



“Reklamcılık en ince detayı görebilmektir”

Bu sene 100. yaşını kutlayan İlançılık Reklam Ajansı, sektörde ilkleriyle biliniyor. İlk reklam ajansı tabirini kullanan, sütun-santim kavramını, ilk gazino reklamlarını, ilk sinema sandviç adamların hikayesini ortaya koyan da ajans İlançılık Reklam Ajansı. Önemli kilometre taşlarıyla, asırlık ilkleriyle reklam sektörünün önemli bir dönemine tanıklık eden İlançılık Reklam Ajansı Başkanı Yakup Barouh ve Genel Müdürü Atılay Bingöl, 100 yıllık marka olmanın hikayesini, 100 yıla neler sığdırdıklarını birlikte anlattılar.

**Her 1000 km.de
58 lira 10 krs.
kârınız var !**

Bir teneke
benzinle 320 km.
Önden çekisli,
sağlam, zarif
ve dayanıklı

**DYNA
DANHARD**

ORTA ŞARK TİCARET T.A.Ş.
Büyükd. Meşrutiyet cad. No: 40 Tel: 43610

**GELİNİZ
GÖRÜNÜZ
GEZİNİZ**

Evden eve dolaşan
eski usul Teneke yoğurt
kaplarına elveda !...

Şimdi

ÖMÜR YOGURDU

Amerikan usulü bir defa kullanılmaya mahsus
sihhi karton kutuları içinde satılıyor!

- Ömür yoğurdu insan eli değmeden hususî makina-
larla doldurulup ambalaj ediliyor.
- Fevkalâde sihhi, pratik olup teneke kap deposito
derdinden sizi kurtaracaktır.

ÖMÜR, EN SİHHİ, EN TEMİZ, EN YAĞLI YOĞURT TUR

Mevsimin en Son
Moda • Yünlü •
İpekli kumaşla
rı • Teşin fiyatına
Taksitle • Satışı
devam ediyor.

STOK

Saklan Hâman 11/13
TEL: 22974

Şubesi • İPEKİŞİ - YÜNİŞİ
ANKARA •

Şule Laleli

İlançılık Reklam Ajansı günümüze kadar gelebilmiş ilk reklam ajansı. Öyle ki ajan-
sın bu ayrıcalığı, Meydan Lorraine'un say-
falarında da yer almış. Ajans Başkanı Ya-
kup Barouh ve Genel Müdür Atılay Bin-

göl, çok uzun senelere dayanan, reklam
dünyasında ender görülen sağlam ortak-
lıklarını ve sektördeki 100'üncü yaşlarını
kutluyorlar. Bu süre içerisinde pek çok da
anı birikmiş...

Biz kendimize bu özel röportajdan önemli
bir markalaşma öyküsü çıkardık. Reklam

dünyasında kilometre taşı olabilmenin ol-
mazsa olmazları arasında özveri, çalışkan-
lık, dürüstlük gibi değerleri olduğunu gör-
dük. Ama en çok da 'yaptığın işi sevecek-
sin' sözünün 100 yıl içinde anlamını kay-
betmeden bugünlere nasıl geldiğini röpor-
tajımızın ana potresinde İlançılık Reklam
Ajansı'nın dört kuşak temsilcisinin bir araya
getirdik. İlançılık Reklam Ajansı Başkanı
Yakup Barouh ve Genel Müdür Atılay Bin-
göl ile gerçekleştirdik. Ajansın kurucusu
İzidor Barouh bu özel gün için fotoğraf ka-
resinde yer aldı.

İlançılık Reklam Ajansı'nın kuruluş öy- küsünden biraz bahseder misiniz?

Yakup Barouh: İlançılık Reklam Ajansı,
1909 yılında kurulmuş. İlk önceleri Ernest
Hoffer, David Samanov ve Jak Hulli'den
oluşan üç ortaklı bir ajans. Daha sonra ara-
larına Kemal Salih Sel katılır. İlançılık Kol-
lektif Şirketi'ni kurarlar. Kısa bir logo ça-
lışmasından sonra da hepsinin baş harfle-
rinden oluşan 'KeHoSah İlançılık Ajansı
olarak tarihe geçer.

Babanızın İlançılık'a geçişi nasıl olmuş?

Babam Nesim İzidor Barouh'un bu ekiple
tanışması 1932'li yıllara rastlar. Babam,
İlançılık Acentası'na o dönemlerde yani
1932'de çalışan bir dostunu ziyaret etmek
için gider. Ve o gidiş orada geçireceği 75
yılı aşkın çalışma hayatının da başlangıcı
olur. Babam, işi o kadar sever ki 'Burasi
tam bana göre bir yer. Ben bu işi yapmalı-
yım' der. 1932 yılında 30 lira maaşla müşte-

TV mecrasında ne gibi zorluklar yaşandı?

Reklam ajansları 1970'li yıllarda TV
mecrasında pek çok konuyla cebelleş-
tiler. Birincisi denetim. Filmi TRT'ye
gönderiyorduk. TRT'deki denetim ku-
rulu eğer reklamdaki görüntüyü sev-
mezse haksız rekabet görür ve sloganı
reddedilirse yeni film çekmek zorunda
kalıyorduk. Düşünün ki bir diğer rek-
lam filmini çekmek için sadece iki gü-
nünüz kalmış. 'Ama bu sizin problemin-
iz' derlerdi. Bu bir denetim mekaniz-
masıydı. Ayrıca yayından önce para
yatırma vardı. Yayından önce parayı
yatırıyorsun, banka garantisi veriyor-
sun. Bu arada hatırladığım kadarıyla
TRT'den ayrılan bir grup vardı. Onlar
Ankara'da para yatırma grubu kurdu-
lar. Bu grup büyük para kazandı. Biz-
de çalışan bir arkadaş vardı. Sabah tre-
ne biner, Ankara'ya para yatırmaya gi-
derdi.

TRT'nin bir de cingil denetleme grubu
vardı. Ayda bir kere toplanırlardı. Dü-

şünün, cingiliniz bir ay önceden hazır
olmak zorunda. Yoksa denetimden
geçmeyen cingil yayınlanamıyordu.
Orada da detone dedikleri cingil için
gidip bir ay beklemek zorunda kalıyo-
rduk. Bununla ilgili olarak Coca Co-
la'nın lansmanını biz yapmıştık. 'Aslı
budur' sloganı çıkmıştı. Ama Anka-
ra'dan 'bu haksız rekabet' kararı çıktı.
Diğer meşrubatlar asıl değil mi dediler.
Dolayısıyla bizim slogan boşa gitmiş ol-
du ve ikinci sloganımız devreye girdi.
Eğer o slogan bugün reddedilmeseydi
Coca Cola'nın sloganı "Hayatın gerçek
tadı" yerine "Aslı budur işte" olacaktı.
Ayrıca reklam filminde ayrıca konu-
şamazdınız. Reklamdaki seslendirme ya-
pan kişilerin seslerinin de Ankara'daki
denetimden mutlaka geçmiş olması ge-
rekiyordu. Şiveli konuşmalar da dene-
timden geri dönerdi.

Yakup Barouh

İlançılık Reklam Ajansı Başkanı

Zor anlarda başarı yakalamak



Yakup Barouh
İlancılık Reklam Ajansı Başkanı

"Yıl 1975, Boğaz Köprüsü açılıyor. Alarko Holding'ten şu an tam hatırlayamam da Üzeyir Garip ya da İsak Alaton beni aradı. Hürriyet gazetesinin köprü açılışıyla ilgili ilave yapacağını söyledi ve; 'Yakup, mutlaka bir reklam yapmamız lazım. Köprünün bütün ışıklandırılmasını biz yaptık ama ampuller Philips'in. Öğrendiğimiz kadarıyla Philips yarın sayfa reklam verecek. Reklamda da köprünün bütün ışıklandırılması Philips'in diyecek. Bizim de bir şeyler yapmamız lazım' dedi. Çok iyi hatırlıyorum o dönemlerde kimsede köprünün gece çekilmiş bir resmi yoktu. Kalktık o dönem pistole denilen boya püskürten tabancalar ile siyah-beyaz gündüz resmini boyadık. Gündüz çekilen resmi gece resmi haline getirdik. Üzerine ışıkları koyduk. Bir Cumartesi mesaisi harcamayarak reklamı ilaveye yetiştirdik. İstenilen sonucu başarmış ve müşterimizi memnun etmiştik. Bu olaydan sonra Alarko 20 seneyi aşkın bir süre bizimle çalıştı. Halen de çalışır."

ri ilişkileri bölümünde işe başlar. Performansı çok iyi olunca da üç ay sonra maaşına yüzde 100 zam yapılır ve zamları birlikte artık yeni bir görevi daha olur. Muhasebe müdürlüğü.

Peki o dönemde reklam çalışmaları nasıldı? Ortaklığa sonradan Kemal Salih Sel dahil olmuş dediniz. Bu süreci anlatır mısınız?

Önceleri üç ortaklı olan ajans elbette o dönemlerde pek çok zorluk yaşamış. İlk ga-

AKBANK

ın yıl sonu büyük çekilişinde



siz de ikramiye kazanabilirsiniz

- * Fevkalâde apartman daireleri
- * Yurdu dilediğiniz yerinde mesken parası.
- * Çeşitli zengin para ikramiyeleri

Hesap açtırmakta acele ediniz.....

AKBANK

zete reklamlarını alan ajans olarak tarihte çok önemli bir girişimcilik örneği göstermişler. Tabii bu durum bir müddet sonra reklam alan gazetelerin kendi aralarında ajans hizmet payı meselesini konuşmalarına neden olmuş. Yapılan bir toplantıda 'İlancılık Reklam'a çok para kazandırıyoruz. Niye para kazandırılmı? Bu reklamlar nasıl olsa bize gelecek. İlancılık'ı ortadan kaldıralım. Biz kendi aramızda reklam ajansı kuralım' derler. 1933 yılında İlancılık'a şunları söylerler: 'Size ajans hizmet payı

yok. Sen kendi müşterinle ilgili reklam yayınlatmak istiyorsan, gidersin bizim kurduğumuz reklam ajansına verirsin. Hizmet payını da almazsın. Geçinebilirsen geçirsin, geçinemezsen geçinemezsin...' Gazeteler birbirleriyle ortak oluyorlar. Elbette paraya ihtiyaçları var. O dönemlerde ellerinde en fazla reklam yatırımı yapan kurumlardan biri İş Bankası. İş Bankası'nın idare heyetinde aynı zamanda Cumhuriyet gazetesinde yazı işleri müdürü ve İş Bankası Reklam Müdürü olan

bir çağ yaratılan olay

COCA-COLA

Fabrikalarının özel olarak getirttiği

AY'IN FETHİ FİLMİ

Sinemalarda gösterilmektedir.

Coca-Cola ile herşey daha iyi gider



Atılay Bingöl'den bir anı...

"1976 Ocak ayında şirketime genel müdür oldum. İşe reklam yazarı olarak başladım. O dönemler çok iyi reklam yazarı arkadaşlar vardı. Bazen oturup, 24 saat reklam düşündüğümüz anlar olurdu. Çok iyi metin yazarları takımı-mız vardı.

Mesela Meydan Larousse'un ana yazar-larından Vedat Türkan vardı.

Babası eski İstanbul valilerinden ve Atatürk'ün arkadaşı olan, iyi eğitimli bi-riydi. Kendisinin bu metin yazarlığı ve Türk kültürü, Türkçe'nin yapısı konu-sunda verdiği çok önemli bir örnek vardı. Derdi ki; "Fransa'da Rönesans ça-ğının başlangıcını yapan asillerin o dö-

nemlerde banyosu, tuvaleti yoktu. Bu adamlar kova gibi bir cisme hacetlerini giderirlerdi. Pencereden sokaklara dö-kerlerdi. Avrupa'da bunlar yaşanırken, Türkiye'de yani Osmanlı'da hamamlar vardı, yani bu bir üst çizgi demekti. Bu üst çizgiyi Türkler umursamıyor. Oysa ki üzerinde durulması gereken bir ko-nu bu. Aslında güçlü bir kültür yapımız var. Bizi diğer ülkeler karşısında güçsüz kılan en önemli şey, Türkçe kelime da-ğarcığının kısıtlı olmasıdır. Avrupa'da, Amerika'da reklamlara baktığımızda ay-nı sözcüğe aynı manayı verecek on ta-ne kelime bulunuyor. Türkçe'de iki ta-ne ancak bulabiliyoruz."



Kemal Salih Sel'i reklamların dağılımının organize edilmesi işinin başına getirilir. Böyle bir anlayışla kurulan ajansın ömrü ancak bir sene sürer. Ancak bir müddet sonra bir araya gelen gazeteler arasında anlaşmazlıklar çıkar ve konuyu en iyi bilen İlançılık'a "gelin siz de ortak olun, işi siz yürütün" derler. Ancak ortaklık bozulur. Bunun sonucunda İş Bankası sermayesini geri çeker. Ancak Hoffer, Samanon ve Hül-li, Kemal Salih Sel'e ortaklık teklif ederler. Ve böylece 4 ortaklı Kemal Salih Sel, Hof-fer, Samanon ve Hül-li İlançılık Kollektif şir-keti kurulur. Logo olarak da isimlerinin baş harflerinden oluşan KeHoSah oluşturulur.

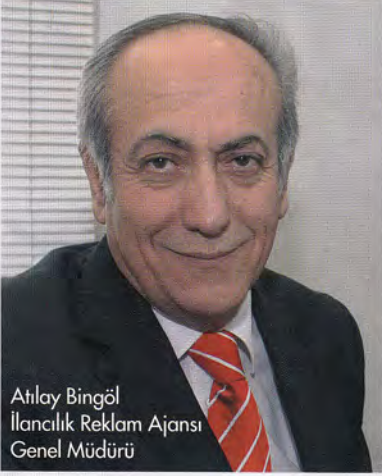
Peki bu ortaklık ilk neleri gündeme ge-tirdi? Sanırım ilk'ler bu ortaklıkla bir-likte başlıyor...

Atılay Bingöl: Evet, o dönemde yeni or-taklar rotalarını belirlerler. Şirkete yeni müşteriler katılmaya başlar.

Sinema mecrasında çok keyifli çalışmalar yapmışlar. Sinemalar, değişen programları insanlara iletmek için gazetelere ilan veri-yorlarmış. Her sektörde ufak ufak canlan-malar olmuş. İlk ilanlar ve grafik sanatçı-la-rının dönemi başlıyor.

En önemli kazanç ve bizim de ilklerimiz-den biri, medya planlama yapan ilk reklam ajansı olmamız. Bir dönem Cumhuriyet ve Milliyet gazetesi ile anlaşma yaptık. Gazete-ye alınacak reklamları biz alıyorduk. Kimse gidip Cumhuriyet gazetesine direkt reklam veremiyordu. O zaman diğer reklam ajans-ları ayaklandılar. Bu bir tekelleşmedir dedi-ler. Halbuki şimdi medya satın alma son 10 yılın en önemli konularından biri. Medya satın almayı biz 1940'lı yıllarda yapmışız. Bir başka ilkimiz, Türkiye'de sütunsantim kavramını getiren ilk ajans olmamızdır.

Yaratıcılık çok önemli



Atılay Bingöl
İlancılık Reklam Ajansı
Genel Müdürü

"İçinde yaşadığımız için çok farkında değiliz ama bu sektörde marka olmak kolay değil. Biz bunu becerebilmişiz. Dünyadaki trendleri, gelişmeleri de izleyerek, rekabeti koklayarak, araştırma ölçeklerinden geniş ölçekte yararlanarak diğer yaratıcı misyonumuzu da işin içine katarak bugün de yine markalarımızın arkasında duruyoruz. Yaratıcılık yetmiyor. O yaratıcılığı uzun soluklu, hünerle, çalışkanlıkla, doğruluk, dürüstlük temel ilkeleriyle aynı potada harmanlıyoruz. Bir firmanın 100 yıl yaşaması öyle kolay bir iş değil."

Eskiden götürü usul vardı, yani bir altın verilirdi ve bu bir altınla bir ay boyunca 20 kere reklamınız çıkacak denirdi. Bu reklamın ne ebadı, ne boyu hiç önemli değildi. Yine Türkiye'de ilk metin yazarı takımı, ilk grafik takımı atölyesi olan ajans biziz. İlk karanlık fotoğraf stüdyosunu kuran ajansız. O dönemlerde büyük bir odayı ortadan ikiye bölerek, odanın bir tarafını karanlık oda yapmıştık. Duvara bir tane objektif koymuştuk. Fotoğrafçı o odanın içine giriyor, filmi belirli bir camın üzerine tutturuyor ya da yapıştırıyordu. Onu ileri, geri hareket ettirerek netliği sağlıyordu. Yıl 1960 idi. Sonra ilk sinema reklamlarını yapan ajans olduk. Adamları giydirip, dolaştırdık, yani ilk açık hava reklamlarını kullanan ajans da yine biz olduk.

Kiraladığımız adamları Beyoğlu'nda dolaştırdık. Adamların üzerinde 'Şu gün şu sinemada şu film oynuyor' yazısı yazıyordu. Bir başka ilkimiz, Türkiye'de ilk sinema reklamlarını planlayan ajans olmamız. O dönemler İstanbul'da sinema oynatan yerler

MERCEDES-BENZ

3 1/2 fabrika tonluk Dizel otobüs şasileri satışa arz edilmiştir.
Az miktarda ithal edildiğinden acele sıraya yazınız.

İLANCIK - NİTAR

Evsaf: Motör: TAM DİZEL
6 Silindireli
90 beygir
takatinde
Vites: 5 ileri - 1 geri
Lastik: 8,25X20 eb'adında 7 adet

AHMET VELİ ME
İstanbul - Taksim Cumhuriyet meydanı 9/1

Eli Acıman'la ilgili bir anı

"Birgün babam beni Kalyon Otel'de Eli Acıman ile birlikte yemeğe götürdü. Garson siparişleri almak için masaya geldi. Babam ve ben siparişimizi verdik. Sıra Eli Acıman'a geldi.

Acıman; 'Kılıç balığı yiyeceğim ama bana getireceğin büyük, iyi pişmiş ve iyi bir parça olsun' dedi ve şöyle devam etti: 'Sen bu kılıç balığını getireceksin. Ben çatalımı kılıç balığına batıracağım. Eğer çatal düşerse, o balığı geri yollarım' dedi. Buradan reklama bakış açısıyla ilgili aslında çok önemli bir detay çıkarılabilir. O da şu:

Bir kere balığın tranç dediğimiz parçasının çok ince olmaması lazım. Böyle bir parçaya çatalı batırdığınızda çatalınız

düşer. Acıman, 'Bana getireceğiniz parça büyük olsun, iyi bir parça olsun. Sakın incecik bir parça olmasın' derken aslında bu noktayı dile getiriyordu.

'İkincisi iyi pişmiş olması lazım' derken, öyle bir pişmesi lazım ki çok yumuşak olursa, çataldan düşer. Tam kıvamında olması lazım dedi. İşte reklamcılık da böyle bir şey... Her şeyi en ufak detayına kadar bilmek lazım.

O gün yalnızca 'Bize kılıç balığı getirin, ızgara olsun' deseydik ayrı bir olaydı. Ama bize kılıç balığını getir ama çataldan düşmeyecek demek ayrı bir olaydır. Reklamcılığın düşünme tarzı da bunu gerektiriyor. En küçük detaylara kadar inmek gerekiyor."

yeni yeni kuruluyordu.

Bu sinemaların reklamları "ekaliyet gazeteleri" dediğimiz Fransızca yayın yapan gazetelerde çıkıyor. İşte bu konuda çalışanlardan biri de babam Nesim İzidor Barouh. Babam, sinema filmi yayınlayan şirketle

görüşüyor. Oynayacak filmin detaylarını alıyor. Film Fransızca'ya tercüme ediyor. Tercüme edilen yazılar Fransızca yayınlanan gazetelerde reklam olarak çıkıyor. Mesela, bir başka ilkimiz de Türkiye'de gazino reklamlarını ilk organize eden reklam ajan-



si olmamızdır. İstanbul'da üç büyük gazino var. Bunların çalışma sistemleri de üç aylık. Bir numaralı veya iki numaralı sanatkarlar vardır. Ama bu sanatkarların isimlerini yazarken reklam jargonuna şöyle bir yenilik getirdik. Bir numaralı sanatkardan sonra "ve" bağlacını ekledik. İki ya da üç no'lu sanatkar varsa ona da "ve de" şeklinde bir yazı yazdık. Mesela Zeki Müren en üste yazılır, sonrakiler "ve" diye devam eder. O'nun bir altındaki sanatkara "ve" yazılırdı. Üçüncü önemli sanatkar da "ve de" denildikten sonra yazılırdı.

Bir dönem İstanbul'daki gazino reklamlarını biz planladık. Gazino reklamları ilk açılış günü ve sonraki gün gazetelerde tam sayfa yer alırdı. Üçüncü gün yarım sayfaya düşer. Sonra üç sütun, yirmi santimlik reklamlar olarak üç ay boyunca devam ederdi. Üç ay sonra programlar biter. gazino 23 hafta boşluk verirdi. Göksel Arsoy da Zeki Müren de reklam hazırlanırken gelirler ve cenvelle isimlerinin boyunu ölçerlerdi. Çünkü isimlerin kaplandığı alan, o sanatkarın değerini gösterirdi. Mesela assolistin ağısteki veya reklamdaki harf yüksekliği dört santim olurdu. İkinci assolistin harf yüksekliği üç santimden büyük olamazdı. Gazino rek-

lamlarında böyle katı kurallar geçerliydi.

Medya satın alma konusunda neler yaptınız?

Medya satın almada gazeteler güvenebildikleri reklam ajanslarıyla çalıştılar, yani herhangi bir gazeteye gidip, reklamımı yayınlamak istiyorum denildiğinde gazete diyordu ki ya parayı ver ya da yayınlayamam diyordu.

O vakit ne oluyordu, biz medya satın alma şirketi olarak birçok reklam ajansının reklamını alıp, gazetelere veriyorduk. Gazetenin vermiş olduğu ajans hizmet payının bir bölümünü kendimize ayırıyor, bir kısmını da bu reklam ajanslarına veriyorduk. Yıllar boyu on onbeş reklam ajansı bizimle çalıştı. Bütün reklamları bizden geçti ve yayımlandı. Mesela geçmişte Grafika ismini gördüğünüz bütün reklamlar bize aittir. Gazetenin bize verdiği kod ilancılıktır. O da reklamın dışındadır. Bu ne demek; biz medya satın almayı yapmışız. Grafika reklamı vermiş, biz de yayınlamışız.

Bir başka ilkimiz de ambargo hakkımızın olmasıydı. Diyelim ki müşteri, ilancılık'a reklam verdi, biz yayınladık ve gazeteye ödemeyi yaptık. Ama müşteri ödemesini yapamadı. Yaklaşık 2025 yıla yakın ambar-

go koyma hakkımız vardı.

Ambargo hakkı ne demek?

Parasını ödemeyen reklamveren hakkında gazeteye bir yazı yazar ve derdik ki, 'X reklamverenin bize borcu vardır. Sakın reklamlarını yayınlamayın. Bu reklamveren herhangi bir reklam ajansına da gitse bu reklam yayınlanamazdı. Ancak bizden ikinci bir yazı giderse artık o reklamverenin borcu kalmamış anlamına gelirdi. İşte o zaman ambargo kalkardı.

Bu ilklerin ardından yaşanan gelişmeleri anlatır mısınız?

Eskiden gazeteler sekiz sütundu. Hürriyet gazetesinde Tuncer Biçioğlu reklam müdürlüğü görevini üstlenmişti. Bir gün bana: 'Bir yenilik yapacağım. Reklam sütunlarını 8 sütundan 9 sütuna çıkaracağım' dedi. Tabi bu şu demekti. Fiyatı yüzde 8 artırmak demekti. Bu reklamcıları sıkıntılara soktu. Çünkü aynı reklamı farklı gazeteler için farklı sütunlarda hazırlıyorduk. Daha sonra Tuncer Bey, seri ilanları 11 sütun yaptı. Yani aynı fiyata, daha düşük gramajlı ekmek gibi bir sistemi hayata geçirdik. 1950'li yıllardan sonra Demokrat Parti'nin gelmesiyle reklam daha güçlenmeye başladı. Reklam sektöründe başka ajanslar da sıvrilmeye başlamıştı. Man Ajans, Yeni Ajans, Moran, Grafika... Bu reklam ajansları sıvrıldiler.

Siz reklamcı olmayı çok mu istediniz?

Küçüklüğümden beri kendimi hep reklam sektörünün bir parçası gibi hissediyordum. Saint Michel'de okudum. Orta sınıfta biyoloji dersimiz vardı. İnsan vücudunun resmini yapmamız istenirdi. Ben ilancılık'a mutlaka gelir ve grafikerlere insan vücudu çizdirirdim. Şansım da yaver gitti.

Saint Michel'den sonra lise için Saint Josef'i ve üniversitede de Boğaziçi'ni okudum. O zamanlar Boğaziçi Robert Kolej idi. Robert Kolej'de işletme okudum. Okulun ikinci senesine kadar pazarlama daha sonra da ekonomi eğitimi aldım. Ardından işletmeye geçtim çünkü orada reklamcılık bölümü vardı. Master derecem aldım. Türkiye'de ilk reklamcılık tezini veren kişi benim. Sanırım bu ilklerimizin başlangıcı oldu. Daha sonra bu dört ortak onların dünyasında dikkat çektiğimi düşünmüş olacaklar ki beni de şirkete almak için kolları sıvadılar. Çünkü ben bu işin eğitimini görmüş kişilerden biriydim. Bu arada araştırma şirketi olarak P.A.R.S.'i kurduk. Bu da bizim ilklerimizden biri. Araştırmayı şirket içerisinde önemseyen ve kendi bünyesinde bu alanı harekete geçiren ilk reklam ajansı bizdik. Araştırma şirketi olarak bir de Dropaks'ı kurmuştuk. Burası da ilancılık'ın bir kolu gibiydi. Bu da ilklerimizden biriydi.