

Medya İlişkileri:

Mitsubishi Electric Türkiye Resmi PR Ajansı

İnomist İletişim Danışmanlığı

Sibel Selvi Arslantürk sibel@inomist.com

+90 216 639 60 16 / +90 533 441 80 33

02 Mayıs 2019

Yalova Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü tarafından düzenlenen etkinliğe katılan marka öğrencilerin kariyer yolculuğuna ışık tuttu

Mitsubishi Electric Üniversitelilere Pazarlama ve Marka Yönetimini Anlattı

Dünya genelinde toplumların yaşam kalitesini artırmak amacıyla 95 yılı aşkın süredir ileri teknoloji çözümler geliştiren Mitsubishi Electric, Yalova Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü tarafından düzenlenen “APEX’19”da öğrencilerle buluştu. Etkinlikte konuşmacı olarak yer alan Mitsubishi Electric Türkiye Reklam ve Halkla İlişkiler Takım Lideri Savaş Ceneviz, “Marka İletişiminin Püf Noktaları ve Geleceğin Pazarlama ve Marka Yöneticilerine Öneriler” başlıklı sunumuyla gençlere deneyimlerini aktarırken dijitalleşmenin pazarlama ve marka iletişimi dünyasına etkilerinden bahsetti.



Üstün teknolojisi, çevreci yaklaşımı ve pek çok farklı sektöre yönelik yüksek kaliteye sahip inovatif ürünleri ile tanınan Mitsubishi Electric, Yalova Üniversitesi öğrencileriyle bir araya geldi. Yalova Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü Başkanı Selin Kılıç ve kulüp üyelerinin öncülüğünde düzenlenen “APEX’19” etkinliğine farklı sektörlerden alanında uzman konuklar katıldı. Etkinlikte “Marka İletişiminin Püf

Noktaları ve Geleceğin Pazarlama ve Marka Yöneticilerine Öneriler” başlıklı bir sunum gerçekleştiren **Mitsubishi Electric Türkiye Reklam ve Halkla İlişkiler Takım Lideri Savaş Ceneviz**; satış, pazarlama ve marka yönetimi departmanlarının hizmet kapsamı hakkında bilgi verirken örnek olaylar üzerinden deneyimlerini aktardı. İletişimin çok hızlı değişen bir süreç yönetimi gerektirdiğini belirten Savaş Ceneviz, dijital dünyada pazarlama ve marka iletişiminin farklılaşan dinamiklerine de dikkat çekti.

Pazarlama ve marka yönetimi birbirini tamamlayan birimler

Pazarlama ve satış kavramlarının birbirine karışıyor olması nedeniyle toplumda satış eylemini gerçekleştiren bireylerin “pazarlamacı” olarak adlandırıldıklarını ifade eden Ceneviz, konuyla ilgili olarak şu açıklamalarda bulundu; “Pazarlama ve satış birimlerinin çalışma felsefesi anlamında önemli farklılıkları bulunuyor. Pazarlama uzun dönemli stratejiler üzerine faaliyetlerini kurgularken, satış daha kısa süreli stratejiler üzerinden çalışmalarını gerçekleştiriyor. Pazarlama ve marka yönetimi ise birbirini tamamlayan kavramlar olarak öne çıkıyor. Yoğun rekabet ortamı içerisinde ayakta kalabilmeyi başarabilen markalar, tüketicilerin zihninde olumlu izler bırakabilenler oluyor. Bunun için de markaların doğru ve uzun vadeli stratejilerle yönetilmesi ve itibara yatırım yapılması gerekiyor.”

Küresel markalar lokal dinamikleri yakından takip etmeli



İpek Yolu ticareti ile başlayan küreselleşmenin beraberinde küresel markalaşmayı da getirdiğini hatırlatan Ceneviz, “Küresel markaların lokal dinamikleri yakından takip etmesi ve faaliyet gösterdikleri pazarları iyi analiz edebilmesi oldukça önemli bir husus. Bulunduğu coğrafyanın dinamiklerini görmezden gelen markaların ilgili pazarlarda faaliyetlerini uzun

süreli olarak yürütebilmeleri neredeyse imkansız hale geliyor. Bu noktada dünyanın önde gelen küresel markalarından biri olan Mitsubishi Electric, 40'dan fazla ülkedeki direkt operasyonları ile hem genel hem de faaliyet gösterdiği bölge ve ülkelere özel iletişim çalışmalarını hassasiyetle uyguluyor. Biz de markamızın global stratejilerini ve marka vaatlerini Türkiye'nin yerel dinamikleri ile harmanlayarak pazarlama ve marka iletişimi süreçlerimizi yönetiyoruz” şeklinde konuştu.

Konvansiyonel ve dijital pazarlamanın senkronizasyonu şart

“Artık dijital platformlarda kısa süreli çevrim içi olmuyor, çevrim içi yaşıyoruz” diyen Ceneviz, internetin hızlı bir şekilde hayatımıza girmesiyle birlikte iletişim modellerinin de bu düzene göre şekillenmeye başladığına dikkat çekti. Konvansiyonel pazarlama stratejileri geçerliliğini korumaya devam etse de dijital pazarlama taktikleri ile senkron içinde olabilmenin önemli bir gereklilik olduğunu vurgulayan Ceneviz, “Markalar gerek konvansiyonel gerekse dijital iletişimi birbirlerini tamamlayan ve birbirleriyle kolay uyumlu hale gelen bir yapıya getirmeliler. Bu noktada yeni neslin de dünyayı yakından takip etmesi ve gerek bölgesel gerekse lokal yenilikleri izleyerek bilgilerini güncellemeleri oldukça önemli. Dijitalleşmeyle birlikte giderek entegrasyonu artan bir iletişim sürecinde Vietnam'daki bir birey ile Norveç'deki bir bireyin

gelişmelere neredeyse aynı anda erişebilmesi mümkün. Geldiğimiz noktada iletişim süreçlerine paralel olarak markaların üretim süreçlerinin de giderek dijitalleştiğini söyleyebiliriz. Markamız Mitsubishi Electric'in robot teknolojileri, Sanayi 4.0'a yanıtı olan e-F@ctory uygulamaları ve yapay zeka altyapısına sahip klimaları giderek dijitalleşen üretim süreçlerine örnek gösterebileceğimiz teknolojiler arasında yer alıyor. Dijital dünyada artık pazarlama birimlerinin bilgi işlem departmanları ile yakın temasta çalışmaları gerekeceğini ve çalışanların belki yazılım mühendisi kadar yoğun bir bilgiye gerek duymasa da ileri ki süreçte pazarlama otomasyonları ve yazılımlarına ilişkin fikir sahibi olmalarının fayda sağlayabileceğini söylemek mümkün" diyerek sözlerini tamamladı.

Yalova Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü Üyeleri

Selin Kılıç, Bilge Gündoğdu, Enes Kabukcuoğlu, Cansel Gücüm, Ezgi Pehlivanoğlu, Alican Karataş, Sefa Bodur Osmanhan Kılıçarslan, Berk Coşar, Meltem Aldemir, Merve Nur Gülhan, Yusuf Hof, Hamza Çakır, Ertuğrul Yılmaz, Ceren Parmaksız, Ayşen Güler, Barış Şabanoğlu, Hazal Çetinkaya, Hilal Çakmak.

Mitsubishi Electric Corporation Hakkında

Mitsubishi Electric Corporation, güvenilir ve yüksek kaliteli ürünler üretmekte 95 yılı aşkın tecrübeye sahip ve bilgi işlem ve iletişim sistemleri, uzay geliştirme ve uydu iletişimleri, tüketici elektroniği cihazları, sanayi teknolojileri, enerji, nakliye ve inşaat makinelerinde kullanılan elektrikli ve elektronik donanımların üretimi, pazarlaması ve satışında dünyadaki ileri gelen markalardan biri olarak kabul ediliyor. Mitsubishi Electric, kurumsal ilkesi "Changes for the Better" (Daha İyisi İçin Değişim) ve çevre ilkesi "Eco Changes" (Eko Değişim) doğrultusunda küresel ve önde gelen çevre dostu bir şirket olmayı ve toplumu teknolojileriyle zenginleştirmeyi hedefliyor. Şirket 31 Mart 2018'de sona eren mali yılda 4,444.4 milyar yen (41.9 milyar USD) konsolide grup satışı gerçekleştirdi. Ayrıntılı bilgi için; www.MitsubishiElectric.com*

** Tokyo Döviz Borsası'nın 31 Mart 2018'de ilan ettiği 1 USD = 106 yen kambiyo kurundan hesaplanmıştır.*

Mitsubishi Electric'in Türkiye'deki Faaliyetleri Hakkında

Mitsubishi Electric'in Türkiye'deki ana faaliyet alanları; klima sistemleri, endüstriyel otomasyon sistemleri, ileri robot teknolojileri, CNC mekatronik sistemler, asansör ve yürüyen merdiven sistemleri ile görsel veri sistemlerinden oluşuyor. Potansiyeline ve gücüne inandığı Türkiye'yi önemli bir üretim üssü olarak konumlandıran Mitsubishi Electric, markanın Avrupa'daki ilk ev tipi klima fabrikası olma özelliğini taşıyan Manisa'daki dijital fabrikasında Türkiye ve Avrupa için yüksek enerji tasarruflu ve çevre dostu klimalar üretiyor. Türk sanayisinin fabrikaların dijital dönüşüm sürecine entegrasyonu için çalışan Mitsubishi Electric, otomasyon teknolojileri ile dünyanın en derin batırma tüp tüneline sahip Marmaray projesinde de dikkat çekiyor. Türkiye'de otomotiv ekipmanları, yarı iletken cihazlar, ulaştırma ve enerji sistemleri gibi pek çok farklı kulvarda da rol alan Mitsubishi Electric, kamu sistemleri alanındaki faaliyetleri kapsamında uçak ve uçuş güvenliğini artırmak amacıyla havalimanları için geliştirdiği radar teknolojisini Antalya Havalimanı'nda da uyguluyor. Uzay araştırma ve geliştirme sistemleri alanında dünyanın önde gelen üreticilerinden Mitsubishi Electric, Türkiye'nin ve komşu ülkelerin iletişim ve yayıncılık altyapısına katkıda bulunan Türksat 4A ve 4B uydularının da üreticisi konumunda. Ayrıntılı bilgi için; tr.mitsubishielectric.com

Mitsubishi Electric Türkiye Sosyal Medya Hesapları

[linkedin.com/company/mitsubishi-electric-turkey](https://www.linkedin.com/company/mitsubishi-electric-turkey)
[facebook.com/MitsubishiElectricTurkeyA.S/](https://www.facebook.com/MitsubishiElectricTurkeyA.S/)
twitter.com/MitsubishiE_TR
[instagram.com/mitsubishielectricturkey/](https://www.instagram.com/mitsubishielectricturkey/)
plus.google.com/+MitsubishiElectricTurkey?hl=tr

Sosyal Medya İçin Hashtag

@MitsubishiE_TR
#MitsubishiElectric
#MitsubishiElectricTurkey