

SMUP BULTEN

www.smup.com.tr

Sayı: 2

Mart 2024



Meta neden sürekli
güncelleniyor

Sosyal Medyada Zirveye Çıkmak İçin:
SMUP'tan Kritik 5 Strateji!

Özel Röportaj
Prof.Dr. Hilal Özen



Sosyal Medya Uzmanı ile

INFLUENCER YOLCULUĞU



Sosyal Medya Uzmanlığı Teklif Hesaplama
Cetveli Kullanımı ve Örnek Uygulama

Freelance Çalışmanın İncelikleri:
Sosyal Medya Uzmanı Olarak
Başarıya Giden Yol

Köşe Yazısı

DIYAR SALMAN

Dijital Pazarlamanın Zaman İçindeki
Evrimi: Geçmişten Bugüne Bir Bakış

Köşe Yazısı

CUMHUR KÜÇÜKKAHVECİ

Sosyal Medyanın Satış
Stratejilerindeki Önemi

Köşe Yazısı

EKİN YAĞMUR UYGUR ŞAHİNTÜRK

Dijital Dünyada Türkiye'nin 2023
Yolculuğu: Yenilikler, Trendler



360° Yazılım & Reklam Ajansı

Hizmetlerimiz

CRM Sistemleri
Sosyal Medya ve Reklam Yönetimi
Web Tasarım & Yazılım
Google Ads
Mobil Uygulama
Kurumsal Kimlik



—



—



lim10medya

Limfit
uzaktan koçluk sistemi

lim10soft

lim10
AKADEMİ

Markalarımız

edulim
Bilgiye Yolculuğu Her An Her Yerde!

www.lim10.com.tr / www.lim10medya.com



selfweller

Tüm
Self Terapilerin
İlk seansı
Ücretsiz

Kendine Yardımın En Akıllı Hali

Ruh Sağlığı Profesyonelleri tarafından hazırlanan,
Yapay Zeka Destekli “Self Terapi” uygulamasıyla tanış !

SELF TERAPİ İÇERİKLERİ

- ✓ Duygusal Yemeyi Durdurma
- ✓ Sigara İçme Davranışını Durdurma
- ✓ Kumar Davranışını Durdurma
- ✓ İlişki Problemleri
- ✓ Kaygı Bozuklukları
- ✓ Depresif Duygularla Baş Etme
- ✓ Panik Atakla Baş Etme

- ✓ Kayıp ve Yas Süreci
- ✓ Alkol ve Madde Kullanımını Durdurma
- ✓ Kronik Ağrılarla Baş Etme
- ✓ Panik Atakla Baş Etme
- ✓ Takıntılarla Baş Etme
- ✓ Travmalarla Baş Etme
- ✓ Yeme Bozuklukları ile Başa Çıkma

- ✓ İş Yerinde Duygusal Zeka
- ✓ İş Yerinde Stresle Baş Çıkma
- ✓ Çocuklarda Dikkat Eksikliği
- ✓ İnternet Aşırı Kullanımı Durdurma
- ✓ Sınav Kaygısıyla Baş Etme
- ✓ Ergenlerde Sosyal Fobiyle Baş Etme



Self Terapiyi
seç.



Soruları
cevapla.



Self Terapiyi
dinle.



Etkinliklerini
uygula.



Ücretsiz içeriklere
eriş.

Selfweller uygulaması içerisindeki uzmanlar tarafından hazırlanan protokoller, çalışanların Ruh Sağlığına anlamlı ve kalıcı bir şekilde katkı sağlayacak niteliktedir.

Kurum içinde çalışanlara yönelik herhangi bir Ruh Sağlığı desteği sağlanmıyorsa; Self Terapi Protokolleri “Koruyucu ve Önleyici Ruh Sağlığı Müdahalesi” olarak kullanılabilir.



www.selfweller.com
hey@selfweller.com



selfweller

in @ f y X @ d /selfweller



Google Play



App Store'dan
İndir

HAYAT PAYLAŞTIKÇA GÜZELDİR...



3PR REKLAM MEDYA YAPIM
www.3pr.com.tr

Digital Marketing Pr Agency

3PR Reklam Ajansı Dijital Pazarlama ve
Pr Reklam Hizmetleri Konusunda Siz
Değerli Müşterilerinin Hizmetindedir.

Tecrübeli Sosyal Medya Uzmanları
İle Markanızı Yönetiyor.

3PR Ekibi Olarak Kurumsal
İletişim Eğitimlerimiz İle
Markanıza Çözüm Ortağı
Oluyoruz.

BİZE ULAŞIN

BAL TADINDA SOSYAL MEDYA PAKETLERİ

SOSYAL MEDYA

- Marka Takibi
- Kurumsal İmaj
- Seo Optimizasyon
- Sosyal Medya İçerik Üretimi
- Sosyal Medya Müşteri Yönetimi
- E-Ticaret Müşteri Yönetimi
- Sosyal Medya Eğitimleri
- Kurumsal İletişim Eğitimi

HİZMETLERİMİZ

- Logo Tasarımı
- Kurumsal Kimlik Tasarımı
- Marka Tescil & Patent İşlemleri
- Kurumsal Web Sitesi
- Online Alışveriş Sitesi
- Grafik Tasarım Hizmetleri
- Sosyal Medya Yönetimi
- Seo Optimizasyon
- Danışmanlık & Eğitim

Markasını Geliştirmek İsteyen Firmalara Özel Eğitimlerimiz İle Destek
Veriyoruz. Marka Analizlerini Birlikte Yapıyor, Eğitimlerimiz İle
Firmaları Hizmetlerimiz Konusunda Bilgilendiriyoruz...



Whatsapp
+90.530 246 05 12



Kurumsal Web Sitesi
www.3pr.com.tr

3pr.com.tr
7/24
DESTEK



BÜLTENİ YAYINA HAZIRLAYAN
SMUP İzmir Ekibinden
İrfan Sepetçi ve dizgiyi yapan
Gökçe Çiçek Palabıyıkolu'na
sonsuz teşekkür ederiz.

BÜLTENE METİN DANIŞMANLIĞI YAPAN
Digital Cowboys Kurucu Başkanı
Ekin Yağmur Uygur'a teşekkürler.

Sağlık ile ilgili ilk sosyal medya platformu



2. Sayı

Mart 2023

Yayın Türü

Topluluk İçin Hazırlanmış Dijital Yayın

Sahibi

Sosyal Medya Uzmanları Platformu

İmtiyaz Sahibi

Cumhur Küçükkahveci

Genel Yayın Yönetmeni

İrfan Sepetci

Dizgi ve Tasarım

Gökçe Çiçek Palabıyıkoglu

Yayın Danışmanı

Ekin Yağmur Uygur Şahintürk

Röportajlar

SMUP Yürütme Kurulu

Tasarım ve Uygulama

SMUP Destek Ekibi

Kapak Tasarım

Cumhur Küçükkahveci

Dijital Uygulama

SMUP Destek Ekibi

İçerik Geliştirme

SMUP Yürütme Kurulu

Reklam İşleri

Önder Niçar

Geniş Ekran A.Ş. / izmir

**BU BÜLTEN
SADECE**

www.smup.com.tr

adresinde yayınlanmaktadır

Sosyal Medya Uzmanları Platformu tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. SMUP Bülten'in isim ve yayın hakkı Sosyal Medya Uzmanları Platformu'na aittir. SMUP Bülten'de yayımlanan yazı, fotoğraf, karikatür ve illüstrasyonların her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilmeden kullanılamaz. İmzalı yazılardaki görüşler yazarına aittir.

Markaları buluşturan yapay zeka
tabanlı yeni nesil
internet platformu!



İÇİNDEKİLER

Influencer Yolculuğu	11
SMUP 5 Kritik Strateji	14
Teklif Hesaplama Cetveli	22
Freelance Çalışmanın İncelikleri	28
Meta neden sürekli güncelleniyor?	35
Prof. Dr. Hilal Özen - Özel röportaj	39
Söyleşi, Feden Çetiner	45
Kısa Kısa	52
Müh. Dr. Gülay Savaş Röportaj	57
Öğr. Gör. Yusuf Özışık Söyleşi	62
Öğr. Gör. Ferhat Büyükkalkan Özel Röportaj	68





Alibaba.com İLE DÜNYAYA AÇILIN!

Dünya Çapında Ticaret Fırsatları Alibaba.com ile

Alibaba.com, Türkiye'deki işletmelerin uluslararası arenada büyümesine yardımcı olan dünyanın en büyük B2B e-ticaret platformudur.

Şirketinizi uluslararası pazarlara taşıyarak, dünya çapında milyonlarca alıcıya erişim sağlayın.

NEDEN ALİBABA.COM'U SEÇMELİSİNİZ?

- 360 gün 24 saat açık uluslararası ticaret fuarı
- Ek firma reklamı
- Ek site grafiği ile müşterilerle doğrudan iletişim
- 200 ülkeye aynı anda ulaşım
- Komisjonsuz ihracat

ALİBABA.COM İLE NELER YAPABİLİRSİN?



Dünya Çapında Milyonlarca Alıcıyla Bağlantı Kurun

- *Aktif alıcılar her gün 300.000'den fazla alım talebi gönderiyor.
- *Dünya çapında 23.9 trilyon dolar değerindeki B2B e-ticaret pazarına girin.
- *Alibaba.com, satıcılar için 7/24 açık uluslararası bir ticaret fuarıdır.



Akıllı Araçlarla İşinizi Büyütün

- *Dijital bir vitrin oluşturun, kodlama becerisi gerektirmez.
- *Ürünlerinizi resimler, videolar, sertifikasyonlar ve en iyi satış noktaları ile sergileyin.
- *Toplu yükleme işleviyle tüm kataloğunuzu hızlıca yükleyin.
- *Akıllı pazarlama araçlarıyla gerçek alıcılarınızı bulun.



Alım Talebi Alın ve Satışları Artırın

- *Müşterilerle etkileşimde bulunun ve ilişkiler kurun.
- *Çevrimiçi ticaret fuarları ve canlı yayın etkinlikleri ile ürünlerinizi tanıttın.
- *Erken davranarak Teklif Talebi gönderen ve sizin gibi ürünler arayan alıcıları bulun.



SOSYAL MEDYA UZMANI İLE Influencer Yolculuğu

Sosyal medya, günümüzün en etkili iletişim araçlarından biri haline geldi ve bu platformlar, influencer olarak bilinen kişilerin popülerliklerini artırarak geniş kitlelere ulaşmalarını sağlıyor. Ancak, influencer olmak kolay bir yolculuk değil. Bu makalede, bir sosyal medya uzmanı ile influencer olma yolunda adım atan bir kişinin hikayesini ve bu süreçte karşılaşılabilecek zorlukları, çözüm yollarını ve her iki tarafın işbirliği dinamiklerini ele alacağız.

Sosyal Medya Uzmanı ile Influencer Olma Macerası



Genç ve heyecan dolu bir sanat tutkunu olan Emre, sosyal medyada kendi izleyici kitlesini oluşturarak bir influencer olma hayaliyle yanıp tutuşuyordu. Ancak, bu yolculukta kendine güvenmekte zorlanıyor ve nereden başlayacağını bilemiyordu. Tam bu sırada, karşısına bir sosyal medya uzmanı olan Elif çıktı. Elif, Emre'ye bu yolculukta rehberlik ederek onun en büyük destekçisi olacaktı.

1- İlk Adımlar ve Strateji Belirleme

Emre, Elif'in yönlendirmesiyle birlikte influencer olma yolculuğuna adım attı. İlk olarak, Emre'nin tutkularını ve ilgi alanlarını belirleyerek bir strateji oluşturuldu. Elif, Emre'nin güçlü yönlerini vurgulayarak onun özgün bir kişisel marka oluşturmaya yardımcı oldu.

2- İçerik Üretimi ve Planlama

Emre, Elif'in tavsiyeleri doğrultusunda içerik üretimine başladı. Birlikte, Emre'nin hedef kitlesine hitap edecek ilgi çekici içerikler planlandı ve oluşturuldu. Elif, Emre'ye içeriğin kalitesini artırmak için sürekli geri bildirimler verdi ve içerik planlamasında yardımcı oldu.

3- Büyüme ve İzleyici Kitlesi Oluşturma

Emre'nin içeriği, Elif'in rehberliğiyle organik olarak büyümeye başladı. İkili, Emre'nin etkileşimini artırmak için çeşitli stratejiler geliştirdi ve izleyici kitlesini sürekli olarak etkileşim içinde tutmaya özen gösterdi.

4- Marka İşbirlikleri ve Gelir Olanakları

Emre'nin içeriği, Elif'in rehberliğiyle organik olarak büyümeye başladı. İkili, Emre'nin etkileşimini artırmak için çeşitli stratejiler geliştirdi ve izleyici kitlesini sürekli olarak etkileşim içinde tutmaya özen gösterdi.

Olumsuz Senaryolar ve Çözüm Yolları

Elbette, influencer olma yolculuğunda bazı zorluklarla karşılaşıldı. Ancak, Emre ve Elif, bu zorlukları birlikte aşmayı başardılar. İletişimlerini güçlü tutarak, karşılaştıkları sorunlara hızlı ve etkili çözümler buldular.

Emre'nin influencer olma yolculuğu, Elif'in rehberliğiyle daha keyifli ve başarılı hale geldi. İkili, birbirlerine destek olarak, Emre'nin hedeflerine ulaşmasını sağladılar. Bu yolculuk, bir sosyal medya uzmanı ile influencer adayı arasındaki güçlü işbirliğinin ve dayanışmanın bir örneğidir.



DİJİTAL DÜNYADA SİZİN İÇİN BURADAYIZ !

Sizinle her adımda yan yana,
her zaman ulaşılabilir
ve şeffaf bir iletişimle dijital dünyada
sizi en iyi şekilde temsil ediyoruz.

SUNDUĞUMUZ HİZMETLER



Marka Yönetimi: Markanızın dijital dünyada güçlü ve tutarlı bir imaja sahip olmasını desteklemek için



Dijital Reklam Yönetimi: Hedef kitlenize başarılı bir şekilde ulaşarak dönüşüm oranlarınızı artıran bir ivme yakalamak için



Sosyal Medya Stratejisi: Etkili ve etkileşimi artıran markanıza has stratejiler ile sosyal medyada öne çıkmayı hedefleyenler için



İçerik Üretimi: Özgün ve etkileyici içerikler üretmek isteyen ve kendinden içerikleri ile söz ettirmek isteyenler için

Sosyal medya stratejinizi
bir üst seviyeye taşımak için bize ulaşın!

Yaratıcı İçerik Üretimi



Sosyal medyanın kalbi içeriklerdir. Deneyimli içerik yaratıcılarımız, markanızın hikayesini anlatan etkileyici ve özgün içerikler üretiyor. Görsel, metin ve video içeriklerimizle hedef kitlenizi etkilemeyi hedefliyoruz.

SEO ve SEM Hizmetleri



Arama motorlarında üst sıralarda yer alarak organik trafik ve görünürlüğünüzü artırıyoruz. En güncel SEO ve SEM teknikleriyle, markanızı hedef kitlenize daha yakın hale getiriyoruz.

Hedef Kitle Analizi



Başarılı bir sosyal medya stratejisi için Digital Cowboys olarak, hedef kitlenizin demografik özelliklerini, ilgi alanlarını ve davranışlarını analiz ediyor ve bu bilgileri stratejimizi şekillendirmek için kullanıyoruz.

EMAIL :
info@digitalcowboys.com.tr

TELEFON :
+90-553 -454 -52 -14

ADRES :
Onur Mahallesi Limon Sk. No: 1/73
Balçova İzmir

Sosyal Medyada Zirveye
Çıkmak İçin:

“5” SMUP'TAN KRİTİK STRATEJİ!

SMUP'un yıllar süren deneyim ve araştırmalarıyla oluşturulan, işletmelerin sosyal medyada zafer kazanmasını sağlayacak 5 strateji! Kobilerden sanayicilere, herkes için altın değerinde bir rehber.

Sosyal medya dünyası hızla evriliyor, işletmelerin başarısında ise dijital pazarlama ve sosyal medya uzmanlarının rolü daha da kritik hale geliyor. Bu sebeple, binlerce sosyal medya uzmanı ile yapılan deneyimler ve kapsamlı araştırmalar neticesinde, siz değerli okurlarımıza stratejik bir öneride bulunmak istiyoruz.

SMUP olarak uzun yıllara dayanan birikimimiz ve sektördeki deneyimlerimizle, sanayiciler, kobiler ve küçük işletmeler için oluşturduğumuz beş madde ile dijital dünyada var olmak için neden sorusunun cevabını bulmuş olacaksınız.

Sosyal medya uzmanlarıyla yaptığımız görüşmeler, yapılan araştırmalar ve sektördeki gelişmeleri yakından takip etmemiz sonucunda ortaya çıkan bu maddeler, işletmelerin sosyal medya stratejilerini güçlendirmeye yönelik değerli ipuçları sunuyor.



Sosyal medya uzmanlarıyla çalışmak, işletmelerin hedef kitlelerine ulaşmasını, marka bilinirliğini artırmasını ve rekabet avantajı elde etmesini sağlayan etkili bir çözümdür. Bu bağlamda, önerdiğimiz beş madde, özellikle sanayi ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin sosyal medya üzerinden elde edebilecekleri kazançları ortaya koyuyor. Detaylı bir analiz ve uzman görüşleriyle şekillenen bu öneriler, iş dünyasındaki dijital dönüşüm sürecinde yol gösterici olacaktır.

Hep birlikte, işletmelerin dijital başarı hikayelerine katkıda bulunmak ve sosyal medya dünyasında iz bırakmak için bu önerilerin ışığında ilerlemeye davet ediyoruz. SMUP ailesi olarak, işletmelerin sosyal medya dünyasında güçlü adımlar atmasını diler, sizlere rehberlik etmekten büyük bir memnuniyet duyarız. Neden Bir Sosyal Medya Uzmanı ile Çalışmalısınız? Sektörünüze özel stratejiler kurmak için Sosyal medya uzmanları, sektörünüzü ve iş yapış biçiminizi anlayarak özel stratejiler oluştururlar.

Sanayiciler ve hizmet sektöründeki işletmeler, uzmanlar sayesinde hedef kitleleri ile özgün ve etkili bir iletişim kurmak için size yol gösterir, stratejinizi belirlemeniz için önerilerde bulunur ve planlamanıza destek olur. Planlamanızı bir takvimle hayata geçirir ve siz işinize odaklanırken, sosyal medya hesaplarınız profesyonelce yönetilir. Kurumsal kimliğin güçlenmesi ve dijital dünyadaki varlığınızı göstermek için uzmanlar, işletmenizin kurumsal kimliğini doğru bir şekilde yansıtan içerikler üreterek marka bilinirliğinizi artırır. Küçük işletmelerden sanayi sektöründeki firmalara kadar, her alanda iş dünyasında varlığınızı dijital dünyaya taşıyarak rekabet avantajı elde etmenizi sağlarlar.



SMUP ANKARA



SMUP BURSA



SMUP İSTANBUL ANADOLU

Sosyal Medyada Zirveye Çıkmak İçin:

SMUP'tan Kritik 5 Strateji!

Hedef kitlenize erişimizi sağlar ve analiz raporları ile tüm verilerinizi görmeyi sağlayarak yatırımlarınıza, iş yapış biçiminize ve geleceğinize yön verirler. Diğer yandan Sosyal medya uzmanları, işletmenizin hedef kitlesine etkili bir şekilde ulaşmanın yanı sıra, kampanya ve paylaşımların performansını analiz ederek stratejileri optimize ederler. Bu konuların tamamı ile özellikle sanayiciler için pazarlama bütçesinin etkin kullanımını sağlamak için optimize edilmiş veriler çok değerli olur. Kriz yönetimi ve müşteri ilişkilerinizi düzenleyerek bir çok sorundan uzak durmanızı sağlarlar. Ayrıca uzmanlar, olası kriz durumlarına karşı hazırlıklı olmanızı sağlar ve sosyal medya üzerinden oluşabilecek itibar kayıplarını minimize ederler, müşteri sorularına hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verirler, bu da müşteri memnuniyetinizi artırmak demektir. Güncel trendlere ayak uydurmanız size yeniliklerin kapısını da açacaktır. Sosyal Medya hesaplarınızın güncel olması ve trendleri takip eden bir yapı kurulması sizi benzersiz kılacaktır. Sosyal medya uzmanları, dijital pazarlama trendlerini yakından takip eder ve işletmenizi sürekli olarak güncel tutarlar. Özellikle teknoloji ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler, bu sayede sektördeki gelişmeleri kaçırmazlar.



Sosyal Medya Uzmanı ile Çalıştığınızda Kazançlarınız

Etkin pazarlama ve dönüşüm kazancının sizin için çok şey ifade ettiğinden eminiz. Sanayi sektöründen hizmet sektöründeki işletmelere kadar her alanda, uzmanlar sayesinde hedef kitlelerine daha etkili bir şekilde ulaşır ve sosyal medya trafiğini dönüşüme çevirirler. Böylece, işletmenizin satışlarını artırmaya katkı sağladığını ve geleceğinize ve var olan varlığınıza katkı sağladıklarını gözlemleyebilirsiniz.

Stratejik içerik yönetimi sayesinde uzmanlar, tüm içerik stratejinizi belirler ve yürütür. Bu durumda işletmenizin sosyal medya platformlarında düzenli ve etkili bir şekilde görünmesini sağlayacak önemli bir etki ve bu da marka bilinirliğinizi artıracaktır. Hedef kitlenizle güçlü bağlar kurmanız size inanılmaz avantaj sağlayacaktır.

Sosyal medya uzmanları, işletmenizin hedef kitesiyle duygusal ve güçlü bağlar kurmanız için işletmenize özel stratejiler geliştirerek bu bağların size kazanç getirmesinin yolunu açacaklardır. Bu bağlar, müşteri sadakatının artmasına ve olumlu referansların çoğalmasına da ayrıca katkı sağlayacaktır. Rekabet avantajı elde etmek en büyük kazançlarınızdan bir diğeri olacaktır.

Küçük işletmelerden, sanayicilere kadar tüm iş dünyası, sosyal medya uzmanları sayesinde rekabet avantajı elde eder. Doğru stratejilerle öne çıkan işletmeler, sektörde lider konumuna yükselirler. Bunu bir sosyal medya uzmanının kuracağı strateji ile rahatlıkla sağlayabilirsiniz. Daha etkili zaman ve bütçe yönetimi yapabileceksiniz.

Sosyal Medya Uzmanları, reklam bütçenizi en etkili şekilde kullanmanız için strateji belirler, bir planlama yapar ve pazarlama stratejinizi optimize eder. Bu durum aynı zamanda işletmenizin maliyet etkinliğini artıracaktır. Siz işinize odaklanırken sosyal medya varlıklarınız sizin adınıza, işletmeniz için gerekli tüm etkiyi yaratmaya siz uyurken bile devam edecektir.



SMUP KONYA



SMUP İSTANBUL



SMUP KAYSERİ



SMUP İSTANBUL



SMUP İZMİR



2. LİG FUTBOL DOSYASI

TFF 2.Lig'de Kırmızı ve Beyaz Grup olmak üzere toplam 38 kulübün yer aldığı, moderatörlüğünü Nurgül Çetak'ın yaptığı, Gökalp Metin ve Erhan Kuşkapan'ın yorumları ile yer aldığı '2.Lig Futbol Dosyası' programı; haftanın maçları, puan durumları, maç değerlendirmeleri, kulüp başkanları, teknik direktörler, spor yazarları ile canlı bağlantılar, haftanın takımı, haftanın teknik direktörü, haftanın onbirleri, gol krallığı, bir sonraki haftanın maçları, analizi, beklentileri ve tahminleri işlenmektedir.



WhatsApp Hattı:
0536 614 10 64

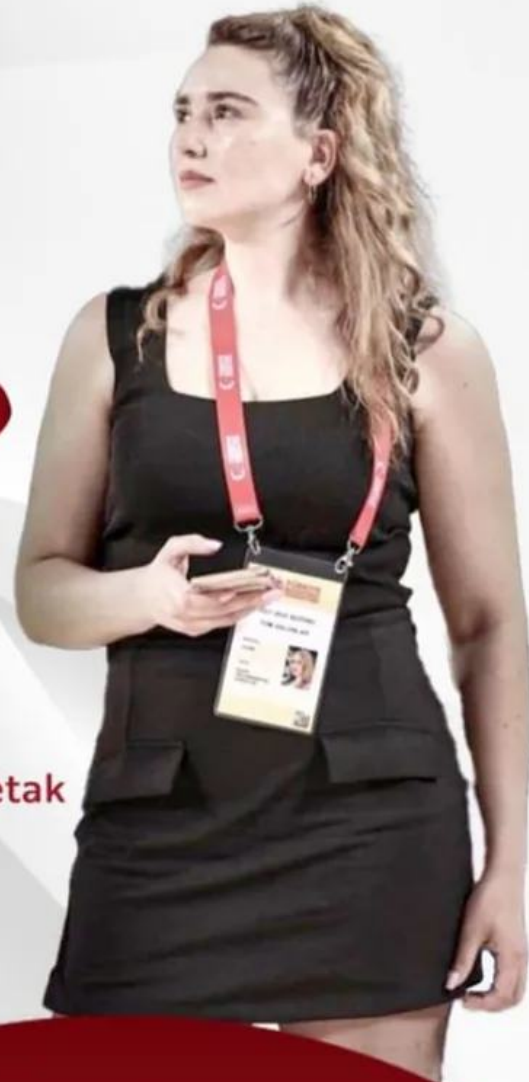


Gökalp Metin



Erhan Kuşkapan

Nurgül Çetak



HER ÇARŞAMBA 22.00.-24.00.-CANLI YAYIN



SOSYAL MEDYANIN SATIŞ STRATEJİLERİNDEKİ ÖNEMİ

Günümüzde işletmeler için sosyal medyanın satış stratejilerindeki kilit rolü göz ardı edilemez. 2024 yılı sonuna kadar 5 milyar kullanıcıya ulaşması beklenen sosyal ağlar, dünya nüfusunun yaklaşık %59,4'ünü kucaklayarak işletmelere geniş erişim imkanı sunuyor. Bu devasa kullanıcı kitlesi, potansiyel müşterilere ulaşma ve etkileşim kurma konusunda büyük bir fırsat oluşturuyor.

Sosyal medya platformlarını kullanan geniş bir kitle, işletmelerin hedef kitlesine ulaşabileceği anlamına gelir. Bu durum, sosyal medyanın işletmeler için hedef kitlelerine ulaşmak ve etkileşimde bulunmak adına önemli bir kanal haline gelmesine neden olur.

Ayrıca, sosyal medyanın yükselmesi tüketici davranışlarında önemli değişikliklere yol açtı. İnsanlar artık yeni ürün ve hizmetleri keşfetmek ve satın alma kararı öncesinde marka araştırması yapmak için sosyal medyaya yöneliyor. Bu değişim, yeni pazarlama stratejilerinin ortaya çıkmasına neden oldu.

İşletmeler, sosyal medya platformları aracılığıyla marka bilinirliği oluşturmaya, ürün ve hizmetlerini küresel bir kitleye daha hızlı ve ölçülebilir yöntemlerle tanıtmaya başladılar. Sosyal medya, potansiyel müşterilerle etkileşim kurmak, ilişkiler kurmak ve değerli içerikler sunmak için eşsiz bir fırsat olarak rüşünü ispat etti diyebiliriz.

Ayrıca, işletmelere müşterilerle gerçek zamanlı iletişim kurma ve kişiselleştirme imkanı tanıyor Sosyal Medya. Öte yandan Sosyal medya sürekli gelişirken, işletmelerin hedef kitleleriyle etkili bir şekilde etkileşimde bulunabilmeleri için en son trendleri ve özellikleri takip etmeleri demek oluyor. İşletmeler, sosyal medya platformlarını kullanarak erişim alanlarını genişletiyor, potansiyel müşterilerle daha detaylı ve daha fazla bağlantı kurabiliyor ve marka sadakati oluşturabiliyor. 2024 Mart ayında net olarak artık şunu söyleyebiliriz; "artan sosyal medya kullanıcı sayısı ile birlikte, sosyal medyanın işletmeler için vazgeçilmez bir iletişim kanalı" olduğunu söyleyebiliriz.



SOSYAL SATIŞIN GÜCÜ

Sosyal satış, işletmelerin tanıtım yapma, genişleme, marka bilinirliğini artırma ve yeni müşterilere ulaşma amacını taşıyan güçlü bir stratejidir. Bu yaklaşım, hedef kitlenizle uyumlu potansiyel alıcıları belirleyip onları müşterilere dönüştürmeyi hedefler.

İşletmeler, sosyal medya platformlarının sunduğu çeşitli özellikleri kullanarak satışlarını ve gelirlerini artırıyor ve düşük maliyetlerle daha yüksek kazanç elde edebiliyorlar.

Sosyal medya platformları, özel reklam kampanyaları ve e-ticaret özellikleriyle ürünleri doğrudan tanıtmaya ve satmaya imkanı sunarken, online mağazalar ile sosyal medya arasındaki sınırlar giderek belirsizleşmektedir.

Sosyal satışın başarılı olabilmesi için stratejik bir yaklaşım şarttır ve yüksek gerekliliktir. Sosyal medya üzerinden araştırma yapmak, seçmek ve potansiyel müşterilerle etkileşimde bulunmak, güven ve güvenilirlik oluşturacak şekilde öneme sahiptir.

Hedef kitlenizi net bir şekilde anlamak, sosyal satış stratejinizin temelini oluşturuyor. Sosyal medya trendlerini takip etmek ve stratejinizi buna göre uyarlamak, başarılı bir sosyal satış yaklaşımı için kritik öneme sahiptir. Dolayısı ile işletmeler, sosyal medyanın sunduğu tüm büyük ve küçük avantajları kullanarak yeni müşterilere ulaşabiliyor ve başarılarını daha da artırabiliyorlar.

SMUP mottomuz bu nedenle "ne iş yaparsanız yapın ama mutlaka bir sosyal medya uzmanı ile çalışın. Çünkü Sosyal Medya hesap yönetimi uzmanlık gerektirir.



E-ticarete işin lideri ile çalışın.

 **akıllı ticaret**
e-ticaretin en akıllısı

Ajanslara özel iş ortaklığı fırsatları için hemen iletişime geçin:

www.akilliticaret.com

0850 455 17 89



Güçleriyle Parlıyorlar!"

Güçlü, kararlı ve tutkulu kadın futbolcuların bir araya geldiği bu dernek, futbolda kadın'ın gücünü ön plana çıkarıyor. Haydi, bu beraberlik ve gücü kutlayalım! #KadınFutboluGüçlüKadınlar **"Tutkularınızı Sahada Yaşayın!"** Kadın futbolcuların tutku dolu çalışmalarına hoş geldiniz! Derneğimiz, futbolu sahada sergilemek isteyen kadınları bir araya getiriyor. Sen de bu heyecana katıl, tutkularını sahada yaşa! #KadınFutboluTutkusu "Futbol Birleştirir, Güçlendirir!" Kadın futbolcular, farklı geçmişleri ve hikayeleri olan güçlü bireylerdir. Derneğimiz, futbolun gücünü birleştirici özelliğini vurguluyor ve kadın futbolcuları desteklemek için burada!

#BirlikteGüçlüyüz

"Sahada Birlikte, Hayatta Birlikte!" Derneğimiz, kadın futbolcuları bir araya getirerek sadece sahada değil, hayatta da bir çok şeyi birlikte başarmayı hedefliyor. Beraber başardıkça daha güçlüyüz! #KadınFutboluBirlikteliği "Futbolda Kadınların Gücüne Saygı!" Kadın futbolcuların gücüne saygı duyan bir dernek olarak, bu heyecanlı serüvene katılmaya davet ediyoruz. Beraber daha fazlasını başarabiliriz!



SOSYAL MEDYA UZMANLARI

Teklif Hesaplama
Cetveli Kullanımı ve
Örnek Uygulama

SOSYAL MEDYA UZMANLARI İÇİN TEKLİF
HAZIRLARKEN, DOĞRU BİR ŞEKİLDE
BÜTÇELENDİRME YAPMAK VE MÜŞTERİYE ŞEFFAF
BİR SUNUM SAĞLAMAK SON DERECE ÖNEMLİDİR.

SOSYAL MEDYA UZMANLARI İÇİN
ADIM ADIM
TEKLİF HESAPLAMA CETVELİ
KULLANIMI



1. MÜŞTERİ BİLGİLERİ VE İHTİYAÇ ANALİZİ:

İlk adım olarak, müşterinin ihtiyaçlarını ve hedeflerini anlamak için detaylı bir analiz yapmalısınız. Bu aşamada, müşterinin:

- Sosyal medya hedefleri,
- Hedef kitle,
- Varolan sosyal medya hesapları,
- Rekabet analizi,
- İçerik beklentileri,
- Kampanya süresi gibi faktörleri belirleyin.

2. HİZMET KAPSAMI:

Belirlenen ihtiyaçlar doğrultusunda sunulacak hizmetleri detaylandırın. Örneğin:

- Sosyal medya hesap yönetimi,
- İçerik oluşturma ve paylaşımı,
- Reklam kampanyalarının planlanması ve yönetimi,
- Analiz ve raporlama hizmetleri.

3. CETVELİ OLUŞTURMA:

Teklif hesaplama cetveli, sunulan hizmetlerin maliyetini net bir şekilde göstermelidir. Aşağıda kullanılabilecek temel başlıklar:

- Hizmet Türü: (Örneğin, Sosyal Medya Hesap Yönetimi)
- Süre: (Aylık veya proje bazlı)
- Maliyet: (Her bir hizmet için ayrı ayrı belirtilmeli)
- Toplam: (Hizmetlerin toplam maliyeti)

4. EKSTRALAR VE İNDİRİMLER:

Müşteriye özel ekstralar veya indirimler varsa, bunları açıklayın. Örneğin:

- Ekstra içerik oluşturma talepleri,
- Acil durum hizmetleri,
- Uzun vadeli işbirliği indirimleri.



5. TOPLAM TEKLİF VE ÖDEME ŞARTLARI:

Tüm maliyetleri toplamak ve müşteriye net bir şekilde sunmak önemlidir. Ayrıca ödeme şartlarını belirtmek de bu aşamada önemlidir.

Örneğin:

- Toplam teklif tutarı,
- Ödeme taksitleri ve süreleri.

6. NOTLAR VE EK AÇIKLAMALAR:

Teklifinize ekleyebileceğiniz notlar ve ek açıklamalarla müşteriye bilgilendirebilirsiniz.

Örneğin:

- Hizmetlerin detaylı açıklamaları,
- İletişim kanalları ve toplantı sıklığı.



SON OLARAK

MÜŞTERİYE

SUNULAN TEKLİFİ

onaylaması için bir bölüm ekleyin ve imza için bir yer bırakın. Sözleşmenin daha sağlam bir temel üzerine oturması için önemli bir konudur.

Unutmayın ki

HER MÜŞTERİ FARKLIDIR!

bu nedenle teklifinizi müşterinin özel ihtiyaçlarına ve hedeflerine göre uyarlamak önemlidir.

Hizmet Türü	Süre	Maliyet (\$)	Toplam (\$)
Sosyal Medya Hesap Yönetimi	Aylık	500	=B2*C2
İçerik Oluşturma	Aylık	300	=B3*C3
Reklam Yönetimi	Aylık	700	=B4*C4
Toplam	-	-	=SUM(D2:D4)

RAKAMLAR AMERİKAN DOLARI PARA BİRİMİNDEN VERİLMİŞTİR.



Dijital Dünyada Türkiye'nin 2023 Yolculuğu: Yenilikler, Trendler ve Bir Tutam Espri

Merhaba SMUP Bültenimizin değerli okurları, hazırsanız bu sayıda dijital dünyada Türkiye'nin 2023 yolculuğunu yıl başına yakışır şekilde ele alacağız. Dijital Cowboys olarak üzerimize düşeni yaptık ve size bir küçük derleme ile geldik. Umarım internet bağlantınız bu heyecanlı yolculuğa eşlik eder!

Dijital Dönüşümün Puan Tablosu: Türkiye'nin e-Devlet Zaferi Türkiye'nin "2023 Dijital Skoru"nu inceleyerek başlayalım. 100 üzerinden 70,44 puanla, e-Devlet kapısının sunduğu hizmetler ve bütünsel çözümlerle ön plana çıkıyoruz. KOBİ'lerin dijitalleşmeye temkinli yaklaşımı ise dikkat çekici. Dijitalleşme yolunda atılacak adımlar ve KOBİ'ler için destek mekanizmaları, gelecek stratejilerimiz açısından kritik öneme sahip.

Siyaset ve Dijital Medyanın Dansı

Siyaset dünyası, dijital medyanın etkisi altında yeni bir döneme giriyor. Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu ve Ekrem İmamoğlu gibi isimlerin dijital platformlardaki etkileri, siyasetin sosyal medya ile iç içe geçtiğini gösteriyor. Siyasi liderlerin dijital medyayı nasıl kullandıkları, siyasi iletişimin yeni yüzünü ortaya koyuyor.

Dijital Rüzgarlarla Değişen Kırsal Hayat: Yarının Köyleri

"Yarının Köyleri" projesiyle kırsal alanlarda dijital dönüşüm rüzgarları esiyor. Adana'da açılan dijital merkezin, kırsal kalkınma ve e-ticaret alanındaki eğitimlerinin, yerel halk için yeni fırsatlar yarattığını görüyoruz. Kırsal alanda dijitalleşmenin, geleneksel tarım ve ticaret yöntemlerini nasıl dönüştürdüğüne tanık oluyoruz.

Reklamın Ekonomiye Dijital Katkısı

Reklam sektörü, dijitalleşme ile birlikte ekonomimize önemli katkılar sunuyor. Her 1 TL'lik reklam yatırımının, milli gelire 19,3 TL katkı sağladığı bir gerçek. Bu veriler, reklamcıların ekonomideki rolünü ve reklamın gücünü gözler önüne seriyor.

Dijital Sahada Telif Hakları Sonunda Gündemde

Türkiye'nin dijital telif hakları konusunda attığı adımlar, uluslararası ilişkiler açısından önemli. Google ve diğer büyük platformlarla yürütülecek telif/lisans müzakereleri, içeriğin değerini ve uluslararası pazardaki yerimizi belirleyecek kritik öneme sahip.

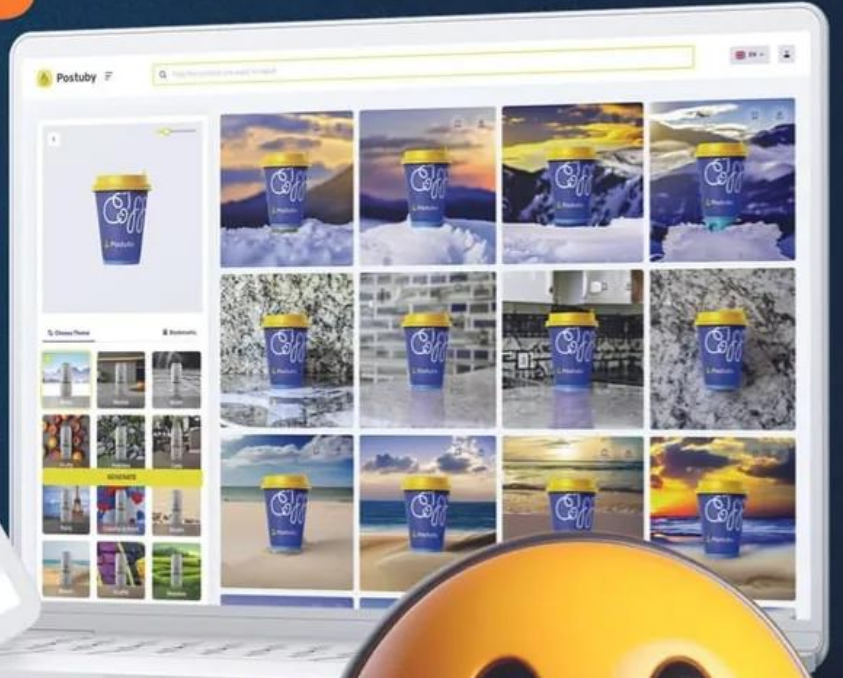
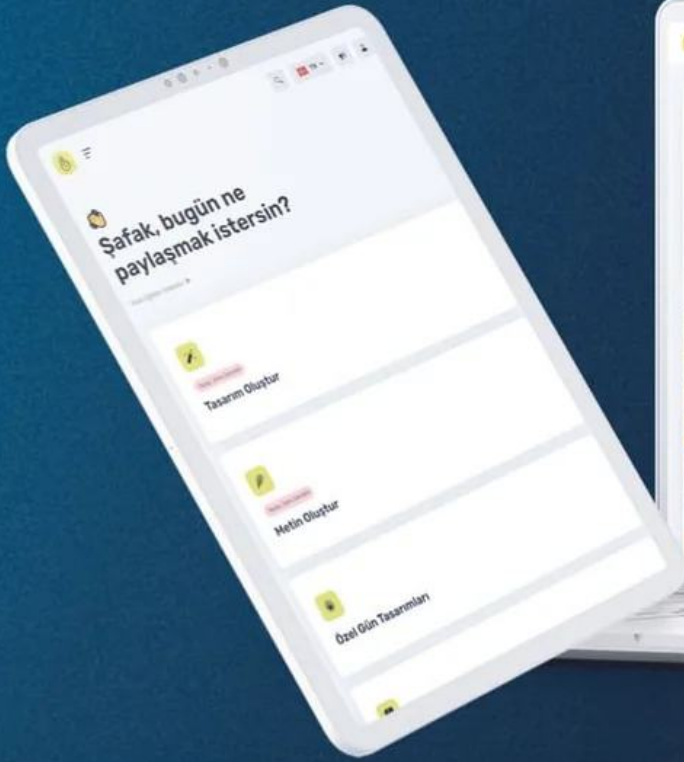
Türkiye, dijital medya ve iletişim alanında hızlı adımlarla ilerliyor. Henüz kat edilmesi gereken uzun bir yol olsa da, umut verici gelişmeler mevcut. Dijital dünyadaki yeniliklerin ve sürprizlerin hiçbir zaman bitmeyeceğini unutmayalım. Bir sonraki dijital dalgada görüşmek üzere!



Postuby

E - Ticaret ve Sosyal Medya Tasarımlarınızı

YAPAY ZEKA İLE OLUŞTURUN



HEMEN KULLANIN:
www.postuby.com



freelance çalışmanın incelikleri

Freelance Çalışmanın İncelikleri: **Sosyal Medya Uzmanı Olarak Başarıya Giden Yol**

Freelance çalışmak, birçok kişi için özgürlük, esneklik ve kendi işini kurma fırsatı sunan bir yol. Ancak, başarılı bir freelance sosyal medya uzmanı olmak için belirli püf noktalarına dikkat etmek gerekiyor.

Freelance çalışmanın anahtar noktalarını, zaman yönetimi stratejilerini, müşteri iletişimde dikkat edilmesi gerekenleri ve bir çalışanın bakış açısını merak ediyorsanız hemen okumaya başlayabilirsiniz.





FREELANCE ÇALIŞANLAR İÇİN

Zaman Yönetimi

Freelance sosyal medya uzmanları için zaman yönetimi kritik bir konu. Çünkü birden fazla müşteriyle çalışıyor olma ihtimalinizi düşünerek zamanı nasıl yöneteceğiniz hayati değer taşıyor.

Haftalık veya aylık bir iş takvimi oluşturarak, projelerinizi düzenleyin. Her müşteri için ayrı bir zaman dilimi ayırmak, projelerinizi daha verimli bir şekilde yönetmeniz anlamına gelir. Bunun için size trello programını öneriyoruz. Tüm takviminizi buradan yönetebilirsiniz. Ayrıca google takvim uygulaması ile tüm işlerinizi tek sayfada görebilirsiniz. Görevler menüsünden ekleme çıkartma yapabilirsiniz.

Her zaman beklenmedik durumlar ortaya çıkabilir. Bu nedenle, iş takviminizde acil durumlar için esnek zaman dilimleri bırakın. Takvim demek aynı zamanda dikkat demek. Randevularınızı verirken esnek davranmayın. Zamanında randevunuza gitmeyi asla ihmal etmeyin. Mümkünse 15 dakika önce randevu yerinde olun.

Çalışma süreçlerinizi daha verimli hale getirmek için odaklanma tekniklerini kullanın. Pomodoro tekniği gibi yöntemlerle iş ve mola sürelerinizi düzenleyin. Evden çalışanlar için zaman zaman sıkıntılı durumlar olsada zamanınızı alan konuları tespit ederek onlardan uzaklaşmaya gayret gösterin.

Müşteri İletişimi

Freelance sosyal medya uzmanları, müşteri ilişkilerini doğru yönetmek zorundadır.

Müşterilerinizle sürekli açık iletişim halinde olun. Projenin ilerlemesi, değişiklikler ve beklentilerle ilgili düzenli güncellemeler sağlayarak mutlaka güven oluşturun.

Müşterinin ihtiyaçlarını doğru bir şekilde anlayın ve etkili çözümler sunun. Hızlı ve etkili çözümler, müşteri memnuniyetini artırır. Mutlak müşteri memnuniyeti sizin için olmazsa olmaz bir konudur.

Müşterilerinizle başlangıçta net bir sözleşme yapın ve ödeme koşullarını belirleyin. Anlaşmazlıkları önlemeniz ve profesyonel bir ilişki sürdürmeniz için çok önemli bir konudur. Şeffaf olun ve en küçük ayrıntıyı asla atlamayın. Teklifi vermeden önce mutlaka en az 2 kez okuyup öyle gönderin.





Teklif Verme ve Müşteri Kazanma:

Freelance sosyal medya uzmanları için müşteri kazanma süreci çok önemlidir.

Güçlü bir portföy oluşturun ve referanslarınızı paylaşın. Profesyonel olduğunuzu unutmayın. Müşterilere daha önceki başarı hikayelerinizi göstermek, güven oluşturmanız için çok önemlidir.

Sosyal medya uzmanlığınızı ve deneyimlerinizi vurgulayan güncel bir özgeçmiş hazırlayın.

Müşteriye teklif verirken, rekabeti analiz edin ve benzersiz değer teklifinizi vurgulayın.

Son günlerde moda olan VCard ile onlara ulaşmaya çalışın. VCard içinde mutlaka behance linkinizi, LinkedIn profilinizi müşterilerinize iletin ve onlarla takipleşmeye çalışın.

Çalışanın Bakış Açısıyla:

Sürekli olarak sektördeki gelişmeleri takip edin ve kendinizi geliştirmek için eğitimlere katılın. Müşterilere en yeni ve etkili stratejileri sunmanız için çok değerli bir konudur.

SMUP gibi sektörünüzle alakalı topluluklara katılarak, diğer profesyonellerle iletişim kurun ve deneyimlerinizi paylaşın. İşe alım şansınızı artırmak için bu tür topluluklar size çok fazla fırsatı da beraberinde getirecektir.

Kendi işinizde çalışmak, disipline büyük bir ihtiyaç duyar. Kendinizi motive etmek, proaktif olmak ve işinizi düzenli bir şekilde yönetmek önemlidir.



Freelance sosyal medya uzmanlığı, başarı için doğru stratejilerin kullanılmasını gerektirir. Zaman yönetimi, etkili iletişim, müşteri kazanma süreci ve kendi gelişiminizi sağlamak, freelance çalışanlar için başarının anahtarlarıdır. Bu püf noktalarını doğru bir şekilde uygulayarak, daha fazla müşteri kazanabilir ve uzmanlığınızı sürekli olarak artırabilirsiniz.

SMUP - Sosyal medya Uzmanları Platformu, dijital sektörde freelance çalışanlar için birçok fırsatı bir arada sunuyor. Topluluğumuz içinde güncel kalabilir, kendi kişisel gelişiminize yön verebileceğiniz bu fırsatlardan hemen faydalanmaya başlayabilirsiniz.

TÜRKİYE'NİN
En Büyük

TAKI VE AKSESUAR SİTESİNDE
BİNLERCE ÇEŞİT ÜRÜN SİZLERLE



4800 ÇEŞİT

KÜPE



5000 ÇEŞİT

KOLYE



3800 ÇEŞİT

BİLEKLİK



İLETİŞİM

Cihangir Mahallesi Kalem Sokak No: 6 / A -1 Avcılar-İSTANBUL

0532 165 35 17

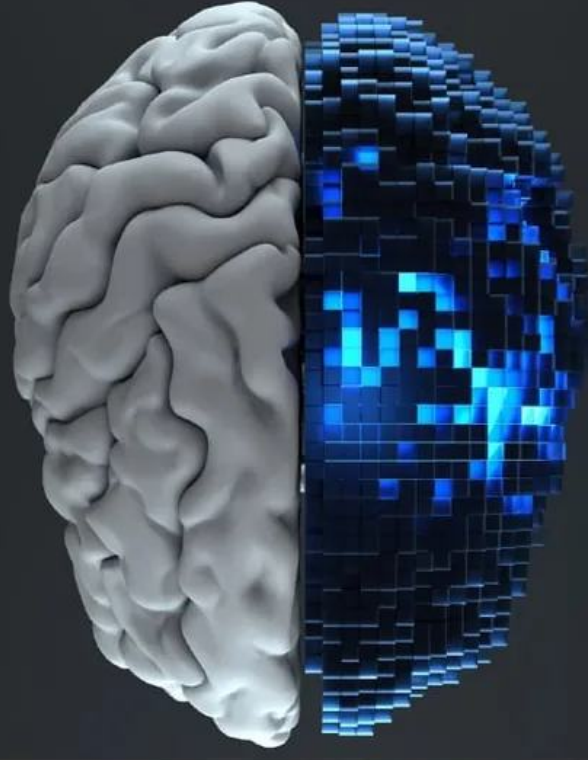
0212 549 93 93



bujiterinet



www.bijuteri.net



Yapay Zeka İçin Prompt Hazırlama Aracı: **Promptly Generated**

Yapay zeka alanında doğru prompt veya istem girmek, çoğu zaman başarılı sonuçlar elde etmek için kritik bir adımdır. Neyse ki, Promptly Generated adlı araç bu sorunu çözmeye yardımcı oluyor. Bu platform, üretimsel yapay zeka araçları için herkesin bir "prompt engineer" (komut mühendisi) gibi komutlar hazırlamasını sağlar.

Nasıl Çalışır?

- **Dil Modelleri:** Platform, farklı büyük ve geniş dil modellerine yönelik yazdığınız promptları optimize eder.

Örneğin, ChatGPT 3.5 veya Claude gibi dil modelleriyle uyumlu promptlar oluşturabilirsiniz.

- **Kolay Kullanım:** Arayüz üzerinden dil modelini seçerek girdilerinizi oluşturabilirsiniz.
- **İki Çıktı Türü:**
 - a. Sistem Mesajı: Yapay zekanın belli bir role bürünmesini sağlar.
 - b. Prompt: Ne yapması gerektiğini detaylı bir şekilde tarif eder.

Müthiş Özellikleri deneyimleyin

- DALL-E ve Stable Diffusion İçin Promptlar: Bu araçla DALL-E ve Stable Diffusion gibi yapay zeka araçları için de promptlar hazırlayabilirsiniz.
- Promptları Kaydetme: Beğendiğiniz promptları kaydedebilirsiniz.
- Ücretli Sürümde İterasyon Özelliği: Promptlar oluşturduktan sonra iterasyon yapabilirsiniz.
- Metinsel Çıktı Seçenekleri: Dilin objektif, analitik veya yaratıcı olmasını tercih edebilirsiniz.
- Görsel Üretim: Görsel oluşturmak için tema seçimi yapabilirsiniz.
- Metin Düzenleme Aracı: Yapay zeka metinlerini insan tarafından yazılmış gibi düzenleyebilirsiniz.

Ücretlendirme:

- Ücretsiz sürümde aylık 800 kelime hakkı tanımlanırken, ücretli sürümde aylık planda aylık 9.90 dolar ve yıllık planda aylık 5 dolar karşılığında aylık 20 bin kelime hakkına sahip olabilirsiniz.

Daha fazla bilgi için Promptly Generated adresini ziyaret edebilirsiniz.

https://promptlygenerated.com/image_prompt_generate



**TEK TEK
ALIM
FIRSATI**

TOPTAN ALIŞVERİŞİN *Adresi*

- Bijuteri
- Aksesuar
- Kozmetik
- Hediyelik Eşya
- Parti Malzemeleri
- Tekstil
- Doğal taş&Takı Malzemeleri
- Paketleme&Vitrin Malzemeleri

**İSTANBUL-AVCILAR'DA BULUNAN
1200M2 DEPOMUZDA 30BİN ÜRÜNÜ TOPTAN FİYATLARI İLE
WEB SİTEMİZDE GÖREREK
PAKET ALIM ZORUNLULUĞU OLMADAN TEK TEK SİPARİŞ VEREBİLİRSİNİZ**

İLETİŞİM

Cihangir Mahallesi Kalem Sokak No: 6 / A -1 Avcılar-İSTANBUL

 **0532 165 35 17**

 **0212 549 93 93**

 **toptancicom**

 **www.toptanci.com**

Meta neden sürekli güncelleniyor?



2023 "birdenbire" bir yıl

Andrew Bosworth, Meta CTO + Reality Labs Başkanı yazdığı bir makalede yapay zeka teknolojisinin ilk makine öğrenimi uygulamalarının halihazırda Facebook'ta merkezi bir rol oynadığından bahsediyor.

Meta, yapay zeka ile bütünleştikçe, algoritma üzerindeki etkisi de artmaya devam ediyor.

Meta başkanı Bosworth, Meta'daki güncellemelerin son 10 yılda yapay zeka teknolojisinin kullanımı arttıkça önceleri yavaş yavaş ve sonra aniden tüm organları kapsayarak devam edeceğini söylüyor.

Ayrıca Meta 2023 yılında 12 aylık çığgın bir teknolojik ilerlemeyi kapatırken, 2023'ün "birdenbire" bir yıl olduğunu söylemenin doğru olacağını da altını çiziyor.



Andrew Bosworth Meta CTO

SMUP Yorumu;

2023 yılında Meta, yapay zeka ile birlikte tüm algoritmayı ayrı ayrı görmek yerine, tek bir çatı algoritma üzerinde çalışmaya başladığını biliyoruz. Bunu Threads uygulaması başladığında hepimiz anlamış olduk. Meta'nın başta Facebook olmak üzere, instagram ve threads ile özellikle whatsapp business uygulamasını aynı algoritma üzerinden birbiri ile ilişkilendirmesi, öncelikle bu algoritma uyumluluğunun android tarafında başlatılması ve IOS içinde henüz tam verimli çalışmadığını edindiğimiz bilgiler doğrultusunda yorumlayabiliriz.

2024 yılında Meta çok büyük bir algoritma birleşimi ile hem reklam vermeyi kolaylaştıracak hem de birleşmeden doğan yenilikler sayesinde işletmeler için çok büyük avantajları da beraberinde getirecek.

Burada dikkat edilmesi gereken en önemli konu için Whatsapp Business ve Threads uygulamalarının Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Uzmanları tarafından dikkatle takip edilmesi ve tüm güncellemelere hakim olmaları gerektiğini bilmeleri.

SMUP olarak güncellemeleri dikkatle takip ediyoruz. Konuların bütünü hakkında bilgi almak ve takip etmenizi kolaylaştırmak için www.smup.com.tr üzerinden hemen kayıt olmanız ve online gruplarımıza girerek gelişmeleri takip etmenizi öneriyoruz.



Mark Zuckerberg

benimfabrikam.com.tr

ONLINE ALIŞVERİŞ



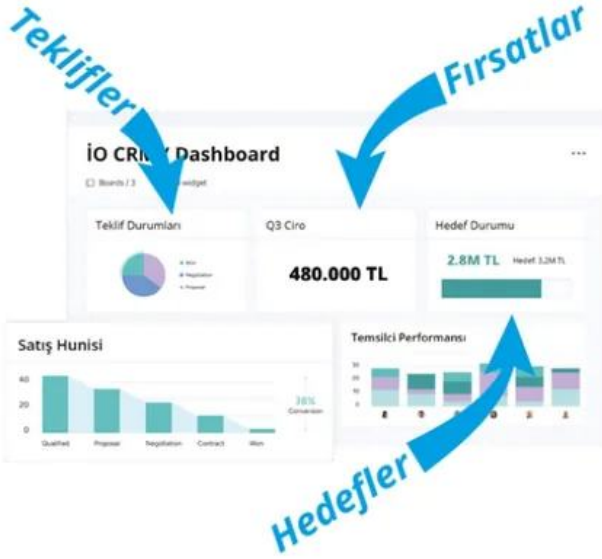
Türkiyenin Online Mobilya Mağazası

E-ticarete iş ortağımız olun.

1

Lider E-Ticaret Altyapısı

15 yıllık sektörel deneyimi, tüm müşteri modellerine hizmet verebilen gelişmiş altyapısıyla Akıllı Ticaret sektörün önde gelen e-ticaret yazılım şirketlerindendir. Benzersiz yazılım mimarisi ve 100+ entegrasyonu ile işletmelerin tüm e-ticaret süreçlerini kapsar.



2

Fonksiyonel CRM

CRM sistemimiz sayesinde hem satışlarınızı takip edebilir hem de olası müşterilerinizi sisteme kaydedebilirsiniz. Satış ekibimizden satışlarınız için ayrıntılı destek alabilir, teklif hazırlama süreçlerinde işbirliği yapabilirsiniz.



3

Sürekli ve Yüksek Kazanç Modeli

Akıllı Ticaret iş ortaklarına hem satışta hem lisans yenilemede yüksek komisyon geliri sunar. Akıllı Ticaret, iş ortakları için dönemsel hedefler, kampanyalar ve ödül sistemi ile satışlarınızı ve gelirlerinizi artırır.

Akıllı Ticaret Partner Network ile hem kendi müşterilerinize, hem Akıllı Ticaret kullanıcılarına katma değerli hizmetlerinizi sunma fırsatı yakalarsınız.

4

Geliştirici ve Ajans Dostu Altyapı

Akıllı Ticaret, geliştiricilere özel API erişimi ve tüm tema kodlarına erişim sayesinde, e-ticaret altyapısını bağımsız bir şekilde kendinize özgü hale getirmenize olanak sağlar.



E-ticareti iş ortaklarımızın lokomotif gelir kaynağı haline getirmekte kararlıyız!

Ajanslara özel iş ortaklığı fırsatları için hemen iletişime geçin:

www.akilliticaret.com

0850 455 17 89

İŞ ORTAĞIMIZLA
TÜM TÜRKİYEDEYİZ.
100+

ÖZEL RÖPORTAJ

DİJİTAL PAZARLAMANNIN EVRİMİ:

Girişimcilik ve Değişime Uyum Sağlama

Prof. Dr. Hilal Özen

Dijital pazarlama dünyası sürekli değişiyor ve gelişiyor. Bu röportajda, Prof. Dr. Hilal Özen ile bu heyecan verici alandaki en son trendleri, girişimcilik deneyimlerini ve MateHand projesi gibi yenilikçi girişimleri hakkında konuşuyoruz.

Prof. Dr. Hilal Özen, Hacettepe Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü mezunu ve İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde doktora yaptı. Chicago'da DePaul ve Northwestern üniversitelerinde ziyaretçi öğretim üyesi olarak bulundu. 2020'den bu yana Trakya Üniversitesi Teknopark'ta firması var ve aynı zamanda Trakya Üniversitesi İşletme bölümünde akademisyenliğe devam ediyor.

Ayrıca MateHand sağlık sosyal medya platformu kurucularından biri. Röportajımızda Prof. Dr. Hilal Özen, dijital pazarlama stratejilerinin evrimini, girişimcilerin dijital pazarda başarılı olabilmeleri için gerekenleri ve MateHand platformunun hastalara nasıl fayda sağladığını paylaşıyor.



Prof. Dr. **Hilal Özen**



Röportaja başlamadan önce sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Denizli doğumluyum, Denizli Fen Lisesi'nin ardından Hacettepe Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü'nü 2. olarak bitirdim. Sonrasında Arkas Holding ve Vodafone'da çalıştım.

Bu sırada akademisyen olma hayalim vardı, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Pazarlama Anabilim Dalı'nda yüksek lisansa başladım, sonrasında araştırma görevlisi olarak buraya geçiş yaptım. Doktora dönemimde Chicago'da DePaul ve Northwestern üniversitelerinde ziyaretçi öğretim üyesi olarak bulundum.

Sonrasında doktora'yı bitirip aynı üniversitede Yrd. Doç. olarak çalışmaya devam ettim. 2016'da zorunlu bir ayrılık ile birlikte bilgi birikimimi sektörde kullanma fırsatı doğmuş oldu. Hem kendi e-ticaret markamızla uğraştık hem de farklı markalarla yollarımız kesişti. Şu an Trakya Üniversitesi Teknopark'ta firmamız bulunuyor, aynı zamanda Trakya Üniversitesi İşletme bölümünde akademisyenliği de sürdürüyorum. Ayrıca dünyada ilklerden olarak adlandırabileceğim MateHand sağlık sosyal medya platformunun kurucularındanım.

//

Akademisyen olma
hayalim vardı,
İstanbul Üniversitesi
İşletme Fakültesi
Pazarlama Anabilim
Dalı'nda yüksek
lisansa başladım



Dijital pazarlama alanında sahip olduğunuz geniş deneyimden yola çıkarak, sektördeki en önemli değişimleri ve trendleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Hep söylerim, dijital pazarlama sektörü en dinamik yapıya sahip sektörlerin başında geliyor. Hatta ben sektörü köşeli değil yuvarlak diye bir benzetmeye tabi tutuyorum, yani %100 kesin doğru kabul edilmiş kuralları illaki var ama esneklik payı da oldukça yüksek bir alan dijital pazarlama. Bir de bu dinamiklik sizi kendinizi sürekli güncel tutmaya, sürekli yenilemeye, sürekli yeni trendleri takip etmeye itiyor. Çünkü, bir kalkıyorsunuz hop algoritma değişmiş, yeni bir özellik eklenmiş gibi gibi.

Burada değişime ayak uydurmak, stratejilerinizi bu yönde kurgulamak, günceli takip etmek yapılması "şart" olan en önemli unsurlar aslında. Sektörel bazda bakacak olursak bu aralar yapay zekanın nasıl bir oyun değiştirici olacağından, sosyal ticaretin inanılmaz boyutlara ulaşacağından, influencerların özellikle de mikro düzeydekilerin öneminden her platformda bahsediliyor. Benim burada en heyecanlandığım, merakla sonuçlarını beklediğim kısımlardan bir tanesi sosyal ticaret aslında. Çünkü, sosyal medya platformlarına ayrılan bütçeler, bütçe dağılımları, kısaca pek çok şey değişikliğe uğrayacak. Mobilin önemi zaten bir kez daha ispatlanmış olacak. Tüm bunlara ek olarak dijital pazarlamada en çok sevdiğimiz şey olan "kişiselleştirme" de tüm yeni araçların da desteği ile çok daha önemli hale gelecek. Hem tüketici kendini daha özel hissedip karar verme sürecinde markaya karşı daha olumlu tepkiler verirken, markalar da çok daha anlamlı hedeflemelerle dönüşümlerini daha da artırma fırsatına kavuşmaya devam edecekler. Üstelik bunları da yapay zeka destekli uygulamalarla daha etkili bir şekilde gerçekleştirebiliyor olacaklar.

Bu bahsettiğim şeylerin hayata geçirilmesi için elbette her bir kanalı, alanında uzmanlaşmış kişilerin yönetmesi çok daha önemli hale gelecek. Bu açıdan SMUP olarak işin uzmanı ile çalışmanın gerekliliğini zaten hep vurguluyoruz.

//

değişime ayak uydurmak, stratejilerinizi bu yönde kurgulamak, günceli takip etmek yapılması "şart" olan en önemli unsurlar



benim hayatımda en önemli kilometre taşı olarak dile getirebileceğim projemiz MateHand olurdu.



Stratejik yol haritası planlaması bir işe başlarken en başta oturup çizilmesi gereken bir süreç.

Akademik ve profesyonel geçmişinizle, dijital pazarlama stratejilerinin evrimindeki en önemli kilometre taşlarından biri olarak gördüğünüz bir projeden bahsedebilir misiniz?

Pek çok sektörden pek çok marka ile çalışma fırsatı yakaladım, birçok projenin içerisinde dijital pazarlama tarafında yer aldım. Her birimizde olduğu gibi, her bir çalışmadan farklı edinimlerim oldu. Ama benim hayatımda en önemli kilometre taşı olarak dile getirebileceğim projemiz MateHand olurdu ki sanırım zaten bu projeyi ayrıca soruyor olacaksınız. MateHand gerçek bir hayat deneyiminden yola çıkılarak gerçekleşen bir proje, çok uzun bir sürecin meyvesi aslında. Uygulamaya geçmiş, kullanıcılara ulaşmış bir projenin ekibinde yer almak, her anına şahit olmak elbette pek çok işten daha kıymetli olmasını sağlıyor.

Dijital pazarlama stratejilerini oluştururken veya değerlendirirken, özellikle dikkat ettiğiniz belirli prensipler veya ilkeler var mı?

Stratejik yol haritası planlaması bir işe başlarken en başta oturup çizilmesi gereken bir süreç. Bu süreçte nasıl adımlar atacağımızı, hangi kanalları – elbette hedef kitle ve de bütçe dahilinde – daha etkin kullanacağımızı belirlemekten yana olan biriyim. Hep söylüyorum, sektör bağımsız, herkesin günün sonunda elde etmeyi istediği şey satış. Ancak, bu hızlıca oluşacak bir sonuç maalesef ki, hele de bu yoğun rekabet ortamı düşünüldüğünde pek mümkün olmuyor. Müşteri tarafına anlatılması gereken durum aslında bu. Olabildiğince gerçekçi bir şekilde tüm süreci onlara göstermeye çalışmak, yapay vaatlerden kaçınmak. Her bir dijital varlığın bu süreçteki önemini anlatabilmek. Çünkü, insanlar bir web sitesi yaptırıp, sosyal medya platformlarında hesaplarını oluşturduktan sonra anında satış beklentisine giriyorlar. Burada tüm dijital varlıklarda içeriğin, tasarımın, kullanıcılara hem kolay hem de güzel bir deneyim yaşatmanın önemini karşı tarafa kavratmanız gerekiyor. Tüketiciyle temas ettiğiniz vitrinin düzgün kurgulanması, sonrasında onlarla olan etkileşimlerinizin düzenli ilerlemesi, her bir aşama oldukça önemli. Bu noktada da en çok dikkat ettiğim şey açıklık ve objektiflik. Her şeyi olduğu gibi tüm verileri ile karşınızdaki kişi ile konuşabilmek.

MateHand projenizden kısaca bahseder misiniz?

MateHand aslında dikey bir sosyal medya ekosisteminin ilk aşaması. Yani ilk aşama aslında MateHand-Health yani sağlık. Sosyal medya platformu olmasını özellikle vurguluyorum, çünkü anlık, bir moderatör eşliğinde yürüyen sistem değil. Çıkış noktamız da yine hastalıklar özelinde insanların vermiş olduğu davranışsal tepkiler aslında. Dijital verilere bakıldığında globalde de ülkemizde de insanların hastalıkları hakkında arayış eğilimleri bulunuyor, bu konuda bilgi paylaşmayı, okumayı seviyorlar. Ayrıca destek gruplarının kişilerin psikolojisi üzerindeki olumlu etkileri de akademik çalışmalarla ispatlanmış durumda.

Biz de çıkış noktamızda destek gruplarını online da gerçekleştirmeyi hayal ederek başladık. Benzer hastalıklara sahip kişiler aynı platformda bir araya gelsinler, birbirleri ile fikir paylaşıp moral versinler diye düşündük. Bu tarz gruplar başka sosyal medya platformlarında da var, ancak her biri kapalı grup ve her bir hastalık için ayrı gruplara katılmalısınız. Ancak, MateHand'de 1000 adet hastalığın odası var. Yani aynı anda – ki pek çoğumuzda bu durum var – birden fazla hastalığa sahip kişiler için tek adres olmuş olduk.

Tüm bunların yanında alanında uzman doktorlar, psikologlar, diyetisyenler, eczacılar, hemşireler gibi sağlık profesyonellerimizi de platforma dahil ettik. Uzmanlıklarını herkesin anlaması için de onlara uzman armaları tanımladık. Böylece, bir nevi denetleme mekanizması oluşmuş oldu. Her sosyal medya platformunda olduğu gibi burada da bazı rahatsız edici durumlar yaşanabiliyor elbette. Böyle durumlarda şikayet mekanizmamız mevcut, gelen şikayetler anında değerlendiriliyor, gerekli görülürse ilgili içerik kaldırılıyor, ilgili kişi de platform dışı bırakılabilir.

Şu an 20 binin üzerinde kayıtlı kullanıcımız bulunuyor, yatırım turlarımız devam ediyor. Dediğim gibi bu ekosistemin ilk ayağı, dikey sosyal medya platformları olarak farklı alanlarda da büyüme hedefimiz bulunuyor. Amacımız daha büyük kitlelere ulaşmak, ülkemiz dışında da platformumuzun yayılmasını sağlamak. Herkesi bekliyoruz 😊



MateHand



Matehand'de çıkış noktamız hastalıklar özelinde insanların vermiş olduğu davranışsal tepkiler.

Alanında uzman doktorlar, psikologlar, diyetisyenler, eczacılar, hemşireler gibi sağlık profesyonellerimizi de platforma dahil ettik.



DOĞRU LOKASYONDASINIZ

Slogan Medya
Markanıza Bir Slogan Yeter

Yeni Nesil
Dijital Kartvizit

Mengene Mah Bor Sokak.
Karatay / Konya

0 555 716 1883

www.sloganmedya.com

www.benimkartim.com.tr

Dijital dünyanın önemli bir figürüyle buluştuk

Feden Çetiner

Kendisi, Dijitalden Sesler platformunun kurucusu ve aynı zamanda LinkedIn'de aktif bir içerik üreticisi olarak tanınıyor.

Dijital pazarlama sektöründe uzun yıllara dayanan deneyimleriyle, özellikle influencer marketing ve LinkedIn'deki etkileşim stratejileri konusunda geniş bir perspektife sahip.

Feden Çetiner, LinkedIn'in profesyonel ağ olma özelliğinin yanı sıra influencer marketing yapmanın farklı zorluklarını ve avantajlarını anlattı. Özellikle iş dünyasına yönelik bir platformda influencer olarak tanınmanın temel stratejilerini ve markalarla işbirlikleri yapmanın önemini vurguladı. Ayrıca, LinkedIn'de etkileşim yaratmanın ve bir influencer olarak markalarla işbirlikleri yaparken dikkat edilmesi gereken kilit noktaları detaylı bir şekilde açıkladı. Kendisi, Dijitalden Sesler'in nasıl kurulduğu ve gelecek hedefleri hakkında da bilgi verdi. Feden Çetiner, LinkedIn'de başarı elde etmek isteyenlere ve yeni başlayanlara yönelik değerli önerilerini paylaştı. Özellikle farklı bir bakış açısıyla içerik üretmenin, takipçilerle bağ kurmanın ve güncelliği korumanın önemini vurguladı.



Röportaja başlamadan önce sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Sanal girişimim olan sosyal medya ve dijital dünyaya ait güncel gelişmeleri paylaştığım Dijitalden Sesler platformunun kurucusuyum. LinkedIn'de aktif dijital içerik üreticisi ve LinkedIn sesli etkinlik yayıncısıyım. Ayrıca Türkiye'nin sanayi dünyası ile bağlantılarından biri olan Sanayi Gazetesi'nde yazar olarak sosyal medya ve içerik pazarlama ile ilgili yazılar yazıyorum. LinkedIn Influencerları etkinliklerine davetli ve çeşitli canlı yayınlara konuk konuşmacı olarak katılıyorum. Farklı sektör deneyimlerimden sonra yıllar içerisinde edindiğim bilgi ve tecrübeler kariyer yolculuğumu dijital pazarlama sektöründe sürdürmem gerektiğini gösterdi.

Dijital pazarlama sektörünün kollarından olan sosyal medya ve içerik pazarlama sektöründe 1 seneyi aşkın beyaz yakalı olarak çalıştıktan sonra bağımsız bir dijital yakalıya dönüştüm diyebilirim. Bu sektörde profesyonel olarak dördüncü yılım bitiyor ve ben LinkedIn platformunda kişisel markamı pazarlayarak B2B ve B2C markalara sosyal medya ve içerik pazarlama alanında bağımsız hizmet sağlamaya devam ediyorum.

LinkedIn, profesyonel ağ olma özelliğiyle öne çıkıyor. Bu platformda influencer marketing yapmanın, diğer sosyal medya platformlarından farklı zorlukları ve avantajları nelerdir?

LinkedIn, iş dünyası odaklı bir platform olduğu için kullanıcı kitlesi genellikle profesyonellerden oluşuyor. Bu, iş odaklı içeriklerin daha fazla ilgi görmesini ve belirli bir sektörde etkileşim sağlama potansiyelini artırmak demek fakat yapılan her güncelleme ile beraber LinkedIn'inin iş odaklı içeriklerin yanı sıra Instagram, TikTok platformlarında görmeye alışkın olduğumuz içerik konularını da öne çıkardığını deneyimliyoruz. Aslında bu bize platformlar arası teknik özelliklerinin dışında içeriklerin konusu noktasında keskin ayrımlar olmadığını olamayacağını da gösteriyor.

Çünkü sonunda hep insanın düşünce ve duygularına tercüman olma, onlara fayda sunma ve karşılıklı olarak sosyalleşme isteği söz konusu. LinkedIn'de neden Influencer Marketing yapılması gerektiğini verilerle aktarmak istiyorum.

2023 yılında Influencer Marketing'e ayrılan bütçe 21.1 Milyar dolardı. Bu da 2019 yılının tam 3 katı. Aklınıza şöyle bir düşünce geliyor; burada başarılı giden bir şeyler olmalı ki markalar bu alana yatırım yapmaya devam ediyor.

Raporlar, LinkedIn'de reklam verdikten sonra markaların yüksek kalite algısının %50'i arttığını belirtiyor. %92'si ise daha profesyonel bulunduğunu belirtiyor. LinkedIn'de, sosyal medya kullanıcılarının diğer mecralara göre alım gücünün x2 kat. Çünkü; buradaki insanlarda tıpkı diğer platformlardaki kullanıcılar gibi; yemek yiyor, kahve içiyor, kitap okuyor, bilgileniyor ve geziyor.

Fakat LinkedIn'in bir farkı var! Instagram'daki, TikTok'daki alıcılar alışılmış çikolata yerken LinkedIn'deki kullanıcılar özel yapım çikolatalar yiyor.

Çünkü alım güçleri yüksek. O zaman markalar neden LinkedIn'de olmasın ve burada Influencer Marketing'e yatırım yapmasın! Yurt dışında çoktandır LinkedIn Influencerları ve İçerik Üreticileri ile stratejik işbirlikleri yapıyor. Bu Türkiye içinde mümkün.

Gelelim zorlukları kısmına. Zorlukları elbette var. Tıpkı diğer platformlarda olduğu gibi. Ama en önemli zorluğu yavaş büyüme, diyebilirim. Diğer platformlarda hesaplarınızda kaliteli içerikler üretilip bu içeriklerinize minimum bütçelerle reklam verip hedef kitlenize ulaşmanız daha mümkünken LinkedIn'de işler biraz farklı.

Bunun en büyük sebeplerinden biri platformun reklam bütçelendirme politikaları diğeri ise reklam dışında stratejik olarak nasıl büyülebileceğini bilmemek, diyebiliriz.

LinkedIn'de etkileşim yaratmanın ve bir influencer olarak tanınmanın temel stratejileri nelerdir?

Influencer olarak tanınmak isteyen bir profilin en temel adımı önce kendisi için bir strateji belirlemesi. Çünkü Influencer olarak tanınmak için, bu yolculuğu sürdürebilecek anlamlı bir amaca ve motivasyona ihtiyacınız var. Diğer temel strateji kendinizi niş bir alanda konumlandırmanız. Yani, insanlar sizi hangi alanla ilgili tanısınlar? Markanız nasıl tanınacak? Örneğin; diyetisyen, psikolog, seyahat, yemek, insan kaynakları, sosyal medya, girişimci, moda, kitap, koç, mentor, ev dekorasyon, lojistik, inşaat, çelik, metal, tekstil... sektörünüz fark etmez unvanınız da! Bunu belirledikten sonra güvenilir bir otorite olarak tanınmak için değerli içerikler oluşturarak takipçilerin ilgisini çekmek gerekiyor.

LinkedIn'de diğer platformlardaki gibi düzenli ve kaliteli içerikler üretmeye devam etmeniz gerekiyor. Belli bir yayın takvimi oluşturarak düzenli olarak içerik paylaşarak bunun yanında takipçilerinin çevrimiçi olma saatlerine dikkat ederek yapabilirsiniz.

Böylelikle içerik daha fazla kişiye ulaşabiliyor. İçeriğin altında sorular sormak, görüşleri sormak veya tartışmaya açık içerikler paylaşmak, takipçilerin etkileşimde bulunmasını teşvik edebilir. Yorumlara yanıt vermek ve etkileşimi canlı tutmak da önemli. LinkedIn'in en büyük gücü, iş ilişkileri ve ağ oluşturma imkanı sunması.

Etkinliklere katılarak, sektördeki diğer profesyonellerle bağlantı kurmak ve onların paylaşımlarını takip etmek önemli. Bu şekilde kendi network'ünüzü büyütürken daha fazla kişiye ulaşabiliyorsunuz. LinkedIn'de sadece metin tabanlı içerikler değil, videolar, infografikler veya sunumlar gibi görsel ve multimedya içerikleri de paylaşabiliyorsunuz.

Bu tür içerikler, izleyicilerin dikkatini çekebilir ve içeriğini daha etkili bir şekilde iletebilir. Ayrıca diğer influencer'larla işbirliği yaparak ortak içerikler üretmek, kendi kitlenizi genişletmek için faydalı olabilir.

İş dünyasına yönelik bir platformda, influencer olarak marka iş birlikleri yapmak nasıl bir strateji gerektirir?

Düzenli ve kaliteli içerikler üretmeye devam edip ağıınızı büyüttükçe insanların dikkatini çekmeye başlıyorsunuz. Bu sizin ilk tanınma deneyiminiz ve bir sonraki adımlarınız işbirliklerin kapısını açabilir. Böyle bir durumla karşılaşıldığında; ilk adım, iş birliği yapmayı düşünülen markaların hedef kitleleriyle kendi takipçi kitlesini karşılaştırmak olmalı. Markanın hangi değerleri ve hedefleri benimsediğini anlamak için derinlemesine bir analiz yapılmalı.

İş birliği yapılacak markanın mesajını ve değerlerini içeriğinize entegre ederek, takipçilerin ilgisini çekecek özgün ve değerli içerikler oluşturmanız gerekiyor çünkü bu içerikler, markanın mesajını doğal bir şekilde yansıtmalı. Markalarla yapılacak iş birliği önerilerinin, onların hedef kitesine değer katacağına inandıkları önerilere odaklanarak hazırlanmak gerekli.

Belirli bir kampanya, ürün tanıtımı veya etkinlik için somut ve detaylı teklifler sunulabilir. Potansiyel iş birlikleri için markalarla doğrudan iletişime geçmenin yanı sıra güvenilir ve işini bilen ajanslarla da çalışılabilir. Bu, LinkedIn gibi platformlarda marka temsilcileriyle bağlantı kurarak veya e-posta yoluyla iletişime geçerek olabilir.

Aynı zamanda sektördeki diğer influencer'larla da ağ oluşturarak iş birliği fırsatlarını artırmak mümkün. İş birliği içeriğinin, takipçilerini etkileyecek ve markanın mesajını net bir şekilde iletecek şekilde planlanması gerekir. Hangi tür içeriğin hangi kanallarda ve nasıl paylaşılacağını belirlemek önemlidir.





LinkedIn'de etkileşim yaratmak için içerik stratejisi nasıl olmalıdır?

Hedef kitleyi belirleyerek işe başlayabiliriz. Kiminle etkileşime geçmek istediğinizi belirlemek içerik kurgunuzu hedef kitlenize göre şekillendirmenizi kolaylaştırıyor.

Değer odaklı içerikler oluşturmak, çeşitli içerik türlerini kullanmak, özgün ve merak uyandırıcı kanca başlıklar kullanmak, görsellerin gücünden yararlanmak, düzenli ve zamanlamalı paylaşımlar yapmak, gelen geri bildirimlere veya sorulara yanıt vermek ve son olarak analytics ve içerik optimizasyonunu yapmak etkileşim yaratmak için olmazsa olmazlardan.

LinkedIn'de bir influencer olarak markalarla işbirliği yaparken dikkat edilmesi gereken kilit noktalar nelerdir?

İş birliği yapmayı düşünülen markaların değerlerini ve hedef kitlesinin kendi içeriğinizle uyumlu olup olmadığını analiz etmek gerekli. Çünkü; profesyonel bir platformda yer aldığınız için markalarla uyumlu çalışmak önemlidir. Sözleşme ve anlaşma aşamasında, iş birliği detaylarını, içerik teslim tarihlerini, yayın planlarını ve karşılıklı beklentileri içeren sözleşmeler hazırlamak gerekiyor. Ayrıca, tazminat, kullanım hakları ve diğer detayları da netleştirmelisi gerekiyor diye düşünüyorum. En önemlisi, iş birliklerini tek seferlik olmaktan çıkararak, markalarla uzun süreli ilişkiler kurmaya odaklanmak gerektiği. Çünkü bu, güvenilirlik ve sürekli değer katma açısından önemli olacaktır.



LinkedIn'de etkileşim yaratmak için kullanıcılarla nasıl daha derinlemesine bağlantılar kurulabilir?

Bunlardan ilk adımı etkili iletişim. Bu iletişim diğer içeriklerle etkileşime geçmeniz olabileceği gibi sizin içeriğinizle etkileşime giren bir takipçiyle de olabilir. Ayrıca içeriklerinizde kullandığınız dil ve ses tonunuz çok önemli.

Niye? Çünkü, insanlar ulaşabildiği, konuşabildiği kişileri takip etme eğilimindedir. Bu nedenle onlara hissettirdiğiniz duygu ölçüsünde size değer biçiyorlar.

Diğer taraftan bağlantı isteklerini gönderirken veya mesajlaşırken standart metinler yerine kişiselleştirilmiş ve samimi mesajlar kullanmanın daha etkili bir yöntem olduğunu düşünüyorum.

Karşılıklı etkileşimi artırmak için karşısındaki kişinin ilgi alanlarına, paylaşımlarına veya kariyerine değinen bir yaklaşım benimseyerek bir konuşma başlatmak mümkün.

Hep insanların bizim paylaşımımıza yorum yapmasını bekleyemeyiz biz de takip ettiğimiz kişilerin paylaşımlarına yorum yaparak, içeriklerine katkıda bulunabiliriz. Bu yorumlar, içeriği anladığınızı ve değerli bulduğunuzu gösterir. Ve LinkedIn'de diğer içeriklerle yorum yaparak etkileşime giren profillerin görüntülemeleri yapmayanlara kıyasla daha yüksektir.

Bağlantıları düzenli olarak takip etmek ve içeriklerine katkı sunmak iletişimi sürdürmeyi sağlarken bu iletişim stratejisi size beklenmedik fırsatları açacak güce sahip.

Düzenli ve kaliteli içerikler üretmeye devam edip ağınızı büyüttükçe insanların dikkatini çekmeye başlıyorsunuz. Bu sizin ilk tanınma deneyiminiz ve bir sonraki adımlarınız işbirliklerin kapısını açabilir. Böyle bir durumla karşılaşıldığında; ilk adım, iş birliği yapmayı düşünülen markaların hedef kitlesiyle kendi takipçi kitlesini karşılaştırmak olmalı. Markanın hangi değerleri ve hedefleri benimsediğini anlamak için derinlemesine bir analiz yapılmalı.

İş birliği yapılacak markanın mesajını ve değerlerini içeriğinize entegre ederek, takipçilerin ilgisini çekecek özgün ve değerli içerikler oluşturmanız gerekiyor çünkü bu içerikler, markanın mesajını doğal bir şekilde yansıtmalı. Markalarla yapılacak iş birliği önerilerinin, onların hedef kitlesine değer katacağına inandıkları önerilere odaklanarak hazırlanmak gerekli.

Belirli bir kampanya, ürün tanıtımı veya etkinlik için somut ve detaylı teklifler sunulabilir. Potansiyel iş birlikleri için markalarla doğrudan iletişime geçmenin yanı sıra güvenilir ve işini bilen ajanslarla da çalışılabilir. Bu, LinkedIn gibi platformlarda marka temsilcileriyle bağlantı kurarak veya e-posta yoluyla iletişime geçerek olabilir.

Aynı zamanda sektördeki diğer influencer'larla da ağ oluşturarak iş birliği fırsatlarını artırmak mümkün. İş birliği içeriğinin, takipçilerini etkileyecek ve markanın mesajını net bir şekilde iletecek şekilde planlanması gerekir. Hangi tür içeriğin hangi kanallarda ve nasıl paylaşılacağını belirlemek önemlidir.



Dijitalden Sesler

Dijitalden
Sesler

Sosyal Medya | İçerik Pazarlama | Dijital Marka



Dijitalden Sesler

Sosyal medya ve dijital dünyaya ait güncel gelişmeleri bizden öğrenin. Bizi Takip Et Fransız Kalma! 🇫🇷

Medya Üretimi · Kocaeli · 3 bin takipçi · 0-1 çalışan

Yönettiğiniz Dijitalden Sesler nasıl kuruldu? Nasıl başladınız? Neleri hedefliyorsunuz?

Dijitalden Sesler'in çıkış noktası aslında dijital dünyada ve sosyal medya dünyasında meydana gelen güncel gelişmeleri kullanıcılara daha hızlı ulaştırma fikriydi.

Ulaşılabilir, hızlı ve anlık veri akışı ile zamanının çoğunu sosyal medya platformlarında geçiren kullanıcılara ulaşabileceğimizi düşündüm.

Hem kullanıcılara ulaşabiliyor hem de bu sektörde her an trendi ve günceli takip etme gerekliliğini yerine getirebileceğiniz faydalı bir platform oldu diyebilirim. Açıkçası LinkedIn'deki kitlenin gücü ve niteliği de bu aksiyonu almamızda etkili oldu.

Hatta sloganı: Bizi Takip Et Fransız Kalma! Sosyal medyada toplulukların ve nitelikli takipçileri olan sayfaların gücü yadsınamaz. Bu gerçeğe katkı sunmak ve ilerleyen zamanlarda çeşitli işletme ve firmaların daha çok nitelikli kitleye ulaşma taleplerini işbirliği çerçevesinde karşılamak için Dijital Sesler platformunun nitelikli bağlantılarını büyütme ve bir topluluk yaratmak istiyoruz.

Son olarak eklemek istediğiniz bir konu var mı?

LinkedIn platformunda başarı göstermek isteyenlere ya da yeni başlamak isteyenlere önerilerim olabilir;

Başkasıyla aynı konuda yazabilirsiniz fakat bakış açınız sürüden ayrılmanızı ve akıllarda kalıcı olmanızı sağlar.

Altıncı hissinize güvenin. LinkedIn'i hedeflerinize ulaşmak için bir aracı olarak kullanın.

Takipçilerinizle bağ kurmanızı sağlayan şey ilgi uyandıran içerikler üretmeniz.

Bu nedenle takipçilerinizin nelerden hoşlandığını nelerden hoşlanmadığını öğrenmeyi birinci sıraya koyun.

Son olarak; Güncelliği koruyabilmek ve markanızı sürdürebilmek için paylaşım yaptığınız alanda bir görünürlüğünüz olmalı. Bu nedenle düzenli bir şekilde içerik üretmeye hemen başlayın!



YAŞAM DİJİTAL

Melikhan Alkışı

" 30 Yıllık Tecrübemizle "

Bize Ulaşın

Fatih Cad. No 40/A
Lüleburgaz
KIRKLARELİ

Whatsapp
0530 935 63 61

- Özel Ürün Çekimi
- Drone Çekimi
- Dış Çekim
- İmaj Çekimleri
- Kısa Video Film
- Tanıtım Filmi
- Yapım & Prodüksiyon

SMUP Üyelerimizi Tanıyalım: Mediha Ekici

Ben Mediha Ekici, Ege Üniversitesi Gazetecilik bölümü mezunuyum. İzmir'deki yerel bir gazetede muhabirlik ve web editörlüğü yaparak başladığım kariyerime bir reklam ajansında sosyal medya yöneticisi ve fotoğraf asistanı olarak devam ettim. Şu an İzmir'de etkinlik, mekan ve moda alanlarında freelance fotoğrafçı olarak hizmet vermekteyim.

Instagram: @mediha3322



SMUP Üyelerimizi tanıyalım: Yelda Tekin

Ege Üniversitesi Gazetecilik lisans programından mezun oldum. Dar Ayakkabıyla Yaşamak adlı bir belgesel filmin senaryo yazarlığını ve yönetmenliğini yaptım.

Belgesel filmim 8 uluslararası festivalden kabul aldı. Ayrıca, 6 Şubat depremini konu edinen Elbette adlı kısa metraj filmin senaryo yazarlarından biri oldum. Bunun yanı sıra İzmir'in Avrupa Gençlik Başkenti (AGB) tanıtım filminin çekimlerini gerçekleştirdim.

Profesyonel iş hayatıma sosyal medya yöneticisi olarak devam ediyorum. Ayrıca kendi profesyonel ekipmanım ile fotoğraf ve video çekimleri yapıyorum. Sosyal medya yöneticisi, belgesel yönetmeni, senaryo yazarı ve fotoğrafçı olarak hizmet vermeye devam ediyorum.

Instagram: @yld.tkn



Sosyal Medya, Eğitim ve Bağlantı İçin En Güçlü Kaynaktır

- Sektör uzmanlarının rehberliğinde yeni beceriler edinmek için sosyal medyayı kullanın.
- Farklı ülkelerdeki ve farklı dillerdeki gruplara ve topluluklara katılarak içgörü elde edin.
- Canlı web seminerleri ve güncel olmasına dikkat ederek YouTube eğitim videolarıyla bilgi dağarcığınızı genişletin.
- LinkedIn Learning, Twitter sohbetleri ve Facebook, LinkedIn, SMUP grupları gibi kaynaklarla bağlantı kurarak destek alın.



TikTok'ta Yeni Trend: #DuetChallenge

Kullanıcılar, en sevdikleri videolara kendi yorumlarını ekleyerek düet yapıyorlar. Bu trend, etkileşimi ve yaratıcılığı artırıyor.

#DuetChallenge'ın Faydaları:

- Etkileşimi Artırır, Kullanıcıların videolarla daha fazla etkileşime girmesini sağlar.
- Yaratıcılığı Teşvik Eder, kullanıcıların kendi özgün içeriklerini oluşturmalarına ilham verir.
- Keşfedilebilirliği Artırır, ve videoların daha geniş bir kitleye ulaşmasını sağlar.
- Kullanıcılar için eğlenceli ve keyifli bir deneyim sunar.
- Trend ilk olarak 2022'de başladı ve 2023'te popülerlik kazandı.
- Trend, tüm yaş gruplarından ve ilgi alanlarından kullanıcılar tarafından kullanılıyor.
- #DuetChallenge hashtag'i TikTok'ta milyarlarca kez görüntülendi.

Egolu Müşteriyle Nasıl Başa Çıkılır?

Sosyal medya hesap yönetiminde egosu yüksek müşterilerle uğraşmak oldukça sinir bozucu bir durumdur. Bu tür müşteriler genellikle talepkardır, eleştireldir ve her zaman haklı olduklarını düşünürler.

Peki, bu tür müşterilerle nasıl başa çıkabilirsiniz?

İşte birkaç ipucu:

- Sakin ve profesyonel olun. Ne kadar sinir bozucu olursa olsun, müşteriyle asla tartışmaya girmeyin. Sakin ve profesyonel bir tutum sergilemek önemlidir.
- Müşteriyi dinleyin. Müşterinin ne söylemek istediğini dikkatlice dinleyin ve endişelerini anlamaya çalışın.
- Müşterinin bakış açısını anlamaya çalışın. Kendinizi müşterinin yerine koymaya çalışın ve neden bu şekilde davrandıklarını anlamaya çalışın.
- Müşteriye saygı gösterin. Müşterinin egosu yüksek olsa bile, ona her zaman saygı gösterin.
- Ortak bir zemin bulun. Müşterinin isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılayabileceğiniz bir çözüm bulmaya çalışın.
- Sabırlı olun. Egolu müşterilerle uğraşmak sabır gerektirir. Hemen pes etmeyin ve çözüm bulmaya çalışmaya devam edin.
- Saygısını bozarsa hemen görüşmeyi sonlandırın ve asla tekrar görüşmeyin.



Sosyal Medya Hesap Yönetiminde Dikkat Edilmesi Gereken İlk 3 Konu

Sosyal medya hesaplarını etkili bir şekilde yönetmek, günümüzün dijital dünyasında her işletme için önemlidir. Başarılı bir sosyal medya stratejisi oluşturmak için dikkat edilmesi gereken birçok unsur olsa da, en önemli üç konu;

1. Hedef Kitlenizi Tanıyın

Sosyal medya platformlarında başarılı olmak için öncelikle hedef kitlenizin kim olduğunu ve ne istediğini anlamanız gerekir. Hedef kitlenizin yaş grubunu, ilgi alanlarını, davranışlarını ve platform kullanım alışkanlıklarını analiz edin.

2. Doğru İçerik Oluşturun

Hedef kitlenizin ilgisini çekecek ve etkileşime girecek içerikler oluşturun. İçeriklerinizin özgün, kaliteli ve bilgilendirici olması gerekir. Ayrıca, farklı içerik türlerini (metin, görsel, video) kullanarak hedef kitlenizin ilgisini canlı tutun.

3. Etkileşime Girin

Sosyal medya tek yönlü bir iletişim kanalı değildir. Takipçilerinizle etkileşime girmeniz ve yorumlarına ve mesajlarına yanıt verin.

SMUP'un temel etik değerlerinden biri de "Önce insan ve erdemli olmak" ilkesidir.

"Önce insan ve erdemli olmak" ilkesi, SMUP'un özünde yer alan bir değerdir. Üyelerimizin ve il temsilcilerimizin kişisel ve profesyonel gelişimine odaklanarak, sektörde etik değerleri ve insanlığı öne çıkaran bir anlayışı benimsemekteyiz.

Platformumuzda üyelerimizi, saygı, dürüstlük, yardımseverlik ve adil davranışlar gibi erdemlere teşvik ediyoruz.

Üyelerimiz arasındaki dayanışma, bilgi paylaşımı ve destekleme kültürü, "önce insan" ilkesinin yaşama geçtiğini gösteren somut örneklerden biridir.

Bu etik değerimiz, sosyal medya sektöründe sadece uzmanlık değil, aynı zamanda etik sorumluluk taşıyan bireylerin topluluğunu oluşturmayı amaçlamaktadır.



TÜRKİYE İSTANBUL

ANKARA KAHRAMANMARAŞ

ANTALYA **İZMİR**

AKSARAY ESKİŞEHİR

KONYA **BURSA** MERSİN

ERZURUM GİRESUN

SAMSUN ADANA

DENİZLİ ALANYA

TRAKYA **KAYSERİ**

KOCAELİ **AZERBAYCAN**

Müh. Dr. Gülay Savaş

Endüstriyel Dönüşüm ve Dijitalleşmenin İş Dünyasına Etkileri



Endüstriyel dönüşümün önemli figürlerinden biri olan, mühendislik ve teknoloji alanındaki 30 yıllık deneyimiyle öne çıkan bir ismi ağırlıyoruz. Müh. Dr. Gülay Savaş ile Endüstri 4.0 ve Endüstri 5.0 gibi önemli dönemsel dönüşümlerin iş dünyasına etkilerini ve dijitalleşmenin iş yapış şekillerimizi nasıl değiştirdiğini konuştuk.

Endüstriyel dönüşümün iş dünyasındaki yansımalarını, özellikle Türkiye perspektifinden ele alan bu röportajda, işletmelerin dijitalleşme yolunda kat ettiği mesafeyi ve karşılaştığı zorlukları değerlendirdik. Ayrıca, teknolojinin evrimindeki kilit noktalara ve dijital okuryazarlık ile yaratıcı düşünmenin günümüzdeki önemine dair değerli görüşlerini paylaştı.

Türkiye'deki şirketlerin sürdürülebilir başarılarını ve dönüşümlerini desteklemek için yürüttüğü danışmanlık projelerinden de bahseden konuşumuz, geleceğin iş dünyasına nasıl hazırlanabileceğimiz konusunda önemli ipuçları verdi.



Mühendislik ve teknoloji dünyasındaki 30 yıllık deneyiminizde, özellikle Endüstri 4.0 ve Endüstri 5.0 gibi dönemsel dönüşümlerin iş dünyasına etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Endüstri 4.0, daha çok bilgi teknolojileri ağırlıklı bir yaklaşım olarak doğdu. Burada işletmelerin üretim süreçlerinde dijitalleşme ve otomasyon teknolojilerini kullanarak verimliliklerini artırmalarını amaçlanmaktadır. Endüstri 5.0 ise içinde maalesef bir yandan insansı robotların da bulunmasına rağmen, toplum için teknoloji diye adlandırılıyor. Bu genel tanımdan hareketle bu soruyu ancak Türkiye açısından değerlendirirsem, Türkiye’de iş dünyasının Endüstri 4.0 ve 5.0’den geride kaldığını, çoğunluğun Endüstri 3.0 seviyesinde kaldığını görüyorum. Endüstri 4.0’a geçebilmesi bir şirketin Akıllı Şirket olabilmesi demek. O da şirketlerin dijital hafızasının olması demek.

Yani şirketlerin geçmişine ait verileri toplayarak, bütünsel kaynak planlamasını yaparak, kendi hafızalarını oluşturabilmeleri demek. Ama Türkiye’de kendi dijital hafızasını oluşturabilen şirketlerin oranı %17. Bu oran Türkiye’deki şirketlerin %80’den fazlasının Endüstri 4.0’a geçememesi demek. Türkiye dijital dönüşümün batıdaki hızına maalesef yetişememekte, aradaki fark giderek açılmaktadır. Bu durum zaten Türkiye’deki şirketlerin ortalama ömürlerine baktığımızda ise ortalama 15-25 seneyi görüyoruz maalesef.

Sonuç olarak Türkiye’de şirketler büyüyerek batıyorlar. Bu durum, şirketlerimizin sürdürülebilir yönetimde, sürdürülebilir başarıda ciddi sorunları olduğunu gösteriyor.

Bilgi teknolojileri alanındaki doktora çalışmanızdan bu yana, teknolojinin evriminde en önemli gelişmelerden biri olarak gördüğünüz konu nedir?

Bence en önemli gelişmeler

- Google’ın doğması yani bilginin bulutta birikmeye başlaması
- Bulut tabanlı teknolojinin doğması ve gelişmesi
- Bulutta biriken bilgi ve bulut teknolojinin üzerine bir de yapay zekanın doğması ve gelişimi ile birçok şeyin akıllı hale gelmeye başlaması. Yani metale öğrenmeyi öğretmek akıl dediğimiz şeyin iletken her tür metale geçmesi.
- Bir de kullacıların teknolojiye adaptasyonunu kolaylaştıran “Grafik Kullanıcı Arayüzü” olarak tanımladığımız yazılım ve donanım bileşenlerinin gelişmesi ile zor gibi gözüken teknoloji artık daha çok insana ulaşmaya başlamıştır.

Dijital dönüşüm stratejisi ve akıllı şirket yol haritası oluştururken, özellikle şirketlerin bu süreçte karşılaştığı temel zorluklar nelerdir?

Baştan şunu söylemekte fayda var: Akıllı şirket olmadan, dijital dönüşüm olmaz. Yani önce “Akıllı Şirket” olmak lazım. Bunun için de şirketlerin kendi dijital hafızalarını oluşturmaları gerekiyor. Veri toplamayı öğrenmeleri, verilerden bilgi oluşturmaları gerekiyor. Fakat çoğu firmamızda veri ve bilgi arasındaki fark bile bilinmiyor ve maalesef bilgiye değer verilmiyor.

Hala karanlıkta kara kedi arama modunda el yordamıyla işler ilerliyor. Böyle bir vizyon olmadığı sürece de haftalık çalışma saatinin %60’ı sadece sorun çözmekle geçiyor. Yani sorunları çözmek için hala saatlerce süren toplantı ve konuşmalarla zaman öldürülüyor. Çünkü veriye dayalı bir yönetim uygulanmadığından dolayı, İşler verimsiz bir şekilde yapılıyor ve yönetiliyor.



Zihin programı eğitimlerinizde vurguladığınız gibi, Dijital Okuryazarlık ve Yaratıcı Düşünme gibi yetkinliklerin önemi günümüzde nasıl bir boyut kazandı?

Dünya Ekonomik Forumu'nun "2020 İşlerin Geleceği Raporu'na" göre, yapay zekanın 2025 yılına kadar dünya çapında 85 milyon işin yerini alması bekleniyor. Yapay zekâ, öğrenmeyi öğrenen bir veri bilimidir. İnsanın zekasını, yapay zekâ adıyla anar olduk. İnsan öğrenmesi makine öğrenmesi oldu. Yetkinliklerini yapay zekaya aktaran insan da artık kendi yetkinliklerini geliştirmeli, ilerletmeli. Kendi zihninin yeni versiyonuna geçmeli.

Dolayısıyla

- Dijital okuryazarlık
- Bilgi okuryazarlığı
- Veri Yönetimi
- Yaratıcı düşünme gibi konular insanların yetkinliklerini attırması gereken en önemli konular.

Şunu unutmamak lazım Akıllı Şirketler ancak akıllı liderler, yani büyük resmi gören, vizyonist liderlerle oluşturulur. O yüzden bu kavramların hepsi kişiler için son derece önemli. Yani kurumların içinde, hızlı rekabeti ve değişimleri yönetecek "Agile bir yönetim" uygulanması için bahsettiğimiz okuryazarlıklara sahip en azından liderler ya da yöneticiler olmalı. Bu yetkinliklere sahip kişiler olmadığı sürece değişim ve dönüşümleri yönetemez, bunların içinde kayboluruz. Sonuç olarak, gelecekte olamayız!



Danışmanlık verdiğiniz kurum ve bireylere yönetici koçluğu yaparken, liderlik ve dijital okuryazarlık yetkinliklerinin geliştirilmesindeki anahtar stratejiler nelerdir?

Bu koçluk ya da eğitimler şirketlerde, çoğunlukla İnsan Kaynakları yöneticileri tarafından organize edilmektedir. Bu eğitim ya da koçluklarda kişilere

- Yapay zekaya öğrettiğimiz öğrenmeyi öğrenme metodu öncelikle mutlaka anlatılmalıdır.
- Nlp (Zihin dili programlama). Dünyadaki başarılı insanların düşünce ve eylem kalıplarının modellenip kullanıldığı bir hızlı öğrenme stratejisi olan NLP'nin kullanılması, anlatılması son derece önemlidir.
- Psikoloji ve organizasyonel psikolojinin ne olduğu ve önemi anlaşılmalıdır. Ne insan sadece etten kemikten oluşan bir varlıktır, ne de şirketler sadece süreçlerden oluşan birer makinedir. İnsana ve şirketlere ancak tüm boyutlarıyla bütünsel yaklaşıldığında sürdürülebilir başarı da gelecek.



Dijital dünyanın hızlı değişen dinamiklerine ayak uydurmak isteyen bir birey veya kurum için önerdiğiniz temel adımlar nelerdir?

Kurumlar

- Şirketlerinde kayıt birliği sağlamalı ve veriye dayalı bir yönetim yapmalılar.
- Belli aralıklarla "Dijital Dönüşüm Olgunluk Analizi" ya da "mevcut durum analizi" yapmalı, sektörel gidişat ve rakipleri karşısındaki konumlarını belirlemeliler
- Veriye dayalı analizlerle yönetim yapmalılar
- Süreç ve insan kaynağının bilgi teknolojileri ile entegre edildiği bir yapıya sahip olmalılar.
- İnsanlar süreçleri yönetir ama teknoloji bilgiyi yönetir. Bilgiye, dataya değer vermeliler.
- Haftalık çalışma saatlerinin en az %20'sini inovasyon, arge, yaratıcı düşünme, geleceğin teknolojileri gibi konulara ayırmalılar.

Bireyler

- Teknolojiyi bildikleri kadar, psikoloji bilimini de bilmeliler.
- Yapay zekaya öğrettiğimiz "öğrenmeyi öğrenmeyi" her birey de bilmeli. Yapay zeka uygulamalarının çoğu manipüle etmeye odaklıdır. Bu yapay zekâ tabanlı uygulamalara maruz kalan, kendini ayırtıramayan kişiler artık birer teknoloji bağımlısı haline gelmiş ve konsantrasyonları 3 dk'ya inmiştir. Bu durum kişinin artık yeni bir şeyi öğrenememesi demektir. Sonuç ise, yapay zekanın zekâsı artarken, insan zekasının giderek gerilemesidir.
- Yani insan denilen varlık daha çok makineleşirken, makineler daha çok insana benzemekte, insanı taklit etmektedirler.

Son olarak cepte danışmanlık projenizden bahseder misiniz?

Cepte/Danışmanlık özellikle Türkiye'de "Danışmanlığın" anlamını ve sürecini değiştirmek amacıyla var olan bir proje. Cepte/Danışmanlık Türkiye'nin ilk online şirket kliniği ve şirket analiz laboratuvarı.

Özellikleri arasında

- Danışman ve uzmanlardan oluşan bir ekosistemi ve
- Her danışmanın, şirketle anlaşması başladıktan sonra sahada ilk adım olarak yaptığı analizleri bir araya getirerek, online ortamda şirketlerle paylaşan bir dijital laboratuvarı barındıran bir platform.
- Şirketlere doğru çözüm / danışman / deneyime ulaşmada %60-70 zamandan ve bütçeden karlılık, verimlilik sağlayan bir platform.
- Danışmanın değil, deneyimlerinin bulut üzerinde paket haline getirilerek "sepet ekle" kolaylığında bulunduğu bir platform. Şirketlerin kazanmasına ve içerde toplanan onlarca danışmanın yüzlerce yıla ulaşan deneyimlerinin şirketlere – ihtiyaçlarına özel olarak hızlı, doğru ve ulaşılabilir bedeller karşılığında ulaşması.
- Her şirketin istediği zaman 7x24 ulaşabileceği, içinde hazır çözüm paketlerinin de bulunduğu, ihtiyacı olan danışmana ihtiyacı olduğu kadar online olarak ulaşabileceği bir platform.
- Kontrollü mentorluk, kontrollü danışmanlık tanımlarını Türkiye'de ilk defa kullanan bir yapı.
- Sunulan tüm hizmetlerin dijital kaydı tutulduğundan, şirketlerin ve danışmanların tüm geçmişlerini görebilecekleri ve raporlayabilecekleri dolayısıyla şeffaf, adil ve ölçümlenebilir bir hizmet platformu.

Yani artık şirketlerin sürdürülebilir sağlığı / başarısına destek olmak için Cepte/Danışmanlık var.



DİJİTAL YAZILIMSAL ÇÖZÜMLER

- ÖZEL YAZILIM
- İŞ TAKİP SİSTEMİ
- YAPAY ZEKA
- E-İHRACAT SİTESİ
- QR MENU
- DİJİTAL KARTVİZİT
- MOBİL UYGULAMA



www.cicasoft.com.tr

info@cicasoft.com.tr

0545 155 22 02

Öğr. Gör. Yusuf Özışık

Yeni Bir Dönemin Kapıları Aralanıyor: **Metaverse'in İş Dünyası ve Eğitim Üzerindeki Etkisi**



Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte, dijital dünyanın sınırları giderek genişliyor ve yeni kavramlar, yeni fırsatlarla birlikte karşımıza çıkıyor. Bu kavramlardan biri de "Metaverse". Son zamanlarda sıkça duyduğumuz bu terim, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve diğer dijital ortamları kapsayan geniş bir dijital evreni ifade ediyor. Ancak, metaverse sadece bir eğlence mekanizması olarak değil, aynı zamanda iş dünyası ve eğitim alanında da köklü değişimlere yol açabilecek bir potansiyele sahip.

Bu bağlamda, grafik tasarım ve dijital oyunlar alanında uzmanlaşmış olan Yusuf Özışık ile bir röportaj gerçekleştirdik. Yusuf Özışık, hem akademisyen kimliğiyle hem de dijital tasarım alanındaki deneyimiyle metaverse konusunda önemli perspektifler sunuyor. Özışık, metaverse'in iş dünyası ve eğitim üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirirken, bu yeni teknolojinin getirdiği zorlukları ve çözüm yollarını da ele alıyor.

Röportajda, metaverse'in iş dünyasında nasıl bir değişim yaratabileceğine dair öngörülerine yer veriliyor. Ayrıca, eğitim sektörü üzerindeki etkileri incelenirken, uzaktan eğitimden interaktif öğrenme deneyimlerine kadar çeşitli alanlarda metaverse'in nasıl kullanılabileceği tartışılıyor. Bununla birlikte, metaverse'in gizlilik ve güvenlik konularındaki zorluklarına ve bu zorlukların nasıl aşılabileceğine dair çözüm önerileri sunuluyor.

Yusuf Özışık'ın değerli görüşleri, metaverse'in iş dünyası ve eğitim alanında yaratacağı değişimleri daha yakından anlamamıza ve bu yeni dijital evrene uyum sağlamamıza yardımcı oluyor. İşte, metaverse'in kapılarını aralayan bu heyecan verici röportajı sizlerle paylaşıyoruz.

Röportaja başlamadan önce sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

İsmim Yusuf Özişik. Lisans eğitimimi İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi'nde Grafik Tasarım, yüksek lisans eğitimimi Maltepe Üniversitesi'nde Film Tasarımı olarak tamamladım. Akademisyenim. Arnavutköy Belediyesi ve diğer birçok belediyede eğitimler düzenledim. Sayısız öğrenciyi dijital tasarım ile tanıştırma ve bu alanlarda kariyer sahibi olmalarına destek olma şansım oldu. Aynı zamanda dijital oyunlar tasarlıyorum. Bu alanlarda da edindiğim tecrübelerimi öğrenmek isteyen herkesle paylaşıyorum. Web 3.0 teknolojileri özellik NFT & Metaverse evrenleri tasarlıyorum. Türkiye'de ilk niteliği olan sanal gerçeklik (VR) ve genişletilmiş gerçeklik (XR) çalışmaları yapıyorum. Bu alanda çalışmalarım devam etmektedir.

- **Metaverse kavramı, dijital dünyanın sınırlarını genişletiyor. Bu konsepti sadece bir eğlence mekanizması olarak değil, aynı zamanda iş dünyasında nasıl bir değişimi tetikleyeceğini düşünüyorsunuz?**

"Metaverse," terimi genellikle sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve diğer dijital ortamları tanımlamak amacıyla kullanılan bir terimdir. Metaverse "meta" ve "universe" kelimelerinin birleşiminden meydana gelmektedir. Bu iki kelimenin anlamına baktığımız zaman, "meta" Yunan dilinde "sonra, öte" ve "universe" İngilizcede "evren" anlamlarına geliyor. Kelimeleri birleştirirsek "evren ötesi" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu terim, gerçek dünya ile sanal dünya arasında etkileşim ve entegrasyon sağlayarak geniş bir dijital evreni ifade eder. Metaverse, kullanıcıların sanal dünyalarda, oyunlarda, sosyal medya platformlarında ve diğer dijital ortamlarda etkileşimde bulunmasını mümkün kılan bir konsepttir.



1 Dolara Bitcoin Alan Davinci Jeremie - Kendisi ayrıca bir yazılımcı olduğu için Blockchain Week'te (Uluslararası bir fuar) kendisiyle blockchain ve web3.0 ile ilgili konuşmuştum.

Metaverse kavramı, genellikle üç boyutlu grafikler, sanal gerçeklik başlıkları, artırılmış gerçeklik uygulamaları ve diğer gelişmiş teknolojilerle yakından ilişkilidir. Kullanıcılar, bu teknolojiler aracılığıyla sanal dünyalarda diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilir, sanal mülkiyetler edinebilir, heyecan verici oyunlar oynayabilir ve dijital ticaret faaliyetlerinde bulunabilirler.

Metaverse'in önemi, dijital dünyada benzersiz deneyimler ve fırsatlar sunma potansiyeline dayanmaktadır. İleri teknolojilerin entegrasyonu, sanal ve gerçek dünyalar arasındaki sınırları giderek azaltmaktadır. Şirketler, bu kavramı daha da genişletmek ve iyileştirmek amacıyla çeşitli inovasyon projeleri üzerinde çalışmaktadır. Bu nedenle, metaverse, teknolojinin evriminde önemli bir kilometre taşı olarak karşımıza çıkmaktadır ve gelecekte dijital etkileşimlerimizi büyük ölçüde etkileme potansiyeline sahiptir. Bu durum iş dünyasında yeni yetkinlikler arayışına ve farklı farklı uzmanlık dallarına ihtiyacı beraberinde getirecektir. Şimdiden bu dünyaları anlamak, bu teknolojileri öğrenmek ve birtakım geliştirmelerde bulunmak, kişi veya kurumlara gelecek yıllarda büyük avantaj sağlayacaktır.

Metaverse'in eğitim sektörü üzerindeki potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz? Özellikle üniversiteler ve diğer eğitim kurumları için nasıl bir dönüşüm getirebilir?

Günümüzde, eğitim sektörü, teknolojik gelişmelerin sunduğu fırsatlarla büyük bir dönüşüm yaşamaktadır. Bu kapsamda, metaverse, öğrencilere ve eğitimcilerine sağladığı yenilikçi özelliklerle eğitim alanında çığır açma potansiyeli taşımaktadır. Metaverse, öğrencilere sanal sınıf ortamlarında daha interaktif bir şekilde katılım sağlama imkanı sunmaktadır. Örneğin, öğrenciler, üç boyutlu grafiklerle desteklenmiş sanal sınıflarda dolaşabilir, etkileşimli öğrenme materyallerini keşfeder ve öğrenme süreçlerini daha zengin ve etkili kılacak interaktif aktivitelerde yer alabilirler.

Uzaktan eğitim alanında metaverse, coğrafi konumdan bağımsız olarak öğrencilere eğitim imkanı sunar. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik, öğrencilere gerçek dünyadan uzakta olsalar bile bir sınıf ortamında bulunma hissiyatı verir ve öğretmenlerle daha yakın bir etkileşim içinde olma şansı sağlar.

Metaverse'in eğitimdeki bir diğer önemli katkısı, pratik beceri geliştirmeye yönelik simülasyonlar aracılığıyla öğrencilere gerçek dünya deneyimleri kazandırma potansiyelidir. Mesleki eğitimde, öğrenciler sanal hastanelerde pratisyenlik yapabilir, mühendislik öğrencileri karmaşık projeleri sanal ortamlarda yönetebilir, bu da gerçek dünya becerilerini daha etkili bir şekilde öğrenmelerine olanak tanır.



Ayrıca, metaverse küresel işbirliği ve öğrenme toplulukları için bir platform sağlar. Öğrenciler, dünyanın dört bir yanındaki diğer öğrencilerle sanal ortamlarda etkileşime geçebilir, kültürel çeşitliliği anlamalarını ve uluslararası işbirliği projelerine katılmalarını destekleyebilir.

Bireyselleştirilmiş öğrenme deneyimleri açısından metaverse, öğrencilerin öğrenme tarzlarına ve ihtiyaçlarına uygun olarak özel içerikler sunma potansiyeline sahiptir. Bu, her öğrencinin kendi hızında ilerlemesine ve öğrenme sürecini kişiselleştirmesine olanak tanır.

Ancak, metaverse'in eğitimde kullanılmasıyla ilgili çeşitli etik ve güvenlik konularının ele alınması önemlidir. Özellikle öğrenci verilerinin güvenliği, öğrenci mahremiyeti ve platformların güvenilirliği gibi konular, metaverse tabanlı eğitimde başarı için kritik öneme sahiptir. Bu zorlukların aşılmasıyla birlikte, metaverse, eğitim sektöründe öğrenme deneyimlerini daha da zenginleştirecek ve öğrencilere daha etkili bir öğrenme ortamı sunacaktır.



Metaverse'in gizlilik ve güvenlik konularında ortaya çıkardığı yeni zorluklar hakkında görüşleriniz nelerdir? Bu zorluklar nasıl aşılabılır?

Metaverse, teknolojik evrimin bir ürünü olarak ortaya çıkan ve dijital etkileşimlerimizi şekillendirmeye yönelik çığır açan bir konsepttir. Ancak, bu yeni dijital dünya, kullanıcıların gizlilik ve güvenlik konularında karşılaşabileceği bir dizi endişe barındırmaktadır.

Metaverse, kullanıcıların sanal dünyalarda etkileşimde bulunmalarını sağlamak için geniş veri setlerini işler. Bu durum, kullanıcıların kişisel bilgilerinin güvenliğini tehlikeye atabilir. Veri güvenliği önlemleri, kullanıcıların kişisel bilgilerini korumak ve gizlilik haklarını güvence altına almak için kritik bir rol oynamalıdır. Bu çerçevede, güçlü şifreleme yöntemleri, güvenli veri depolama algoritmaları ve şeffaf gizlilik politikaları büyük önem taşır.

Metaverse ortamlarında kullanıcı kimlikleri dijital olarak temsil edildiği için, kimlik hırsızlığı riski artabilir. Kötü niyetli kişiler, kullanıcıların dijital varlıklarını ele geçirmeye çalışabilir veya yanıltıcı dijital kimlikler oluşturarak dolandırıcılık yapabilir. Bu tür durumların önüne geçmek için güçlü kimlik doğrulama sistemleri ve kullanıcı doğrulama önlemleri geliştirilmelidir.

Kullanıcılar, sanal dünyalarda dolaşırken çeşitli siber tehditlere maruz kalabilirler. Sanal ortam güvenliği, kötü amaçlı yazılımlara karşı koruma, siber saldırılara karşı savunma ve diğer güvenlik önlemlerini içermelidir. Bu, kullanıcıların sanal dünyalarda güvenle etkileşimde bulunmalarını sağlayacak önlemleri içermelidir.

Metaverse, geniş bir kullanıcı kitlesi çektiği için, çocuk güvenliği ön planda olmalıdır. Çocukların korunması için özel erişim kontrolleri, içerik filtreleme sistemleri ve güçlü çocuk güvenlik politikaları oluşturulmalıdır.

Sanal mülkiyet kavramının giderek arttığı metaverse ortamlarında, kullanıcıların dijital varlıklarının güvenliği daha kritik hale gelir. Sanal ticaretteki güvenlik önlemleri, dolandırıcılığı önlemek ve kullanıcıların dijital varlıklarını korumak için sürekli olarak güncellenmelidir.

Metaverse, kullanıcıların gerçek dünyada hassas konularda etkileşime girmelerine olanak tanır. Bu, çeşitli anlaşmazlıkları ve sorunları beraberinde getirebilir. Güvenli bir ortam sağlamak adına, hassas konuların izlenmesi ve adil çözüm süreçlerinin oluşturulması önemlidir.

Metaverse'in geliştiricileri, işletmecileri ve kullanıcıları, bu gizlilik ve güvenlik endişeleriyle başa çıkmak adına işbirliği yapmalı ve güvenli, şeffaf bir dijital dünya inşa etmek için çaba göstermelidir. Bu sayede metaverse, kullanıcıları için güvenilir ve etkili bir dijital etkileşim ortamı sunabilir.

İş dünyası ve metaverse arasında bir entegrasyon süreci başladığını düşünüyor musunuz? Eğer öyleyse, bu sürecin hangi sektörlerde daha etkili olabileceğini düşünüyorsunuz?

İş dünyası ve metaverse arasında tam bir entegrasyon olduğunu, içinde bulunduğumuz 2023-2024 döneminde söylemek tam anlamıyla doğru olmaz.

Henüz bir geçiş aşamasındayız. Yepyeni bir teknolojinin 'bebeklik' dönemini şu anda görüyoruz. Metaverse, teknolojik ilerlemenin bir sonucu olarak ortaya çıkan önemli bir dönemeçtir ve ilerleyen zamanlarda dijital etkileşimlerimizi derinlemesine etkileme kapasitesine sahiptir. Bu süreç işi dijital olan (ki işini dijitalle taşımayanlar da çağın çok gerisinde kalmışlardır) tüm sektörleri ilgilendirmektedir. Eğlence sektörü bu dönemde ağır basan unsur olsa da adım adım tüm sektörler bu teknoloji ile tanışacaklardır.

Metaverse, sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve diğer dijital teknolojilerin birleşimi olarak tanımlanıyor. Bu teknolojik entegrasyon, iş dünyası ve eğitimde nasıl bir denge sağlayabilir?

Metaverse, iş dünyasında sanal toplantıları daha etkili ve etkileşimli hale getirebilir. İşbirliği platformları, çalışanların farklı coğrafi konumlardan bir araya gelmelerini sağlayabilir, bu da şirket içi iletişimi güçlendirebilir ve projelerin daha hızlı yürütülmesini sağlayabilir. Uzaktan çalışma modellerini destekleyerek şirketlere geniş bir yetenek havuzuna erişim imkanı sunabilir. Aynı zamanda, iş görüşmeleri ve işe alım süreçleri sanal ortamlarda daha verimli bir şekilde gerçekleştirilebilir. Şirketler, çalışanlarının yeteneklerini geliştirmek için eğitim programları sunabilir. Sanal ortamlarda simülasyonlar ve eğitim materyalleri ile daha etkili öğrenme deneyimleri sağlanabilir.

Metaverse, öğrencilere daha etkileşimli ve katılımcı öğrenme deneyimleri sunabilir. 3D simülasyonlar, sanal laboratuvarlar ve etkileşimli ders içerikleri öğrencilerin konuları daha iyi anlamasına yardımcı olabilir. Metaverse, öğrencilere coğrafi sınırlamalardan bağımsız olarak uzaktan eğitim fırsatları sunabilir. Sanal sınıflar ve etkileşimli dersler, öğrencilere daha geniş bir öğrenme deneyimi sunabilir.

Metaverse konseptine uyum sağlamak isteyen bireylerin ve şirketlerin atması gereken temel adımlar nelerdir?

Metaverse'in ortaya çıkışı, iş dünyasında daha önce görülmemiş bir değişim talebi yaratacak ve bu da farklı uzmanlık alanlarına olan talepleri artıracaktır. Dolayısıyla, bu dijital evrenleri şu an itibariyle anlamak, ileri teknolojilere erken uyum sağlamak ve çeşitli gelişmelerde bulunmak, bireylere ve kurumlara gelecek yıllarda büyük avantajlar sağlama potansiyelini barındırmaktadır.

Sosyal Medya Uzmanları ve Dijital Pazarlama Uzmanlarını düşünerek Metaverse ile nasıl bir değişim olacak?

Metaverse şu anda eğlence sektörü özelinde ilerliyor gibi görünüyor ancak bu durum her sektörü etkileyecek şekilde değişime uğrayacak. Toplantılar, iş görüşmeleri, eğitimler, konserler, oyunlar...vs. her sektör bu alanda geliştirmeler yaparak ilerleyen dönemlerde varlıklarını sürdürebileceklerdir.

SMUP E-Spor
SMUP Metaverse
SMUP NFT
Gruplarımıza ulaşmak için
hemen tıklayınız.
www.linktr.ee/smup



YALNIZ KENDİNİ DİNLE

WOMEN GOOL



WhatsApp Hattı:
0536 614 10 64

Türk televizyonlarının ilk kadın futbol programı olan "Women Gool" tamamıyla kadın futbolunun nabzını tutup sunucu ve yorumcu Aysun Şahin Mutlu'un ekran yüzü olduğu program;

Haftalık karşılaşmalardan haberler, takım ve lig özelinde değerlendirmeler, gündemden başlıklar, yerli yabancı sporcu röportajları, başarı hikayeleri, iç ve dış basında kadın futbolu ile ilgili içeriklerle kadın futbolunun gelişimine katkı ve yön vermektedir...

HER ÇARŞAMBA 20.00.-21.25.- CANLI YAYIN



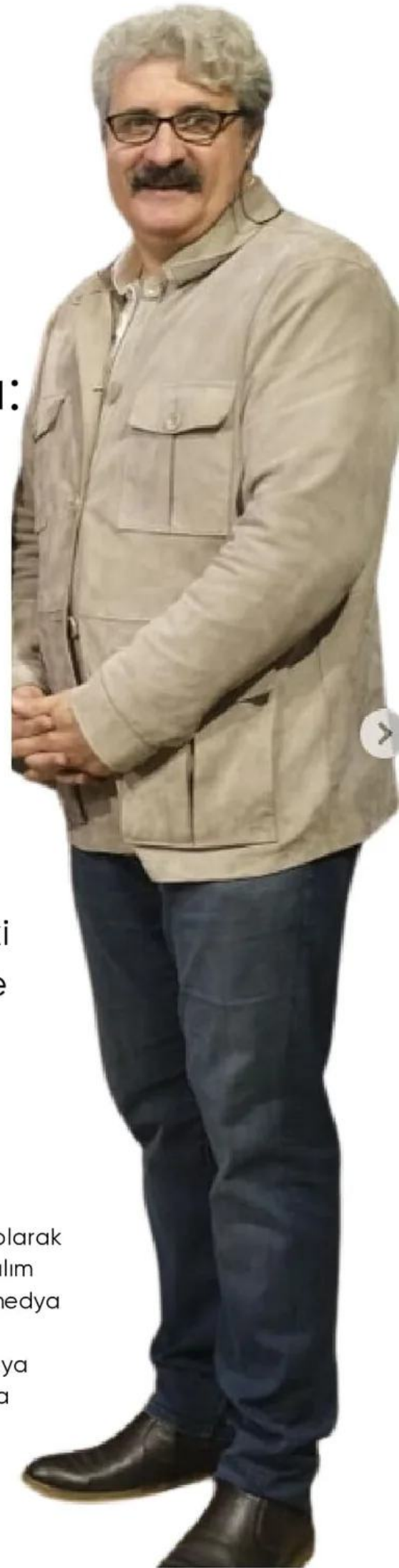
ÖZEL RÖPORTAJ

Öğr. Gör. Ferhat Büyükkalkan
Siber Güvenlik Uzmanı

Sosyal Medyanın Kodları: Yazılım ve İnovasyon Arasındaki Dans

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, sosyal medya platformları da sürekli olarak evrim geçiriyor ve kullanıcı deneyimini yeniden tanımlıyor. Bu dijital çağda, yazılım geliştirme ve sosyal medya yönetimi arasındaki ilişki giderek daha karmaşık hale geliyor ve bu alanda uzmanlaşmış isimler, bu değişimin nereye doğru ilerlediğini anlamak için kritik bir rol oynuyorlar.

Giresun Üniversitesi Bilgisayar Bölümü'nde akademisyen olarak görev yapan Ferhat Büyükkalkan ile bir araya geldik. Yazılım geliştirme, siber güvenlik, mobil programlama ve sosyal medya yönetimi gibi alanlarda uzmanlaşmış bir eğitimci olan Büyükkalkan, öğrencilere rehberlik etmenin yanı sıra, Alanya menşeli "Digi Z Medya" A.Ş.'nin ortaklarından biri olarak da dijital medya ve yazılım geliştirme konularında çeşitli projelerde yer alıyor.



Büyükkalkan, yazılım dünyasının sosyal medya platformlarının sürekli evrimine nasıl uyum sağladığını, açık kaynak projelerin inovasyona nasıl katkıda bulunduğunu ve yazılım geliştiricilerin dikkate alması gereken temel prensipleri konuşmak için bizimle bir araya geldi. Ayrıca, sosyal medya entegrasyonu için kullanılan API'ların ve sosyal medya algoritmalarının yazılım dünyasındaki etkisini de değerlendirdi.

Röportajda, sosyal medyanın kodlarını çözmek ve geleceğin teknolojik trendlerine öncülük etmek adına önemli ipuçları ve görüşler bulacaksınız. Büyükkalkan'ın değerli bakış açıları, yazılım ve sosyal medya dünyalarının birbirine nasıl entegre olduğunu daha iyi anlamanıza ve bu alanda ilerlemeye katkı sağlayacaktır.

Bu röportajın, teknoloji dünyasının gelişimine ilgi duyan herkes için ilham verici olmasını diliyoruz.

Yazılım ve sosyal medya dünyalarının kesişiminde önemli bir yolculuğa çıkmadan önce, Ferhat Büyükkalkan'ı daha yakından tanıyalım.



Röportaja başlamadan önce sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Giresun Üniversitesi Bilgisayar Bölümü'nde akademisyenim. Yazılım geliştirme, siber güvenlik, mobil programlama ve sosyal medya yöneticiliği alanlarında uzmanlaşmış bir eğitimci olarak öğrencilere rehberlik etmekte ve bu konularda dersler vererek bilgi paylaşımına katkı sağlayabilme adına uğraş vermekteyim. Aynı zamanda, Akdeniz bölgesinin güzide ilçesi Alanya menşeli "Digi Z Medya" A.Ş.'nin ortaklarındanım. Bu şirketle birlikte, dijital medya, yazılım geliştirme ve sosyal medya yönetimi konularında çeşitli projelere imza atmakta ve danışmanlık yapmaktayım. Akademik kariyerimde edindiğim bilgi birikimi ve endüstri deneyimim, öğrencilerime güncel ve pratik bilgiler sunmamı sağlıyor.

Bu süreçte, genç zihinlere teknoloji dünyasının kapılarını aralamak ve gelecekteki liderlerin yetişmesine katkıda bulunmak benim için bir misyon. Her iki dünyada da edindiğim deneyimleri birleştirerek, hem öğrencilerime hem de birlikte çalıştığım ekibe değer katabilen bir akademisyen ve profesyonel olarak sektöre katkı sağlayabilen bir isim olarak, bilgi ve deneyimlerimi birleştirerek teknoloji dünyasında fark yaratmaya odaklanıyorum. Geleceğin bilgi teknolojileri profesyonellerini yetiştirmek ve sektördeki gelişmelere öncülük etmek, benim için bir ayrıcalık ve sorumluluktur.



Yazılım dünyası, sosyal medya platformlarının sürekli evrim geçirmesini nasıl değerlendiriyor? Bu evrim, yazılım geliştirme süreçlerini nasıl etkiliyor?

Sosyal medya platformlarının evrimi, yazılım geliştirme süreçlerini de oldukça etkilediğini görmekteyiz. Bu evrim, daha hızlı ve çevik gelişimi teşvik ederek kullanıcı ihtiyaçlarına daha hızlı yanıt verme ihtiyacına yol açmış, özellikle büyük veri analizi sayesinde, kullanıcı davranışı ve eğilimler, platformları daha fazla kullanıcı dostu hale getirmek için yazılım geliştirme ekiplerinin önemini daha önemli hale getirme ihtiyacı doğmuştur. Bu ihtiyaçlardan en önemlisi güvenlik ve gizlilik, sosyal medya platformlarının evriminde giderek daha önemlidir. Bu nedenle, yazılım geliştirme ekipleri kullanıcı verilerinin güvenliği ve gizliliği konusunda daha fazla çaba sarf etmektedir.

Bir başka önemli konu da sosyal medya platformlarının, özellikle Microservis mimarileri, bulut bilişim ve yapay zekada, yazılım dünyasında yeni eğilimlere ve yaklaşımlara yol açmıştır. Yapay zeka, sosyal medya platformlarının evriminde önemli bir rol oynamaktadır. Kullanıcı davranışını, kişiselleştirme ve güvenliği anlama alanlarındaki yapay zeka daha etkili ve güvenli platformlara katkıda bulunur. Sosyal medya platformlarının evrimi, yazılım geliştirme ekiplerine yeni beceri ve teknolojiler öğrenme ve daha hızlı bir geliştirme sürecine ihtiyaç duyar. Bunun, yazılım geliştirme ekipleri için daha fazla esneklik ve işbirliği gerektirdiğine inanıyorum..

Sosyal medya devleri, yazılım geliştiriciler için açık API'lar sağlıyor. Bu API'lar, yazılım dünyasındaki inovasyonu nasıl tetikliyor?

Sosyal medya devleri tarafından sağlanan açık API'lar, yazılım dünyasında önemli bir inovasyon kaynağıdır. Bu API'lar, yazılım geliştiricilerin yeni ve yaratıcı uygulamalar ve hizmetler geliştirmelerine olanak tanıyarak yazılım dünyasını daha da ileriye taşımaktadır. Bir yazılım geliştiricisi, Twitter API'sini kullanarak bir Twitter botu

oluşturabilir. Bu bot, belirli kelimeleri veya hashtag'leri içeren tweetleri takip edebilir ve bu tweetlere otomatik olarak yanıt verebiliyor. Facebook API'sini kullanarak bir web sitesine bir Facebook oturum açma özelliği ekleyebiliyor. Bu özellik, kullanıcıların web sitesine Facebook hesaplarıyla giriş yapmalarına imkan vermektedir. Yine Instagram API'sini kullanarak Instagram kullanıcılarının fotoğraf ve videolarına erişilebilir, bu verileri kullanarak, kullanıcıların fotoğraf ve videoları analiz edilebilir.

Yazılım geliştiricilerin, sosyal medya platformlarındaki kullanıcı deneyimini geliştirmek için neler yapabileceğini düşünüyorsunuz?

Yazılım geliştiriciler, kullanıcıların daha fazla fayda sağlamak ve daha iyi bir deneyime sahip olmaları adına özellikle, yapay zeka ve makine öğrenimi gibi teknolojileri kullanarak, sosyal medya platformlarında kullanıcı deneyimini kullanıcıların ilgi alanlarını ve ihtiyaçlarını daha iyi anlamamıza yardımcı olabilirler. Platformların içeriğini ve deneyimini daha kişiselleştirilmiş ve ilginç hale getirmek için kullanılabilirler. Örneğin, yapay zeka, kullanıcıların geçmiş davranışlarını analiz ederek ilgi alanlarını belirleyebilir. Bu bilgiler, kullanıcılara daha alakalı içerik göstermek için kullanılabilir. Yapay zeka, kullanıcıların konuşmalarını analiz ederek ihtiyaçlarını ve beklentilerini de anlayabilirler. Yazılım geliştiricilerin bu bilgilerle, kullanıcılara daha iyi destek ve deneyim sağlamak için kullanılabileceklerini düşünüyorum.

- Sosyal medya algoritmalarının yazılım dünyasındaki inovasyon sürecine olan etkisi nedir? Yazılım geliştiriciler, algoritmaları kullanarak nasıl daha etkili çözümler sunabilir?

Sosyal medya algoritmaları, yazılım dünyasında önemli bir yenilik kaynağıdır. Bu algoritmalar, yeni teknolojilerin ve yaklaşımların ortaya çıkmasını, yeni iş fırsatlarının yaratılmasını, yazılım dünyasında rekabetin artmasını ve yazılım dünyasındaki standartların yükselmesini sağlamaktadır.

Mesela Yapay zeka ve makine öğrenimi, sosyal medya platformlarının kullanıcı davranışlarını anlamasına ve içeriği kişiselleştirmesine yardımcı oluyor. Yine Veri analizi, sosyal medya platformlarının kullanıcıların ilgi alanlarını ve ihtiyaçlarını anlamasına, kullanıcıların davranışlarını ve trendleri daha iyi anlamasına yardımcı oluyor. Algoritmaları kullanarak daha etkili çözümler sunabilmek için ise; örneğin, yapay zeka, görüntü tanıma ve doğal dil işleme gibi alanlarda kullanılarak, yazılım geliştiricilerin daha doğru ve verimli sonuçlar elde etmesini sağlayabilir. Makine öğrenimi ise, veri analizi ve tahmin gibi alanlarda kullanılarak, yazılım geliştiricilerin daha iyi kararlar almasına yardımcı olacağı kanaatindeyim.

Open source projeleri, sosyal medya entegrasyonu için nasıl kullanılabilir? Bu projeler, yazılım dünyasındaki gelişmeleri nasıl etkiliyor?

Açık kaynak (Open source) projeleri sosyal medya entegrasyonu için çeşitli şekillerde kullanılabilir. Yazılım geliştiricilerinin sosyal medya platformlarını kendi uygulamalarına ve hizmetlerine entegre etmelerine yardımcı olan araçlar ve kütüphaneler sağlar. Bu kütüphaneler sosyal medya platformlarının özelliklerine ve verisine erişmesine olanak tanımaktadır. Twitter, Facebook, Instagram ve diğer popüler sosyal medya platformları için sağlanan API'lar yardımıyla yazılım geliştirmeyi daha erişilebilir hale getirerek daha fazla insanın yazılım geliştirme konusunda bilgi sahibi olmasına ve yenilikçi çözümler geliştirmesine imkan sunmaktadır. Açık kaynak projeleri, sosyal medya entegrasyonunu kolay ve verimli bir şekilde gerçekleştirmenin harika bir yolu olduğunu düşünenlerdenim.



Yazılım geliştiricilerin, sosyal medya platformlarına özgü uygulamalar oluştururken dikkate almaları gereken temel prensipler nelerdir?

Yazılım geliştiriciler, kullanıcı araştırması yaparak ve kullanıcı geri bildirimlerini toplayarak, kullanıcı odaklı uygulamalar geliştirmek için gerekli bilgileri elde edebilirler. Kullanıcı odaklı tasarım, kullanıcı dostu ve erişilebilir arayüzler, kişiselleştirilmiş içerik ve deneyimler, güvenlik ve gizlilik ve sürdürülebilirlik vb. gibi prensiplere ve ilkeleri göz önünde bulundurarak, kullanıcıların ihtiyaçlarını karşılayan ve başarılı olan uygulamalar geliştirebilirler. Bu kuralları ve yönergeleri takip ederek, platformların politikalarına uyabilirler. platformlarla daha etkili bir şekilde entegre olabilir, sosyal medya platformlarının trendlerini ve gelişmelerini takip ederek, platformlarla uyumlu uygulamalar geliştirebilirler.



Son olarak eklemek istediğiniz bir konu varmı?

Yazılım ve sosyal medya arasındaki ilişki, günümüzde teknolojinin ve iletişimin kesişim noktasını temsil ediyor. Bu ilişki, çeşitli yönleriyle birbirini etkileyen ve geliştiren bir süreç içeriyor. Sosyal medya platformları, yazılım dünyasında hızlı gelişim ve sürekli yenilik anlamına gelmekte, kullanıcı beklentileri ve trendler hızla değiştiği için yazılım geliştiricileri, bu taleplere ayak uydurabilmek adına sürekli olarak yenilikçi çözümler üretmek zorunda bırakmaktadır.

Ayrıca Sosyal medya platformları, kullanıcıların kişisel bilgilerini barındırdığından, güvenlik ve gizlilik konuları büyük bir önem taşır. Yazılım geliştiricileri, bu platformları daha güvenli hale getirebilmek için sürekli olarak yeni güvenlik önlemleri ve teknolojiler geliştirmek durumundadır. Yazılım aracılığıyla geliştirilen sosyal medya platformları, kültürel ve toplumsal etkileri büyük ölçüde etkileyebilir. Bu durum, yazılım geliştiricileri için sorumlulukları çok daha artırmakta, etik konuların daha fazla önemini ve gözetilmesini gerektirmektedir.

SMUP'un değerli yürütme kurulu ve üyelerine bana bu röportajı verme fırsatını sağladığı için içtenlikle minnettarım.

Bir SMUP üyesi olarak sizinle bir araya gelerek sosyal medya dünyasındaki güncel konuları ve deneyimleri paylaşmak benim için büyük bir onurdu. Derneğimizin misyonu doğrultusunda, sosyal medya alanındaki uzmanlar arasında bağlantıları güçlendirmek ve bilgi alışverişini teşvik etmek adına gerçekleştirilen bu röportajın bir parçası olmak benim için değerli bir deneyimdi.

Bu samimi davet ve misafirperverlik için derneğinizin tüm ekibine teşekkür ederim. Sosyal medya uzmanları arasında oluşturulan bu anlamlı platformun, sektördeki gelişmeleri destekleme ve paylaşma konusundaki misyonunuza katkı sağlamasını umuyorum.

SMUP Giresun
SMUP Alanya
Gruplarımıza ulaşmak için
hemen tıklayınız.
www.linktr.ee/smup



" 30 Yıllık Tecrübemizle "

Melikan Alkasi
HAYAT DİJİTAL

0530 935 63 61

FATİH CAD. NO 40/A LÜLEBURGAZ KIRKLARELİ

Hayat Sizinle Güzel

Dijital Pazarlamanın Zaman İçindeki Evrimi: Geçmişten Bugüne Bir Bakış



Dijital Devrimin Başlangıcı ve Bugünkü Etkisi

Dijital pazarlama, son yirmi yılda iş dünyasını kökten değiştiren bir devrimin kalbinde yer alıyor. İnternetin yaygınlaşmasıyla başlayan bu serüven, bugün sosyal medya, arama motoru optimizasyonu (SEO), e-posta pazarlaması ve çok daha fazlasını kapsıyor. Bu yazıda, dijital pazarlamanın geçmişten günümüze etkinliğini, dönüşümünü ve gelecekteki potansiyelini ele alacağız.

İlk Adımlar - Web 1.0 ve Dijital Pazarlamanın Doğuşu

1990'lar, dijital pazarlamanın temellerinin atıldığı bir dönemdi. Bu dönemde, işletmeler ilk kez web siteleri oluşturarak dijital dünyada varlık göstermeye başladı. Ancak, bu siteler büyük oranda statikti ve interaktif özellikler sınırlıydı. O dönemin pazarlama faaliyetleri, temelde bilgi vermekle sınırlıydı ve gerçek anlamda bir etkileşim söz konusu değildi.

İnteraktif Dönem - Web 2.0 ve Sosyal Medyanın Yükselişi

2000'lerin başı itibarıyla internet, interaktif bir platforma dönüştü. Bloglar, sosyal medya siteleri ve YouTube gibi platformlar, kullanıcıların içerik üretmesine ve paylaşmasına olanak tanıdı. Bu da markalar için tamamen yeni bir pazarlama alanı anlamına geliyordu. Sosyal medya pazarlaması, influencer işbirlikleri ve viral kampanyalar bu dönemin öne çıkan trendleri arasında yer aldı.

Mobil Devrim ve Yeni Pazarlama Stratejileri

Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla birlikte dijital pazarlama, mobil odaklı bir evreye girdi. Mobil uygulamalar, yerel reklamcılık ve AR/VR gibi teknolojiler, pazarlama stratejilerinin merkezine yerleşti. Özellikle genç neslin mobil cihazları tercih etmesi, pazarlamacıları mobil uyumlu içerik ve reklamlar üretmeye yöneltti.

Sürekli Değişim: Dijital Pazarlamanın Geleceği ve Adaptasyon

Yapay Zekâ ve Otomasyonun Yükselişi

Yapay zekâ (AI) ve otomasyon, dijital pazarlamanın geleceğinde önemli bir yer tutuyor. Kişiselleştirilmiş müşteri deneyimleri yaratmak, verimli hedefleme stratejileri geliştirmek ve müşteri davranışlarını analiz etmek için kullanılan bu teknolojiler, pazarlamacılara daha önce erişilemeyen veri ve analiz imkânları sunuyor. Otomatikleştirilmiş reklam yerleştirme sistemleri ve chatbotlar gibi araçlar, hem maliyet etkinliği hem de müşteri memnuniyeti açısından büyük faydalar sağlıyor.

Veri Odaklı Pazarlama ve Ölçülebilirlik

Modern dijital pazarlamada, veriye dayalı karar alma süreci kritik öneme sahip. Google Analytics, Facebook Insights gibi araçlar sayesinde, kampanyaların etkinliğini ölçmek ve gerekli ayarlamaları yapmak mümkün. Ayrıca, büyük veri analizi ve davranışsal analitikler, müşterilerin beklentilerini daha iyi anlamak ve onlara uygun içerikler sunmak için kullanılıyor.

Sürdürülebilirlik ve Etik Pazarlama

Günümüz tüketicileri, sadece ürün ve hizmetlerin kalitesine değil, aynı zamanda markaların sosyal sorumluluklarına da önem veriyor.

Sürdürülebilir ve etik pazarlama pratikleri, marka sadakatini ve müşteri güvenini artıran önemli faktörler arasında. Bu nedenle, dijital pazarlama kampanyalarında yeşil pazarlama ve sosyal sorumluluk mesajlarını entegre etmek, markalar için giderek daha önemli hale geliyor.

Dijital pazarlama, her geçen gün yeni teknolojiler ve yaklaşımlarla şekilleniyor. Gelecekte de bu değişim devam edecek ve pazarlamacıların bu değişime adaptasyonu, başarılarının anahtarı olacak.

Yenilikçi fikirler, teknolojik gelişmeler ve müşteri odaklı yaklaşımlar, dijital pazarlama stratejilerinin temel taşları olarak kalmaya devam edecek. Bu sürekli gelişen alan içinde, esnek ve öğrenmeye açık olmak, sektör profesyonelleri için olmazsa olmaz bir nitelik haline geliyor.

Dijital pazarlama alanında çalışan siz değerli meslektaşlarımızla bu yolculuğu paylaşmak ve sektördeki gelişmeleri birlikte takip etmek, bizim için büyük bir heyecan kaynağı. Unutmayın, dijital pazarlama sadece bir meslek değil, aynı zamanda sürekli öğrenmeyi ve gelişmeyi gerektiren bir tutku.

Gençlerin %37'si ekrana bağlı yaşıyor

RTÜK'ün "Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması" yayınlandı. Araştırmada Türk gençlerinin %92'si internet kullanıyor ve %60,6'sı ekran karşısında kendisini mutlu ve huzurlu hissediyor. Gençlerin %37'sinin ekran bağımlılığı düzeyi yüksekken dijital okur yazarlık düzeyi düşük olanlar bu dilimin %35'ini kaplıyor



Rabia Nur Açar

SMUP Üyesi / Gazeteci

Günümüzün Türkiye'sinde internet kullanımına büyük bir ilgi var. Özellikle gençler, internette yoğun bir şekilde vakit geçiriyor. Peki gün içinde uzun bir süre vaktimizi geçirdiğimiz internet ve onun vazgeçilmez aracı olan sosyal medya ne kadar tehlikeli? Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu, "Sosyal medya kullanım süresi dünyada 2 saat 23 dakika iken, Türkiye'de 2 saat 44 dakika." diye açıklama yapmıştı. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) da gençler arasında araştırma yaptı.

Sosyal medya kullanımının özellikle gençler arasında yaygın olması beraberinde birçok soruyu getiriyor. Aydınlik, RTÜK'ün araştırma sonucunu ve sosyal medyayı işin uzmanına sordu. Sosyal Medya Uzmanları Platformu (SMUP) Yürütme Kurulu Üyesi Ekin Yağmur Uygur Şahintürk, bilinçli sosyal medya kullanımı için çeşitli eğitimlerin ve ebeveynlerin özverisinin gerektiğini söyledi.



PANDEMİ

*Dijital okuryazarlık nedir ve ne işe yarar?

Dijital okuryazarlık, modern dünyada her zamankinden daha önemli bir kavram. Bu, bireylerin internet, sosyal medya, çeşitli yazılımlar gibi dijital araçları kullanma, anlama, değerlendirme ve içerik üretme becerisini ifade eder. Bu becerilerin geliştirilmesi, sadece bilgiye erişim kolaylığı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda eleştirel düşünme, problem çözme yeteneklerini artırır ve bireyleri dijital ortamda daha güvenli ve etik bir şekilde hareket etmeye teşvik eder. Kısacası, dijital okur-yazarlık, dijital çağda bilgiyi etkin bir şekilde kullanmanın ve yönetmenin anahtarıdır. Bu beceri seti, internet kullanımından sosyal medya etkileşimlerine, dijital araçların ve platformların bilinçli kullanımına kadar geniş bir yelpazeyi kapsar. Örneğin, bir bireyin çevrimiçi haber kaynaklarından bilgi araştırması yapabilmesi, sahte haberleri ayırt edebilmesi ve dijital platformlarda güvenli bir şekilde etkileşimde bulunabilmesi, dijital okur-yazarlığın önemli yönlerindendir. Bu beceriler, günümüzde sadece akademik veya profesyonel bağlamlarda değil, günlük yaşamın birçok alanında da büyük önem taşımaktadır. Özellikle COVID-19 pandemisi sırasında artan uzaktan çalışma ve eğitim uygulamaları, dijital okur-yazarlığın hem bireysel hem de toplumsal düzeyde ne kadar kritik olduğunu göstermiştir.

*Dijital okuryazarlığı nasıl ölçebiliriz?

Dijital okuryazarlığı ölçmek için çeşitli yöntemler mevcuttur ve bu genellikle anketler, testler, bireysel ve grup gözlemleri, dijital portfolyolar gibi araçlarla yapılır. Ölçümler, kullanıcıların dijital araçları ne kadar iyi kullandıklarını, bilgiyi nasıl değerlendirdiklerini, eleştirel düşünme yeteneklerini ve dijital ortamlarda nasıl etik bir şekilde davrandıklarını kapsar. Bu tür bir değerlendirme, bireylerin dijital okur-yazarlık seviyelerini belirlemek için kapsamlı ve çok boyutlu bir yaklaşım gerektirir. Örneğin, bir üniversite öğrencisinin online araştırma yapma becerisi, bir anket veya test ile ölçülebilirken, bir profesyonelin dijital araçları kullanarak bir projeyi yönetme becerisi gözlem veya portfolyo incelemesi ile değerlendirilebilir. Bu tür ölçümler, eğitim programlarının ve politikalarının geliştirilmesinde önemli bir rol oynar.

SMUP İstanbul

SMUP Ankara

SMUP İzmir

Gruplarımıza ulaşmak için
hemen tıklayınız.

www.linktr.ee/smup



'DİJİTAL OKURYAZARLIK MÜFREDATA GİRMELİ'

Türkiye'de dijital okuryazarlık ölçümü nasıl yapılmalı?

Ölçüm, eğitim sistemleri, sivil toplum kuruluşları ve hükümet politikaları aracılığıyla yapılabilecek çok katmanlı bir yaklaşım gerektirir. Dijital okuryazarlık ölçümü yapılırken, ülkenin çeşitli sosyo-kültürel dinamiklerini dikkate alan, bireylerin yaş, cinsiyet, eğitim ve sosyal statü gibi farklılıklarını göz önünde bulunduran bir strateji geliştirilmelidir. Eğitim kurumları, hükümet ve sivil toplum kuruluşlarının işbirliği içinde, geniş kapsamlı ve uygulanabilir ölçüm araçları oluşturarak, dijital okuryazarlık seviyelerini artırmaya yönelik eğitim programları ve kampanyalar düzenlemeleri önem taşır.

Örneğin, eğitim müfredatlarında dijital okuryazarlık becerilerine daha fazla yer verilmesi, kamu ve özel sektörün ortaklaşa düzenlediği dijital okuryazarlık kampanyaları ve atölye çalışmaları, Türkiye'nin dijital okuryazarlık seviyesini artırmaya yönelik stratejik adımlar olabilir. Ayrıca, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) gibi kurumlar tarafından düzenli aralıklarla yapılan araştırmalar ve anketler, ülkenin genel dijital okuryazarlık seviyesi hakkında değerli bilgiler sağlayabilir.



Ekin Yağmur Uygur Şahintürk
Sosyal Medya Uzmanları Platformu
(SMUP) Yürütme Kurulu Üyesi

SOSYAL MEDYA TRENDLERİ EKRAN BAĞIMLILIĞININ HABERCİSİ

Ekran bağımlılığı nedir?

Bireylerin bilgisayar, tablet, akıllı telefon gibi dijital ekranları aşırı ve kontrol edilemeyen bir şekilde kullanmaları durumunu ifade eder. Bu, sosyal ilişkiler, akademik veya iş performansı gibi günlük yaşam alanlarında olumsuz etkilere yol açabilir. Ekran bağımlılığı, fiziksel sağlık sorunlarının yanı sıra, psikolojik ve sosyal sağlık problemlerine de neden olabilir. Ekran bağımlılığı, özellikle dijital teknolojilerin hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline geldiği günümüzde, önemli bir sağlık sorunu olarak öne çıkıyor. Ekran bağımlılığının artışı, sosyal medya platformlarının, video oyunlarının ve diğer çevrimiçi etkinliklerin geniş kullanımı büyük rol oynamaktadır. Örneğin, gençler arasında popüler bir video oyununun veya sosyal medya trendinin, aşırı kullanım ve dolayısıyla ekran bağımlılığına yol açabileceği görülmektedir.





EKRAN BAĞIMLILIĞI NASIL ÖNLENİR?

Ülkemizde gençlerin %37,1'i ekran bağımlısı. Bu rakamı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ülkemizde gençler arasında %37,1 gibi yüksek bir ekran bağımlılığı oranı görmek, dijital cihazların kullanımının ne kadar yaygınlaştığının bir göstergesi.

Bu oran, gençlerimizin dijital ortamlarda geçirdikleri zamanı ve bu sürenin kalitesini yeniden değerlendirmeleri gerektiğini işaret ediyor. Aynı zamanda, ailelere ve eğitimcilere gençleri dijital dünyada daha bilinçli ve sağlıklı bir şekilde yönlendirmek için ek eğitim ve destek sağlama ihtiyacını vurguluyor.

Bu bağlamda, ailelerin, eğitimcilerin ve politika yapımcıların, gençlerin ekran zamanını yönetmeye yönelik stratejiler geliştirmesi ve uygulaması önem kazanmaktadır.

Örneğin, gençlere yönelik bilinçlendirme kampanyaları, ekran zamanı sınırlamaları ve alternatif boş zaman etkinlikleri sunulması, ekran bağımlılığının önlenmesine yardımcı olabilir.

DEPRESYON ORANLARI YÜKSELDİ

Sosyal medyanın hayatımıza getirdiği yararlar ve zararlar nelerdir?

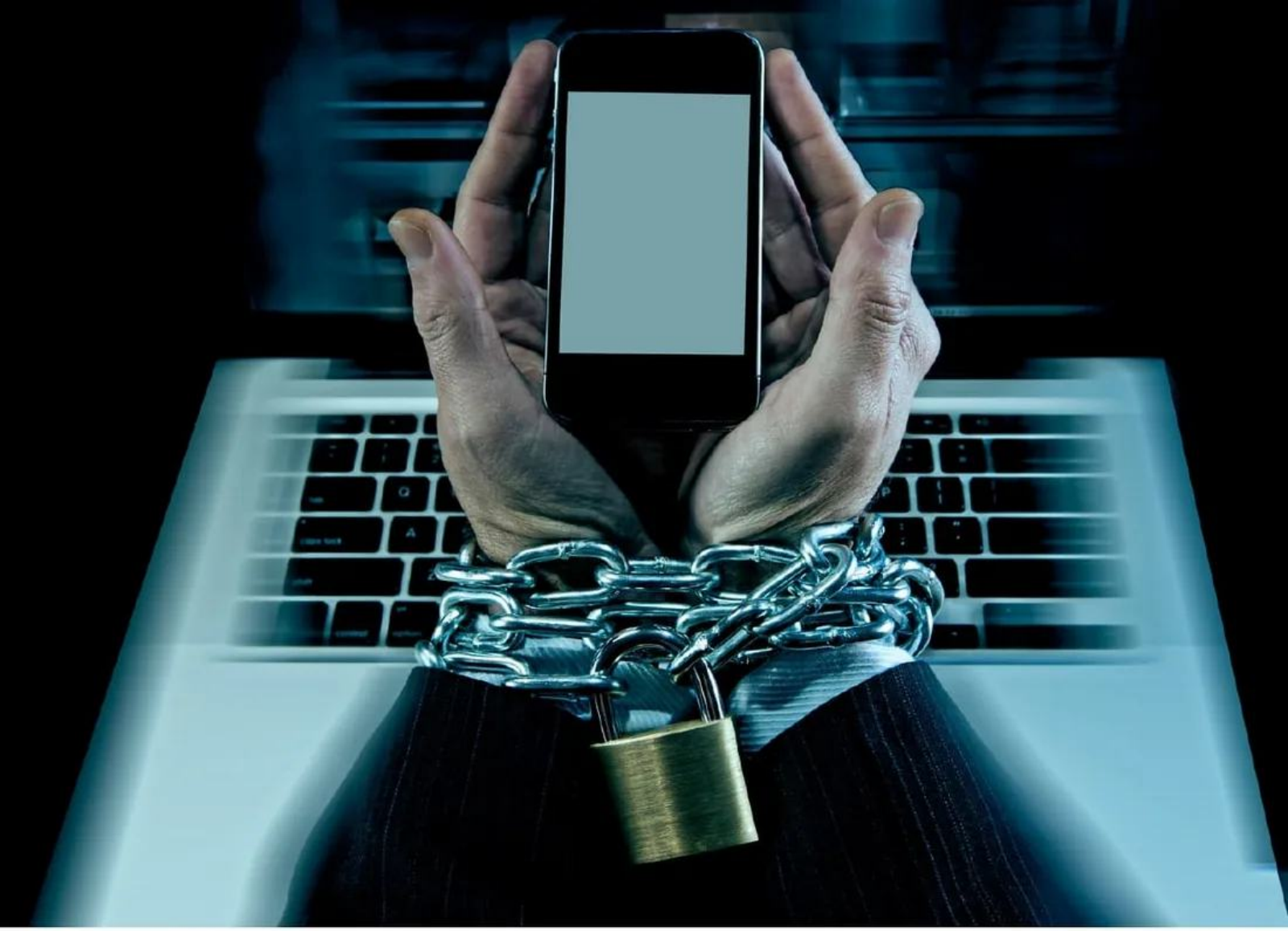
Sosyal medya, iletişimi kolaylaştırması, bilgiye hızlı erişim sağlaması, eğitim ve öğrenme için yeni fırsatlar sunması gibi pek çok yarar sağlamaktadır. Ancak, gizlilik endişeleri, yanlış bilgi yayılması, sosyal izolasyon, kıskançlık ve yetersizlik duyguları gibi zararları da beraberinde getirir. Özellikle gençlerin sosyal medya kullanımındaki artış, bu platformların hem fırsatlarını hem de risklerini dikkate almayı gerektirir.

Kısacası sosyal medyanın hayatımıza getirdiği yararlar ve zararlar karmaşık ve çok boyutludur. Bilgiye hızlı erişim, sosyal ağların genişlemesi, eğitim ve öğrenme fırsatlarının artması gibi olumlu etkiler bulunur.

Örneğin, sosyal medya platformları üzerinden yapılan bir çevre kampanyası, geniş kitlelere ulaşabilir ve önemli bir farkındalık yaratabilir. Ancak, sosyal medyanın zararları da göz ardı edilemez; gizlilik endişeleri, yanlış bilgi yayılması, sosyal izolasyon ve zihinsel sağlık sorunları bu zararlar arasında yer alır.

Sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisinin bir örneği olarak, sosyal medya kullanımının artmasıyla depresyon ve anksiyete oranlarının yükselmesi gösterilebilir.





'HER İÇERİK ELEŞTİREL DEĞERLENDİRİLMELİ'

*Doğru sosyal medya kullanımı nasıl olmalıdır?

Doğru sosyal medya kullanımı, bireylerin kendilerini ve çevrelerini bilinçli bir şekilde korumalarını içerir. Bu, paylaşımların potansiyel etkilerini düşünmek, kişisel bilgilerin gizliliğine özen göstermek, sağlıklı bir ekran zamanı dengesi bulmak ve sosyal medyanın sağladığı fırsatları etik ve sorumlu bir şekilde değerlendirmek anlamına gelir. Bu yaklaşım, sosyal medyanın olumlu yönlerinden faydalanırken olası zararlarını minimize etmeye yardımcı olur. Doğru sosyal medya kullanımı, bireylerin bu platformları bilinçli, sorumlu ve etik bir şekilde kullanmalarını gerektirir. Ayrıca, bireylerin sosyal medya üzerinden maruz kaldıkları içerikleri eleştirel bir şekilde değerlendirmeleri ve yanlış bilgilere karşı dikkatli olmaları önemlidir. Sosyal medya okuryazarlığı eğitimi, bu platformların sağladığı fırsatlardan faydalanırken olası zararlarını azaltmaya yönelik önemli bir araçtır.

Doğru sosyal medya kullanımı, bireylerin bu platformları bilinçli, sorumlu ve etik bir şekilde kullanmalarını gerektirir.

Sosyal Medya Dünyasının Öne Çıkan Hesapları: Takip Etmeniz Gereken İlham Verici Hesaplar!

Sosyal medya, günlük yaşamımızın önemli bir parçası haline geldi ve her geçen gün daha da önem kazanıyor. İşte bu dinamik dünyada, öne çıkan ve ilham veren hesapları takip etmek, yeni fikirler edinmek ve güncel trendleri yakından takip etmek önemli bir hal aldı. İşte size takip etmeniz gereken bazı ilham verici hesaplar!

1. Thanks Plants (@thanksplants.co): Bitki severler için harika bir hesap! Doğa ile iç içe güzel fotoğraflar ve bitki bakımı ile ilgili ipuçları bu hesapta sizi bekliyor.
2. Girişimci Kafası (@girisimcikafasi): Girişimcilik dünyasından ilham almak isteyenler için muhteşem bir kaynak. Başarı hikayeleri, motivasyonel sözler ve iş dünyasının sırları burada!
3. Seyyar Tasarımcı (@seyyartasarimci): Yaratıcılık ve tasarım dünyasına ilgi duyanlar için kaçırılmayacak bir fırsat. Eşsiz tasarımlar ve ilham verici projeler burada!
4. İmza Klinik (@imzaklinik): Estetik ve güzellik dünyasından en son haberleri ve güzellik ipuçlarını keşfetmek için takip edilmesi gereken bir hesap. Kendinizi şımartmanın zamanı geldi!
5. Murat'ın Sanat Dünyası (@muratin.art): Sanatseverler için bir cennet! Murat'ın eşsiz sanat eserleri ve yaratıcı dünyasıyla tanışın, sanatın gücünü keşfedin.
6. Elijah's Xtreme (@elijahsxtreme): Acı sevenlerin vazgeçilmez adresi! Acı soslar ve lezzetli tariflerle dolu bu hesabı takip etmek için baharatsever olmanız yeterli!
7. Rasgele Ankara (@rasgele.ankara): Ankara'nın gece hayatını keşfetmek için takip edilmesi gereken bir hesap.

Bu hesapları takip ederek sosyal medya dünyasında ilham alabilir, yeni fikirler edinebilir ve güncel trendleri yakından takip edebilirsiniz. Keşfetmeye başlayın ve sosyal medya deneyiminizi daha da renklendirin!



Bu Instagram Hesabını Neden Takip Etmelisiniz:
Sosyal medya dünyasının öne çıkan hesapları.

<https://www.instagram.com/hatice0ncel/>

[Thanks Plants \(@thanksplants.co\) • Instagram fotoğrafları ve videoları](#)

<https://www.instagram.com/girisimcikafasi/>

<https://www.instagram.com/seyyartasarimci/>

<https://www.instagram.com/imzaklinik/>

[https://www.instagram.com/muratin.art?
igsh=MTFucGczdHR1ZmJtNA==](https://www.instagram.com/muratin.art?igsh=MTFucGczdHR1ZmJtNA==)

<https://www.instagram.com/elijahsxtreme/>

<https://www.instagram.com/rasgele.ankara/>



SMUP İDARİ YAPI

YÖNETİM KURULU



Gruplar Yürütme Kurulu



Bölge Koordinatörleri



İl Temsilcilikleri

İDARİ YAPI

YÖNETİM KURULU



**CUMHUR
KÜÇÜKKAHVECİ**

Kurucu
Başkan



**ÖNDER
NİÇAR**

Yönetim Kurulu
Eş Başkanı



**ZUHAL
HANCIOĞLU**

Yönetim Kurulu
Eş Başkanı



İDARİ YAPI

GRUPLAR YÜRÜTME KURULU

Üst yönetimin belirlediği kararları uygulamaya geçiren bir yürütme kurulu bulunmaktadır.

- Sait Cumhur ÖZTÜRK
- Onur KARA AHMETOĞLU
- Serkan ESKALEN
- Tuğçe YAMAN
- Hilal ÖZEN
- Serhan SİNGİL
- İrfan SEPETCİ
- Diyar SALMAN
- Ferhan AVCI
- Ferhat BÜYÜKKALKAN
- Onur KİLEÇ
- Zuhal HANCIOĞLU
- Taner Muhammet BULUT
- Burcu ÇAKIR ÇELİK
- Ebru KILIÇOĞLU
- Ekin Yağmur UYGUR ŞAHİNTÜRK
- Ecenur AK



İDARİ YAPI

BÖLGE KOORDİNATÖRLERİMİZ



**SAİT CUMHUR
ÖZTÜRK**

TRAKYA
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ



**ONUR
KARAAHMETOĞLU**

MARMARA
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ



AKDENİZ
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ



**SERKAN
ESKALEN**

KARADENİZ
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ



İÇ ANADOLU
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ



EGE
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ



DOĞU ANADOLU
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ



İÇ ANADOLU
BÖLGE KOORDİNATÖRÜ

İDARİ YAPI

İL TEMSİLCİLİKLERİMİZ



**BEHZAT
BOĞAZLIYANLIOĞLU**
Kayseri İl Temsilcisi
+90 531 928 41 17



**MELİKHAN
ALKAŞI**
Edirne İl Temsilcisi
+90 530 935 63 61



**ÖZGÜR
KAHYA**
Kırklareli İl Temsilcisi
+90 542 243 39 57



**ABDULKADİR
DORUK**
Kahramanmaraş İl Temsilcisi
+90 542 243 39 57



**SELİMHAN
ÇİL**
Balıkesir İl Temsilcisi
+90 541 300 41 90



**TANER MUHAMMET
BULUT**
İstanbul İl Temsilcisi
+90 551 731 33 13



**MELİH
TARLACI**
Nevşehir İl Temsilcisi
+90 505 272 97 85



**KEREM
İNCEAYAN**
Bolu İl Temsilcisi
+90 531 576 38 55

İDARİ YAPI

İL TEMSİLCİLİKLERİMİZ



**FERHAT
BÜYÜKKALKAN**

Alanya İl Temsilcisi
+90 505 450 90 42



**MERVE NUR
ÖZER**

Aksaray İl Temsilcisi
+90 552 454 20 93



**MUSTAFA
DÖRTYOL**

Konya İl Temsilcisi
+90 555 716 18 83



**HİLAL
YILMAZ**

Ankara İl Temsilcisi
+90 530 310 38 00



**ELİF
ARIK URAL**

Bursa İl Temsilcisi
+90 506 792 61 27



**GÖKHAN
ERCÜMEN**

İzmir İl Temsilcisi
+90 542 481 09 22



**MELİKHAN
ALKAŞI**

Tekirdağ İl Temsilcisi
+90 530 935 63 61



**FERHAT
BÜYÜKKALKAN**

Giresun İl Temsilcisi
+90 505 450 90 42



**ÖZGÜR
KAHYA**

Sinop İl Temsilcisi
+90 542 243 39 57



Ne iş
yaparsanız
yapın,
**Bir sosyal
medya
uzmanıyla
çalışın!**

Çünkü Sosyal
Medya Hesap
Yönetimi
Uzmanlık
Gerekir!

www.smup.com.tr



SMUP FAALİYETLER

- Ücretsiz Eğitimler
- Workshop'lar
- Ücretsiz Yayınlar
- İş/Staj Olanakları
- İşbirlikleri/Projeler
- Buluşma Organizasyonları
- Yarışmalar
- Bröve/Partnership
- Anlık Canlı Yayınlar

SMUP İLKELERİMİZ

- Etik değerlere uyulmalı
- Hukuk kurallarına uyulmalı
- Gelişim sağlamalı
- Gelişmelere ayak uydurmalı
- Doğru bilgiye ulaşım sağlamalı
- Güçlü ve etkili iletişim kurmalı
- Bilgi akışı ve paylaşım sağlamalı
- Sosyal sorumluluk sahibi olmalı

SMUP, "önce insan" ve "erdemli olmak" felsefesini benimser.



SMUP KIRKLARELİ



SMUP KONYA



SMUP SAMSUN



SMUP İSTANBUL

SMUP üyeleri, dil, din, ırk, mezhep gibi farklılıklara saygı duyar ve bu tür ayrımlar yapmadan hareket eder.



SMUP İZMİR



SMUP İZMİR



SMUP İZMİR



SMUP İZMİR



SMUP İZMİR

Hoşgörü ve Çeşitlilik

SMUP üyeleri, dil, din, ırk, mezhep gibi farklılıklara saygı duyar ve bu tür ayrımlar yapmadan hareket eder. SMUP, her türlü ayrımcılığa karşı sıfır tolerans politikasını benimser ve üyeler arasında hoşgörü ve çeşitlilik kültürünü yaymayı hedefler. Türk vatandaşları olarak, milliyetçilik anlayışımızla birlikte farklı kültürlerle ve inançlara saygı duyar, insanların birbirlerine karşı anlayışlı ve saygılı olmasını teşvik ederiz.

Dil, din, ırk veya mezhep gibi farklılıkların bir arada olduğu toplumsal çeşitlilik zenginliğine değer veririz ve herkesin eşit haklara sahip olduğu bir sosyal medya ortamının oluşmasına katkıda bulunuruz.

SMUP üyeleri olarak, sosyal medyada herkesin düşüncelerini özgürce ifade edebilmesi, fikirlerini paylaşabilmesi ve saygılı bir şekilde tartışabilmesi için destek veririz. Bu şekilde, toplumsal hoşgörüyü teşvik eder ve sosyal medyada saygılı ve kapsayıcı bir ortamın oluşmasına katkı sağlarız.



SMUP ANKARA



SMUP BURSA



SMUP ÇANAKKALE



SMUP DENİZLİ

SMUP'un amacı

Sosyal medya sektörü dinamik bir alandır. Sürekli yeni trendler ve teknolojilerle gelişir. SMUP olarak, üyelerimize sektördeki güncel trendleri ve yenilikleri düzenli olarak sunarak onların bilgi düzeylerini güncel tutmalarını sağlıyoruz.

Eğitimler, workshoplar, seminerler ve webinarlar, yüz yüze buluşmalar aracılığıyla üyelerimize sektördeki son gelişmeleri anlatıyor, yeni beceriler kazandırmaya yardımcı oluyoruz.

Aynı zamanda uzman görüşlerini paylaşma fırsatları ile üyelerimizin daha geniş bir perspektif kazanmasını ve kendi uzmanlık alanlarında daha etkin olmasını da destekliyoruz.

SMUP başlığı altında hiçbir eğitim ücretli değildir.

SMUP KONYA TEMSİLCİSİ MUSTAFA DÖRTYOL

Konya il temsilcisi Mustafa Dört Yol oldu. Konya'da uzun yıllar medya sektöründe görev alan Mustafa Dört Yol, dijital sektördeki bilgi ve tecrübeleri ile SMUP Konya üyelerimize her konuda destek olacağını söyledi.

SMUP KONYA İL TEMSİLCİLİĞİ



Dijital alandaki her konuda tecrübeleri ve sektördeki üstün çabası ile sizlerin her zaman yanında olacaktır.

Mustafa DÖRTYOL

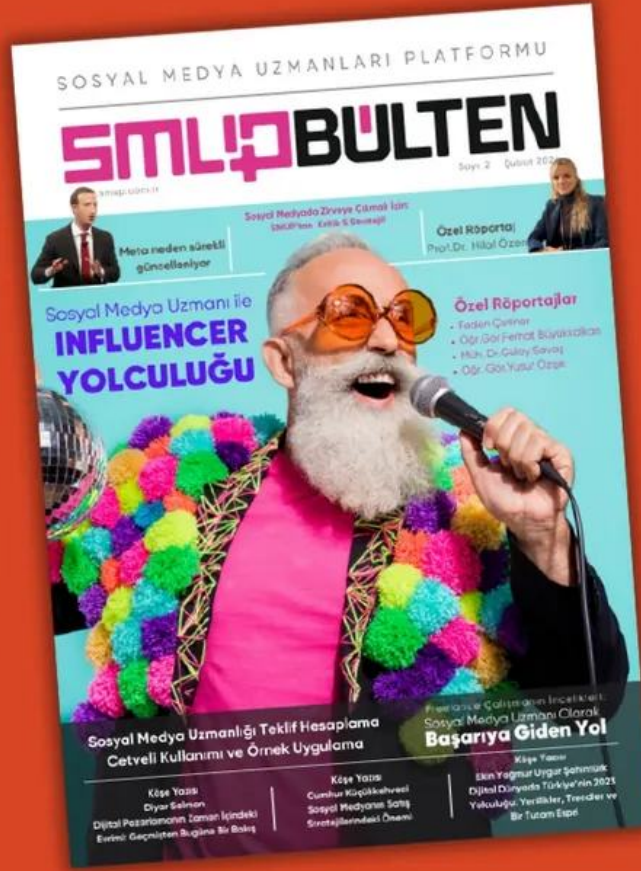
Konya İl Temsilcisi

+90 555 716 18 83

konya@smup.com.tr



Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama Dünyasına Adım Atın!



SMUP BÜLTEN NEDİR?

Bültenin Tanımı ve Amacı

SMUP Bülten, Sosyal Medya Uzmanları Platformu tarafından düzenli olarak yayımlanan, dijital pazarlama, sosyal medya yönetimi, reklamcılık, e-ticaret ve genel olarak dijital dünya ile ilgilenenler için hazırlanan bir bültendir.

SMUP Bülten, sektörün önde gelen uzmanları tarafından yazılan makaleler, güncel haberler, trend analizleri ve dijital pazarlama stratejileri gibi içerikleri her ay düzenli olarak yayımlar.

SMUP Bülten, sosyal medya ve dijital pazarlama sektörünün önde gelen isimleri için vazgeçilmez bir kaynaktır.



SMUP BÜLTEN KİMLERE ULAŞACAK?

- Sektör çalışanları
- Pazarlama profesyonelleri
- Marka sahipleri
- Reklam ajansları
- Üst düzey şirket yöneticileri
- KOBİ'ler
- Resmi kurum yöneticileri
- Belediyeler
- Kamu Kurumları
- Sanayiciler
- Ticaret ve Sanayi odalarının üyeleri
- E-Ticaret ve E-İhracat firmaları
- Dijital reklam Ajansları



SMUP Bülten, aşağıdaki hedef kitlelere ulaşmayı amaçlayarak sosyal medya ve dijital pazarlama sektöründeki geniş bir okuyucu kitlesine hitap edecektir.



**Sosyal Medya Uzmanları ve
Dijital Pazarlama Profesyonelleri**
Sektörün içinde bulunan profesyoneller



Pazarlama Profesyonelleri
Pazarlama stratejilerini geliştiren ve uygulayan profesyoneller



Marka Sahipleri
Kendi işlerini yöneten ve markalarını dijital dünyada güçlendirmek isteyen işletme sahipleri



Reklam Ajansları

Dijital reklamcılık ve pazarlama hizmetleri sunan ajanslar



Belediyeler

Belediyeler ve yerel yönetimler



Üst Düzey Şirket Yöneticileri

Büyük şirketlerin üst düzey yöneticileri



KOBİ'ler

Dijital pazarlama ve sosyal medya stratejilerini geliştirmek isteyen küçük işletme sahipleri ve yöneticiler



Resmi Kurum Yöneticileri

Kamu sektöründe çalışan yöneticiler

www.ozgurkahya.com

ÖZGÜR KAHYA

Danışmanlık

+90.542 243 3957

+90.288 606 0600

- Dijital Pazarlama & PR Reklam Ajansı Hizmetleri
- Avrupa Birliği - Kosgeb Hibe Programları Danışmanlığı
- Kurumsal İletişim & Sosyal Medya

Yıldırım Mah.Uluğ Sk. No :31/A
Lüleburgaz - KIRKLARELİ
info@ozgurkahya.com

25. Yıl

SMUP Bülten, geniş bir okuyucu kitlesine, sosyal medya ve dijital pazarlama alanındaki güncel gelişmeleri ve en iyi uygulamaları sunarak sektördeki bilgi paylaşımını ve işbirliğini teşvik etmeyi amaçlar.

Geniş ve Nitelikli Okuyucu Kitlesi

SMUP Bülten, sosyal medya ve dijital pazarlama alanında çalışan uzmanlar, profesyoneller, marka sahipleri, reklam ajansları, üst düzey yöneticiler, KOBİ'ler, resmi kurum yöneticileri ve belediyeler gibi geniş bir hedef kitleye ulaşır. Yaklaşık 5 milyon bireysel kişiye ulaştırılmasını hedeflediğimiz bültenimiz, reklamverenlerin ürün veya hizmetlerini çeşitli sektörlerdeki potansiyel müşterilere ulaştırmaları için mükemmel bir fırsattır.



Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Odaklı İçerikler

Bültenimiz, en son dijital pazarlama trendleri, sosyal medya stratejileri, reklamcılık yaklaşımları ve iş dünyasındaki teknolojik gelişmeler hakkında değerli içerikler sunar. Bu içerikler, okuyucularımızın sektörel bilgi düzeyini artırırken, reklam verenlerin de hedef kitlesine daha kolay erişmelerine yardımcı olur.

Etkileyici İstatistikler

SMUP Bülten, düzenli olarak güncellenen etkileyici istatistikler sunar. Her ayın sonunda, bültenimizin açılma oranları, tıklama oranları, paylaşımlar ve etkileşimler hakkında detaylı raporlar sunarak reklam verenlere kampanyalarının etkisini ölçme ve iyileştirme fırsatı sağlar.

Özgün Reklam Seçenekleri

Reklamverenler, bültenimizde özgün reklam seçenekleriyle hedef kitlesine ulaşabilirler. Özel e-posta ilanları, içerik sponsorlukları ve banner reklamlar gibi seçenekler, reklam kampanyalarınızı özelleştirmenize olanak tanır.

İçerik İşbirlikleri

SMUP Bülten, içerik işbirlikleri yapmak isteyen markalar için de mükemmel bir fırsattır. Reklamverenler, bültenimizde özgün içerikler üreterek hedef kitlesine değerli bilgiler sunar.



Topluluk Katılımı

Okuyucularımız, içeriklere yorumlar yapma, geri bildirimde ve katkıda bulunma fırsatına sahiptir. Dolayısı ile SMUP Bülten reklam verenlerin potansiyel müşterileriyle doğrudan etkileşimde bulunma şansını artırır.

SMUP Bülten, sosyal medya ve dijital pazarlama dünyasına ulaşmak isteyen reklam verenler için ideal bir platformdur. Geniş ve nitelikli bir okuyucu kitlesi, güncel içerikler, etkileyici istatistikler ve özgün reklam seçenekleri ile reklam kampanyalarınızı başarıya ulaştırmak için mükemmel bir fırsattır.

Reklam vermek veya işbirliği yapmak için bizimle iletişime geçin ve dijital dünyada varlığınızı güçlendirin!



Reklam Seçenekleri ve Fiyatlandırma

Reklam Seçenekleri

- Tam sayfa reklam
- Yarım sayfa reklam
- Banner reklam
- İçerik sponsorluğu

Fiyatlandırma

Reklam seçeneklerimiz çeşitlilik gösterir ve ihtiyacınıza uygun birçok seçenek bulunur.

Fiyatlandırma, seçtiğiniz reklam türüne, boyutuna ve sıklığına bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Reklam kampanyanızın büyüklüğüne ve süresine göre özel fiyatlandırma seçenekleri sunabiliriz.

İçerik sponsorluğu

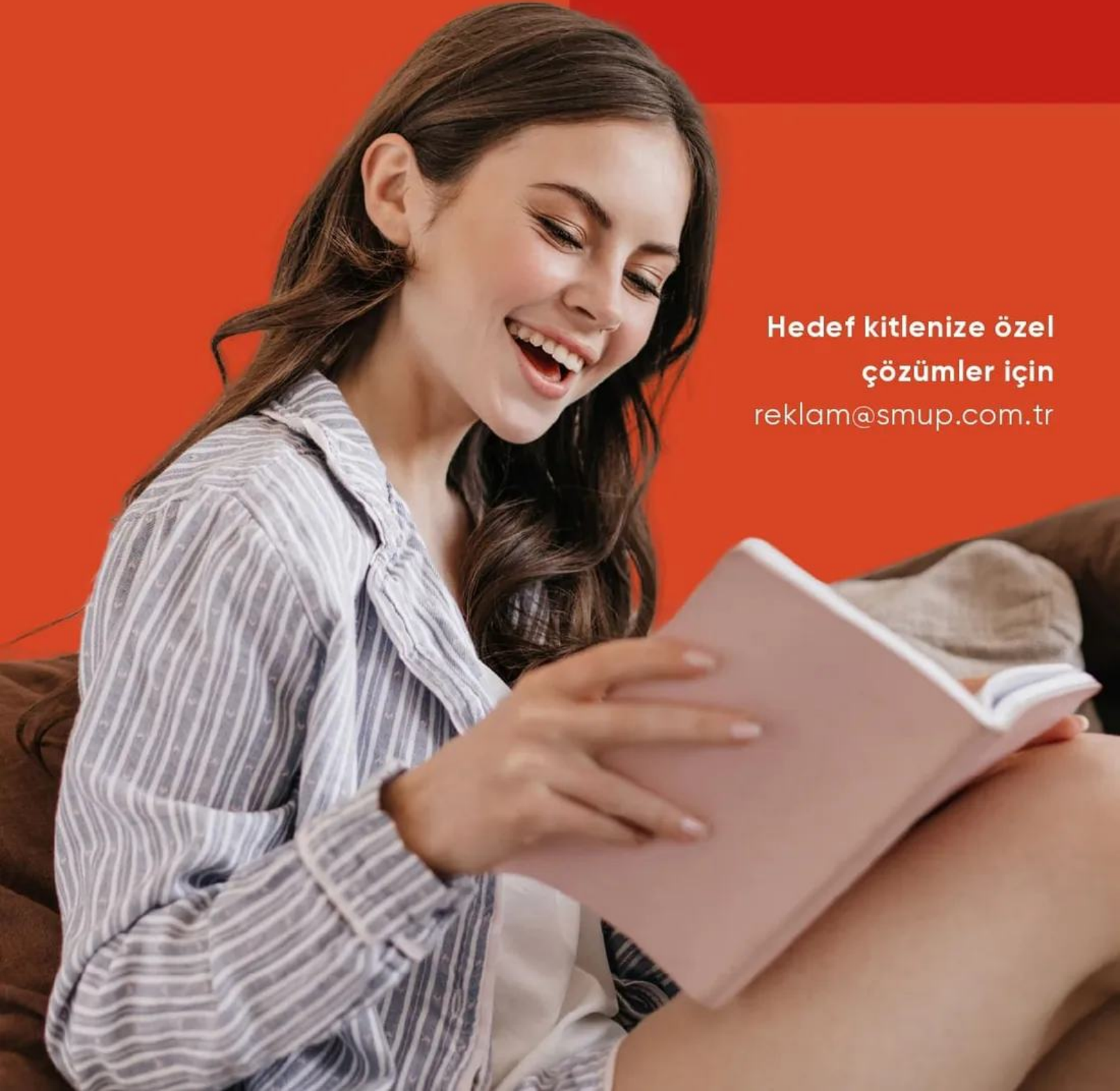
Belirli bir makale veya editoryal içerikte sponsor olarak yer alabilirsiniz. (Ayrıntılar için iletişime geçin!)

Özel Teklifler ve İndirimler

Düzenli reklam verenlere özel teklifler ve indirimler sunuyoruz. Daha fazla bilgi ve özel bir teklif için bizimle iletişime geçin!

25.000'in üzerinde dijital
pazarlama profesyoneli SMUP
Bülten okuyor. **Onlara söylemek
istediğiniz bir şey var mı?**

Hedef kitlenize özel
çözümler için
reklam@smup.com.tr



SMUP Genel Merkez

E-Posta:

reklam@smup.com.tr

reklam@smup.com.tr

WhatsApp : +90 532 779 15 57

SMUP üyelerimize ücretsiz
VCard hizmeti veriyoruz.

Hemen www.smup.com.tr
üzerinden abone ol ve ücretsiz
VCard'ını kullanmaya başla.



Çok yakında kişiye özel dijital kartvizit ile karşınızda olacağız.

www.smup.com.tr



www.smup.com.tr
www.linktr.ee/smup