

Hangisi daha zor? EXPO 2020 mi, Real Madrid mi?



Doç. Dr. Coşkun Küçüközmen

coskunkucukozmen@ekonomik-cozum.com.tr

2 7 Kasım 2013 tarihi İzmir için çok önemli. Zira EXPO 2020 adaylığımız oylanacak. Başarı elbette tüm ülkenin. Ancak İzmir’de ayrı bir heyecan var. Şehrin Avrupalı imajını güçlendirecek, markalaşmış bir dünya kenti olmasına imkân tanıyacak bir fırsat. İzmir bunu çoktan beri hak ediyor. Aday ülkeler (şehirler) uzun zamandır kıyasıya bir lobi faaliyeti içindeler. İşin içinde bir marka kent, BİR dünya kenti olma hayalinin gerçeğe dönüşmesi var. Oylama ülke bazında, yani 1,5 milyar nüfusu olan ülke de 10 bin nüfuslu bir ülke de tek oy hakkına sahip.

İşte lobicilik bu noktada büyük önem kazanıyor. Lobicilik deyip geçmemek gerek. Bir birikim, strateji işidir, süreklilik arz eder, tutarlı olmalıdır, her şeyden önemlisi inandırıcı ve güvenilir olmalıdır. Lobicilik bir itibar işidir ve hafife alınmamalıdır. Bu çerçevede neler yapılmalıdır (aslında yapılmış olmalıdır) konusuna açıklık getirelim. Şu an için geç bile olsa gelecekte işe yarayabilir, hatta akılcı bir şekilde son dakikada bile sizi öne geçirebilir: (1) Rakibinizin davranışını ve stratejisini önceden sezebilmek, (2) Rakibinizin davranış ve stratejilerinin sonuçlarını öngörebilmek, (3) Stratejik hamleleri zamanında yapabilmek, (4) İnandırıcılığı olan taahhütlerde bulunmak (5) Tüm bu girişimleri oy kullanacak ülkelerin geleneksel medya anlayışına uygun şekilde yapabilmek.

Salim Kadıbeşgil “İtibar Yönetimi” isimli kitabının kapağında “**itibarınızı yönetmekten daha önemli bir işiniz var mı**” demektedir. Evet, bu süreçlerin tamamında ön planda olan en önemli husus İTİBAR’dır ve itibarı yönetebilmek önemlidir. Bu kavram dilimize, yaşamımıza yeni yeni yerleşiyor. Herkes bir şekilde itibarını korur ve çaba gösterir. Ancak bu sürecin bireysel bazdan daha çok kurumsal bazda ve ülke çapında korunması ve sürdürülmesi meşakkatli bir iştir. Örneğin krizler itibara her zaman gölge düşürür, tehdit eder. Krizlerin yönetimi (ister ekonomik ister siyasi olsun) etkili bir iletişimden geçer. Zira krizden etkilenen taraflar tahmin ettiğinizden daha fazla olabilir. Bu nedenle kriz anında alınan her türlü önlem ve nasıl bir yönetim gösterildiği krizden çıkışa yardımcı olur, inandırıcılık itibara dayalı olduğundan bir kez zarar gördü mü kolay kolay tamir edilemez. Bu gibi süreçlerde çıkarların korunmasına ya da avantaja dayalı ilişkiler önünde sonunda başarısızlığa uğramaya mahkûmdur.

Değerli okurlar, İzmir’in (Türkiye’nin) EXPO 2020 şansı önceki oylamalara nazaran bu sene daha yüksektir. Fırsatı yakaladık ve bırakmayalım. Yetkililer herkesi etkileyecek ve en fazla bir dakika sürececek bir konuşmayı hazır etmeli ve bunu en kısa zamanda tüm dünyaya farklı dillerden sunmalıdır. Örneğin:” **Dünya ülkelerinin değerli vatandaşları, biz İzmir (Türkiye) olarak EXPO 2020’ye talibiz. Aday şehirlere başarılar diliyoruz. Bu süreci kazanırsak hep birlikte kazanacağız ve geleneksel Türk misafirperverliği ve dostluğuyla insanlığa hizmet edeceğiz. Diğer aday ülkelerden gelecek olan her türlü işbirliğine açık olacağız. Onları rakip değil ortak olarak görüyoruz. Seçilirsek sizlerin güvenine layık olacağımızdan en ufak bir şüpheniz olmasın. Bu süreci en şeffaf şekilde sizlerle adım adım paylaşacağız. Bu bir taahhüttür.**”

27 Kasım 2013 tarihi Galatasaray için de önemli. Kendi sahasında 6 gol yediği Real Madrid’e konuk oluyor. Yazının ikinci paragrafında yer alan ilk üç madde Galatasaray için de geçerli. Bu maç Galatasaray’ın son iki maçında zedeleneceği itibarını da tamir edecek bir maç.

Soruyorum size hangisi daha kolay? İzmir’in EXPO 202’yi alması mı, Galatasaray’ın Real Madrid’ten puan alması mı? Öngörümü 27 Kasım sabahı sizlerle @ckucukozmen twitter hesabımdan paylaşacağım.