



# Monthly Digest

**MART 2026**

# WPP, The Drum World Creative Rankings'de En Çok Ödül Alan Şirket Seçildi 🏆

WPP, **The Drum'ın World Creative Rankings** listesinde yılın en çok ödül alan şirketi olarak öne çıktı. Bu büyük başarı, WPP bünyesindeki ajansların yaratıcılıkta global ölçekteki liderliğini bir kez daha kanıtladı.

Özellikle **Ogilvy** ve **VML**, "En Çok Ödül Alan Network Ajanslar" sıralamasında ilk iki sırayı paylaşarak büyük bir başarıya imza attı:

**Ogilvy** – 1. sırada

**VML** – 2. sırada

Bu yıl APAC bölgesi (Asya Pasifik), performansı ile ön plana çıktı. Bölgedeki **Baş Kreatif Direktörlerimiz** dünya genelinde ilk 4 sırayı kapladı ve global arenada dikkat çekti:

**Ogilvy'den Liz Taylor** – Dünya çapında #1 Baş Kreatif Direktör

**APAC Bölgesi:** Reed Collins (Ogilvy, #1), Nicolas Courant (Ogilvy, #2), Marco Versolato (VML, #3), Paul Nagy (VML, #4)

**LATAM Bölgesi:** Pancho Cassis (DAVID Miami), Nino Goldberg (VML), Diego Medvedocky (Grey)

**Amerika Bölgesi:** Liz Taylor (Ogilvy), Debbi Vandeven (VML)

Detaylı bilgi için: [The Drum Creative Rankings | WPP](#)



# WPP, Dördüncü Kez Üst Üste WARC Creative 100'de Zirveye Yerleşti!

WARC  
RANKINGS 2026  
CREATIVE 100  
#1



WPP

WPP, dördüncü kez üst üste WARC'ın 2026 Creative 100 Listesi'nde en yaratıcı şirket seçildi. Bu prestijli liste, dünya genelindeki yaratıcılık alanında en çok ödül alan şirketleri ve kampanyaları sıralıyor. WPP'nin ajansları, ikonik markalardan oluşan birleşik ağında olağanüstü yaratıcı yeteneklerini sergiledi.

WPP Creative'in global ajansları, sektör lideri mükemmelliklerini bir kez daha kanıtladı; **Ogilvy**, art arda altıncı kez Yılın Ağı seçilirken, **VML** en iyi 50 ağ arasında üçüncü sırada yer aldı. **AKQA** da ilk 30 ağ arasında yer alarak dikkat çekti.

Haberin tamamına ulaşmak için: [WPP claims top spot on WARC Creative 100 for fourth consecutive year | WPP](#)

## Dünya Kadınlar Günü Neden Önemli?

### WPP'den Kadın Liderler, Dünya Kadınlar Günü'nün Kendileri İçin Ne Anlama Geldiğini Açıklıyor



Dünya Kadınlar Günü için WPP, Ogilvy, WPP Media, Burson Group ve VML'den kadın liderler, bu günün kendileri için ne anlama geldiğini ve kutlamaya devam etmenin neden önemli olduğunu paylaşıyor.

Cindy Rose, WPP CEO'su Bir FTSE şirketinin lideri olarak, kadınların liderlik rollerinde yer alması için kararlı bir savunucuyum. Liderlik rollerindeki tüm kadınların, geleceğin kadın yeteneklerine koçluk yapma, onları destekleme ve ilham verme sorumluluğuna sahip olduğuna kuvvetle inanıyorum. Bu Dünya Kadınlar Günü'nde, 'Vererek Kazan' teması, kadın yeteneklerimizin ilerlemesini hızlandırmaya zaman ve enerji yatırdığımızda herkesin fayda sağladığına dair güçlü bir hatırlatıcı görevi görüyor. Bugün ve her gün, birbirimize destek olmaya ve herkesin başarılı olması için fırsatlar yaratmaya devam edelim. Bu hayati çalışmayı her gün destekleyen ekiplerimize ve müşterilerimize büyük bir teşekkür.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Why International Women's Day Matters | LBBOnline](#)

# WPP, Art Arda Dokuzuncu Yıl WARC Media'da 100'e Hakim Oldu!

WPP, art arda dokuzuncu yıl WARC'ın 2026 Media 100 listesinde dünyanın lider şirketi seçildi. Sürekli elde edilen bu başarılar, WPP'nin global medya ekosistemindeki benzersiz liderliğini bir kez daha teyit ederken; dünya çapındaki müşterilerine dönüştürücü, entegre ve ödül kazanma potansiyeli yüksek medya stratejileri sunma konusundaki kararlı yaklaşımını da güçlü biçimde ortaya koyuyor.

WPP'nin medya yetenekleri, Mindshare Worldwide'ın Yılın Medya Ağı en üst sırasını almasıyla daha da vurgulandı; EssenceMediacom ve Ogilvy de ilk beş arasında yer aldı. WPP ajans markaları global medya ajansları arasında üst sıralarda yer aldı; Mindshare Mumbai, Mindshare New York, Mindshare Londra ve EssenceMediacom New York ilk on içinde kendine yer buldu.

Haberin tamamına ulaşmak için: [WPP dominates WARC Media 100 for ninth consecutive year | WPP](#)



## WPP Media'dan "Kadın Sporları Rehberi: Oyuna Dahil Olun" Araştırması



WPP Media tarafından EDO, Adverteyes ve VideoAmp ortaklığıyla geliştirilen Kadın Sporları Rehberi, markaların beklediği kanıtları sunuyor. Beş dikey sektör ve 200'den fazla yaratıcı uygulamanın incelenmesi sonucunda, kadın sporlarındaki reklamların, benzer spor dışı yayın ve kablolu yayın mecralarındaki reklamlara göre etkileşim, öngörülen dikkat ve yaratıcı yankı açısından sürekli olarak daha iyi performans gösterdiğini bulduk.

Haberin tamamına ulaşmak için: [The Data-Driven Case for Ads in Women's Sports | WPP Media](#)

## Fuze Tea'nin Yeni Global Yaratıcı Ortağı Ogilvy Paris Liderliğindeki WPP Open X Oldu!

Coca-Cola markası Fuze Tea'nin, Ogilvy Paris liderliğindeki WPP Open X ekibini yeni global yaratıcı ortağı olarak seçmesi üzerine, bu önemli başarıda pay sahibi olan Paris, Türkiye ve İspanya'daki ekipleri içtenlikle tebrik edildi.

Haberin tamamına ulaşmak için: [\*\*A refreshing new partnership! ✨\*\*](#)  
[\*\*We are thrilled that Fuze Tea, a Coca Cola brand, has named a WPP Open X team, led by Ogilvy Paris as its new global creative partner. Huge congrats to our teams in... | Ogilvy\*\*](#)



# ÖNE ÇIKAN İŞLER

# Clash Royale 10. yılını Tutkulu Oyuncularına Adadı 🎉

Mobil strateji oyunu **Clash Royale**, çıkışının 10. yılını kutlamak için DAVID New York tarafından hazırlanan özel bir filmle oyuncularına teşekkür ediyor. Kampanya, oyun topluluğunun yarattığı içeriklerden ilham alıyor ve hem fan yapımı videoları hem de canlı aksiyon sahneleriyle birleştiriliyor.

Film ayrıca, son 10 yılda topluluk için önemli rol oynayan influencer'lar, içerik üreticileri ve e-spor oyuncularının sürpriz görünümüne de yer veriyor.

**DAVID New York'un yaratıcı direktörü André Toledo**, "Son 10 yılda oyun için büyük bir tutku oluştu ve bu, sosyal medyada benzersiz içeriklerle kendini gösterdi. Amacımız, bu tutkulu topluluğu ve oyunun bugün olduğu hâle gelmesinde katkısı olan fanları kutlamak" diyor.

Kampanya, sadece bir başlangıç; yıl boyunca oyun içi etkinlikler, özel ödüller ve içeriklerle kutlamalar devam edecek, böylece global fan kitlesiyle bağ daha da güçlenecek.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Clash Royale Celebrates 10 Years with Ode to Passionate Fans | LBBOnline](#)



# Eşitlik Bakanlığı, "Women of High Value" Kampanyasıyla Toplumsal Cinsiyet Normlarını İroniyle Sorguluyor!



İspanya **Eşitlik Bakanlığı**, Ogilvy Spain iş birliğiyle hayata geçirilen "**Women of High Value**" kampanyasında, ultrakonservatif toplumsal cinsiyet normlarını ironiyle sorguluyor. Kampanya, ünlü oyuncu **Ángela Molina**'nin performansıya, sosyal medyada popüler olan ve kadınları itaatkâr ya da narin olmaya zorlayan "yüksek değerli kadın" algısını tersine çeviriyor. Amaç, kadınların dayatılan kalıplara karşı güçlenmesini sağlamak ve gerici söylemleri akıllıca çürütmek.

Kampanya, dijital platformlar, televizyon, radyo, basılı yayınlar ve açık hava reklamları dahil olmak üzere geniş bir mecrada yayınlanacak. Ogilvy'nin yaratıcı ekibi, viral klişeleri ironi ve altüst edici mesajlarla feminist özerklik ve direniş sembolüne dönüştürerek, eşitlik mücadelesinde geri adım atılmayacağını vurguluyor.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Ministry of Equality Uses Irony to Challenge Outdated Gender Norms in 'Women of High Value' | LBBOnline](#)

# Starbucks, 35.5 Milyon Aktif ABD'li Üyesi İçin Yenilenen Starbucks Ödül Programını Tanıttı!



**AKQA**, yeni sadakat modelinin amacını ve yapısını geliştirmek için Starbucks ile ortaklık kurdu; bu da Ödül üyeleri için artık aktif olan Green, Gold ve Reserve olmak üzere üç kademeli bir programla sonuçlandı.

Bağlantıyı derinleştirmek ve büyümeyi hızlandırmak amacıyla tasarlanan bu yapı, gerçek sadakati tanır ve ödüllendirir. Üyeler için daha net bir ilerleme yolu yaratarak, değer alışverişini daha anlamlı hale getirirken, daha derin bir etkileşimle uyumlu faydalar aracılığıyla kullanım sıklığını ve harcamayı artırmayı hedefler.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Starbucks Unveils Reimagined Rewards Program | AKQA posted on the topic | LinkedIn](#)

# Hellmann's ve Mr. Doodle, İkonik Etiketini Paskalya Yumurtası Avı'na Dönüştürüyor!

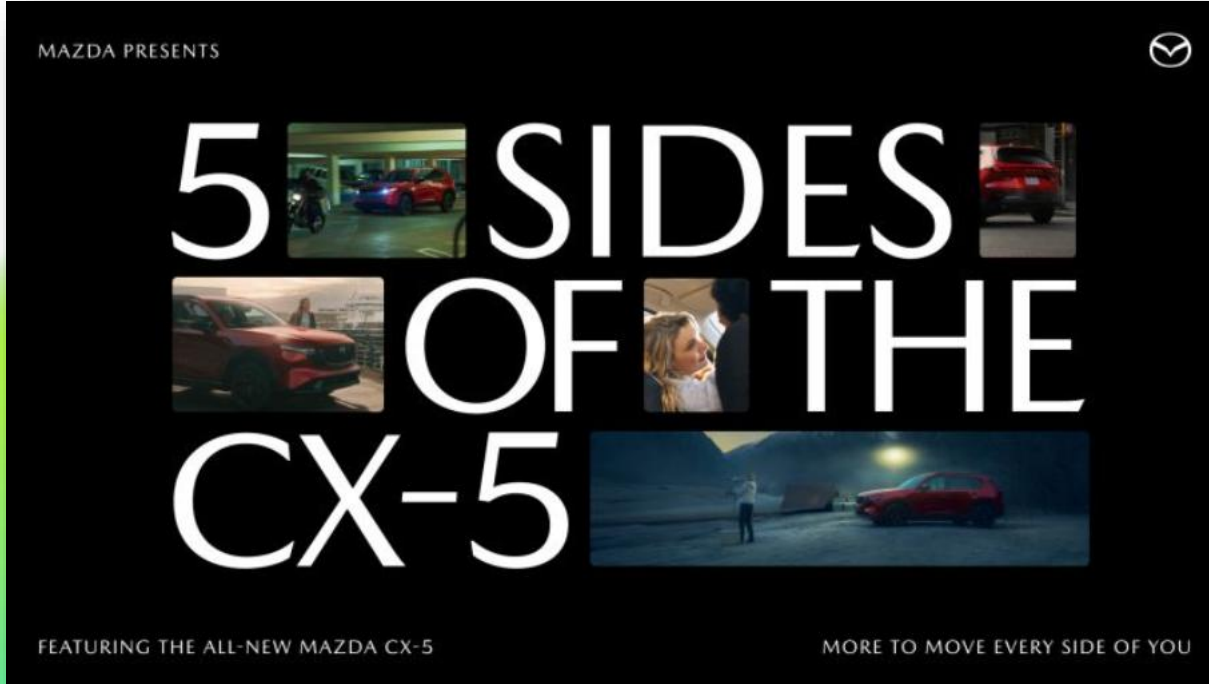


**VML ve WPP Unite ortak kampanyası**, Amazon müşterilerine Mr. Doodle tarafından elle çizilmiş, sınırlı sayıda üretilen 100 özel tasarım kavanozdan birini kazanma şansı sunuyor. Nesillerdir Hellmann's, ikonik etiketinde gururla yumurtalara yer veriyor. Bu yıl marka, bu yumurtaları sanatı, kültürü ve günlük yiyecekleri beklenmedik bir şekilde harmanlayarak modern bir Paskalya Yumurtası Avı'na dönüştürüyor. Hellmann's, mayonez kavanozları üzerinde ilk kez bir Paskalya yumurtası avı yaratmak için dünyaca ünlü sanatçı Mr. Doodle ile iş birliği yaptı.

**WPP Unite yaratıcı ticaret yöneticisi James Phillips**, "Paskalya genellikle çikolatalı tavşanlar ve renkli şekerlemelerle ilgili olsa da, özünde her zaman yumurtalarla ilgili olmuştur ve yumurtaları Hellmann's kadar kimse sahiplenmemiştir. Aslında, en başından beri ikonik etiketimizde yer alıyorlardı" dedi. Phillips, sözlerine "Koleksiyonluk Paskalya yumurtası kavanozlarımız, sadece Hellmann's'ın yapabileceği basit, şaşırtıcı bir dokunuş" şeklinde devam etti.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Hellmann's and Mr Doodle Turn Iconic Label into Easter Egg Hunt | LBBOnline](#)

# Hollywood'un Büyük Gecesinde, Yeni Mazda CX-5 Tüm Dikkatleri Üzerine Çekti!



WPP Team Mazda, her biri farklı bir sinema türünde; aksiyon, romantik komedi, bilim kurgu, müzikal ve korku olmak üzere beş kısa film yarattı. Tüm filmlerde Jessamie Waldon Day ve onun CX-5'i rol alırken, yönetmen koltuğunda Paul Hunter oturdu.

Kampanya, 2026 Oscar Ödülleri sırasında yayınlanan 60 saniyelik bir fragmanla ilk kez gösterildi ve bu sayede Mazda, Hollywood'un en çok kutlanan hikayelerinin yanına yerleşti ve önümüzdeki haftalarda yayınlanacak bir film serisini başlattı.

Haberin tamamına ulaşmak için: [#oscars2026](#) [#mazdacx5](#) | [WPP](#)

## Nike ve LEGO, Dream Hoops'u Tasarlamak Ve İnşa Etmek İçin AKQA İle Ortaklık Kurdu!



Perakende alanını yaratıcı bir oyun alanına dönüştürmek. Sporun oyunla buluştuğu yer...

Kids Foot Locker'daki geleneksel perakende alanını, çocukların oyunun kurallarını birlikte oluşturmalarına olanak tanıyan etkileşimli bir deneyim yaratarak yaratıcı bir oyun alanına dönüştürdüler.

Kampanya; LEGO'yu ilk kez bir spor mağazasına yerleştirerek, oyun ve hayal gücüne dayalı yeni bir perakende deneyimi yaratıyor. Bu yaklaşım; dört Kids Foot Locker lokasyonunda çocuklar oyun için 522 yeni kural yaratarak, kendini ifade etme ve marka etkileşimi için güçlü yeni bir yol açtı.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Dream Hoops - AKQA](#)

**TEŞEKKÜRLER!**