



WPP

# Monthly Digest

**MAYIS 2026**

# WPP ve HEINEKEN İş Birliğini Genişletiyor: Global Yaratıcı Ortaklık Anlaşması Sağlandı

WPP, **HEINEKEN Company** ile olan stratejik ortaklığını genişlettiğini duyurdu. Yapılan yeni anlaşma kapsamında WPP, HEINEKEN bünyesindeki en ikonik markalardan bazılarının global yaratıcı ortağı olarak yetkilendirildi. Konuya ilişkin yapılan açıklamada, "WPP ve HEINEKEN Company arasındaki iş birliğinin genişlediğini duyurmaktan büyük heyecan duyuyoruz." HEINEKEN'in global ölçekte daha güçlü ve fark yaratan markalar inşa etme vizyonuna ortak olmaktan ve birlikte çalışmaktan büyük memnuniyet duyuyoruz" ifadelerine yer verildi.

WPP : HEINEKEN

Haberin tamamına ulaşmak için: [HEINEKEN appoints new global marketing agencies to drive next phase of brand growth](#)

# WPP Commerce Practice, The Drum Awards'tan Ödüllerle Döndü!

WPP'nin Commerce birimi (WPP Commerce Practice), sektörün en prestijli etkinliklerinden biri olan "The Drum Awards for Commerce Media"da büyük bir başarıya imza attı. Olağanüstü yetenekler, entegre kabiliyetler, akıllı veri analizleri ve geniş ölçek gücüyle desteklenen WPP ekipleri, gecedен en prestijli ödüllerle ayrıldı.

**WPP'nin farklı ajansları ve iş ortaklıklarıyla imza attığı ödüllü projeler ve kazandığı kategoriler şu şekilde sıralandı:**

 Grand Prix

Church & Dwight Co., Inc.'s Incremental and Skai by Wavemaker (a WPP Media brand)

 Best Integration of Trade or Shopper Marketing and Retail Media

Nestlé's KitKat Blocks by WPP Media (OpenMind)

 Best Use of a Data Clean Room

Colgate-Palmolive's partnership with Amazon Marketplace by VML

 Commerce Media Partnership of the Year

Church & Dwight's Incremental and Skai by Wavemaker (a WPP Media brand)

 Grocery

Nestlé's Cooler than Compatibles by WPP Media (OpenMind)

Haberin tamamına ulaşmak için: **[A standout moment for WPP's Commerce Practice. Celebrating big wins at The Drum Awards for Commerce Media – powered by exceptional talent, connected capabilities, smart data and scale.](#)** 

**[Grand... | WPP](#)**

# Ogilvy Sports & Entertainment, Article 41 Yatırımı ve Global Chief Sports & Entertainment Officer Vickie Segar Atamasıyla Yeni Bir Döneme Giriyor



**Uçtan Uca Hizmet:** Bu ortaklıkla Ogilvy; marka stratejisi, taraftar etkileşimi, içerik üretici pazarlaması ve sporcu NIL süreçlerini tek çatı altında sunan tek global kreatif ağı haline geldi.

**Deneyimli Kadro ve Global Portföy:** Vickie Segar liderliğindeki birim; FIFA Dünya Kupası, Olimpiyatlar, Formula 1 gibi dev organizasyonların yanı sıra Coca-Cola, Samsung ve Dove gibi global markalara hizmet verecek. Article 41 kurucu ortağı Ben Gildin ve Meredith Allen da Ogilvy bünyesinde üst düzey roller üstlenecek.

**NIL ve Sosyal Medya Gücü:** Article 41, özellikle kolej sporcuları ve mikro içerik üreticilerinin kişisel markalarından gelir elde etmesini sağlayan NIL alanındaki uzmanlığıyla Ogilvy'nin içerik üretim gücünü artıracak.

**Gelecek Hedefleri:** 2026 FIFA Dünya Kupası ve 2028 LA Olimpiyatları gibi dev etkinlikler öncesinde yapılan bu hamle, 600 milyar doları aşması beklenen global spor pazarında Ogilvy ve WPP'ye büyük bir stratejik avantaj sağlayacak.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Ogilvy Sports & Entertainment Expands Offering with Article 41 Investment, Names Vickie Segar Global Chief Sports & Entertainment Officer | Ogilvy](#)

# WPP Media, YouTube'da Yapay Zeka Dönemini Başlattı: "YT5K" ile Planlama Süreleri %90 Kısaldı

WPP Media, Google iş birliğiyle geliştirdiği yapay zeka destekli yeni medya çözümü **YouTube 5K (YT5K)** ile markaların YouTube üzerindeki reklam performansını ve operasyonel hızını devrimsel bir boyuta taşıyor. Gemini yapay zeka modelleriyle desteklenen bu teknoloji, kanal kürasyonu ve kreatif uyarlama süreçlerini otomatize ederek hem maliyet verimliliği hem de marka bilinirliğinde rekor artışlar sağlıyor.



## Haberin Öne Çıkan Başlıkları:

- Günler Süren Planlama Saatlere İndi (10 Kat Hız Artışı):** Geleneksel yöntemlerle yaklaşık 3 gün süren ve 5.000'den fazla YouTube kanalının manuel olarak taranıp seçilmesini gerektiren planlama süreci, YT5K'nın yapay zeka algoritması sayesinde **sadece 7,5 saate** indirildi. Yapay zeka, kanalları markanın hedeflerine göre analiz ederek en doğru hedef kitleyi saatler içinde belirliyor.
- Kreatif Süreçlerde %93 Zaman Tasarrufu (3 Haftalık İş 1 Günde Bitiyor):** YT5K, uzun reklam videolarındaki nokta atışı anları yapay zeka ile tespit ederek televizyon (CTV) ve mobil formatlara uygun kısa versiyonları otomatik olarak üretiyor. İnsan denetimiyle birleşen bu yapay zeka süreci, normalde **3 hafta süren montaj ve uyarlama aşamalarını sadece 1 güne düşürüyor**. Üretilen tüm kreatifler, YouTube'un "ABCD yaratıcı başarı kriterleri"ne göre puanlanıyor.
- İlk Başarı Subway İngiltere Kampanyasıyla Geldi:** YT5K teknolojisinin ilk gerçek dünya denemesi İngiltere'de Subway kampanyasıyla yapıldı. Yapay zeka destekli kanal seçimi sayesinde markanın akılda kalıcılığında (**brand lift**) **%15 artış** sağlandı. Ayrıca, "etkilenen kullanıcı başına maliyet" sadece **0,20 Sterlin** olarak gerçekleşerek muazzam bir bütçe tasarrufu elde edildi.
- Global Dağıtım ve Entegrasyon Planı:** Şu an için yalnızca Birleşik Krallık'ta aktif olan YT5K, **2026 yılı boyunca global ölçekte kullanıma sunulacak**. Sistem ayrıca, WPP'nin yapay zeka tabanlı pazarlama platformu *WPP Open* ile doğrudan entegre edilerek tüm WPP Media müşterilerinin kullanımına açılacak.

Haberin tamamına ulaşmak için: [How WPP transforms YouTube planning with AI - Think with Google](#)

# WPP ve JLR'dan Yapay Zeka Çağında "Modern Lüks" Ortaklığı

JLR : WPP

İngiliz otomotiv devi JLR (Jaguar Land Rover); Range Rover, Defender, Discovery ve Jaguar markalarından oluşan modern lüks portföyünün global büyümesini yönetmek üzere WPP'yi global büyüme ortağı olarak seçti. Geleneksel ajans modellerinin ötesine geçen bu ortaklık kapsamında, her iki şirketin yaratıcı ekipleri, veri uzmanları ve teknoloji altyapıları aynı çatı altında bir araya getirilecek. WPP'nin yapay zeka tabanlı öncü pazarlama platformu "WPP Open" ile desteklenecek olan bu yeni entegre yapı; kreatif süreçlerden medyaya, prodüksiyondan müşteri deneyimine kadar uçtan uca hizmet sunacak. Ortaklığın en dikkat çekici yönlerinden biri ise WPP'nin elde edeceği gelirin doğrudan JLR'ın büyüme performansına endekslendiği, sonuç odaklı benzersiz bir ücretlendirme modeline dayanması oldu. Yapay zeka destekli bu yeni modelle, global ölçekte kişiselleştirilmiş ve samimi bir lüks müşteri deneyimi yaratılması hedefleniyor.

Haberin tamamına ulaşmak için: [WPP and JLR create unique partnership to change the future of modern luxury marketing in the AI era | WPP](#)

# AKQA Global Chief Strategy Officer Miriam Plon Sauer'den: Yapay Zeka ve Doğrusal Yaraticılığın Sonu



Geleneksel yaratıcı süreçlerin temelini oluşturan aşamalı ve doğrusal iş akışları, yapay zeka teknolojileriyle birlikte köklü bir değişim geçiriyor. Yaratıcı süreçleri kontrollü tutmak için geliştirilen adım adım ilerleyen geleneksel modeller (Double Diamond vb.), yerini yapay zekanın sağladığı dinamik, eş zamanlı ve çok boyutlu bir üretim sürecine bırakıyor. Yapay zekayı bir çalışan ikamesi olarak değil, bir "düşünce ortağı" olarak konumlandırılan bu yeni dönemde, küçük ve disiplinler arası ekipler bilişsel sınırları aşarak onlarca farklı fikri aynı anda test edip geliştirebiliyor.

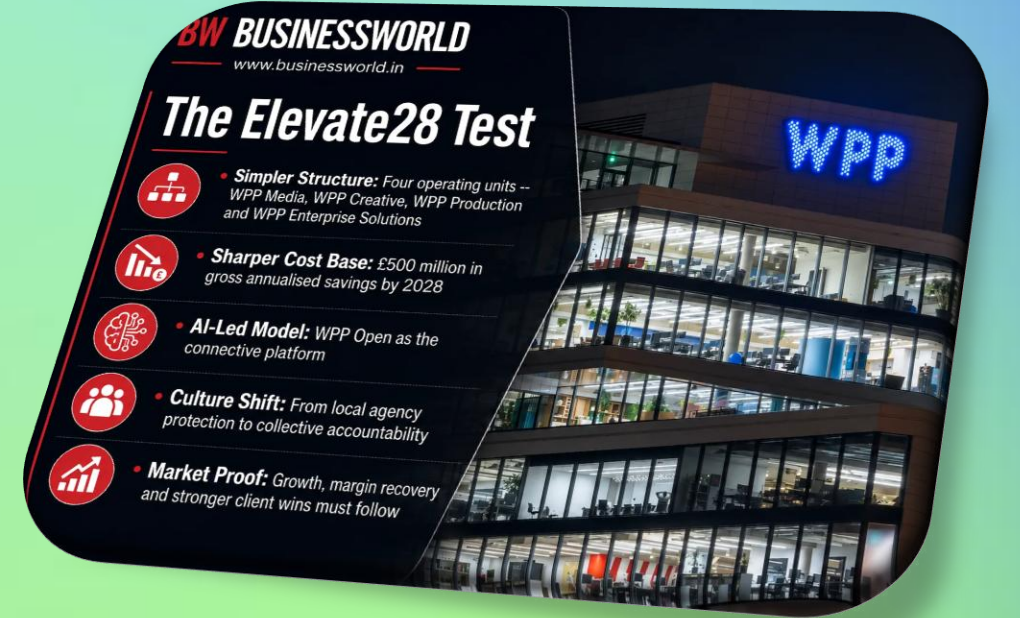
Bu dönüşümle birlikte iş teslim süreçlerindeki departmanlar arası kopukluklar ortadan kalkıyor; müşteriler sadece onay makamı olmaktan çıkıp sürecin aktif birer ortağı haline geliyor.

Sonuç olarak, büyük bütçeler harcandıktan sonra yapılan "büyük final" sunumlarının yerini, yapay zeka ile sürekli test edilmiş ve doğrulanmış kanıta dayalı çıktılar alıyor. Ajansların geleceğini, doğrusal süreçlerin yapay düzeni yerine yaratıcılığın bu doğal, dinamik ve karmaşık yapısını yapay zeka ile kucaklayanlar belirleyecek.

Haberin tamamına ulaşmak için: [AI and the end of linear creativity - AKQA](#)

# WPP'nin Yeniden Yapılanma Planı: Elevate28

WPP CEO'su olarak göreve başlayan Cindy Rose, şirketi daha yalın, yapay zeka destekli ve performans odaklı bir yapıya kavuşturmak amacıyla "Elevate28" stratejisini başlattı. Organizasyonel karmaşıklığı ve entegrasyon eksikliğini gidermeyi hedefleyen bu çok yıllık plan kapsamında WPP, geleneksel holding yapısından tek bir şirkete dönüşerek Medya, Kreatif, Prodüksiyon ve Kurumsal Çözümler olmak üzere dört ana birimde sadeleşecek. 2028 yılına kadar 500 milyon sterlinlik yıllık tasarruf ve büyüme alanlarına yeniden yatırım hedefleyen strateji; Ogilvy, VML ve AKQA gibi güçlü ajansların özgün kimliklerini ve yaratıcı ruhlarını korurken, "**WPP Open**" yapay zeka platformu ve ortak veri havuzu sayesinde müşterilere tek elden, entegre çözümler sunmayı amaçlıyor.



Haberin tamamına ulaşmak için: [WPP's Reset In The Storm - BW Businessworld](#)

# ÖNE ÇIKAN İŞLER

# Lewis Hamilton ve Arkadaşları, San Pellegrino'nun 'Dinner Dialogues' Kampanyasında Her Yudumu Bir Hikayeye Dönüştürüyor!



İtalyan premium gazlı maden suyu markası **S.Pellegrino**, masa etrafında kurulan samimi bağları ve unutulmaz anları kutlamak amacıyla **Ogilvy imzalı** "Dinner Dialogues" adlı yeni global kampanyasını hayata geçirdi. Kampanya kapsamında ikonik S.Pellegrino şişe etiketleri; insanları havadan sudan sohbetlerin ötesine geçmeye, içten paylaşımlar yapmaya ve birbirleriyle daha derin bağlar kurmaya teşvik eden düşündürücü sorularla yeniden tasarlandı. Ödüllü yönetmen Lana Wilson imzası taşıyan projenin merkezinde ise dünyaca ünlü **Formula 1 pilotu Lewis Hamilton'ın** ömür boyu bağıni koparmadığı üç çocukluk arkadaşıyla bir araya geldiği, tamamen senaryosuz ve doğal diyaloglardan oluşan büyüleyici bir kısa belgesel film yer alıyor.



Haberin tamamına ulaşmak için: [Lewis Hamilton and His Friends Turn Every Sip Into a Story for San Pellegrino's 'Dinner Dialogues' | LBBOnline](#)

# Coca-Cola, 'Fizz or Sizz' Kampanyasıyla Duyusal Bir Tartışma Başlatıyor!

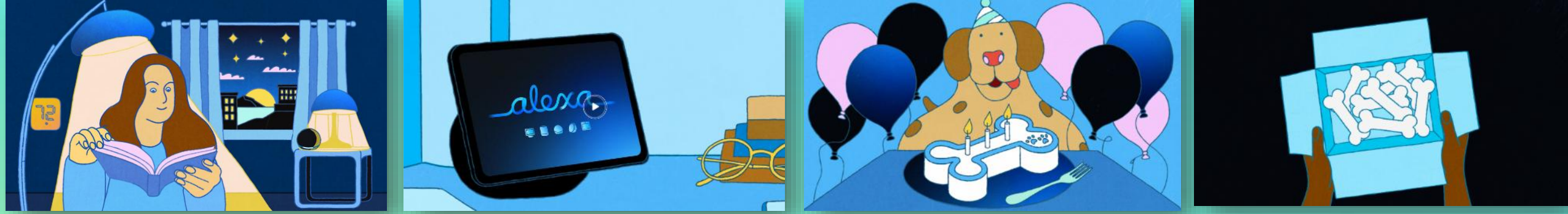


**The Coca-Cola Company**, Japonya pazarında tüketicilerle bağ kurmak ve geleneksel pazarlama kalıplarının dışına çıkmak amacıyla Grey liderliğindeki **WPP Open X** tarafından tasarlanan interaktif yeni kampanyası "**Fizz or Sizz**"i başlattı.

Ülkede son derece popüler olan ancak Coca-Cola ile tüketimi yaygın olmayan Japon usulü kızarmış tavuk kültürünü hedef alan kampanya, şaşırtıcı bir duyu benzerliğe odaklanıyor. Marka, Coca-Cola'nın gaz fokurtusu ile tavuğun kızarma cızırtısının neredeyse tamamen aynı ses tonuna sahip olmasından yola çıkarak, tüketicileri şaşırtıcı ve eğlenceli bir tahmin oyununa davet ediyor.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Coca-Cola Sparks Sensory Debate with 'Fizz or Sizz' | LBBOnline](#)

# Amazon Alexa+ Daha İyisini Yapar Bir ikonun evrimi



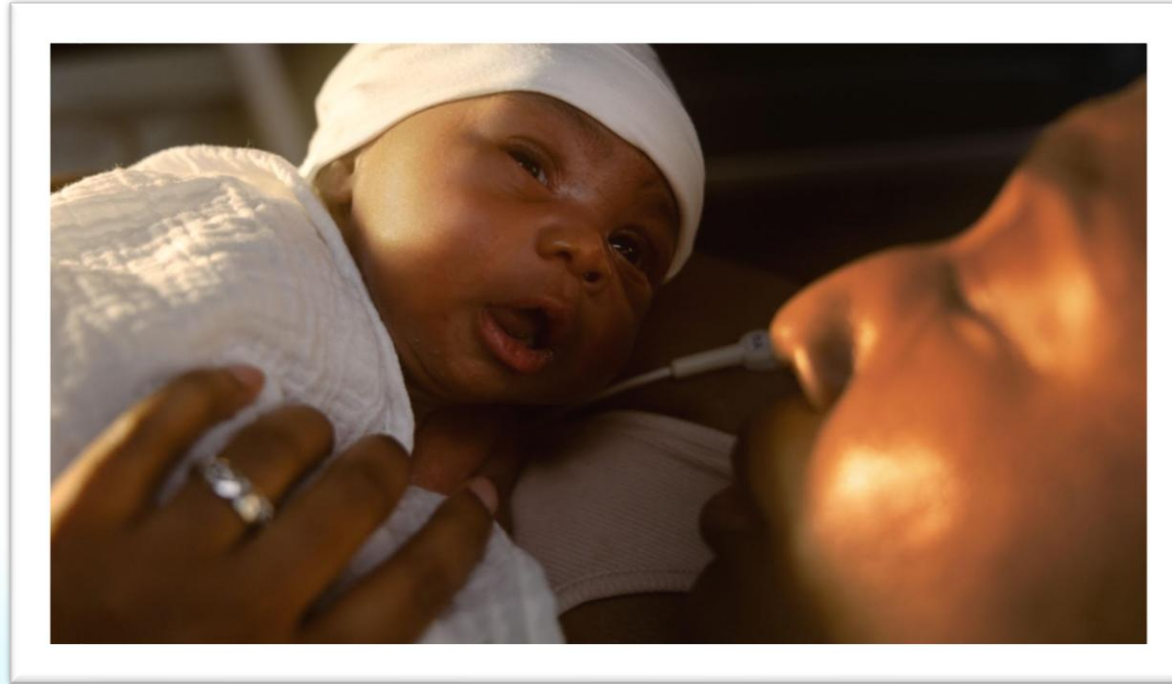
**Amazon**, Prime üyelerine sunduğu gelişmiş sesli asistan deneyimi Alexa+'ı tanıtmak amacıyla yaratıcı ajans **AKQA** ile iş birliği yaparak dikkat çekici bir global kampanya başlattı. Kullanıcıların aşına olduğu yapay zeka deneyimini bir üst seviyeye taşıyan bu yeni dönem, hazırlanan eğlenceli bir animasyon filmiyle tanıtılıyor. Kampanya, tüketicilerin sesli asistan teknolojisiyle kurduğu ilişkiyi basit komutlar vermenin ötesine taşıyarak daha doğal, akıcı ve günlük hayatı kolaylaştıran sohbet odaklı bir boyuta ulaştırmayı hedefliyor.

**"Sen ne yapabiliyorsan, ben daha iyisini yaparım"** teması üzerine kurulan reklam filminde, standart Alexa ile yeni Alexa+ arasındaki tatlı rekabet ünlü bir melodi eşliğinde izleyicilere aktarılıyor. **İllüstratör Aran Quinn'in** canlı çizimleriyle hayat bulan sahnelerde Alexa+; daha karmaşık görevleri yerine getirme, özel siparişler verme ve kişiselleştirilmiş içeriklere erişme gibi üstün yeteneklerini sergiliyor. Web, sosyal medya ve tüm Amazon cihazlarında global olarak yayınlanan kampanya, Prime üyelerine ek bir ücret ödemediği için bu teknolojik evrimi keşfetmeleri için ilham verirken, milyonlarca kullanıcının günlük teknoloji kullanım alışkanlıklarını daha sofistike bir yöne doğru dönüştürmeyi başarıyor.

Haberin tamamına ulaşmak için: [Alexa+ Does It Better - AKQA](#)

## Ford, VML ve WPP'den Duygu Yüklü Anneler Günü Kampanyası: Ambulansta Doğan Bebekler ve Kahraman İlk yardımcılar Buluştu

Otomotiv devi **Ford**, **WPP** ve **VML iş birliğiyle** hazırlanan son derece dokunaklı yeni Anneler Günü kampanyasını izleyicilerle buluşturdu. Özel bir reklam filmiyle taçlandırılan kampanya, Ford marka ambulanslarda dünyaya gelen bebeklerin duygusal hikayelerini ve bu olağanüstü doğumlarda payı olan acil durum ekiplerinin (ilk yardımcılardan) yaşadığı gerçeklikleri gözler önüne seriyor.



Haberin tamamına ulaşmak için: [Ford Turns Emergency Birth Stories Into a Tribute to First Responders | LBBOnline](#)

# Milka ve Ogilvy Poland'dan Komşuluk İlişkilerini Canlandıran Kampanya



Polonya'da geçmişte çok güçlü olan ancak serbest piyasaya geçiş, artan göçler ve savaş göçmenlerinin gelişiyle zayıflayan komşuluk ilişkilerini canlandırmak isteyen çikolata markası **Milka, Ogilvy Poland ile bir araya gelerek anlamlı bir sosyal sorumluluk kampanyasına imza attı.** Polonyalıların %93'ü iyi komşuluk ilişkilerine değer vermesine rağmen sadece üçte birinin bunu aktif olarak sürdürebilmesinden yola çıkan kampanya, "şefkat" temasını odağına alarak gündelik anları insan bağlarına dönüştürdü. Kampanya kapsamında ilk olarak, taşınma gününün yabancılığıyla baş etmek için ülkenin en büyük 15 nakliye şirketiyle iş birliği yapılarak yeni taşınanlara Milka çikolatası ve kapı askısı içeren **"Hi Hangers"** paketleri ulaştırıldı; bu paketler taşınanların %22'si tarafından kullanıldı.

İkinci adımda ise unutulmaya yüz tutmuş kapı isimliği geleneğini canlandırmak adına **"The Nameplates Revival"** projesi hayata geçirildi; 45 yıllık bir zanaatkarla iş birliği yapılarak 7 şehirde kapılara 50 bin adet kişiselleştirilmiş kapı isimliği ve paylaşılacak Milka çikolataları asıldı. Toplamda 21 milyon kişiye ulaşan ve belgeseli 5 milyon izlenme alan bu entegre iletişim çalışması, toplumsal bir davranışı dönüştürmekle kalmayıp sınırlı sayıda üretilen 3,7 milyon adet Milka çikolatasının tamamen tükenmesini sağlayarak markaya rekor ticari başarı getirdi.

Haberin tamamına ulaşmak için: [How Milka Rebuilt Poland's Neighbourly Ties with a Chocolate Bar | LBBOnline](#)

# AKQA, Lancôme'un Yeni Absolue Longevity MD Serisi İçin Global Bir Lansman Kampanyası Hazırladı



AKQA, Lancôme'un "Absolue Longevity MD" serisinin global lansmanı için iş birliği yaparak strateji, hikaye anlatımı, tasarım ve prodüksiyonu kapsayan yaratıcı bir platform inşa etti ve lüks cilt bakımını uzun yaşam bilimi perspektifinden yeniden tanımladı.

Kampanya; güzellik ve yaş alma konusundaki bakış açıları platformun ruhunu yansıtan yeni Global Marka Elçileri Demi Moore, Zoe Saldaña ve Ella McCutcheon'ı tanıtıyor.

Haberin tamamına ulaşmak için: [AKQA partnered with Lancôme on the global launch of the Absolue Longevity MD range, building a creative platform spanning strategy, storytelling, design and production, reframing luxury skincare... | AKQA](#)





**TEŞEKKÜRLER**