

› **KURUMSAL ŞİRKETLERİN  
ETKİNLİK  
YÖNETİM REHBERİ**

# İÇİNDEKİLER

|   |     |
|---|-----|
| <b>Giriş</b>  | 4   |
| <b>Bölüm 1:</b> Sürdürülebilir Etkinlik Yaklaşımı       | 8   |
| <b>Bölüm 2:</b> Verimlilik Bakış Açısı                  | 28  |
| <b>Bölüm 3:</b> Etkinlik Yönetimi: Genel Yaklaşım       | 37  |
| <b>Bölüm 4:</b> Etkinlik Yönetimi (Offline)             | 79  |
| <b>Bölüm 5:</b> Online ve Hibrit Etkinliklerin Yönetimi | 135 |
| <b>Bölüm 6:</b> Salgın Döneminde Etkinlik Yönetimi      | 148 |
| <b>Bölüm 7:</b> Değerlendirme Süreci                    | 161 |
| <b>Ek:</b> Sürdürülebilir Etkinlik Kontrol Listesi      | 169 |

*Bölmelere geçiş yapmak için sayfa numaralarına tıklayabilirsiniz.*



***"Geçmiş, gücümüz,  
değerlerimiz bugünümüz,  
bakış açımız yarınlarımızdır."***

***/ Semahat Arsel***



**Giriş**





# Bu rehberin amacı

Kurumsal Şirketlerin Etkinlik Yönetim Rehberi, tüm etkinlikler için geçerli standartları ve protokolleri tarif ederken verimli kaynak kullanımı, çevreye duyarlı iş felsefesi ve tasarruf odaklı yaklaşımının tüm sektöre taşınmasına öncülük etmeyi amaçlıyor. Dünyadaki en güncel gelişmelerden hareketle sürekli olarak yenilenen bu rehber, toplumsal faydaya katkı sağlamayı hedefleyen kuruluşlar için bir başvuru kaynağı olmayı hedefliyor.

Ana amaçlarımız:

Gerçekleştirilen tüm etkinliklerinizin ve etkinliklerinizle bağlantılı iletişim faaliyetlerinizin kurumunuzun vizyonu, stratejisi ve iletişim diliyle uyum içinde olmasını sağlamak. Bu süreçlerde kurum değerlerinize ve hassasiyetlerinize öncelik vermek.

Markanızın değerini ve itibarını koruyan, güçlendiren ve prensiplerinizle uyumlu işler hayata geçirmek.

Etkinlikleri çevresel ayak izini azaltacak şekilde hayata geçirerek iklim değişikliği ile mücadeleye katkıda bulunmak ve sağlıklı bir yaşamı desteklemek.

Topluma fayda ekseninde insan haklarına duyarlı, eşitlikçi, sivil topluma katkıda bulunan uygulamalarla örnek olmak.



5



GİRİŞ



Yeniliklere açık, iyi örneklerden yararlanmayı bilen, yaratıcılığı deneyimle harmanlayan, dengeli ve başarılı etkinlikler yaratmak.

Sıfır Bazlı Bütçeleme yaklaşımından hareketle kaynakları en verimli şekilde kullanmak.

Planlama aşamasından başlayarak dijital, çevre dostu ve sürdürülebilir alternatiflere öncelik tanımak, sorumlu tüketim ve satın alma tercihlerinde bulunmak.

Kurum kültürünüzde var olan detaycılığı ve inceliği tüm iletişim projelerinde ve etkinliğin her adımında hissettirmek.

Paydaş ilişkilerinizi ve kurum içi birlikteliğinizi güçlendirmek; kolektif, fikir birliğine dayalı, sorunsuz ilerleyen etkinlik süreçleri oluşturmak.

Dikkatli ve önleyici adımlarla, sorunların önünü almak üzere, kapsamlı iş planları yapmak.

Detaylı planlamaya rağmen oluşabilecek sorunlarda hızlı ve koordineli bir şekilde hareket etmek, tutarlı bir kriz yönetimi izlemek.

# Başlarken...

Merhaba.

Kurumsal etkinliklerimizi dünyadaki değişimden, sosyal meselelerden, sürdürülebilirlik gibi önemli akımlardan ve teknolojideki gelişmelerden ayrı düşünemeyiz. Bu düşünceyi sürekli aklımızda tutarak, kurumsal itibarın önemli bir unsuru olan etkinlik çalışmalarını her zaman yenilikçi bir bakış açısıyla ele almaktan, her etkinliği bir öğrenme, tazelenme, ezberlerimizin dışına çıkıp alışkanlıkları sorgulama fırsatı olarak görmekten yanayız.

Geçen yıl ilk kez yayımladığımız ve kendi alanında bir ilk olan Kurumsal Şirketlerin Etkinlik Yönetim Rehberi'nin güncellenmiş versiyonuyla karşınızdayız. Uzun yılların bilgi birikimi, yüzlerce etkinlik çalışmasının deneyimi, yüzlerce makalenin incelenmesi ve meslektaşlarımızın da katkılarıyla hazırladığımız bu rehberin markaların stratejik ve kültürel dönüşümüne hizmet eden etkinliklerin yaratılmasına ışık tutmasını, sektör genelinde "iyi örnek" teşkil etmesini ümit ediyoruz.

Başarılı etkinliklerde yararlanmanız dileğiyle...

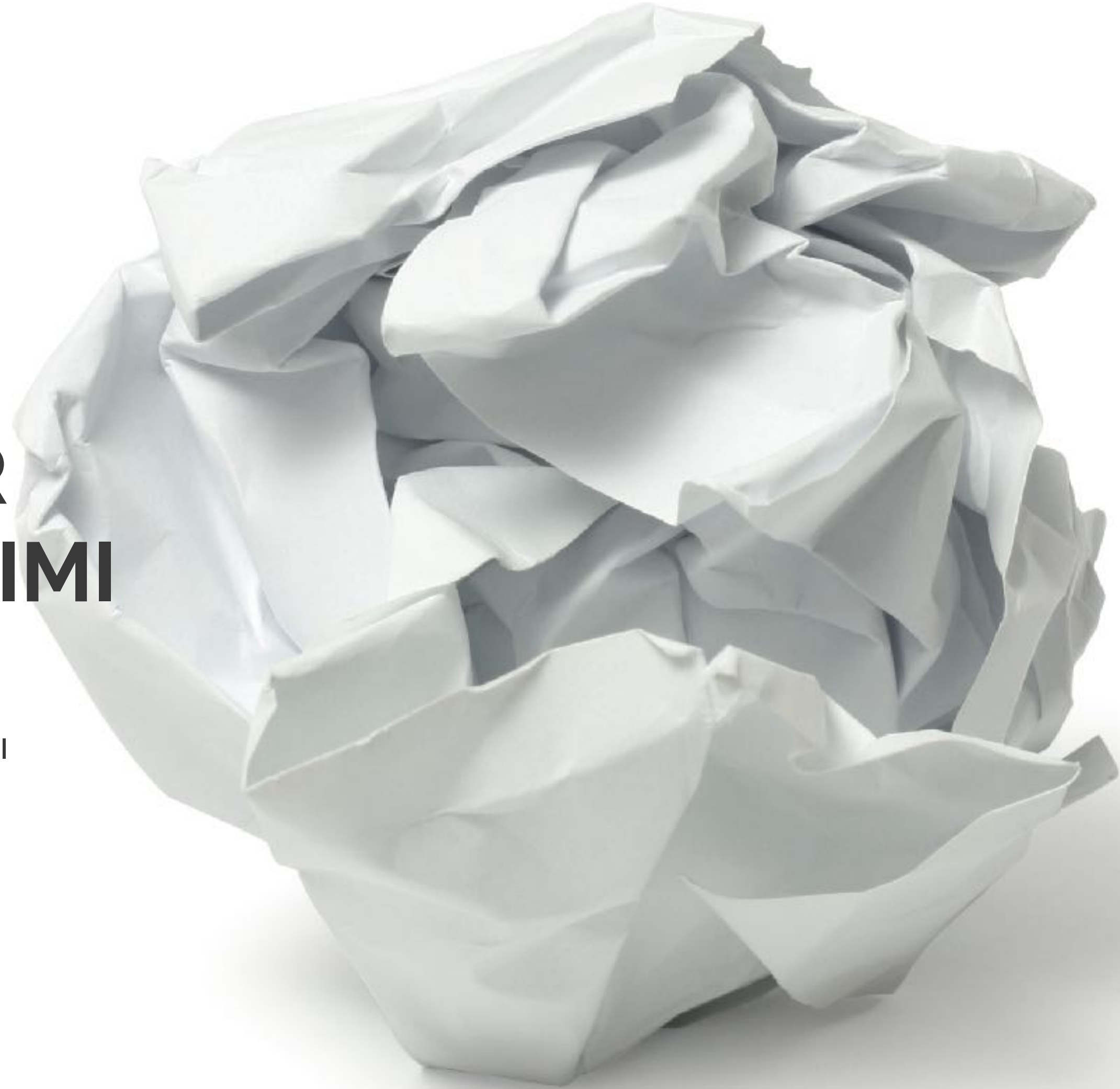
**Şeniz Akan**

Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörü

## Bölüm 1

# SÜRDÜRÜLEBİLİR ETKİNLİK YAKLAŞIMI

- 1.1 Enerji Kullanımı ve Sera Gazı Azaltımı
- 1.2 Malzeme Tüketimi ve Atık Azaltımı
- 1.3 Sorumlu ve Yerel Satın Alma
- 1.4 Takip, Raporlama ve İletişim





***“Daha güzel bir dünyada yaşamak için  
daha güzel bir dünya kurmaktan başka  
şansımız yok.”***

**/ Ömer M. Koç**

Dünyamız pek çok alanda olduğu gibi iletişim alanında da büyük bir dönüşümden geçiyor. Küresel salgının da etkisiyle iyiden iyiye hızlanan dönüşüme ayak uydurmanın yolu, alışkanlıkları sorgulamaktan, bakış açımızı yenilemekten geçiyor. Bu bağlamda, çoktan beri gündemde olan “sürdürülebilir etkinlik” felsefesi bize yeni bir geleceğin kapısını aralıyor.

İklim değişimi ile mücadele etkinlik modellerimizin sürdürülebilirlik bakış açısıyla dönüşümünü zorunlu kılıyor.

Yüzlerce detay barındıran etkinlikleri hayata geçirirken enerji kullanımına, sera gazı azaltımına, malzeme ve atık yönetimine göstereceğiniz özen kadar sorumlu ve yerel satın alma tercihleri de dünyanın geleceğine katkı yapma şansı sunuyor. Etkinliklerin, çevreye duyarlı uygulamaların yanı sıra fırsat eşitliği sunmak, toplumsal cinsiyet eşitliğine örnek teşkil etmek ve toplumsal fayda açısından sivil toplumu güçlendirmek için bir çok fırsat barındırdığının da unutulmaması gerekiyor.

Bu noktada etkinlik profesyonellerinin dönüşümü içselleştirmeleri, hem kurumlarının hem de sektörün geleceği için birer sürdürülebilirlik ve çevre elçisine dönüşmeleri, etkinliklerin minimum çevresel etki ile hayata geçmesi için her detayda sürdürülebilirlik bakış açısıyla kararlar alması önem arz ediyor.

Bunun için rehberin bu bölümünde listelenen pratik önerilerden yararlanabileceğiniz gibi, son bölümde yer alan, Birleşmiş Milletler Çevre Programı Sürdürülebilir Etkinlik Rehberi (United Nations Environment Program Sustainable Events Guide) referansı ile oluşturulan [Sürdürülebilir Etkinlik Kontrol Listesi](#)'ni de kullanabilirsiniz. (Bkz. Ek)



Bölüm 1

# 1.1 ENERJİ KULLANIMI VE SERA GAZI AZALTIMI



11



■ **Mümkün** olan projelerde emisyon tasarrufu sağladığı bilinen online ya da hibrit etkinlikleri tercih edebilirsiniz.

■ **Planlama** ve tasarım aşamalarından itibaren, etkinliğinizin sera gazı emisyonuna sebep olacak boyutlarını belirlemeli ve emisyonu azaltacak değişiklikleri değerlendirmelisiniz.

■ **Videolar** başta olmak üzere içerik oluşturmak için harcanan enerjiyi de hesaplamalarınıza dahil etmelisiniz.

■ **Elektrik** tüketimini azaltmak için, ısıtma, soğutma ve aydınlatma ihtiyaçlarını iyice irdelemeli, gereksiz ışık ve ekran kullanımının önüne geçmelisiniz.



12





## ■ Konaklamalı

etkinliklerde, otelin yıldızı arttıkça çevresel ayak izinin artabileceğini öngörmelisiniz.

■ **Etkinlik** kapsamında konaklama yapılacak ise, su, enerji ve kimyasal kullanımını azaltmak adına, konaklama süresince tekstil ürünlerinin (havlu, nevresim vb.) değiştirilmesini talep etmemeleri konusunda katılımcılarınızı bilgilendirmelisiniz.

■ **Yemek** ve ikram konusunda karar verirken, üretiminde ve hazırlanışında karbon salınımı az olan alternatiflere öncelik vermelisiniz.

■ **Jeneratör** kullanımı olması durumunda kullanılan yakıtın emisyon oluşturacağını farkında olmalı ve hesaplamalara dahil etmelisiniz.

***Mönüde et kullanımını azaltmak, etkinliğinizin çevresel ayak izini ve sera gazı salımını düşürür!***

■ **Online** ya da hibrit etkinliklerde anlık yayın (streaming) kaynaklı emisyonları da hesaba katmalı ve toplantı sürelerinin makul seviyelerde kalmasını sağlamalısınız.

■ **Katılımcılarınızın** etkinlik için yapacakları seyahatleri planlarken, mümkünse düşük karbonlu seçenekleri (uçak ve kara seyahatleri yerine, tren ve deniz yollarını) tercih etmelisiniz. Katılımcıların seyahatlerini kendilerinin planladıkları durumlarda, düşük emisyonlu seçenekleri kullanmaları konusunda onları bilgilendirmeli ve teşvik etmelisiniz.

■ **Etkinlik** kapsamında yapılacak tüm ulaşım ve taşıma faaliyetlerinde çevre dostu teknolojilere sahip araçları ya da yakıtları tercih etmelisiniz. Personelin ulaşımı ve malzeme nakliyesi amacıyla kullanılan araç sayısını minimuma indirmelisiniz. Kullanılan araç türü ve toplam katedilen km bilgisinin emisyon hesaplaması için gerekli olduğunu unutmamalısınız.

■ **Videolar** başta olmak üzere içerik oluşturmak için harcanan enerjiyi de hesaplamalarınıza dahil etmelisiniz.



Bölüm 1

## 1.2 MALZEME TÜKETİMİ VE ATIK AZALTIMI



15



## ■ İkramlarda

gereğinden fazla çeşit ve porsiyon siparişinden uzak durmalısınız.

■ **Meyve** suyu ve su için plastik gibi tek kullanımlık şişeler kullanmaktan kaçınmalısınız. Kaçınılmazsa, geri dönüştürülebilir veya yeniden kullanılabilir olduklarından emin olmalısınız.. İkram alanının belli noktalarında cam damacanalı sebiller, sürahiler, cam bardak veya cam şişeler bulundurmalısınız.

■ **Dekor** başta olmak üzere etkinliğin tümünde plastik, vinil vb malzemelerden kaçınmalı, ahşap mukavva ve kağıt gibi bitki bazlı, doğal ve geri dönüştürülebilir materyalleri ve tekrar kullanılabilir ürünleri tercih etmelisiniz.

■ **Oturma** düzenli yemeklerde, yemek şirketinden su bardaklarını önceden doldurmamalarını, sipariş verildiğinde ikram etmelerini istemelisini

■ **Etkinlik** alanında tek kullanımlık plastik malzemelerden (pet şişe su, plastik bardak, plastik tabak vb.) uzak durmalısınız.

*Dijital yayınlanan etkinliklerde, arka planda LED ekran kullanımından kaçınarak ahşap dekor ve saksı çiçek tercih edilebilir.*





■ **Tek** kullanımlık ürünlerin gerekli olduğu durumlarda, geri dönüştürülebilir ürünleri tercih etmeli ve uygun geri dönüşüm sistemlerini kurmalısınız.

■ **Etkinliklerinizde** geri dönüşüm atık üniteleri (plastik, cam ve kâğıt atık kutuları) oluşturmalsınız.

■ **Hediye** ve promosyon ürünlerinin gerekliliğini gözden geçirmeli, eğer zaruri ise sayılar konusunda iyi planlama yapmalısınız. Bu noktada toplumsal ihtiyaçlar ve sosyal sorumluluk çerçevesini mutlaka göz önünde tutmalısınız.

■ **Basılı** malzeme kullanımından kaçınmalı, davetiye ya da etkinlik dokümanlarının soft kopyalarına yönlendirme yapmalısınız. Basılı malzemelerdeki vernik ya da parlak yazı kullanımları geri dönüşümü engellediği için sade tasarımlara ve baskı yöntemlerine yönelmelisiniz.



17



■ **Özellikle** fotoğraf çekimlerinde basılı fotoğrafa sınırlama getirmelisiniz.

■ **Davetiye**, broşür ve bloknot gibi uygulamaların gerekliliğini sorgulamalı, basılı kalemler yerine mümkün olduğunca dijital uygulamaları tercih etmelisiniz. Basılması zaruri ise sayıları düşürerek, talep edenlerin görebileceği ortak alanlarda dağıtılmalarını sağlamalısınız.

■ **Yaka** kartı zaruri ise sonraki etkinliklerde de kullanabileceğiniz tasarımları seçmelisiniz. Alternatif olarak, etkinlik alanına, katılımcıların kendi kartlarını basabileceği, QR kod ile çalışan kiosklar kurabilirsiniz.

■ **Kullanılabilir** durumdaki gıda fazlasını kâr amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşlarına ya da gıda bankalarına bağışlayabilirsiniz (Fazla Gıda, TİDER vb.).

^  
19  
v

Bölüm 1

## **1.3 SORUMLU VE YEREL SATIN ALMA**





■ **Yiyecek** sunumlarında, yiyeceklerin isminin yazdığı etiketlere, yiyeceğin, su ve çevresel ayak izinin sayısal değerini de yazdırabilirsiniz.

■ **Kullandığınız** her türlü kağıt türevinin geri dönüştürülmüş malzeme oranının yüksek ve klorsuz olmasını, FSC gibi sertifikalarının olmasını tercih etmelisiniz.

■ **Etkinlik** boyunca sertifikalandırılmış temizlik ürünleri kullanmalısınız.

■ **Özel** bir catering firması ile çalışıyorsanız, yerel, organik ve/veya Fair Trade sertifikalı olması gereken belirli bir ürün yüzdesi belirlemeli ve menüde bu bilgilere yer vermelerini istemelisiniz.

■ **Her** zaman sürdürülebilir yöntemlerle üretim yapan tedarikçileri tercih etmeli, sektör için, yaratıcı yöntemlerle teşvik mekanizmaları oluşturmalsınız.

■ **Etkinlik** boyunca mümkün olan noktalarda, sivil toplum kuruluşları ile iş birliklerine, kadın girişimcilerin desteklenmesine ve yerel kalkınmaya destek olacak şekilde hizmet satın alımına öncelik vermelisiniz.



21



^  
22  
v

Bölüm 1

## 1.4 TAKİP, RAPORLAMA VE İLETİŞİM





Etkinliğin başından sonuna dek aşağıdaki başlıklarda kantitatif veri toplamalısınız:

**Etkinlik süresi**

**Katılımcı sayısı**

**Kullanılan kaynaklar**

**Atık miktarı ve yönetimi**

**Enerji tüketimi**

**Ulaşım ve taşıma**

**Su tüketimi**

**Paydaşların katılımı ve tutumu**

**Yerel üreticilerin ve KOBİ'lerin oranı**



23



■ **Etkinliklerin** çevresel etkisini azaltmak için ISO 20121 ve PAS 2060 standartlarını takip ederek raporlama yapabilirsiniz.

■ **Etkinliklerin** çevresel etkisini azaltmak için rehberin son bölümünde yer alan, Birleşmiş Milletler Çevre Programı Sürdürülebilir Etkinlik Rehberi'nden referans alınarak hazırlanan [Sürdürülebilir Etkinlik Kontrol Listesi](#)'ni de inceleyebilirsiniz. (Bkz. Ek)

■ **Görünürlüğü** artırmak ve motive etmek amacıyla, etkinlik sonrasında, hem katılımcularınıza hem de şirketinizdeki çalışma arkadaşlarınıza, geri dönüşüm oranları ve etkinliğin çevresel ayak izi hakkında bilgi vermelisiniz. Normal bir etkinlik ile sizin yaptığınız etkinlik arasındaki farkı ortaya koyarak onları da çevrenin korunması çalışmalarına motive etmelisiniz.

■ **Uygulamanın** başka kişi ve kuruluşlara esin vermesi için, iyi örneklerle iletişimde yer vermelisiniz. Şirketinizin kamuoyuna yönelik mesajlarında, çevre ve sürdürülebilirlik konularındaki faaliyetlerinizin altını çizmелisiniz.

■ **Etkinlik** için  
anlaştığınız ajans ve  
firmalar için  
bilgilendirme  
toplantıları  
düzenlemelisiniz.  
Etkinlik kapsamında  
yapacakları her iş ve  
kullanacakları her  
alan için mümkün  
olan her durumda,  
sürdürülebilir ve  
çevre dostu  
alternatiflere  
yönelmelerini  
beklediğinizi  
belirtmelisiniz.

■ **Etkinlik**  
tamamlandıktan sonra  
çevresel ayak izini  
kesin olarak  
hesaplamalı ve bir  
sonraki etkinliğinizi  
tasarlarken referans  
olarak kullanmalısınız.



## ISO 20121 STANDARDI

ISO 20121, etkinliklerin, su tüketimi, atık üretimi, enerji tüketimi ve biyolojik çeşitliliğin yanı sıra istihdam ve tedarikçi seçimi gibi konular bağlamında çevreyi ve ekonomiyi etkilediği gerçeğinden yola çıkan, uluslararası bir standarttır. ISO 20121 etkinlik yönetim sistemi içerisinde, yöneticiler ve tedarik zinciri (hazır yemek servisi, lojistik servis hizmetleri vb.) dahil olmak üzere, etkinliği oluşturan tüm birimler kontrol edilir, değerlendirilir ve etkileri raporlanır.

Etkinliklerinizde ISO 20121 standardını gündeme alarak, uygulama konusunda çözüm ve öneriler geliştirmeyi hedeflemelisiniz. Kullandığınız hemen hemen her şeyin geri dönüşüme uygun ve/veya tekrar kullanılabilir olmasına özen göstermelisiniz. Bu bakış açısıyla, süreç yönetiminde aşağıdaki konuları dikkate almalısınız:

### Genel malzeme tüketimi

Yiyeceklerin sunulduğu ve servis edildiği araçlar ve malzemeler

Atık üretimi

Enerji tasarrufu

Gıda ve su israfı

Konaklama, ulaşım ve nakliye optimizasyonu



*ISO 20121 konusunda detaylı bilgi için tıklayın.*



26



## 1.4 TAKİP, RAPORLAMA VE İLETİŞİM

## PAS 2060 STANDARDI

PAS 2060, İngiliz Standartları Enstitüsü tarafından ilan edilen ve karbon nötrlüğü kanıtlamak için kullanılan bir standarttır. Bir ürün, hizmet, organizasyon, topluluk veya binalar için olduğu gibi etkinliklere de uygulanabilmektedir. Etkinliklerinizde PAS 2060 standardını gündeme alarak, uygulama konusunda çözüm ve öneriler geliştirmeyi hedeflemelisiniz.

PAS 2060 standardı dört aşamalı bir sürece işaret eder. Bu dört aşama şunlardır:

**Hassas ölçüm verilerine dayanarak sera gazı emisyonlarının değerlendirilmesi**

**Hedef odaklı bir karbon yönetimi planıyla emisyonların azaltılması**

**Genellikle karbon kredisi satın alarak fazla emisyonların dengelenmesi**

**Gerekli açıklayıcı beyanlar ve kamu açıklamalarıyla belgelendirme ve doğrulama**

PAS 2060

*PAS 2060 konusunda detaylı bilgi için tıklayın.*



## Bölüm 2

# VERİMLİLİK BAKIŞ AÇISI

2.1 Bütçe Verimliliği

2.2 Sıfır Bazlı Bütçeleme





***“Başarıya odaklanmak yerine  
değer yaratmaya odaklanın.”***

**/ Albert Einstein**

Bölüm 2

## 2.1 BÜTÇE VERİMLİLİĞİ



33



Bilimsel ilerleme, tıp alanındaki olağanüstü gelişmeler, ekonomideki atılımlar yaşam standardımızı yükseltirken kaynak sıkıntısına da davetiye çıkarıyor. Nitekim, tüketimimiz artıyor ancak dünyanın sahip olduğu kaynaklar aynı kalıyor, hatta gittikçe azalıyor. İşte bu yalın gerçek hepimizi elimizdeki kaynakları daha verimli bir şekilde değerlendirmenin yollarını düşünmeye zorluyor.

Meseleye verimlilik bakış açısıyla yaklaşmak, elimizdeki kaynakları farklı şekilde yeniden değerlendirmenin yolunu da açıyor. Alışkanlıklarımızı ve genel kabul görmüş doğruları bir an için bir kenara koymanızı ve elinizdeki kaynağı başka bir yerde ya da şekilde kullanacak olsanız ortaya ne gibi seçenekler çıkacağını düşünmenizi öneriyor. Bir kez sahip olduğunuz bütçenin en verimli şekilde ve en doğru yerde kullanıldığından emin olduğunuzda, sadece projenizin başarısına değil, dünyamızın geleceğine de katkı yapmış oluyorsunuz.

Etkinlikler bu açıdan pek çok fırsat barındırmaktadır. Bu fırsatları listeleyecek olursak:

■ **Projelerinizi** hayata geçirirken, mevcut alışkanlıklarınızı kontrol ederek daha önemli fırsatlar olup olmadığını değerlendirmelisiniz.

■ **Devam** etmesine karar verdiğiniz işlerin tasarım, üretim ve insan kaynağı kullanımı gibi detaylarını verimlilik açısından tekrar tekrar gözden geçirmelisiniz.

■ **Etkinliklerinizde** sanatçı ve sunucu gerekliliklerini de bütçe verimliliği açısından gözden geçirmelisiniz.

■ **Tüm** etkinliklerinizde önemli bir maliyet unsuru olan dekor, çiçek ve benzeri süslemelerde abartılı uygulamalardan, mümkün olan yerlerde de LED ekran kullanımından kaçınmalısınız.



■ **Etkinlik** ve standlarınızda kullandığınız malzemeleri sonraki fuarlarda veya benzeri işlerde tekrar kullanılabilir tasarımlardan ve malzemelerden seçmelisiniz. Böylece maliyet avantajları sağlayabilirsiniz.

■ **Mutlaka** LCV almalısınız. Özellikle online LCV sistemini kullanarak, hem organizasyonunuzun bütçesinde hem de etkinliğin tüm detaylarında önemli avantajlar sağlayabilirsiniz.

■ **Etkinliğin** tüm maliyetini listelemeli ve geçmiş bütçeler ile kıyaslamalısınız.

■ **Ajanlarınızın**, Sıfır Bazlı Bütçeleme anlayışını benimsemelerini, yeni fikirler getirirken bu konuyu göz önünde bulundurmalarını sağlamalısınız.

- **Ulaşım**, transfer ve konaklamalarınızda planlamaları önceden yapmalı, maliyet avantajlarını gözetmelisiniz.

- **Host** ve hostes sayısını planlarken gereğinden fazla personel bulundurmamaya özen göstermelisiniz. Etkinliğinizin ihtiyaçlarını gözden geçirerek sayılarda değişiklik ihtimaline dikkat etmelisiniz.

- **Bütçenizi** planlarken mutlaka öngörülemeyen gider kalemlerini eklemelisiniz.

- **Nakit** akışını yönetirken ihtiyaçlarınızı dikkatlice önceliklendirmelisiniz.

- **Planlanan** bütçe ile gerçekleşen bütçe arasındaki farkları belirleyerek, sonraki etkinlikler için notlar tutmalısınız.

***Tüketim, atık ve israf yerine  
"verimlilik ve tasarruf!"***



^  
39  
v

Bölüm 2

## 2.2 SIFIR BAZLI BÜTÇELEME



Veriye dayalı karar almayı teşvik eden Sıfır Bazlı Bütçeleme yaklaşımı, harcamalarımızı farklı bakış açılarından tekrar değerlendirmemizi sağlar. Tek seferlik masraf azaltma yerine çok daha geniş bir pencereden, kaynakları daha verimli kullanmanın sürdürülebilir yolunu sunar.

■ **Harcamaları** bütçelendirirken (geçmiş yıllara ya da enflasyon oranı gibi ölçütlere odaklanmadan) sıfırdan ele almalı, kalemleri yeniden tanımlamalı, tüm alt bileşenleriyle birlikte detaylandırmalı ve şeffaflığa özen göstermelisiniz. Bütçe çalışmalarındaki bu detay sayesinde ortaya yeni sorular çıkacak ve bu sorular beraberinde sizlere yeni verimlilik fırsatları getirecek.

■ **Bütçeleri** hazırlarken, şirket içerisinde farklı disiplinlerden seçilen Harcama Kategorisi Sahiplerini de sürece dahil etmelisiniz. Her harcamaya iki farklı gözün bakmasını mümkün kılan bu yaklaşım, farklı bakış açılarının ortaya çıkmasına ve böylece hem önceliklerin daha doğru belirlenmesine hem de daha sağlıklı tercihler yapılmasına olanak sağlar.

■ **Bu** süreçte Harcama Kategorisi Sahiplerinizin fikirlerine olumsuz eleştiri yapmaktan kaçınmalısınız. Herkesi teşvik etmeli, yeni fikirleri cesaret ve açık yüreklilikle karşılamaya çalışmalısınız. Zira, ortaya çıkan her fikir, sonraki fikirleri cesaretlendirmesi ve diğer fikirler ile birlikte yaratacağı bütünsel etki açısından çok kıymetli olabilir.



## Bölüm 3

# ETKİNLİK YÖNETİMİ: GENEL YAKLAŞIM

3.1 Konumlandırma

3.2 Etkinlik Tipi

3.3 Hedef Kitle

3.4 Stratejik Mesaj

3.5 Etkin Bir İletişim İçin

3.6 Takvim Yönetimi

3.7 Etkinlik Kriz Yönetimi

3.8 İtibar Riskleri

3.9 Operasyonel Riskler

3.10 Doğal Afet Riski

3.11 Medyaya Açık Etkinlikler

3.12 Protokol Yönetimi

3.13 Şirket İçi Koordinasyon

3.14 Hukuk Koordinasyon Listesi

3.15 İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG)

***"Plansız hedefler, iyi dilekler olarak  
kalmaya mahkumdur."***

***/ Antoine de Saint-Exupéry***

Bölüm 3

## 3.1 KONUMLANDIRMA



Her etkinlik aynı zamanda bir iletişim projesidir. İletişimin ilk yapı taşı "konumlandırma" oluşturur, tüm kurgu bu ögenin etrafında şekillenir. Tam da bu nedenle, etkinlik planlamasına konumlandırmadan başlamalısınız. Böylece tüm etkinlik kurgusu da ortaya çıkacaktır. Aşağıdaki soruların cevapları, etkinliğinizin konumlandırma cümlesini belirlemenizi sağlayacaktır.

Unutmayın ki, her itibar yönetimi projesi markanızın pazarlama faaliyetlerine katkı sağlar. Doğru süreçlendirilmiş her pazarlama faaliyeti de marka itibarına katkı sunar.

**Etkinliğiniz bir pazarlama faaliyeti mi yoksa satış odaklı mı?**

**Eğitim amaçlı mı yoksa bilgilendirmeyi mi hedefliyor?**

**Bir kutlama mı yapıyorsunuz yoksa bir anma faaliyeti mi?**

**Hedef kitlenizde kimler var?**

**Sosyal sorumluluk boyutu taşıyor mu?**

**Kriz yönetimi mi gerçekleştiriyorsunuz?**

**Ana perspektifi kurumsal itibar mı oluşturuyor?**



40





^  
41  
v

Bölüm 3

## 3.2 ETKİNLİK TİPİ



Gerçekleştirmek istediğiniz etkinliğin tipi, planlama açısından hayati önem taşır. Etkinliğin tipi konumlandırmadan uygulamaya, bütçeden tedarige kadar her başlıkta köklü değişikliklere sebep olur. Bu nedenle aşağıda listelenen etkinlik tiplerinden hangisinin iletişim hedeflerinize uygun düşeceğine baştan karar vermelisiniz.

**Lansman**

**Açılış**

**Kuruluş Yıl Dönümü Kutlaması**

**Kültür/Sanat Etkinliği**

**Gala/Davet**

**Basın Toplantısı**

**Yarışma**

**Ödül Töreni**

**Eğitim/Yönetici Toplantısı**

**Online Etkinlik (Konferans, Toplantı, Eğitim vb.)**

**Genel Tanıtım Aktivasyonları**

**Ürün Deneme Aktivasyonları (Test Sürüşü vb.)**

**Satış/Pazarlama Kampanyası Aktivasyonları**

**Piknik/Turnuva/Kamp**

**Bayi/Yetkili Servis/Acente Toplantısı**

**Yurt Dışına Kurumsal Gezi**

**Festival**

**Fuar**

**Roadshow**

**Etkinlik Sponsorluğu**



42



## 3.2 ETKİNLİK TİPİ

^  
43  
v

Bölüm 3

## 3.3 HEDEF KİTLE



Hedef kitlenizi iyi tanımanız, ihtiyaçlarını, alışkanlıklarını ve tolerans noktalarını net bir şekilde tanımlamanız, etkinliğinizin başarısında önemli rol oynar. "Yüzde 70 erkek, geleneksel profil" gibi tarifler etkinlik içeriğinin yaratılmasında faydalıdır. Hedef kitle tarifi, etkinliğin tarzını, çapını ve medya boyutunu doğru şekilde belirlemenizi de sağlayacaktır. Bunun için aşağıdaki sorulara net cevaplar vermeye çalışmalısınız:

**Kime hitap etmek, kimi etkilemek istiyorsunuz?**

**Hedef kitlenizin özellikleri neler?**

**Etkiliğiniz müşterinize doğrudan ulaşacak ya da mesaj verecek mi?**

**Ağırlayacağınız topluluğun iç dinamikleri neler?**

**Geçmiş etkinliklerden kalma alışkanlıklar ve beklentiler neler olabilir?**

**Hedef kitleniz küresel salgın açısından riskli grupta mı?**

**Fiziksel olarak bir araya gelinmesi zorunlu mu yoksa online etkinlik yapılabilir mi?**

**Organizasyon medyaya açık mı?**

**Krize sebep olacak bir içerik barındırıyor mu?**

**Organizasyonda Devlet Protokolü var mı?**



44



### 3.3 HEDEF KİTLE



^  
45  
v

Bölüm 3

## 3.4 STRATEJİK MESAJ



Etkinliğinizin ana mesajı iletişim stratejinize hizmet etmelidir. Etkinliğin her adımında, hedef kitlenize temas ettiğiniz her anda, stratejik mesajınız hissedilmeli, yaratıcı fikirler ve uygulamalar mesajı taşıyacak nitelikte olmalıdır.

**Öncelikle etkinliğinizin temel amacını (üst yönetim değişikliği, toplumsal gündem, kriz yönetimi, yeni strateji paylaşımı, dijital dönüşüm vb.) tarif etmelisiniz. Bu konu stratejiyi belirlemede kilit rol oynar.**

**Projenizin yaratacağı değere ve ne kadar sürdürülebilir olduğuna odaklanmalı, bakış açınızı geniş tutmalısınız.**

**Vermek istediğiniz mesaj nedir? Bu mesaj hangi ihtiyaç sebebiyle ortaya çıkmıştır? Birden çok mesajınız var ise mesajlarınızı önceliklendirilmelisiniz.**

**Hedef kitlenize deneyimletmek istediğiniz duygu nedir? Ne söylemek, nasıl algılanmak istiyorsunuz? Bu sorulara vereceğiniz cevaplar tüm etkinlik planınızı etkileyecektir.**

**Çizginizi baştan belirlemelisiniz. Hedef kitlenize bu mesajı ve duyguyu iletmek için en etkin yol ne olurdu?**

**Vardığınız sonucun kuruluşunuzun genel iletişim stratejisi ve mesajlarıyla uyumlu olup olmadığını kontrol etmelisiniz.**

**Etkinlik KPI'larınızı en baştan belirlemelisiniz. KPI'larınızın, gerçekçi ve ölçülebilir olmasına dikkat etmelisiniz.**



46



^  
47  
v

Bölüm 3

## 3.5 ETKİN BİR İLETİŞİM İÇİN



Fikir aşamasından başlayarak, planlama, bütçelendirme, operasyon ve raporlama benzeri tüm etkinlik adımlarının stratejik esaslara uygun olarak yürütülmesi, Etkinlik Yönetimini tanımlar. Yapacağınız etkinliği geniş bir perspektiften değerlendirmeli ve 360 derece iletişimin gücünden yararlanmalısınız.

■ **Projenizin** içeriğinin toplumsal bir mesaj, kültürel bir değer ve/veya liderlik duruşu barındırıp barındırmadığına bakmalısınız.

■ **Projenizin** dönemsel ve coğrafi olarak gündemle ilişkisini göz önünde bulundurmalı ve maksimum toplumsal fayda hedeflemelisiniz.

■ **Projenizin** iç ve dış paydaşlarının beklenti ve taleplerini etkinlik tasarımı, uygulama ve değerlendirme aşamalarında dikkate almalısınız.

■ **Projenizin** başka bir alan ya da başka bir projeyle bağlantısı varsa ortak dengelere dikkat göstermelisiniz.

■ **Projenizin** çevreye ve topluma yansımalarını öngörebilmeli, oluşabilecek tepkilere karşı gerekli önlemleri önceden almalısınız. Özetle kriz planınızı da oluşturmalısınız.

■ **Projeniz** birden çok marka ile birlikte anılmak durumunda ise kendi markanızı ayrıştıracak strateji ve çözümleri hayata geçirmelisiniz.

■ **Projenizin** bir benzerinin ya da rakibinin olup olmadığını araştırmalı, özgünlüğünden emin olmalısınız.



■ **Markayla** müşteri deneyiminin uyumunu tüm etkinlik sürecinde ön planda tutmalısınız.

■ **Bütün** bu konular projenizin "5N1K"sını değiştiriyor mu? Yanıtınız "Evet" ise, yeniden bir değerlendirme yapmalısınız.

■ **Etkinliğinizin** iletişim planını hazırlarken, mutlaka dijital medyanın da olanaklarından yararlanmalısınız.

■ **Projenizin** nasıl bir değer yaratacağını önceden belirlemeli, sürdürülebilir olmasına önem vermelisiniz.

^  
51  
v

Bölüm 3

## 3.6 TAKVİM YÖNETİMİ



Etkinlik takviminizi belirlerken, şirketinizdeki diğer departmanların gerçekleştirdiği organizasyonların tarihleriyle bir çakışma olmamasına dikkat etmelisiniz. Ayrıca Üst Yönetiminizin ajanda kontrolünü önceden yapmak verimli takvim yönetimi ve güçlü katılımlı bir etkinlik için faydalı olacaktır. Dikkat edeceğiniz diğer hususlar şunlardır:

**Resmî tatiller, dini günler ve özel günlerin kontrolü**

**Okulların tatil ve sınav günlerinin kontrolü**

**Ulusal gündem ve siyasi atmosferin kontrolü**

**Bölgesel etkinliklerde ilgili coğrafyanın yerel gündem kontrolü**

**Varsa Devlet Protokolü'nün ajandasının kontrolü**



52



^  
53  
v

Bölüm 3

## 3.7 ETKİNLİK KRİZ YÖNETİMİ



Her etkinlikte birçok alt kalem bulunduğu için her detay aynı zamanda kriz potansiyeli barındırır. Kriz ihtimaline karşı en iyi hazırlık, olası senaryoları öngörmek ve çözüm önerilerini listelemektir.

**Etkinliğinizi planlamadan önce, organizasyonun özellikleri, mevcut gündem, katılımcı profili, üçüncü parti ilişkileri gibi konuları değerlendirerek bir kriz planı (etkinliğin konseptine ve teknik yapısına göre değişiklik gösterebilir) hazırlamalısınız.**

**Planın en önemli içeriği, kriz anında inisiyatif almakla sorumlu olacak kişilerin önceden belirlenmesi ve iletişim bilgilerinin doğru kişilerle paylaşılmasıdır. Etkinliğin düzenleneceği mekanla koordinasyon da planın bir başka önemli parçasıdır.**

**Kriz anında üst yönetimin bilgilendirilmesi ve onay süreçleri için bir karar akış tablosu hazırlamanız da son derece faydalı olacaktır.**





^  
55  
v

Bölüm 3

## 3.8 İTİBAR RİSKLERİ



Organizasyonların başlangıcından bitimine kadarki süreçte ortaya çıkabilecek risklerin önceden detaylarıyla tanımlanıp değerlendirilmesi projenizin başarısında önemli faktörlerden biridir. Tam da bu nedenle kriz yönetimi yaparken her adımda, itibar riski açısından değerlendirme yapmak gerekir.

■ **Etkinlik** öncesi ve esnasında, siyasi atmosferi ve ülke gündemini yakından takip etmelisiniz.

■ **Ülke**, sektör ve rakiplerinizin gündemini yakından izlemelisiniz.

■ **İş** birliği yaptığınız kişi, kurum, paydaş ve STK gibi kuruluşların geçmiş araştırmalarını özenle yapmalısınız.

■ **Yüz** yüze bir etkinlik yapacaksanız, mekan seçiminde, mekanın geçmişine, negatif veya pozitif algısına dikkat etmelisiniz.

■ **Online** bir mecrada etkinlik yapacaksanız, kullanacağınız platformun kişisel verileri saklayıp saklamadığını, güvenlik ihlali olup olmadığını önceden araştırmalı, Bilgi Teknolojileri Departmanı'nın yönlendirmesine başvurmalısınız.

■ **Sahneye** yansıyacak içerik ve söylemlerde ayrıştırmacı, toplumsal uzlaşmaya ters bir dil ve üslup kullanılmamasına özellikle dikkat etmelisiniz.

■ **Sahne**de veya dijital platformda yer alacak, sunucu, sanatçı, konuşmacı, performans sanatçısı gibi ön plandaki kişilerin ayrımcı bir dile sahip olmadığından mutlaka emin olmalısınız.

■ **Tüm** konuşma metinlerini kontrol etmeli, mutlaka önceden gözden geçirmelisiniz.

■ **Medyaya** açık etkinlikler için, gündem, sektör ve kurumunuzla ilgili olası soru ve cevapların hazırlandığından emin olmalısınız.

■ **Yine** medyaya açık etkinliklerde, kurum sözcüsü dışındaki şirket çalışanlarının, basın mensuplarına beyanatta bulunmaması için özel önlem almalı, önceden uyarılarda bulunmalısınız. Tüm görevlilerle, medya ilişkileri sorumlusunun iletişim bilgilerini paylaşmalısınız.

■ **Toplantı programlamasının** her aşamasında toplumsal cinsiyet eşitliğine uygun hareket edilmesini sağlamalısınız. Bu konuda, [www.koc.com.tr](http://www.koc.com.tr)'deki "Koç Topluluğu İletişimde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Rehberi"nden yararlanabilirsiniz.

■ **Salgın** açısından, etkinlik çalışanları ve konuklar için herhangi bir risk bulunmadığından emin olmalısınız.

^  
59  
v

Bölüm 3

## 3.9 OPERASYONEL RİSKLER





Etkinlik sırasında yaşanan operasyonel aksaklıkların yaygın sebeplerinden birisi yeterli hazırlık süresinin olmaması ya da içeriklerin zamanında teslim edilememesidir. Bundan kaçınmak için:

■ **Geçmiş** etkinliklerin değerlendirme notlarını gözden geçirmelisiniz. Aksaklık yaratan süreçleri önceden listelemeli ve çözümlerini hazırlamalısınız.

■ **Akışı** planlarken, içeriğe kattığınız her bir ögenin programın bütününe etkisini değerlendirmeli, akışı zorlaştıracak ya da riske sokacak detaylardan kaçınmalısınız.

■ **Gerekli** olmadıkça akışta değişiklik yapmamalı, planlanmayan aksaklıkların olabileceğini göz önünde bulundurarak ana programa sadık kalmalısınız.

■ **İş** süreçleri için de benzeri risk ve çözüm senaryoları hazırlamalısınız. Bu senaryoları etkinlik öncesinde yazılı olarak tüm ekiplerle paylaşmalısınız.

■ **Etkinlikle** ilgili risk barındıran durumlarda karar mekanizmasının nasıl işleyeceğini ve sorumlu kişilerin listesini mutlaka belirlemeli, önceden görev dağılımı yapmalısınız.

■ **Aynı** anda ya da peş peşe gerçekleşecek organizasyonlarda, görev dağılımı ve eş zamanlı nitelikli personel ihtiyacını da mutlaka hesaba katmalısınız.

■ **Özellikle** açık hava etkinliklerinde, küresel ısınma sonucu daha sık karşılaşılan etkili yağışlar ve benzeri iklim koşulları için önlemlerinizi almalısınız.



61



■ **Uzun** süreli toplantılarda, özellikle de tam gün süren sahne akışı söz konusuysa, sunduğunuz içerikleri, konuklarınızın konsantrasyonu üzerinden de değerlendirmeli ve molaları bu anlayışla organize etmelisiniz.

■ **Etkinlik** online olacaksa, dijital kurulumu, internet alt yapısını ve bağlantılarını önceden kontrol etmeli, mutlaka provasını gerçekleştirmelisiniz.

■ **İnternet** bağlantısının kopması ihtimaline karşı, katılımcılara taşınabilir internet cihazı sağlamayı düşünebilirsiniz.

■ **Etkinlik** öncesi ve süresince iş sağlığı ve güvenliği önlemlerine dikkat edildiğinden emin olun.

^  
63  
v

Bölüm 3

## 3.10 DOĞAL AFET RİSKİ



Mücbir sebep kapsamına giren her türlü doğal afet durumunda vakit kaybetmeden şirket içi koordinasyonu sağlamalı, alınacak önlemler ve toplumsal sorumluluk gereği atılacak tüm adımları üst düzey yönetiminizle birlikte kararlaştırmalısınız.

Olası bir doğal afet ve ulusal yas ilan edilmesi durumunda, alınacak önlemler ve toplumsal sorumluluk gereği atacağınız adımlar üst yönetiminizin yaklaşımıyla uyumlu olmalıdır.

Ayrıca ülkemizin dünyanın en önemli deprem kuşaklarından birisinin üzerinde bulunması nedeniyle, başta büyük şehirlerimiz olmak üzere pek çok bölgemiz sürekli deprem tehdidi altındadır. Etkinliklerinizi planlarken bu hassas durumu göz önünde bulundurmanız ve etkinliğin coğrafi konumuna özel önem vermeniz şarttır.



^  
65  
v

Bölüm 3

## 3.11 MEDYAYA AÇIK ETKİNLİKLER



■ **Kayda** ve paylaşımaya açık bilgi, sunum ve konuşma metinlerini dijital formatlarda hazır tutmalı ve etkinlik sonrası paylaşımaya açmalısınız.

■ **Yeterli** hazırlık süresine sahip olabilmeleri ve mecra çeşitliliği sağlayabilmeleri için, etkinliğinizin hedefini ve ana mesajlarını, Medya İlişkileri Biriminiz, Dijital Medya Ekibiniz ve/veya PR Ajansınız ile henüz planlama aşamasında iken paylaşmaya özen göstermelisiniz.

■ **Etkinlik** mekanındaki ihtiyaçlarla ilgili olarak, Medya İlişkileri Biriminiz ile birlikte çalışmalısınız.

■ **Etkinlik** mekanında kamera ve fotoğrafçılar için görüş açısı açık bir alan belirlemeli, gerekiyorsa basın podyumu hazırlatmalısınız.

■ **İç** mekanda basın mensuplarının hayatını kolaylaştırabilmek için, onlara özel bir alan belirlemeli ve çok kalabalık bir etkinlik ise şerit çekilmesini sağlamalısınız.

■ **Basın** panosu ihtiyacına mevcut dekorun kullanılması ve çevre hassasiyetiyle karar vermelisiniz. Röportajlar için özel bir oda ve/veya alan ihtiyacının gerekliliğini Medya Ekibi ile birlikte değerlendirmelisiniz.

■ **Etkinlik** kayıt kurallarını önceden belirlemelisiniz. Protokol, güvenlik, telif ya da başka bir gerekçe ile akışın belli bir kısmı kayda kapalı ise, bu durumu basın davet metninden başlamak üzere her fırsatta ifade etmelisiniz.

■ **Simültane** kayıt, medya servisi telifi doğuracağından anlaşma ile kayıt altına almalısınız.

***Basın  
bültenlerinizde,  
rakamların  
büyüsü yerine  
çevreye duyarlı  
çalışmaların  
gücünü öne  
çıkarın!***

■ **Canlı** yayınlanacak etkinliklerde, program akışı ile ilgili güncel bilgileri medya mensuplarıyla paylaşmalısınız.

■ **Etkinliklerinizin** uygun içerik ve zamanlama ile marka ya da kurumunuzun dijital ve sosyal medya kanallarından paylaşılması itibar ve erişim açısından olumlu etki yaratacaktır.

Bölüm 3

## 3.12 PROTOKOL YÖNETİMİ





Bilindiği üzere,  
Protokol yönetimi  
etkinlik yönetiminin  
en hassas  
başlıklarından birini  
oluşturur. Genel  
davetli listesinden  
farklı olarak, bu  
başlık altında yer  
alan tüm misafirlerle  
tek tek ilgilenmek,  
beklentileri incelikle  
yönetmek gerekir.

■ **Davet** edilmesi  
planlanan Protokol ile  
ilgili olarak üst  
yönetiminizin onayını  
almalısınız.

■ **Resmî** davetin ev  
sahipliğini şirket adına  
kimin yapacağına  
karar vermelisiniz.

■ **Davet** edilen  
Protokolün özel  
kalemi ile irtibata  
geçerek  
zorunlulukları ve  
taleplerini  
öğrenmelisiniz.

■ **Protokol** yönetiminde oturma hiyerarşisi, konuşma sırası gibi genel kabul görmüş kuralları uygulamalısınız.

■ **İlgili** Protokol davetlisi konuşma yapacak ise içerik detaylarını kendisi ile önceden paylaşmalısınız. Örneğin, konuşma yapacak mı, ödül takdimi olacak mı gibi detayları önceden netleştirmeli ve programı buna göre şekillendirmelisiniz.

■ **Oturma** düzenini koordine etmelisiniz.

■ **Etkinliğinizin** başarısı için Protokolden katılım bilgisini mutlaka almalısınız. Özellikle son dakika iptallerine karşı hazırlıklı olmalısınız.



71



^  
72  
v

Bölüm 3

## 3.13 ŞİRKET İÇİ KOORDİNASYON



Etkinlik yönetiminde hedef kitleyle bire bir ilişki kurulduğu ve tüm süreç canlı gerçekleştiği için şirket içi iş birliği büyük önem taşır. Çoğulcu ve dayanışmacı bir yaklaşım, şirketinizin değer ve kalite standartlarına uygun bir etkinlik yaratabilmek için yol gösterici olacaktır.

■ **Etkinliği** ve etkinlik öncesi süreci beraber yöneteceğiniz ya da size destek verecek departman ve şirketlerdeki çalışma arkadaşlarınızı önceden proje ile ilgili bilgilendirmelisiniz.

■ **Projede** yer alan tüm ekipler için koordinasyon planı oluşturmalı ve uygulamalısınız.

■ **Zamanlamaların** net olduğu, görev tariflerinin doğru yapıldığı bir görev dağılım listesi hazırlamalısınız.

■ **Belirlenen** program akışının ilgili bölümlerini ekiplerle önceden paylaşmalısınız.

■ **Farklı** birimlerin ve yöneticilerin geçmiş deneyimlerinden yararlanmaya çalışmalısınız.

■ **Sektör** genelinde benzer uygulamaları araştırarak projenize destek almalısınız.

^  
75  
v

Bölüm 3

## 3.14 HUKUK KOORDİNASYON LİSTESİ





Etkinlik öncesinde idari sorumluluklarla ilgili tüm imza ve kontrolleri yapmalı, aşağıdaki listenin tamamlandığından emin olmalısınız.

**Tedarikçilerle yapılacak tüm sözleşmelerin (mekan, sunucu, performans sanatçısı, orkestra vb.) hazırlanması**

**Ajans ve gizlilik sözleşmelerinin imzalanması**

**Muvafakatname kontrollerinin yapılması**

**Tüm prodüksiyon izinlerinin (sokak çekimleri ve mekan izinleri) alınması**

**Ekip çalışanlarının güvenlik ve sigorta bilgilerinin toplanması**

**Hazırlanan içeriklerle ilgili telif hakları ve lisans anlaşmalarının yapılması**

**Projenin ihtiyacına göre Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ile ilgili önlemlerin alınması**

**Sosyal medya vb. başlıklarda, ajans politikalarını güvenceye alan anlaşmaların imzalanması**

**Etkinliğin canlı yayınlanması durumunda konuşmacılardan ve simültane tercümanlardan izinlerin alınması**



76



^  
77  
v

Bölüm 3

## 3.15 İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ



Şirketinizin İş Sağlığı, Güvenliği (İSG) politikası ve ilgili mevzuat, etkinlikleriniz açısından öncelik arz etmelidir. Bu çalışma prensipleri sadece çalışma arkadaşlarınızın değil, yüklenicilerinizin ve ziyaretçilerinizin de güvenliğini sağlamanızı zorunlu kılar. Bu nedenle, etkinliklerde de İSG önlemlerinin en üst düzeyde uygulanması önemlidir. Etkinlik faaliyetleri için çalışacak yüklenicilerin seçimi, yükleniciler ile yapılacak sözleşmeler, etkinlik hazırlıkları sırasındaki faaliyetler, etkinlik süresince konukların sağlığı ve güvenliği ve etkinlik sonrasında alan terk edilmeden önce yapılacak çalışmaların tümü İSG prensiplerinizi ve ilgili standartlarınızı ile uyumlu yürütülmelidir. Bu sebeple, tüm safhalarda, özellikle de planlama aşamasında, etkinliği İSG açısından değerlendirmeli, kurumunuzun standartlarına uygun yükleniciler ile çalışmalı ve uygulamaların bağımsız İSG uzmanları tarafından kontrolünü sağlamalısınız.



## Bölüm 4

# ETKİNLİK YÖNETİMİ (OFFLINE)

- 4.1 Ajans Seçim Süreci
- 4.2 Ajans Brief
- 4.3 Ajans De-brief
- 4.4 Sözleşme Uyarıları
- 4.5 Proje Ekibi

- 4.6 Davetli Yönetimi
- 4.7 Davetiye
- 4.8 Fotoğraf ve Video Çekimi
- 4.9 Mekan ve Zaman Planı
- 4.10 İçerik Yönetimi

- 4.11 Provaya Hazırlık
- 4.12 Prova Kontrol Listesi
- 4.13 Etkinlik Günü Adımları
- 4.14 Genel Doğrular



***"Bazıları güzel bir mekan peşinde koşar.  
Bazıları mekanı güzelleştirir."***

**/ Hazrat Inayat Khan**

^  
81  
v

Bölüm 4

## 4.1 AJANS SEÇİM SÜRECİ\*

\* ve diğer tüm tedarikçiler





İhale usulüyle ajans seçimi yaparsanız en az 3 ajansdan teklif almalısınız. Ayrıca seçim sürecinde şu sorulara cevap aramalısınız:

■ **Ajansın**, planladığınız düzeyde bir projeyi veya etkinliği gerçekleştirecek tecrübesi var mı?

■ **Vereceği** hizmetlerin ne kadarını kendi bünyesinde verebiliyor, ne kadarını outsource ediyor?

■ **Daha** önce ilgili ajansla çalışmış olan diğer paydaşların yorumları nasıl?

■ **Ajansın** fikir ve konseptleri amacınıza, şirketinize, hedef kitleye, stratejinize, sürdürülebilirlik yaklaşımınıza, fayda ve maliyet değerlendirmenize uygun mu?

■ **Krize** açık konularda ya da kriz durumlarında iletişim stratejisi geliştirip uygulama yapabilecek yetkinliğe sahip mi?

■ **Etkinlik** planlama ve uygulamada sürdürülebilirlik yaklaşımını benimseyerek çevre hassasiyetiyle hareket edebilir mi?"

■ **Online** bir etkinlik düzenlenecekse, gerekli dijital alt yapıyı sunabilecek yetkinliği var mı?

■ **Adil** seçim yapabilmek açısından, bir kurum veya birey tarafından önerilen ajans ile öneren taraf arasında nasıl bir ilişki var?

■ **Ajansın** referansları ve mali sicil kayıtları incelendi mi?

■ **Ajans,** etkinlik için teminat mektubu sağlayabiliyor mu?



^  
85  
v

Bölüm 4

## 4.2 AJANS BRIEF



Hedefinize uygun konsept ve etkinlik fikirleri için ajanslara verdiğiniz bilgilerle beraber beklentileriniz konusunda da net olmalısınız. Brief aşamasından önce mutlaka bütçenizi belirlemeli, gerekli ise gizlilik sözleşmesi imzalamalısınız. Ajansla şu bilgileri paylaşmanızı öneririz:

■ **Bir** proje tanıtım metni hazırlayarak etkinliğin amacını, ana mesajını ve stratejisini kağıda dökmelisiniz.

■ **Etkinliğin**

zamanlaması, süresi ve türü ilgili detayları (yıl/ dönem bilgisi, tek gün, yüz yüze ya da online vb.) vermelisiniz.

■ **Etkinlikle** ilgili hedef lokasyonu (İstanbul gala yemeği, Akdeniz Bölgesi otel organizasyonu ya da açık hava vb.) belirtmelisiniz.

■ **Ağırlanacak** toplulukla ilgili detayları (kişi sayısı, iç ve/veya dış paydaş katılımı, cinsiyet profili, yaş ortalaması, Protokol ve basın daveti bilgileri vb.) paylaşmalısınız. Aynı etkinliğin önceki dönem sunumlarını da göndermelisiniz.

■ **Ajanstan** beklentilerinizi (ana konsept, yaratıcı fikir, dijital çözüm, sahne ve dekor detayları, performans ve içerik vb.) net bir şekilde ifade etmelisiniz.

■ **Çevreci** ürünlerin ve tasarrufa yönelik önerilerin oluşturulmasını talep etmeli, içeriklerin bu kriterlerle yaratılmasını istemelisiniz.

■ **Markanızın** karakteristik özelliklerini ve dilini ajansa doğru şekilde aktarmalısınız.



- **Brief** ve de-brief dönüşü için teslim ya da sunum tarihini netleştirmelisiniz.

- **Bütçe** konusunda belli bir aralık belirlemelisiniz.

- **Konkur** değerlendirme sürecini şeffaf bir şekilde tanımlamalı, taraflarla paylaşmalısınız.

- **Kurumsal** kimlik ve ihtiyaç duyulabilecek materyalleri ajansa zamanında iletmelisiniz.

*Çok tanınmış bir sunucu mu yoksa çevre duyarlılığı olan bir isim mi?*

■ **Kırmızı** çizgilerinizi belirlemelisiniz. Önceki etkinliklerden olumsuz geri dönüşler ya da projenize özel bildirimler söz konusuysa önceden paylaşmalısınız.

■ **Projenin** gizlilik seviyesine göre, brief için de gizlilik protokolü kullanabilirsiniz.

■ **Tüm** ajanslarla, eşit bir şekilde, aynı bilgileri paylaşmalısınız.

Bölüm 4

## 4.3 AJANS DE-BRIEF

^  
90  
v



Gelen teklifleri kriterleriniz doğrultusunda değerlendirmeli (stratejik yaklaşım, konsept, tasarım, hijyen konuları, Sıfır Bazlı Bütçeleme, çevre dostu uygulamalar vb.), yaklaşımını ya da konseptini seçtiğiniz ajansla anlaşmadan önce de-brief vererek, operasyon ve prodüksiyon kalemlerini netleştirmelisiniz. Bu süreçte, geçmiş yılların gerçekleşen bütçeleri de sizin için iyi bir ölçü olabilir.

■ **Detay** yorumlarınızla projeyi ideal haline getirmeye çalışmalısınız.

■ **Bir** konsept belirlenecekse, bu konseptin tüm yıl, farklı iletişim kanallarında kullanılıp kullanılmayacağını irdelemelisiniz.

■ **Kullanılacak** fikri ve çözümleri dikkatle seçmelisiniz. Seçilen konsept ile ilgili farklı beklentileriniz varsa net bir şekilde aktarmalısınız.

■ **Yedek** planların (back-up), olası aksaklıklar için kriz planlarının da paylaşılması yararlı olacaktır.

■ **Hedefler** ve koşullar doğrultusunda etkinlik mekanı alternatiflerini bizzat görmeli, etkinlik mekanı ve ulaşım planının, özellikle de engelli bireyler için uygunluğundan emin olmalısınız.

■ **Online** bir etkinlik yapılacaksa, kullanılacak alt yapı ve teknik alternatifleri (IGTV, YouTube kanalı, Microsoft Teams, etkinlik uygulaması vb.) incelemelisiniz.

■ **Seçilen** müzik ve sahne şovları için, konsept, koreografi, müzik ve kostüm gibi başlıklarda ayrıca detaylı brief vermelisiniz.

- **Üretim** gerektiren (dekor, sahne, teknik altyapı vb.) tüm kalemleri listelemeli ve üretim sürelerinin netleşmesini sağlamalısınız.

- **Sanatçı/sunucu**, film, performans, sunum vb. konuların kurumunuzun standartlarına uygunluğunu kontrol etmelisiniz.

- **Güvenlik** ve gizlilik gibi konularda zorunlu uygulamaları paylaşmalı, etkinliğin akış ve bütçe çalışmalarını netleştirmelisiniz.

- **Ulaşım**, transfer ve konaklama ihtiyaçlarınızı, ilgili paydaşlara sunarak bütçe talep etmelisiniz.

***Etkinlikten artan yiyecekleri atmak yerine, barınaklara yollamayı düşünebilirsiniz.***

■ **Etkinlik** sonrasında atılacak ürünlerin, ajans tarafından yeniden kullanıma yönlendirilmesi konusunu taahhüt altına almalısınız.

■ **Tüm** ajanslara aynı zamanda dönüş yapmalı, değerlendirme sonucuyla ilgili detaylı bilgi vermelisiniz.

■ **Sözleşme** aşamasını tamamlamalısınız.





^  
95  
v

Bölüm 4

## 4.4 SÖZLEŞME UYARILARI



Sözleşmeler etkinlik sürecinin garantisidir. Mutlaka gerekli vakti ayırmalı, süreci sonuna kadar takip etmelisiniz.

■ **Operasyon** sürecinin başarılı bir şekilde geçmesi, iş güvenliği ve çalışma şartlarının yeterliliği için, prova ve kurulum sürelerinden asla taviz vermemelisiniz.

■ **Ajans** ödeme planı, oranları ve zamanlamasının sözleşmenizde de yer almasını sağlamalısınız.

■ **Etkinlik** alanında görev alacak tüm çalışanların SGK'lı olmasına, sabıka kaydı kontrollerinin yapılmasına dikkat etmelisiniz.

■ **Kıyafet** kurallarını muvafakatname ile garanti altına almalısınız.

■ **Tüm** üretim süreçleri için (kitap, web sitesi, film, simültane çeviri, animasyon, sunum, sahne şovu vb.) telif sözleşmelerini imzalamalı, lisanslama ve kişisel verilerin korunması ilkesine uygunluk durumunu kontrol etmelisiniz.

■ **Tüm** üretim aşamaları için gereken son onay ve teslim tarihlerini anlaşmalarla kayda almalısınız.

■ **Üçüncü** partilerle gerçekleşen tüm sözleşme süreçlerini Hukuk Departmanı ile koordineli bir şekilde yürütmelisiniz.

■ **İçerikler** hazırlanırken tüm yasal izinleri almalı, kullanım haklarını sözleşmeyle belirlemelisiniz.

■ **Projede** çalışacak müzisyen, koreograf, oyuncu, yönetmen ve benzeri yaratıcı ekip üyeleriyle ilgili seçim kriterleri, değişiklik ihtiyaçları, maliyet, onay mekanizması ve benzeri ayrıntıları sözleşmeyle garanti altına almalısınız.

■ **Ajanların** verdikleri hizmeti standart ve anlaşılır kriterler çerçevesinde değerlendirebilir, değerlendirmelerin sonucuna göre ödeme skalası belirleyerek bunu sözleşmeye ekleyebilirsiniz.

■ **Son** olarak, yerine getirilmeyen sözleşme maddeleriyle ilgili olarak, Hukuk Departmanı'yla iş birliği içinde, cezai uygulamaları belirlemeli ve iş ortağınızla bu konuda mutabık kalmalısınız.

Bölüm 4

## 4.5 PROJE EKİBİ



99



Proje ekibini yönetebilmek için, ilk olarak ajans ekip üyelerini tanımaya vakit ayırmalısınız.

**Hazırlık aşamasına geçmeden önce, planladığınız etkinlik için SWOT analizi yapmalısınız. Sonuçları paylaşmalı ve iyileştirme önerilerini mutlaka dikkate almalısınız.**

**Etkinlik özelinde detaylı kontrol listesi oluşturmalısınız.**

**Etkinliğe ev sahipliği yapacak olan yöneticinin talep ve beklentilerinden haberdar olmalısınız.**

**Organizasyonda görev alacak kişileri ve sorumluluk alanlarını listelemelisiniz.**

**Birden çok ajansın yer aldığı bir organizasyon hazırlığındaysanız, lider ajans konumlandırması yapmanız faydalı olacaktır.**

**Proje ekibinin iç iletişim metoduna ve iletişim kanallarına karar vermelisiniz.**

**Tüm iş onayları ve revize taleplerini yazılı olarak saklamalısınız.**

Bölüm 4

## 4.6 DAVETLİ YÖNETİMİ



101





■ **Tüm** katılımcı bilgilerinin dijital ortamda bulunması etkinlik günü karşılama sırasında büyük kolaylık sağlar.

■ **Davetli** listesini etkinliğin içeriğine göre oluşturmalısınız.

■ **Davetli** sayısını belirlemelisiniz.

■ **Salgın** döneminde sosyal mesafe kuralını göz önünde bulundurarak planlama yapmalısınız.

■ **Davetiyelerin**  
gönderimini yaklaşık  
1 ay önceden  
tamamlamanız  
önerilir.

■ **Kurumlardan**  
çağrılacak kişilerin  
unvanlarının güncel  
olup olmadığını  
kontrol etmelisiniz.

■ **İletişim** adresleri  
güncellenmiş isim  
listelerini, mümkün  
olan en kısa zamanda  
oluşturmalısınız.

■ **Gerektiğinde**, davetle  
ilgili ilk bilgilendirme  
olarak, "save the date"  
çalışması yapılması  
önerilir.

■ **Davetlilerin** katılım durumunu mutlaka öğrenmelisiniz.

■ **LCV** yapacak görevliler için, tanıtım metnini ve olası sorulara verilecek cevapları yazılı olarak hazırlamalısınız.

■ **Davetliler** arasında konaklama talebi olan olursa koordinasyonu mutlaka önceden yapmalısınız.

■ **Davetlilerin** bilgilerinin Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) kapsamında korunmasına dikkat etmelisiniz.

^  
105  
v

Bölüm 4

## 4.7 DAVETİYE



Katılımcılara etkinliğe dair ilk izlenimi davetiye sunar. Bu nedenle, davetiyenin tasarımı, konseptinizi, yaklaşımınızı ve mesajınızı aktarmanız adına önemli bir fırsat barındırır.

■ **E-davetiye** kullanımını önceliklendirmelisiniz.

■ **Arzu** ediliyorsa bağış bilgisi de verebilirsiniz.

■ **Davetiyenin** isme özel ya da eşli olup olmadığı bilgisine davetiyede yer vermelisiniz.

■ **Kıyafet** kodunu belirtmelisiniz.

■ **LCV** numarası, e-posta adresi ve son bildirim tarihinin davetiyede mutlaka yer almasını sağlamalısınız.

■ **Etkinlikle** ilgili bir web sitesi, sosyal medya hesabı ya da dijital medya kanalı varsa, adresini ve kullanılacak #hashtag'i paylaşmalısınız.

■ **Etkinlik** mekanının iletişim bilgilerini ve krokisini davetiyeye de eklemelisiniz.

- **Güvenlik** kartlarını (gerekli ise) hazırlamalısınız.

- **Davetiyeler** teslim edilirken, hijyen kurallarına dikkat edilmesini sağlamalısınız.

- **Dijital** organizasyonlarda mecraya uygun davetiye tasarımı yapılmasına özen göstermelisiniz.

- **Vale** ve otopark bilgisini yazmalısınız.

*QR koduyla hazırlanan dijital davetiyelerde tüm bilgiler dijital mecraya yüklenebilir.*



^  
109  
v

Bölüm 4

## 4.8 FOTOĞRAF VE VİDEO ÇEKİMİ



Fotoğraf ve videoların kalitesi etkinliğin kalitesini yansıtır. Bu konuda yapacağınız doğru uyarılar sonuçlara olumlu şekilde yansiyacaktır.

■ **Film** ve fotoğraf çekimini gerçekleştirecek ekiplerle ilgili gizlilik ve kişisel verilerin korunması konusundaki hukuki prosedürleri eksiksiz uygulamalısınız.

■ **Fotoğrafçıları** ve kameramanları etkinliğin içeriği ve konsepti hakkında bilgilendirmeli, etkinlik günü, akışı kendileri ile önden paylaşmalısınız.

■ **Etkinlik** mekanında kurum adına çalışacak kameraman ve fotoğrafçılar için sosyal mesafe kurallarını gözetilen alanlar belirlemelisiniz.

■ **Fotoğrafçı** ile birlikte önden keşif yapmalı, ışık kontrollerini gerçekleştirmelisiniz.

■ **Yönetici** provalarında da fotoğrafçıyı hazır bulundurmalısınız.

■ **Toplantı** esnasında kürsüde fotoğraf çekimi iyi sonuç vermediği için toplantı başlamadan önce konuşmacının fotoğrafını çektirmelisiniz.

■ **Etkinlik** başlamadan önce arşiv amaçlı olarak mekanın dekor unsurlarının fotoğraflanmasını sağlamalısınız.

*Fotoğraflarda logonun gelişigüzel bir şekilde kesilmemesine dikkat etmek gerekir.*

■ **Toplu** fotoğraf ve video çekiminde kadın/erkek oranına özen göstermelisiniz.

■ **Fotoğraf** ve videoları, benzer kareler ayıklanmış, uygun kadrajlı olmayanlar elenmiş şekilde teslim almalısınız.

■ **Etkinlik** çekim ekibinin medya materyallerini farklı formatlarda (yüksek ve düşük çözünürlüklü fotoğraf, ham görüntüler, video klipler vb.) hazırlamasını sağlamalısınız.

■ **Etkinlik** esnasında sosyal medyadan yapılacak fotoğraf ve video paylaşımlarını yönetmelisiniz. Kurum çalışanlarınıza bu konuda yönlendirme yapmalı ve gelişigüzel paylaşımlara engel olmalısınız.

^  
113  
v  
Bölüm 4

## 4.9 MEKAN VE ZAMAN PLANI



Gerek mekan seçimi gerek zamanlama tespiti en önemli başlıklarınız arasında gelir. Organizasyonun büyüklüğüyle doğru orantılı olarak, sağlıklı bir akış için gereken mekan kiralama süresini belirlemeniz etkinliğiniz için kritik önem taşır.

■ **Mekanın** davetli sayısını, teknik yeterlilik ve lojistik açısından uygunluğunu tespit etmelisiniz.

■ **Etkinlik** alanını rezerve etmelisiniz. Kurulum süresini göz önünde bulundurarak, ne kadar süre gerekecekse etkinlik öncesinde ona göre mekan kiralaması yapmalısınız.

■ **Dekor** planlamalarınız için alanın mimari ölçüsünü ve detaylarını edinmelisiniz.

■ **Mekan** yerleşim planı hazırlatmalısınız.

■ **Mekan** seçimi ve yerleşiminde "Engelsiz Etkinlik" anlayışıyla hareket etmelisiniz. Buna göre, tüm geçiş ve erişim alanlarının engelli davetliler için en doğru şekilde organize edildiğinden emin olmalısınız.

■ **Hava** durumu kontrolü yapmalı, açık ve kapalı mekan opsiyonlarını belirlemelisiniz.

Kurulum süresini belirlerken Şu noktalara dikkat etmelisiniz:

**Nakliye gerektiren kalemler ve teslim süreleri**

**Üretim gerektiren kalemler ve teslim süreleri**

**Satın alma/kiralama gerektiren kalemler ve teslim süreleri**

**Teknik ekip, sahne, dekor ve masa düzeni kurulum süreleri**

Prova süresini belirlerken Şu noktalara dikkat etmelisiniz:

**Tüm sahne, Őov ve konuşmacılar için gereken süre**

**Tüm içerikler hazır olduğunda, genel akış provası için gereken süre**



Bölüm 4

## 4.10 İÇERİK YÖNETİMİ



117



İçerik tasarımı etkinliğe anlam veren, ruh katan bir başlıktır. İçeriklerin yaratıcılığı kadar konseptte uygunluğu da etkinliğin başarısına doğrudan etki eder.

■ **Sahne** yapılacak konuşmalardaki stratejik mesajların birbiriyle uyumuna ve akıştaki yerlerinin doğruluğuna dikkat göstermelisiniz.

■ **Etkinlik** sırasında gösterilecek tüm sunum, film, animasyon, sahne şovu vb. içerik kalemlerini konseptle tutarlılık, devamlılık ve itibar perspektifinden değerlendirmelisiniz.

■ **Konuşma** ve sunumlarda kullanılan dil, ifade ve terimlerin, katılımcı ve hedef kitleye uygunluğuna özen göstermelisiniz.

■ **Verimlilik** açısından, içeriği şekillendirirken, toplantı ya da sunum sürelerinin davetlileri sıkmayacak uzunlukta olmasına önem vermelisiniz.

■ **Özellikle** tam günlük, uzun süreli toplantılarda, sahne akışında sunulan içerikleri, konukların konsantrasyonu üzerinden değerlendirmeli ve molaları buna göre ayarlamalısınız.

■ **Her** zaman etkileşimli içerikleri, tek yönlü sunumlara tercih etmelisiniz.

■ **Geleneksel** ve dijital mecralar için hazırlanan içeriklerin birbiriyle uyumlu olmasına önem vermelisiniz.

120

^

120

v

- **Sunucu** ve sanatçıların sahnede yapacakları konuşmaları yazılı olarak kendileriyle paylaşmalı, onların katkılarını değerlendirmeli ve metne bağlı kalmalarının önemini altını çizmelisiniz.

- **Üst** yönetiminizin katılacağı tüm etkinliklerde, ilgili birimlerin içeriklere revize verebileceğini öngörmeli, zaman planını buna göre yapmalısınız.



Bölüm 4

## 4.11 PROVAYA HAZIRLIK



121



En büyüğünden en mütevazisine, her etkinliğin başarısı prova sırasında belli olur. Provaya ayıracağınız vakit mutlaka karşılığını verir. Hazırladığınız akışta her detayın yazılı olması tavsiye edilir. Prova öncesi hazır olması gerekenler:

**Teslim ve kurulum dahil olmak üzere ön-hazırlık zaman planı**

**Prova ve etkinlik günü zaman planı**

**Prova akışı**

**Etkinlik günü akışının dakika dakika tüm aşamaları**

**Tüm görevlilerin, cep telefonu numaraları ve sorumluluk alanlarının tam listesi**

**Üçüncü parti katılımcıların iletişim bilgileri ve görev tanımları**

**Etkinlik mekanında kullanıma açılan tüm bölümlerin (kulis, depo vb.) bilgileri**

**Markanın tanıtım malzemeleri ve yerleri**

**Tüm teknik bilgiler**



122



Bölüm 4

## 4.12 PROVA KONTROL LİSTESİ



123



Başarılı bir prova için kontrol listeleri elzemdir. Listelerinizde her detayın yazılı olması tavsiye edilir. Aşağıdaki başlıkların tamamını kontrolden geçirmelisiniz.

**Güvenlik önlemleri**

**Sağlık ve hijyen için gerekli önlemler**

**Teknik altyapı, ışık ve ses sistemleri, jeneratör vb. ile ilgili hazırlıklar**

**Dekor teslim ve kurulumu**

**Logolu malzemeler ve kurumsal kimlik kontrolleri**

**Karşılama masası kurulumu ve davetli listesi**

**Masa düzeni kurulumu**

**Oturma kartları**

**Teknik akış**

**Sahne şovlarının provası**

**Sunum, film vb. tüm içeriklerin sahnede gösterimi**

**Sunucu ve konuşmacı kartlarının hazır olması ve içerik kontrolü**

**Kurdele kesimi varsa etkinlik isminin yazılı olduğu kurdele, yeterli sayıda makas ve sunucunun sahneye çağıracağı isimlerin listesi**

**Sahneye çağrılacak kişilerin isim ve sıfatlarının kontrolü**

**Sosyal medya paylaşımlarının içerik kontrolü**

**Ağırlama ve transferlerle ilgili son kontroller**

**Temizlik kontrolü**



^  
125  
v

Bölüm 4

## 4.13 ETKİNLİK GÜNÜ ADIMLARI



Etkinlik günü izlenecek adımlar aşağıda özetlenmiştir. Özel konseptli etkinliklerde bu liste değişebilir.

#### **Transfer ve alana giriş**

**Karşılama esnasında Kurumunuz üst yönetimi ve Protokol düşünülerek, ev sahibi konumlaması yapılması, gerektiğinde birden fazla kişinin aynı anda gelebileceğinin öngörülmesi**

**Tüm teknik altyapının çalışır durumda olması**

**İnternet bağlantısı**

**Etkinlik mekanının havalandırılması**

**Kullanılıyorsa kulislerin kontrolü**

**Kurum içi ve dışı sorumluların yerini alması**

**Host ve hosteslerin kılık, kıyafet kontrolleri ve görev dağılımları**

**Vale, runner ve kulis sorumlularının görev yerlerinde olmaları**

**Etkinlik senaryosunun ve sahne akışının paylaşılması**

**İçerik hazırlıkları**

**Canlı performans**

**Masa ve oturma düzeni kontrolleri**

**İkram sorumlusu ile koordinasyon**

**Basın katılımı olacaksa, basın odası ve basın röportaj alanlarının kontrolü**

**Mobil uygulama ya da web sitesi güncellemeleri**



126



Bölüm 4

## 4.14 GENEL DOĞRULAR



127



Etkinliğinizin konseptinden ve hedefinden bağımsız olarak, her zaman geçerli bazı temel doğrular vardır. Bu bölümde aktarılan detaylar pek çok başlıkta işinizi kolaylaştıracaktır.

### ■ **Planlama**

aşamasında, etkinliğin hangi formatta olacağına karar vermelisiniz. Fiziksel, hibrit ya da online formatlardan birini seçmelisiniz.

### ■ **Etkinliğin** akışı

planlanırken içeriğe katılan her bir ögenin programın bütününe etkisini değerlendirmelisiniz.

Akışı zorlaştıracak ya da riske sokacak detaylardan kaçınmalısınız.

■ **Saha** içinde her bir birimin başında bir süpervizörün bulunmasını sağlamalı ve hepsinin doğru bilgilendirildiklerinden emin olmalısınız.

■ **Yabancı** ortaklı işlerde çift dil (Türkçe ve İngilizce) sunum planlaması yapmalısınız.

■ **Genel** dekor ile etkinlik tasarım dilinin uyumundan emin olmalısınız. Çiçek ve benzeri süslemelerde marka değerlerine hassasiyetin yanı sıra zarafeti de önemsemelisiniz. Abartılı dekorlardan ve tek kullanımlık plastik malzemedan kaçınmalısınız.

■ **Etkinliklerin** genelinde, çevre dostu uygulamaları önceliklendirmeli, tasarım ve planlama aşamasında sürdürülebilirlik ve verimlilik bakış açısıyla hareket etmelisiniz.

■ **Davetlileri** bekletmeyecek, hava şartlarından etkilenmemelerini sağlayacak şekilde çözümler üretmelisiniz.

■ **Hediye** ve ödül söz konusu olduğunda, toplumsal ihtiyaçları ve sosyal sorumluluk boyutunu mutlaka hesaba katmalısınız.

■ **Gerek** sahne üstünde gerekse oturma düzeni olan uygulamalarda, kadın/erkek denklğine özen göstermelisiniz.

■ **Etkinlik** mekanı krokisi üzerinde, tüm davetliler için tek tek çalışma yapmalısınız.

■ **Protokol** ve basın mensubu katılımında her iki grubun da ihtiyaçları doğrultusunda yerleşim yapmalısınız.

*İkramda bolluk mu mönüde yaratıcılık mı?*

130



■ **Oturma** düzeni olan etkinliklerde, davetlileri, eşlik ettikleri kişilerle birlikte oturabileceğiniz gibi, kaynaşma oluşturacak şekilde ayrı ayrı masalara da yerleştirebilirsiniz.

■ **Hem** Protokol yönetimi, oturma düzeni ve ikram sayılarını belirleme açısından hem de bütçeye doğrudan etkisi nedeniyle mutlaka LCV almalısınız.

■ **Ses** ve ışık kullanımı, müzik seçimi konularında mekana, davetlilere ve şartlara göre en ideal çözüm için ajanslarınızı ve ekip arkadaşlarınızı özellikle uyarmalısınız.

■ **Yurt dışında** yapacağınız etkinliklerde o ülkenin koşullarını ve yükümlülüklerini önceden öğrenmeli, uygun aksiyonları almalısınız.

■ **Tüm** teknik altyapı için tam prova almalısınız.

■ **Yabancı** misafirleriniz var ise mutlaka simültane tercüme organize etmelisiniz. Tercümenin dilini önceden kontrol etmeli, misafirlerin kulaklık aldığından emin olmalısınız.

■ **Misafirlerin** sağlıklı, güvenli ve hijyenik bir ortamda olduklarından emin olmalarını sağlamalısınız. Pandemi dönemlerinde maske ve sosyal mesafe kuralına çok dikkat etmelisiniz.

■ **Etkinlik** alanının araç park imkanını kontrol etmelisiniz. Özel park yeri mevcut ise halka açık olup olmadığını öğrenmelisiniz.

*Çiçek hediye etmek mi yoksa fidan dikmek mi?*



■ **Etkinlik** alanı  
tuvaletlerinde hijyen  
seti benzeri  
detayları  
unutmamalısınız.

■ **Protokol**  
karşılamlarında ve  
eşliklerde, birebir  
görev dağılımına  
dikkat etmelisiniz.

■ **Ambulans** için uygun  
bir bekleme alanı  
belirlemeli ve ekip  
üyeleri için ikram  
temininde  
bulunmalısınız. Hızlı  
erişim için görevlilerin  
iletişim bilgilerini her  
an el altında  
bulundurmalısınız.

■ **Dekor** ve süsleme  
seçeneklerini,  
kurumunuzun gelenek  
ve alışkanlıklarının yanı  
sıra sürdürülebilirlik ve  
verimlilik yaklaşımımızı  
göz önünde  
bulundurarak  
belirlemesiniz.

■ **Masalarda** mutlaka isim kartı ve m?n? bulundurmalısınız.

■ **Host** ve hostesler etkinliklerde g?ze ?arpan unsurlar olduğu i?in, kıyafetlerinin etkinlik temasına uygunluğu ?nemlidir. Abartılı g?r?n?m ve giysi se?imlerinden ka?ınmalısınız.

■ **Se?tiğiniz** m?n?de, vejetaryen/vegan alternatiflerin olmasına ve alerjen gıdalar konusuna dikkat etmelisiniz.

■ **Yemeklerin** israfının ?n?ne ge?mek i?in tedbir almalı, otel veya catering firmasına vereceğiniz kişi sayısını doğru hesaplamalısınız.

■ **Host** ve hosteslerin sayısının gereğinden fazla olmaması i?in g?rev tanımlarını dikkatlice yapmalısınız.



## Bölüm 5

# ONLINE VE HİBRİT ETKİNLİKLERİN YÖNETİMİ

- 5.1 Avantajlar, Dezavantajlar ve Karşılaştırma Tablosu
- 5.2 Genel Yaklaşım
- 5.3 Hazırlık Süreci





***"Online tavrınız  
gerçek kimliğinizi yansıtın."***

***/ David Chiles***

^  
137  
v

Bölüm 5

## **5.1 AVANTAJLAR, DEZAVANTAJLAR VE KARŞILAŞTIRMA TABLOSU**



Dijital çağ etkinlik tasarımına yeni bir mecrayla birlikte yepyeni imkanlar getirdi. COVID-19 salgınıyla birlikte iyiden iyiye popülerleşmiş görünse de, online ve hibrit etkinlikler uzun zamandır trendi belirliyordu. Kendine has dinamikleriyle bize yeni deneyimler vaadeden bu etkinlik türleri doğru zamanda kullanıldığında son derece etkili sonuçlar verir.

|                         | AVANTAJLAR                          | DEZAVANTAJLAR                         |
|-------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>ONLINE ETKİNLİK</b>  | Az maliyet (prodüksiyona bağlı)     | İnsani sıcaklık daha az               |
|                         | Esneklik                            | Yeni teknolojilerin sınırlı imkanları |
|                         | Kolay performans ölçümü             | Olası teknik sorunlar                 |
|                         | Çevre dostu                         | Katılımcılar için daha az heyecan     |
|                         | Daha çok kişiye erişim imkanı       | Etkinliğin unutulma olasılığı         |
| <b>HİBRİT ETKİNLİK</b>  | Orta derecede esneklik              | Olası teknik sorunlar                 |
|                         | Kolay performans ölçümü             | Canlı yayın riskleri                  |
|                         | Zengin bir deneyim                  |                                       |
|                         | Daha çok kişiye erişim imkanı       |                                       |
| <b>OFFLINE ETKİNLİK</b> | Yüz yüze iletişim                   | Pahalı                                |
|                         | Daha akılda kalıcı                  | Esnek değil                           |
|                         | Heyecanlı                           | Performansı ölçmek zor                |
|                         | Networking açısından en uygun ortam | Her zaman çevre dostu değil           |



^  
139  
v

Bölüm 5

## 5.2 GENEL YAKLAŞIM



Online ve hibrit etkinlikler kendine özgü dinamikler barındırmaktadır. Etkinlik içeriğinin, görsel tarzının ve akış planının mecranın ruhuna uygun şekilde belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Teknolojinin sürekli gelişerek değişmekte olduğu dikkate alınarak, özellikle yeni teknoloji kullanımında kaliteden ödün verilmemesi önemlidir.

■ **Online** ve hibrit etkinliklerde uzun konuşmalar ya da yoğun dikkat gerektiren içerikler yerine, kısa ve dinamik içerikleri tercih etmelisiniz.

■ **Akış** esnasında, bir sonraki bölümü ekran yazılarıyla önceden ilan ederek dikkati canlı tutabilirsiniz.

■ **Sunum** bölümlerinde bilgisayar ve telefon ekranlarını düşünerek, 16:9'dan daha geniş ebatlar kullanmamalısınız.



*Online  
buluşmalarda  
katılımcıları, ilgi  
alanlarına göre  
ayıp, farklı  
salonlarda  
buluşturabilirsiniz.*

■ **Sunumlarda** yazı puntolarını normalden büyük, slayt başına düşen cümle sayısını normalden az tutmalısınız.

■ **Online** ve hibrit etkinliklerde katılımı her an yüksek tutmak için, normalden daha fazla kişi davet etmelisiniz.



■ **Hazırlanacak** uygulamanın tasarımsal açıdan çekici olmasına önem vermelisiniz. Örneğin, "etkinliğe katılmak istiyorsan tıkla" demek yerine "telefonunu salla" demeyi tercih etmelisiniz.

■ **Etkinlik** özelinde dijital uygulamalar oluşturma imkanına da sahipsiniz. Bu uygulamalarda dikkati yakalamak adına, uyarı iletilerinden (push notification) yararlanabilirsiniz.

■ **Katılımcıların** sohbet edip, görüşlerini paylaşabilecekleri ve "networking" yapabilecekleri bölümler oluşturmalısınız.

■ **Etkinlik** öncesi veya sonrasında uygulama üzerinden bir "happy hour" organize edebilirsiniz. Örneğin, etkinlikle ilgili olarak belirlenen bir #hashtag sayesinde katılımcılar selfie çekip paylaşabilirler. Böyle örneklerle etkileşimi yükseltebilirsiniz.



▲  
143  
▼

■ **Katılımcılara,**  
kendilerine ait bir  
profil oluşturma  
imkanı sunmalı,  
böylelikle etkinlik  
ajandalarını  
kendilerinin  
yönetmesini ve diğer  
katılımcılarla  
görüşmelerini  
sağlamalısınız.

■ **Etkinlik**  
uygulamalarında ana  
sayfa oluşturabilir,  
burada konuşma ve  
tartışma grupları  
açabilirsiniz.



^  
144  
v

Bölüm 5

## 5.3 HAZIRLIK SÜRECİ



Teknolojinin gelişmesi ve COVID-19 salgınıyla birlikte, etkinlik endüstrisinde online ve hibrit etkinlikler eskisinden de önemli hâle geldi. Her iki etkinlik modeliyle de, artık çok daha fazla kişiye, çok daha hızlı bir şekilde erişebiliyorsunuz.

■ **Dijital** çözümler sunabilen firmalar artık en büyük ve en önemli tedarikçilerimizden biri olacak. Bu açıdan, çalışacağınız ajansın referanslarına ve teknik alt yapısına önem vermelisiniz.

■ **Cisco** WebEx, Skype ve Microsoft Teams gibi platformlarda bir etkinlik düzenleyecekseniz güvenlik açığı oluşmaması adına, mutlaka önden Bilgi Teknolojileri Departmanı ile görüşmelisiniz. Seçilen platformun, aynı anda canlı bağlanacak olan katılımcı sayısını kaldırıp kaldıramadığını önceden test etmelisiniz.

■ **Online** ve hibrit etkinliklerde karşı tarafa enerjiyi hissettirmek çok önemli olduğu için, katılımcıların dikkatini çekebilecek bir moderatör seçmelisiniz.

■ **Sosyal** medya kullanımının online etkinliklerde daha da artması nedeniyle, ilgili kanalları daha aktif bir şekilde kullanmayı düşünmelisiniz. Hangi kanalı kullanacağınızı dikkatle seçmeli, etkileşime özel önem vermelisiniz. Mutlaka etkinliğe özel bir #hashtag belirlemelisiniz.

■ **Online** veya hibrit bir etkinlikte katılımcıların dikkatini toplamak daha zor olduğu için çarpıcı tasarımlar ve arka plan görselleri kullanmalısınız.

■ **Online** ve hibrit etkinliklerde kişiselleştirilmiş uygulamalar yaratmaya önem vermelisiniz.

■ **Sanal** gerçeklik kullanımı artmakta olduğu için, etkinliğinizi planlarken bu teknolojiyi de değerlendirebilirsiniz. Bunu yaparken, elbette, çevreci hassasiyetleri göz önünde bulundurmalısınız.

■ **Canlı** yayınlanacak etkinliklerin sonrasında videolara ve sunumlara erişim izni verip vermeyeceğinize önceden karar vermelisiniz.

■ **Kamuoyuna** açık olmayan etkinliklerde, güvenlik tedbiri olarak, "kullanıcı adı" ve "şifre" kullanılmasını sağlamalısınız.

■ **Canlı** yayın şeklinde bir etkinlik gerçekleştirecekseniz, altyapı, kurulum ve bağlantı kontrolleri ile stres ve yük ölçüm testlerini mutlaka önceden yapmalısınız.

■ **Online** etkinliklerinizde de çevreci yaklaşımın uygulanabilirliğini araştırmalı, verimli kaynak kullanımına dikkat etmelisiniz.



## Bölüm 6

# SALGIN DÖNEMİNDE ETKİNLİK YÖNETİMİ

- 5.1 Etkinlik Kararı Almadan Önce
- 5.2 Salgın Döneminde Alınacak Önlemler





***"Hepimizin ilk serveti sağlığıdır."***

**/ Ralph Waldo Emerson**

Ülkemizde 2020 yılı Mart ayı itibarıyla yaşanan Covid-19 küresel salgını süresince, bulaş endişesi ile askıya alınan fiziksel etkinlikler, yerini hızla online ve hibrit etkinliklere bıraktı. Günlük hayatı büyük bir hızla dijitalleştiren ve iletişim teknolojilerini hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline getiren yeni iş yapış biçimi, sadece etkinlikleri değil tüm çalışma hayatını kalıcı şekilde değiştirdi. Salgının sonlanmasının ardından dahi sektörümüz özelinde hibrit ve online etkinlikler devam etmekte.

COVID-19 salgını, önümüzdeki yıllarda da insan sağlığını tehdit edebilecek olası hastalıklara yönelik öngörülerini kuvvetlendirdi. Deneyimlediğimiz üzere salgın dönemlerinde etkinliklerde güven kavramı öne çıkıyor. Kişi sayısının minimum düzeye indirildiği uygulamalarla, davetlilerin etkinlik esnasında kendilerini güvende hissetmeleri, sağlıklarının önemsendiğini fark etmeleri önceliğimiz oluyor. Bunun sonucu olarak, etkinlik mekanını belirlerken kapasite ve sağlıklı havalandırma sistemi ya da açık hava imkanı gibi özellikler daha da önem kazanıyor. Etkinliklere dijital platformdan katılım olanaklarının sağlanması ise yeni bir gereklilik olarak karşımıza çıkıyor.

Rehberin bu bölümü, salgın dönemindeki hijyen önlemlerini Covid-19 pandemisindeki uygulamalar çerçevesinde özetlemektedir. Olası yeni bir salgın döneminde organizasyonlarımızda Dünya Sağlık Örgütü ve T.C. Sağlık Bakanlığı'nın belirlediği yönergeler bizler için minimum seviyeyi belirlemelidir.



^  
151  
v  
Bölüm 6

## 6.1 ETKİNLİK KARARI ALMADAN ÖNCE



Markaların pazarlama ve iletişim ihtiyaçları her dönem süreklilik arz eder. Doğal felaketler ve küresel salgın gibi durumlarda bile iletişim ihtiyacı doğabilir. Herhangi bir yüz yüze etkinlik kararı almadan önce aşağıdaki soruları cevaplandırmak fayda sağlayacaktır.

**Olağanüstü koşullarda klasik etkinlik organizasyonunun marka itibarına artıları ve eksileri neler olur?**

**Mevcut veriler, durumun ya da salgının kontrol altına alındığı konusunda ikna edici mi?**

**Fiziki (yüz yüze) etkinlik yerine online toplantı ya da webinar formatı hedefe ulaşmayı sağlamaya yetebilir mi?**

**Sosyal mesafe kurallarına tam olarak uyan, sınırlı sayıda basın mensubunun katılımıyla yapılacak bir basın toplantısı ihtiyacı karşılayabilir mi?**

**Kriz yönetimi başlığı altında gözden kaçan noktalar olabilir mi?**



^  
153  
v  
Bölüm 6

## 6.2 SALGIN DÖNEMİNDE ALINACAK ÖNLEMLER



■ **Katılımcıların** salgın tedbirleri ve uygulamalarına ilişkin bilgilendirilmeleri amacıyla, etkinlik girişinde ve kolayca görülebilecek yerlerde, uyulması gereken kurallar için görsel ve yazılı bilgilendirme panoları bulundurulmalıdır.

■ **Ziyaretçi**, seyirci ve katılımcılara, girişte, termal kamerayla veya temassız, ateş ölçümü uygulamalı, kişinin ateşi 38 dereceden yüksek ise etkinlik alanına almayarak, bir sağlık kuruluşuna yönlendirmelisiniz.

■ **Maske** kullanım zorunluluğu devam ettiği sürece, katılımcıların etkinlik alanında mutlaka maske takmalarını ve içeride buldukları süre boyunca maskelerini çıkarmamalarını sağlamalısınız. Maskesi olmayanlara, girişte verilmek üzere yeterli sayıda maske bulundurulmalıdır.

■ **Etkinlik** mekan girişi, salon girişleri, danışma, vestiyer, gişe, fuaye alanı, yemek salonları gibi genel kullanım alanlarında, asansör başlarında ve genel tuvaletlerde el dezenfektanı bulundurulmalıdır.

■ **Etkinlikte** vale hizmeti veren personelin, araç teslim alma ve etme öncesi ve sonrasında ellerini uygun antiseptik ile temizlemesini, eldiven takmasını ve taşıtları maskeli kullanmasını sağlamalısınız.

■ **Vestiye** kullanımında her bir kullanıcıya temassız bir alan sağlayarak hizmet vermeli, bunu sağlayamayacağınız durumlarda bu hizmeti kaldırmalısınız.

■ **Asansörlerin** toplam kapasitesinin üçte birini geçmeyecek şekilde kullanılmasını sağlamalı, asansör içlerine 1 metre ara ile sosyal mesafe yer işaretleri yapıştırmalısınız.

■ **Fuaye** alanında oturma gruplarını seyrek tutmalısınız. Sergi, fuaye, fuar alanlarında kapasiteyi, "4 metrekareye 1 kişi" olacak şekilde belirlemelisiniz.

- **Toplantı** düzeninde, oturma alanını, "2 kişi arası 1,5 metre" olacak şekilde ayarlamalısınız.

- **Etkinlik** alanı koltuklarında kişiler arası her yönden bir koltuk boşluk bırakmalı, salon kapasitesinin %60'ını aşmamak kaydıyla, sosyal mesafe planına uygun oturma düzeni yapmalısınız.

- **Bulaş** riskini azaltmak ve filyasyon çalışması yapabilmek için, etkinliklerde oturma düzenini önden belirlemelisiniz.

- **Davetlilere**, salon içerisinde su haricinde içecek ve yiyecek izni vermeniz durumunda, (yeme-içme sırasında maske çıkarılacağından) aralarındaki sosyal mesafenin "her yönden 2 koltuk" olacak şekilde ayarlanmasını sağlamalısınız.

***Mekânın klimalarını, %100 temiz hava kullanıldığından emin olmadan açmamalıyız.***



■ **Salonları** etkinlik başlama saatinden en az 30 dakika önce hazır hâle getirmeli, etkinlik başlama saatinden önce salona kademeli olarak misafir alımını başlatarak, girişte yığılma olmasını engellemelisiniz.

■ **Etkinlik** arasında veya sonunda, salonun fiziki koşullarını göz önünde bulundurarak, konukların kapıya en yakın yerden çıkışını sağlamalı, kapı önünde yığılmayı engellemelisiniz.

■ **Tüm** alanların temizliği, yüzeyin niteliğine göre standartlara uygun ürün kullanılarak ve doğru sıklıkta yapılmalıdır. Bu uygulamaların izlenebilirlik kayıtlarını tutmalısınız.

■ **Tuvaletlerde** el kurutma fanlarını kapatarak kullanım dışı bırakmalı, tek kullanımlık kâğıt havlular sağlamalısınız. Bu alanlarda devamlı sıvı sabun, tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu bulundurmalısınız.

■ **Tesis** içerisindeki tüm klimaları, dışarıdan %100 temiz hava alacak şekilde çalıştırmalısınız. Klima kullanımında, T. C. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi'nde belirtilen klima kullanım önlemlerine tam olarak uymalısınız.

■ **Davetlilere** kullanım için geçici olarak verdiğiniz her türlü cihaz ve ekipmanın açılmamış paketlerde sunulmasına dikkat etmelisiniz.

■ **Çay/kahve** makinesi, sebil ve içecek makinesi gibi aletlerde servis elemanı aracılığıyla servis yapmalısınız. Paketli gıda ve tek kullanımlık servis malzemeleriyle (mümkünse geri dönüşüme uygun) yiyecek ve içecek hizmeti sunmalısınız.

■ **Etkinlikte** konser verilecekse, sahnenin büyüklüğüne göre, sosyal mesafe kurallarına uygun şekilde, normalden daha az sanatçıya yer vermelisiniz.



■ **Çalışanların**, sunucu, konuk ve sanatçıların sağlık kontrolünü yaptırmalı, salgın açısından izlenebilmesi için bilgi almalısınız.

■ **Etkinlik** alanında görev alacak bütün personele, özel salgın ve hijyen eğitimi vermelisiniz.

■ **Mal** tedariki veya başka sebeplerle etkinlik alanına geçici olarak kabul edilen kişilerin temasının asgari düzeyde tutulmasına yönelik kurallar belirlemeli ve uygulamayı takip etmelisiniz.

■ **Tedarikçilerinizi** seçerken hijyen kurallarına uygunluğu önemli bir kriter olarak belirlemeli, bu konuyu koordinasyon toplantılarının en önemli maddesi haline getirmelisiniz.

■ **Personelin** kullandığı araç, gereç ve ekipmanı (telsiz, bilgisayar, barkod okuyucu, ses/ışık panosu vb.) dezenfekte ettirmelisiniz.

■ **Etkinlik** öncesi salgın önlemleri için sorumlu personeli belirlemeli, bilgilendirmeli ve eğitmelisiniz.

■ **Etkinlik** mekanındaki salon, fuaye, yeme içme alanları, geri hizmet ünitelerinin bulunduğu bölgeler, giriş-çıkış noktaları ve sıra bekleme olasılığı olan her yer için ayrı ayrı "sosyal mesafe planı" hazırlamalı ve plana uygun düzenlemeler yapmalısınız. Sosyal mesafe planına uygun olarak belirlenen kapasite bilgisini mekan girişine asmalısınız.



## Bölüm 7

# DEĞERLENDİRME SÜRECİ

7.1 Bütçe Kapama

7.2 Ölçme ve Değerlendirme

7.3 Raporlama ve Öğrenimlerin Paylaşımı



***"Değer verdiğiniz her şeyi ölçmeye çalışın."***

***/ Andy Hargreaves***

^  
163  
v

Bölüm 7

## 7.1 BÜTÇE KAPAMA



Etkinliklerimizin başarısı yarattıkları etki kadar kullandıkları kaynak miktarıyla da ölçülür. Bu noktada sonuç maliyetlerinin hesaplanması büyük bir önem taşır. Etkinlik bittikten sonra bütçe kapatılırken aşağıdaki aşamaları uygulamalısınız:

**Ajanslardan hesap kapamalarını almalısınız.**

**Gerçekleşen bütçe tablosunu hazırlamalısınız.**

**Sapmaları belirlemeli ve projenin finansal analizini yapmalısınız.**

**Sapmaları listelemeli ve bir sonraki etkinlik için göz önünde bulundurmalısınız.**



^  
165  
v

Bölüm 7

## 7.2 ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME



Ölçme ve değerlendirme süreci, hem etkinliğimizin başarısını kayıt altına almak hem de sonraki etkinliklere örnek teşkil etmesi açısından hayati önem taşır.

**Etkinlik ile ilgili eşzamanlı geri bildirimleri derlemelisiniz.**

**Etkinlik proje ekibi ile değerlendirme yapmalı, bir sonraki etkinlik için notlar hazırlamalısınız.**

**İş ortaklarının performansını değerlendirmelisiniz.**

**Memnuniyet ölçümü (mini anket vb.) yapmalısınız.**

**Dijital hareketliliği incelemeli, sosyal medya analizi yaptırmalısınız.**

**Etkinliğin medya yansımalarına bakmalısınız.**

**Ajans KPI çalışmasını unutmamalısınız.**

**Teşekkür mektupları hazırlatmalısınız.**

^  
167  
v

Bölüm 7

## 7.3 RAPORLAMA VE ÖĞRENİMLERİN PAYLAŞIMI



Etkinliğin sonuçlarının bir sonraki çalışmaya örnek teşkil etmesi sağlıklı raporlamayla mümkündür. Bir etkinlik ancak raporlama çalışması tamamlandığı gün bitmiş sayılır. Etkinlikten sonra oluşturacağınız raporlar:

**Bütçe dahil etkinlik raporu**

**Sağlık ve hijyen kurallarına uyum raporu**

**Çevresel etkiler raporu**



Ek

# SÜRDÜRÜLEBİLİR ETKİNLİK KONTROL LİSTESİ

Aşağıda detayları yer alan Sürdürülebilir Etkinlik Kontrol Listesi'ni Birleşmiş Milletler Çevre Programı tarafından yayınlanmış olan Sürdürülebilir Etkinlik Rehberi'ni referans alarak oluşturduk. Bölgesel ve sektörel deneyimlerimizle harmanlayarak pratik bir formata dönüştürmeye gayret ettiğimiz kontrol listesinin etkinlik profesyonelleri için bütünsel bir yaklaşım sunduğunu, geleceğe yönelik adımlar için bir başlangıç noktası oluşturacağını, ayrıca sektör paydaşlarının dönüşümü için de tetikleyici olacağını umuyoruz.

Kontrol listesini oluştururken, mekân, sergi ve yemek servisinde dikkat edilecek noktaları fonksiyonel olarak bir araya getirirken, enerji ve su verimliliği, atık yönetimi ve iletişim hususlarını tüm etkinlik hazırlık, uygulama ve sonraki süreçleri kapsayacak şekilde bir arada sunmak istedik.

Çevresel ayak izi düşük, sosyal olarak sorumlu ve her anlamda sürdürülebilir etkinlik tasarımında uygulamanız ve ilham vermeniz dileğiyle...



| 1. SEÇTİĞİNİZ MEKÂN AŞAĞIDAKİ KRİTERLERİ SAĞLIYOR MU?  | NOTLAR |
|--|--------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>Seçtiğiniz mekân sürdürülebilir tedarik, enerji tasarrufu, yemek hizmetleri, ulaşım ve atık gibi alanları kapsayan bir çevre /sürdürülebilirlik politikası ve eylem planına sahip mi?</li></ul>  |        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>Mekânın enerji ve su verimliliği ile atık yönetimi performansını değerlendirmek için kontrol listesindeki ilgili bölümleri inceleyebilirsiniz.</li></ul>   |        |
| <b>1.1. Ulaşım</b>   |        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>Şehir içi ulaşımın çevre üzerinde önemli bir etkisi olduğundan, mekân ve otelleri seçerken toplu taşıma bağlantılarına yakınlık da göz önünde bulundurulmalıdır. Toplu taşıma mevcut değilse, otel, mekân ve/veya varış/kalkış noktası (tren istasyonu, havaalanı) arasında seyahat için bir servis veya araba paylaşım planı düzenlenmelidir.</li></ul> |        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>Bir otobüs kiralama şirketi tutulması gerekiyorsa, hibrit/elektrik/alternatif yakıt filolarıyla çalışan ve ekolojik sürüş uygulamaları olan bir şirket seçilmelidir.</li></ul>   |        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>Etkinlik öncesi ve sonrası taşıma işlemlerinde kamyon paylaşım modeli uygulanmalı (10 farklı ürün için 10 kamyon kullanmak yerine, mümkünse yükleri birleştirmeyi değerlendirilmeli) veya ortak depolama alanı tutulmalıdır.</li></ul>   |        |
| <b>1.2. Erişilebilirlik ve Toplumsal Kapsayıcılık</b>  |        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>Mekânda herkes için tam erişilebilirlik sağlanıyor mu? (Örneğin, bina girişlerinde ve sahnelerde 1:20'den daha alçak rampa var mı?)</li></ul>  |        |
| <ul style="list-style-type: none"><li>İşitme cihazı kullanıcıları için ses düzeni uygun mu? Amfilerde ve resepsiyon masalarında işitme engelliler için gerekli sistemleri var mı?</li></ul>  |        |



|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Mekân düzenlemesi, oturma alanları açısından çeşitlilik sunuyor mu? (Örneğin, işitme engelli kişilerin işaret dili tercümanını görebilecekleri kadar yakın oturma düzeni mevcut mu? İşitme cihazı kullanıcıları için ses frekansına erişebilecekleri yerlerde oturma alanları var mı?)</li></ul> |  |
| <b>1.3. Hizmet</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Mekânın temizlik personeli veya özel temizlik hizmeti sağlayan personel, çevre dostu temizlik uygulamaları konusunda eğitim almışlar mı? Bu eğitim ürün (temizlik malzemeleri, dezenfektan vb) ve ekipman kullanımı, atık yönetimi, sağlık, güvenlik ve çevre konularını kapsıyor mu?</li></ul>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Ekolojik (eko) etiketli temizlik ürünleri kullanılıyor mu? Eko-etiketli (EU Ecolabel, Ecocert, Cradle to Cradle, Ecogarantie, Nordic Swan gibi) ürünlerin olmadığı durumlarda, kullanılan ürünler insan sağlığına veya çevreye potansiyel olarak zararlı mı?</li></ul>                           |  |

|  |  |
|--|--|
| <b>2. YEMEK SERVİSİ (CATERING)</b>   |  |
| <b>2.1. Yönetim ve Hazırlıklar</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Yemek şirketi yerel mi ve bir çevre politikasına, eylem planına sahip mi?</li></ul>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Yiyeceklerin menşei ve artıklarının azaltılması ve yönetimi konusunda farkındalığı artırmak için menüde bu amaçla yapılanlar hakkında personele ve katılımcılara bilgi veriliyor mu?</li></ul> |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Yemekhane tesisleri çevre dostu bir şekilde temizleniyor mu? (Çevre dostu temizlik için bkz. Madde 1.3. Hizmet)</li></ul>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Yemek alanında engelli veya özel ihtiyaçları olan kişilere gerekli kolaylıklar sağlanıyor mu?</li></ul>  |  |





## 2.2. Yiyecek ve İçecek

- Musluk suyu içilebilir ise her zaman tercih edilmelidir. Değil ise şişelenmiş su yerine büyük su sebilleri ve/veya sürahileri kullanılıyor mu? Tüm katılımcıların kolayca suya erişimi için birkaç su noktası kurulmuş mu? (Musluk suyunun içilebilir olmadığı durumlarda, alınan suyun ambalaj kriterlerine uyduğundan emin olunmalıdır.)
- Sunulan et ve süt ürünleri miktarı en aza indirilmiş midir? Her zaman en az bir vejetaryen seçenek sunuluyor mu?
- Vejetaryen ve vegan yiyecekler diğer gıdalardan ayrı tutuluyor ve doğru etiketlenmiş mi?
- Oturma düzenli yemeklerde, yemek şirketinden su bardaklarını önceden doldurmamaları, sipariş verildiğinde ikram etmeleri istenmelidir.
- Yerel olarak yetiştirilen, dondurulmamış yiyecek ve içecekler kullanılıyor mu? Menü, bölgede mevsimsel olarak yetişen ürünleri yansıtıyor mu?
- Organik olarak üretilmiş yiyecek ve içecekler kullanılıyor mu? Ürünler, mümkün olduğunca çoğu, bölgesel veya uluslararası organik ürün standartlarını karşıladığına dair sertifikalı mı?
- Özel bir catering firması ile çalışıyorsanız, yerel, organik ve/veya Fair Trade sertifikalı olması gereken belirli bir ürün yüzdesi belirlenmeli ve menüde bu bilgilere yer vermeleri istenmelidir.
- Hayvansal ürünlerin kullanıldığı durumlarda, yalnızca yüksek refah standartlarına göre üretilmiş ve bu şekilde sertifikalandırılmış olanlar tercih ediliyor mu? (Örneğin, serbest gezen tavuk yumurtaları, bio et)
- Deniz ve su ürünlerinin sunulduğu durumlarda, ürünler sürdürülebilir yöntemlerle yakalanmış ya da üretilmiş midir? Var ise, Marine Stewardship Council (MSC) veya benzer bir etiketle onaylanmış ürünler tercih edilmelidir.



- Yenilebilir durumdaki fazla gıdalar kar amacı gütmeyen kuruluşlara bağışlanıyor mu? (Örneğin, Tider, Fazla Gıda, Yenir vb.)

### 3. SERGİLER

- Dekor, halı ve teşhir malzemelerinin kullanımı en aza indirilmeli, gerektiğinde ise geri dönüştürülmüş malzemelerden yapılmalı ve/veya gelecekteki toplantılar için yeniden kullanılmalıdır.
- Zemini kaplamak için halı veya döşeme tahtası kullanmaktan kaçınılmalıdır. Halı kullanılması gerekiyorsa, alışlagelmiş plastik kaplama yerine geri dönüştürülmüş plastikten yapılmış yeniden kullanılabilir yer karoları kullanmaya özen gösterilmelidir. Yüksek oranda geri dönüştürülmüş ve geri dönüştürülebilir plastik elyaf içeren halı kullanılmalıdır. Daha sonra açılmayan ya da çözülmeyen halı yapıştırma sistemleri kullanılmamalıdır.
- Mobilyalar mümkün olduğunda satın almak yerine kiralanmalıdır.
- Yenilikçi olunmalı ve çok işlevli, yeniden kullanılabilir mobilyalar tercih edilmelidir.
- Sergi stantları için kolayca demonte edilebilir bağlantılar (tutkal yerine klipsli) kullanılmalıdır.
- Kullanılan tüm malzemeler geri dönüştürülebilir olmalıdır.

### 4. ENERJİ VE SU VERİMLİLİĞİ (Tüm etkinlik genelinde)

- Kabul görmüş bir sürdürülebilir bina veya sürdürülebilirlik/çevre yönetim sistemi sertifikasına (Örneğin, BREEAM, LEED, ISO 14001, EMAS, BS8901 veya eşdeğeri) sahip mi?



|   |  |
|---|--|
| • Yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanılıyor mu? (Güneş, rüzgar veya Yenilenebilir Enerji Kredileri (REC'ler) vb.)  |  |
| • Mutfak ve tuvaletlerde su tasarrufu sağlayan armatürler kullanılmış mı? (Örneğin, musluk ve duş akış düzenleyicileri, musluk ve duşların otomatik kapanması, düşük su hazneli ve çift aşamalı sifonlu tuvaletler) |  |
| • Aydınlatma ve diğer cihazlar enerji tasarruflu mu?  |  |
| • Konuklar, enerji ve sudan tasarruf etmek için çarşaf ve havluları yeniden kullanma seçeneğine sahipler mi?  |  |
| • Su ve enerji tasarruflu mutfak aletlerinin kullanımı teşvik ediliyor mu? (Örneğin, ENERGY STAR Ecolabel, AB enerji/su etiketi sınıflandırması A veya diğer bölgesel standartları taşıyan cihazlar)                |  |
| • Uygun alanlarda doğal ışık ve havalandırma kullanımı teşvik ediliyor mu? Klima sisteminin kullanımını azaltmak için pencereleri manuel olarak açmak mümkün mü?  |  |
| • Oda anahtar kartları, enerji cihazlarıyla bağlantılı mı? (İnsanlar odadan ayrıldığında ışıklar ve klima kapanmalıdır.)  |  |
| • Aydınlatma sistemleri hareket dedektörlü mü?  |  |
| • Koridorlar ve boş odaların gereksizce ısıtılmaması ve daha az enerji harcanması için iyi bir iç yalıtım var mı?   |  |
| • Konfor için gerekli minimum seviyeye ayarlanmış, otomatik ısıtma ve soğutma kontrolü var mı?  |  |
| • Sıcak su ısıtıcıları, borular ve su kullanan armatürler uygun şekilde izole edilmiş ve düzenli olarak bakımları yapılmış mı?  |  |
| • Hem enerji hem de su kullanımını (buharlaştırma sonucu) azaltmak için tüm açık ve kapalı yüzme havuzlarına ve jakuzilere yalıtım örtüleri takılıyor mu?   |  |



|   |  |
|---|--|
| • Otel binalarında yağmur suyu ve gri su kullanımı var mı?  |  |
| • Kuraklığa dayanıklı bitki örtüsü ve malçlama gibi koruma yöntemleriyle peyzaj için harcanan su kullanımı azaltılmış mı? |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>5. ATIKLAR (Tüm etkinlik genelinde)</b>  |  |
| • Etkinlik genelinde tüm malzemeler yeniden kullanılıyor veya hayır kurumlarına bağışlanıyor mu? (Örneğin, dekoratif malzemeler, otellerde çarşaflar, etkinlik iletişim materyalleri, yenilebilir durumda yiyecekler) |  |
| • Etkinlik genelinde ve yemek alanlarında (mutfak dahil) yeterli sayıda, iyi konumlandırılmış ve işaretlenmiş çöp kutuları bulunuyor mu?  |  |
| • Etkinlik alanından çıkan ikram dahil tüm atıklar (Örneğin, kağıt, plastik, metal, organik) kaynağında ayrıştırılıyor mu?  |  |
| • Tesiste organik atıkları komposta dönüştürmek için gerekli altyapı var mı? Bir kompostlama altyapısı ya da hizmeti mevcutsa, ikramda tek kullanımlık ürünler için kompostlanabilir malzeme kullanılmalıdır.         |  |
| • Sıvı ve katı yağlar toplanıp değerlendirilmek üzere lisanslı kuruluşlara veriliyor mu?  |  |
| • Dışarıdan bir catering firmasının kullanıldığı durumlarda, toplantı sırasında atık toplama ve bertarafından bu firma sorumlu olmalıdır.   |  |
| • Ayrıştırma ve geri dönüşüm/yeniden kullanım sistemlerinin olmadığı durumlarda, çabalar atıkları en aza indirmeye odaklanmalıdır.  |  |
| • Yemek atıklarını azaltmak için, davetlilerin tam sayısı yiyecek içecek şirketine bildirilmeli ve toplantı sırasında ihtiyaç duyulan miktar yeniden değerlendirilmelidir.  |  |



|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kağıt kullanımını azaltmak için önlemler alınıyor mu? (Örneğin, çift taraflı kullanım tercih ediliyor mu? Kağıt yerine silinebilir yazı tahtası/"zehirli olmayan" kalem, kara tahta/tebeşir veya dijital ekranlar kullanılıyor mu?)</li> </ul>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambalajdan kaçınılıyor veya ambalaj kullanımı azaltılıyor mu?</li> </ul>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ürünler yeniden kullanılabilir veya geri dönüştürülebilir ambalajlarda tedarik ediliyor mu? (Alüminyum veya plastik ambalajdan kaçınılmalıdır.) Ya da alternatif olarak tedarikçi tüm ambalajları geri alıyor ve geri dönüştürülmesini veya yeniden kullanımını garanti ediyor mu?</li> </ul>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kullanılan kağıt ürünleri (Not kağıtları, bilgisayar kağıtları, kağıt mendiller, tuvalet kağıdı, kağıt havlular ve misafirler için kağıtlar dahil) yüksek oranda geri dönüştürülmüş içeriğe sahip mi? (Tercihen %100). Klorsuz mu? FSC benzeri orman yönetim sertifikasına sahip mi?</li> </ul>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Yeniden kullanılabilir tabaklar, çatal bıçak takımı, cam eşyalar ve örtüler tercih ediliyor mu? (Kağıt, plastik veya polistiren bardak, kağıt peçete veya masa örtüsü, plastik çatal bıçak takımı ve tek kullanımlık altlık peçeteler gibi tek kullanımlık malzemeler tercih edilmemelidir.)</li> </ul>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambalajlamada tek kullanımlık şişeler ve kaplar kullanılmamalı, tek kullanımlık ürünlerin kaçınılmaz olduğu durumlarda, yüksek oranda geri dönüştürülmüş veya bitki bazlı malzeme içermesine özen gösterilmelidir. (Örneğin, meyve suyu ve su için sürahi ya da sebil kullanılabilir; süt, krema, yapay tatlandırıcılar, tereyağı, ketçap, sirke, hardal, reçeller, tuz, biber, kahvaltılık gevrekler gibi yiyecek ve çeşniler büyük kavanozlarda sunulabilir ya da porsiyonluk dağıtım yapan cihazlar kullanılabilir.)</li> </ul> |  |

## 6. İLETİŞİM VE SOSYAL HUSUSLAR

### 6.1. Katılımcılarla İletişim



|  |  |
|--|--|
| • Toplu taşıma web sitelerini ve mümkünse gerçek zamanlı ulaşım bilgisi veren siteleri katılımcılara ilettiniz mi?   |  |
| • Toplantıya ulaşım araçlarının yarattıkları çevresel etkiye göre sıralanmış listesini katılımcılarla paylaştınız mı?  |  |
| • Sürdürülebilirlik çabalarınızla ilgili bilgileri katılımcılarla toplantıdan önce ve sonra elektronik olarak paylaştınız mı?  |  |
| • Jenerik bir etkinlik söylemi / markalaması (Örneğin, tarihler ve belirli başlıklar olmadan) benimsenebilir ve bir sonraki etkinlik için yeniden kullanılabilir şekilde markalama faaliyetlerinde (afişler, posterler, işaretler, yer kartları) kullanılabilir. Tekrar kullanılmayacak iletişim materyalleri yerel işletmelere bağışlanabilir.        |  |
| • Katılımcı çantaları/paketleri, afişler, hediyeler ve diğer ilgili öğeler, mümkün olduğu kadar, sürdürülebilir şekilde üretilmiş organik veya geri dönüştürülmüş malzemeler kullanılarak yerel olarak üretilmeli ve yeniden kullanılabilir olması tercih edilmeli, PVC'den ve potansiyel olarak zararlı kimyasallar içeren ürünlerden kaçınılmalıdır. |  |
| • Hediyelerin gerçekten gerekli olup olmadığı değerlendirilmelidir. Hediye yerine çevresel ve/veya sosyal konulara bağış yapılması tercih edilmelidir. Katkıda bulunulan hayır kurumu hakkında katılımcılar mutlaka bilgilendirilmelidir.  |  |
| • Yaka kartları yeniden kullanılabilir/geri dönüştürülebilir olmalıdır. Katılımcıların bunları ve yeniden kullanılabilir diğer materyalleri iade etmeleri için ayrılmış bir alan oluşturulmalıdır.   |  |
| • Etkinliğin başlangıç ve bitiş saati çevreye duyarlı ulaşım araçlarının programlarına göre ayarlanmalı ve trafiğin yoğun olduğu saatlerden kaçınılmalıdır.  |  |
| <b>6.2. Sosyal Hususlar</b>  |  |
| • Etkinlik kapsamındaki içerik, etkinlik sahipleri/konuşmacılar arasındaki çeşitlilik, kapsayıcılık göz önünde bulundurulmalı, tüm katılımcılar temsil edilmelidir.  |  |



|   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Etkinliğin zamanında başlaması için gerekli önlemleri alınmalı ve çok sayıda mola planlanmalıdır.</li></ul>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Eğer engelli katılımcı sayısı çok olacak ise kişisel asistanlar görevlendirilmelidir.</li></ul>   |  |
| <b>6.3. Paydaş Katılımı ve İletişim</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Kilit paydaşlar belirlenmeli, etkinlik ve etkinlikte alınan sürdürülebilirlik önlemleri hakkında bilgilendirilmelidir.</li></ul>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Tüm paydaşları sürdürülebilirlik iletişim stratejisine ve eylem planına dahil etmek için uygun iletişim kampanyaları planlanmalıdır. İlgili paydaşlar, web sitesi, düzenli e-postalar, özel bilgilendirme dokümanları aracılığıyla etkinlik öncesinde tüm hazırlık aşamaları ve nasıl katkıda bulunabilecekleri konusunda bilgilendirilmelidir.</li></ul> |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Etkinlik, bilgilendirmeler, açılış konuşmaları ve duyurular aracılığıyla katılımcılar ve ilgili paydaşlar arasında sürdürülebilir etkinlik konusunda farkındalık yaratmak için değerlendirilmelidir.</li></ul>  |  |



*İşbu Koç Topluluğu Etkinlik Yönetim Rehberi ("Etkinlik Yönetim Rehberi"), Koç Holding A.Ş. ("Koç Holding") Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü tarafından Koç Holding ve Topluluk şirketlerince gerçekleştirilen etkinlikler için geçerli standartları ve protokolleri özetlemek amacıyla hazırlanmış olup Koç Topluluğu'na dahil olsun olmasın tüm kişi, kurum, kuruluş, dernek ve mecraların ilgili birimlerinin danışmanlarının, yöneticilerinin veya çalışanlarının ("Temsilciler") kullanımına yöneliktir. İşbu Etkinlik Yönetim Rehberi'nde yayımlanan, bunları içeren ama bunlarla sınırlı olmayan tüm yazılı ve görsel içeriğin 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu uyarınca korunan tüm hakları ile sair yasal hakları ve Etkinlik Yönetim Rehberi'nde yer alan marka ve logoların 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu uyarınca korunan tüm yasal hakları Koç Holding'e aittir. Etkinlik Yönetim Rehberi'ni elinde bulunduran kişiler, kendisinin ve Temsilciler'inin bu Etkinlik Yönetim Rehberi'ni sadece bilgi edinme amacı ile kullanacağını, bu kapsamı aşan kullanımlara karşı Koç Holding'in tüm yasal haklarını saklı tuttuğunu kabul etmektedir. Koç Holding, Koç Holding'in Temsilcileri veya herhangi başka bir kişi tarafından, işbu Etkinlik Yönetim Rehberi'nin doğruluğu, isabetliliği, eksiksizliği, güncelliği veya içeriklerinin hukuka uygunluğu konusunda herhangi bir sarih veya zımni bir beyan veya taahhüt verilmemekte; bu kişilerin hiçbir garanti ve sorumluluğu bulunmamaktadır. Etkinlik Yönetim Rehberi'nde bahsi geçen her tür bilgi ile ilgili olarak gerçekleştirilecek her türlü iletişim Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü ile yapılacaktır.*







Bu rehber  
Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü  
tarafından hazırlanmıştır.

Metin ve Tasarım:  
Antrikot Kültür Tasarım

© 2022