

BİR
RENGİN
YOLCULUĞU

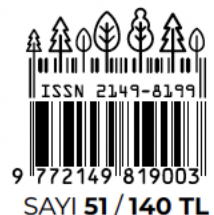
S. 76

PAZARLAMA
VE
İLETİŞİM
SEKTÖRÜNDE
2024

S. 30

2024 TRENDLERİ

S. 18



ISSN 2349-8199
9 772149 819003
SAYI 51 / 140 TL

YAPI KREDİ
STEP

RÖPORTAJ
ARDA ÖZTAŞKIN

İŞVEREN MARKASI
2024 TRENDLERİ

ENGİN BARAN
YAVUZ BORAZAN

YENİ
ÖTEKİLER

AKAN ABDULA

KİD

KURUMSAL İLETİŞİMCİLER DERNEĞİ



MURAT GÖLLÜ

Kurumsal İletişimciler Derneği (KİD)
Yönetim Kurulu Başkanı

Önümüzdeki dönemde, "Kurumsal İletişim" sektörünü şekillendirecek ana konular arasında; dijitalleşme, yapay zekâ (AI), "hakikat sonrası" (post-truth) durumu, etik değerler, şeffaflık, gerçeklik ve sürdürülebilirlik ile birlikte aktivizm yer alacak. Bu trendlerden, özellikle yenilikçi olanlar sektörün evrim yönünü belirlerken, "itibar ve güven" gibi değişmeyen ve zamansız iki kavram, önemini koruyacak ve iletişimin merkezinde kalmaya devam edecek. 2024 yılı, bu yeni dinamikler ışığında, sektörün temelini oluşturan itibar ve güveni korumak ve geliştirmek, Kurumsal İletişim profesyonelleri için her zamankinden daha büyük bir çabayı gerektirecek. Kriz Yönetimi değişmez gündem olacak.

Dijitalleşme ve sosyal medya platformlarının hızla genişleyen etki alanı, şirketlerin paydaşlarla iletişim kurma yöntemlerini dönüştürmeye devam edecek. Bir taraftan verimlilik artarken, diğer yandan iletişim kanallarının çeşitlenmesi ve iletişimin giderek kişiselleşmesi, iletişimciler için işi daha

da zorlaştıracak. Özellikle bu konuları yönetebilmek adına iş ortaklarının sayısının artmasıyla birlikte iletişim fonksiyonunu yönetmekte Orkestrasyon önemli bir gündem maddesi haline gelecek. Bu bağlamda, Kurumsal İletişim profesyonellerinin dijital alanlardaki uyum ve becerilerinin geçmişe kıyasla çok daha hızlı bir şekilde gelişmesi gerekecek.

Yapay zekâ teknolojisinin ne gibi yenilikler sunacağını zaman gösterecek; insanların yerini tam anlamıyla almaya da bu teknolojiyi iletişim süreçlerine hızlı ve etkin bir şekilde entegre edebilenler, rekabette sadece bir adım değil, on adım öne geçecekler. Ancak, yapay zekâ ile insan dokunuşu arasında bir denge sağlamak, otantiklik ve anlamlı bağlantıların zarar görmemesi adına hayati öneme sahip olacaktır.

Diğer önemli bir konu da "Post-truth". Türkçeye "Hakikat Sonrası" olarak çevrilen bu yeni çağda, gerçeklerin subjektif algılar tarafından gölgelenmesiyle mücadele etmek, kurumsal iletişimciler için bir öncelik haline gelecektir. Bu bağlamda, etik ilkeler ve şeffaflık, kurumsal iletişim stratejilerinin temel taşları olacak; gerçeklik, doğrulanabilir veri ve açık iletişim, tüketicilerin ve diğer paydaşların güvenini kazanmanın anahtarı olacaktır. Kurumsal iletişimciler, bu zorlu dönemde gerçek bilgilere dayalı, açık ve dürüst iletişimle marka itibarını koruma ve güven inşa etme konusunda büyük çaba gösterecekler.

Güven üzerine yapılan araştırmalar, dünya genelinde insanların artık hükümlere veya medyaya değil, hatta bazen Sivil Toplum Kuruluşlarına bile değil, daha çok kurumsal firmalara güvendiğini ortaya koyuyor. Bu artan güven, toplumun kurumlardan ve özellikle kurumların liderlerinden iklim değişikliği, cinsiyet eşitliği, politik eğilimler gibi konularda daha aktif bir

şekilde görüş ifade etmelerini beklediğini gösteriyor. Yükselen aktivizm beklentisi karşısında, klasik iletişim refleksinin getirdiği sessizlik, diğer tüm tutumlardan daha karmaşık, çok katmanlı ve öngörülemez olumsuz sonuçlara yol açabiliyor. Kurumsal aktivizm ve lider aktivistliği önümüzdeki dönemde kurumsal iletişim profesyonellerinin karşılaştığı zorluklar arasında önemli bir yer alacak.

Son olarak da sürdürülebilirlik. Sürdürülebilirlik konusu da giderek artan bir öneme sahip olacak. Sürdürülebilirlik uygulamalarını ve ilkelerini kurumsal kültürün merkezine yerleştirmek, şirketlerin toplumsal ve çevresel etkilerini proaktif bir şekilde yönetmelerini sağlamak ve bu uygulamaları tüm paydaşlara etkili bir şekilde iletmek, biz iletişimciler için sadece bir iletişim görevi değil, aynı zamanda liderlik ve öncülük etmemiz gereken stratejik bir alan olarak öne çıkacaktır.

Bu trendlere uyum sağlamak, PR profesyonelleri için sürekli gelişen ve karmaşıklaşan iletişim dünyasında doğru yolu bulmak, kitlelerle etkili bir şekilde bağlantı kurmak ve önümüzdeki yıllarda etkili marka anlatıları yaratmak için hayati önem taşıyacak. Önümüzdeki yıllar, iletişimcilerin rollerinin daha da genişleyeceğini ve sektördeki etkilerinin bugün olduğu gibi yarı da sadece iletişimle sınırlı olmayacağını gösteriyor. Kurumsal İletişimciler Derneği olarak, bu genişleyen rolü kabul etmeleri ve yeni sorumlulukları etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri için üyelerimizi desteklemeye, onlara eğitim ve gelişim programları sunmaya ve birbirimizden öğrenme platformları yaratmaya devam edeceğiz.