

Medya İlişkileri:

Mitsubishi Electric Türkiye Resmi PR Ajansı

İnomist İletişim Danışmanlığı

Sibel Selvi Arslantürk sibel@inomist.com

0216 639 60 16 / 0533 441 80 33

3 Mart 2020

Mitsubishi Electric, İstanbul Gedik Üniversitesi'nde düzenlenen "Sektörün Liderleriyle Pazarlama Sohbetleri" etkinliğinde öğrencilerle buluştu

Stratejik İletişimin Püf Noktaları Masaya Yatırıldı

"Evden uzaya" kadar pek çok farklı sektörde ileri teknoloji çözümleri ile öne çıkan Mitsubishi Electric, İstanbul Gedik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Kulübü tarafından organize edilen "Sektörün Liderleriyle Pazarlama Sohbetleri" etkinliğinde öğrencilerle bir araya geldi. Etkinlik kapsamında "Küresel Şirketlerin Yerel İletişimleri" konulu bir sunum gerçekleştiren Mitsubishi Electric Türkiye Reklam ve Halkla İlişkiler Müdür Yardımcısı Savaş Ceneviz, küresel markaların yerelleşme stratejileri hakkında önemli bilgiler aktardı. Yakın gelecekte dijiPR, dijital kriz ve gündem yönetiminin daha da önemli hale geleceğini vurgulayan Ceneviz, konvansiyonel yöntemlerin yanı sıra dijital mecraların doğru analiz edilmesinin ve iletişim araçlarının yeni dünyanın gerekliliklerine uygun şekilde kurgulanmasının kritik önem taşıdığına dikkat çekti.



Teknoloji devi Mitsubishi Electric, İstanbul Gedik Üniversitesi Kartal Yerleşkesi'nde gerçekleştirilen "Sektörün Liderleriyle Pazarlama Sohbetleri 3" isimli etkinliğe katıldı. Üniversitenin Endüstri Mühendisliği Kulübü tarafından düzenlenen organizasyonda "Küresel Şirketlerin Yerel İletişimleri" konulu sunum gerçekleştiren **Mitsubishi Electric Türkiye Reklam ve Halkla İlişkiler Müdür Yardımcısı Savaş Ceneviz,**

markaların toplumların kültürü ile entegrasyonunun önemine dikkat çekti. Küresel markaların yerelleşme stratejileri hakkında önemli bilgiler aktaran ve deneyimlerini paylaşan Ceneviz, şu açıklamalarda bulundu:

"Global markaların varlık gösterdikleri ülkelerin ve toplumların dinamiklerine uyum sağlamaları oldukça önemli. Aksi halde ciddi marka krizlerini yönetmek durumunda kalırlar. Örneğin, 34 ülkede direkt operasyonları bulunan Mitsubishi Electric, klimadan asansöre, endüstriyel otomasyon sistemlerinden uzay sistemlerine kadar pek çok farklı alanda faaliyet gösteren dünya devlerinden biri. Markamızın global stratejilerinin ışığında yerelleştirme çalışmalarına büyük önem veriyoruz. Gerek ürün odaklı iletişim çalışmalarımızda gerek kurumsal iletişimde global bakış açımız ile yerel zenginliklerimizin senkronizasyonu konusunda hassasiyet gösteriyoruz. Türkiye, bünyesinde birçok rengi, çeşitliliği barındıran kıymetli bir ülke ve global bir marka olarak bu çeşitliliği iletişim stratejilerimizde göz önünde bulundurmak en önemli gündem maddelerimizden biri. Çünkü ancak global ve yerel

zenginlikleri sentezleyerek etkili bir şekilde kullanan markalar, kendi kategorilerinde fark yaratan çalışmalara imza atabilirler diye düşünüyoruz."

Yeni dünyanın gereklilikleri yakından takip edilmeli

Yeni iletişim modelleriyle birlikte yakın gelecekte dijiPR, dijital kriz ve gündem yönetiminin daha da önemli hale gelmesinin beklendiğini söyleyen Ceneviz, bu doğrultuda konvansiyonel yöntemlerin yanı sıra dijital mecraların da doğru analiz edilmesi ve stratejik iletişim araçlarının yeni dünyanın gerekliliklerine uygun şekilde kurgulanması gerektiğini vurguladı. Son yıllarda dünya üzerinde birçok pazarı domine eden global markaların sıralamalarının değiştiğini ifade eden Ceneviz; "Kimi markalar artık pazarda yer bulamadan yok olup gidiyor veya varlıklarını sürdürmekte zorlanıyor. Bu nedenle hedef gruplar ile değer temelli iletişim kurarak işletmenin ürün ve hizmetlerini kâr edeceği şekilde sunmak anahtar bir role sahip. Yeni dönemde tüketici isteklerinin daha rasyonel şekilde daha kısa sürelerde analiz edilebilmesi nedeniyle markaların faaliyetlerini, yeni ürünlerini ve hizmetlerini müşteri ile işbirliği içinde yaratacaklarına tanıklık edeceğimizi söylemek mümkün. Sanayi 4.0 ve dijital fabrikalar bu talebin yansımaları olarak karşımıza çıkıyor. Rekabetin arttığı ve karlılıkların düştüğü bu dönemde markalar artık birbirlerine benzer, homojen yapıda ürün ve hizmetler sunuyor. Bu noktada Mitsubishi Electric olarak yeni dünya düzeninde işletmelerin müşterilerine kişiselleşmiş, daha esnek, üretim maliyetlerinin optimize edilebildiği ve çok daha hızlı bir üretim modeli sunabilmesi için teknolojiler geliştiriyoruz. Bunu da sahip olduğumuz üstün Ar-Ge ve mühendislik gücüyle gerçekleştiriyoruz" diyerek sözlerini tamamladı.

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 2019'da sona eren mali yılda 4,519.9 milyar yen (40.7 milyar dolar) konsolide grup satışı gerçekleştirdi. Ayrıntılı bilgi için; www.MitsubishiElectric.com*

** Tokyo Döviz Borsası'nın 31 Mart 2019'da ilan ettiği 1 USD = 111 yen kambiyo kurundan hesaplanmıştır.*

Mitsubishi Electric'in Türkiye'deki Faaliyetleri Hakkında

"Evden uzaya" kadar pek çok farklı sektörde ileri teknoloji çözümleri ile öne çıkan 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