

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

*Metaverse ve Web 3 etrafındaki yenilik ve coşku inanılmaz bir hızla ilerliyor. Ekipler başarının önünde engel oluşturabilecek etik, risk ve yönetim konularına dikkat ediyor mu? Vicky Brown (WPP'de Ticari Genel Danışman ve Baş Gizlilik Görevlisi), Sara Robertson'ın (Global Başkan Yardımcısı, Xaxis'te Bozulma) konuğudur ve Vicky, inovasyon arzusunu yasal korkuluklarla dengeleme konusundaki dikkatli düşünceyle bir angajmana doğru şekilde nasıl yaklaşılacağına dair düşüncelerini paylaşır. Yasa siyah beyaz değil, çok fazla gri var. Vicky, avukatların arkadaşlarınız olduğunuzu bilmenizi ister ve ilk ilkelere ve sağduyudan yararlanarak, başarılı bir katılım sağlamaya yönelik pratik adımlarla ekipleri ve müşterileri eğitmeye yardımcı olabilirler.*

*Dinlediğiniz için teşekkür ederiz! Umarız bu bölümü beğenirsiniz.*

*#stayclassymetaverse*

*Lütfen başkalarıyla "Paylaşın" ve her yeni bölümden haberdar olmak için bizi "Takip Edin". Yaratıcı Dönüşüm Ajansı [WPP](#) hakkında daha fazla bilgi için [buraya](#) tıklayın.*

00:00:04

*Stephan Pretorius:* İyi günler, herkes. Benim adım WPP'nin Baş Teknoloji Sorumlusu Stephan Pretorius ve bugün sizi WPP'nin Metaverse and More Academy podcast'ine davet etmekten mutluluk duyuyorum, burada WPP Ağı'ndan uzmanlarla ve genel olarak sektörden özel konuklarla çok çeşitli metaverse ve Web3 ile ilgili konuları tartışacağız. Hem yerleşik kavramları ele aldığımız hem de bu alandaki yeni gelişmeleri izlediğimiz için, bu serinin bilgilendirici ve ilham verici olmasını umuyoruz. Bizimle yolculuğa çıktığınız için teşekkür ederiz. Lütfen arkanıza yaslanın ve Metaverse ve Daha Fazlası hakkında heyecan verici bir tartışmanın tadını çıkarın.

00:00:43

*Sara Robertson:* Herkese merhaba. WPP'nin Metaverse and More Academy podcast'ine tekrar hoş geldiniz. Ben senin ev sahibimim, Sara Robertson. Ve bugün bölümünde, doğal olarak heyecan verici bir konu olmayan ancak çok ilgi çekici hale getirmek için elimizden gelenin en iyisini yapacağımız metaverse ve Web3'te risk ve yönetimi tartışacağız. Ve bugünün teması, sadece bir şeyler yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez. WPP'de Genel Danışman ve Gizlilik Direktörü olan muhteşem konuğumuz Vicky Brown'a hoş geldiniz. Vicky, günaydın.

00:01:22

*Vicky Brown:* Merhaba Sara. Nasılsın?

00:01:24

*Sara Robertson:* İyiyim. Bu bir ağız dolusuydu. Yönetişim ve riskten geçmeye çalışmak. Ve günlük işinizin her zaman legalese tükürmek zorunda kalmanın kolay olmadığını hayal edebiliyorum.

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

00:01:35

*Vicky Brown:* Eh, yasal olandan kaçınmaya çalışıyoruz. Yasal olarak kesmeye çalışıyoruz, böylece pozisyonu düz İngilizce olarak açıklayabiliyoruz. Ve insanları korkutmuyoruz.

00:01:41

*Sara Robertson:* Ah, bunu seviyorum.

00:01:42

*Vicky Brown:* Herkesin anlamasına yardımcı olabilmemiz için yasayı sade bir İngilizce ile iletmekten heyecan duyuyorum. Günün sonunda, her zaman yasanın gerçekten sağduyu ile ilgili olduğunu düşünüyorum , bu yüzden uygulamaya koymak o kadar da zor olmamalı. Ama bazen şaşırırsın.

00:01:58

*Sara Robertson:* Ah evet, ben bir kodlayıcıyım ve kodlayıcıların hukuka karşı garip bir hayranlığı var çünkü hukuku matematik gibi düşünmeyi seviyoruz. Bilirsiniz, bu bir çeşit kod gibidir. Varsa, başka ifadeler ve bunun gibi şeyler. Bu yüzden ben biraz yan tarafta bir hayranıyım.

00:02:14

*Vicky Brown:* Bu iyi. Çünkü bence kodla birlikte, siyah beyaz ve çoğu zaman yasayla, siyah beyaz değil.

00:02:20

*Sara Robertson:* Çok grileşen küçük, küçük parçalar var.

00:02:24

*Vicky Brown:* Çok gri. Yasa ve aslında özellikle Web3 ve metaverse bir tür aldığınızda çünkü yeni, keşfedilmemiş bir bölge ve ilkeler hala aynı olsa da, açıkçası son derece gri olduğu yer burası. Ama farklı ve heyecan verici. Bu nedenle, alanda gerçekten danışmanlık yapan ve pratik bir şekilde danışmanlık yapan avukatlar için bir meydan okumadır. Ve WPP'de kesinlikle denediğimiz ve yaptığımız şey, ajansların sağduyulu, pratik bir mercek aracılığıyla gezinmelerine yardımcı olmak ve aynı zamanda nasıl görmemiz gerektiği, kendimizi etik bir mercekten web'de nasıl yürüttüğümüz ve aynı zamanda daha büyük resim sorunları, sürdürülebilirlik, dahil etme hakkında düşünmek. evet. Bu yüzden yasaları sağduyulu pratik gözlemlerle kaplamaya çalışıyoruz, aynı zamanda genel olarak bir grup olarak düşündüğümüz daha büyük resim konuları. Yani evet, metaverse ve Web3'teki yönetim ve risk gerçekten çok ilginçtir çünkü keşfedilmemiş bir bölgedir. Ve WPP'de yapmaya çalıştığımız şey, yasal riski, yasal meseleleri, insanların harika işler yapmalarına izin vermek için çok pratik bir perspektiften yaptığımız işin etrafına bir çerçeve koyan bir tür korkuluk ve ilkedir, ama gerçekten sahip oldukları ve sahip olmadıkları şeyler hakkında İngilizce'ye mi? Çok katmanlıdır. Ama bunun merkezinde, çok fazla sağduyu var. Ve eğer uzayda yaptığınız işe sağduyu uygularsanız, o zaman tabiri caizse koşarak yere vurmalsınız.

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

00:04:41

*Sara Robertson:* Onu seviyorum. Bunun, belki de gerçekten güçlü hukuk müşavirlerine erişimi olmayan alandaki ekipler için bile, ilerlemek için oldukça güvenilir bir yol olduğunu hissediyorum. bağımsızlar, WPP müşterileri değil. Bence sağduyu ile ilerlerseniz, çoğu zaman güvende olursunuz. Ancak yasanın sağduyu gibi hissetmediği alanlar var ve Web3 bunların çoğunu ortaya koyuyor. Bunlardan biri az önce bahsettiğiniz fikri mülkiyet konusu. Oradan başlamak isteyip istemediğinizi bilmiyorum yoksa Web3 yasasına bizi götürmek istediğiniz bir yol var mı?

00:05:28

*Vicky Brown:* Sanırım WPP'de, beklediğiniz gibi, Web3 için risk iştahımızın ne olduğuna bakmak ve daha sonra alanda çalışmak için bir strateji ve mantıklı ilkeler bulmak için çok çalıştık. Ama aynı zamanda onu da parçaladık. Sizinle aynı kalan şeylere baktık; şu anda düşündüğümüz riskler nelerdir ki bu alanda faaliyet göstermektedir? Ve sonra yeni riskler nelerdir? Ve bence düşünmeniz gereken çeşitli konulara ayırırsak, medyanın sorumlu kullanımı, marka güvenliği hakkında hala düşünmeniz gerekir. Kriptoya, cüzdanlara ve NFT'lere girdiğinizde dolandırıcılık riski olduğu açıktır. Müşteriler için ürettiğiniz işi, müşterinin politikaları, pazarlama stratejileri, işin uygunluğu, işin bağlamı ile ilgili aynı sorunları düşündüğünüzde, müşterinin markası için otantik midir? Tüm bu ilkeler aynı kalır. Ancak kripto ve cüzdanların pratik riskleri hakkında düşünmeniz gereken yeni riskler var. Bir müşteri kendi NFT cüzdanına sahip olmak ister mi? Cüzdanların kullanımı konusunda üçüncü bir tarafla çalışmaya hazır mı? Müşterinin Hazine politikası nedir? Aslında kripto ticareti ve tutma konusundaki konumları nedir? Büyük markaların çoğu henüz orada değil ve küresel olarak işletmeleri için geçerli olan iç politikalara sahip olacaklar, bu da aslında kripto para birimi ticaretini yasaklıyor ve NFT'lerin etrafındaki parlak bir projeye bu kadar odaklandığınızda ve güzel sanat eserleri üretmek için bir illüstratör görevlendirdiğinizde unutableceğiniz bir şey. Ve hiç kimse, markanın kendisinin bu projeyi kurmak için küresel bir politika perspektifinden hazır olmadığı gerçeğini düşünmedi. Ve izleme, NFT, blockchain hakkında düşünmelisin.

00:07:29

*Sara Robertson:* Cüzdanlara çok çabuk ara verelim çünkü bunun belki de dinleyicilerimizin gerçekten farkında olmadığı büyük bir sorun olduğunu hissediyorum. Az önce söylediklerinizi özetlemeye çalışayım, o zaman belki ileriye doğru bir yol bulabiliriz. Dolayısıyla, bu müşterilerin ve marka organizasyonlarının yaratıcı kısımlarında, NFT koleksiyonları üretmeye, kripto para birimlerini serbest bırakmaya, Web3 alanına kafa kafaya dalmaya istekli olmak için çok fazla heves var. Gerçekten havalı, yenilikçi, yaratıcı fikirler bu kadar ileri giden ve daha sonra suda ölen fikirler çünkü dağıtım cüzdanını nasıl finanse edeceğinizin ve telif haklarının nasıl alınacağını lojistiği, her şeyin patlamasına neden oluyor. Ve Web3 yerel markaları için, bunlar hiç de zor değil. Sanki o dünyaya dalmışlar ve ona aşına olmuşlar gibi. Bu alana girmeye çalışan Web 2.0 markaları için, beni kişisel olarak birkaç kez hayal kırıklığına uğratan korkunç bir engel gibi. Vicky Bunu nasıl aşarız?

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

00:08:42

*Vicky Brown:* Yani müşterilerimiz bize bu alandaki uzmanlar olarak bakıyor. Ve siz çocukların ortaya koyduğu parlak fikirlerin uygulanması söz konusu olduğunda, bunun nasıl yürütülmesi gerektiğine dair doğru danışmanlık tavsiyesi vermek ile daha sonra pratik olarak henüz orada olmayan bir müşteriye yardım etmek arasında her zaman bir denge vardır. Ve sürecin başında, fantastik NFT fikrini bulduğunuzda, müşterilerinizle risk iştahı nedir konusunda açık olmalısınız. Ve onlara söylenecek ilk nokta, "NFT'yi oraya nasıl çıkaracağınızı düşündünüz mü?" Cüzdanınız var mı? Hazır mısınız? İşletmeniz hazır mı? Markanız bu kripto alanına adım atmaya hazır mı, çünkü bir cüzdanınız olmalı mı yoksa üçüncü bir tarafın kendi adına bir cüzdan tutmasına izin vermeye hazır olmalılar. Ve bu neredeyse bir markayla yapılan birincil tartışma türüdür, benim görüşüme göre, özellikle Web 2.0 markaları hakkında konuştuğunuzda. Büyük markalar, genellikle Londra Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören, New York Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören daha büyük müşteriler, işletmeleri etrafında büyük bir yönetişime sahipler.

00:09:58

*Sara Robertson:* Büyük ev ismi müşterileri.

00:10:00

*Vicky Brown:* Hane halkı müşterileri olarak adlandırıyor ve haklı olarak, işlerinin etrafında büyük bir yönetişime sahipler. Haklı olarak, doğru yaptıklarından emin olmak için avukatları ve uyum ekipleri var. Ve pazarlama ekibi, marka ekibi bu NFT ile oradalar, sanatçıyı buldular, ajansla görüşmeler yaptılar ve hepsi gitmeye hazır. Ancak uyum ekibini, hukuk ekibini, Hazine ekibini, finans ekibini yolculuğa çıkarmamışlarsa, dediğiniz gibi proje kalkamaz. Ve müşterilerin yürütme noktasına ulaşmalarına nasıl yardımcı olabileceğimiz konusunda ajanslarla ortaklık kurarak çok çalıştık. Şimdi açık konuşayım. Ayarlamak onların risk iştahıdır ve bu müşteri, henüz orada olmadıkları uygun süreçlerden geçtikten sonra bir görüş alabilir ve kripto ticareti yapmaya hazır değillerdir veya üçüncü bir tarafın kendi adına tutmasını veya gerçekten de kendi adına bir cüzdanı olmasını sağlayabilir. Ama bu onların risk iştahı ve bu onların kararı. Ancak bizim rolümüz, bu alanda uzman olmak ve bu yolculukta elimizden geldiğince fazla yardım sağlamaktır. Ve müvekkiline önceden söyleyeceğiniz şey, "Avukatlarınızla, uyum ekibiyle, Hazine'yle, finansla görüşmeler yaptınız mı?" Grubunuzun risk iştahına, markalarınızın risk iştahına bakmak için bu sesleri masaya getirmeniz gerekiyor. Hazine politikanızın ne olduğunu biliyor musunuz? Birçok, birçok pazarlamacı açıkça politikalarının ne olduğunu bilmeyecektir.

00:11:23

*Sara Robertson:* Bu sorunun ne anlama geldiğini bile bilmiyorum.

00:11:27

*Sara Robertson:* Hazine politikanız nedir?

00:11:28

*Vicky Brown:* Hazine politikanızın nasıl ticaret yaptığınız anlamına geldiğini söylüyoruz? Grup

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

olarak kripto tutmak istiyor musunuz? Kripto tutmakla ilgili riski ister misiniz? Biliyorsunuz, Coinbase'in beğenisini kazandığı bir hesaba sahip olmak ister misiniz, NFT'lerin ticaretine dahil olmak ister misiniz, çünkü hepsi kripto üzerinden işlem görür. Biliyorsunuz, birçok marka bu riski istemiyor. Bunun dolandırıcılık yönüne karışmak istemiyorlar, vb. Ancak, müşterinize en başından beri bunların düşünmeleri gereken konular olduğunu açıklayabilirsiniz, doğru insanları masaya getirebilirler. Ve ajanslarımızla ortaklık kurarak, müşterilerimize yasal tavsiyelerde bulunmayarak, onlarla ortaklık kurarak ve WPP cüzdanımızı nasıl kurduğumuzu açıklayan birçok çalışma yaptık. Ve bir tane var.

00:12:12

*Sara Robertson:* Buna erişmek için sabırsızlanıyorum. Bir ton NFT dağıtacağım.

00:12:16

*Vicky Brown:* Sara'nın etrafında sıkı bir yönetim programı var.

00:12:19

*Sara Robertson:* Eminim vardır.

00:12:21

*Vicky Brown:* Ama pratik olanı, harekete geçmemize izin vermek için söyleyip duruyorum. Ancak Cannes'da WPP NFT cüzdanını kullandığımızı biliyorsunuz. Yani her şey ortaya çıkmakla ilgilidir ve bunun başladığı yer burasıdır, sağduyu, nasıl yönetileceğine dair pratik adımlar. Böylece doğru insanları masaya getirirsiniz, Hazine politikasını tekrar gözden geçirirsiniz, avukatlarla konuşursunuz, ajansın cüzdanı onlar adına açmak için masaya getirebileceği satıcılar ile onları rahatlatırsınız, bu üçüncü taraflar üzerinde doğru durum tespitinin yapıldığını, tüm bu noktalar. Ve sonra kriptonun nasıl işlem gördüğü konusundaki pratik kontroller. Kriptoyu, Bitcoin'i hesapta oturtmazsınız. Tüm bu tür kontroller yaratıcı sürece dahil edilebilir. Bu yönetim yönüdür, böylece bu parlak çalışmayı yerden kaldıracak ve görevlendirdiğiniz sanatçılarla çalışabilirsiniz ve daha sonra hukuk ekibini, sanat eseri için doğru haklara sahip olduğunuzdan emin olmak için koyduğunuz illüstrasyon sözleşmesiyle rahat ettirirsiniz. Bazı yasal terimler kullanacağım. Bu, müşteri için münhasır bir temelde kalıcı bir lisanstır. Tüm bu tür şeyler hesaba katılabilir. Ama avukatların bu dünyada arkadaşlarınız olduğu yer burasıdır, açıkçası, çünkü sizinle oturup tuzakları tespit edebilir ve sadece böyle düşünmek isteyebileceğinizi açıklayabilirler. Ve işte bu noktada müşterilerle çok başarılı görüşmeler yaptık ve parlak fikri yerden kaldırabileceğinizden emin olmak için masaya kimi getirmeniz gerektiğini açıkladık. Açıkçası sağduyu ile ilgili. Ama kesinlikle tüm ajanslara söylediğim şey, bir markanın risk iştahının ne olduğudur. Ve bazen bir markanın risk iştahının pazarlama ekibininkinden biraz farklı olduğunu düşünüyorum. Ve metaverse'de Web3 söz konusu olduğunda, özellikle NFT'lere ve cüzdanlara girerken ikisiyle evlenmeniz gerekir. Ve bu onlarla önceden yapılan bir tartışmadır, çünkü müşterinin istediği politika nedenleriyle uygulanamayan veya yürütülemeyen bir fikre aylarca harcamak istemezsiniz - bu gerçekten hayal kırıklığı yaratıyor ve müşteri de bunun için size teşekkür etmiyor.

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

00:14:41

*Sara Robertson:* Bu podcast'te Web3'ün ortaya çıkışı ile daha önce Web 2.0'in ortaya çıkışı arasındaki paralellikler hakkında, markaların dotcom adlarını güvence altına almaları için büyük bir acele olduğu ve sosyal medya büyüdüğünde herkesin sosyal profillerini oluşturması gerektiği birkaç kez konuştuk. Sanırım ikimiz de bir süredir buralardayız. Hatırlıyor musunuz? Sosyal medya dünyasına girme konusunda şu anda olduğu gibi metaverse girmekle ilgili bu düzeyde bir korku ve endişe var mıydı? Sosyal ağlarda yayınladıkları avatarların IP hakları konusunda endişeli miydiler? Bu neden farklı? Bunun gibi korkunç olmalıydı, çevrimiçi kredi kartlarını kabul ediyoruz.

00:15:33

*Vicky Brown:* İlkelerin çok farklı olduğunu düşünmüyorum, ama dünyanın değiştiğini düşünüyorum. Ve bence dünya sosyal medyaya ve internete çok farklı bir şekilde bakıyor. Ve bence bu nasıl geliştiğinin doğası. Yıllar boyunca sosyal medya platformlarına yönelik çok fazla eleştiri var. Veri toplama uygulamaları konusunda endişeler vardı.

00:16:03

*Sara Robertson:* Belki de dersimizi aldık ve bu sefer daha yavaş alıyoruz?

00:16:07

*Vicky Brown:* Sanırım öyleyiz. Ve bence bu iyi bir şey. Ve bence bu, metaverse ve Web3'e çok daha nüanslı bir yaklaşım. Ve sanırım geçmişin hatalarından ders aldık. Sanırım hala öğreniyoruz. Ama aynı zamanda şunu da söylemeliyim ki, temel sağduyu ilkeleri, metaverse ve Web3'ün yasal ilkeleri şu anda var olan şeylerdir. Bu yüzden gizlilik konusunda çok daha iyi bir yasal çerçevemiz var. Web3'te yaptığımız her şey büyük ölçüde, ABD'deki belirli mevzuata, Avrupa'daki GDPR'ye, İngiltere'deki eşdeğer mevzuata tabidir. Singapur'da da durum aynı. Dolayısıyla, Web3'e ve meta evrene giren bu gibi konular hakkında daha iyi bir yasal çerçeveye sahipsiniz. Geçmişten öğrendiğiniz dersler var. Ve bence bunu doğru şekilde inşa etmeye, etiğe bakmaya, uygun ilkelere ve korkuluklara daha önce kimsenin yapmadığı bir şekilde bakmaya gerçek bir odaklanma var, söylemeliyim ki, ve geçen sefer sıçramaydı, sıçradı, sıçramaydı ve şimdi bunun farklı olduğunu düşünüyorum. Açıkçası size bir avukat olarak bu bakış açısını veriyorum ama bunun farklı olduğunu düşünüyorum. Ve sanırım şu anda sahip olduğunuz şey bile uzaydaki uygulayıcılardır. Cathy Hackl, markalar için Web3 manifestosu hakkında konuşuyor. Teknoloji felsefesi Bana göre, bu alandaki herhangi bir teknoloji felsefesinde, etik, yönetim ve korkuluklar hakkında düşünmelisiniz, böylece yapmak istediğiniz işi doğru şekilde yapabilirsiniz. Demek istediğim, eğer düşünürseniz - ve bunu 12 yaşındaki bir çocuğun annesi olarak söylüyorum - oğlum metaverse neslidir. Cüzdanlara hayran kaldı.

00:18:01

*Sara Robertson:* Roblox'ta mı?

00:18:02

*Vicky Brown:* Evet. Roblox, Fortnite, kulaklıklar, VR, teknolojinin her alanında

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

olabileceğinden daha usta. Ve onlar bunun merkezindeler. Ve eğer bu alandaki küçükleri ve çocukları düşünürsem, bu yine, gelecekte doğru olanı yapmak için hepimiz için keskin bir odak noktası olduğunu düşünüyorum. Ve bu alandaki platformlardan ders aldılar. Ve umarım bu dersleri alırlar ve gelecek hakkında gerçekten dikkatlice düşünürler. Ve bu yüzden çok daha ihtiyatlı bir şekilde yaklaşıldığını düşünüyorum. Bence bu iyi, bu iyi olmalı. Ancak, inovasyon arzusunu, bu inovasyonun gerçekleşmeyeceği kadar katı korkuluklarla dengelemeniz gerekir. WPP'de, korkuluklara sahip olabilmemiz ancak yeniliği teşvik edebilmemiz için ikisini sürekli dengelemek için elimizden gelenin en iyisini yapıyoruz. Ve WPP yasallığından gerçekten böyle yaklaşıyoruz; yasal olarak her seferinde çizginin sağ tarafına geçtiğinizi ancak inovasyona izin verdiğinizi. Sanırım bu yüzden gri hakkında konuşuyorum. Siyah ve beyaz ile kodlayıcı olarak başlıyorsunuz ama yasayla gridir ve o gri alana doğru şekilde, çizginin sağ tarafına yaklaşmaktadır.

00:19:27

*Sara Robertson:* Peki gerçek inovasyon gerçekleşmeye başladığında ve belki de henüz yasal bir emsali veya yasal rehberliği olmayan yeni fikirlere ve kavramlara değindiğinde ne yaparsınız? Böyle bir şeyde nasıl gezinmeliyiz? NFT koleksiyonlarındaki IP hakları buna bir örnektir. Çok fazla "Sadece CCO veya Creative Commons lisansı yapalım" var. Ve yasal olarak keşfedilmemiş bir bölge gibi hissediyorum. Koleksiyonun adı CCO mı? Bu ticari marka mı?

00:20:10

*Vicky Brown:* Dürüst cevap, onu ilk prensiplere geri götürmenizdir. Bu nedenle, meta evrende yeni ve yenilikçi görünen bir şey olduğunda, bunu basit yaratıcı reklamcılığın bir parçası olarak düşünürüm veya basit şartlar ve koşulların bir parçası olarak düşünürüm. Yani bir NFT ile, onu bir NFT'de sanat eseri var, nasıl görevlendirdik? Bir illüstratörü nasıl görevlendirdiğinize dair ilk ilkelere geri dönün ve daha sonra bu NFT'nin nasıl takas edileceğini ve bu NFT'yi satın almak isteyebilecek tüketiciye yaptığınız temsilleri düşündüğünüzde, markanın web sitesinde barındırılabilir şartlar ve koşullara geri dönersiniz ve düz İngilizce'ye geri dönersiniz ve tüketiciye gerçekte ne elde ettiklerini açıklarsınız. NFT alın. Şimdi bu, WPP'de gerçekten odaklandığımız ve üzerinde çok çalıştığımız bir şey. Bunu gizlilik yolculuğuna ve tüketicilere verileri nasıl kullandığımızı sade bir İngilizce olarak nasıl açıklamaya çalıştığımıza benzetiyorum. Bin sayfalık bir gizlilik politikası istemiyorsunuz - bu işe yaramıyor. NFT'ler için de aynı şey olacak, ne elde ettiklerini düz İngilizce olarak söyleyecekler. İş için iyidir, şeffaflığı, tüketici için iyidir, alandaki uygulayıcılar için iyidir. Bu yüzden yasanın ilk ilkelerine, sağduyuya, sade İngilizceye geri dönüyorum ve her zaman yaptığım şeyi uyguluyorum çünkü Web3 ve metaverse uygulayacağımız her zaman var olan yasal çerçeve. Yani klasik fikri mülkiyet ilkeleridir. Bir dünya inşa ediyorsanız, içinde belirli bir arabayı öne çıkarabilir misiniz? Eh, hayır, rızanız olmadıkça değil. Bir TV reklamı gibidir. Böylece ilk prensiplere ve sağduyuya geri döndü. Ancak şu anda büyük bir itici gücümüz var ve tüketicilere meta evrende ne alabileceklerini veya alamayacaklarını nasıl açıklayacağınıza gerçekten çok bakıyoruz. Ve bu, bence uzaydaki uygulayıcıların da

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

bakması gereken bir şey, çünkü bu herkesin problemi. Ve kendimizi mahremiyet konusunda nasıl bir karmaşaya soktuğumuzu düşünürsek, bunun nedeni en başından beri yeterince açık, açık ve şeffaf olmamamızdı.

00:22:33

*Sara Robertson:* Evet, bunun herkesin sorunu olduğunu söylemenizi seviyorum çünkü şu anda Ethereum ekosisteminden geçen yeni bir mühendislik önerisi var. Ve buradaki fikir, NFT sözleşmesine, eğer çağırırsanız, bu NFT'ye sahip olmanız için yasal şartlara bağlantıyı döndüren yeni bir yöntem eklemektir. Bu yüzden şu anda bir tüketicinin, marka web sitesini bulmadıkça, doğru şeyin bağlantısını bulmadıkça, bu NFT'ye sahip olma haklarının ne olduğunu bile bilmesi imkansızdır. Bu hakların NFT'leri için geçerli olup olmadığı belli değil, bu yüzden orada olması için doğrudan sözleşmeye dahil etmeye çalışacağız. Bu fikri seviyorum çünkü sorunu kendi yollarıyla çözmeye çalışan teknoloji insanları gibi. Ancak şimdi, bu yeni yöntemde doldurduğumuz her şeyin güvenilir ve sizin noktanıza göre, son kullanıcı tarafından erişilebilir olduğundan emin olmak için diğer taraftaki avukatlara hala ihtiyacımız var. Bu nedenle, NFT'lerini nasıl kullanabileceklerini anlamak için 50 sayfalık legalese okumak zorunda değiller.

00:23:40

*Vicky Brown:* Dürüst olmak gerekirse, on yıl önce mahremiyetle tam olarak bulunduğumuz yerdik. Bu hataya bir daha girmemeliyiz. Ve aslında bu sadece sizin ya da avukatın sorunu değil. Bu, bana sorarsanız, NFT'nin metaverse'deki etrafında iletişim danışmanlığının kalbinde yer alıyor, çünkü NFT etrafında daha geniş bir iletişim parçasını nasıl yaptığınızla ve anlayış ve farkındalık. Yani şartlar ve koşullar altında paketliyorsunuz. Doğru dilde olduklarından emin oluyorsunuz, ancak tüketiciler için ne elde ettiklerini gerçekten anlamaları için daha fazla eğitim yapabilirsiniz? Çünkü doğru şekilde vurgulanmış ve birçok ay önce başlangıçta olduğundan daha iyi bir şekilde açıklanmış basit İngilizce terimler ve koşullar olsa bile, burada hala bunun etrafında çok daha geniş bir eğitim parçası yok. Ve bence hepimiz buna böyle bakmalıyız. Gizlilik yolculuğundan ve şeffaf gizlilik tartışmalarının türlerinden ve oraya ulaşmaya çalıştığımız eğitim ve anlayıştan öğrenirsek; bunların hepsini alıp Web3'e ve metaverse'e koyarsak, çok daha iyi bir konumda olacağız. Ve bunun gelecekteki kovuşturmaların bazılarında kaçınacağını düşünüyorum, çünkü özellikle FTC, NFT'lerin etrafında yanlış satıyor, yanıltıcı iletişim yapıyor. Bence bu gelecekte bir odak noktası olacak ve bu şeylerin oraya nasıl çıktığına ve tüketicinin ne oldukları veya olmadıkları hakkında ne anladıklarına çok bakacaklar.

00:25:07

*Sara Robertson:* Bu, Web3 topluluğunda büyük bir tartışma noktası. Şu anda bekleyen birkaç dava var. Bu davaların sonuçları umarım bize biraz rehberlik eder, nereye gittiğimiz konusunda biraz emsal teşkil eder. Bunların en büyüklerinden biri Bored Ape Yacht Club Ryder Ripps Fikri Mülkiyet durumudur. Farkında olmayan biri varsa, Ryder Ripps temel olarak Bored Ape Yacht Club'ın tam bir klonu, aynı sanat, aynı her şey olan bir koleksiyon



# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

başlattı ve orijinal koleksiyonun sağladığı IP hakları nedeniyle, yasal olarak her şeyi aynen kopyalamasına izin verildiğini iddia etti. Bu yüzden bu gerçekten yapışkan küçük bir boşluk ve sonuçları hevesle bekliyoruz. Yine de bu davanın kapanması muhtemelen yıllar alacaktır. Bu arada, herkes cevabın ne olacağını bilmeden nasıl ilerleyeceğine dair kararlar almaya çalışıyor.

00:26:12

*Vicky Brown:* Ve deneyimlerime göre, korkuluk uygulamalarını haklı çıkarmanın bir aracı olarak dava örneklerine işaret etmekten gerçekten çok ama çok temkinli olurum, çünkü bu bundan daha büyük bir soru. Başladığım yer sağduyuydu. Ve çoğu zaman İngiltere'deki davaların sonucu, ABD bazen o kadar sağduyulu görünmüyor. Bu yüzden bence sadece onu yasallardan uzaklaştırmak ve neyin doğru hissettirdiğini düşünmek, düz İngiliz sağduyusuna geri dönmek istiyorsunuz. Evet, yasa var, ama son birkaç yıldan ne öğrendik? Nasıl şeffaf, pratik, normal olabiliriz? Nasıl olur da yabancılaştığınız kadar karmaşık ve dolambaçlı hale getirmeyiz? Yasal emsal için bir yer var, ama aynı zamanda düz İngilizce iletişim için de bir yer var. İnsanların neler olup bittiğini anladığından emin olmak, çünkü sizin noktanıza göre, hiç kimse 50 sayfalık bir şart ve koşullara veya hatta sahip olmadıkları bir şeye sahip olduklarını düşünmenin hayal kırıklığına uğramak zorunda kalmak istemez, bu da sonuçta dava açılmasına veya bir düzenleyiciye şikayette bulunulmasına yol açar. Sadece daha akıllı olmamız gerekiyor. İçtihatların sonuçlarını beklemiyor ve beklemiyordum. Biz bunu böyle yapmıyoruz. Grup için neyin doğru hissettirdiğine, mevcut yasal çerçevelerde neyin doğru olduğuna bakıyoruz ve bunu dengeliyoruz ve yaptığımız işe doğru korkulukları uygulayabilmemiz için ajanslara doğru şekilde iletiyoruz. WPP'de iyi strateji ve ilkeler için bir meta evren bulduk. Dolayısıyla, ürettikleri tüm ajans çalışmaları, çeşitlilik, kapsayıcılık, yasalara uyma ve etiğe bakma konusunda belirli ilkeler içindedir; veri etiği ve bu basit ilkeler. Bunu doğru şekilde yapacağız. Beş ilke elde edersiniz. Çalışmayı o mercekten geçirmeye çalışıyorsunuz. Telif hakkı ticari markaları ve IP ihlali ve son derece pahalı davalar etrafındaki korkunç tartışmalardan uzaklaştırıyor, bir umut var.

00:28:25

*Sara Robertson:* Peki dinleyicilerimize ne tür tavsiyelerde bulunabiliriz, umarım hem ajans çalışanları hem de müşteriler nasıl hazırlanacakları konusunda ne tür tavsiyelerde bulunabiliriz? Sanırım hazırlıklı olduklarını, risk iştahlarını, bunun gibi şeyleri anlamak için birkaç kez savundunuz. Bir proje yapmak isteyen birinin, o projeyi yürütmeye hazır olduklarından emin olmak için atacağı bazı pratik adımlar nelerdir?

00:28:53

*Vicky Brown:* Yani pratik adımlar, örneğin bir marka için bir metaverse stratejisi veya belirli bir arazide veya hatta NFT'lerde ve cüzdanlarda yer içeren bir marka için Web3 stratejisi geliştiriyorlarsa, her şeyi parçalamak istersiniz. Müvekkilinize söylenecek ilk şey, hukuk ekibinizden kiminle ortak olmalısınız? Avukatlar gerçekten bu alandaki düşman değildir. Ajanslarla ortaklık kurduğumuzda, marka ekipleriyle konuştuğumuzda ve markanızdaki doğru

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

avukatla ortaklık kurduğumuzu söylediğimizde başarılı görüşmeler yaptık. Masada doğru kişiye sahip olmalısınız. O zaman hemen onlara, kendi marka politikalarınızda belirtilen herhangi bir ilke var mı dersiniz. Markaların hepsinin kendi pazarlama yönergeleri vardır. Orada metaverse veya Web3'ün çalışmasını zorlaştıracak bir şey var mı? Ve sonra özellikle NFT alanına gireceklerse, bir grup olarak, kripto para birimi üzerinde küresel bir marka olarak konumlarının ne olduğunu anlamak istersiniz, çünkü bu bir projeyi yolunda durdurabilir veya projenin gideceği yönü gerçekten bilgilendirebilir. Örneğin, kripto yolundan gitmeyecek. Fikri mülkiyeti düşünün. Birden fazla hak izni sorunu yaşayacak bir müşteriye fikir götürmenin bir anlamı yoktur. Belirli NFT'lerde 50 ünlüye yer vereceğinizi düşünüyorsanız, bunun en başından beri kötü bir fikir olduğunu öne sürüyorum, çünkü buna girmesi gereken haklar ve uygulama maliyeti çünkü risk; risk ve maliyete karşı ödül. Ve bu tür bir fikir başarısızlığa mahkum olacaktır. Dürüst olursam, bu alana giren birçok ev ismi için bu analizi düşünüyorum. Bu yüzden ajans için, bir projeyi doğru şekilde sunmak ve ardından müşteriye risk iştahınızın çok önemli olduğunu söylemek. Kendi işinizde gezinmenize yardımcı olması için hukuk ekibinden, uyumluluk ekibinden dahili olarak doğru iş ortağını bulun. Bu risk iştahı tartışmasını önceden yapmak gerçekten önemlidir. Bunu yeterince vurgulayamıyorum. Gerçekten çok fazla harika fikir gördüm ama avukatlar çok geç dahil oluyor ya da uyum ekibi çok geç katılıyor ya da güvenlik ekibi.

00:31:26

*Sara Robertson: CFO.*

00:31:27

*Vicky Brown: Bu başka bir şey.*

00:31:29

*Sara Robertson: Hangi noktada finansla uğraşıyorsunuz?*

00:31:31

*Vicky Brown: Aynı anda finansla uğraşıyorsunuz. Dolayısıyla, cüzdanlara bakıyorsanız, uyumluluk ve güvenlik ekibi, gizlilik ekibi ve hukuk ekibiyle uğraşırken aynı zamanda finansla da uğraşırsınız, herkesi masaya getirirsiniz. Mükemmel dünyada bu var, bir cüzdandaki risk teklifini bu şekilde bir araya getiriyorsunuz. İlgili tüm departmanları ve ekipleri bir araya getirip şunu söylüyorsunuz, biz bunu böyle yapmak istiyoruz. Herkes aynı hizada mı? Ve eğer bu hizalamayı elde edebilirsiniz, harika, o zaman gerçekten doğru yoldasınız demektir. Ama elbette müşterilerimiz için bu uyumu zorlamak bizim işimiz değil, ama şunu söylemek bizim için, buna böyle bakıyoruz. Umarım bu size yardımcı olur. Müvekkillerimize hukuki danışmanlık sağlayamayız ve aslında da vermiyoruz. Ancak onlarla ortaklık yapıyoruz ve yararlı konuşmalar yapabilir ve bunu nasıl yaptığımız ve ne hakkında düşünmek isteyebilecekleri konusunda rehberlik sağlayabiliriz. Bana sorarsanız, bu konuda gitmenin doğru yolu budur .*

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

00:32:27

*Sara Robertson:* Onu seviyorum. Yani, Vicky, her şeyden önce, bu harikaydı. Yasal bir sohbeti eğlenceli, heyecan verici ve bize araştırmamız için bazı alanlar verdiğiniz için teşekkür ederiz. Konuşmamız gerektiğini düşündüğünüz ve gündeme getirmek istediğiniz ele almadığım bir şey var mı?

00:32:47

*Vicky Brown:* Bence söyleyeceğim tek şey, AI ve AI'nın önemi hakkında konuşmadık ve sadece müşterilerimizin uyguladığı ve uyguladığımız AI etrafındaki çerçevelerden herhangi birinin ürettiğimiz çalışmalarda ortaya koyduğumuz fikirlere yansıdığından emin olduk. Hakkında konuşmadığımızı söyleyebileceğim tek şey bu.

00:33:06

*Sara Robertson:* Yapay zeka gibi çok derine inebileceğimiz başka bir konu.

00:33:11

*Vicky Brown:* Ve bu benim düşünceğim bir şey. Ama sanırım bunun özünde var ve bizim bu konuda düşünme şeklimiz, sadece bu alanda bir şeyler yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez. Ve sanırım insanları bu düşünceyle gönderebilirsem. Sadece bunu yapabildiğiniz için, yapmanız gerektiği anlamına gelmez. Ve sadece işin etik ve kurumsal değer perspektifinden doğru şekilde yapılması gerektiğini unutmayın. Bence bu, yasal olarak çizgimin doğru tarafına getirebilerseniz bile, her zaman daha büyük bir resim olduğunu hatırlamanız gereken bir şey, bu nasıl görünüyor ve hissettiriyor? Bunun bu alanda nasıl görüldüğünü kontrol edelim, çünkü keşfedilmemiş bir bölge. Ve bu hangi yöne gidebilirdi ve bu şekilde giderse nasıl hissederdik? Bence bu, markaları müşterilerle çok bütünsel olarak bakmaya teşvik ettiğimiz bir şey. Evet, yasa var. Evet, bunu yapabilirsiniz. Yapmanız gerektiği gibi hissediyor musunuz?

00:34:13

*Sara Robertson:* Evet ve bence bu, gizlilik skandalından çıkardığımız en büyük derslerden biri. Birçok insan bunu yaptı çünkü yasal olarak iyiydi, teknik olarak mümkündü. Hadi sadece yapalım. Ve sonra, olaydan sonra gerçekleşmesi gereken bir ton çözülme ve düzenleme vardı. Bu yüzden bu senaryoya kesinlikle duyarlıyım.

00:34:36

*Vicky Brown:* Ve biz de bundan öğreniyoruz. Bu yüzden soruyu bana sordun. Bu sefer buna yaklaşırken daha temkinli görünüyoruz çünkü sanırım bundan ders aldık. Gerçekten yaptık. Ve bu olumlu, çok büyük bir olumlu.

00:34:49

*Sara Robertson:* Ama aynı zamanda beni de tedirgin ediyor çünkü bu sefer teknoloji ve uzay, İnternet ilk çıktığında olduğundan çok daha hızlı hareket ediyor. Ve Web3'te bir hafta, Web 2.0'da bir yıl gibidir ve inovasyonun hızlı hızını daha yavaş onay ve düzenleme hızıyla birleştirir ve gerçekten çılgınca bir yönde çatallanırız.

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

00:35:18

*Vicky Brown:* Evet. Bu yüzden bu davanın yasal sonucunu beklemeyin. Kendinizinkini ayarlayın.

00:35:24

*Sara Robertson:* Bu tavsiyeyi seviyorum.

00:35:26

*Vicky Brown:* Yasanın nereye gidebileceğine bakmayın. Yasanın şu anda nerede olduğuna bakın ve 2018'e kadar gizlilik alanında büyük ölçüde nasıl kendi kendimizi düzenlediğimize ve kendi korkuluklarımızı nasıl yerleştirdiğimize dair sağduyu merceğinden bakın . Müşterilerimize söyleyeceğim şey bu. İyi bir strateji için meta evrenimiz var. Neye sahip olmanız gerektiğini düşünün, bu konuda risk iştahınız nerede? Bu alanda nasıl çalışmak istediğinize dair en önemli ilkeleriniz nelerdir? Çünkü bunu nasıl yapacağımızın tonunu belirledik. Kendimizi düzenleyeceğiz; burada öz düzenleme. Bir sonraki davanın sonucunu beklemeyeceğiz. Bunu kendimiz doğru şekilde yapacağız.

00:36:07

*Sara Robertson:* Ayrıca, markalarımızın ve müşterilerimizin biraz daha büyük bir risk iştahına sahip olmalarını gerçekten çok isterim, çünkü özellikle Web3'ün çok hızlı hareket ettiğini ve Web3 yerel markalarının ortaya çıktığını ve Web iki markasının çok uzun süre beklerse yer değiştirmesi zor olacak bir dayanak noktası elde edeceklerini hissediyorum. Ve bazı Web 2.0 markalarına karşı çok sevgim var. Onları bunu ileriye taşıyacak, tonu ve korku türünü onları geride tutacak yenilikçiler olmalarını istiyorum. Ve sonra yeni bebek Web3 markaları, örneğin Yuga Labs gibi bu savaşların bazılarını kazanıyor. Ve bilmiyorum, sadece müşterilerimizin burada başarılı olmasını istiyorum ve onları elde etmek çok zor.

00:36:56

*Vicky Brown:* Bir ajanstaki biri bana son derece zengin olacağını söylediği her seferinde bir dolarım olsaydı.

00:37:03

*Sara Robertson:* Ve işin diğer tarafı, D2C markaları için de aynı şeyi söyledik ve D2C markaları eski markaların hepsini hiçbir şekilde yerinden etmedi.

00:37:14

*Vicky Brown:* Ama bunu markalardaki yasal meslektaşlarımı savunmak ve desteklemek için söyleyebilirim; sadece çok daha büyük bir resimde ilerlediklerini hatırlamak için. Bu markaların birçoğu küresel gereksinimleri olan çeşitli borsalarda işlem görmektedir.

00:37:29

*Sara Robertson:* Yani birçok ülkede yasalarla uğraşmak zorundalar.

00:37:32

*Vicky Brown:* Ciddi denetim gerekliliklerine, ciddi raporlama gereksinimlerine tabidirler. Bu yüzden sadece bunu hatırlayın. Ve yine, avukatlar sizin düşmanınız değil. Bu markaların tabi

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

olduğu yönetim çerçevesini, üzerinde çalışmak istediğiniz projelerle ve gördüğünüz yenilikçilikle dengelemenize yardımcı olabilirler. Avukatların tüm farklı yüzme şeritlerinde gezinmenize yardımcı olabileceği yer burasıdır, çünkü gerçekten yapmak zorundasınız. Bundan kaçamazsınız. Bu hukuk ekibinin hatası değil. Bu markanın suçu değil. Bu böyledir. İşte bu yüzden heyecan verici bir alan, özellikle de danışmanlık yapan bir avukatsanız. Raporlama gereksinimlerinin gerçeklerinde ve açıklama gereksinimlerinin ve belirli yasal çerçevelerin gerçeklerinde gerçekten yenilikçi bir projeye geziniyorsunuz. Ama bunun içinden bir yol bulmalısın. Yani, evet, birisi bana bunu her söylediğinde bir dolarım olsaydı, çok zengin olurum. Ama evet, bu alanın zorluğu bu. Ancak yine de, sağduyu, pratik korkuluklar ve alandaki bu tür müşteriler için yürütebileceğiniz iş türü konusunda gerçekçi olmak.

00:38:44

*Sara Robertson:* Sık sık Bullshit Bingo adlı bir bölüm yapıyoruz ve az önce üzerimize düşürdüğünüz kişinin avukatlar olduğunu hissediyorum.

00:38:55

*Vicky Brown:* Öyleler!!

00:38:55

*Sara Robertson:* Bu saçmalık değil, saçmalık bunun tam tersi olur. Ama bence bu gerçekten önemli bir nokta çünkü çoğumuz yasal olarak işin içine girdiğinde ne olacağı konusunda hassasız. Ancak şu ana kadar Web3'teki deneyimim, yasal olarak dahil olmadığınızda daha da kötü oldu çünkü o zaman herkes heyecanlanıyor ve o kadar ileri gidiyorsunuz ve sonra son milde sona eriyor ve bu çok ezici bir duygu. Bu yüzden artık bunu istemiyorum. Yasal olarak erken dahil olmayı ve havalı şeylerimin bitiş çizgisini geçebileceğini bilmeyi tercih ederim.

00:39:31

*Vicky Brown:* Evet. Evet. Bu gerçekten önemli çünkü risk iştahı , risk iştahı, risk iştahı var. Bu ön tartışmadır, çünkü altı ay sonra, risk iştahı herkesin düşünmediği bir şey olduğu ortaya çıkarsa kimse heyecanlanmayacaktır.

00:39:49

*Sara Robertson:* Bir marka olarak risk iştahınızın ne olduğunu belirlemek için bir tür test yapabilir miyiz acaba? Çevrimiçi kişilik sınavlarına nasıl sahip olduklarını biliyorsunuz. Yarın uyanırsanız ve akıllı sözleşmenizdeki bir hack hakkında bir basın bülteni olsaydı, nasıl hissederdiniz?

00:40:07

*Vicky Brown:* Heyecanlanacaklarını sanmıyorum. Ancak bu noktada, bir müşteriye sorulması gereken sorulardan birinin "Kripto hakkında ne hissediyorsunuz?" Kripto ile ilgili şirket politikanızın ne olduğunu biliyor musunuz? Ve sonra güvenlik durumunuz nedir? Çünkü bu tür bir güvenlik sorununa özellikle duyarlılarsa, o zaman onlar için alanda farklı bir fikir ortaya atın. Aslında bu temel soruların türü budur. Ve onları poz verdiğinizde ve avukatın telefona

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmemiz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

çıkmasının aksine, pazarlama ekibinden farklı bir cevap görmeye dahil olduğumda, buna sıfır toleransımız var. Ve bu arada, bu konudaki politikamız X'tir ve işte o zaman farklı bir yöne gider ve herkes gider, oh, bu farklıdır, değil mi? Çünkü korkunç bir şekilde yanlış gittiğinde, parçaları toplayan yasal ve uyum ekipleridir ve nihayetinde bir şey güneğe giderse yatırımcılara cevap vermesi gereken müşterinin kuruludur. Dolayısıyla, olumsuz görünmek istemeden, bu tür rakip çıkarılara dikkat etmektir. Onların üzerinde durmuyorsunuz. Sadece aklınızın arkasında, bir müşteriyle kurumsal risk iştahınızın ne olduğu hakkında bir tartışma yapmanız gerektiği var.

00:41:28

*Sara Robertson:* Hiç bir müşterinizin yüksek olduğunu söylettiniz mi? Risk iştahım yüksek ?

00:41:34

*Vicky Brown:* Evet kesinlikle var. evet.

00:41:36

*Sara Robertson:* Hangi tür müşteri riske daha toleranslıdır? Muhtemelen bir kripto istemcisi?

00:41:46

*Vicky Brown:* Evet, öyleler. Daha yüksek risk toleransına sahiptirler. Ama aslında sahip olduğum yeri daha çok düşünüyorum. Ayrıca, size karşı dürüst olmak gerekirse, fikri mülkiyet riskini ve belirli markaların IP ihlali sorunları hakkında ne hissettiğini dengelemeniz gerekir.

00:42:03

*Sara Robertson:* Ve bu doğru. Bu nedenle, bahsettiğiniz alana bağlı olarak farklı bir risk toleransına sahip olabilirsiniz.

00:42:08

*Vicky Brown:* Evet. Belirli IP uygulamaları için son derece yüksek risk iştahına sahip şekerleme markalarını oldu ve bir şikayet olmayacağı şansını kullanmaya istektiler. Ya da bir şikayet varsa, fırtınayı atlatacaklar, dışarı çıkaracaklar, çünkü aslında mahkemeye vardığında, hepsi zaten ortadan kaybolacak. Ama söylemesi zor. Ama gördüğüm şey, ev isimlerinin mekan hakkında gerçekten heyecanlı oldukları, mekan hakkında gerçekten heyecanlı oldukları. İçinde buldukları yönetim çerçevelerine ve yasal çerçevelere dikkat ediyorlar ve bunu dengelemek zorundalar. Anne isimleri ve hukuk ekipleriyle metaverse ve Web3 hakkında gerçekten yapıcı tartışmalar yaptık, ancak bu tartışmalar önceden gerçekleşiyor. Doğru şekilde oluyorlar. Böylece yönetim çerçevelerinin zorluklarını önceden deneyebilir ve yönetebilirsiniz ve tartışmalar verimli olmuştur. Her şeye gerçekten zor baktıklarını ve doğru şekilde meşgul olmaya istekli olduklarını söyleyebilirim, ancak ne demek istediğimi anlarsanız, doğru olanı yapmak onların ve bizim çıkarlarımızdır.

00:43:25

*Sara Robertson:* Evet, kesinlikle. Yaratıcı fikirlerimizin meyve vermesini istiyoruz. İnfazın

# WPP Metaverse ve Daha Fazla Akademi Podcast'i

## 1. Sezon, 8. Bölüm

### Risk ve Yönetişim 101 - Sağduyu uygulayın: Bir şeyi yapabilmeniz, yapmanız gerektiği anlamına gelmez

güvenli ve değerli olmasını istiyorlar. Yani orada çok fazla hizalanma var. Bu, bu insanları erken dahil etmenin önemli olduğu anlamına gelir.

00:43:42

*Vicky Brown:* Orada büyük bir hizalanma var. Daha önce de belirttiğim gibi, bir müşterinin kendi pazarlama ilkelerini ve politikalarını düşünün, çünkü hangi fikirleri bulursanız bulun, yine de bu çerçevede atılmalıdır. Bu, biraz riskten kaçınan bir marka için bir Avant Garde uygulaması ile gelmeye geri döndü. Pazarlama politikalarına, iç yönergelerine ve marka yönergelerine bakarsanız, bu sadece sosyal medyada veya sadece TV'de olsa bile uçmayacak fikirler bulmayın. İlk prensiplere geri götürün. Bir sonraki mevzuat turunu beklemeyin. Sahip olduklarınıza bakın. Şimdi ilk prensiplere geri dönelim.

00:44:25

*Sara Robertson:* Onu seviyorum. Sanırım bu bölümün başlığı ya da alt başlığı bu olacak. İlk ilkelere Geri Dönelim. Belki de "Avukatlar sizin arkadaşlarınızdır" alt başlığı. Ve bu mesajı bu şekilde iletmeye çalışacağız. Bugün zaman ayırdığın için çok teşekkür ederim Vicky. Bu inanılmazdı. Sizinle bazı ayrıntılara daha derine inebileceğimiz başka bir konuşma planlamak isterim.

00:44:53

*Vicky Brown:* Burada olduğum için çok mutluyum.

00:44:53

*Sara Robertson:* Şu anda size bir marka güvenliği sorusu bırakmak istiyorum, ancak bunun metaverse'de ne anlama geldiğini anlamamız için yarım saat daha süreceğini hissediyorum. Bu yüzden bunu bir 201'e saklayacağım. Ama bugün katıldığınız için çok teşekkür ederim.

00:45:07

*Vicky Brown:* Bana sahip olduğunuz için teşekkür ederim. Bu bir zevk.

00:45:09

*Sara Robertson:* Bu, WPP'nin Metaverse and More Academy'sinin bir başka bölümü oldu. Dinleyiciler, bize katıldığınız için teşekkür ederiz. Ve unutmayın, klas metaverse kalın.

00:45:23

*Stephan Pretorius:* WPP'nin Metaverse and More Academy podcast'ini dinlediğiniz için teşekkür ederiz. Abone olmayı unutmayın, böylece gelecekteki bölümleri kaçırmazsınız. Yaratıcı Dönüşüm Şirketi WPP hakkında daha fazla bilgi edinmek isterseniz, bizi [wpp.com](http://wpp.com) adresinden bulun veya [newbusiness@wpp.com](mailto:newbusiness@wpp.com) bir not gönderin. Bugün için bu kadar. Sizi metaverse'de görmeyi dört gözle bekliyoruz.