



# Monthly Digest

**NISAN 2026**

# WPP, The Estée Lauder Companies'in İlk Global Medya Ortağı Oldu!



WPP, The Estée Lauder Companies'in ilk Global Medya Ortağı olarak ELC'nin "One ELC" dönüşümünde kilit rol üstlendi. ELC Başkanı ve CEO'su Stéphane de La Faverie, bu ortaklıkla "One ELC" modelinin büyüme için hız, çeviklik ve verimlilik sağlayacağını belirtti. ELC Dijital ve Pazarlama Direktörü Aude Gandon'a göre, WPP'nin seçiminde WPP Open'ın teknolojik gücü, veri felsefesi ve ekip kalitesi belirleyici oldu; bu sayede WPP, Estée Lauder markalarını tüketicilerle hassas bir şekilde buluşturarak ölçülebilir yatırımlar ve geri dönüşler sağlayacak.

**Haberin tamamına ulaşmak için:** [The Estée Lauder Companies Fully Establishes Its "One ELC" Operating Model and Reaches Milestone in Its Profit Recovery and Growth Plan – The Estée Lauder Companies Inc.](#)

## WPP Media, YouTube Planlamasına Google Destekli Yapay Zeka Gücü Katıyor: YT5K ile Hız ve Etki Maksimuma Çıkıyor!

WPP Media, Google ile yapay zeka destekli YouTube 5K (YT5K) çözümüyle YouTube kampanyalarının karmaşık süreçlerini basitleştiriyor. Bu yenilikçi araç, 5.000'den fazla YouTube kanalına hızlı erişim ve reklamların en iyi uygulamalara göre anında optimize edilmesini sağlıyor. WPP Media Küresel Medya Çözümleri Direktörü Nicola Lewis'in de vurguladığı gibi YT5K, AI ile iş akışlarını dönüştürerek müşterilerin platformdan maksimum değer almasını ve Subway gibi markalar için %15'lik marka lifti gibi somut başarılar elde etmesini sağlıyor.

**Haberin tamamına ulaşmak için:**

[wppmedia.com/news/wppm-yt5k](http://wppmedia.com/news/wppm-yt5k)





## **WPP, Elevate28 Stratejisini Yönetecek Yeni İcra Kurulu Başkanı'nı Duyurdu: Anne-Isabelle Choueiri Estée Lauder Companies'ten Katılıyor!**

WPP, Elevate28 stratejisini hızlandırmak üzere Anne-Isabelle Choueiri'yi İcra Kurulu Başkanı olarak atadı. Yeni rolünde Choueiri, WPP'nin operasyonel yapısını tasarlama, uygulama ve dönüştürme sorumluluğunu üstlenecek. Estée Lauder Companies'ten katılan Choueiri, burada "One ELC" modelini şekillendirme ve pazarlama, veri yeteneklerini dönüştürme deneyimine sahipti. WPP CEO'su Cindy Rose, Choueiri'yi Elevate28 ile WPP'de "cesur ve kalıcı bir dönüşüm sağlamak için tam da ihtiyaç duyulan lider" olarak tanımladı.

**Bu haberin tamamına ulaşmak için :** [WPP appoints Anne-Isabelle Choueiri as Chief Transformation Officer | WPP](#)

## WPP Media, Wendy's ABD Medya İşini Kazanarak Kreatif Yaklaşım ve Medya Gücünü Tek Çatıda Birleştirdi!

WPP Media, Wendy's'in yaklaşık 240 milyon dolarlık ABD medya işini kazanarak, 14 yıldır kreatif ajansı olan VML ile medya süreçlerini WPP çatısı altında birleştirdi. Wendy's CEO'su Kirk Tanner, bu hamlenin "marka inşasını hızlandırma" hedeflerine hizmet edeceğini belirtirken, WPP Media CEO'su Brian Jack, kreatif ve medyanın birleşmesinin veri, teknoloji ve yaratıcılıkla ölçülebilir büyüme için eşsiz fırsatlar yarattığını vurguladı. Wendy's CMO'su Carl Loredano, WPP'nin markayı derinlemesine anladığını ifade ederken, bu kazanım WPP'nin entegre pazarlama gücünü ve bütünsel çözümler sunma yeteneğini pekiştirdi.

**Haberin tamamına ulaşabilmek için:** [Wendy's awards media account to WPP amid sales slide - Ad Age](#)



# WPP, Yeni İş Kazanımlarında Zirvedeki Yerini Koruyor: 2026'ya Güçlü Bir Başlangıç!

WPP, 2026 yılının ilk çeyreğine büyük bir başarıyla başladı ve JPMorgan'ın Q1 2026 New Business Performance tahminlerine göre yeni iş kazanımlarında 1 numarada yer aldı. Üst üste ikinci çeyrekte bu sıralamanın zirvesinde yer almak, WPP ekiplerinin dünya genelindeki parlak çalışmalarının ve müşterileri için yaratıcı, yüksek etkili çözümler sunma yeteneklerinin bir kanıtı niteliğinde.

**WPP CEO'su Cindy Rose**, bu sonuçlara ilişkin olarak, **"Bu sonuçlar yeteneğimize ve müşteri başarısına olan takıntımıza bir övgüdür. Yeni müşterilerimize sıcak bir hoş geldiniz – birlikte kazanmaya hazırız"** dedi. Bu başarı, WPP'nin pazardaki lider konumunu pekiştirirken, müşteri odaklı stratejisinin ve entegre çözümlerinin gücünü bir kez daha gözler önüne seriyor.



# WPP Media, Singapur'da KFC ve Pizza Hut'ın Entegre Medya Ajansı Oldu: AI Destekli WPP Open ile Büyüme Hızlanacak!



WPP Media

WPP Media, rekabetçi bir değerlendirme sürecinin ardından KFC Singapur ve Pizza Hut Singapur'un entegre medya ajansı oldu. Bu ortaklık, markaların pazar konumlarını güçlendirmeyi ve satış büyümesini WPP Media'nın kapsamlı stratejileriyle desteklemeyi hedefliyor. Bu kazanımda, **WPP'nin yapay zeka destekli pazarlama platformu WPP Open** kilit rol oynadı; hem KFC hem de Pizza Hut pazarlama direktörleri, WPP Open'ın medya stratejilerine kattığı yapay zeka kapasitesini ve tüketici içgörülerini somut iş büyümesine dönüştürme yeteneğini vurguladı. WPP Media, WPP Open ile müşteri anlayışını derinleştirerek ve medya bütçelerini optimize ederek markaların pazar hedeflerine ulaşmasına katkı sağlayacak.

# WPP, Dijital ve Fiziksel Dünyayı WPP Open ile Birleştiriyor

WPP, Google Earth AI modellerini ve veri setlerini doğrudan WPP Open platformuna entegre eden ilk şirketlerden biri oldu. Bu stratejik hamle, WPP'nin gezegensel ölçekte coğrafi uzamsal zekayı kullanarak dijital davranışlar ile trafik, hava durumu gibi fiziksel çevre faktörleri arasındaki boşluğu kapatmasını sağlıyor. WPP Teknoloji Direktörü Stephan Pretorius'un da belirttiği gibi, bu entegrasyon sayesinde WPP, hiper-yerel düzeyde talep tahmini yapıp pazarlamayı otomatikleştirebilecek. Gelişmiş hedef kitle zekası ve tahmine dayalı medya planlamasıyla müşterilerine somut iş çözümleri sunan WPP, örnek olarak bir otomotiv müşterisi için %77 daha yüksek performans ve %15 daha düşük dönüşüm maliyeti elde etti.



# WPP, Glenfiddich'in Çin'deki Entegre Pazarlama Ortağı Oldu: Tek Malt Viski WPP Open ile Yükseliyor!

WPP, dünyaca ünlü tek malt Scotch viskisi Glenfiddich'in Çin pazarındaki entegre medya hesabını kazandı. Bu önemli kazanımda, WPP Media ve VML iş birliği yaparak Glenfiddich'in marka etkisini artırmayı ve bölgedeki büyüme fırsatlarını değerlendirmeyi hedefliyor.

**Entegre Güç Birliği:** WPP Media, geleneksel ve dijital medya planlama ve satın almasını yönetirken, VML sosyal medya ve sürükleyici marka deneyimlerinden sorumlu olacak.

**Teknoloji Desteği:** Bu iş birliği, WPP'nin öncü ajentik pazarlama platformu WPP Open tarafından desteklenecek; platform, içgörü ve analitik gücü sağlayarak kusursuz iş birliğini mümkün kılacak.

**Müşteri Odaklılık:** Glenfiddich, WPP'den Çin'in hızla değişen pazarında sürekli inovasyon yapabilen ve sınırları zorlayabilen kapsamlı entegrasyon yeteneklerine sahip bir ortak arıyordu.

**WPP'nin Taahhüdü:** WPP, veri odaklı, tam kapsamlı medya çözümleri sunarak ve AI entegrasyonundan faydalanarak Glenfiddich için Çin pazarında olağanüstü ticari sonuçlar elde etmeyi amaçlıyor.





## Ogilvy'den Meme Kanserine Son Çağrı: 'Savaş Bitene Dek Mücadele!'

WPP ajanslarından Ogilvy, Birleşik Krallık'ta her dokuz dakikada bir konulan meme kanseri teşhisiyle yüzleşen yaklaşık bir milyon insana sesleniyor. Yenilenen marka kimliğiyle birlikte başlatılan bu cesur kampanya, **hastalığı gerçek yaşamış insanların hikayeleriyle** karşımıza çıkıyor. Kampanyanın net ve güçlü bir hedefi var: **2050 yılına kadar meme kanseri olan herkesin iyi ve dolu dolu bir yaşam sürmesini sağlamak**. Bu, sadece bir reklam filmi değil, hastalığın getirdiği zorlukları açıkça gösterirken, aynı zamanda geleceğe dair somut bir umut vaat ediyor. İnsanın içini ısıtan, kararlılıkla dolu ve izleyende güçlü bir etki bırakan, sadece bir slogan değil, gerçekleşmesi istenen bir vizyon bu.

Haberin tamamına erişmek için:

# Folk VML ve Bank of Ireland: Karmaşık Finansal Dünyada 'Yanınızdayız' Güvencesi

Folk VML, Bank of Ireland için, müşterilerin finansal bilgi karmaşası ve belirsizliğine karşı "Right with you" platformunu hayata geçirdi. Kampanya, Bank of Ireland'ın net rehberlik, akıllı araçlar ve insan desteğiyle, günlük para yönetiminden iş kurmaya kadar her finansal kararda müşterilerinin yanında olduğunu vurgulayarak, onların kendilerini daha güçlü ve güvende hissetmelerini sağlıyor.



Haberin tamamına ulaşmak için: [Bank Of Ireland: Right with you | VML](#)

# Ogilvy ve Dove'dan 'The Beauty Machine': Gerçek Güzellik Standartlara Sığmaz!

Ogilvy, Dove için tasarladığı "The Beauty Machine" kampanyasıyla güzellik algılarını ve standartlarını sorguluyor. Güzelliğin mekanik veya tek tip bir makine ürünü olamayacağını, her bireyin kendine özgü benzersizliğini kutlaması gerektiğini vurgulayan bu kampanya, dijital çağda güzellik beklentilerinin yarattığı baskıya dikkat çekiyor. Dove'un "Gerçek Güzellik" misyonunu teknolojik bir bağlamda yeniden yorumlayan bu çalışma, hem düşündürüyor hem de gerçek güzelliğin savunuculuğunu yapıyor.

Bu haberin tamamına ulaşmak için:

# VML: The Organoid Company ve Lab-Grown Leather – T-Rex Leather

VML, The Organoid Company ve Lab-Grown Leather Ltd iş birliğiyle, tam **66 milyon yıllık bir geçmişin** izlerini taşıyan dünyanın ilk T-Rex Derisi™ ürününü tanıttı: Lüks çanta markası Enfin Levé tarafından tasarlanan, eşsiz bir el çantası.

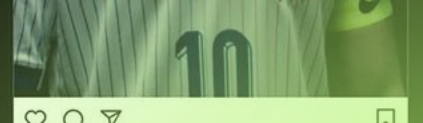
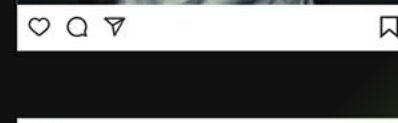
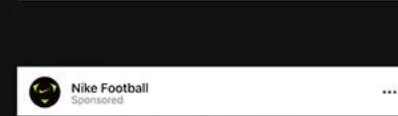
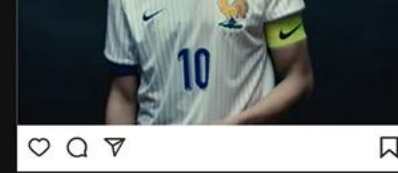


Laboratuvarda yetiştirilen dinazor kolajeninden üretilen bu çığır açan yenilik, sürdürülebilir lüksü yeniden tanımlayarak yüksek modanın geleceğinin gezegene zarar vermeden de mümkün olduğunu kanıtıyor. Amsterdam'daki Art Zoo Müzesi'nde sergilenen bu çanta, antik biyoloji ile geleceğin tasarımını birleştiren sembolik bir eser olarak dikkat çekiyor.

Haberin tamamına ulaşmak için:

## AKQA VE NIKE FUTBOL: KÜLTÜREL LİDERLİK TIKTOK'TA YENİDEN TANIMLANIYOR - YILDIZLARLA YÜKSELEN YENİ NESLİN SAHASI

AKQA, Nike için hazırladığı "Home of Football" kampanyasıyla, **Kylian Mbappe gibi dünya yıldızlarını da dahil ederek** Nike Football'ın kültürel liderliğini yeni nesille TikTok üzerinden yeniden inşa ediyor. TikTok'u markanın kalıcı bir evi haline getiren kampanya, ürün lansmanlarını anlık duyurular olmaktan çıkarıp sürükleyici dünyalara dönüştürüyor. Cole Palmer ile interaktif "0800SKINNED" hattı, Erling Haaland için devasa kramponlar ve "Feed the Phantom" viral meydan okuması gibi yaratıcı aktivasyonlarla genç kitleleri doğrudan hikayenin içine davet ediyor. Kampanya, toplam 52.3 milyon görüntüleme ve 10.000'den fazla çağrı ile Nike'ın sadece bir spor giyim inovasyoncusu değil, aynı zamanda futbolun yaratıcı geleceğini şekillendiren bir güç olduğunu kanıtladı.





## Ogilvy: Vaseline – Vaseline Originals

Ogilvy Singapore, Vaseline için, günlük yaratıcıların güzellik trendlerini şekillendirdiği bir dünyada benzersiz bir kampanya başlattı: "Vaseline Originals". Kampanya, yıllardır içerik üreticilerinin Vaseline jeli ile geliştirdiği viral güzellik hilelerini alıp, bunları gerçek, satın alınabilir ürünlere dönüştürüyor. Marka, bu sayede ürün üreticisi rolünden çıkıp topluluğu için bir platform haline geliyor ve fikirlerin yönetim kurulu toplantılarından değil, insanların günlük rutinlerinden çıktığını gösteriyor. "Vaseline Brow Tamer" ve "Vaseline All-In-One Primer" gibi ürünler, TikTok Live'da dakikalar içinde tükenerek, topluluk liderliğindeki inovasyonun güçlü bir büyüme motoru olduğunu kanıtladı ve orijinal seslere hak ettikleri değeri verdi.

**TEŞEKKÜRLER!**