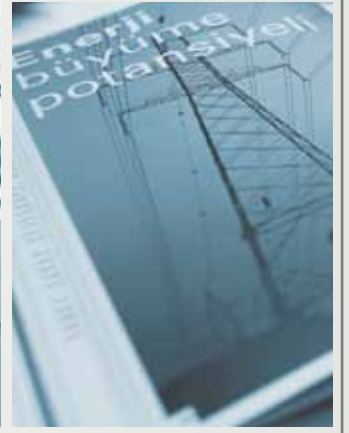




Raporlama Hizmetleri



indeks:

İndeks, ana faaliyet alanı içerik üretimi ve yönetimi olan bir iletişim kurumudur. Rekabette farklı olmanın içerikten geçtiğine inanan İndeks, deneyimli gazeteci, araştırmacı, editör kadrosu ile yaratıcı sanat/tasarım ekibi, disiplinli yöneticileri ve uzman danışmanlarıyla, tek durakta entegre içerik iletişimi hizmeti sunar. Geleneksel baskılı mecranın yanı sıra elektronik, dijital, görsel ve yüzyüze mecralarda içerik üretir ve yönetir. Kurumsal içerik ve içerik iletişimi alanındaki uzmanlığını, bireysel ve özel gruplarda kullanma yetkinliğine sahiptir. İndeks yerel çalışmalarının yanı sıra uluslararası arenada, uluslararası oyuncularla; özel sektörün yanı sıra kamuyla; büyük ölçekli ticari kuruluşların yanı sıra ülke ekonomisinin candamarı KOBİ'lerle etkin çalışmalar yapmaktadır. Birlikte çalıştığı kişi, kurum ve kuruluşları “müşteri” olarak değil, “iş ortağı” olarak kabul eden İndeks, tüm referanslarıyla “bir kerelik” değil, uzun yıllara dayanan ilişki kurar. İhtiyaca, konjonktüre, kuruma, kişiye özel içerik ve iletişim araçları üretir.

Faaliyet alanları

Kurumsal içerik ve yayıncılık
Kurumsal dergiler
Raporlama hizmetleri
Vaka çalışmaları
Kurumsal katalog ve broşür
Başarı hikayeleri
Kitap/otobiyografi/kurum tarihçesi
Elektronik içerik
Dijital içerik (Kurum TV, IP TV)
Görsel Ajans
Serbest gazetecilik
Haber Ajansı
Görüntülü medyada içerik
TV ve radyo programları
Stratejik iletişim danışmanlığı
Sosyal medya içerik ve uygulama
Medya ilişkileri eğitimi
Kurumsal seminer ve konferanslar
İndeks Konuşmacı Ajansı
Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri
Proje yönetimi

Giriş: İletişim Aracı Olarak Raporlar

Faaliyet raporları yatırımcıların yanı sıra iç ve dış müşterilerin gözünde de şirketin itibarını pekiştiren iletişim araçları haline geliyor.



Eselden hissedarların elinde sadece hisseleri, şirketlerin elinde sadece adı bilinmeyen küçük ortaklar ve uzakta bir yerde potansiyel müşteriler vardı. Zaman değişti. Ortaklar ve potansiyel müşteriler; şirketin cirosu, karlılığı ya da pazarlama stratejilerinin yanı sıra yönetim politikalarını da merak etmeye başladı. Şirketin çevreye verdiği önem, sosyal sorumluluk projeleri, din, ırk ya da cinsiyet ayrımı yapıp yapılmadığı dikkat çeker oldu. Bugün başta yıllık finansal faaliyet raporları olmak üzere tüm kategorilerdeki faaliyet raporları, finansal veri paylaşmaktan çok daha fazla anlam taşıyor.

Artık Zorunluluktan Çok Öte

Dünyada faaliyet raporu hazırlamakla yükümlü şirketlerin sayısı binlerle ölçülüyor. Faaliyet raporlarının çoğu yalnızca zorunluluk nedeniyle hazırlanmıyor. Günümüzde çoğu şirketin faaliyet raporu hazırlamasındaki neden; yeni yatırımcılara ve potansiyel ortaklara şirketin başarılarını, etkinlik alanlarını ve mali durumunu anlatabilmek, taahhütlerini yerine getirdiğini ispatlamak, içinde bulunduğu toplumun güvenilir ve saygın bir üyesi olduğunu göstermek. Bu noktadan hareketle, faaliyet

raporları, toplumun tüm kesimleri nezdinde şirket itibarını pekiştiren iletişim araçları haline geliyor.

Etkili Pazarlama Araçları Olarak Faaliyet Raporları

Faaliyet raporları bütün bir yıl yaptıklarınızın aynası, şirketin karnesidir. Tek bir rapor içerisinde; finansal performansınızı, başarılarınızı, misyon ve vizyonunuzu, geleceğe dair vaatlerinizi, çevreye, insana ve ekonomiye katkılarınızı anlatma şansını yakalarsınız. Raporların uzun yıllar boyunca sadece zorunluluktan yapılmış olması, çok çaba harcanmadan, iş dünyasının diliyle yazılmış, anlaşılması imkansız raporların ortaya çıkmasına neden oluyordu. Bu tip raporların hedef kitleye hitap etmekte başarısız olduğu ve etkinliğinin azaldığı anlaşıldıkça, yalnızca rakamlardan oluşan, anlamak için uzman olmak gereken, iç karartıcı faaliyet raporlarının yerini yalın ama dikkat çekici, hedef kitleye hitap edebilen yaratıcı raporlar aldı.

Raporlar Ödül Avcısı

Dünyada faaliyet raporları alanında çok sayıda uluslararası yarışma bulunuyor. Raporların içerik, tasarım ve kurgu açısından değerlendirildiği bu yarışmaların sonuçlarının kurum itibarına olumlu katkı yaptığını gören şirketler, kendilerine ödül kazandıracak faaliyet raporu projelerine kayıyorlar.



2020

FAALİYET RAPORU



RAPORLAMA

İndeks, raporlama alanında üç platformda üretim yapmaktadır:

- Basılı Raporlar
- Online Raporlar
- CD/DVD Raporlar

BASILI RAPORLAR:

- Yıllık Faaliyet Raporları
- Sürdürülebilirlik Raporları
- Sosyal Sorumluluk Raporları
- Global Compact Raporları

ONLINE RAPORLAR:

- Online Yıllık Faaliyet Raporları
- Online Sürdürülebilirlik Raporları
- Online Sosyal Sorumluluk Raporları

CD/DVD RAPORLAR:

- CD/DVD Yıllık Faaliyet Raporları
- CD/DVD Sürdürülebilirlik Raporları
- CD/DVD Sosyal Sorumluluk Raporları

GARANTİ HAKKINDA

Garanti, global ekonomik krizin etkiler
günlerde dahi, istikrarlı ve güçlü bir
güçlü bir ortak olarak hayatlarını



Yıllık Faaliyet Raporları

**Faaliyet raporları;
şirketlerin yıl boyunca
gerçekleştirdikleri
faaliyetlerini, başarılarını ve
gelecek dönem hedeflerini
halka sunarak yatırımcıları
bilgilendirme amacı taşır.**

Türkiye’de halka açık firmaların Türk Ticaret Kanunu uyarınca her iş yılı sonunda ticari, mali durumunu ve yapılan işlemlerin özetini göstermek amacıyla faaliyet raporu hazırlaması gerekir. Şirketlerin hazırlamakla yükümlü oldukları faaliyet raporları; yıl boyunca gerçekleştirdikleri faaliyetlerini, başarılarını ve gelecek dönem hedeflerini halka sunarak yatırımcıları bilgilendirme amacı taşır. Bugün halka açık olmayan şirketler de yıllık faaliyet raporları üretmektedir. Amaç, şirketin faaliyet ve taahhütlerini, farkını ve topluma katkılarını, hedef kitlelere doğru bilgiyle iletmek olduğu kadar, finans piyasalarının desteğini almaktır.

2009 yılı faaliyetleri sonucu

11.4	
1183,1	
9,3	
64,0	
25,2	
(26,7)	
(22,1)	
(20,4)	
(16,6)	

KARLILIK

2009

(33.846.621)	
(22.478.994)	
(31.249.421)	
(20.754.082)	

Net Dönem Karı

123 10.544.952

Sürdürülebilirlik Raporları

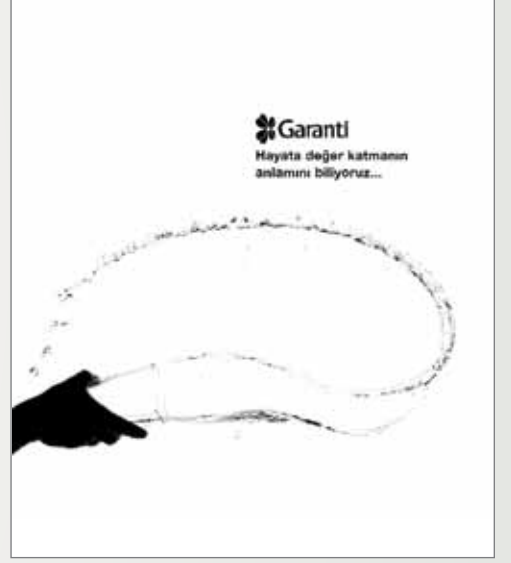


İndeks, GRI'nın dünya genelinde kabul edilen sürdürülebilirlik raporlaması ilkelerini geliştirme misyonuna destek veriyor.

Uluslararası iş iklimi, şirketlerin daha şeffaf olmalarını ve kendi faaliyet ve politikalarının bütün etkilerini dikkate almalarını gerektiriyor. Sosyal ve çevresel performans hakkında raporlar oluşturulmasına yönelik olarak ulusal ve uluslararası yatırımcılar ile çeşitli baskı gruplarının kamuya açık bilgi taleplerinin yanı sıra medyanın sosyal ve çevresel konulara giderek daha fazla yer vermesi, şirketleri, yalnızca finansal faaliyetlerini değil, toplumsal alandaki performanslarını da raporlamaya zorluyor. Bugün büyük küçük pek çok şirket, farklı sosyal sorumluluk raporları üretiyor. Örneğin Fortune 250 listesindeki şirketlerin tamamı sürdürülebilirlik raporu yayımlıyor. Araştırmalar, sosyal alandaki performanslarını raporlayan şirketlerin rekabette öne çıktığını gösteriyor.

Sürdürülebilirlik raporlarının üretiminde Global Reporting Initiative (GRI) tarafından öngörülen çerçeve, şirketlerin sürdürülebilir kalkınmaya katkılarının ölçülmesinde ve raporlanmasında önemli bir referans malzemesi oluşturuyor. GRI'nin kurumsal paydaşı (Organizational Stakeholder) olarak İndeks, GRI'nin dünya genelinde kabul edilen sürdürülebilirlik raporlaması ilkelerini geliştirme misyonuna destek veriyor. İndeks, bu alandaki çalışmalarına hızla devam ediyor.





Sosyal Sorumluluk Raporları

Kurumlar, sosyal sorumluluk alanında faaliyetlerini web sitesi, broşür, kitap, rapor gibi iletişim araçlarında ön plana çıkarıyor, çalışmalarını paydaşların dikkatine sunuyor.

Toplum; bireyden olduğu kadar, ticari hedefi olan şirketlerden de kapsamlı sorumluluklar bekliyor. Sosyal Sorumluluk; işçi hakları, işyerinde cinsiyet eşitliği, şeffaflık, hesap verebilirlik, çevreye saygı gibi birbirinden zengin başlıkları içeriyor. Amaç, içinde yaşanan topluma fayda sağlamak. Bu geniş bakış açısını dikkate alan firmalar web sitesi, broşür, kitap, rapor gibi iletişim araçlarında sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalarını paydaşlarına aktarmayı sorumlu bir iletişim olarak değerlendiriyor.



BM Küresel İlkeler Sözleşmesi İlerleme Raporları*

* UN Global Compact Progress Reports



İnsan hakları, çalışan hakları, çevre ve yolsuzluk konuları çerçevesinde 10 temel prensip etrafında şekillenen BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalayan şirketler, verdikleri taahhütlerle ilgili ilerleme raporları sunuyor.

Dünya Ekonomik Forumu'nda (1999), dönemin Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan'ın girişimiyle hayata geçen "Küresel İlkeler Sözleşmesi", yüzlerce şirket ve sivil toplum kuruluşu tarafından imzalandı. Küresel İlkeler Sözleşmesi yaptırımı olmayan gönüllü bir uygulama. Uygulama; insan hakları, çalışan hakları, çevre ve yolsuzluk gibi konular çerçevesinde 10 temel prensip etrafında şekillenen bir yol haritası. Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalayan şirketler verdikleri sözü bir ilerleme raporuyla belgeliyor.

İndeks, 10 Şubat 2009'da BM Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalayarak sorumlu kurumlar platformuna katıldı. Sözleşme uyarınca İndeks, kendi duruş ve varoluş prensipleriyle birebir uyum içinde olan evrensel ilkelerin uygulanması ve yaygınlaşması için çaba göstermenin yanı sıra uluslararası raporlama standartlarına uygun hazırlanması öngörülen Küresel İlkeler Sözleşmesi ilerleme raporları çalışmalarına da destek veriyor.

Garanti Hakkında	Finansal Göstergeler	2009 Yılı Faaliyetleri	Yönetim ve Kurumsal Yönetim Uygulamaları	Konsolide Olmayan Finansal Bilgiler	Konsolide Finansal Bilgiler	Garanti TV	Üye Girişi	Kayıt Olun
Ara		Tam PDF Döküman		Toplumsal Paylaşım Kitapçığı		Sepetim 0 adet		Paylaş

"Garanti Bankası 2009 Faaliyet Raporu"nu



Garanti TV



Ergun Özen
Yönetim Kurulu
Üyesi,
Genel Müdür



Ebru Dilber Edin
Genel Müdür
Yardımcısı
Proje Finansmanı



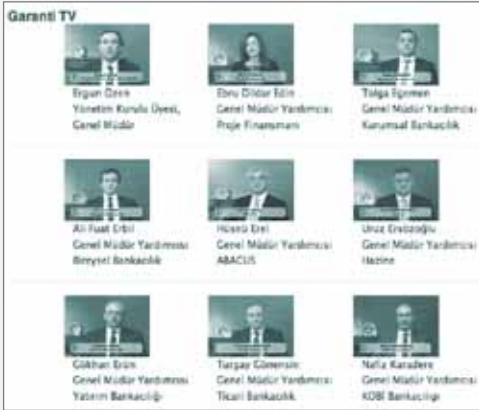
Tolga Egemen
Genel Müdür
Yardımcısı
Kurumsal
Bankacılık



Ali Fuat Erbil
Genel Müdür
Yardımcısı
Bireysel
Bankacılık



Online-Interactive Raporlar



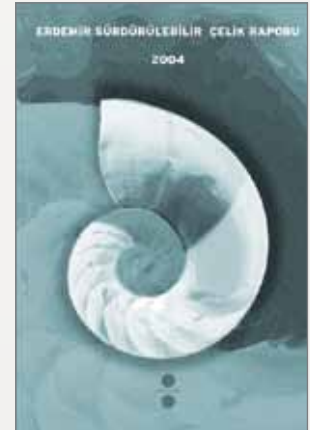
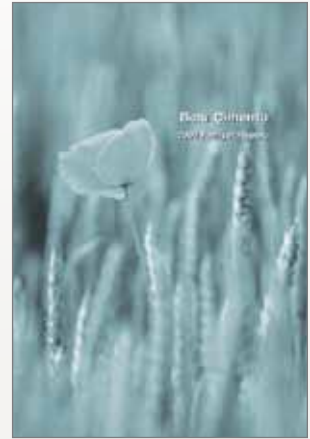
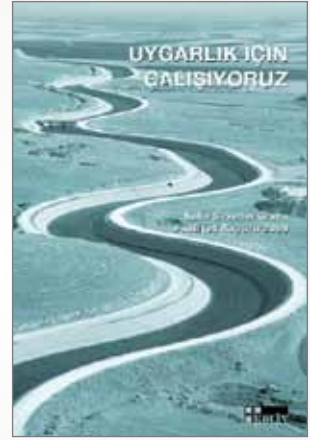
Online faaliyet raporlarında başarılı olmanın sırrı, basılı ve online raporların, farklı güçleri olduğunu anlamak ve buna göre stratejiler çizmektir.

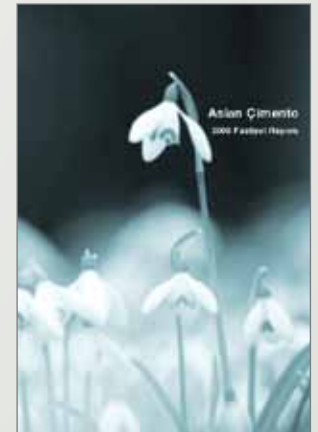
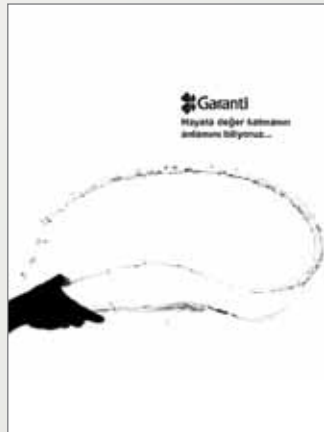
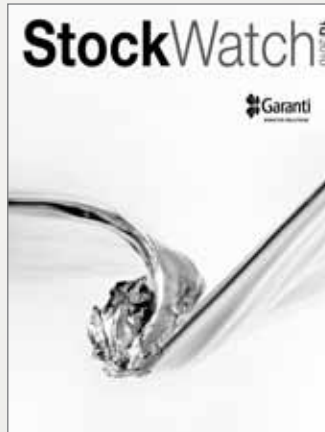
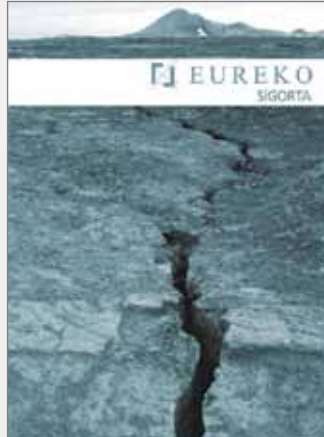
Büyük ölçekli şirketlerin yaklaşık yüzde 80'i faaliyet raporlarını elektronik ortamda da yayınlıyor. Buna karşın, elektronik raporların, yatırımcıların ihtiyaçlarını karşılamayacak formatlarda yayınlandığı gözleniyor*. Online faaliyet raporlarında başarılı olmanın koşulu, geleneksel ya da yeni medya teknikleriyle hazırlanan raporların, farklı dinamikleri olduğunu anlamak ve buna göre stratejiler çizmektir.

- Geleneksel faaliyet raporları iyi bir hikaye anlatım ve pazarlama aracı olmakla birlikte, yatırımcıların anahtar bazı verileri bulup analiz etmesini sağlamak açısından yetersiz kalabilmektedir.
- Buna karşılık elektronik faaliyet raporları iyi kullanıldıklarında referans ve analiz bakımından daha etkin olabilmekte, kişiselleştirme özgürlüğü verebilmektedir.

Elektronik faaliyet raporu, geleneksel faaliyet raporunun dijital kopyası olmaktan öteye geçmelidir. İndeks, elektronik raporlamaya getirdiği yeni anlayışla, internetin verdiği avantajları kullanan, kullanıcıya kolaylıklar sunan, yaratıcı, işlevsel, güncel, pratik elektronik raporlar üretiyor. Paydaşlara ya da rakiplere faaliyet raporlarınızı okutabilmenin bir yolu da interaktif CD formatındaki çalışmalardır. Bu formatta, raporunuza müzik ve video gibi öğeler ekleyebilir, daha kolay okunmasını sağlayabilirsiniz.

*Nexxar Online Annual Report Survey, 2009





Neyi Raporlamalıyım: Nasıl Bir İçerik?

Faaliyet raporlarının içeriği, verilmek istenen mesaj ve hedef kitle dikkate alınarak özenle ve etkin bir şekilde kurgulanmalıdır.



Faaliyet raporları içeriği, tekniği, hazırlanma amacı, dili, hedef kitlesi, kısacası herşeyiyle diğer iletişim araçlarından daha farklıdır.

Kısa ve Öz Olun

Unutmayın, faaliyet raporlarınızı okuyacak kişilerin zamanı kısıtlı olacak. Okuyanın mesajınızı ve hedeflerinizi doğru anlaması önem taşır. Bunu başarabilmek için yeterince kısa, anlaşılabilir kadar sade, okunabilecek kadar heyecanlı olmanız gerekir. Rapora bilgi yığmak işi zorlaştıracak, bilgiyi tutmak raporu kısırlaştıracaktır. Mesajınızı yalın ve sade bir dille vermeye özen gösterin. Görsel unsurlar da içeriğin bir parçasıdır. Fotoğraf ya da grafiklerin vermek istediğiniz mesaja katkısını sorgulayın.

Şeffaf Olun!

Hissedarlar her zaman doğruları ister. Gelecek yatırımları ve geçmiş başarılarınızı anlatırken bunu olgularla, örneklerle ve rakamlarla destekleyin. Başarılı bir stratejiniz olduğunu anlatmak için gerekirse ek materyal, rakam ve mesajlara yer verin. Kafalardaki soruları yanıtlayamazsanız yatırımcı kendi doğrularını yaratır.



Çevreyi ve Sorumluluğunuzu Unutmayın!

Faaliyet raporu, mesajınızı ve misyonunuzu hissedarlarınıza en iyi anlatabileceğiniz iletişim aracıdır. Bu aracı etkin kullanmalı, şirketinizin çevreye ve topluma olan sorumluluğuna ve bu doğrultudaki taahhütlerine geniş yer ayırmalısınız.

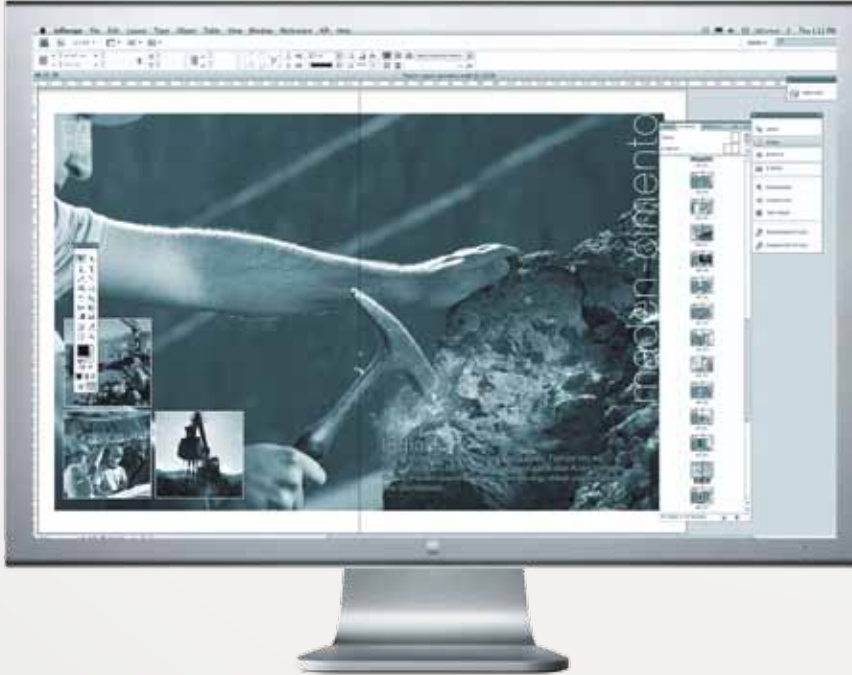
Mesajınızda Tutarlı Olun!

Temel amacınız iş ve yatırım dünyasında şirketinize duyulan güveni sağlamlaştırmak ise verdiğiniz mesajlara dikkat edin. Unutmayın güvenilir olabilmek için verdiğiniz mesaj ile yaptıklarınız örtüşmeli ve tutarlı olmalıdır.

Nasıl Raporlamalıyım: Neden Bu Tasarım?

Ciddi bir süreç yönetimi
gerektiren faaliyet
raporu tasarımı,
raporun en az içeriği
kadar güçlü olmalıdır.

Bir ürünü ne kadar iyi tasarlıyorsanız tasarlayın eğer içeriği işe yaramazsa kendisi de işe yaramayacaktır. Aynı şekilde içeriği ne kadar iyi olursa olsun kimsenin dikkatini çekmediği sürece o içerik de etkisizdir. İyi bir faaliyet raporu bu iki nokta arasında dengeyi sağlamalıdır.



Tasarım Bir Süreç İşidir

Faaliyet raporu tasarımı masa başında grafik tasarımcıların birkaç haftada yapabileceği bir çalışma değildir. Faaliyet raporu tasarımı bir süreç yönetimi gerektirir. Tasarımcının, şirketi ve faaliyet raporuna konu olan dönemi iyi öğrenmesi çok önemlidir. İndeks tasarım ve içerik ekibinin üyeleri bir faaliyet raporuna kurumu tanıyarak adım atar, çalışmanın başından sonuna kadar süreç içerisinde aktif olarak yer alır.



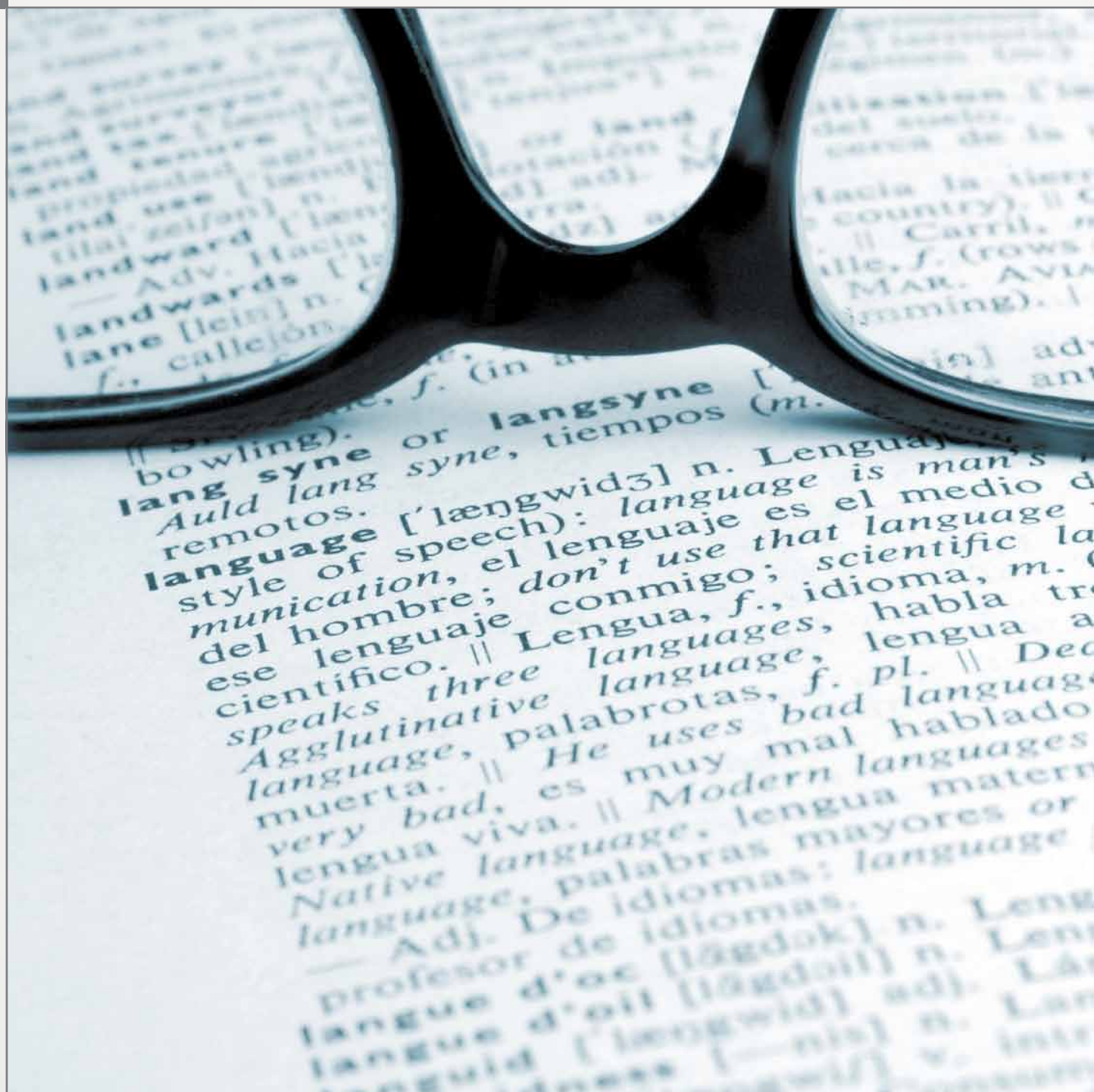
İyi Bir Tasarım Sizi Anlattığı Sürece İyidir

Faaliyet raporu için yaratılan iyi bir konsept ancak faaliyet raporuna konu olan yılı iyi anlatabiliyorsa etkin olabilir. Raporda kullanılan temanın kesinlikle firmanın misyon ve vizyonunun yanı sıra geride bırakılan yılın başarılarını da iyi aktarabiliyor olması gereklidir.

İçeriği Olmayan Tasarım Başarısızdır

Faaliyet raporlarının hitap ettiği kitlenin raporu okumak için sınırlı zamanı vardır. Bu da bilginin etkin bir şekilde karşıya aktarılmasını zorlaştırır. Etkili ve anlaşılabilir bir tasarımın etkin bir içerikle buluşması da bu noktada gerçekleşir.

Faaliyet raporunuzu okutmak etkili bir içerik kadar etkili bir tasarımla mümkündür. İndeks, faaliyet raporunun yapımı aşamasında firmayı ve geride bıraktığı yılı anlamak için yaptığı içerik çalışmasını görselle buluşturmakta ustalığını ortaya çıkardığı projelerle kamuoyuyla paylaşmaktadır.





Veri Madenciliği



Sektörel Araştırmalar

İndeks, sektör analizleriyle raporunuzu bir adım öne taşır. Yapılan araştırmalar, paydaşlarınıza sektörün trendlerini gösterirken, uzun vadeli planlar kurgulayabilmenizi sağlar. İndeks, sektörel araştırmaların güncel ve doğru verilerle yapılmasını, bünyesinde barındırdığı nitelikli içerik ekibinin yanı sıra akademik gruplarla yaptığı işbirlikleriyle sağlar.

Geçmiş Dönem Analizleri

Faaliyet raporlarında yer alan finansal tablolar, çoğu zaman hak ettiği ilgiyi görmeyebilir. Oysa buradaki veriler, kurumun mali yapısını, büyüme hızını, karlılığındaki artışı, özetle firmanın nereden nereye geldiğini ve hedeflerini ne ölçüde gerçekleştirebildiğini ortaya koyar. Unutmamak gerekir ki, bu sonuçlara detaylı ve çapraz bir inceleme gerçekleştirilmeden ulaşmak kolay değildir. İndeks, hem güncel hem de geçmiş finansal verilerinizi kullanarak kurumun performansını değerlendirir ve öne çıkan değerleri vurgulayabilmenizi sağlar. Milli gelire sağlanan katkı, istihdama ayrılan pay, eğitime verilen destek, yürütülen Ar-Ge çalışmaları, kurumun entelektüel sermayeye yaklaşımı gibi önemli ve ilgi çeken sonuçları paylaşabilmenize fırsat verir.

**İndeks, hazırladığı içeriği
sektörel araştırmalar ve
geçmiş dönem analizleriyle
güçlendirir.**



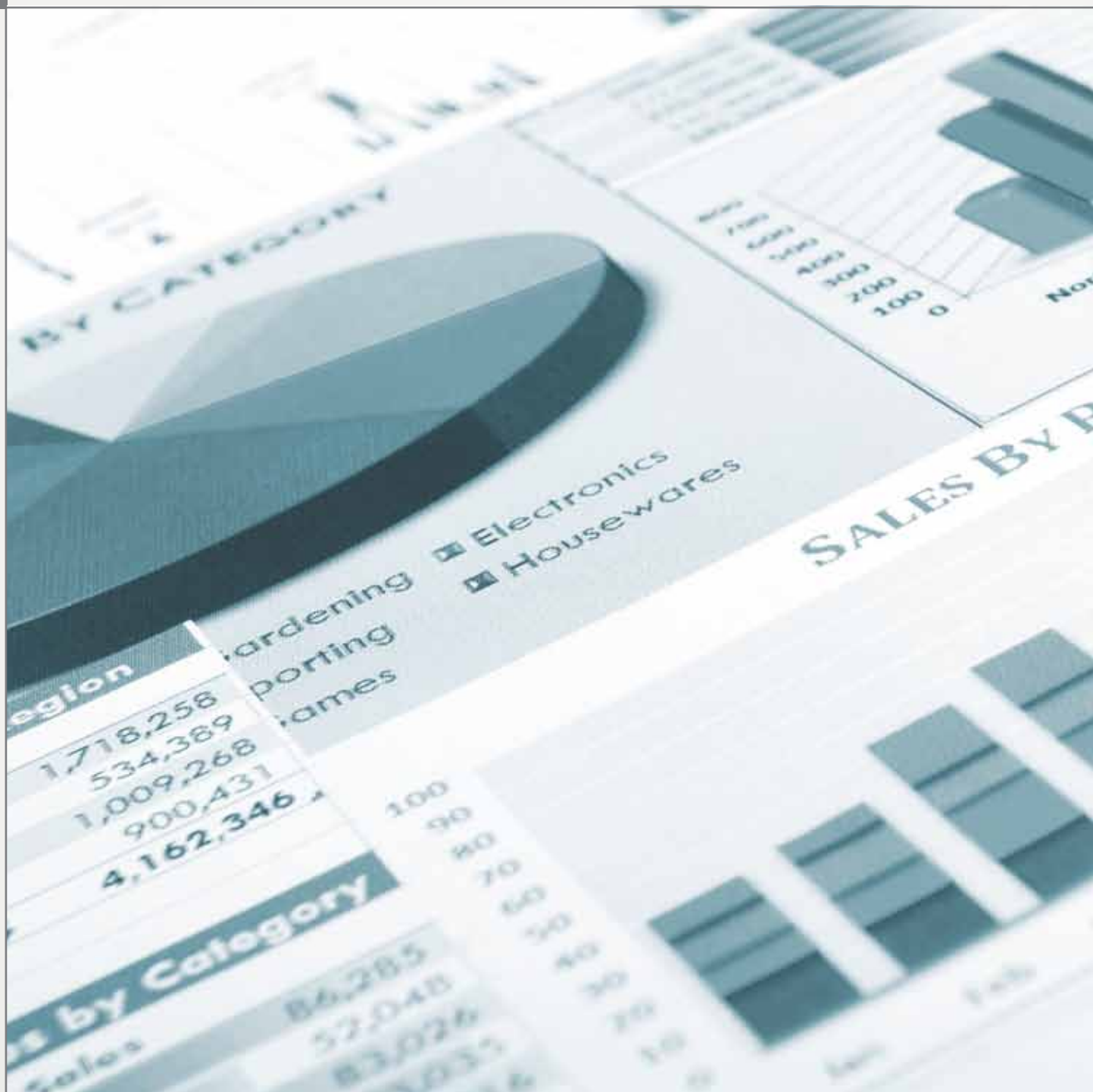


Fotoğraf ve Video Çekim Hizmetleri

Yöneticiler, çalıştıkları kurumun imajını yansıtır. Bu nedenle, verilen mesaj kadar, o mesajı kamuoyuyla paylaşan yöneticilerin fotoğraflarının da özenle kurgulanması önemlidir. Kurumsal kimliğe ve verilmek istenen mesaja uygun bir sonuç alabilmek içinse gerekli hazırlıkları yapmak, planlamak ve çekim sürecini doğru yönetmek gerekir.

İndeks, içerik konusunda gösterdiği titizliği, yönetici portrelerinin çekiminde de sergiler.

İndeks, ışıktan kompozisyona, giysinin renginden çekim yapılacak mekana kadar her detayı titizlikle planlar. Gerek farklı disiplinlerde faaliyet gösteren İndeks Görsel Ajans üyelerinden destek alarak gerekse uzman profesyonel fotoğraf-video ve prodüksiyon ekipleriyle çalışarak süreçleri hızlı ve sorunsuz yönetir.



Tablo ve Grafik Çözümler



Rakamsal verilerin resimle ifadesi olan tablo ve grafikler, kısıtlı zaman dilimi içerisinde önemli bilgilerin göze çarpmasına yardımcı olur.

Raporlar pek çok önemli rakamsal veriyle doludur. Bu bilgilerin kolay anlaşılması ve çabuk yorumlanabilmesi ise farklı bir ifade tarzı ile mümkün olur. Bu noktada, rakamsal verilerin resimle ifadesi olan tablo ve grafikler, önemli bir görev üstlenir. Raporların okunmasına ayrılan zamanın kısıtlı olması, grafik ve tabloların bu önemli görevini daha da anlamlı kılar. Grafik ve tablolar için geliştirilen farklı uygulamalar, kısıtlı zaman dilimi içerisinde önemli bilgilerin göze çarpmasına yardımcı olur.

İndeks, tablo ve grafik çözümleriyle bilgilerinizin gözden kaçmamasını, kolay anlaşılmasını ve çabuk yorumlanabilmesini sağlar. Geliştirilen uygulamalar aynı zamanda, verileri kategorilere ayırarak sunma özgürlüğü tanırken, rakamların daha geniş kitlelere iletilebilmesine yardımcı olur.

OYAK ÇİMENTO GRUBU
2009 Faaliyet Raporu

an Çimento
9 Faaliyet Raporu

 **Garanti**
2009 YILLIK RAPOR

 **Garanti** 2009 YILLIK RAPOR



Aksesuar ve Ambalaj Çözümleri

Farklı bir yaklaşımla tasarlanmış içerik ve görselin yanı sıra hedef kitle ile ilk buluşma noktası olan ambalaj ve aksesuarlar incelikle düşünülmeli ve uygulanmalıdır.



Raporlar, bir kurumun rakamsal verilerini ve mesajlarını, hedef kitlesine ulaştıran iletişim araçlarıdır. Çoğu zaman dünyanın en sıkıcı dokümanları olabilen raporların göze çarpmaları, insanları kendilerine çekip okutturmaları gerekir. Bu noktada farklı bir yaklaşımla tasarlanmış içerik ve görselin yanı sıra hedef kitle ile ilk buluşma noktası olan ambalaj ve aksesuarlar önemli rol oynar.

İndeks, hazırladığı raporların içerik ve görsellerinin sunumunda izlediği yaratıcı yaklaşımı, ambalajın tasarımında ve aksesuarın seçiminde de sergiler. Raporunuzun kirlenmesini önleyen, arşiv yapılabilmesini kolaylaştıran, raflarda kaybolmamasını, göze çarpmasını sağlayan, hem fonksiyonel hem de estetik çözümler geliştirir ve konseptte en uygun sonuca ulaşmak için çalışır.

İndeks, zengin ve ciddi bir ekosisteme sahiptir. Bu sistemde, geçmiş projelerimizde işbirliği yaptığımız, her biri alanında uzman olan pek çok kuruluş yer alır. İşlerimizin sürekliliğine katkı sağlayan ekosistemimiz sayesinde, tüm projelerimizin kalitesini garanti altına alırız.

Faaliyet Raporları Ödülllerimiz

Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş. 2007 Faaliyet Raporu:

- MerComm Uluslararası Yıllık Faaliyet Raporu Yarışması'nda (International ARC Awards);
Batı Yarımküre Holdingleri arasında "Altın" ödül

Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş. 2008 Faaliyet 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.

Garanti Bankası Yıllık Rapor 2009:

- LACP (League of American Communications Professionals) 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
- İletişim Profesyonelleri Ligi'nin (LACP) düzenlediği "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 iyi Yatırımcı İlişkileri Faaliyet Raporu" seçildi.

Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. 2009 Faaliyet Raporu:

- MerComm Faaliyet Raporları Yarışması (ARC Awards) kapsamında;
"Faaliyet Raporları Bütünü - Çimento Sektörü Şirketleri" kategorisinde "Altın" ödül.

Dün, Bugün, Yarın

Faaliyet Raporu 2008

Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş.
2008 Faaliyet Raporu

Faaliyet Raporu
Şirketler

Doğan

Garanti

2008 YILLIK RAPOR

Garanti 2009



www.indeksiletisim.com

indeks içerik-iletisim danismanlık Kore Şehitleri Caddesi, No: 28 Atılım İş Merkezi K: 4 D: 4
34394 Zincirlikuyu-İstanbul Tel: 0212 347 70 70 Faks: 0212 347 70 77
e-mail: indeks@indeksiletisim.com web: www.indeksiletisim.com