



Liderler, 13. Araştırma Zirvesi'nde “Şimdi Ne Olacak?” sorusunu yanıtlayacak

13. Araştırma Zirvesi, 9-10 Mart 2010 tarihlerinde Conrad Hotel'de düzenlenecek.

Zirveye konuşmacı olarak katılacak lider isimler, “Şimdi Ne olacak?” ana konsepti çerçevesinde araştırma alanına etki eden değişimleri masaya yatırarak.

Değişen tüketici davranışları, medya tüketim eğilimleri ve hatta medya; reklamverenin ezberini bozuyor, tüketiciye ulaşmak için yeni yollar keşfetmek zorunda bırakıyor. Bu noktada da 'araştırmanın gücü' devreye giriyor. Kafalarda oluşan yeni sorulara yanıt bulmak için reklamverenler araştırmaya sarılıyor. 2009'da tüm bu değişimlere bir de ekonomik kriz eklenince bildik kalıplar temelinden sarsıldı ve herkes aynı soruyu sordu: Şimdi ne olacak?

Türkiye Araştırmacılar Derneği'nin her yıl hayata geçirdiği Araştırma Zirvesi, bu yıl 9-10 Mart 2010 tarihlerinde Conrad Hotel'de düzenleniyor. Alanında birbirinden başarılı isimlere ve liderlere ev sahipliği yapacak olan 13. Araştırma Zirvesi'nde; Yaşanan ekonomik kriz ile değişen dünya ve tüketici davranışları, dijital dünyanın pazarlamaya açtığı kapıları, dijital pazarlama trendlerini, dünyanın çalkalandığı finansal krizde, finansal servislerde yeni düzeni, hızlı tüketim ürünleri (FMCG) sektöründe değişen tüketici profillerini, küresel krizin sağlık politikalarına etkileri, genç iletişim ve pazarlama ile geleceğin müşterileri ve sadık tüketicileri ve global değişimler masaya yatırılacak.

Zirve, Türkiye Araştırmacılar Derneği Başkanı Temel Aksoy ve Turkcell A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Süreyya Ciliv'in açılış konuşmasıyla başlayacak. Süreyya Ciliv, zirvenin de ana konsepti olan “Şimdi Ne Olacak?” çerçevesinde konuşmasını gerçekleştirecek.

İki gün boyunca alanında lider konuşmacılar; “Dijital Pazarlama”, “Finansal Servisler”, “FMCG” “Sağlık”, “Genç İletişim ve Pazarlama” panellerinde bilgi birikimi ve deneyimlerini yaşadığımız ekonomik durgunluktan ne öğrendiği, önümüzdeki dönemi nasıl gördüğü, pazarlarda ve tüketicide ne tür kalıcı değişiklikler gördüğü, konuları üzerine yoğunlaşarak katılımcılara aktaracak. Özel konular ve konuklarla ekonomik perspektifler ve başarı hikayeleri paylaşılacak.

Zirveye konuşmacı olarak katılacak isimler şöyle: **Babür Çelebi**; Doğan Online- *CEO*, **Dr. Ramazan Demir**; Türk Telekom –*Strateji ve İş Geliştirme Başkanı*, **Arzu Ünal**; Young & Rubicam Reklamevi –*Ajans Başkanı*, **Ali Fuat Erbil**; Garanti Bankası- *Genel Müdür Yardımcısı*, **Ömer Kayalıoğlu**; HSBC Bank- *İletişim Başkanı*, **Galip Tözge**- *Akbank Bireysel Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı*, **Asaf Savaş Akat**; Bilgi Üniversitesi –*Öğretim Üyesi*, **Dilek Başarır**; Efes Pilsen Türkiye, *Pazarlama Direktörü*, **Zeynep Yalın Uzun**; Unilever, *Ev ve Kişisel Bakım Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı ve Yönetim Kurulu Üyesi*, **İçim Er**; Eczacıbaşı İpek Kağıt – *Pazarlama Direktörü*, **Yılmaz Yılmaz**; Koton- *Yönetim Kurulu Başkanı*, **Dr. Ahmet Paksoy**; İDO Genel Müdür, **Prof. Dr. Yılmaz Esmer**- *Bahçeşehir Üniversitesi Öğretim Görevlisi*, **Dr. Hasan Kuş, MA**; Anadolu Sağlık Merkezi –*Genel Direktör*, **Güldem Berkman**; Novartis Ülke Başkanı *İlaç Sektörü Genel Müdürü*, **Serhat Gürcü**; Youth Republic *Yönetici Ortak*, **Burçin Ergünt**; Ping-*Yönetici Ortak*, **Alemşah Öztürk**; 41? 29! *Ajans Başkanı*, **Beyza Ergen**; Coca-Cola Türkiye Bölgesi – *Pazarlama Direktörü*, **Levent Erden**; Euro RSCG Türkiye, *CEO*

Zirve Sunum: Yrd. Doç. Dr. Fatoş Karahasan

Türkiye Araştırmacılar Derneği'nin 1993 yılından bu yana düzenli olarak gerçekleştirdiği Araştırma Zirvesi, araştırmaya konu olan ve araştırma gerçekleştiren her konuda sektörün birikimini zenginleştirecek tartışmalara uygun bir platform yaratıyor. Araştırma Zirvesi; katılımcıların belirlenen tema etrafında, özellikle araştırma perspektifinden önemli kazanımlar edinmesi, kendi sektör ve kurumlarının karar alma sürecinde araştırmaya dair yeni ufuklar kazanmasını, araştırma gerçekleştiren kurumlarla araştırma hizmeti alanlar arasında etkileşim ortamı yaratmayı hedefliyor.

Türkiye Araştırmacılar Derneği Hakkında

Türkiye'de kamuoyu ve pazarlama araştırmaları konusunda çalışanları bir araya toplayan Türkiye Araştırmacıları Derneği 1988 yılında kuruldu. 572 şahıs üyesi, 81 tüzel üyesi olan dernek, sektörde kalite standartlarını oluşturan, etik kuralları gözetken, konferanslar düzenleyen ve sertifikalı bir eğitim programını sürekli veren, sektörün tek kurumudur. Araştırmalarda **Güvenilir Araştırma Standartları'nı (GAB)** ve paralelinde ESOMAR (Dünya Kamuoyu ve Pazar Araştırması Topluluğu) kodlarının uygulanmasını esas alan Dernek, EFAMRO (Avrupa Pazar Araştırmaları Organizasyonları Birliği) üyeliğinin yanı sıra Türkiye Tanıtım Konseyi'nin de kurucu üyesidir.

www.arastirmacilar.org.tr



www.arastirmazirvesi.com