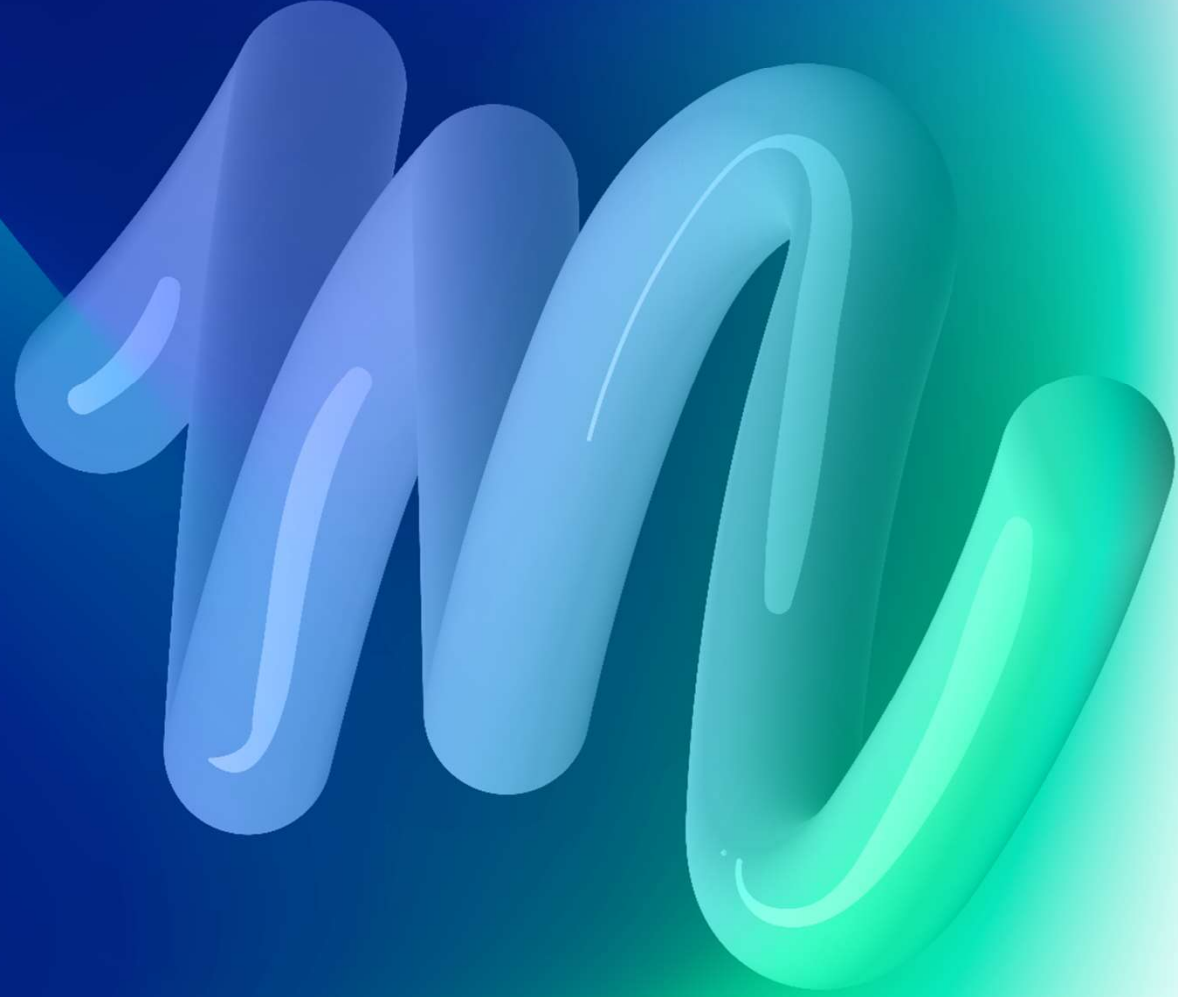


WPP'de

# KASIM-ARALIK AYI ÖZETİ

groupm



**MINDSHARE GÜNÜ 2023: YAPAY ZEKA DÜNYASINDA İYİ  
BÜYÜMEYİ SAĞLAYACAK KÜRESEL BİR UYARI**

group<sup>m</sup>

# Mindshare Günü 2023: Yapay Zeka Dünyasında İyi Büyüme Sağlayacak Küresel Bir Uyarı

Farklı yapay zeka platformlarının bir kombinasyonunu kullanan küresel bir 'Promptathon', 6 kıtadaki 86 pazarda ve 116 ofiste gerçekleştiriliyor ve yapay zekanın, müşterilerimize büyüme sağlama şeklimizde devrim yaratma gücünü araştırıyor.

# MINDSHARE

Mindshare Küresel Baş Strateji Sorumlusu Tom Di Sapia, "Yapay zeka hakkındaki heyecanın büyük kısmı medyanın etkinleştirilmesi ve optimizasyonu üzerineydi, ancak ağıımızın içinden bu yeniliğin daha stratejik kullanımına yönelik harika ceplerin yükseldiğini gördük" diyor .

"Bugün, kolektif aklımızı ve doğru ipuçlarından yararlanma ve daha bariz yanıtlardan yaratıcı sızramalar yapma yeteneğimizi kullanarak yapay zekadaki yaratıcılığımızı kutlamak ve ölçeklendirmek için bir fırsat. Müşterilerimizin işlerini büyütmek için daha önce mümkün olmayan yeni yollar bulacağız. Kategorilere ilişkin yeni bilgiler, izleyicilerimiz için yeni davranışlar ve bunların hepsi daha hızlı ve daha büyük ölçekte."

Mindshare, yapay zekanın aşağıdakiler de dahil olmak üzere birçok farklı temas noktasında planlama ve stratejik süreçlere nasıl bağlandığına odaklanacak:

Yapay zeka algoritmaları, çevre dostu medya kanallarını, yerleşimleri ve iş ortaklarını belirlemek için büyük veri kümelerini nasıl analiz edebilir ve müşterilerin daha sürdürülebilir medya yatırımları yapmasına nasıl yardımcı olabilir?

Yapay zeka, iletişimi kolaylaştırarak, rutin görevleri otomatikleştirerek ve eylemlerimize yön veren daha iyi öngörüler oluşturmak için zaman kazandırarak paydaşlar arasında daha hızlı işbirliğini nasıl kolaylaştırır?

Veya yapay zeka destekli içerik analizinin, reklamların marka açısından güvenli ve bağlamsal olarak alakalı ortamlara yerleştirilmesini sağlayarak etik reklamcılık uygulamalarını teşvik etmesine nasıl yardımcı olabileceğini.

Olasılıklar yalnızca kendi hayal gücümüzle ve yapay zekanın gücünden yararlanarak sınırlıdır.

Mindshare yeniliği teşvik etmeye, ortaklıkları derinleştirmeye ve dünyada anlamlı bir fark yaratmaya devam edecek.

**Mutlu Mindshare Günü!**

**WPP, LINDSAY PATTISON'U KÜRESEL İNSAN  
KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ OLARAK ATADI**

## WPP, LINDSAY PATTISON'U KÜRESEL İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ OLARAK ATADI

WPP bugün, Lindsay Pattison'un şirketin insan stratejisi ve operasyonlarından sorumlu olacak Küresel İnsan Kaynakları Direktörü olarak atandığını duyurdu. Lindsay, Warner Bros. Discovery'de İnsan Kaynaklarından Sorumlu Başkan olmak üzere ayrılan Jennifer Remling'in yerini alıyor.

Lindsay şu anda WPP'nin Küresel Müşteri Lideri olarak görev yapıyor ve WPP'nin büyük müşterileriyle olan ilişkilerini yönetiyor; bu görevi 2018'den beri yürütüyor. WPP'nin gelirinin üçte birini temsil eden şirketin en büyük müşterilerinin Küresel Müşteri Liderlerini geliştirmek ve desteklemekten sorumludur. Bundan önce WPP, GroupM ve medya ajansı Maxus'ta çeşitli liderlik görevlerinde bulundu.



# WPP, LINDSAY PATTISON'U KÜRESEL İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ OLARAK ATADI

groupm



Lindsay, kariyeri boyunca yeteneğin tutkulu bir savunucusu olmuştur ve bu tutkuyu, iş ve müşteri deneyimini Global İnsan Kaynakları Direktörü rolüne taşıyacaktı. Özellikle cinsiyet çeşitliliğini geliştirmeye yönelik girişimler sunma konusunda güçlü bir geçmişe sahip olarak, en iyi yetenekleri geliştirmeye ve iş dünyasının en üst düzeylerinde çeşitliliği artırmak için harekete geçmeye karardı. Maxus'un CEO'su olarak, yaşlı kadınların tam potansiyellerine ulaşmalarına yardımcı olacak bir girişim olan Walk The Talk'u başlattı ve mevcut pozisyonuna geçtikten sonra WPP için küresel düzeyde programın sponsorluğunu üstlendi. Bugüne kadar dünya çapında 3.000'den fazla kadın lider katıldı.

group<sup>m</sup>

YENİ GCI SAĞLIK  
ARAŞTIRMASI SİYAHİ  
KADINLARIN KLİNİK  
ARAŞTIRMALARA KATILIMININ  
ÖNÜNDEKİ ENGELLERİ  
İNCELEYİN



# YENİ GCI SAĞLIK ARAŞTIRMASI SİYAHİ KADINLARIN KLİNİK ARAŞTIRMALARA KATILIMININ ÖNÜNDEKİ ENGELLERİ İNCELEYİN

NEW YORK, 14 Kasım 2023 — GCI Health bugün, Siyah kadınların klinik deneylere katılımına dair içgörü sağlayan ve temsil eksikliğini körükleyen varsayımlara meydan okuyan yeni bir araştırma yayınladı. Anket, Siyah kadınların yüzde 80'inin klinik araştırmalara katılmaya açık olduğunu, ancak yüzde 73'üne hiçbir zaman soru sorulmadığını ortaya çıkardı; bu da, yaygın olarak inanıldığı gibi tıp kurumuna duyulan güvensizlikten ziyade, bilgiye erişimin katılımın önündeki en büyük engel olduğunu öne sürüyor. GCI Health, klinik deneyleri dönüştürme ve iletişim yoluyla dışlanmış topluluklar için sağlık sonuçlarını iyileştirme çalışmalarının bir parçası olarak araştırmayı üstlendi. GCI Grup Kıdemli Başkan Yardımcısı ve Kimlik Deneyimi Başkanı Kianta Key şunları söyledi: "Siyahi kadınların, 'ulaşılması zor' olmaları veya tıp kurumuna duyulan güvensizlik nedeniyle katılma konusunda isteksiz olmaları nedeniyle klinik araştırmalara katılmadıklarını sık sık duyuyoruz



## YENİ GCI SAĞLIK ARAŞTIRMASI SİYAHİ KADINLARIN KLİNİK ARAŞTIRMALARA KATILIMININ ÖNÜNDEKİ ENGELLERİ İNCELEYİN

GCI Health'in Klinik Deneme teklifi, Kimlik Deneyimi (IX) çerçevesi aracılığıyla deneme alımını dönüştürmeyi ve sağlıkta eşitliği geliştirmeyi amaçlıyor. Ajansın kapsayıcı klinik araştırma işe alım stratejilerine odaklanması, ABD Gıda ve İlaç İdaresi'nin (FDA) deneme çeşitliliğini artırmaya yönelik yeni taslak kılavuzuyla uyumludur.

gci health

WPP Brüksel'de yeni  
kampüsün açılışını  
yapıyor

# WPP BRÜKSEL'DE YENİ KAMPÜSÜN AÇILIŞINI YAPIYOR

WPP bugün, yaklaşık 600 kişiyi ve WPP'nin Belçika'daki dokuz ajansını bir araya getiren, son teknolojiye sahip bir yaratıcı merkez olan Brüksel'deki en yeni kampüsünün açılışını yapıyor. Yeni ilham verici alan, küresel ve Belçikalı müşterilerin WPP'nin yeteneklerine tek bir yerden erişmesini sağlayarak yaratıcılığı ve işbirliğini teşvik etmek için tasarlandı.



# WPP BRÜKSEL'DE YENİ KAMPÜSÜN AÇILIŞINI YAPIYOR

groupm

Botanik Bahçeleri ve şehir silüetinin panoramik manzarasını sunan toplantı ve etkinlik alanlarına sahip açık planlı bir alan içeren on ikinci katın tamamı işbirliğini teşvik etmeye adanmıştır. Ek işbirliği ve yenilik olanakları arasında özel bir fotoğraf stüdyosu ve ses kayıt odaları bulunmaktadır. WPP ajansı BDG mimari, tasarım, şirketin yeni kampüste yaratıcılığı besleme ve çevresel sorumluluğu destekleme konusundaki kararlılığını yansıtarak iç mekanların tasarımına öncülük etti.

Brüksel Botanik Bahçesi ve Le Botanique kültür merkezinin yanında yer alan kampüs, The Hoxton oteli ile paylaştığı eski IBM genel merkezini işgal ederek şehir içinde bir destinasyon olarak hizmet veriyor. Binanın 22 katı ve kendine özgü mimari unsurları korunmuş olup çağdaş bir cephe ile tamamlanmıştır. WPP'nin net sıfır taahhütleri doğrultusunda yapı, yeniden kullanılan yapı malzemelerini ve dairesel tasarımı bir araya getiriyor.



BLACK  
FRIDAY'IN  
BOXING DAY'I  
NASIL YENDİ

## Slide 14

---

### 0 Alternative design - to bring it closer to Vision video

Grace Lerner-Sharfstein; 2023-08-07T05:03:36.814

# BLACK FRİDAY'IN BOXİNG DAY'İ NASIL YENDİ

group<sup>m</sup>

WPP'den VMLY&R'dan Jon Bird, tatil alışveriş sezonunda ticaretin neden kültürün önüne geçtiğini açıklıyor.

Birleşik Krallık, Kanada, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi 'Commonwealth' ülkelerinde bir zamanlar 'Noel'in Ertesi Günü İndirimi' adı verilen köklü bir perakende satış etkinliği vardı. Noel'in ertesi günü, Noel'in ertesi günü, tüccarlara veya hizmetçilere hediyeler ve para 'kutulamak' için bir İngiliz geleneği olarak başladı.





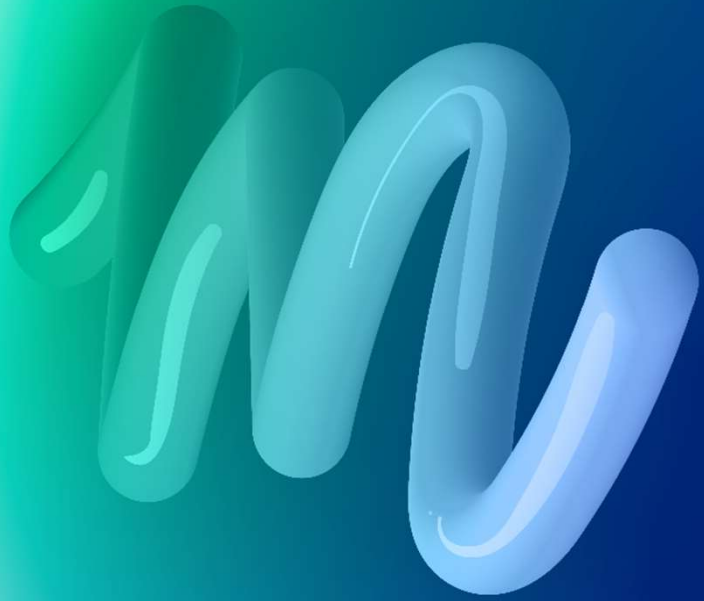
# BLACK FRİDAY'IN BOXING DAY'İ NASIL YENDİ

group<sup>m</sup>

20. yüzyılın başlarına gelindiğinde, büyük mağazalar Noel'in ertesi gününü bir satış günü olarak seçmişti; buradaki fikir, marjların Noel'e kadar korunması ve ardından malların ertesi gün ve sonrasında Ocak ayına kadar indirimli fiyatlarla takas edilmesiydi. Tüm bu öncül, küreselleşmenin perakende takvimini tamamen alt üst ettiği bir çağda olumlu bir şekilde Dickensvari görünüyor.



Bu nispeten yeni bir durum. Kara Cuma 2008'de Kanada'ya geçti, 2010'da İngiltere'ye, 2013 civarında da Avustralya ve Yeni Zelanda'ya ulaştı. Artık 'Le Kara Cuma' bile Fransa'da bir olay haline geldi. Kara Cuma'nın dünya çapında kabul görmesinin bir işareti olarak, etkinlikle ilgili küresel aramaların %13'ü artık Almanya ve Brezilya'dan geliyor.



**TEŞEKKÜRLER**

group<sup>m</sup>