HALKLA İLİŞKİLERDE KAMPANYA YÖNETİMİ
DÖNEM PROJESİ

VIERA PR ŞİRKET TANITIM DOSYASI

Viera PR İletişim Danışmanlığı Ltd. Şti.

"Hikâyenize ses oluyoruz."

Hazırlayanlar:

.....

.....

.....

Not: Bu çalışmadaki şirket ders kapsamında oluşturulmuş kurgusal bir şirkettir. Adres ve telefon bilgileri gerçek değildir.

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ 3
2. ŞİRKETİN ADI VE FAALİYET ALANI 3
2.1 Şirket Adının Anlamı 3
3. SUNACAĞIMIZ HİZMETLER 4
3.1 Ana Hizmetlerimiz 4
3.2 Ek Hizmetlerimiz ve Ayrıcalıklarımız 4
3.3 Hizmet Paketlerimiz 5
4. MİSYON VE VİZYON 5
5. KURUMSAL DEĞERLERİMİZ 5
6. RAKİPLERİMİZ VE SEKTÖRDEKİ KONUMUMUZ 6
6.1 Rakiplerimiz 6
6.2 Sektördeki Konumumuz 7
7. HEDEF KİTLEMİZ 7
8. SONUÇ 8

1. GİRİŞ

Bu dosyada dönem projesi kapsamında kurduğumuz Viera PR adlı halkla ilişkiler ajansını tanıttık. Ödevin ilk aşamasında istenen şirketin adı ve faaliyet alanı, sunacağı hizmetler, misyon ve vizyonu, kurumsal değerleri, rakipleri ve sektördeki konumu ile hedef kitlesi başlıklarını sırasıyla ele aldık. Şirketimizi kurgularken hem gerçek sektörü araştırdık hem de grup olarak nasıl bir ajansta çalışmak isteyeceğimizi düşündük.

2. ŞİRKETİN ADI VE FAALİYET ALANI

Şirket adı	Viera PR İletişim Danışmanlığı Ltd. Şti.
Kısa adı	Viera PR
Faaliyet alanı	Halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim danışmanlığı
Kuruluş yılı ve yeri	2026, Karabük
Hizmet bölgesi	Türkiye geneli (yüz yüze ve çevrim içi)
Web sitesi	vierapr.com.tr
E-posta	info@vierapr.com.tr

Viera PR, halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim alanında hizmet vermek üzere kurguladığımız bir iletişim ajansıdır. Ajansımız; markaların, girişimlerin ve kurumların medya, dijital kanallar ve kamuoyu ile kurduğu ilişkileri planlamayı, yönetmeyi ve sonuçlarını ölçmeyi amaçlamaktadır.

Şirketimizi kurgularken önce sektöre baktık. Türkiye'deki halkla ilişkiler ajanslarının büyük çoğunluğunun İstanbul'da bulunduğunu ve genellikle büyük bütçeli markalarla çalıştığını gördük. Anadolu'daki girişimlerin, KOBİ'lerin ve yerel markaların ise profesyonel iletişim desteğine ulaşmakta zorlandığını düşündük. Viera PR'ı bu boşluğu doldurmak için Karabük'te kurulan ve Türkiye genelinde yüz yüze ve çevrim içi hizmet veren bağımsız bir ajans olarak kurguladık.

2.1 Şirket Adının Anlamı

Viera adı, Fransızcada "hayat" anlamına gelen "vie" ile "çağ, dönem" anlamına gelen "era" sözcüklerinin birleşiminden oluşuyor. Bu isimle markaların hikâyesini yaşayan, nefes alan bir şeye dönüştürmek ve bunu çağın diliyle anlatmak istediğimizi ifade etmek istedik. İsmin yanındaki "PR" ise İngilizce "Public Relations", yani halkla ilişkiler kelimelerinin kısaltması

ve ajansın ne iş yaptığını ilk bakışta anlatıyor. Kısa olması, kolay okunması ve Türkçede rahat söylenebilmesi de bu ismi seçmemizde etkili oldu. İnternette yaptığımız aramalarda Türkiye'de bu adı kullanan bir iletişim ajansına rastlamadık.

3. SUNACAĞIMIZ HİZMETLER

Viera PR'ın hizmetlerini, bir markanın iletişimde ihtiyaç duyabileceği alanları kapsayacak şekilde altı ana başlıkta topladık. Müşterilerimiz bu hizmetlerin hepsini birlikte alabileceği gibi yalnızca ihtiyaç duyduğu hizmeti de seçebilecek.

3.1 Ana Hizmetlerimiz

- **Medya İlişkileri:** Basın bülteni yazımı ve dağıtımı, röportaj ve haber fırsatları oluşturma, basın toplantısı organizasyonu, medya takibi ve raporlama.
- **Kurumsal İletişim:** Kurumsal mesaj ve iletişim dili rehberi hazırlama, yöneticilerin sektörde görünür olmasını sağlayan konumlandırma çalışmaları, iç iletişim planı ve sosyal sorumluluk projeleri.
- **Dijital PR ve Sosyal Medya:** Sosyal medya stratejisi ve içerik takvimi, influencer ve içerik üretici iş birlikleri, haber sitelerinde görünürlük çalışmaları ve topluluk yönetimi.
- **Kriz İletişimi:** Risk analizi ve olası kriz senaryolarının hazırlanması, kriz iletişimi el kitabı, sözcü eğitimi ve medya provası, kriz anında açıklama ve durum yönetimi.
- **Lansman ve Etkinlik:** Ürün, mekân ya da marka lansmanlarının planlanması, basın ve influencer davetleri, etkinlik kurgusu ve yönetimi, etkinlik sonrası duyurular.
- **İtibar Yönetimi:** Medyada ve sosyal medyada marka hakkında konuşulanların takibi, algı ve itibar analizi, paydaş haritası ve dönemsel itibar raporları.

3.2 Ek Hizmetlerimiz ve Ayrıcalıklarımız

- Ücretsiz ilk görüşme ve markanın mevcut iletişimini değerlendiren kısa bir "İletişim Check-up" raporu
- Yeni kurulan girişimlere ve yerel kooperatiflere özel indirimli başlangıç paketi
- Her ay yapılan çalışmaları ve sonuçlarını gösteren şeffaf performans raporu
- Kriz iletişimi hizmeti alan müşterilere 7/24 ulaşılabilen kriz iletişim hattı
- Proje boyunca tek muhatap: her müşteriyle, markayı baştan sona takip eden bir ekip lideri çalışır

- Üniversite öğrencilerine yönelik ücretsiz halkla ilişkiler atölyeleri ve staj imkânı

3.3 Hizmet Paketlerimiz

Farklı ölçekteki müşterilerimizin ihtiyaçlarına ve bütçelerine uygun olması için hizmetlerimizi dört paket hâlinde sunmayı planladık.

Paket	Kimler için?	İçerik	Süre
Başlangıç Paketi	Yeni kurulan girişimler	Marka hikâyesi ve ana mesajlar, ilk basın bülteni, sosyal medya hesap planı, lansman planı	Tek seferlik (1 ay)
Büyüme Paketi	KOBİ'ler ve yerel markalar	Medya ilişkileri, sosyal medya içerik takvimi, influencer iş birlikleri, aylık rapor	Aylık (en az 6 ay)
Kurumsal Paket	Köklü şirketler ve kurumlar	Tüm hizmetler, kriz hazırlığı, yönetici konumlandırma, üç aylık itibar raporu	Yıllık
Proje Bazlı Hizmet	Tek bir işe ihtiyaç duyanlar	Lansman, etkinlik, kriz danışmanlığı ya da tek seferlik basın çalışması	İşe göre

4. MİSYON VE VİZYON

Misyon: Markaların, girişimlerin ve kurumların hikâyesini dürüst, ölçülebilir ve etkili bir iletişimle doğru kitlelere ulaştırmaktır. Stratejik planlamayı, şeffaf raporlamayı ve etik iletişim anlayışını temel alarak, her ölçekteki kurumun kamuoyuyla güvene dayalı ve kalıcı ilişkiler kurmasına yardımcı olmaktır.

Vizyon: Abartılı vaatler ve ölçülemeyen görünürlük yerine planlı, şeffaf ve sonuç odaklı iletişime odaklanarak; 3 yıl içinde Türkiye'de girişimlerin ve KOBİ'lerin ilk aklına gelen, Anadolu'dan tüm Türkiye'ye hizmet veren en güvenilir ve samimi bağımsız halkla ilişkiler ajanslarından biri olmak.

5. KURUMSAL DEĞERLERİMİZ

- **Önce Strateji:** Her işe net bir hedef ve planla başlıyoruz. Plansız yapılan görünürlük çalışmalarının kalıcı bir sonuç getirmediğine inanıyoruz.
- **Şeffaflık:** Müşterilerimize ne yaptığımızı, neden yaptığımızı ve ne sonuç aldığımızı açıkça paylaşıyoruz. "Manşet garantisi" gibi gerçekçi olmayan sözler vermiyoruz.

- **Ölçülebilirlik:** Başarıyı hislerle değil, çalışmanın başında müşterimizle birlikte belirlediğimiz göstergelerle değerlendiriyoruz.
- **Etik İletişim:** Sahte takipçi, bot yorum, yanıltıcı haber ve manipülasyona dayalı yöntemleri kullanmıyoruz. Doğru bilgiyi, doğru kaynaktan ve açık bir dille iletiyoruz.
- **İnsanî Dokunuş:** Ürünleri değil, onların arkasındaki insanları ve hikâyeleri anlatıyoruz. Müşterilerimizle aramıza mesafe koymadan, birebir ve samimi bir iletişim kuruyoruz.

6. RAKİPLERİMİZ VE SEKTÖRDEKİ KONUMUMUZ

Rakiplerimizi belirlerken önce Türkiye'deki halkla ilişkiler ajanslarını araştırdık. İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği'nin (İDA) internet sitesindeki üye listesine baktığımızda, listedeki 25 ajansın tamamının İstanbul adresli olduğunu gördük. Bu durum sektörün büyük ölçüde İstanbul'da toplandığını gösteriyor. Rakiplerimizi doğrudan ve dolaylı rakipler olarak gruplandırdık.

6.1 Rakiplerimiz

Rakip grubu	Ajanslar
Uluslararası iletişim ağlarına bağlı ajanslar (doğrudan rakip)	ÜNİTE Edelman, Weber Shandwick, MSL Group Türkiye, Ogilvy 4129
Türkiye'deki bağımsız halkla ilişkiler ajansları (doğrudan rakip)	Bersay İletişim Danışmanlığı, Excel İletişim ve Algı Yönetimi, İletişim Ofisi, Zarakol İletişim Hizmetleri, MEDYAEVİ, Lobby İletişim ve Etkinlik Danışmanlığı, Goodworks Holistik İletişim Çözümleri, Brandworks İletişim Danışmanlığı, GTC İletişim, MPR İletişim Danışmanlığı, Grup Yeni İletişim, İz İletişim
Dolaylı rakipler	Sosyal medya yönetimi ve dijital reklam hizmeti veren dijital ajanslar; serbest çalışan iletişim danışmanları ve sosyal medya uzmanları; kendi bünyesinde kurumsal iletişim ekibi kuran şirketler

Rakip gruplarının güçlü yönlerini ve bizim onlardan ayrıldığımız noktaları aşağıdaki tabloda özetledik.

Rakip grubu	Güçlü yönleri	Bizim farkımız
Uluslararası ağ ajansları	Global ağ, geniş ekipler, büyük markalarla çalışma deneyimi	Girişimlerin ve KOBİ'lerin bütçesine uygun paketler, tek muhatapla çalışma
Bağımsız ulusal ajanslar	Uzun yıllara dayanan deneyim, güçlü medya ilişkileri	Anadolu'daki markalara yakınlık, dijital öncelikli çalışma, her ay şeffaf rapor
Dijital ajanslar ve serbest çalışanlar	Hızlı içerik üretimi, uygun fiyat	Sosyal medyayı medya ilişkileri, kriz iletişimi ve stratejiyle birlikte ele almamız

6.2 Sektördeki Konumumuz

Viera PR, halkla ilişkiler sektöründe büyük ajansların kurumsal disiplinini, girişimlerin ve KOBİ'lerin bütçesine uygun bir yapıyla sunan butik ve bağımsız bir ajans olarak konumlanmaktadır. Yaptığımız araştırmada Karabük ve çevresinde kurumsal halkla ilişkiler hizmeti veren bir ajansa rastlamadık. Bu nedenle bölgedeki girişimler, üreticiler, turizm işletmeleri ve kurumlar için ilk akla gelen iletişim ajansı olmayı hedefliyoruz.

Çevrim içi çalışma düzenimiz sayesinde Türkiye'nin her yerindeki markalara da hizmet verebiliyoruz. Stratejiyi, medya ilişkilerini, dijital iletişimi ve kriz hazırlığını tek çatı altında topluyor, her çalışmanın sonucunu ölçülebilir göstergelerle müşterilerimizle paylaşıyoruz.

7. HEDEF KİTLEMİZ

Birincil hedef kitlemiz

- **Yeni Kurulan Girişimler:** Ürünü ya da hizmeti hazır olan ama kendini nasıl anlatacağını bilmeyen, ilk lansmanını yapmaya hazırlanan girişimciler.
- **KOBİ'ler ve Aile Şirketleri:** Yıllardır faaliyet gösteren ancak kurumsal bir iletişim planı olmayan, markalaşmak ve yeni nesil müşterilere ulaşmak isteyen işletmeler.
- **Yerel ve Bölgesel Markalar:** Safranbolu'nun turizm işletmelerinden yöresel ürün üreticilerine kadar, ürünlerini ve hikâyelerini bölge sınırlarının dışına taşımak isteyen Anadolu markaları.

- **Kozmetik, Moda ve Yaşam Tarzı Markaları:** Sosyal medyada görünür olmak, influencer iş birlikleri ve lansmanlarla öne çıkmak isteyen markalar.
- **Eğitim ve Sağlık Kurumları:** Özel okullar, kurslar ve klinikler gibi güven ve itibarın en önemli değer olduğu kurumlar.
- **Belediyeler, Kamu Kurumları ve Sivil Toplum Kuruluşları:** Kamuoyunu doğru bilgilendirmek, projelerini ve sosyal sorumluluk çalışmalarını duyurmak isteyen kurumlar.
- **Yöneticiler ve Girişimciler:** Sektöründe görünür olmak, röportaj, konuşmacılık ve yazı fırsatlarıyla kişisel itibarını güçlendirmek isteyen kişiler.

İkincil hedef kitlemiz ve paydaşlarımız

- **Gazeteciler ve Editörler:** Doğru, zamanında ve haber değeri taşıyan bilgiye ihtiyaç duyan, birlikte çalışacağımız medya mensupları.
- **İçerik Üreticileri:** Müşterilerimizin kampanyalarında iş birliği yapacağımız, takipçileriyle samimi ve dürüst bir bağ kuran içerik üreticileri.
- **İletişim Öğrencileri ve Genç Profesyoneller:** Atölyelerimize katılabilecek, stajyer ya da ekip arkadaşı olarak aramıza katılabilecek gençler.

8. SONUÇ

Bu aşamada Viera PR'ın adını, faaliyet alanını, hizmetlerini, misyon ve vizyonunu, kurumsal değerlerini, rakiplerini ve hedef kitlesini belirledik. Bir sonraki aşamada bu bilgilerden yola çıkarak ajansımızın logo, slogan, renk ve iletişim dilinden oluşan kurumsal kimliğini oluşturacağız.