

mobil iletişim



“Çok yakında tüm cep telefonu görüşmeleri hem sesli hem görüntülü olarak tamamen internet üzerinden gerçekleşecek.”

İşletme Fakültesi 1993 mezunlarından Emre Evinç, çocukken merak saldığı dijital teknoloji dünyasına mobil iletişim alanında katkılar yapıyor. Nokia'dan sonra Samsung'da da başarılı projelere imza atan Evinç, CeBIT fuarı sonrasında yeni teknolojiler hakkında görüşlerini aktardı.

Özgeçmişinizle ilgili bilgi alabilir miyiz?

1972 Ankara doğumluyum. Babam diplomat olduğu için çocukluğumun büyük bir kısmı yurtdışında geçti. Rusya, Hindistan, İtalya, Yunanistan ve Finlandiya'da yaşadık. 1988'de TED Ankara Koleji'nden ve 1993'te Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden mezun oldum. 1996'da Finlandiya'da Helsinki School of Economics'den MBA diploması aldım. Finlandiya'daki Nokia tecrübemden sonra Almanya'da Samsung'da çalışmaya başladım. Samsung'un ürün pazarlama müdür yardımcısıyım.

Eğitim geçmişinizin kariyerinize etkisi oldu mu?

Kesinlikle evet. Bilkent Üniversitesi, o dönem genç bir üniversiteydi; fakat akademik kadrosuyla ve ders programıyla tüm Türkiye'yi etkilemişti. Geleceğim için Bilkent Üniversitesi'nin tek seçenek olduğundan emindim. Geriye dönüp baktığım zaman bu seçimimin ne kadar doğru olduğunu fark ediyorum. İşletme Fakültesi'nde aldığım eğitim son derece profesyonel ve moderndi.

Alan bilgilerinin yanı sıra analitik ve küresel bir görüş açısı kazandım. Problemleri hangi yönlerden yorumlayıp hangi değişkenlerle çözüme ulaşacağımı kavratır. Sistematiği yaklaşım üniversitemin eseridir.

Helsinki School of Economics ise 1911'de kurulmuş ve bugüne kadar on binlerce mezun vermiş, köklü bir eğitim kurumu. Avrupa sıralamasında ilk 20 içinde. Ben MBA'de bilgi teknolojileri programını seçmiştim. Bu programda teknolojinin olanakları ve kullanım alanları hakkında ayrıntılı araştırmalar yaptık ve stratejik

uygulamalarda bulunduk. Firmaların gerçek ve güncel durum çalışmaları üzerinde yoğunlaşıyorduk. Bunun faydalarını fazlasıyla gördüm.

Dijital teknolojiye ilginiz nasıl başladı? Sektöre nasıl girdiniz?

Bu ilgi çocukluk yıllarımdan geliyor. Evimize 1981'de Commodore 64 girdiği an hayatım değişmişti. Bugüne göre çok basit kalmasına rağmen Commodore o dönem beni epey etkilemişti.

1993'te Finlandiya'ya geldiğimde, cep telefonları kitlelere hitap etmeye yeni başlamıştı. Cihazlar elle tutulur büyüklükte üretilmeye başlanmış ve tam o zamanda Nokia'nın 2110 modeli piyasaya çıkmıştı. Çok etkilenmiştim. MBA eğitimimden hemen sonra Nokia'yla mülakata gittim ve dönemin Avrupa pazarlama başkanıyla, işe alınma sürecimi başlatan uzun bir görüşme yaptım. Cep telefonlarıyla ilgili heyecanımdan ve bu teknolojinin gelecekte ne kadar önemli olacağından konuşmuştuk. Görüşmemiz çok samimi bir ortamda geçmişti. O günden beri cep telefonlarına ve teknolojilerine duyduğum ilgi artarak sürüyor.

Finlandiya Nokia'daki görevlerinizden bahsedebilir misiniz? Samsung'a geçişiniz nasıl oldu?

İlk olarak Club Nokia programını kurmaya başladık. Bire bir pazarlamaya dayalı olan bu program, cep telefonu satışlarını artırıp kullanıcıları Nokia markasına bağlamayı amaçlıyordu. En büyük projem 1999'daki WAP, yani kablosuz uygulama protokolü dönemini başlatmamız oldu. Projenin amacı

Nokia 7110 modeli için dünyadaki ilk WAP sitesini kurmak ve pazarlamaktı. Projeyi başarıyla tamamladık. O zamanın WAP sistemi şimdi de kullanılıyor. Günümüzdeki teknolojik gelişmeleri düşünürsek WAP'ın pek yakında kullanım dışı kalacağını söyleyebiliriz.

Club Nokia'ya başladığımızda 3 kişiydik. Bugün yüzlerce kişinin çalıştığı Club Nokia programı özellikle müzik sektörüne ağırlık verdi ve hizmetlerine başarıyla devam ediyor. Club Nokia çalışmalarından bir süre sonra yine Avrupa, Orta Doğu ve Afrika'dan sorumlu olarak, sanal dünyadan cep telefonlarına yönelip ürün müdürlüğü ve iş geliştirme görevlerine başladım. Güney Afrika dahil olmak üzere birçok ülke dolaşıp operatörlere yeni ürünleri tanıtıyordum. Telefonların kullanımını yaygınlaştırmak amacıyla çeşitli şirketlerle projeler başlatıp yeni programlar geliştiriyoorduk. Nokia bu alanda Forum Nokia adıyla halen çok başarılıdır.

Nokia'da 5 yıl çalıştıktan sonra tecrübelerimi geliştirmek için diğer şirketleri araştırmaya başladım. Samsung o sıralarda, yani 2002'nin ortalarında cep telefonu piyasasında yeniydi. Pazar payları küçüktü, ama hızla gelişıyorlardı. Açık bir pozisyonları olduğunu öğrenmiştim. Samsung'daki işleri ileriye götürme düşüncesi bana heyecan vermişti. Kabul aldıktan sonra ilk olarak T-Mobile International ve Orange Group ile projelerim oldu. 2003 başında Vodafone'la görüşmeler başladı. O günden beri Vodafone'la çalışıyorum. Vodafone bugün milyonlarca telefon satışıyla Samsung'un en büyük müşterisi. Türkiye pazarından farklı olarak satışlarımız doğrudan Vodafone'a yapılıyor. Ülkemizde sistem farklı. Satışlar distribütörler aracılığıyla yapılıyor.

Samsung'da yıllık ve daha uzun vadeli stratejik ürün planlaması ve bu ürünlerin Vodafone'a satışından sorumluyum. Burada en geç 9 ay öncesinden seçilen telefon tiplerinin Vodafone Live! adıyla bilinen programa uyumlu olması için çalışıyorum. Telefonlar bu süre içinde yoğun kalite kontrol testlerinden geçiyor. Bu çok boyutlu bir proje ve yönetimi de benim sorumluluğumda. Seçilen Live! destekli telefonların satışlarını artırmak için küresel pazarlama kampanyalarının planlanması da sorumluluk alanıma giriyor.

Vodafone'dan, Live! ürünlerinden ve gündemdeki diğer ürünler hakkında bilgi verebilir misiniz?

Vodafone, ciro açısından dünyanın en büyük küresel mobil iletişim sistemi (GSM) operatörü. 60 ülkede etkin ve yayılmaya devam ediyor. Müşteri sayısı açısından 200 milyonla dünyada ikinci. Samsung Vodafone ise 23 ülkede çalışıyor. Yakın geçmişte Telsim'i satın alan Vodafone Türkiye'de de faaliyetlere başladı. Ülkemiz en büyük 6 pazar arasında. Diğer büyük pazarlar İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya ve İspanya.



Vodafone Live! geniş kitlelere hitap eden, zengin ve heyecan dolu bir eğlence ve bilgi servisi. Samsung'da ağırlıklı olarak teknoloji ve tasarım açısından en ileri ürünleri geliştirdiğimizden dolayı, Vodafone Samsung'u stratejik ortak olarak nitelendirdi. 2004'te dünyadaki ilk 3G, yani üçüncü nesil kablosuz telefon teknolojisine sahip telefonu (SGH-Z105) Samsung geliştirdi. Bu projeden ben sorumluydum. Küresel ürün yönetiminden sorumlu olduğum Vodafone ile yaklaşık bir yıl süren karmaşık bir projeyi pazara başarıyla sunduk. Yine dünyada bir ilk olan yüksek hızlı indirme paket erişimi telefonu olan SGH-ZV50 projesinden 2006'da ben sorumluydum. Bu telefon sayesinde evlerdeki asimetrik sayısal abone hattı (ADSL) servisinden çok daha büyük indirme hızlarına ulaşılabilir. Bu cihaz saniyede 1,8 megabit hızla çalışıyor. Çok yakında 3,6 megabitlik bir model olan SGH-U700 piyasaya çıkacak. 2008'in ilk aylarında 7,2 megabit hızında çalışacak bir ürün şu an geliştirilme aşamasında.

Yeni bir ürün piyasaya sunulmadan önce hangi aşamalardan geçiyor?

En başta pazarı çok iyi anlamak gerekiyor. Pazar araştırmasında en önemli değişkenler tüketici ihtiyaçları, operatörlerin faaliyet alanları, stratejilerin ve hedeflerin gerçekleşmesini sağlayacak etkenler ve tabii ki rakip firmaların politikaları. Pazarı iyice tanıdıktan sonra ürünlerin en önemli özelliklerini dikkate alır ve ona göre piyasaya süreriz. Hangi hedef kitleye hitap edeceği, hangi ülkelerde satılacağı, ne zaman piyasaya sunulması gerektiği, kaç megapiksellik kameraya sahip olması gerektiği gibi teknik özellikler ışığında plan yaparız. Bu süreç 2-3 ay sürer. Ürünün özellikleri belirlendikten sonra tasarım çalışmaları başlar. Yine 2-3 ay alacak olan bu aşamada modelimiz



bilgisayar ekranında bir çizim olarak başlar ve sonunda gerçek maketler üretilir. Tasarıma paralel olarak araştırma-geliştirme çalışmaları başlar ve proje için mühendisler seçilir. Bu süreç de ürünün özelliklerine göre yaklaşık 3-4 ay devam eder. Biz Samsung'da 6 ay gibi bu alan için çok kısa sayılacak bir sürede yeni ürünü piyasaya sunuyoruz. Telekomünikasyon sektöründe Samsung kadar hızlı çalışan başka bir üretici yok.

Müşteriler en çok hangi ürünlere ilgi gösteriyor?

En çok rağbet edilen ürünlerimiz D900 ve E900. Bunlar tasarım ve teknoloji açısından son derece ileri ve albenili cep telefonları. 3 megapiksellik kameralarıyla dijital makine kalitesine gerek duymadan resim çekme olanağı sağlıyorlar. Özellikle 13 mm'lik incelikte olan D900 ve E900'un dokunmatik tuşları bu ürünleri çok cazip kılıyor. 3G teknolojisine sahip birkaç modelimiz de Avrupa piyasalarında çok ilgi görüyor. Küçük boyutlu, sağlam ve çekici olmalarının yanı sıra ileri teknolojik özellikler barındırıyorlar.

Kitle iletişim teknolojilerinde olağanüstü gelişmeler yaşanıyor. Alanınızda ne gibi ilerlemeler var?

Bu sorunuza Almanya'nın Hannover şehrinde her yılın mart ayında gerçekleşen ve bizim de katıldığımız CeBIT fuarından elde ettiğim izlenimleri aktararak cevap vereyim. 2008 başında cep telefonları 7,2 megabitlik iletişim hızına ulaşacak ve bu sürat gelecekte

katlanarak artacak. Bir karşılaştırma yapmak gerekirse, şu anda Türkiye'de evlerdeki ADSL hızları 1 megabit civarında. Bugün cep telefonları bu hızı kolayca aşıyor. Birkaç yıl içinde 100 megabitlik hızlara kolayca çıkacağız. Bilgi erişimi bu süratte olunca cep telefonlarının sunduğu olanaklar daha da zenginleşecek. Örneğin tüm cep telefon görüşmeleri hem sesli hem görüntülü olarak tamamen internet üzerinden gerçekleşecek. Görüntülü görüşme sırasında aynı hattan bilgi, dosya ve yazılım alışverişinde bulunmak ve aynı anda cihazın bir köşesinde yine internetten canlı televizyon izlemek mümkün olacak. Bu alandaki çalışmalar tüm dünyada başladı ve çok yakında bazı ülkelerde pilot uygulamalar yapılacak.

Kamera teknolojileri de çok hızlı bir şekilde gelişiyor. Bu yıl içinde piyasaya 5 megapiksellik kamerası olan bir telefon modeli süreceğiz. Cep telefonlarında 2008'de 8, 2010'da 10 megapiksellik kameralar bulunmaya başlayacak.

Mp3 destekli telefonlardaki ses kalitesi, uzun pil süresi ve yüksek hafıza kapasiteleri sayesinde ayrı bir mp3 çalar alma gereği kalmadı. Gittikçe ucuzlayan ve kapasitesi artan hafıza kartları bu günlerde 4 ve 8 gigabit kapasitelerde bulunuyor. Birkaç yıl içinde 32 gigabit kapasiteli kartlar çok ucuza elde edilebilecek.

Cep telefonlarındaki ufak ekranlarda yüksek çözünürlük sağlamak, teknolojik ve özellikle üretim açısından her zaman zor bir iştir.

2008'de 640x480 piksel çözünürlükte olan video grafik dizisi (VGA) ekranları piyasaya çıkacak. Bu çözünürlüğü ve 16 milyon rengi destekleyen ince film transistör (TFT) özellikli ekranlardaki görüntü kalitesi sayesinde fotoğraf ve videolara bakmak ve internet sitelerinde dolaşmak bambaşka bir zevk olacak.

Cep telefonlarında şimdiden küresel yer belirleme (GPS) alıcısı bulunmaya başladı. Bu sayede operatörler tüketicinin bulunduğu mekana ve zamana göre faydalı bilgiler ve reklamlar sunabilecek. Tüketici isterse bu bilgileri, güvenlik sistemlerindeki ilerlemelerden faydalanarak, telefonunu kredi kartı gibi kullanıp anında ürün alımına dönüştürebilecek.

Bugünkü telefonlardaki internet tarayıcıların masa başı bilgisayarlarında kullandığımız tarayıcılardan hiçbir farkı kalmadı. Özellikle Nokia S60 Web Browser ve Opera Browser modelleri piyasadaki en iyi mobil tarayıcılar.

Cep telefonlarındaki işletim sistemleri de değişiyor. Telefon üreticilerinin kendi geliştirdiği işletim sistemleri şu anda piyasadaki en yaygın sistemler. Microsoft Windows Mobile, Nokia S60 ve Linux işletim sistemleriyle çalışan ve tüketiciye kullanım kolaylığı sağlayan cihazların pazar payları gün geçtikçe artıyor.

Firmalar rekabette öne geçmek için ne gibi stratejiler uyguluyor?

Telekomünikasyon sektöründeki rekabet son derece yoğun. Nokia, Sony Ericsson,

Motorola ve Samsung hep yarış içindedir. Nokia uzun süreden beri dünya pazarının başında yer alıyor. Son zamanlarda Walkman ve Cybershot serileriyle Sony Ericsson ikinciliğe yerleşmiş durumda. Üçüncü, Razr modelleriyle ünlenip satışları yükselen Motorola. Dördüncü sırada Samsung var ve payını hızla büyütüyor.

Rekabet stratejilerinin en kolay kısa vadede fiyatları düşürerek pazar payı satın almaktır. Bunu birçok firma uygulamıştır; fakat şirket için uzun vadede büyük tehlike yaratır. Firmalar, çok düşük kâr payı getiren ya da hiç kâr sağlamayan bu yöntem yüzünden araştırma-geliştirme yatırımı gerçekleştiremez ve kısa zamanda rekabet kabiliyetlerini kaybeder. Piyasada sağlıklı bir satış getirecek modelleri üreten ve markayı güçlendirecek pazarlama kampanyalarını içeren stratejiler tercih edilmelidir. Bunu en iyi uygulayan şirketler Nokia ve Sony Ericsson'dur.

Nokia'da Finliler, şimdi de Samsung'da Koreliler ile çalışıyorsunuz. Farklı kültürel ortamlarda başarılı olmak için neler yaptınız?

Bu soruyu sorduğunuz için teşekkür ederim; çünkü farklı milletlerden insanlarla çalışmak zaman zaman çok güç olabiliyor. Finliler ve Koreliler tam anlamıyla zıtlar. Finliler son derece planlı insanlar. Bazen gereğinden fazla plan yapıyorlar ve bu yüzden hızlı kararlar verilmesi gerektiğinde dezavantaj yaşayabiliyorlar. Koreliler tam tersi. Çok az plan yaparlar, ancak son derece esnekler. Piyasadaki eğilimlere hemen uyum sağlama, kararlarını sık sık yenileyebilme becerileri

vardır. Finliler iş ve özel hayatlarını tam bir denge içinde yürütürler. Saat 17:00'den sonra mutlaka çalışmaya son verirler. Koreliler hayatlarını çalıştıkları şirkete adanmışlardır ve gece yarısından önce eve gitmezler. Korelilerin çalışma anlayışlarını sağlıklı bulmuyorum; çünkü uzun dönemde kişisel ve ailevi sorunlar doğabiliyor. İş ile özel hayat mutlaka dengelenmeli.

Ben de bunu dikkate alarak kendime vakit ayırmaya özen gösteriyorum. Aileme ve arkadaşlarıma çok düşkünüm. Türkiye'ye sıkça gelir, ailemi ve dostlarımı mutlaka her seferinde ziyaret ederim. Kitap okumaktan vazgeçmem. Her sayfada başka dünyalarda geziyorum, ufkumu genişletiyorum. Yaşamın hangi alanında olursa olsun, yeni konularda kendimi geliştirmek benim için çok önemlidir. Kitaplar bu doğrultuda çok yararlı araçlar. Yoğunluktan uzaklaşmak istediğimde gitarıma koştum da olur. Klasik müzik beni çok dinlendirir. Zindelik kaynağı olan sporu hiç ihmal etmem. Mesela duvar tenisini çok severim.

Türkiye'ye dönmeyi düşünüyor musunuz?

Yaklaşık 12 yıldır yurtdışında çalışıyorum. Önemli tecrübeler edindim. Türkiye'deki piyasa son derece gelişmiş durumda. Rekabet de sağlıklı ve dengeli bir düzeyde. Bunlar çalışma hayatına heyecan katar. Bu yüzden deneyimlerimi mutlaka Türkiye'de kullanmak istiyorum. Sanırım artık yurda dönmenin zamanı geldi. ■



fikrî haklar



“Fikrî haklar kavramı Türkiye'de her geçen gün önem kazanıyor ve firmalar markalarını, buluşlarını ve tasarımlarını koruma altına alma ihtiyacını daha fazla hissediyor.”

Uluslararası İlişkiler Bölümü 1998 mezunlarından Ekin Dericioğlu Kurt, Ankara Patent Bürosu'nda genel müdür yardımcılığı görevini yürütüyor. Kendisinden marka, buluş, patent, tasarım ve fikrî haklar konularında bilgiler aldık.

Bize Ankara Patent Bürosu'ndan ve buradaki görevinizden bahseder misiniz?

1964'te Ulus'ta dedem Hayri Dericioğlu önderliğinde kurulan bir aile şirketiyiz. Dedem Sanayi Bakanlığı'nda müfettişken fikri haklar alanında Türkiye'de bir boşluk olduğunu fark etmiş ve kendisini bu konuyu Türkiye'ye duyurmaya adanmış. Küçük bir ofiste 5 kişiyle başlayan şirketimiz bugün kendi binamızda, 90'ı aşan çalışanımızla hayata devam ediyor. Şirketimizin genel müdürü, aynı zamanda bir akademisyen olan babam M. Kaan Dericioğlu. Zaman içerisinde şirketin operasyona yönelik tüm bölümlerinde, marka, patent ve tasarımda ayrı ayrı çalıştıktan ve yeterli birikimi elde ettikten sonra genel müdür yardımcılığına başladım.

Müşterilere ne çeşit hizmetler sunuyorsunuz?

Ankara Patent Bürosu (APB) 43 yıldır fikri haklar sektöründe. Türk Patent Enstitüsü (TPE) nezdinde vekillik ve danışmanlık yapıyoruz. Veri tabanımızda yerli ve yabancı 250.000'den fazla firma bulunuyor. Örnek olarak Koç Holding ve tüm iştirakleri, Uzel Holding, Zorlu Holding, Yaşar Holding, The Coca-Cola Company, Akfen Holding, SmithKline Beecham Corporation, AirFrance, Next, Agata, Metro AG, Xerox, Roberto Cavalli, Kellogg's, Anadolu Efes Biracılık ve Hülya Avşar'ı sayabilirim.

Hizmetlerimizi müşterilerimizin talepleri doğrultusunda şekillendiriyoruz. Marka, patent, tasarım tescil işlemlerinin yanı sıra büyük ölçekli holding ve firmalara fikri haklar organizasyonu kurulması, marka, patent, tasarım ve internet alan adları koruma sistemleri eğitimi, bilgi işlem bölümümüzle bağlantılı olarak internet üzerinden dosya takip sistemi oluşturulması gibi hizmetler sağlıyoruz.

Tüm müşterilerimize yukarıda belirttiğim standart hizmetlerimizin yanında Türkiye ve dünya çapında marka, patent ve tasarım gözlem hizmeti de veriyoruz. Gözlem hizmetini müşterilerimizin tescilli marka, patent ve tasarımlarının daha sağlıklı ve en az hatayla izlenebilmesi amacıyla, özel olarak geliştirilmiş bir programla sunuyoruz. TPE'nin her ay yayınladığı resmi bültenleri elektronik ortama aktarıp mevcut müşterilerimizin başvuru ve tescilleriyle karşılaştırarak benzer veya haksız rekabete yol açabilecek girişimleri belirliyor ve kendilerine bildiriyoruz.

Marka, buluş, patent, tasarım gibi fikri haklar konusunda ilgili temel kavramlar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Marka, bir işletmenin parmak izidir. İşletmenin tüm varlıklarını temsil eden ayırt edici bir işaretidir. Yeni buluşlar ve özgün tasarımlarla oluşan ürünleri tüketiciye sunmak ve satabilmek için benzer ürünlerden ayırt edilmelerini sağlayacak bir tanıtım aracına, yani markaya gereksinim vardır. Marka, tüketiciye ürünün kaynağını gösteren bir kalite simgesi ve reklam aracıdır. Kişiyi satın almak istediği bir ürünü özgürce seçme olanağı sağlar. Sözcükler, şekiller, sayılar, harfler, malların biçimi veya ambalajı ile bunların birlikte sunulmaları markayı oluşturur. Örneğin Prada, Blaupunkt, Coca-Cola, Pepsi, Diesel, Dolce Gabbana ve BMW.. Tescilli ya da tescilsiz kullanılan bir markanın gerçek sahibi, söz konusu markayı ilk kez düşünen ya da bir ürün veya hizmette kullanan ve kullanmayı sürdüren kişidir. Ürün ya da hizmetlerinde marka kullanan gerçek marka sahiplerini gözeten sistem ise marka korumasıdır.

Buluş, teknoloji alanında belirli bir sorunun giderilmesine ilişkin yeni bir teknik çözümdür. Buluşların patentle korunabilmesi için, yeni olması, sanayiye uygulanabilir olması ve bir buluş basamağını içermesi gerekir.

Yeni, sanayiye uygulanabilir ve tekniğin bilinen durumunu aşan buluşlara verilen ve buluşu belirli bir süre koruyan belge türü patent olarak adlandırılır. Patent belgesi, buluşlarını topluma açıklamaları karşılığında kişilere belirli bir süre ve koşullarla, ilgili buluşları koruma amacıyla verilen belgedir.

Bir ürünün üç boyutlu şekli veya bu şeklin bir parçası ile ürün üzerindeki iki boyutlu süslemeler tasarım kavramına dahildir. Uluslararası Tasarım Bülteni'nden alınan bazı örneklerden yola çıkarsak, tasarımın kapsamına bir otomobilin şekli, farı, lastiği, janti, direksiyonu ya da bir koltuğun tekstil yapısı veya su emici yüzey özelliklerinin girildiğini görebiliriz. Bir tasarımın tescil edilerek korunması için yeni ve ayırt edici niteliğe sahip olması gereklidir. Tasarımlar, TPE'ye başvuru tarihinden önce, dünyanın herhangi bir yerinde kamuya sunulmamışsa yeni olarak kabul edilir. Başvuru tarihinden geriye doğru 12 ay içinde kamuya yapılan sunuşlar, tasarımın yeniliğini etkilemez. Tasarım hakkının sahibi, tasarımcı veya onun hukuki halefleridir. Memur, hizmetli ve işçilerin işlerini görürken tasarladıkları tasarımların sahibi, hizmet ilişkisi nedeniyle onları çalıştırandır.

Çalışmalarınız müşterilerinize başka ne gibi avantajlar sağlıyor?

Vekili olduğumuz firmalar rakiplerine ait marka, patent ve tasarım başvurularının aylık dökümünü alarak rakiplerini yakından takip edebilir. Bu hizmeti talep eden firmalar, sektörlerine ait aylık dökümlerle sektörlerindeki veya ilgili sektörlerdeki gelişmeleri izleyebilir.

Avrupa Birliği sürecinde sektörünüzde ne gibi politikalar uygulanmalı?

Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin fikri haklar konusunda kanunlarının ve uygulamalarının birbirleriyle uyumlu olması şart. 1995'te kabul edilen kanun ve kararnamelerle eserler, buluşlar, markalar ve coğrafi işaretler konusunda uyum sağlanmış, mevzuat yakınlaştırılmış ve son 10 yıllık süreç içinde uluslararası sözleşmelere ve tescil sistemlerine üyelik gerçekleştirilmiş. Türkiye'nin uluslararası sahnedeki gelişmeleri takip ederek mevcut kanun ve kararnameleri yeni düzenlemelere göre güncellemesi lazım. Aynı zamanda Fikri ve Sınai Haklar Mahkemeleri ile TPE'nin altyapıları güçlendirilmeli ve uluslararası düzene uyumlu hale getirilmeli.

Hangi resmi kurumlarla çalışıyorsunuz?

Türkiye'de TPE ve yurtdışında sadece Dünya Fikri Haklar Örgütü nezdinde müşterilerimizi temsil edebiliyoruz. Diğer ulusal resmi ofislerde olduğu gibi topluluk başvurularında müşterilerimizi İç Pazarda Uyum Ofisi katında, yurtdışındaki meslektaşlarımız aracılığıyla temsil ediyoruz.



TPE ile aynı şehirde olmak şirketinize nasıl yansıyor?

Avantajlı bir durum. Aynı şehirde olduğumuzdan ve TPE faks ya da elektronik posta kabul etmediğinden müşterilerimizin son dakika veya acil işlemlerini anında gerçekleştirebiliyoruz. Fikirlerin korunması söz konusu olunca bu ayrıntı çok önemli.

Fikrî haklar kavramı Türkiye’de her geçen gün önem kazanıyor ve firmalar markalarını, buluşlarını ve tasarımlarını koruma altına alma ihtiyacını daha fazla hissediyor. TPE artan talepleri karşılamak için büyük uğraş içinde. Bilgi işlem altyapısını güçlendirerek talepleri internet üzerinden karşılamaya hazırlanıyorlar. Bu sisteme geçildiğinde tüm işlemler kolaylaşacak. Biz de APB olarak teknolojik altyapımızı ve başvuru sistemimizi internete uygun hale getirdik. Dört gözle TPE’nin hazırlıklarını tamamlanmasını bekliyoruz.

Sık sık gündeme gelen internet alan adları konusunda neler söylemek istersiniz?

Bu konunun önemi Türkiye’de çok geç fark edildi. İnternet alan adı tescilinde şu prensip vardır: İlk başvuran alır! Kötü niyetli üçüncü şahıslar, tanınmış birçok marka veya işletmenin internet alan adını alarak haksız kazanç sağlamaya çalıştı. Bu da ancak Dünya Fikrî Haklar Örgütü düzeyinde dava açılmasıyla çözülebilir.

Türkiye’de .tr uzantılı alan adının tescilini Orta Doğu Teknik Üniversitesi yapıyor. Diğer tüm uzantılar için yurtdışında **Internet Corporation for Assigned Names and Numbers** tarafından yetkilendirilen birçok kuruluş var. Tüm bu işlemlerle ilgili her türlü tescil, dava ve danışmanlık işlerini şirket olarak üstlenebiliyoruz



İşinizin sizi zorlayan yanları var mı?

Fikrî haklar sektörü Türkiye’de yeni yeni olgunlaşmaya başladığı için bize düşen görevler içerisinde mevcut ve potansiyel müşterilerimize alanımız hakkında bilgi ve eğitim vermek de var. Zor bir görev. Bunu şirketlerde fikrî haklar organizasyonu kurarak ve ilgili eğitimleri düzenleyerek gerçekleştiriyoruz. Eğitimlerimiz herkese açık. Sektörle ilgili uluslararası yönetmelikleri sürekli takip etmek zorundayız ki Türkiye’nin uluslararası arenada en iyi şekilde temsil edilmesine ve Türk kanunlarının yurtdışındaki mevzuatla uyumlu hale getirilmesine katkıda bulunalım. Kolay bir iş değil; ama başardığımızı gördükçe mesleki anlamda büyük tatmin ve gurur kaynağı oluyor.

Biraz da Bilkent günlerinize dönebilir miyiz?

1993'te TED Ankara Koleji'ni bitirdikten sonra tek bir hayalim vardı: Ülkemizi yurtdışında temsil etmek ve başarılı bir diplomat olmak. Farklı ülkeleri ve kültürleri tanımak istiyordum. Bu nedenlerle Bilkent Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'ne girmeyi çok istemiştim. Yabancı dilde eğitim veriyor olması ve uluslararası saygınlığı Bilkent'i seçmemde büyük rol oynadı. Aynı bölümde okuyan bir yakınımızdan eğitim programı ve öğretim kadrosu hakkında bilgi almış ve çok etkilenmiştim. Aslında bu alanda yetişmek istediğimi, Mithat Bereket'in

lisedeyken dinlediğim bir meslek tanıtım konuşmasında fark etmiştim.

Üniversite hayatım dolu dolu geçti diyebilirim. Liseden sonra bir anda özgür olduğunuz; ama birey olarak alacağımız kararların bundan sonraki yaşamınızı etkileyeceği çok önemli bir sürece giriyorsunuz. Zamanla özgürlük sarhoşluğunu atarak üniversiteden daha fazla ne elde edebileceğimi hesaplamaya başladım. Yabancı dilde eğitimin avantajını hep yaşadım. Kaldı ki İngilizceye ek olarak başka diller seçme şansımız da vardı. Ben Rusça almıştım. İş ilişkilerine ve ülkelerin siyasi, sosyoekonomik geçmişlerine dair dersler, yöneticilik pozisyonumda çok işime yarıyor. Radyo Bilkent'te müzik direktörlüğü yaparak organizasyon ve yönetim deneyimi kazandım. Radyonun o dönem tek Türkçe programı olan Türk Lokumu'nu hazırlayıp sundum.

Etkinliklerine katıldığımız bir dernek ya da topluluk var mı?

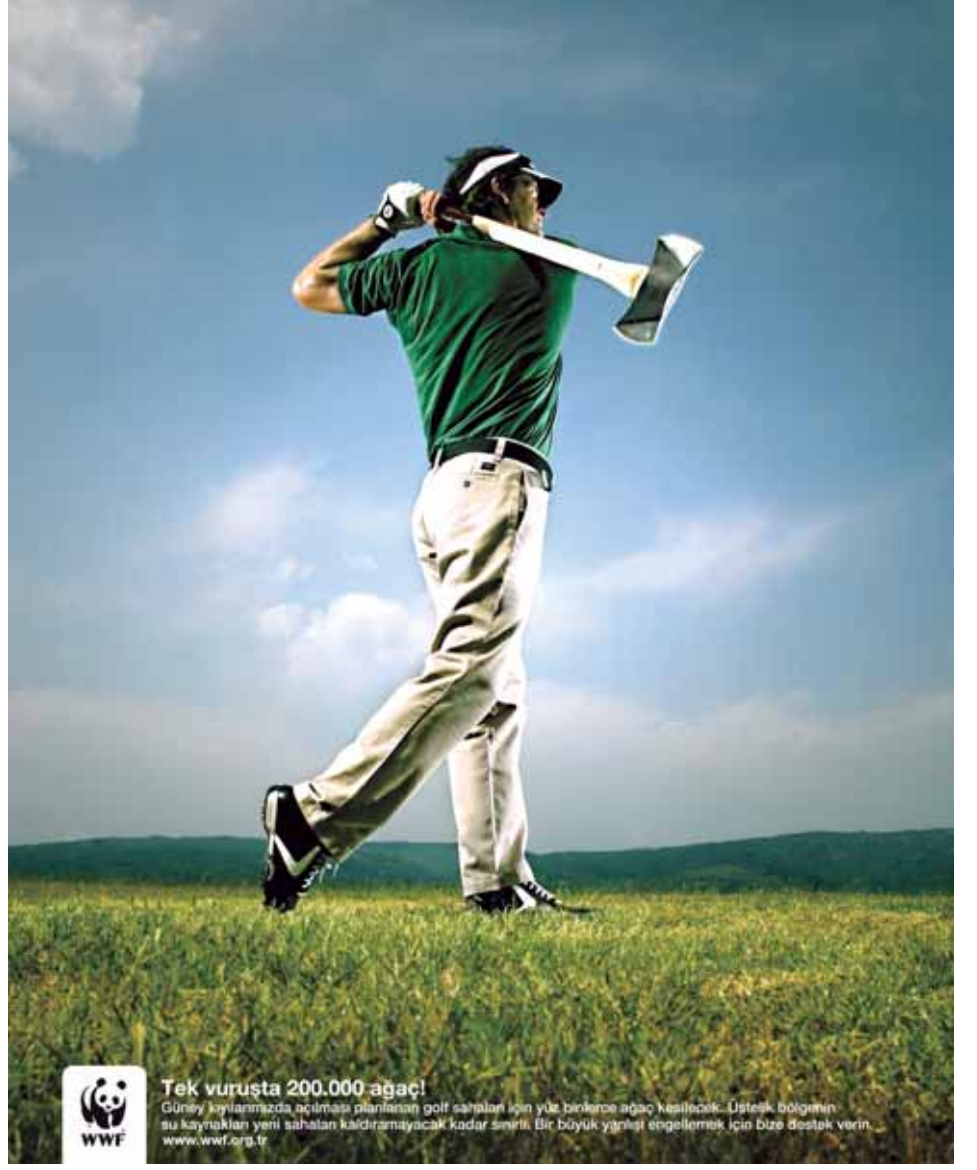
Bilkent Üniversitesi Mezunlar Derneği, TED Ankara Koleji Mezunlar Derneği ve Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği'ne üyeyim. Üye olmasam da LÖSEV'e ve Türk Eğitim Vakfı'na düzenli katkıda bulunuyorum. Kalan tüm vaktimi 5 aylık kızıma ayırıyorum. ■

grafik tasarım



“Bundan sonraki hedefimiz
Cannes.”

*Dünya reklam sektörünün en ünlü ödülllerinden Epica'nın
bu yılki töreninde bir Bilkentli de vardı:
Can Pehlivanlı (Grafik Tasarım 2002).*



Sanat yönetmenliğini yaptığınız ekip Gümüş Epica aldı. Bize ödülün içeriğinden bahsedebilir misiniz?

Epica'nın açılımı *European Premier Creative Awards*. 20 yıllık bir geçmişi var. Adından da anlaşılacağı gibi yaratıcılığı ön plana çıkaran, tüm dünyadan birçok ajansın katıldığı, dünyadaki reklam ödülleri arasında Cannes'dan sonra en prestijli ödüller arasında.

Epica'nın turizm, finans, internet siteleri, reklam fotoğrafçılığı ve iletişim gibi birçok kategorisi var. Sanat yönetmeni olarak çalıştığım ajans Ogilvy İstanbul'dan bir ekiple, *Public Interest* kategorisinde, *World Wildlife Federation (WWF)* için hazırladığımız ilanlarla yarışmaya girdik.

Yarışmaya katılma fikri nasıl doğdu?

Grup şefimiz Ergin Binyıldız evde televizyon seyrederken golf sahalarının zararları hakkında WWF'nin bir tartışma programına denk gelmiş ve bu konuda bir şeyler yapmak gerektiğini düşünmüş. Çalışmaya böyle başladık. İlk olarak baltalı ilan ürettik ve hemen WWF'ye sunduk. Onlar çok beğenince yola devam ettik.

Bir golf sahası için 200.000 ağaç kesiliyor. İlk ilandaki amacımız bunu belirtmekti. Ülkemizin güneyinde 100 golf sahası açılması planlanıyor; ama oraların bitki örtüsü buna uymadığı için büyük problemler yaşanacak. Golf çimi Türkiye'de yok mesela. Bu çimler rulolarla Güney Afrika'dan geliyor, oradaki toprağın böcekleriyle, bitkileriyle, diğer canlılarıyla. .. Yani sorun daha ilk adımda beliriyor. Olumsuzluklar bunlarla da bitmiyor. Golf sahaları küresel ısınmayla doruğa çıkan su sıkıntısını körüklüyor. 15.000 insanın bir yıllık su ihtiyacını bir golf sahası tek başına tüketiyor. Onu halı gibi tutabilmek için on binlerce metre küplük sulama yapılıyor; yeraltı su kaynakları emiliyor; tüketiyor. İkinci ilanımızdaki sünger fikri bu gerçekler doğrultusunda ortaya çıktı. Yaptığımız işin sosyal boyutu olması bize ayrı bir tatmin sağladı. WWF'yle olan çalışmalarımızın keyif veren böyle bir yönü de var.

Yarışmanın seçici kurulu kimlerden oluşuyordu? Katılım ne düzeydeydi?

Kurul 24 ülkeden 31 önemli derginin yaratıcı yönetmenlerinden meydana geliyordu. Katılım 5000'i aşmıştı. Yaratıcılığın ön planda olması kaydıyla mesajını net ileten,

produksiyonu düzgün eserler ön elemeyi geçti ve finale kalanlar arasından da dereceye girenler seçildi.

Ödüle aday olma koşullarından söz edebilir misiniz?

Basılı medyada çıkan ilanlar veya televizyonda yayımlanmış reklam filmleriyle aday olabiliyorsunuz. Hangi kategoride yarışmak istiyorsanız, işinizin yayın tarihini belirterek katılıyorsunuz. Bizim işlerimiz *İkide Bir*, *Timeout* ve sanırım *Tempo* ile *Aktüel* dergilerinde yayımlanan ilanlardı.

Gruptaki sorumluluğunuz neydi? Takım arkadaşlarınız kimlerdi?

Tibet Şanlıman (yaratıcı yönetmen), Ergin Binyıldız (grup şefi), Cengiz Pulu (yazar), Nejat Talas (fotoğrafçı) ve Uğur Vidinligil (fotoğrafçı) ile çalıştık. Ben de grubun sanat yönetmeniydim. Ortak paydamız hepimizin düşünce üretebilmesiydi. Yaratıcı süreçte kesin çizgilerimiz yoktu. Fikirleri beraber oluşturduk.

Her ajansın çalışma tarzı farklıdır. Ogilvy'de alışlagelmiş sanat yönetmeni ve metin yazarı ilişkisi yoktur. Yani yazar bir şeyler karalar,

yönetmen de onun tasarımıyla ilgilenir diye şartlanmıyor kimse. Hepimiz işin her basamağına elimizden gelen katkıyı yapıyoruz. Kimsenin sabit müşterisi de yok. Bir yaratıcı yönetmen, bir de projelere göre işleri dağıtan ve bağlantıları sağlayan grup şefleri var. Bir yazar ve sanat yönetmeni seçilsin, yazar fikri bulsun, yönetmen onu biçimlendirsın gibi klasik bir sistemimiz yok. Fikir herkesten gelebilir; çünkü Ogilvy İstanbul'un yaratıcı grubunda herkes birer düşünce adamı.

Dereceye girmeyi ekip veya ajans olarak bekliyor muydunuz?

Sonuç sürpriz olmadı. İşlerimize güveniyorduk. Başka uluslararası yarışmalara da yolladığımız ve Epica alan bu çalışmalarımız nedense Türkiye'de sadece bir başarı belgesi kazandı. Bu ilginç bir durum aslında; ama çok da önemli değil. Biz inandığımız işleri yapmaya devam edeceğiz. Gerisi kendiliğinden gelir. Hedef Cannes'da Grand Prix. Epica bu yolda hepimize moral verdi.

Ogilvy, dünyada 400'den fazla ofisi olan, dünyanın en büyük pazarlama iletişimi ve reklam gruplarından biri olan WPP'nin bünyesinde. Birçok uluslararası ve yerel yarışmada ödül almış bir ajans. Ford'un Şampiyonlar Ligi jeneriklerini belki hatırlarsınız. Onlar İstanbul'da yapıp bütün dünyaya satılmış ve birçok başarıya imza atmıştı. Türkiye'de beş Kristal Elma ve bir Altın Elma kazandı. Yani ajans ödüle yabancı değil; ama bizimki Ogilvy'nin ilk Epica'sı olması açısından farklı bir öneme sahip.

Ödül töreni nasıldı?

Tören her sene farklı bir yerde yapılır. Önceki sene İstanbul'da, bu kez Stockholm'un merkezindeki Opera Cafe'deydi. Epica'nın değeri amatör ruhla yola çıkarak yakaladığı süreklilikten geliyor. Bu saygınlığı düşünürsek ödül töreninin bizi biraz şaşırttığını söyleyebilirim. Beklediğimiz kadar görkemli olmadı. Sene içinde takip ettiğimiz, reklam yıllıklarında gördüğümüz işleri yapan, yazılarını okuduğumuz insanlarla görüşmek güzel oldu. Tören salonu pek büyük değildi. Ödül alan çalışmalar gösterildi. Gümüş madalyamızdan memnunduk; ama yetmedi, yetmeyecek de.

Ya ödülün yankıları?

Sonuçlar özellikle Avrupa basınında geniş yer buldu, birçok gazete ve dergide çıktı. Bizim çalışmamız internetteki birçok reklam sitesinde olumlu yorumlar aldı. www.ihaveanidea.org bu piyasanın nabzını tutan bağımsız bir arşiv. Ödüllü ödüksüz birçok kaliteli eserin sergilendiği bir site. Sünger ilanımız orada 6. sıradaydı son baktığımda. Ayrıca bütün kategorilerde ilk üçe giren eserler Epica Yıllığı'na alınıyor. Biz de orada olacağız. Yarışmaya katılan ürünler Louvre Sarayı'ndaki Halk Müzesi'nin kalıcı koleksiyonuna da bağışlanıyor. Heyecan verici şeyler bunlar.

Kariyerinizde hangi aşamalardan geçtiniz?

Grafik tasarıma ortaokulda karar vermiştim. Reklama daha sonra eğildim; ama kesin olan bir şey vardı: Bir şekilde o dünyanın içinde



olmak istiyordum. Ailem çok destek oldu seçimlerimde. ÖYS'de Yeditepe Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü'nü kazanmıştım. Açıkta kalmayacağım için rahattım. Yine de aklımda bir tek Bilkent Üniversitesi Grafik Tasarım Bölümü'ne girmek vardı. Yaz sonundaki sınavı geçtim ve bölüme başladım.

Üniversitenin 3 ve 4. sınıfında Türkiye'nin en iyi tasarım ajansı olduğuna inandığım Zebra Design Factory'de staj yapmış olmam bana gerçekten çok şey kattı. 4. sınıftaki projelerime baktığımda stajın etkisini



Bir golf sahası 15.000 m³ suyu emmek demek!

Güney kıyılarımızda yapımı planlanan golf sahalarının suların için milyonlarca metreküp yeraltı suyu harcayacak. Üstelik bölgenin su kaynakları yeni sahaların kaldırılmayacak kadar sınırlı. Bir büyük yanlış engellemek için bize destek verin.

www.wwf.org.tr



hissedebiliyorum. Ankara'nın en eski ajanslarından Barek'te de çalıştım. Üniversite bitince atladım geldim İstanbul'a. Türkiye'de bu işin yeri bence İstanbul. Keşke birçok ülkede olduğu gibi bizim de her şehrimizde yerli ve yabancı ajanslar olsa.

Kariyerimde önemli payı olan insanlardan biri eski patronum Atilla Aksoy'dur. Bir baba-oğul ilişkimiz vardır. Kendisi Wunderman'ın yönetim kurulu ve ajans başkanıdır. 3,5 yıl çalıştım Wunderman'da. Oraya başvururken gösterdiğim işlerim üniversite projelerimdi ve çok beğenilmişti. Bir başka deyişle Bilkent farkı ortadaydı. Bugüne kadarki iş hayatımda üniversitemin ve bölümümün ayrıcalığı ve avantajını hep yaşadım. İş başvurularımda Bilkent Grafik Tasarım mezunu olmamın getirilerini tecrübe ettim. Eğitim sürecini düşünürsek çokuluslu ortamıyla, kütüphanesiyle, kampus atmosferiyle, bölümün olanaklarıyla, akademisyenleriyle gerçekten iyi bir tablo ortaya çıkıyor.

Reklam sektörü iş değiştirmelerin sık yaşandığı bir sektör; ancak o ajansın kültürünü almak için birkaç yıl beklemek gerek. Daha farklı yapıları da denemek istiyordum, ama kararımı askerlik sonrasında bırakmıştım. Atilla Bey, askerden dönünce de benle çalışmak istediğini söylemişti. O yüzden rahattım. Bu rahatlık bana düşünme

fırsatı yarattı. Döndükten sonra 6 ay daha orada çalıştım. Başka iş deneyimlerinin zamanı gelmişti. En doğru yer neresi olur diye karar vermeye çalışıyordum. 3 ajans vardı kafamda. Hepsi aynı önemdeydi benim için. Bunların ikisi takımlarını yeni kurmuştu. O yüzden pek şansım olmayacaktı. Sonuç olarak Ogilvy ile kanlarımız uydu. 11 aydır buradayım. Her şey iyi gidiyor. Hem ajansı hem iş arkadaşlarımı seviyorum.

Dostluğun ön planda olduğu, tek yumruk çalıştığımız, yoğun, ama keyif veren bir yer. Bu arada serbest işler de yapıyorum. Bizde serbest çalışmak farklı bir beslenme kaynağı. Kendinin patronu olmak, süreçlere bağımsızca yön verebilmek çok şey katıyor insana. Zamanı gelince yurtdışında da çalışmak istiyorum. Uluslararası bir ajansta bulunmamın avantajını kullanarak diğer ülkelerdeki Ogilvy'lere dönemsel değişim programıyla gitme şansım var. Gittiğiniz yerdeki çalışan da sizin yerinize geliyor. New York, Cape Town, Sao Paulo aklıma ilk gelen ve kalp atışlarımı hızlandıran yerler.

Sosyal hayatta nasıl bir Can Pehlivanlı görebiliriz?

Kar kayağı yapıyorum. Müzikle uğraşıyorum. 18 yaşındayken vokalisti olduğum Something's Wrong adında bir grubumuz vardı. Şu an yeniden bir araya

geldik. İş ortağım Alper'in Ten Dollars Regular adlı bir punk grubu vardı. Onunla müzikte de buluştuk. Alper de Something's Wrong'da çalmaya başladı. Üç ay sonra konserlere başlıyoruz. Ailemin desteğini özel hayatımda da hissediyorum. Sırf mesleğimde değil, sosyal yaşamımda da bana hep destek oldular. Sosyal hayat olsun iş yaşantısı olsun annemle, babamla, kardeşimle sürekli düşünce alışverişinde bulunurum. Bunun faydasını hep gördüm, görmeye de devam edeceğim.