



# Monthly Digest

**KASIM 2025**

# WPP, Reckitt'in Avrupa Medya Ajansı Oldu!



WPP, 6 Kasım 2025 tarihinde yaptığı duyuruyla, Reckitt'in 21 Avrupa pazarındaki medya planlama ve satın alma süreçlerini yönetecek yeni medya ajansı seçildi. WPP Media, 1 Ocak 2026'dan itibaren Durex, Nurofen, Dettol, Finish gibi Reckitt'in güvenilir sağlık ve hijyen markalarının stratejilerini geliştirecek ve uygulayacak.

Bu ortaklığın merkezinde, WPP'nin "WPP Open" adlı pazarlama platformu yer alıyor. Bu platform, geleneksel kimlik bilgilerinin, kapalı platform (walled garden) verilerinin ve perakende medya ağlarının ötesindeki çeşitli veri kaynaklarını kullanarak işbirliğini mümkün kılıyor, üstelik veriyi hareket ettirmeye veya paylaşmaya gerek kalmadan. WPP, Reckitt'in medya işlerini yerel pazar uzmanlığını merkezi yönetimle birleştiren entegre bir modelle yönetecek.

# WPP, LIA Ödülleri'nde Yılın Şirketi Seçildi!

WPP ajansları 170'ten fazla ödül toplarken, Ogilvy üst üste beşinci kez Yılın Ağı (Network of the Year) seçildi.



# WPP, Brezilya'daki İlk Kampüsünü São Paulo'da Açtı: Yaratıcılık ve İnovasyon Merkezi



WPP, 11 Kasım 2025'te São Paulo'nun Vila Leopoldina bölgesinde Brezilya'daki ilk kampüsünün açılışını gerçekleştirdi. Bu yeni tesis, Ogilvy, VML gibi önemli markalar da dahil olmak üzere 21 WPP ajansından yaklaşık 4.000 çalışanı tek çatı altında topluyor.

Ödüllü mimar *Gustavo Utrabo* tarafından tasarlanan 39.000 m<sup>2</sup>'lik kampüs, işbirliğini, yaratıcılığı ve yapay zeka destekli inovasyonu teşvik etmeyi hedefleyen modern bir ekosistem sunuyor. Alan, bölgenin endüstriyel ve zanaatkar geçmişini yansıtarak farklı bilgi ve deneyimlerin birleşimine ilham veren bir mimariye sahip.

WPP CEO'su *Cindy Rose*, bu kampüsü Brezilya'ya olan bağlılıklarının güçlü bir sembolü olarak nitelendirirken, WPP Brezilya Ülke Müdürü *Stefano Zunino* ise burayı sektörün en yeteneklileri için "canlı bir ekosistem ve yaratıcılık tapınağı" olarak tanımladı. Yeni kampüsün, çalışanlara AI destekli büyüme ve etkileyici sonuçlar sunmaları için gerekli ortam ve araçları sağlaması bekleniyor.

São Paulo kampüsü, WPP'nin 2025 yılı sonuna kadar dünya genelinde 65'ten fazla kampüs açma stratejisinin önemli bir parçasını oluşturuyor.

[WPP inaugurates first campus in Brazil | WPP](#)

# WPP, Üçüncü Londra Kampüsü Olan İkonik One Southwark Bridge'in Resmi Açılışını Duyurdu!



WPP, eski Financial Times Genel Merkezi'ni, WPP Media ve WPP Open ekiplerinden 3.000 çalışanı bir araya getiren ve şirketin pazarlama için yapay zeka platformunun geliştirilmesine öncülük eden bir Londra kampüsüne dönüştürüyor. **Bina, kısa süre önce BREEAM Üstün derecesiyle ödüllendirildi.**

**WPP CEO'su Cindy Rose:** "Gururlu bir İngiliz şirketi olarak bu, Birleşik Krallık yeteneğimize ve altyapımıza önemli ve sürekli bir yatırımı temsil ediyor. Olağanüstü insanlarımızı bir araya getirerek müşterilerimize hizmet veren bir yaratıcılık ve yenilik merkezidir" dedi.

# İlk Küresel BAV@WPP Aksiyonda Veri Ödülleri'ne Başvurular Başladı!



WPP bünyesindeki ekiplerin BAV verilerini kullanarak küresel ve yerel çapta gerçekleştirdiği en başarılı çalışmaları taçlandırarak olan üç ödül sahibini bulacak. Programın temel amacı, BAV'ın WPP ekipleri tarafından nasıl farklı şekillerde kullanıldığını ve bunun iş sonuçları üzerinde nasıl belirgin bir fark yarattığını ortaya koymak.

Başvurular, BAV verilerinin mükemmel bir sunumunu içeren projelerden, BAV içgörülerinin çığır açan yaratıcı çalışmalara nasıl ilham verdiğini gösteren örneklerden veya marka dönüşümünü nasıl beslediğini açıklayan stratejilerden oluşabilir. Ödüller, mevcut bir müşteri için yürütülen projelerin yanı sıra, potansiyel yeni bir anlaşma için geliştirilen çalışmaları da kapsayacak şekilde geniş bir yelpazeyi kabul ediyor.

WPP, uygulamalı yapay zeka alanındaki liderliğini pekiştirmek ve müşterileri için çığır açan teknoloji odaklı çözümler sunmak amacıyla oluşturulan yeni bir görev olan ilk **İnovasyon Direktörü olarak Elav Horwitz'i** atadığını duyurdu.

Bu yeni pozisyonda **Elav**, WPP'nin dünya lideri ortaklarını şirketin eşsiz yaratıcı ve stratejik yetenekleriyle birleştirmekten sorumlu olacak. Görev alanı, uygulamalı yapay zekayı ve müşteri dönüşümünü yönlendirmek, müşterilerin ticaretle nasıl etkileşim kurduğunu, ilgi çekici içerik oluşturduğunu ve kültürü nasıl şekillendirdiğini yeniden tanımlamak için iş birliği ve evik inovasyon kültürünü teşvik etmeye odaklanacak.

Haberin tamamına ulaşmak için: [WPP appoints Elav Horwitz as first Chief Innovation Officer, supercharging tech-driven client solutions | WPP](#)





## **Avrupa Yayın Birliği (EBU) ve AKQA, Eurovision şarkı Yarışması hayran deneyimini yeniden tasarlamak için ortaklık kurdu.**

Avrupa Yayın Birliği (EBU), dünyanın en büyük canlı müzik etkinliği olan Eurovision şarkı Yarışması için AKQA'yı dijital ajansı olarak atadı ve bu, küresel yarışma için yeni bir dijital çağın başlangıcını işaret ediyor.

Her yıl 170 milyondan fazla izleyiciye sahip olan Eurovision şarkı Yarışması, hayranları bir araya getiren ve büyüme ile yaratıcılık için yeni yollar açan 365 günlük dijital deneyimini geliştirmek amacıyla teklifini tazeliyor.

Managing Director - Phil Wright AKQA Leap şunları söyledi: "Eurovision şarkı Yarışması, dünyanın en ikonik kültürel platformlarından biridir. Yarışmayı 365 günlük bir deneyime taşıyacak ekosistemi inşa ederek bu kadar önemli ve esaslı bir şekilde dahil olmak büyük bir onurdur. Bu küresel yaratıcılık ve bağlantı kutlamasının bir sonraki bölümünü şekillendirmeye yardımcı olmaktan heyecan duyuyoruz."

**Haberin tamamına ulaşmak için:** [The European Broadcasting Union and AKQA partner to reimagine the Eurovision Song Contest fan experience - AKQA](#)

# WPP, Sightly ile AI Destekli Marka Performansını Güçlendiriyor!

WPP, yapay zeka analitik firması Sightly ile ortaklık kurdu. Bu iş birliğiyle WPP, Sightly'nin "Brand Mentality" platformunu kullanarak markalara kültürel ve sosyal içerik hedeflemeleri konusunda derinlemesine içgörüler sunacak. Platform, markaların kimliklerini güncel sosyal ve haber akışlarıyla hizalamalarına yardımcı oluyor. Bu adım, WPP'nin AI yeteneklerini genişleterek markaların performansını artırmayı ve pazarlama stratejilerini daha verimli hale getirmeyi hedeflediğini gösteriyor.

[WPP expands AI capabilities to boost brand performance with Sightly partnership - Digiday](#)

# Maltesers, "Disruptively Simple" Kampanyasıyla Pinterest'e Afacan Bir Çekicilik Getiriyor!

**T&P ile iş birliği içinde,** Maltesers'in kampanyası minimalist görselleri tuhaf çizimlerle birleştirerek sosyal medyadaki gürültüyü aşmayı hedefliyor. Maltesers, ikonik neşeli çikolata markası, çikolata keyfini daha hafif bir şekilde yaşama konusundaki eşsiz zekasını ve çekiciliğini yeniden ortaya koymak için tasarlanmış yenilikçi bir Pinterest kampanyası başlattı. **T&P tarafından geliştirilen ve yalnızca Pinterest'te yayınlanan kampanya,** sosyal medyanın dijital gürültüsünü aşmak ve genç kitlelerle etkileşim kurmak için "yıkıcı derecede basit" bir yaratıcı yaklaşım kullanıyor.

Kampanyanın temel yaratıcı özellikleri, basit çizimlerle dönüştürülmüş düz arka planlar üzerindeki Maltesers'ları içeriyor.. Yaratıcı ekibi Maltesers'in kendine özgü neşesini ve zekasını geri kazanmaya, onu çikolata keyfini daha hafif bir şekilde yaşama olarak konumlandırmaya zorladı. Çözüm daha sonra markanın kendine özgü tonuna odaklandı; afacan ve hafif – ve temel marka varlıklarına dayandı – lezzetli görünen bir Malteser.

Kampanya şimdi Pinterest'te yayında, kullanıcıları günlük kaydırmalarında beklenmedik bir neşe anını keşfetmeye davet ediyor.



## L'Oréal Professionnel, Küresel Sosyal Medya Stratejisi için Ogilvy Paris'i Seçti!

L'Oréal Professionnel, çoklu ajanslı bir sürecin ardından küresel sosyal medya stratejisini yönetmek üzere **Ogilvy Paris'i** görevlendirdi. Kasım 2025'te başlayacak olan bu ortaklık, markanın özellikle TikTok ve Instagram platformlarındaki varlığını güçlendirmeyi hedefliyor.

Ogilvy Paris, L'Oréal Professionnel'in profesyonel saç inovasyonu ve ilhamında küresel bir referans olma konumunu pekiştirecek içerikler üretecek. Bu çalışmalar, markanın farkındalığını, cazibesini ve topluluk etkileşimini artırmaya odaklanacak. TikTok ve Instagram'ın güzellik ve profesyonel kategoriler için önemli birer keşif motoru haline gelmesiyle, bu hamle L'Oréal Professionnel'in küresel hikaye anlatımında tutarlılığı sağlamak ve marka değeri ile satın alma davranışını etkileyen bu platformlardaki performansını hızlandırmak istediğini gösteriyor.

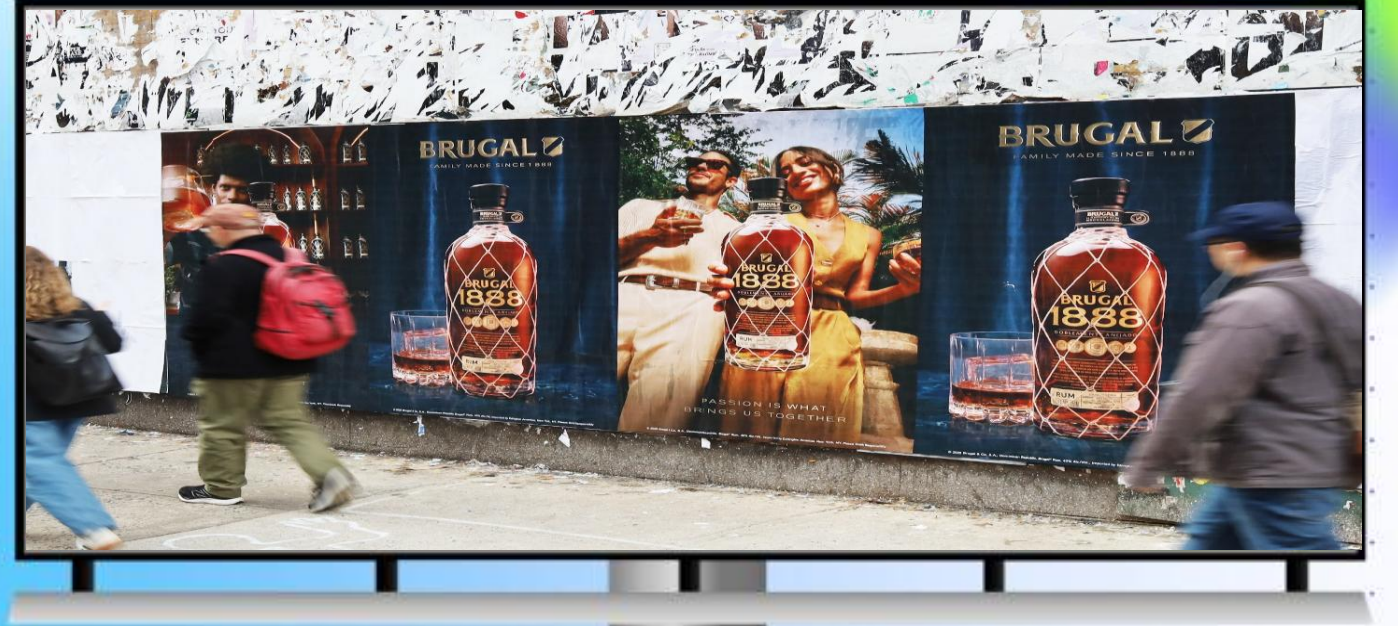
### Yeni İş Birliği



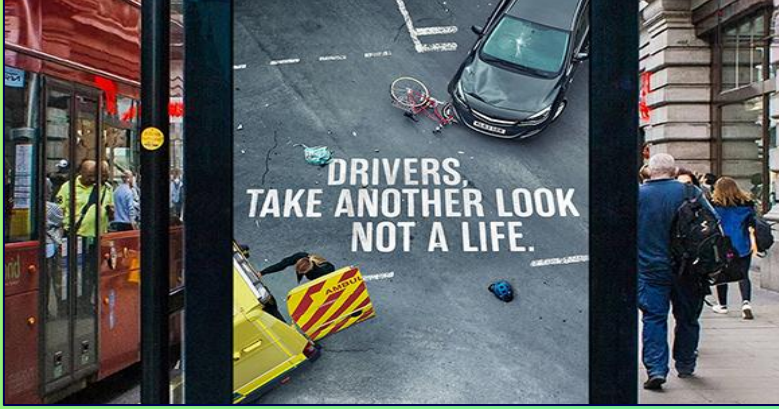
# Hudson Rouge, Rom Ustalığında Yeni Bir Bölüm Başlatmak İçin Brugal'a Tutkusunu Akıtıyor!

Kampanya, Ollie Ali tarafından yönetilen ve fotoğraflanan gerçek insanları ve yerleri öne çıkarıyor. **VML** ağı içinde yer alan ve WPP'nin bir parçası olan lüks pazarlama butiği Hudson Rouge, portföyünde The Macallan, Highland Park ve The Famous Grouse gibi markaları barındıran Edrington Group'tan ikonik Dominik romu Brugal'ın global yaratıcı ortağı olarak atandı.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Hudson Rouge Pours Passion Into Brugal to Stir Up New Chapter in Rum Mastery | LBBOnline](#)



# Wavemaker UK'den Londra Yollarını Güvenli Hale Getiren Kampanya



**Take another look, not a life.**

Inspired by real stories

Wavemaker UK, VCCP ile birlikte, Londra Ulaşım İdaresi için "Take Another Look, Not a Life" adlı yeni bir kampanya başlattı. Bu kampanya, sürücülerin bisikletli ve motosikletli kullanıcıların "birdenbire ortaya çıktığı" algısını değiştirmeyi ve Londra yollarını daha güvenli hale getirmeyi amaçlıyor.

Wavemaker UK, mesajı sadece iletmekle kalmayıp, davranışsal değişimi medya stratejisinin kendisine entegre etti. Bu kapsamda:

- Yoğun saatlerde yayınlanan radyo spotları, dinleme anlarını düşünme ve daha güvenli sürüşe teşvik eden anlara dönüştürüyor.
- Sürücüler geçerken dönuşen özel açık hava reklamları (OOH) kullanılıyor.
- Kampanya, Yol Güvenliğı Haftası'nda stratejik olarak konumlandırılıyor.
- Dijital ve sosyal medya kanalları aracılığıyla çoklu kanal yayılımı sağlanıyor.

Wavemaker UK'den Oli Halliwell, bu önemli kampanyada TfL ile ortak olmaktan gurur duyduklarını ve reklamcılığın olumlu değişim yaratma gücüne inandıklarını belirtiyor. Amaç, sürücülerini durup çevrelerindeki insanları gerçekten görmeye davet ederek anlamlı davranışsal değişimler yaratmak.

Reklam filmi için: [Yayınla](#) | [LinkedIn](#)

## VML ve Tennessee Turizm Geliştirme Departmanı, Görme Engelli Topluluklar İçin Tatil Planlamanın Ne Anlama Geldiğini Yeniden Yazıyor. 🎵

Sektörde bir ilk olan **Sound Sites** kampanyası aracılığıyla, Tennessee'nin şarkı yazarları, alternatif metni lirik hikaye anlatımına dönüştürerek görme engelli ziyaretçiler için erişilebilir seyahati geliştiriyor.

Hikayenin tamamını dinlemek ve çalışma hakkında daha fazla bilgi edinmek için: <https://lnkd.in/gSiFRVe3>

# Clarion Communications: Aldi'nin "Havuç" Yüzükleri ile Noel Çılgınlığı

Clarion Communications, geçen haftaki Noel reklamı başarısının ardından Aldi için yeni bir kampanya başlattı: Sınırlı sayıda üretilen 'Havuç' Altın Nişan Yüzükleri. Bu kampanya, Kevin the Carrot'ın onuncu yılını ve Katie'ye yaptığı kalp ısıtan evlenme teklifini kutlamak amacıyla hayata geçirildi.

Ajans, İngilizlerin %43'ünün yenilikçi yüzük tasarımlarını sevdiği ve yaklaşık beşte birinin geleneksel olmayan evlenme tekliflerine sıcak baktığı gibi yeni araştırmalardan faydalandı. Noel evlenme tekliflerinin 'büyülü' ve 'en iyi hediye' olarak görüldüğü bulguları da kampanyaya entegre edildi.

İngiliz kuyumcu Jessica Flinn ile tasarlanan her bir yüzük, havuç şeklinde turuncu zirkon ve iki markiz kesim peridot taşına sahip. Kampanya, The Sun, The Mirror gibi önde gelen medya kuruluşlarında geniş yer bularak büyük bir medya yankısı uyandırdı. Clarion Communications, bu eşsiz kampanyanın devam eden başarısını dört gözle bekliyor.



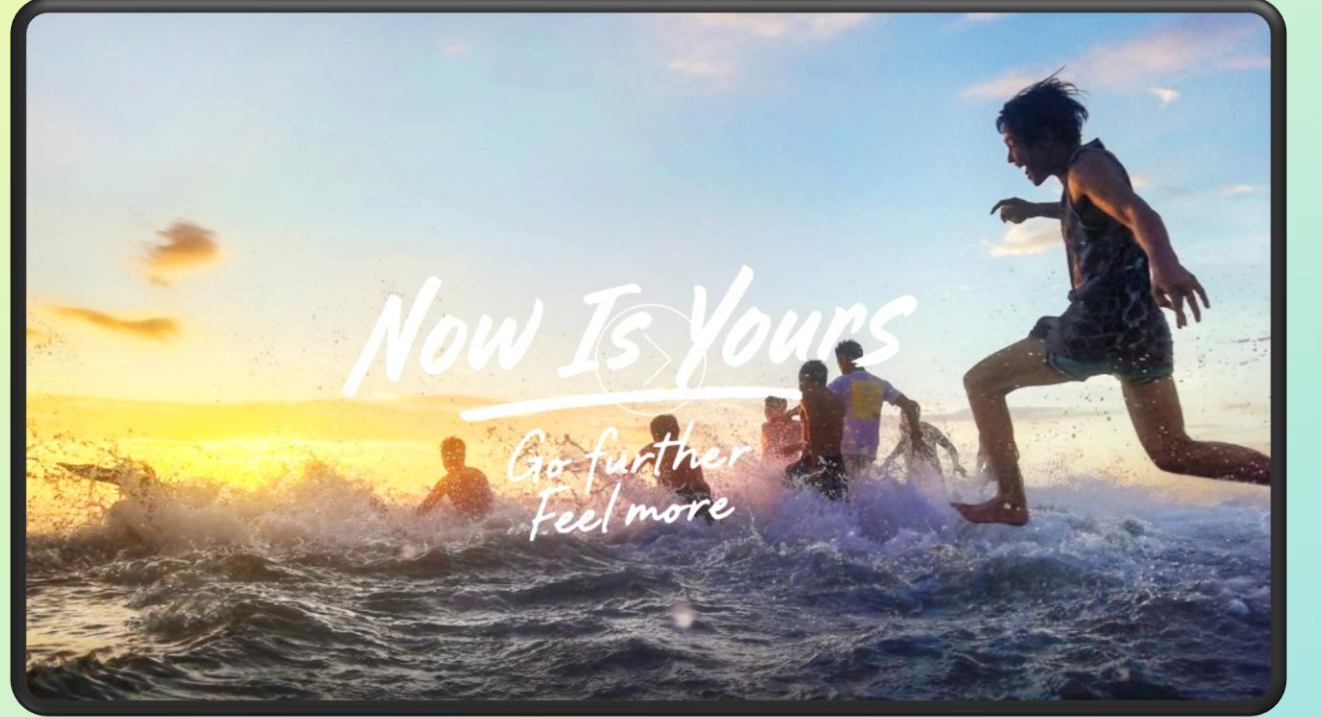
# Teknoloji İnsan Gibi Hissedebilir mi?

## Huawei Cihaz'ın En Yeni Küresel Kampanyası

### "Now Is Yours" Bu Vizyonu Hayata Geçiriyor

Ogilvy China ile iş birliği içinde oluşturulan bu canlı kampanya, stratejik bir evrimi işaret ediyor. Kampanya, teknoloji liderliğinin ötesine geçerek genç tüketici kuşağıyla daha derin ve anlamlı bağlar kurmayı hedefliyor. "Go Further, Fell More" (Daha İleriye Git, Daha Fazla Hisset) teması etrafında şekillenen kampanya, farklı kültür ve bölgelerdeki gençlerin ilham verici anlarını kutlayarak, Huawei Cihaz'ı onların günlük yaşamlarında bir yol arkadaşı olarak konumlandırıyor.

Kampanyaya göz atmak için: [Now is Yours - Huawei Device | Our Work | Ogilvy China](#)



# Coca-Cola, Klasik Noel Kampanyasını Yapay Zeka ile Yeniledi ve Yeni Bir Canlı Çekim Reklam Filmi Yayınladı

Coca-Cola, 2025 Noel kampanyasını duyurdu. WPP Open X tarafından VML liderliğinde geliştirilen kampanya, "A Holiday Memory" adlı yeni bir canlı çekim TV reklam filmiyle öne çıkıyor. Bu reklam, bir annenin tatil hazırlıklarındaki mücadelesini ve bir Coca-Cola yudumuyla keşfettiği büyülü bir kar küresinden canlanan "Feliz Navidad" eşliğinde kutlama yapan figürlerle hatırladığı tatilin anlamını konu alıyor.

Kampanya ayrıca, ikonik "Holidays Are Coming" Noel kamyonları reklamının yapay zeka (AI) destekli güncellenmiş versiyonunu da içeriyor. İkinci kez SilverSide AI ile yapılan işbirliğiyle, bu yıl kamyonların geçişini hayranlıkla izleyen sevimli hayvanlara yer verildi.

"Refresh Your Holidays" ana temasıyla kampanya, insan bağlantısını ilham vermeyi ve sezonun koşturmacasını saf keyif anlarına dönüştürmeyi hedefliyor. Kuzey Amerika, Latin Amerika ve Asya-Güney Pasifik pazarlarında yayınlanacak olan kampanya, EssenceMediacom ve Ogilvy tarafından da destekleniyor. Coca-Cola, "Karavanlar ve Kamyon Turu" ile de topluluklara sürükleyici deneyimler sunarak Noel ruhunu yaymayı amaçlıyor.

Reklam filmi ve detaylar için: [Coke Refreshes Christmas Classic with AI, Adds New Live-Action TVC | LBBOnline](#)



# Corona Cero, Grey Ajansıyla Milano Cortina 2026 Kış Olimpiyatları'nın İlk Alkolsüz Sponsoru Oldu!

WPP bünyesindeki Grey ajansı, Corona Cero için Milano Cortina 2026 Kış Olimpiyatları'nda "For Every Golden Moment" (Her Altın An İçin) kampanyasını başlattı. Kış Olimpiyatları'nın ilk alkolsüz bira sponsoru olan Corona Cero, bu küresel platformla hem sporcu başarılarını hem de günlük hayatın "altın anlarını" kutlamayı hedefliyor.

AB InBev ile Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) arasındaki işbirliğini pekiştiren bu kampanya, sorumlu tüketimi teşvik ederek tüketicileri her mevsimde ve her fırsatta dengeleyici seçimlerle kutlamaya davet ediyor. İçerisinde Olimpik sporcuların da yer aldığı kampanya filmi ve çeşitli aktivasyonlar ile 25'ten fazla pazarda yayına giren Corona Cero, alkolsüz bira kategorisindeki hızlı büyümesini sürdürüyor.



Detaylar için:

[Corona Cero Brings Golden Moments to the Mountains of Milano Cortina 2026](#)

# VML'in Ulusal Piyango için yürüttüğü Duygusal Noel Kampanyası: Dreams Waiting To Happen'

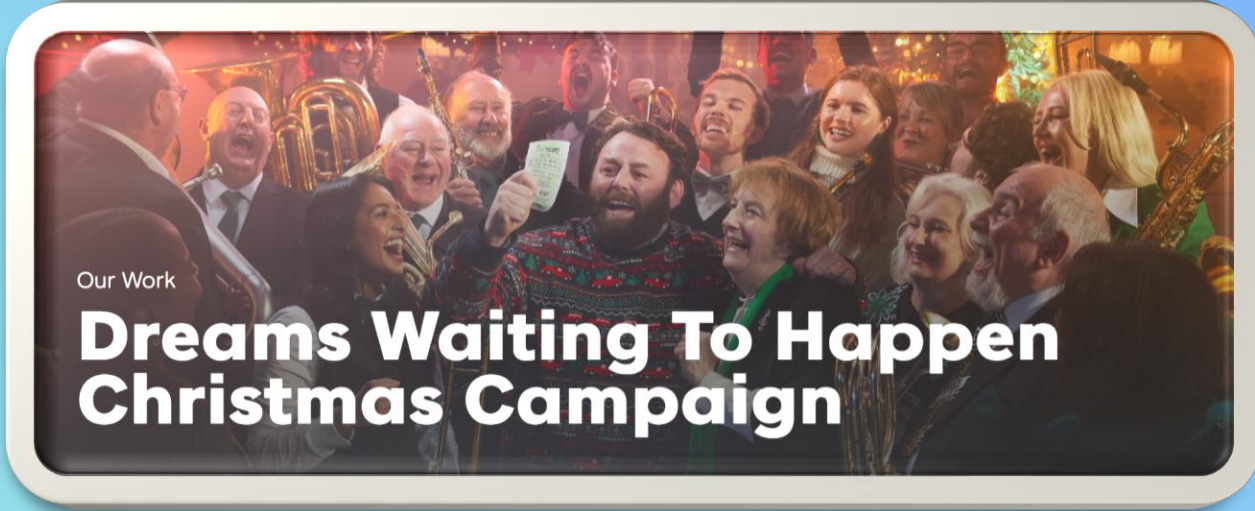
Ulusal Piyango, "Dreams Waiting To Happen" (Gerçekleşmeyi Bekleyen Hayaller) platformunun devamı niteliğindeki Noel kampanyasıyla İrlanda genelinde büyük yankı uyandırdı. Kampanya, markanın insanlarla olan duygusal bağını derinleştirmeyi ve dikkati büyük ikramiyelerden ziyade, Noel döneminde insanları bir araya getiren günlük, samimi hayallere çekmeyi hedefledi.

Zak Emerson'ın yönettiği, "All Aboard" adlı sinematik TV reklamı, kırsal kesimdeki bir bando grubunun piyango ikramiyesiyle uzun süredir bekleyen hayallerini gerçekleştirmesini mizahi ve sıcak bir dille anlattı. Uluslararası Fotoğraf Ödülleri'nde Yılın Fotoğrafçısı seçilen Alex Telfer'in etkileyici açık hava fotoğrafları da kampanyanın umut ve olasılık temalarını İrlanda geneline taşıdı.

Bu kampanya, Ulusal Piyango'nun uzun vadeli hikaye anlatımını güçlendirerek, özellikle Noel'de aileleri ve toplulukları bir araya getiren günlük umutların bir ortağı olarak rolünü pekiştirdi.

Haberin tamamına ulaşmak için:

<https://www.vml.com/work/dreams-waiting-to-happen-christmas>



## IKEA U.S., Yeni Marka Platformu Tanıttı: "Dream the Possibilities"

IKEA U.S., DAVID New York ajansı ile iş birliği yaparak "Dream the Possibilities" (Olasılıkları Hayal Et) adlı yeni marka platformunu başlattı. 29 Ekim 2025'te duyurulan bu platform, büyük hayallerin parça parça inşa edildiği inancına dayanıyor ve IKEA'nın uygun fiyatlı, demokratik tasarımlarıyla herkese kendi hayalindeki evi yaratmasında yardımcı olma rolünü kutluyor.

Platform, çeşitli filmler, promosyonlar ve sürükleyici aktivasyonlarla yayına girecek. Lansmanda Amerikalıların farklı yaşam ve hayal etme biçimlerini vurgulayan ulusal bir film, mutfaklara odaklanan "Complete Cooking and Eating" kampanyası ve IKEA Aile üyeleri için özel teklifleri gösteren iki film yer alıyor. DAVID New York, herkes için erişilebilir olan uygun fiyatlı tasarımın, tüketicilere sanki özel bir muamele görüyormuş gibi hissettiren bir anlatımla sunulduğunu belirtiyor. Ajans, bu iş birliğinden ve marka platformunu inşa etmekten büyük heyecan duyduğunu dile getirdi.

Reklam filmi ve detaylar için: [IKEA U.S. launches the new platform "Dream the Possibilities", created by DAVID New York | LBBOnline](#)



# Lincoln'ın 'Wish List'i Cömertliği Kutluyor

Lincoln, Hudson Rouge tarafından hazırlanan yeni "Little Entrepreneur" (Küçük Girişimci) kampanyasıyla yıllık 'Dilek Listesi Satış Etkinliği'ni başlattı. Bu kampanya, tatil sezonunda cömertliğin gücünü vurguluyor.

Kampanyanın kısa filmi, babasının Lincoln Navigator'ının bagajında (Split Gate özelliğiyle) sıcak çikolata satarak kazandığı parayı bir hayır kurumuna bağışlayan genç bir kızın hikayesini anlatıyor. Bu duygusal anlatı, geleneksel satış mesajlarından ziyade, topluluk ve bağ kurmanın önemini ön plana çıkarıyor.

Lincoln, bu film aracılığıyla lüksün sadece sahip olmakla değil, aynı zamanda vermekle de ilgili olduğunu gösteriyor ve markanın özündeki "sakin güven" ve "güçlü topluluk" değerlerini yansıtıyor. Kampanya, filminden ilham alan 'Sıcak Çikolata Kitleri' ile ABD genelindeki bayilerde de deneyimlenecek.

Reklam filmi ve detaylar için: [Lincoln's 'Wish List' Celebrates the Spirit of Giving | LBBOnline](#)





# TEŞEKKÜRLER!