



Figen Şamdancı
AbbVie Türkiye Kurumsal İletişim ve
Hasta İlişkileri Direktörü

Sürdürülebilirlik Yaklaşımımızla Toplumlara Fayda Sağlayan Projeleri Destekliyoruz

AbbVie'yi ve kurumsal iletişim ekibini tanıyabilir miyiz?

2013 yılında kurulan AbbVie, araştırmaya dayalı global bir biyofarma şirketi. Şirket olarak misyonumuz bugünün ciddi sağlık sorunlarını çözecek ve yarının tıbbi sorunları ile başa çıkacak yenilikçi ilaçlar bulmak ve hastaların hizmetine sunmak. İmmünoloji, hematolojik onkoloji, nörolojik bilimler, göz sağlığı, viroloji ve kadın sağlığı gibi birçok önemli terapötik alanda hastaların yaşamlarında iz bırakmak için çalışıyoruz.

Allergan Aesthetics'in de AbbVie bünyesine katılması ile birlikte AbbVie'de hasta ilişkileri, kurumsal iletişim ve marka mükemmelleştirme rollerinin yer aldığı 6 kişilik bir departmanız. Bir yandan hasta demekleri iş birlikleri ile hastalıklar hakkında toplumu bilinçlendirmeye devam ederken, bir yandan da sosyal medya yönetimi, lider iletişimi, çalışan iletişimi ve dış iletişim konularında şirketimizin önceliklerine ve ihtiyaçlarına paralel olarak iletişim desteği veriyoruz. Güzellik mesajlarından hastalıklara yönelik bilgilendirici mesajlara kadar geniş bir yelpazede iletişim çalışmaları yürütüyoruz. Önümüzdeki sene 10. yılını kutlayacak olan şirketimizde, Kurumsal İletişim ve Hasta İlişkileri Departmanı olarak tüm fonksiyonlarda yer alan yönetici ve çalışanlarımızla iş ortağıyız.

AbbVie Kurumsal İletişim ve Hasta İlişkileri Ekibi olarak başlıca sorumluluklarınızdan bize biraz bahsedebilir misiniz?

Çalışan iletişimi ve hastalık yönetimi dahil iletişim alanındaki önceliklerimizi şirketimizin

global ve ülke hedeflerine paralel olarak belirliyoruz. 'Yaşamlarda iz bırakmak' vizyonumuz ile sosyal sorumluluk projelerini, medya ilişkilerini, çalışan bağlılığına yönelik projeleri, hastalıklara yönelik bilinçlendirme çalışmalarını hayata geçiriyor; sosyal medya hesaplarımızın ve hasta demekleri ile ilişkilerin yönetilmesine liderlik ediyoruz. Allergan Aesthetics'in 'özgüvenin gücü' vizyonunu destekleyen kurumsal itibar ve iletişim çalışmalarını gerçekleştiriyoruz.

AbbVie için kurumsal sorumluluk ne ifade ediyor? Bize son yıllarda hayata geçirdiğiniz ve fark yaratan en önemli kurumsal sosyal sorumluluk projelerinizden biraz bahsedebilir misiniz?

AbbVie olarak insanların ve gezegenimizin ortak sağlığını sürdürülebilir ve ölçülebilir bir şekilde iyileştirmek için yenilikçi yöntemlere yatırım yapıyoruz. İhtiyacı olan topluluklara hizmet etme taahhüdümüzü yerine getiriyor, yeterli hizmet alamayan toplumlara güçlü yardım programları, tıbbi bağışlar ve hayırseverlik çalışmaları yoluyla destek olmak için yerel kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve hükümetlerle iş birliği yapıyoruz. AbbVie'de doğal afetler sonrasında, yardım çalışmaları yapıyor ve krizlerde ihtiyaç duyulan ilaçları sağlayarak toplulukların iyileşmesine yardımcı oluyoruz.

Enerji tüketimimizi yönetmekten, sürdürülebilir tedarikçilere öncelik vermeye kadar, ilaç geliştirme ve dağıtım sürecinin her aşamasında çevresel etkimizi azaltmayı taahhüt ediyoruz. Şirketimiz ve dünya

Kurumsal iletişim ekibi olarak öncelikli hedeflerini, AbbVie'nin bilinirliğini artırmak, vizyonunu, gelecek hedeflerini ve araştırma geliştirme aşamasında yer alan tedavilerini hedef kitlesine anlatmak ve Allergan Aesthetics'in marka itibarını güçlendirmek olarak sıralayan AbbVie Türkiye Kurumsal İletişim ve Hasta İlişkileri Direktörü Figen Şamdancı ile AbbVie'nin kurumsal sorumluluğa bakış açısını ve şimdiye kadar hayata geçirdikleri projeleri konuştuk.

genelinde karbon emisyonlarında, su ve atık üretiminde mutlak azalma için iddialı, uzun vadeli çevresel sürdürülebilirlik hedefleri belirledik. Örneğin, yenilenebilir enerji projelerimizle 2015 yılından beri karbon emisyonunda %24'lük ve su tüketiminde %18'lik azalma sağladık. Topluma faydalı olabilecek her alanda çalışmalar yapmaya özen gösteriyoruz. AbbVie'nin 2014 yılında tüm dünyada başlattığı çalışan gönüllülüğü programı Olasılıklar Haftası, her yıl daha fazla AbbVie çalışanının dahil olduğu projelerle devam ediyor. 2019 yılında tüm dünyada 50'den fazla ülkede 9 binin üzerinde çalışanı, 37 bin saatten fazla zaman ayırdığı Olasılıklar Haftası'nda AbbVie Türkiye olarak Tüvana Okuma İstekli Çocuk Eğitim Vakfı (TOÇEV) iş birliğiyle bir gönüllülük aktivitesi gerçekleştirdik.

2021 yılında ülkemizde ardı ardına yaşanan orman yangınları ve sel felaketleri sonrasında AbbVie Türkiye olarak Türk Eğitim Vakfı'nın yangın ve sel felaketinden olumsuz etkilenen çocuklar için hayata geçirdiği Eğitimle İyileştirelim Burs Fonu'na destek olduk. 2014 yılından beri, Türk Eğitim Derneği ile yaptığımız 'Soma İçin El Ele' iş birliği çerçevesinde, maden kazasında babasını kaybetmiş ya da babası çalışamayacak durumda kalmış 12 öğrencinin ilkokuldan başlayarak liseden mezun olana kadar eğitim masraflarını üstlenmekteyiz. Bununla birlikte, bir AbbVie şirketi olan Allergan Aesthetics'in desteği ile 0-36 ay arasında olup riskli bebek grubuna alınan çocukların serebral palsi ya da diğer gelişimsel bozukluklarının erken dönemde tespit edilmesi, yaşam boyu ihtiyaç duydukları özel eğitim ve rehabilitasyon desteklerine kavuşabilmeleri ve hepsinden önemlisi bu çocukların sosyal hayata karışabilmeleri için Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı ve Serebral Palsi Türkiye (TSÇV) iş birliği ile Kutup Yıldızları projesini hayata geçirdik.

Projeler için ne gibi iş birliklerine imza attınız? Sosyal sorumluluk/farkındalık projelerinizden ödüllendirilenler oldu mu?

Sürdürülebilirlik çalışmalarımızın yanı sıra, hastaların hayatında fark yaratmak için hasta

yolculuğunun tamamına yönelik çalışmalar yürüterek hastalar ve hasta yakınlarının bilgilendirilmesini sağlayan projelere her zaman öncelik veriyoruz. Geçen yıl '7 Yıl Bekleme! Kolunu Kaldır, Kontrolünü Yaptır' kampanyamızla dünyanın en prestijli iş ödülleri programlarından biri olan 'Stevie International Business Awards' tarafından Yılın Pazarlama Kampanyası- Sağlık Sektörü-Hastalık Eğitimi ve Farkındalığı kategorisinde 'GOLD' ödülle hak kazandık.

Kurumsal sosyal medya içerik üretimi ve yönetimimiz ile marka ve ajansların sosyal medya performanslarını objektif verilere göre değerlendiren, Türkiye'nin en büyük sosyal medya ödülü Social Media Awards Turkey 2019, 2020 ve 2021'de SocialBrands Veri Analitiği Ödülleri kategorisinde ilaç sektöründe Gümüş Ödül'ü kazandık. Ayrıca Türkiye Romatoloji Derneği'nin katkılarıyla hayata geçen 'Ankilozan Spondiliti Erken Tanıyın, Ağrıya Boyun Eğmeyin!' farkındalık projesi; MediaCat Felis Ödülleri, Doğrudan Pazarlama Ödülleri, Altın Pusula ve İstanbul Marketing Awards tarafından 4 kez ödülle layık görüldü. Allergan Aesthetics tarafından düzenlenen 'Beauty Talks' online güzellik festivali de Golden Pulse Awards ödüllerinde geçen yıl Health & Wellness kategorisinde 'En İyi Canlı Yayın' ödülünü almaya layık görüldü.

Son olarak neler eklemek istersiniz?

AbbVie olarak farklı bakış açılarının değerine inanıyor, kapsayıcı bir kültüre ve çok sesli organizasyonumuzdaki tüm çalışanlarımıza eşit davranmaya önem veriyoruz. Birleşme sonrasında yeni ve büyüyen AbbVie ailesi olarak bu yıl yeni ofisimize taşındık. Çalışanlarımıza odaklı ve keyifli çalışma alanları sunan yeni ofisimiz, kültürümüzün değişmez parçası olan birlikte üretmeyi destekleyen bir yaşam alanına dönüştü. Kültürümüzün özünü ve yaptığımız her işin temelini oluşturan 'Hakkaniyet, Eşitlik, Çeşitlilik ve Kapsayıcılık' yaklaşımımız ile AbbVie'nin kapsayıcı kültürünü daha da zenginleştirecek iç ve dış paydaşlarımıza yönelik iletişim çalışmalarını yapmayı planlıyoruz.

abbvie



Öncelikli hedefimiz, gerek içinde bulunduğumuz alanlardaki mevcut ürünlerimizi gerekse henüz tedavisi bulunamamış ve ciddi toplum sağlığı riski oluşturan birçok alanda çözüm önerilerini Türkiye'deki hastaların hizmetine sunmak. Bu hedef kapsamında hastaların yaşamlarında iz bırakma misyonuyla hareket ederken, sürdürülebilirlik hedeflerimizi hızlandırmak olacak.