

AHMET PURA SEKTÖRÜN ADINI KOYDU: DİJİTAL PAZARLAMA İLETİŞİMİ

IAB Türkiye Başkanı Ahmet Pura, Web 3.0 İstanbul Konferansı'nda yaptığı konuşmada IAB Türkiye'nin hedefini, "dijital Türkiye markası" yaratmak olduğunu bildirdi. Pura, IAB Türkiye'nin bulunduğu sektörün özel bir adı olmadığını belirtirken, dijital pazarlama iletişimi söyleminin sektörü en iyi şekilde ifade ettiğini söyledi.

Web 3.0 İstanbul Konferansı'na konuşmacı olarak katılan IAB Türkiye Başkanı Ahmet Pura, 'Neden buradayız?' sorusuyla başladığı konuşmasında, konferansın yapılma nedenini, Türkiye'de İnternetin önemi olarak özetledi. Konuşmasında, İnternet nüfusunun 32 milyona ulaştığına, İnternet'i kullanan gençlerin %50'sinin 25 yaş üstünde olduğuna, İnternet'e girenlerin %43'ünün gazeteleri artık İnternet'ten takip ettiğine ve Türkiye'de 4.7 milyon e-shopper olduğuna dikkat çekti.

Ahmet Pura sektör tanımlaması için, dijitalden İnternet'e, online'dan interaktife pek çok isim kullanıldığını, ancak en doğru tanımın "dijital pazarlama iletişimi" olduğunu vurguladı. Dijital pazarlama iletişimi tanımının içerisinde ise, "doğrudan, çok boyutlu, interaktif, ölçülebilir, hesap verebilir" kavramlarının bulunduğunu da belirterek tanımlamasını somutlandırdı.

Konferansta başkanı olduğu IAB Türkiye'nin hedeflerine değinen Pura, orta vadeli hedefini Türkiye'yi dijital merkeze dönüştürmek ve dijital Türkiye markasını yaratmak olduğu söyledi. Buna bağlı olarak öncelikle Mixx Awards Türkiye'nin bölgesel bir yarışma haline getirileceğini, yerli yazılım sanayisinin gelişimine destek verileceğini, diğer IAB'lerle ortak insani kaynağı değişim programlarının başlatılacağını belirtti.

Ayrıca Pura, KOBİ'lere yönelik e-ihracat eğitim programlarının oluşturulacağını, ihracat potansiyeli olan dijital yatırımlara devlet desteği aranacağı bilgisini paylaştı.