American Communications Professionals-Amerikan İletişim Profesyonelleri Birliği) tarafından 'İlk İzlenim, Rapor Kapağı, Hissedarlara Mektup, Rapor Anlatım Dili, Rapor Finansalları, Yaratıcılık, Mesaj Açıklığı ve Bilgi Erişimi' kriterlerine göre dayanıklı tüketim sektöründe 'Altın Ödül'e ve aynı zamanda Top 20 Turkish Annual Reports of 2012 (2012'in Türkiye'den Başvuru Yapan En İyi 20 Faaliyet Raporu) kategorisinde ödüle layık görüldü.



indeks:

indeks içerik-iletifim danifmanlık

LEVENT LOFT II No: 4 Őifli-İstanbul Santral: 0212 347 70 70 Faks: 0212 347 70 77

e-mail: indeks@indeksiletisim.com web: www.indeksiletisim.com