

# DİJİTAL DÖNÜŞÜM ABBVIE İÇİN BÜTÜNLEŞİK İLETİŞİMİN BİR PARÇASI

DİJİTAL İLETİŞİM BİRÇOK SEKTÖRÜN OLDUĞU GİBİ SAĞLIK SEKTÖRÜNÜN DE ÖNCELİK VERDİĞİ ALANLARDAN BİRİ. BİZ ABBVIE OLARAK, HASTA ODAKLI BAKIŞ AÇIMIZLA TOPLUMDA FARK YARATAÇAK VE HASTALARA ÇÖZÜM ÜRETECEK PROJELERİ GERÇEKLEŞTİRİYORUZ VE DİJİTAL MECRALARI BÜTÜNLEŞİK İLETİŞİMİN ÖNEMLİ BİR PARÇASI OLARAK GÖRÜYORUZ. UZUN YILLARDIR İLETİŞİM STRATEJİMİZİN ÖNEMLİ BİR PARÇASINI ZATEN DİJİTAL KANALLAR OLUŞTURUYORDU. PANDEMİNİN GETİRDİĞİ YENİ DİNAMİKLERLE BİRLİKTE DİJİTAL DÖNÜŞÜM İVMEMİZ DE HIZLANMIŞ OLDU. BU DÖNEMDE ETKİNLİKLERİMİZİN TAMAMINI DİJİTAL MECRALAR ÜZERİNDEN ORGANİZE EDER HALE GELDİK. DİJİTALDE TOPLANTI GERÇEKLEŞTİRMENİN PRENSİPLERİ DAHA ÖNEMLİ HALE GELDİ. YETKİNLİKLERİMİZ BU YÖNDE GELİŞTİ VE GELİŞMEYE DEVAM EDİYOR.

**F. L: Sizi tanıyabilir miyiz? Bize kariyerinizdeki kilometre taşlarını anlatır mısınız?**

**F. Şamdancı:** Marmara Üniversitesi İngilizce Bölümü'nden mezun olduktan sonra Boğaziçi Üniversitesi Stratejik Pazarlama Programı'nı tamamladım. Kariyerime 1992 yılında Pfizer'de başladım ve burada sırasıyla pazarlama hizmetleri müdürü, ürün iletişim müdürü ve kurumsal iletişim müdürü pozisyonlarında çalıştım. 2011-2012 yılları arasında Abbott'taki iletişim direktörlüğü pozisyonunun ardından, 8 yıldır AbbVie Türkiye Kurumsal İletişim ve Hasta İlişkileri Direktörlüğü görevini yürütüyorum.

**Pandemi sürecinin ilaç endüstrisi dinamiklerinde neleri değiştirdiğini düşünüyorsunuz? Gelecekte, pandemiyle hayatımıza giren ama pandemiden sonra da değişmeyecek davranış modelleri olacak mı? Pandemi ilaç endüstrisinde neleri değiştirecek?** Salgın, sağlık sektörünün ne kadar önemli olduğunu bir kez daha gözler önüne serdi. Sağlık sektörü çare bulmak hedefiyle üzerine aldığı tüm sorumluluğu gece gündüz çalışarak yerine getirdi. Biz de AbbVie olarak bu sorumluluğun bilincinde hareket ettik ve koronavirüs ile mücadelede özellikle antiviraller konusundaki tecrübemizi arkamıza alarak pek çok kurum ile iş birliği yaptık; araştırma, geliştirme çalışmalarına destek olduk ve olmaya devam ediyoruz. Salgın, ne yazık ki dünya genelinde her konuda yapılan planlara ve gelecek öngörülerine belirsizliği getirdi.





**Figen Şamdancı**  
AbbVie Türkiye  
Kurumsal İletişim ve  
Hasta ilişkileri Direktörü

## SALGIN SÜRECİ, SAĞLIK EKOSİSTEMİNİN BİR PARÇASI OLAN HER KURUMUN, ŞİRKETİN, ORGANİZASYONUN UZMANLIKLARINI BİRLEŞTİRDİĞİ OLAĞANÜSTÜ İŞ BİRLİKLERİNE DE TANIK OLDUĞUMUZ BİR SÜREÇ OLDU. BU İŞ BİRLİKLERİNE DAHA FAZLA ŞAHİT OLACAĞIMIZ BİR DÖNEME GİRDİĞİMİZİ DÜŞÜNÜYORUM. ÖZETLE, YENİ MODELLERİ DÜŞÜNME VE DENEYİMLEME DÖNEMİNDEYİZ.

Yaşlanan nüfusumuz da göz önünde bulundurulduğunda, uzun vadede sağlık hizmetlerine olan talebin daha da artacağını, önemini korumaya devam edeceğini ve yeni düzende hastalıkların bazılarının uzaktan tedavi edilebilecek şekilde yeniden kurgulanacağını düşünüyorum. Henüz çaresi bulunamamış birçok hastalık var ve bunlara uygun tedaviler bulup hastalara ulaştırana kadar sektör çalışmaya, araştırmaya ve geliştirmeye devam edecek. Salgın süreci, sağlık ekosisteminin bir parçası olan her kurumun, şirketin, organizasyonun uzmanlıklarını birleştirdiği olağanüstü iş birliklerine de tanık olduğumuz bir süreç oldu. Bu iş birliklerine daha fazla şahit olacağımız bir döneme girdiğimizi düşünüyorum. Özetle, yeni modelleri düşünme ve deneyimleme dönemindeyiz.

İK süreçlerinde ise ileride hibrit modelleri göreceğimizi söyleyebilirim. Çalışma hayatında ev ve ofis dengesinin daha çok kurulduğu bir dönem bizi bekliyor. Ofislerimizden elbette vazgeçmeyeceğiz ancak kişisel mesafe ve hijyen koşullarını sağladıktan sonra bu gerekliliği eskisinden daha verimli bir şekilde yönetebileceğiz.

**AbbVie, globalde ve Türkiye’de Covid-19 pandemisini nasıl karşıladı? Ne gibi İK ve iletişim uygulamalarını hayata geçirdi?** AbbVie olarak pandemi sürecinde iki konuyu önceliklendirdik. Birincisi çalışanlarımızın sağlığı, diğeri ise hastalara hizmetlerimizi aksatmadan ulaştırmak. Bunların yanı sıra global olarak virüsle mücadele için, yenilikçi antiviral tedaviler geliştirme konusundaki uzmanlığımıza dayanarak, hem Harbour BioMed, Utrecht Üniversitesi ve Erasmus Tıp Merkezi ile hem de Harvard Üniversitesi ile koronavirüsler ve diğer viral enfeksiyonlara karşı yeni tedavilerin araştırılması ve geliştirilmesi için iş birliği yapıyoruz. Ulusal Sağlık Enstitüleri Vakfı (FNIH) liderliğinde yürütülen Hızlandırıcı Covid-19 Terapötik Müdahaleler ve Aşılar (ACTIV) ortaklığına katıldık. Kurum içi araştırmalarımız ve akademi dünyası ile yaptığımız iş birlikleri aracılığıyla mümkün olan en kısa zamanda klinik araştırma safhasına getirmeyi planladığımız tedavi çözümlerine odaklanıyoruz.

Ayrıca salgından en çok etkilenen ülkelerdeki sağlık sistemi ihtiyaçlarını karşılamak, hastanelerin kapasitelerini geliştirmek ve gıda ve temel ev gereçlerine erişim sağlayamayan kişilere destek olmak için kar amacı gütmeyen kuruluşlara 35 milyon ABD Doları bağışta bulduk.

Covid-19 salgını sürecinde çalışanlarımızın sağlığını korumak ve hastalığın potansiyel yayılma riskini azaltmak üzere bir sağlık şirketi olarak her türlü önlemi aldık. Salgın dönemi boyunca, işimizi etkin ve verimli bir şekilde, gerekli tüm iletişim araçlarını kullanarak evlerimizden yürüttük. Bunu yaparken de çalışma saatlerimizi ihtiyaçlarımıza göre yeniden belirledik, iş yaşam dengesini koruyabilmek için öğle yemeği ve toplantı saatlerinde düzenlemeler yaptık. Her toplantıda 15 dakika ara verilmesini standart hale getirdik.





ABBVIE'DE BAĞLILIK UYGULAMALARININ MİMARİ OLAN "ABBVIE'DE MUTLU YAŞAM ÇALIŞAN MECLİSİ" HIZLICA AKSIYON ALARAK FAALİYETLERİNE "EVDE MUTLU YAŞAM" ÇATISI ALTINDA DEVAM ETTİ. "EVDE MUTLU YAŞAM" EVDEN ÇALIŞMA DÖNEMİ BOYUNCA; BEDENSEL EGZERSİZLERE YÖNELİK KAYNAK PAYLAŞIMI, EBEVEYNLERİN BU DÖNEMİ ÇOCUKLARI İLE BİRLİKTE DENEYİMLERKEN DİKKAT ETMELERİ GEREKEN KONULARA İLİŞKİN UZMAN GÖRÜŞLERİ, HOBİLER VE İLHAM VEREN KONUŞMACILARIN VİDEOLARI ARACILIĞI İLE ÇALIŞANLARIMIZIN BU SÜRECİ DAHA VERİMLİ GEÇİRMELERİNE DESTEK OLDU.

AbbVie'de bağlılık uygulamalarının mimarı olan "AbbVie'de Mutlu Yaşam Çalışan Meclisi" hızlıca aksiyon olarak faaliyetlerine "Evde Mutlu Yaşam" çatısı altında devam etti. "Evde Mutlu Yaşam" evden çalışma dönemi boyunca; bedensel egzersizlere yönelik kaynak paylaşımı, ebeveynlerin bu dönemi çocukları ile birlikte deneyimlerken dikkat etmeleri gereken konulara ilişkin uzman görüşleri, hobiler ve ilham veren konuşmacıların videoları aracılığı ile çalışanlarımızın bu süreci daha verimli geçirmelerine destek oldu.

Ayrıca, yetkinliklere ve teknik gelişime destek olan eğitim gelişim faaliyetlerimizi de dijital ortama taşıdık. Evden çalışma ortamında iş süreçlerimizi daha etkin kılabilmek için hem uzaktan çalışmaya hem de liderlik gelişimine yönelik birçok dijital kaynak sağladık. E-öğrenme, atölye çalışmaları ve seminerlerden oluşan gelişim aktivitelerimizle sanal ortamda çalışanlarımızın gelişimlerine odaklanmalarına destek olduk. Yakın temasın ve birlikte olmanın önemini daha da iyi anladığımız bu dönemde, her çeyrekte düzenlenen "Çalışan Toplantıları"ımızın frekansını artırdık ve iki haftada bir düzenleyerek çalışanlarımızla daha sık iletişim kurmaya özen gösterdik. Genel müdürümüzün ve insan kaynakları direktörümüzün katılımıyla "5 Çay Buluşmaları" ve sohbetleri gerçekleştirerek tüm departmanlardaki çalışanlarımızla bir araya geldik. Bunların dışında da tüm

şirket çalışanlarımıza salgın günlerinde kendilerini korumalarına destek olmak için maske, eldiven ve kolonyadan oluşan bir hijyen paketi ulaştırdık.

**Firma olarak eğitime ve sosyal sorumluluk projelerine çok önem veriyorsunuz. Pandemi öncesinde çok aktif yaptığınız etkinlikler pandemiye nasıl uyum sağladı? Yanı sıra firmaların derneklerle planlanmış pek çok kongre-egitim toplantıları katılımları vardı; mutlaka AbbVie için de durum farklı değildir. Siz bu süreci nasıl yönettiniz?** Salgınla birlikte hiç şüphesiz dijital dönüşüm süreci tüm sektörlerde bir ivme kazandı. AbbVie olarak bu süreç yönetiminde hiç zorlanmadık çünkü ilaç sektörü dijital iş yapış süreçlerinde zaten uzun süredir kullanıyordu.

İnsan yaşamının ve günlük hayatın büyük bir kısmında dijital platformların varlığı, iletişim şeklinde de köklü bir değişim getirdi. Ülkemizde nüfusun %64'ü yani yaklaşık 54 milyon kişi aktif olarak sosyal medyayı kullanıyor ve tahmini olarak bu platformlarda günde ortalama 2 saatten fazla vakit geçiriyor. Bu nedenle dijital iletişim birçok sektörün olduğu gibi sağlık sektörünün de öncelik verdiği alanlardan biri. Biz AbbVie olarak, hasta odaklı bakış açımızla toplumda fark yaratacak ve hastalara çözüm üretecek projeleri gerçekleştiriyoruz ve dijital mecraları bütünleşik iletişimin önemli bir parçası olarak görüyoruz.



Gerek şirket içi iletişimde gerekse dış paydaşlarımıza yönelik iletişimde direkt, zaman tasarruflu ve etkili iletişimi destekleyen dijital mecraları aktif olarak kullanıyoruz. Bununla birlikte topluma yönelik bazı hastalıklar hakkında web sayfaları ve mobil uygulamalar hazırlıyoruz. AbbVie Türkiye sosyal medya platformlarımız aracılığıyla; kendimizi anlatmak, kültürümüzü yaşatmak, hastalıklar hakkında bilgilendirmek için yeni mezunlara, hekimlere, hasta ve hasta yakınlarına ve çalışanlarımıza ulaşıyoruz. 2018 yılında AbbVie Türkiye olarak dijitalde gerçekleştirdiğimiz çalışmalar ile AVA Dijital Awards tarafından da Platin Ödül'e layık görüldük.

Yine Marketing Türkiye ve BoomSonar iş birliğiyle bu yıl dördüncüsü hayata geçirilen Türkiye'nin en prestijli sosyal medya ödülü Social Media Awards Turkey tarafından 2019 ve 2020 yıllarında kurumsal sosyal medya içerik üretimi ve yönetimiz ile sosyal medya performansı en iyi markalardan biri olarak Gümüş Ödül'ün sahibi olduk.

Covid-19 pandemi süreci birçok kongre ve toplantının çok kısa bir süre içerisinde iptal olmasına ya da ertelenmesine neden oldu. Fiziksel olarak planlanmış kongrelerle AbbVie Türkiye'nin düzenlemeyi planladığı tüm etkinlikler dijital platformlara taşındı. Biz de dijital kongre ve toplantılara katılım sağladık. Pandemi koşullarında sağlık mesleği mensuplarına sunulan zengin bilimsel içerikli kongreler oldukça ilgi gördü. Faaliyette bulunduğumuz tedavi alanlarının kongrelerine katılarak hem ilgili tedavi alanlarındaki bilimsel gelişmeleri yakinen takip ettik, hem de pandemi boyunca canla başla çalışan sağlık mesleği mensuplarının bilimsel gelişimine katkıda bulduk.

**Pandemi pazarlama ve satış süreçlerinizi nasıl etkiledi? Merkez ve saha ekibiniz pandemiye karşı nasıl pozisyon aldı?** Güçlü dijital altyapımız sayesinde operasyonel süreçlerimizde hiçbir aksama olmadı. Sürecin başından itibaren hem merkez hem de saha ekibimiz arasındaki iletişim sağlıklı ve kesintisiz bir şekilde devam etti. Fiziksel olarak görüşmelerin gerçekleşemediği pandemi süresince, saha ekiplerimiz, paydaşlarla olan iletişimi dijital kanallar üzerinden yürüttü.

Bu arada Mayıs ayında gerçekleştirdiğimiz satın alma ile portföyümüze katılan Allergan Göz Sağlığı alanında yürütülen Allergan TV projesini etkin olarak kullanıyoruz. Bu platform özellikle pandemi döneminde hekimlere erişimimizdeki coğrafik engellerin üstesinden gelebilmek ve fikir lideri hekimlerin videolarını diğer hekimlerle paylaşabilmek adına önemli bir dijital iletişim platformu oldu.

Bir diğer yandan, uzun yıllardır iletişim stratejimizin önemli bir parçasını zaten dijital kanallar oluşturuyordu. Pandeminin getirdiği yeni dinamiklerle birlikte dijital dönüşüm ivmemiz de hızlanmış oldu. Bu dönemde etkinliklerimizin tamamını dijital mecralar üzerinden organize eder hale geldik. Dijitalde toplantı gerçekleştirmenin prensipleri daha önemli hale geldi. Yetkinliklerimiz bu yönde gelişti ve gelişmeye devam ediyor.★





Bugün yaşamları  
dönüştürürken,  
yarınlar için  
keşfetmeye  
devam ediyoruz.

**Allergan artık AbbVie ailesinin  
bir parçası.**

Hedefimiz, bugünün ciddi sağlık sorunlarını çözmek ve geleceğin ihtiyaçlarını karşılayacak yenilikçi ilaçları keşfetmek ve sunmak. Allergan Estetik portföyündeki ürün ve hizmetlerin yanı sıra İmmünoloji, Onkoloji, Nörolojik Bilimler, Spesifik Farma, Göz Sağlığı ve Viroloji gibi birçok temel tedavi alanında insanların yaşamında iz bırakmak için çalışıyoruz.

**En İyi  
İşverenler™**

Great  
Place  
To  
Work.  
TÜRKİYE  
2020

**En İyi  
İşverenler**

Pharma

Great  
Place  
To  
Work.  
TÜRKİYE  
2020

**En İyi  
İşverenler**

Best Workplaces for Woman

Great  
Place  
To  
Work.  
TÜRKİYE  
2020

**En İyi  
İşverenler**

Yaşam Boyu Öğrenme

Great  
Place  
To  
Work.  
TÜRKİYE  
2020

İNSANLAR. TUTKUMUZ.  
OLASILIKLAR.

abbvie