

İŞTE TÜRKİYE'NİN
EN ETKİN

50

CMO'SU

Dijitalleşme baş döndürücü hızla ilerlerken tüketici alışkanlıkları da süratle değişiyor. Bu dönüşüm pazarlama alanında da köklü kırılımlara yol açarak CMO'ların (Chief Marketing Officer) rolünü daha stratejik hale getiriyor. Teknolojiye hakim CMO'lar fark yaratıyor. Bu sayımızda sizleri performansıyla dikkat çeken Türkiye'nin En Etkin 50 CMO'suyla tanıştırıyoruz. İşte DataExpert iş birliğinde BMI tarafından yürütülen En Etkin 50 CMO Araştırması sonucunda hazırlanan 'En Etkin 50 CMO' listesindeki başarılı Pazarlama Liderleri...

Güçlü hayaller, cesur markalar



İnanç Dedebaş

Publicis Groupe Türkiye / CEO

Çok yönlü şapkaları ile pazarlamanın her alanına dokunan ve her birine güçlü liderlikleri ile yön veren CMO'ların rolü bugün her zamankinden daha da kritik. "Yapmak ya da yapmamak" sorusu etrafında sadece yapılabileni değil, aynı zamanda etkili olanı arayan CMO'lar, sonsuz kaynağa erişebildiğimiz fırsatlar havuzu içerisinde en doğru olana ulaşmayı hedeflemeye devam edecek.

Bu hedefe giden yolda insan merkezli olmak, yaratıcı ve yenilikçi olmak, pazarlamanın ve iletişimin her alanında karşımıza çıkmaya devam edecek. Veri ve analitiğin gücünden yararlanan, teknolojiyi doğru kullanarak ileriye doğru okuyabilen, tüm bunların sonucunda markaları adına büyük hayalleri olan pazarlama liderleri rekabette üstünlük sağlayacak. Bu yol haritasını 4 ana başlıkta özetleyebiliriz:

1- Yaratıcı düşünce: Hafızamıza kazınan iletişimleri düşündüğümüzde, bu filmlerin hepsinin ortak bir özelliği olduğunu görüyoruz. Her biri doğru yer, an ve durumda bize ulaşmalarının yanı sıra, duygularımızı gıcıklayan, merak ve ilgi uyandıran ya da ilham veren özelliklere sahip. Pazarlama dünyasında yeni bir yetkilendirme çağının başladığını söyleyebiliriz. Kültürel ve toplumsal araştırmalardan

yola çıkarak elde ettiğimiz "içgörüler," yapay zeka ve makine öğreniminin gücü ile "öngörülere" dönüşüyor. CMO'nun içinden gelen güçlü koku alma yetisi topluma ve tüketicilere dair daha somut öngörülerle birleşip, daha yaratıcı olmalarını sağlayacak.

2- Veri ve analitiğin gücü: Sezgisel karar verme sürecini veri ve analitik odaklı stratejilerle harmanlamak daha da kaçınılmaz. Tüketici davranışları ve tercihleri hakkında derin, ayrıntılı iç görüleri datanın gücü sayesinde ve kişiselleştirilmiş deneyimler aracılığıyla ulaşmak mümkün.

3- Tüketicilerle güvene dayalı bağ korumak ve aynışma tehlikesinden kaçmak: CMO'ların neredeyse üçte ikisi yeni teknoloji destekli ürün ve hizmetlerle tüketici güveninin risk altında olduğunu düşünüyor. Tüm kurumlar için bu güveni inşa etmek günümüzde her zamankinden daha da kritik. CMO'lar tüketici güvenliğini dikkatli bir şekilde korurken, yapay zekanın benimsenmesi ile getirdiği faydaları bir denge içerisinde yönetecek.

4- Yeni teknolojiler & e-ticaretin yükselişi: Dijital medyanın yeni gücü olan perakende medyası, tüketicilerin neyi, ne zaman ve nasıl istedikleri konusunda bizlere sağladıkları içgörülerle birlikte tüketici yolculuğunun merkezinde ve dünyadaki trendlere paralel olarak yükselen bir değer ve CMO'ların da gündemindeki en kritik konu başlıklarından biri.

"En Etkin 50 CMO" listesi, Türkiye'nin lider global ve yerel şirketlerinde pazarlama fonksiyonunun bayrağını taşıyan, "iş dünyasının altın yakalıları" olarak nitelendirdiğimiz CMO'lara odaklanıyor. Publicis Groupe Türkiye olarak, stratejik partneri olduğumuz CMO Summit 2024'te En Etkin 50 CMO Ödül Töreni'nde yer alacak liderlerimizi takdim etmekten mutluluk duyuyorum...



AHMET OLMUŞTUR

Türk Hava Yolları

Pazarlama ve Satış. Sor. GMY

Marmara Üniversitesi İşletme bölümü mezunu. İşletme yönetimi yüksek lisansını dönüşümlü olarak, Long Island University Brookville (New York), European Business School (London), Pole Universitaire Leonard de Vinci'de (Paris) tamamladı. 2014'ten bugüne Pazarlama ve Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevinde. Aynı zamanda, Sunexpress Yönetim Kurulu ve Denetim Kurulu üyesi.



AKIN GARZANLI

Beko / Arçelik

Pazarlamadan Sorumlu GMY

Avusturya Lisesi'nin ardından İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'ni bitirdi. Koç Üniversitesi'nden MBA derecesi aldı. Harvard Business School Kellogg School of Management'ta çeşitli programları tamamladı. Arçelik'te yaklaşık 20 yıl farklı roller üstlendi. Garzanlı CMO olarak geniş bir coğrafyaya yayılmış pazarlama ekibini yöneterek, pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi konusundaki tüm süreçlerin sorumluluğunu üstleniyor.



ARZU ULUDAĞ

Nippon Paint Betek

Pazarlamadan Sorumlu GMY

Boğaziçi Üniversitesi Politika Bilimi Bölümü mezunu. Eczacıbaşı Grubu'nda uzun yıllar VitrA ve Artema markalarını yönetip, en son Yapı Grubu - Banyo Global Pazarlama Direktörlüğü görevini yürüttü. Emaar Türkiye ve Windom Partners Danışmanlık'ta üst düzey pazarlama rolleri üstlendi. 2019'dan bu yana Betek Boya'da Pazarlamadan Sorumlu GMY ve Nippon Paint globalde Strategic Marketing Capabilities Lead görevinde.



ASLI ÖNDER

PepsiCo İçecek

Kıdemli Pazarlama Direktörü

Pazarlama kariyeri boyunca PepsiCo, Frito Lay, Unilever, Danone şirketlerinde görev alan Aslı Önder halen PepsiCo İçecek Pazarlama Direktörlüğü görevini yürütmektedir. Yenilikçi ve cesur marka kampanyaları ile toplumsal faydayı birleştiren marka programları yapmaya önem vermektedir. ODTÜ Endüstri Mühendisliği ve University of Michigan MBA mezunudur.



AYSEL AYDIN

Hayat / Strateji ve Paz.
Sorumlu Başkan Yardımcısı

İTÜ Kimya Mühendisliği mezunu. Kurtsan İlaçları'nda Ürün Müdürü olarak iş hayatına başladı. 1995'te Toprak Kağıt'ta Pazarlama Müdürü oldu. 2005'te Temizlik Kağıdı Kategorisi Pazarlama Müdürü olarak görev aldı. 2014 - 2016'da Temizlik Kağıdı Kategorisi Global Pazarlama Dir., 2016'dan itibaren ise Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yrd. olarak Hayat Kimya'nın tüm dünyada strateji ve pazarlama faaliyetlerini yürütüyor.



BARIŞ SÖNMEZ

DeFacto / Mağazacılık ve Paz.
Sorumlu Genel Müdür

Kariyerine Danone Tikveşli'de başladı. 9 senelik bir süreçte şirket bünyesinde marka yöneticisi, marka müdürü ve alternatif kanallar satış müdürü görevlerinde yer aldı. Mayıs 2011'den 2022'ye kadar Yemeksepeti Pazarlama Direktörü olarak görev yaptı ve şirketin pazarlama ve büyüme stratejilerinden sorumlu oldu. 2022'den beri Defacto'da Mağazacılık ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür olarak görev almaktadır.



BEGÜM ARŞ TÜRK

Logo Grup / Paz. ve Müşteri
Deneyimi Başkanı, CMO

Yeditepe Üniversitesi Endüstri Mühendisliği mezunu, aynı üniversitede MBA yaptı. İş hayatına 2003'te başladı. Zorlu'da Rusya operasyonları Pazarlama Müdürlüğü yaptı. Turkcell'de Satış ve Pazarlama alanında çalıştı. 2016'da Logo Yazılım'a Paz. Müdürü olarak katıldı. 2019'da Paz. ve Sadakat Yönetimi Dir., 2020'de Paz. Grup Bşk. oldu. 2023'ten beri Pazarlama ve Müşteri Deneyimi Başkanı, CMO görevindedir.



BİLGE ÇİFTÇİ

Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri
CMO

ODTÜ Endüstri Mühendisliği Bölümü mezunu. 1998 - 2005 arası P&G Türkiye'de görev aldı. 2005'te P&G Avrupa merkezinde çalışmak üzere Cenevre'ye gitti. 2011'de Türkiye'ye dönerek Vodafone Türkiye Marka ve Pazarlama Stratejisi Direktörü oldu. 2016'da markanın dönüşüm sürecine liderlik etmek üzere Vodafone Birleşik Krallık'ta Marka Direktörü oldu. Mart 2020'den beri Eczacıbaşı Tüketim Ürünleri CMO'su.



BİLLUR KAYMAK BURKUTOĞLU

**Aras Kargo / Paz., Kurumsal
İletişim ve Müşteri Den. GMY**

Nestle, Danone, Sütaş, Hayat Kimya gibi uluslararası ve ulusal kurumlarda Pazarlama Yöneticiliği yaptı. Farklı kültür ve ülkelerde deneyim kazanan Burkutoğlu'nun tutkusu, dönüşümü ateşleyerek marka ve ekiplerin gelişmesini sağlamaktır. Burkutoğlu; Aras Kargo'da Pazarlama, Kurumsal İletişim, Müşteri Deneyimi GMY olarak çalışmaktadır ve Yönetim Kurulu'nda Kadın Derneği 5. Dönem Mentisidir.



BURCU ÇİVELEK YÜCE

**Akbank / Bireysel Bankacılık
ve Dijital Çözümler GMY**

25 yıllık profesyonel hayatının son 10 yılı aşkın kısmında CxO ve Yönetim Kurulu Üyeliği görevlerinde yer almış, finansal hizmetler, teknoloji ve yönetim danışmanlığında deneyim kazanmış bir liderdir. 2006'da katıldığı Akbank'ta sırasıyla Strateji Bölüm Başkanı, İK ve Strateji GMY ve Strateji, Dijital Bankacılık ve Ödeme Sistemleri GMY olarak görev yaptı. Ocak 2022'den beri Bireysel Bankacılık ve Dijital Çözümler GMY görevinde.



BURÇİN ÇELİK

**CarrefourSA
CMO**

1998'de İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi mezunu. CarrefourSA'da İthalat ve Lojistik departmanında yönetici olarak işe başladı. 2012'de Tedarik Zinciri, Kasa Yönetimi, Sistem ve Organizasyondan Sorumlu Direktör oldu. 2013'te Tedarik Zinciri, Kasa Hattı ve Organizasyondan Sorumlu olarak başladığı görevine Tedarik Zinciri, E-Ticaret, CRM ve Pazarlama GMY ve CarrefourSA İcra Kurulu Üyesi olarak devam etmektedir.



BURÇİN GÜLŞEN İÇAĞASIOĞLU

**The Walt Disney Company
Paz., İlt. ve Kreatif. Sor. GMY**

Koç Üniversitesi'nde Uluslararası İlişkiler bölümünden mezun oldu. Aynı zamanda lisanslı bir voleybolcudur ve Fenerbahçe Kadın Voleybol Takımı'nın kaptanlığını üstlendiği dönemde birçok şampiyonluk elde etmiştir. The Walt Disney Company bünyesine geçen FNG Türkiye'de; FOX, National Geographic, FOXLIFE, FX, FOXCRIME, 24Kitchen, BabyTV, FOXplay başta olmak üzere tüm markaların konumlandırma, imaj ve iletişiminden sorumludur.



BÜŞRA ORAKÇIOĞLU BİBEROĞLU

**Orka Holding / Yönetim Ku.
Üyesi ve Paz. Grup Başkanı**

Koç Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu. Üniversite eğitimi devam ederken Orka Holding'in bütün departmanlarında görev aldı. Şirkette iş geliştirme, tasarım, dijital pazarlama, strateji gibi birçok alanda etkin görev aldı. Yaklaşık 9 yıldır Orka Holding'de çalışmaya devam ediyor. Orka Holding Yönetim Kurulu Üyeliği ve Pazarlama Grup Başkanlığı görevlerini yürütmektedir.



CANER ALPASLAN

**TAB Gıda
CMO**

St. Joseph Lisesi ve Bilkent Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nden mezun oldu. Galatasaray Üniversitesi İletişim Stratejileri ve Halkla İlişkiler bölümünde yüksek lisans yaptı. FedEx ve Akademetre'de çeşitli görevler üstlendi. Uzun yıllar çalıştığı Coca-Cola İçecek bünyesinde sayısız proje yürüttü. TAB Gıda'ya 2020'de Pazarlama Direktörü olarak katıldı ve 2023'ten itibaren TAB Gıda CMO'su olarak görevine devam ediyor.



CEM DEMİRÖZ

**Watsons Türkiye / Pazarlama
ve Ticaret Direktörü**

Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü mezunu olan Cem Demiröz, Pittsburgh Üniversitesi'nde MBA eğitimi almıştır. 2000 yılı itibarıyla sırasıyla Doğan Yayıncılık, Sony Türkiye, Dixons Retail ve Tesco'da üst düzey yöneticilik ve yönetim kurulu üyeliği görevlerini üstlenmiştir. 2018 yılından beri Watsons Türkiye Ticaret ve Pazarlama Direktörü olarak çalışma hayatına devam etmektedir.



CRISTINA POLİNİ

**PENTİ
CMO**

L'Oréal gibi bir pazarlama okulunda başlayan ve sonra giyim sektörüne (Chantelle, Dim, Lovable, Fila ve OVS) odaklanan 37 yıllık bir kariyer. 48 yaşında hayatını değiştirerek Pentı CMO'su olarak Türkiye'ye taşındı. Kadın içgörülerindeki derin bilgisi, karmaşıklığı yönetme kabiliyeti, esnekliği ve fikir üretme becerileri, Pentı'nın bugüne gelmesinde rol oynadı. Şu anki amacı Türkiye'deki kadınları güçlendirmek için markaya liderlik etmek.



DİDEM HİÇYORULMAZLAR

Akış GYO

Satış ve Pazarlama Direktörü

Mimar Sinan Üniversitesi Sosyoloji Bölümü mezunu. Kariyerine 1996'da Mert Metal Ltd. Şti.'de başlamış, 2004'e kadar çalışmaya devam etmiştir. 2004 - 2009'da ise Yapı Kredi Koray GYO A.Ş.'de, 2009'da Akkök Holding bünyesinde bulunan Akış GYO A.Ş. ekibine katılmıştır. 2009 - 2017'de Akış GYO A.Ş.'de Satış ve Pazarlama Müdürü olarak çalışmış olup, 2017 yılından bu yana Satış ve Pazarlama Direktörü olarak görev yapmaktadır.



DUYGU BADEM UYLUKÇUOĞLU

Vestel

Pazarlama Genel Müdürü

İş hayatına 2010'da Vestel'de başladı. Pazarlama Sorumlusu, Pişirici ve Yıkayıcı Kategori Müdürü ve Beyaz Eşya Paz. Müdürü görevlerinde bulundu. 2018'de Vestel'de Pazarlama Müdürü olarak başarılı çalışmalara imza attı. 2019'da Vestel Pazarlama GMY oldu. 2024'te yurtiçi ve yurtdışı pazarlama operasyonlarının birleştirilmesiyle Pazarlama GMY'lüğü ve Vestel'in Global CMO'luk görevlerini üstlendi.



EBRU ŞAPOĞLU

Şişecam

Satış ve Pazarlama GMY

İstanbul Üniversitesi İngilizce İktisat Bölümü mezunu. Çalışma hayatına 1999'da Şişecam'ın Düz Cam faaliyet alanında Ürün Sorumlusu olarak başlamıştır. 2016'da Düz Cam faaliyet alanı Pazarlama ve Satış Başkan Yardımcılığı görevine atanmıştır. 2021'de Satış ve Pazarlama Kıdemli Direktörü (DüzCam) olan Şapoğlu, 2022'de Şişecam Satış GMY, 2024'te ise Satış ve Pazarlama GMY görevine atanmıştır.



EKMEL NURİ BAYDUR

Migros Grubu

Pazarlama İcra Kurulu Üyesi

Marmara Üniversitesi İşletme bölümü mezunu. 1992-1995'te Yapı Kredi Bankası'nda çalıştı. 1995'te Migros Ticaret A.Ş.'de göreve başladı. Birçok farklı departmanda üst düzey yöneticilik yaptı. 2021-2023 arasında Pazarlama İcra Kurulu Üyesi olarak görev yapan Baydur, 2023 itibarıyla Migros'ta Migros Grubu Pazarlama İcra Kurulu Üyesi (MigrosGrup CMO) olarak görevine devam etmektedir.



ELİF GÖKTAŞ

Beymen

Pazarlama GMY

ODTÜ İşletme bölümü mezunu. 1995'te Koç Holding'de başladığı kariyerini Danone, Sabancı Holding, Mey Diageo, Doğtaş-Kelebek ve McDonald's'ta sürdürdü. 2022'den beri Beymen'in yabancı markalarının ve Beymen Collection, Academia, Beymen Club markalarının yönetimi, kurumsal iletişim ve itibar yönetimi, PR ve etkinlik, müşteri deneyimi, sürdürülebilirlik çalışmalarını yönetiyor.



EMRE KURTOĞLU

Teknosa / Dijital Ticaret ve Pazarlama GMY

Galatasaray Lisesi ve Galatasaray Üniversitesi İşletme mezunu. 26 yıllık iş tecrübesi bulunmaktadır. Danone, Gıda, Kimberly Clark, Mavi, Terra Pizza gibi şirketlerde Satış, Pazarlama, Dijital, E-Ticaret ve Kategori alanlarında üst düzey görevlerde bulunmuştur. 2021'den itibaren Sabancı Holding bünyesindeki Teknosa'da kariyerine devam eden Kurtoglu Pazarlama, CRM ve Online kanallardan sorumlu GMY olarak çalışmaktadır.



ENİS KURTOĞLU

QNB Finansbank / Bireysel Ban. ve İşletme Bankacılığı GMY

Boğaziçi Üniversitesi Elektrik - Elektronik Mühendisliği bölümü mezunu. Citibank Türkiye, Citibank Avrupa, Orta Doğu ve Afrika Bölgesi Londra Merkez Ofisi ve Finansbank'ta üst düzey yöneticilik yaptı. 2014-2015'te Kitle Bankacılığı ve Direkt Satış Direktörü olarak görev aldı. 2016'da GMY olarak atanarak, Bireysel ve Özel Bankacılık GMY olarak görev yaptı. 2022 itibarıyla Bireysel Bankacılık ve İşletme Bankacılığı GMY oldu.



ESRA ARSLANBAŞ KAYNAK

Otokoç Otomotiv / Pazarlama ve Dijital Platformlar Lideri

Otokoç Otomotiv Pazarlama ve Dijital Platformlar Lideri. 8 ülkeden sorumlu. 20 yıllık deneyime sahip. Kariyeri boyunca E-ticaret, Dijital Platformlar, Müşteri Deneyimi, Omnichannel, KSS konularında birçok projeyi hayata geçirdi. İşletme Engelliler Eğitim Faaliyetleri gönüllüsü; TOSFED Kadınlar Komisyonu, NewGen Community üyesidir.



EZGİ YILDIZ KEFELİ

Mercedes-Benz Otomobil Paz. ve Kur. İletişim Grup Md.

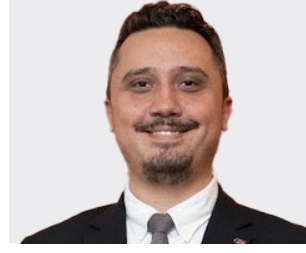
Kariyerine 2006'da Daimler AG/Evobus GmbH Stuttgart'ta başladı. 2008'de Mercedes-Benz Türk'te Uluslararası Satın Alma Hizmetleri Proje Yön., 2012'de Kur. İletişim Birim Md., 2015'te CEO Asistanı, 2017'de ise Kur. İletişim Grup Md. oldu. 2020'den itibaren Mercedes-Benz Otomotiv bünyesinde Operasyon Ağı Geliştirme Grup Md. olarak görev yaptı. 2023'ten beri Mercedes-Benz Otomobil Paz. ve Kurumsal İletişim Grup Md. görevinde.



GÖKÇE KUNT

FLO Group Pazarlama ve Büyüme GMY

İstanbul Üniversitesi İşletme Yönetimi mezunu. Aynı üniversitede Pazar ve Pazar Araştırma yüksek lisans programını tamamladı. Pazarlama alanında yaklaşık 20 yıllık iş deneyimine sahip. Ülker'de Marka Müdürü görevinde bulundu. Doğadan Gıda, Atasun Optik ve son olarak Danone Water'da Pazarlama Direktörlüğü görevini üstlendi. FLO Group'ta Pazarlama ve Büyüme GMY görevini devam ettirmektedir.



GÖRKEM DERELİ

Hepsiburada Pazarlama Grup Direktörü

Kariyerine QNB Finansbank'ın Ödeme Sistemleri Pazarlama biriminde başlamıştır. Ardından Forte Consultancy Group'ta Yönetim Danışmanı olarak görev almış ve 7 ülkede 15'ten fazla şirkette Pazarlama ve Müşteri Değer Yönetimi odağında projeler yönetmiştir. Türkiye'ye döndüğünde sırasıyla Garanti BBVA ve Koç Holding bünyesinde Pazarlama ve Growth alanlarında uzmanlaşmasının ardından, Nisan 2021'de Hepsiburada'ya katılmıştır.



GÜLİZAR ÖCAL DOĞAN

Kerevitaş CMO

Suny New Paltz Üniversitesi'nde İşletme eğitimi mezunudur. İş hayatına çok uluslu reklam ajansı Leo Burnett de başladı. McDonald's, Milupa, Kelloggs, Sütaş'ta, Yıldız Holding'te görev aldı. 2022'den itibaren Kerevitaş'ın CMO'luğunu yapmaktadır. SuperFresh, Ülker gibi markaların da pazarlama faaliyetlerini ekipleri ile birlikte yönetmektedir. Reklamverenler Derneği ve IAB yönetim kurulundadır.



HÜSEYİN NECDET KALKAN

Nestlé Türkiye / İçecekler İş Birimi Genel Müdürü

Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü mezunu. Aynı üniversitede MBA derecesi aldı. 2006'da Nestlé ailesine katıldı. 2015'te Nescafé Gold, Nescafé Classic ve Nestlé Coffeemate kategorilerinden sorumlu Pazarlama Müdürü olarak görev yaptı. Ardından Nestlé Türkiye Kahvaltılık Gevrekler İş Birimi Genel Müdürlüğü görevini üstlendi. Temmuz 2020 itibarıyla Nestlé Türkiye İçecekler İş Birimi Genel Müdürü olarak görev yapmaktadır.



MELTEM BAKİLER ŞAHİN

Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı

Vodafone Türkiye'ye 2017'de Kurumsal İş Biriminden Sor. İcra Kur. Bşk. Yrd. olarak katıldı. Vodafone'un şirketlerin dijital iş ortağı ve toplam çözüm sağlayıcısı olmasında liderlik etti. 2021 itibarıyla Bireysel İş Biriminden Sor. İcra Kur. Bşk. Yrd. görevini sürdürüyor. Vodafone'un kişiselleştirilmiş ve müşteri deneyimine odaklı stratejisini bireysel müşteriler için dijital ve perakende kanalından yönetmektedir.



MURAT ÇAĞRI SÜZER

Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı

Kariyerine 2006'da satış ve ticari pazarlama yöneticiliğiyle başladı. 2017 - 2020'de BBVA Amerika Bireysel Bankacılıktan Sorumlu GMY, Nisan 2020 itibarıyla Garanti BBVA Ödeme Sistemleri A.Ş. Genel Müdürü oldu. Temmuz 2022'de Garanti BBVA Ödemeler ve İş Ortaklıkları GMY oldu. Ekim 2023'te Garanti BBVA Ödeme Sistemleri yönetimi ile beraber Garanti BBVA Müşteri Çözümleri ve Dijital Bankacılıktan Sor. GMY oldu.



MURAT ÇOLAKOĞLU

L'Oréal Türkiye Dijital ve Pazarlama Direktörü

Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi bölümü mezunu. 2016'da Tüketici Ürünleri Bölümü'nde Kıdemli Dijital Proje Müdürü rolüyle L'Oréal Türkiye'ye katıldı. 2019'da Dijital Müdürü, 2021'de ise Dijital Direktörü görevlerine terfi etti. Kariyerine L'Oréal Ülke Kurumsal Dijital ve Pazarlama Direktörü olarak devam ediyor. Teknoloji ile geleceğin şirketine dönüşme yolunda aynı zamanda geleceğin güzelliğini yaratmayı amaçlıyor.



MUSTAFA KABAKÇI

Ülker
CMO

2022 yılında Ülker CMO'su olarak göreve başladığından beri, tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerini en doğru şekilde anlayıp doğru ürünlerle bu ihtiyaçları karşılama konusunda önemli pazarlama stratejileri belirledi. Kabakçı, 20 yıllık pazarlama kariyerinde çokuluslu şirketlerde edindiği tecrübe ve vizyonla Ülker markalarının pazardaki konumlarını daha da güçlendirmek için ekibiyle beraber çalışmalarını sürdürüyor.



NATALİ KASAP

Unilever / Türkiye, O. Asya, İran
Güzellik ve Sağlık Kat. Ülke Ld.

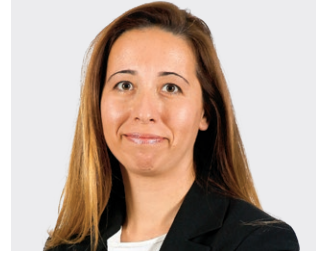
Kariyerine 2010 yılında Mey İçki - Diageo'da pazarlama kategorisinde başladı. Unilever ailesine 2012 yılında Marka Müdür Yardımcısı olarak katılarak Clear, Omo, Magnum, Cornetto, Max, Cif olmak üzere birçok farklı kategori ve markaya liderlik etti. 1 Temmuz 2022 tarihinde Unilever'in küresel Compass organizasyon yapılanması doğrultusunda Türkiye, Orta Asya ve İran Güzellik ve Sağlık Kategorisi Lideri olarak atandı.



NAZİM ERDOĞAN

sahibinden.com
CMO

İTÜ Endüstri Mühendisliği bölümünden mezun oldu. Aynı üniversiteden MBA derecesine sahiptir. Profesyonel kariyerine Aygaz'da başladı. Beko Elektronik ve Turkcell'de görev yaptı. TEB'de Dijital Bankacılıktan Sorumlu Müdür ve Direktör olarak çalıştı. CEPTETEB'in lansmanına liderlik eden ekipte yer aldı. Alfa Bank görevinin ardından BNP Paribas Cardif'te Pazarlama ve Dijitalden Sorumlu İcra Kurulu Üyesi oldu. 5.5 senedir sahibinden.com'da CMO'luk görevini yürütüyor.



NİLHAN GÜLBAĞÇE

Şok Marketler / Pazarlama
Direktörü & İcra Kurulu Üyesi

Perakende sektöründe 20 yılı aşan deneyime sahip. Ticari pazarlama, müşteri hizmetleri, marka yönetimi ve online ticaret konularını ağırlıklı olarak çalıştı. Müşteri iç görüşlerini odağa alan yaklaşımla şirketin dijitalleşme çalışmalarına katkı sağlamakla birlikte, marka ve pazarlama strateji ve uygulamalarının doğru zamanda hayata geçirilmesini sağlayarak şirketin iş sonuçlarının geliştirilmesinde önemli rol oynamakta.



NİLÜFER REİSOĞLU

Türk Tuborg / Pazarlama Bşk.
Yrd. ve İcra Kurulu Üyesi

Dokuz Eylül Üniversitesi Endüstri Mühendisliği mezunu. Çalışma hayatına Türk Tuborg'da başladı. 1993 - 2008'de pazarlama departmanında üst düzey yöneticilik rolleri üstlendi. 2008 - 2009'da Pınar Grubu'nda görev yapmış, 2009'da tekrar Türk Tuborg A.Ş.'de çalışmaya başlamıştır. Halen Türk Tuborg A.Ş.'nin Pazarlama Başkan Yardımcılığı ve İcra Kurulu Üyeliği görevlerini yürütmeye devam etmektedir.



NURÇİN KOÇOĞLU

Boyner Büyük Mağazacılık
Paz. ve Marka Yönetimi GMY

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi mezunu. Fransa'da Grenoble Ecole de Management Üniversitesi'nde Dijital İş Yönetimi yüksek lisansı yaptı. Önde gelen şirketlerde 25 yılı aşkın tecrübesi var. 2020'de Boyner Büyük Mağazacılık ailesine Pazarlama ve Marka Yönetimi GMY olarak katıldı. Uçtan uca pazarlama, marka yönetimi, müşteri deneyimi ve analitiği ile kurumsal iletişim liderliğini yapıyor.



ONUR KIRCI

Allianz Türkiye / Paz. ve
Dijital Sigortalar GMY

Yıldız Teknik Üni. Çevre Mühendisliği mezunu. Marmara Üni. İşletme bölümünde yüksek lisans yaptı. İş hayatına 2002'de Citibank'ta başladı. 2003'te katıldığı Allianz Türkiye'de 15 yıl çeşitli pozisyonlarda çalıştı. 2018'de Allianz Türkiye Paz. ve Dijital Sigortalar GMY ve İcra Kur. Üyesi oldu. CMO'lara özel gelişim programı 'Institute for Real Growth'a Türkiye'den katılan ilk isim.



ONUR YAZGAN

Çimsa / Beyaz Çimento ve
Özel Ürünler Paz. ve Satış GMY

Galatasaray Üniversitesi Endüstri Mühendisliği mezunu. 2010'da Boğaziçi Üniversitesi'nde MBA yaptı. İş hayatına 2006'da Unika Universal Kablo'da başladı. Akçansa'da ve Oyak Çimento'da üst düzey yönetici olarak görev yaptı. 2019'da Çimsa Entegrasyon Yönetim Ofisi GMY oldu. 2020'de Entegrasyon Yönetim Ofisi GM Yrd. pozisyonuna ek olarak, Beyaz Çimento Pazarlama ve Satış GMY görevine atandı.



ÖZDEŞ DÖNEN ARTAK

McDonald's Türkiye
CMO

18 yılı aşkın iş deneyimi ile McDonald's, Diageo ve Deloitte gibi şirketlerde çalışmıştır. McDonald's Türkiye CMO'su olarak iş hayatına devam etmektedir. Yaklaşık 10 ülkede çok uluslu ekipler yönetmiştir. Marka yönetim, stratejik planlama, karlı büyüme, portfolyo yönetimi, inovasyon ve dijitalleşmede oldukça deneyimlidir.



ÖZKAN ÖZYAVUZ

Shell & Turcas
CMO

Koç Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu. Kariyerine 2008'de Avea'da başladı. Telekom, Turkcell Platinum ve gncrklcl'n pazarlama alanında rol oynadı. 2017'de Mars Sportif'in pazarlama faaliyetlerini yönetmeye başladı. 2020'de KFC Türkiye'de CMO oldu. KFC'nin, marka konumlandırması, pazarlama iletişimi, e-ticaret, gelir yönetimi ve dijitalleşme dönüşümüne liderlik etti. 2023 itibarıyla Shell & Turcas Pazarlama Direktörü oldu.



SELİN SÜZER

Yemeksepeti
CMO

Geleneksel ve dijital iş modellerinde edindiği deneyimle markaların yeniden konumlandırılmasında ve dönüşümünde başarılı sonuçlar elde etmiş bir pazarlama lideri olan Selin Süzer, stratejik düşünme yeteneği, detaylara verdiği önem ve mükemmeliyete olan bağlılığı ile öne çıkmaktadır. Süzer, teknoloji, hızlı tüketim ürünleri, perakende ve finansal hizmetler gibi sektörlerde 15 yılı aşkın pazarlama deneyimine sahip.



SELVİ TALİPOĞLU

Hopi
Pazarlama Direktörü

ODTÜ Endüstri Mühendisliği mezunu. Kariyerine P&G Türkiye'de Pazarlama departmanında adım attı. 9 sene Orta ve Doğu Avrupa ve Ortadoğu bölgelerini kapsayan sorumluluklar aldı. Modanisa, Vodafone, Suwen, D&R / idefix şirketlerinde Pazarlama / E-ticaret direktörlüğü yaptı. Bir süre McKinsey&Company'de danışman olarak devam etti. 2023 itibarıyla Hopi Pazarlama Direktörü olarak çalışmaktadır.



SERKAN ÜLGEN

Yapı Kredi
Genel Müdür Yardımcısı

Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden 1998'de mezun oldu. 2001 yılında Yapı Kredi'de Kredi Kartları Pazarlama ekibinde yönetici olarak başladığı görevine, 2018'den bu yana Genel Müdür Yardımcısı ve İcra Kurulu üyesi olarak görevine devam ediyor.



SERPİL BERKAN

Mavi
CMO

Mavi'deki görevine 1997 yılında Halkla İlişkiler Müdürü olarak başladı. İlk 10 yıllık süreçte pazarlama iletişimini bütünsel bakış açısıyla yöneterek, Mavi'nin; jean odaklı moda markasına dönüşümünde ve en sevilen markalar arasında yer almasında etkin rol üstlendi. 2017'den bu yana CMO görevini yürütüyor. Halen CRM, reklam, görsel iletişim, PR, dijital pazarlama ve sürdürülebilirlik bölümlerinin yöneticiliğini yapıyor.



SEZGİN LÜLE

İş Bankası
Genel Müdür Yardımcısı

İş Bankası'na müşterilerin değişen beklentilerine hızlı, esnek ve teknolojik çözümler sunmak, dijital teknolojileri tüm süreçlere entegre etmek ve yeni nesil teknolojileri uygulamak konularında üst yönetim desteği veren Lüle, bankanın girişimcilik ekosistemine verdiği desteği, ülkemiz ekonomisinde yaratılacak katma değer açısından öncelikli faaliyet alanlarından biri olarak değerlendiriyor.



SİNEM AKGÜL YILMAZ

LC Waikiki / Müşteri İlgileri
ve Pazarlama İletişimi GMY

Galatasaray Üniversitesi Uluslararası İlişkiler mezunu. Öğreniminin son yılını Panthéon - Sorbonne Üniversitesi'nde aynı bölümde tamamladı. Bilgi Üni. İşletme bölümünde yüksek lisans yaptı. Turkcell ve Akbank Pazarlama ve İletişim departmanlarını yönetti. 5 yıl İGA İstanbul Havalimanı'nda görev aldı. 2023'te CEO Yardımcısı olarak LC Waikiki'de göreve başladı. Ocak 2024'te Müşteri İlgileri ve Pazarlama İletişimi GMY oldu.



TOLGA OKAN TEZBAŞARAN

**Aksigorta / GMY - Bireysel
Ürün, Teknik ve Müşteri Yön.**

Halk Yaşam Sigorta bünyesinde ve Yapı Kredi Emeklilik'te Bölge Müdürlüğü yaptı. Yapı Kredi Sigorta'da Bölge Müdürü ve Grup Başkanı olarak çalıştı. 2011'de Zurich Sigorta'da Bireysel ve Küçük İşletme Segment Grubu GMY ve YK Üyeliği görevlerini üstlendi. Aksigorta'ya 2016'da Bireysel Banka Sigortacılığı ve Sağlık GMY olarak başladı. 2023'ten beri Bireysel Ürün, Teknik ve Müşteri Yönetimi GMY.



TOLGA ÜNVAN

**MediaMarkt Türkiye / Paz.,
Kur. İletişim ve E-Ticaret Dir.**

Koç Üniversitesi Ekonomi bölümü mezunu. Pazarlama alanındaki kariyerine P&G'de başladı. Henkel, Coca-Cola, Nestlé, Getir ve Zubizu gibi firmalarda görev aldı. 2023 itibarıyla MediaMarkt Türkiye ailesine katıldı. Onun liderliğinde, MediaMarkt Türkiye'nin pazardaki güçlü konumu daha da pekiyor. Tolga Ünvan, hem deneyimi hem de yenilikçi bakış açısıyla MediaMarkt'ın geleceğine yön vermeye devam ediyor.

Peki bu seçim nasıl yapıldı?

DataExpert iş birliğinde BMI tarafından yürütülen "En Etkin 50 CMO" Araştırması kapsamında, Türkiye'de açıklanan 500 listeleri, borsaya kote şirketler, holdingler ve araştırmaya yapılan başvurular baz alınarak 800'ün üzerinde organizasyon belirlendi. Ciro sal büyüklüğü, aktif büyüklüğü, çalışan sayısı, organizasyonun sektördeki repütasyonu yönlerinden araştırmaya dahil edilen 800'in üzerinde organizasyonun en üst düzey Pazarlama yöneticisine ulaşıldı. Adaylar belirlenirken, görev süresi 1 yıldan kısa olan ve araştırmada yer almak istemeyen CMO'lar kapsam dışı bırakıldı.

Adaylardan, performans ve iş deneyimlerine ek olarak; pazarlama fonksiyonunun geçirdiği değişim ve sürece nasıl adapte oldukları hakkında sorular soruldu. Temin edilen bilgiler, Danışma Kurulu tarafından analiz edildi. Danışma Kurulu'nun oylama ve değerlendirmeleri sonucunda performanslarıyla dikkat çeken Türkiye'nin En Etkin 50 Pazarlama Yöneticisi belirlendi.



Danışma Kurulu kimlerden oluşuyor?

1	Akan Abdula	FutureBright Group	Kurucu Ortak
2	Prof. Dr. Banu Karsak	Galatasaray Üniversitesi	İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi
3	Prof. Dr. Çisil Sohodol	Bahçeşehir Üniversitesi	Öğretim Üyesi
4	Didem Şekerel Erdoğan	NielsenIQ	EEMEA E-Ticaret Başkan Yrd. NIQ (NielsenIQ + GfK) Türkiye GM
5	İnanç Dedebaş	Publicis Groupe Türkiye	CEO
6	Prof. Dr. Mert Uydacı	Marmara Üniversitesi	Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü
7	Nuran Durmaz	DataExpert	Ortak
8	Prof. Dr. Şebnem Burnaz	İstanbul Teknik Üniversitesi	İşletme Fakültesi Öğretim Üyesi
9	Yasin Altunkaya	DataExpert	Yönetici Ortak
10	Prof. Dr. Yeşim Güçdemir	İstanbul Üniversitesi	İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi
11	Prof. Dr. Yusuf Can Erdem	Yeditepe Üniversitesi	Öğretim Üyesi

CMO Summit 2024

En Etkin 50 CMO Ödül Töreni, 17 Ekim'de Mandarin Oriental Bosphorus Otel'de Re-Imaging In The Age of AI ana temasıyla düzenlenecek CMO Summit 2024'te gerçekleşecek. Türkiye'nin pazarlama alanındaki önemli karar alıcılarına ve düşünce önderlerine ev sahipliği yapacak CMO Summit 2024'te çok sayıda üst düzey konuşmacı yer alıyor.

Yapay zekâ çağında liderlik ve İK trendleri



Nuran Durmaz

DataExpert

Partner

Yapay zekâ (YZ) iş dünyasında oyunun kurallarını tamamen değiştiriyor. İş modellerinde köklü değişiklikler getirerek, veri analizi, otomasyon, kişiselleştirme ve yenilikçi yaklaşımlar sayesinde daha verimli, daha esnek ve daha müşteri odaklı çalışma imkanları sunuyor. Bu nedenle YZ'ye en hızlı uyum sağlayan şirketlerin geleceğinin parlayacağını, geçişi yapmakta zorlananların ise başarısızlığa uğrayacağını öngörmek zor değil. BCG'nin dünya çapında yürüttüğü bir araştırmanın sonuçlarına göre, firmaların yüzde 85'i 2024 yılında YZ yatırımlarını bir önceki seneye göre artırmayı hedefliyor. Firmaların yüzde 51'i YZ yatırımlarını teknoloji yatırımları arasında birinci sırada sayarken, yüzde 87'si ise YZ yatırımlarına mutlaka ilk üç yatırım kalemi arasında yer vereceklerini söylüyorlar.

Bunca YZ yatırımı yapılırken iş yapış şekillerinin ve dolayısıyla iş tanımlarının aynı kalması beklenemez. YZ, büyük veri analizi ile işletmelere daha iyi kararlar alma imkanı sunuyor. Verilerin toplanması ve analizi, yöneticilerin piyasa trendlerini, müşteri davranışlarını ve iç süreçleri daha iyi anlamalarını sağlıyor. Bu, stratejik planlamayı daha isabetli hale getiriyor. YZ, birçok iş sürecini otomatikleştirerek verimliliği artırıyor. Rutin görevlerin otomasyonu, çalışanların daha stratejik ve yaratıcı işlere odaklanmasını sağlıyor. YZ, müşteri verilerini analiz ederek kişiselleştirilmiş hizmetler sunma olanağı da sağlıyor. Bu, markaların müşteri ihtiyaçlarını daha iyi anlamasına ve hedef kitleye özel pazarlama stratejileri geliştirmesine

yardımcı oluyor. Yapay zeka, ürün geliştirme süreçlerini de hızlandırıyor. Verilere dayalı içgörüler, işletmelerin yeni ürün ve hizmetleri daha kısa sürede ve daha az riskle piyasaya sürmelerini sağlıyor. YZ, trend analizi yaparak hangi ürünlerin talep göreceğini daha doğru öngörebiliyor. YZ, iş süreçlerini daha esnek hale getirerek değişen piyasa koşullarına hızlı bir şekilde adapte olmayı sağlıyor. Örneğin, üretim süreçlerinde YZ kullanarak talep dalgalanmalarına hızlı yanıt verilebilir, böylece stok yönetimi ve kaynak tahsisini optimize edilebilir.

Başarının anahtarı

Tüm bu gelişmelerle birlikte YZ'nin dünya ekonomisinin büyüme hızını ivmelendirmesi, toplam büyümeye 2030 yılına kadar yüzde 14 oranında katkı sağlaması bekliyor. Diğer taraftan şirketlerin önemli bir kısmı (yüzde 66'sı) YZ konusunda yeterince gelişim gösterememekten şikayetçi. Bu durumun en önemli sebebi olarak da YZ uygulamalarını hayata geçirecek insan kaynağı konusundaki eksiklikleri gösteriyorlar. Hangi YZ araçlarına yatırım yapılacağı konusunda öncelik belirlemede zorluklar ve GenAI yol haritası hazırlamada karşılaşılan problemler de yine YZ'nin bu aşamada şirketlerin verimliliğine istenen oranda katkı yapamamasının bir nedeni.

YZ projelerinin hayata geçmesiyle iş modelleri, iş yapış şekilleri ve insan kaynağının yüzde 70 oranında değişeceği öngörülüyor. YZ'nin iş dünyasına girmesiyle ortaya çıkan yetkinlik açıkları insan kaynağında aranan yetkinlik setlerinin hızla değişmesinden kaynaklanıyor. Bu aşamada şirketler önemli bir yetkinlik açığıyla karşı karşıya kalıyorlar.

Yapay zekanın iş hayatına entegre edilmesi, birçok sektörde köklü değişikliklere yol açıyor. Bu dönüşüm, insan kaynağında yetkinlik açıklarının ortaya çıkmasına neden olmasının birkaç temel nedeni şunlardır:

● Yeni teknolojilere adaptasyon:

Yapay zeka, iş süreçlerini otomatikleştirirken, çalışanların bu yeni teknolojilere uyum sağlaması gerekiyor. Çoğu çalışan, bu tür teknolojileri etkin bir şekilde kullanabilme becerisine sahip

değil; bu da yetkinlik açığına yol açıyor.

● **Veri yetenekleri:** YZ sistemleri büyük veri analizi gerektirir. Çalışanların veri okuryazarlığı, analitik düşünme ve veri tabanlı karar verme yeteneklerini geliştirmeleri gerekiyor. Ancak birçok çalışan bu yetkinliklere sahip değil, bu da bir boşluk yaratıyor.

● **Yaratıcılık ve stratejik düşünme:** YZ otomasyon ve verimlilik sağlarken, yaratıcı ve stratejik düşünme becerilerini gerektiren görevlerde insanlara ihtiyaç vardır. Ancak, YZ'nin yaygınlaşmasıyla birçok çalışan, yaratıcı süreçleri nasıl yöneteceklerine dair yeterli deneyime sahip olmayabilir.

● **Eğitim ve gelişim fırsatlarının eksikliği:** Birçok organizasyon, YZ ve dijital dönüşüm konusunda çalışanlarını eğitmek için yeterli yatırım yapmamaktadır. Bu da çalışanların kendilerini geliştirmelerine olanak tanımadığı için yetkinlik açığına yol açar.

● **Hızlı değişim:** YZ ve dijital teknolojiler hızla geliyor. Çalışanların bu değişimlere ayak uydurması zorlaşıyor, bu da öğrenme ve adaptasyon yeteneklerinde yetersizlik yaratıyor.

● **İletişim ve iş birliği becerileri:** Yapay zeka sistemleri, ekiplerin iş yapış şekillerini değiştirebilir. Çalışanlar arasındaki iletişim ve işbirliği becerileri, yeni çalışma yöntemlerine uygun hale gelmelidir, ancak bu becerilerin geliştirilmesi gerektiği sıkça göz ardı edilmektedir.

Yapay zekâ, iş dünyasında birçok fırsat sunarken, çalışanların yeni yetkinlikler geliştirmesini gerektirir. Bu yetkinlik açıklarını kapatmak için organizasyonların eğitim ve gelişim stratejilerine yatırım yapmaları kritik öneme sahiptir.

Yapay zekâ, liderlik ve insan kaynakları alanında büyük bir dönüşüm yaratmaktadır. Bu dönüşüm, karar alma süreçlerinden işe alıma, veri analizinden esnek çalışma modellerine kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Geleceğin liderleri, bu değişimlere ayak uydurabilen, teknolojiyi etkili bir şekilde kullanabilen ve insan ilişkilerine önem veren profesyoneller olacaklardır. Bu bağlamda, organizasyonların YZ'yi nasıl entegre edeceği, başarısının anahtarı olacaktır.