

WPP

Monthly Digest

TEMMUZ 2025



WPP'YE YENİ CEO: CINDY ROSE

"WPP, parlak, yetenekli ve yaratıcı insanlara sahip ve şirketi bundan sonra birlikte yürütmek için sabırsızlanıyorum." – **Cindy Rose**

WPP, 10 Temmuz 2025 tarihinde yaptığı duyuruyla, Cindy Rose'un 1 Eylül 2025 tarihinden itibaren şirketin yeni CEO'su olarak atandığını bildirdi. Rose, aynı tarihte görevinden ayrılacak olan Mark Read'in yerine geçecek. Read, yıl sonuna kadar geçiş sürecine destek olmaya devam edecek.

Hakkında:

2019'dan beri WPP Yönetim Kurulu'nda bağımsız üye olarak görev yapan Cindy Rose, Columbia Üniversitesi ve New York Hukuk Fakültesi mezunu. Cindy Rose, teknoloji, telekomünikasyon, medya, eğlence ve yaratıcı endüstrilerde dünya lideri markalarda üst düzey yöneticilik deneyimine sahip. Son dokuz yıldır da Microsoft'ta üst düzey liderlik pozisyonlarında bulundu.

Baiju Shah Dönemi AKQA'da Başlıyor!

WPP, tasarım ve inovasyon şirketi AKQA'nın Global CEO'su olarak **Baiju Shah**'ın atandığını duyurdu.

Bu atama, WPP'nin yaratıcılık, yapay zeka, veri ve teknoloji uzmanlığını birleştirme misyonunu vurguluyor.

WPP CEO'su Mark Read, Shah'ın liderliğinin AKQA'ya yeni bir ivme kazandıracağını belirtirken, Shah ise AKQA'nın mirasını onurlandırarak ajansın geleceğini yeniden şekillendireceğini ve yapay zekanın sorumlu kullanımında öncü olacaklarını ifade etti.



WPP Medya, Küresel Medya Yatırım Liderliğini Sürdürüyor!

WPP Medya, COMvergence'ın **2024 Küresel ve Bölgesel Faturalandırma Sıralamaları raporuna göre** dünyanın önde gelen medya yatırım grubu konumunu pekiştirdi. Şirket, 64,6 milyar dolarlık faturalandırma ile küresel çapta birinci sırada yer alarak, en büyük grubun %18,2 önünde bulunuyor.



WPP Medya, **APAC** (20,6 milyar dolar) ve **EMEA** (25,4 milyar dolar) bölgelerinde de liderliğini sürdürüyor.

Rapora göre, WPP Medya, COMvergence tarafından ölçülen ilk on pazarın yarısında (Birleşik Krallık, Çin, Hindistan, Almanya ve İtalya dahil) ve toplam 48 pazarın neredeyse yarısında birinci sırada yer alarak coğrafi olarak en tutarlı ölçeklendirilmiş grup olduğunu kanıtladı.

WPP Medya'nın ajans markaları **EssenceMediacom** (#2), **Mindshare** (#3) ve **Wavemaker** (#5), raporda ilk beş ajans ağından üçünü oluşturuyor.

Mindshare, Asya Pasifik pazarlarında liderliğini sürdürürken, EssenceMediacom Almanya, Polonya ve Birleşik Krallık gibi önemli EMEA pazarlarında birinci sırada yer aldı. Wavemaker da İtalya, Hollanda ve Macaristan'da üst sıralarda yer aldı.

WPP, Vercel'deki Ortaklığımızla Dijital Deneyimleri Tasarlama Şeklimizi Dönüştürüyor!



WPP, Vercel Yapay Zeka Teknolojileriyle Hızlı Dijital Deneyim Tasarım Yeteneklerini Ortaya Çıkarıyor, Dünya Çapındaki Ekipler İçin 'Vibe Kodlamayı' Sunuyor.

Türünün ilk örneği olan ortaklık, geliştirme verimliliğini %25'e kadar artırabilir, WPP ekiplerini WPP Open aracılığıyla daha yüksek değerli problem çözme ve müşteriler için daha yenilikçi yaratıcı uygulamalar oluşturma konusunda güçlendiriyor.

Bu duyuru, WPP'nin yapay zeka, veri ve teknolojiye yaptığı yıllık 300 milyon sterlinlik artırılmış yatırımını ve şirketin küresel B2B yapay zeka destekli marka kampanyası "Yaratma Şeklimizi Dönüştürüyoruz"un lansmanını takip ediyor.

KİŞİSEL GELİŞİM

Daha Akıllı Çalışma Yollarının Kilidini Açmaya Hazır Mısınız?

2.5 SAAT

Kendi hızınızda e-Öğrenim, tahmini tamamlama süresi.

+%70

Sınavı geçmek için her kursun son değerlendirmesinde %70'in üzerinde başarı sağlamalısınız.

WPP'DEKİ HERKES İÇİN

Hedef Kitle: Bu kurs, Çeviklik hakkında önceden bilgisi olmayan, Çevik bir ortamda çalışmaya (veya Çevik bir ortamla çalışmaya) geçişi düşünen, değerlendiren veya bu geçişe dahil olan herkes için uygundur.

Agile Fundamentals | QA Platform



Kazanacağınız Beceriler

- ÇEVİK ZİHNİYET VE İLKELER
- SCRUM ÇERÇEVESİ

- ÇEVİK ÇERÇEVE
- ÇEVİK TAHMİN VE DEĞER YARATMA
- ÇEVİK METODOLOJİLER

KİŞİSEL GELİŞİM

Veriyi Kararlara Dönüştürmeye Hazır Mısınız?

2.5 SAAT

Kendi hızınızda e-Öğrenim, tahmini tamamlama süresi.

+%70

Sınavı geçmek için her kursun son değerlendirmesinde %70'in üzerinde başarı sağlamalısınız.

WPP'DEKİ HERKES İÇİN

Hedef Kitle: Bu kurs, Çeviklik hakkında önceden bilgisi olmayan, Çevik bir ortamda çalışmaya (veya Çevik bir ortamla çalışmaya) geçişi düşünen, değerlendiren veya bu geçişe dahil olan herkes için uygundur.

[Introduction to Power BI | QA Platform](#)

[Creating dashboards in Power BI | QA Platform](#)

[Creating reports in Power BI | QA Platform](#)

[Loading data into Power BI | QA Platform](#)



Kazanacağınız Beceriler

- POWER BI TEMELLERİ
- POWER BI RAPORLAMA
- POWER BI PANOLARI (DASHBOARD'LAR)
- POWER BI VERİ YÜKLEME
- POWER BI VERİ GÖRSELLEŞTİRME

Ogilvy ve Hogarth: Martini – Off Script

MARTINI, JONATHAN BAILEY İLE BİR ARAYA GELİYOR.

Ogilvy'nin hazırladığı reklam filminde Bailey, bir MARTINI Spritz için "Off Script" yapıyor.

163 yıllık mirasını sürdüren MARTINI, bu iş birliğiyle aperitivo pazarındaki yükselişini pekiştiriyor ve yeni nesil premium içki tüketicilerine ulaşmayı hedefliyor. Kampanya, "MARTINI Dare to Be" platformuyla tüketicileri "sıradan benliklerinden" çıkarak "en eğlenceli ve şık benliklerine" adım atmaya davet ediyor ve 2025 boyunca devam edecek.



Yeni Zelanda Turizmi ve Mindshare, Amazon Reklamları ile Destinasyon Pazarlamasında Çığır Açıyor!

Yeni Zelanda Turizmi ve Mindshare, destinasyon pazarlamasının dönüşümleri nasıl yönlendirdiğini yeniden tanımlayan, pazar lideri bir e-ticaret odaklı kampanya başlattı. Bu kampanya, ulusal bir turizm kuruluşu ile Amazon Reklamları'nın ilk iş birliği olma özelliğini taşıyor ve yüksek potansiyele sahip gezginleri pasif düşünmeden aktif planlama ve rezervasyona geçirmeyi amaçlayan tam kapsamlı bir medya ve ticaret stratejisini temsil ediyor.

Amazon Prime üyeleri, 8-14 Temmuz tarihleri arasındaki Prime Day alışveriş etkinliği sırasında en iyi fırsatlardan bazılarına erişebildi ve bu kampanya 27 Temmuz'da sona erdi.





ST-GERMAIN × **NCA.**

New Commercial Arts, St. Germain'i Kazandı!

Ogilvy ajansı, ikonik Bacardi mürver çiçeği likörü markasını yönetmek üzere seçildi.

New Commercial Arts'ın, Bacardi Limited'in St. Germain işini yürütmek üzere seçildiğini duyurmaktan mutluluk duyuyoruz. Bu efsanevi mürver çiçeği likörü üzerinde ortaklar olarak olağanüstü işler inşa etmeyi dört gözle bekliyoruz.

Volvo, Emniyet Kemerini Efsanesini Hayata Geçiriyor!



Volvo, otomotiv güvenliğine olan 65 yıllık bağlılığını ve patentini serbest bıraktığı üç noktalı emniyet kemerini kutlamak amacıyla **Grey Canada** ile iş birliği yaparak **"Her Araçta Volvo"** adlı yeni bir baskı kampanyası başlattı.

Kampanya, Volvo'nun sadece mühendislikte değil, yarattığı etkide de güvenliğin sembolü olduğunu vurguluyor. Grey Canada tarafından hazırlanan "Her Araçta Volvo" çalışması, markanın insan hikayelerine olan bağlılığını ve üç noktalı emniyet kemeri gibi zamansız inovasyonlarının önemini gözler önüne seriyor.

Volvo Cars Kanada Perakendeci Pazarlama Müdürü Harjot Tatla, kampanyanın Volvo'nun güvenlik taahhüdünü kişisel bir boyuta taşıdığını ve emniyet kemeri takmak gibi basit bir eylemin ne kadar güçlü olabileceğini hatırlattığını belirtti.

Grey Canada Chief Kreatif Direktörü Fernando Hernández ise, kampanyanın sadece çığır açan bir buluşun hikayesini anlatmakla kalmayıp, aynı zamanda on yıllar boyunca kurtarılan sayısız hayatı gösterdiğini ifade etti. Hernández, **"Bir Volvo kullanmasanız bile, aracınızda sizi koruyan bir parçası olma ihtimalinin yüksek olduğunu insanlara hatırlatmak istedik. Güvenliği dünyayla paylaşmanın gücü budur"** dedi.

PODCAST

MICHAEL JOHNSON'DAN ATLETİZME YENİ SOLUK: GRAND SLAM TRACK

Cannes Lions 2025'te **WPP CCO Rob Reilly** ile bir araya gelen **Olimpiyat Efsanesi Michael Johnson**, kariyerinin ikonik anlarından, özellikle de 1996 Olimpiyatları'ndaki altın ayakkabılarının hikayesinden yola çıkarak, sporcuların dijital çağdaki marka dönüşümünü ve atletizmin geleceğine dair vizyonunu paylaştı.

Johnson, bu ayakkabıların nasıl marka sembolü haline geldiğini vurguladı. Emekliliği sonrası girişimciliğini atletizme taşıyan Johnson, "*Grand Slam Track*" adını verdiği yeni profesyonel atletizm liginin tanıtı. Bu lig, Olimpiyatlar dışındaki ilgi eksikliğini gidermeyi amaçlıyor; sözleşmeli en iyi atletleri, yüksek ödülleri, kısa ve dinamik (1 dakikadan az) yarışları ve hikaye odaklı içerikleriyle genç ve çeşitli bir izleyici kitlesine hitap ediyor.

Johnson'ın vizyonu, sosyal medya ve teknoloji aracılığıyla sporcuların markalaşmasını destekleyerek atletizmi dijital çağda yeniden zirveye taşımak.



[Screaming Creativity with Rob Reilly and Michael Johnson - YouTube](#)

TEŞEKKÜRLER!