



TESLA
PREMIUM

TOZ TORBASIZ ELEKTRIKLI SÜPÜRGE
VACUUM CLEANER

Verimli
Enerji
Tüketimi

Baş Döndüren
Temizlik Gücüyle
TOZLARA VEDA !



Sessiz çekim gücü, geniş hazne kapasitesi
sayesinde zahmetsiz ve hızlı temizlik



CYCLONE
MAX



instagram.com/ArnicaEvAletleri



twitter.com/ArnicaEvAletler



facebook.com/Arnica.Senur

www.arnica.com.tr



V / ***Kalabalık bir ailenin
ihtiyaçlarını bilen bir anneden,
geniş buzdolabı ailesi.***

— TÜRKİYE'NİN —
GENİŞ AİLESİ



*Kendim için
ülkem için
geleceğimiz için*

Gururla

Sevgi İşgüder
Çorlu Vestel Kaanlar İş Ortağı

UĞUR ALAN KAZANIR

Bir Uğur klasiği Mercedes çekilişinde bu yıl fazlası var!

Dilediğiniz Uğur ürününü alın **2 adet 2017 model Mercedes A 180 FL Style** ve **50 adet iPhone 7** kazanma şansını yakalayın!



50
ADET
iPhone
GOLD
128 GB

«KAZANMA ŞANSI»

2
ADET
MERCEDES
A 180 FL STYLE



12 aya varan taksit seçenekleri anlaşmalı banka ve yetkili bayilerde geçerlidir. Bankalar +taksit kampanyasını değiştirme hakkını saklı tutar. Bankalar tarafından +taksit kampanyasında yapılan değişikliklerden firmamız sorumlu değildir.

maximum

QNB
FİNANSBANK

AXESS

WORLD

Paraf.

Garanti
bonus

DENİZ BONUS, ŞEKER BONUS, TEB BONUS, ING BONUS
EUROBANK TEKFEN BONUS, TFKB HAPPY KREDİ KARTI

UĞUR
www.ugur.com.tr
f /ugursogutma



MERCEDES&IPHONE KAMPANYASI: Bu kampanya MPI'nin 13.04.2017 tarih ve 24951361-255.01.02/857-2282 sayılı izni ile düzenlenmektedir. Kampanya, 20.04.2017 (Saat: 08:00'dan itibaren) – 25.09.2017 (Saat: 23:59'a kadar) arasında geçerlidir. Kampanya tarihleri arasında Türkiye genelinde Uğur Soğutma Makinaları San. ve Tic. A.Ş. yetkili bayilerinden gün içerisinde tek seferde 500 TL ve katları tutarında (her 500 TL için bir şifreli katılım kartı) tüm UĞUR marka ürünlerinden birlikte ya da ayrı ayrı satın alanlar, fatura ibrazı karşılığında bayi kasalarından verilecek olan üzeri kapalı şifreli katılım kartındaki şifreyi www.ugur.com.tr internet adresine (ücretsiz) şifre, ad, soyad, adres, doğum tarihi, fatura no ve fatura tarihi bilgileri ile birlikte doğru, eksiksiz doldurarak çekilişe katılabileceklerdir. Şifre, ad, soyad bilgilerinden birinin eksik olması halinde çekiliş hakkı verilmeyecek olup, katılımcılar verilen bilgilerin doğruluğundan sorumludurlar. Katılımcıların ikramiye kazanması durumunda adres bilgileri eksik veya bilinmiyor ise gazetedeki yapılan ilan tebliği için yeterlidir. Çekiliş 29.09.2017 saat 10.00'da, Uğur Soğutma Makinaları Sanayi ve Tic. A.Ş. Yeni Sanayi Mahallesi Devlet Karayolu Cad. NO:127/C NAZILLI – AYDIN adresinde Eğitim salonunda noter huzurunda yapılacaktır. Kampanyaya katılanlar arasında yapılacak çekilişte, çekilişi kazanan 2 kişi, birer adet **Mercedes A 180 FL Style** 2017 model otomobil (Piyasa değeri; 135.300,00 TL), 50 kişi ise birer **Apple iPhone 7 Gold 128 GB** (Piyasa değeri; 3.849,16 TL) kazanacaklardır. Sonuçlar 01.10.2017 tarihinde **Posta** gazetesinde ve www.ugur.com.tr internet adresinde ilan edilecektir. Çekilişten sonra asil ve yedek talihlilere taahhütlü

posta ile tebliğat yapılacaktır. Asil talihlilerin son başvuru tarihi 16.10.2017 yedek talihlilerin son başvuru tarihi 31.10.2017, ikramiyelerin son teslim tarihi 15.11.2017'dir. İkramiyelerin son teslim tarihinden 15 gün içerisinde idareye itiraz edilebilecektir. Çekilişe katılım yalnızca www.ugur.com.tr internet adresinden sağlanacak olup, yapılan katılımlar ücretsizdir. Mükerrer şifre gönderimlerinde ilk gönderilen şifre kabul edilecektir. Bir kişi birden fazla ikramiye kazanamaz. İkramiye tesliminde şifreli kart ve fatura ibrazı zorunlu olmakla birlikte, yabancı uyruklu kişilerin ek olarak ikametgâh tezkeresi ibrazı zorunludur. Uğur Soğutma Makinaları Sanayi ve Tic. A.Ş. Uğur yetkili bayileri ve çalışanları ile 18 yaşından küçükler kampanyaya katılamaz, kazanmış olsalar bile ikramiyeleri verilmez. İkramiye konu olan eşya ve/veya hizmetin bedeli içinde bulunan KDV+ÖTV gibi vergiler dışındaki vergi ve diğer yasal yükümlülükler talihliler tarafından ödenir. **ÖTV İNDİRİMİ:** 30.09.2017 tarihlerine kadar geçerlidir. ***DERİN DONDURUCUDA ÜCRETSİZ 3+4 YIL GARANTİ KAMPANYASI:** 30.09.2017 tarihine kadar, UED 150 A++, UED 210 A++, UED 310 A++, UED 410 A++, UED 160 A+, UED 3094 DTK A++, UED 5170 DTK A++, UED 5168 DTK NF A+, UED 6208 DTK A+, UED 7265 DTK A+, UED 7245 DTKI A+, UED 6261 DTK NF A++, UED 6261 DTK NF1 A++, UED 260 D/S A+, UED 360 D/S A+, UED 460 D/S A+ model derin dondurucularda geçerlidir. **5 yıl garanti kampanyası:** USmart ve USmartPlus klimalarda 30.09.2017'ye kadar geçerlidir.

6 ÖZEL HABER / IFA 2017
Yenilik ve Teknoloji Beko'nun DNA'sında Var



26 ÖZEL HABER / RÖPORTAJ
Arnica Pazarlama A.Ş. Ticari Pazarlama Yöneticisi
Burcu Gülecün Atıla



30 ÖZEL HABER / RÖPORTAJ
Esty Türkiye Satış Müdürü Murat Boyoğlu



32 SEKTÖR HABERİ
Geleceğin Yıldızları Beko'nun Desteğiyle
FCBescola İstanbul'da Yetiştiriyor



44/45 MAKALE
Bahri Olgun - Alpay Kajan



50 YENİ ÜRÜN
Arzum Altro'dan Zihin Açan Kahvaltılar



REKLAM DİZİNİ

VESTEL	Ön Kapak İçi	www.vestel.com.tr
UĞUR	1	www.ugur.com.tr
SILVERLINE	3	www.silverline.com
ŞENOCAK	5	www.klimasan.com.tr
YEDİTEPE	7	www.yeditepepazarlama.com
FAKİR	9	www.fakir.com.tr
HOOVER	11	www.hoover.com.tr
KİNG	13	www.king.com.tr
HOTPOINT	15	www.hotpoint.com.tr
GOLDMASTER	17	www.goldmaster.com.tr
KUMTEL	19	www.kumtel.com
ESTY	21	www.esty.com.tr
BOSCH	23-25	www.bosch-home.com.tr

PROFİLO	28-29	www.profilo.com.tr
FANSET	33	www.fanset.com
KMD	35	www.kategorimagazaciligi.org
FANKEY	37	www.fankey.com.tr
ARZUM	39	www.arzum.com.tr
OTORİTER	41	www.dagitimkanali.com
SİMFER	43	www.simfer.com.tr
REGAL	49	www.regal-tr.com
SİNGER	51	www.singer.com.tr
ROLLSIS	53	www.rollsisi.com
ARNICA	55	www.arnica.com.tr
DELTA	Arka Kapak İçi	www.deltasogutma.com.tr
ARÇELİK	Arka Kapak	www.arcelik.com.tr

şık ve
işlevsel



slim-line
estetik, fonksiyonel
dokunuşlar

SILVERLINE

EYLÜL 2017 • SAYI: 219

İmtiyaz Sahibi**Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı**
Yıldırım SÖYLEMEZ**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net
+90 542 215 31 37**Grafik**Kemal ÇALIŞMAZ
B2B Medya**Teknoloji Danışmanı**

Gürkan ÖZMERT

AdresDağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Barbaros Mah. Kardelen Sok.
Palladium Tower No: 2 Kat: 10
Ataşehir / İstanbul
Tel/Faks: (0216) 687 03 27 - 687 03 03**Baskı**Şan Ofset Matbaacılık
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50
Kağıthane / İstanbul
Tel: (0212) 289 24 24**Dağıtım**

Etkin Dağıtım

ISSN 1302 - 308X

Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları
sektöründe aylık olarak yayımlanır.
Basın kanununa göre yerel süreli yayındır.Kaynak göstermek kaydıyla alıntı yapılabilir.
Reklam ve uzman yazıları firmaların kendi
sorumluluğundadır.Bu dergide yayımlanan herhangi bir haber veya
yazar görüşü, reklam alanları hariç hiç bir şekilde
reklam olarak kabul edilemez.Bu yüzden firmalar arasında doğacak ihtilaflardan
Dağıtım Kanalı dergisi sorumluluk kabul etmez.Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.orgYILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Perakendecilikte Değişen Arçelik



Bilenler bilir, rahmetli babam çok uzun seneler Arçelik'te çalıştı, yaklaşık 20 sene İstanbul Beyoğlu'nda Beko'da görev yaptı, daha sonra ise 5 yıl kadar Beko bayiliğini sürdürdü. Çeyrek asır boyunca, bizim eve Arçelik'in parası girdi, ben de onun ekmeğini yedim. Dolayısıyla, Arçelik denince ne olduğunu bilen ve tanıyan, onun hakkında bir analiz yapmam gerekirse, bunu yapabilecek bilgi birikimine sahip bir insanım. 1960'lardan günümüze gelinceye kadar beyaz eşya denince; Arçelik, Türkiye içinde liderliğini korumuş ve sürdürmüş, pazardaki üstünlüğünü rakiplerine de kabul ettirmiş bir markadır. Hele son 20 yıl boyunca yayınlamış olduğum Dağıtım Kanalı Dergisi ile de Arçelik'i çok yakından tanıyorum.

Son üç seneye baktığımızda, Arçelik olumlu anlamda çok değişti. Eski yöneticilerin feodal yönetim anlayışı, "ben yaptım olur" yaklaşımı, özellikle alt kademedeki satış ekibinin bayilere olan tavırları, sektörde her zaman olumsuz olarak konuşulmaya sebep oluyordu. Aslında, bu tavırlara girilmeden bile pazarı yönetip liderliğini koruyacak olan bir marka, bunu yapmayıp feodal yönetim anlayışını sürdürmesi yüzünden hep eleştirildi. Bunlar, eski Arçelik yönetiminin son 3 sene öncesine kadar olumsuz taraflarıydı.

Ancak ne oldu ise oldu, bir anda hem yönetim hem de Arçelik'in yönetim anlayışı da değişti. Özellikle, Hakan Bulgurlu ve Cemal Can Dinçer ile başlayan yeni dönemin farklılığını hissetmem çok zamanımı almadı. Her iki yönetici de hem uluslararası anlamda

hem de Türkiye'de markaya çok şey katıyorlar. Dergimiz, perakendeyi ve perakendeciye yakından takip eden bir yayındır. Yıllar boyunca onların yaşamaları ve ayakta kalması için yazılar yazdım, haberler yaptım, röportajlar yaptım ama eski yönetim anlayışı perakendecilik anlamında dergimize hep mesafeli durdu, şimdi Arçelik'de bu konuda kendisine yüzde 100 güvenen ve işi bilen bir şirket anlayışı var. Son yıllarda ne zaman Arçelik yöneticileri ile bir araya gelsem, başlıyoruz perakendeciliği konuşmaya. Örneğin, Arçelik Pazarlama A.Ş.'nin Genel Müdürü Can Dinçer Bey bu konuda çok bilgili birisi. İlk defa geçen sene Soysal'ın düzenlediği Perakendeciler Konferansı'nda kendisini dinlediğimde katılımcılara güzel mesajlar vermişti. Arçelik bu yıl konferansa ana sponsor olmuş, sanırım siz perakendecilere, kasım ayında konferansta güzel sunumlar yapacaklar, ben de merakla bekliyorum.

Özetle şunu söyleyebilirim ki, eskiden bayi ve perakendeci denildiğinde ağızlarından tek bir kelime alamadığım yöneticiler yerine, şimdi perakendeciliği baş tacı eden bir yönetim anlayışı oluşmuş. Buna Berlin'de bir kere daha tanık oldum. Gönülden inanıyorum ki, Arçelik yakında bu anlamda başka sürprizler de yapacak.

Bu ayki dergimiz Berlin'de yapılan İFA Fuarı'ndan gelen esintilerle dolu. Ayrıca, dergimizin bu ay ki sayısında hem Arnica'nın, hem de Silverline markasının yeni oluşumu olan Esty markasının röportajları da var.

Hepinize iyi okumalar dilerim.

SENOCAK

DERİN DONDURUCU

A+, A+ Dual ve A++ Derin Dondurucularda farklı renk, model ve hacimde geniş ürün gamı.



Bir asırlık tecrübesiyle ŞENOCAK DERİN DONDURUCU HESAPLI TAZELİK



Tüm Türkiye
genelinde
YAYGIN YETKİLİ
SERVİS AĞI



Doğaya saygılı,
düşük enerji tüketimli
ÇEVRE DOSTU
ÜRÜNLER

MADE IN
Turkey

www.klimasan.com.tr

444 0 789

7 Yıl (2 + 5 yıl) Garanti uygulaması; A+, A+ Dual ve A++ Enerjili Derin Dondurucuların 1 Haziran 2017 tarihinden 30 Eylül 2017 tarihine kadar evlere yapılacak montajlarında geçerli olup, ürünün montaj tarihinden itibaren 2 yıl standart garanti + sonraki 5 yıl boyunca ücretsiz arıza giderimini kapsamaktadır. Ticari kullanımlar, kullanıcı hataları, taşıma hataları ve doğal afetlerden kaynaklı hasarlar kapsam dışındır.

YENİLİK VE TEKNOLOJİ BEKO'NUN DNA'SINDA VAR

Dünyada tüketici elektroniği ve teknoloji denildiğinde ilk akla gelen yer Almanya'nın başkenti Berlin'de her yıl düzenlenen IFA fuarıdır. Dünyanın teknolojisi, yenilikleri, yeni ürünler ve inovasyonlar bu fuarda her yıl ziyaretçisi ile buluşur. Bu yıl ki fuara Arçelik'in davetlisi olarak ben de katılma fırsatı buldum ve sizler için fuarı gezdim.

HABER: YILDIRIM SÖYLEMEZ

Arçelik yetkilileri ile 30 Ağustos sabahı Atatürk Hava Limanında buluştuğumuzda bu kadar kalabalık bir gazeteci grubu ile karşılaşacağımı hiç ummuyordum. Yazılı ve görsel medyadan yaklaşık 20 kadar gazeteciyi davet eden Arçelik yetkilileri Berlin'de ne ile karşılaşacağımızı bir sır gibi sakladılar. Ser verip sır vermeyen PR şirketi ve Arçelik Kurumsal İletişim yetkililerinden sadece şunu duydum “ürün bültenlerini ve ürün özelliklerini yazarken biz bile heyecanlandık”. Kendi kendime bu işte biraz abartı var diye düşünsem de ertesi günü yapılacak basın toplantısını merak içinde beklemeye başladım. Öğleden sonra Berlin'e vardığımızda hava sıcak ve günlük güneşliydi, otelimize yerleştik ve hemen Berlin'i gezmek için yola koyulduk. 31 Ağustos Perşembe günü Arçelik'in beş yıldızlı konuk severliğini

yaşadığımız bu gezimizin en önemli kısmı olan basın toplantısı için Fuar merkezine gittik. Fuar, henüz halka açılmamasına rağmen özel bir kapıdan geçerek Beko ve Grundig markalarının sergilendiği alana girdik. Bizi karşılayan Arçelik Pazarlama A.Ş. Genel Müdürü Cemal Can Dinçer oldu. Can Bey'in heyecanı gözlerinden okunuyordu. Kısa bir hoş geldiniz konuşmasından hemen sonra Türkiye'den gelen gazetecilere teknoloji kokan yeni ürünleri bir solukta anlatmaya başladı. Can Bey konuşmasını bitirdikten sonra ürün anlatımlarını ürünlerin gerçek sahipleri olan ürün müdürleri bizlere anlattı. Yeni buzdolapları, fırınlar, dünya rekortmeni çamaşır makineleri, kendi kendine sipariş verebilen bulaşık makineleri, vitaminini bozmadan 26 saat koruyabilen meyve presleri daha neler neler... Ürünlerin hepsi inovatif ürünler, hepsi kendi sınıfında bir ilk,

çoğu bırakın insan ile iletişime geçmeyi birbiri ile yani makine makine ile iletişime geçerek insan hayatını kolaylaştırıyor. Ürünlerin özelliklerini, insana kattığı konforu ve rahatlığı gördükten sonra bu işin hiçte abartılmadığını gözlerimle gördüm ve bir Türk gazeteci olarak Arçelik ile gurur duydum.

Sıra basın toplantılarına gelmişti, Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu'nun sunumu ile başlayan önce Beko daha sonra Grundig toplantılarına girdiğimde bir kere daha hayretler içinde kaldım. Basın toplantısının yapılacağı kocaman salon hınca hıncı doluydu. Yani Arçelik Türkiye'den sadece bizleri davet etmekle kalmamış dünyadaki birçok ülkeden başka gazetecileri de toplantıya davet ederek adeta show tadında büyük bir organizasyona imza attı. Bu vesile ile Beko ve Grundig markaları, yeni ürünlerinin tanıtımını aynı anda tüm dünya medyasına servis etme fırsatını yakalamış oldu. Basın toplantısının son bölümünde ise Barcelona futbol takımının efsane oyuncusu Patrick Kluivert Beko'nun sponsor olduğu bir sosyal sorumluluk projesine için sahneye çıkarak projeyi anlattı. Projenin adı “Eat Like A Pro” amacı ise; Çocukların, kahramanları gibi beslenmesine yardımcı olarak dünya genelinde çocuklarda sağlıklı beslenmeyi özendirmek. Hedef basit; önlem ve eğitimle çocuklarda obeziteyi azaltmak.

Basın toplantısının bitiminde gazeteciler fuaye alanında dinlenirken Arçelik Pazarlama A.Ş. Genel Müdürü Can Bey yanıma gelerek kendisi ile kısa bir sohbet yaptık; ben “hep ürünlerin üstün teknolojik üstünlüklerinden bahsettiniz” dedim, Can bey ise o anda perakendeden ve perakendecilikten sözü açtı hemen ve ilave etti “Bizdeki esnaf tipi perakendecilik dünyanın hiçbir yerinde yok, bu bizim sektör için çok önemli bir özellik, biz bu esnaf tipi perakendeciliği teknoloji ile modernleştirerek geliştirip büyüteceğiz ve bu özelliğimiz ile 2018 yılında yapılacak Perakende Oscar'ına adaylığımızı koyacağız amacımız bu ödülü 2018 yılında Türkiye'ye getirmek”

Kendisinin önerisi ile ilk fırsatta bu amaçla İstanbul İstinye Park AVM'de açtıkları Arçelik mağazasını görmeye gideceğim.

Şimdi Beko ve Grundig'in stantlarını gezme zamanı



Hakan Bulgurlu

Ankastrenin hesaplısı Altus, Yeditepe'de!

Alırsın konu kapanır!



YEDİTEPE
DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI

Maltepe Mah. Davutpaşa Cad. Cebelibey Sk. Oryap San. Sit. No: 16/1 Zeytinburnu - İSTANBUL
Tel: (0212) 483 2 483 Fax: (0212) 483 45 30 www.yeditepepazarlama.com



Beko IFA'da Hayatı Kolaylaştıran En Yeni Teknolojilerini Sergiledi

Avrupa solo beyaz eşya pazarının lider markası Beko, 1 - 6 Eylül tarihleri arasında Berlin'de düzenlenen dünyanın en büyük tüketici elektroniği fuarı IFA'da en yeni ürün ve teknolojilerini tanıttı. Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu, "En önemli hedefimiz, toplumunun her kesiminin yeni teknolojileri kullanarak hayatını kolaylaştırmak ve aynı zamanda doğal kaynaklarımızı koruyan ürünleri hayata geçirmek" dedi.



Hakan Bulgurlu

Cemal Can Dinçer

Beko, Almanya'nın Berlin kentinde düzenlenen, dünyanın en büyük tüketici elektroniği fuarı IFA'da, tüketicilerinden aldığı ilhamla geliştirdiği ve hayatı kolaylaştıran en yeni teknolojilerini sergiledi. Beko stantında bu yıl; herkes için teknoloji, sağlıklı yaşam ve beslenme temaları öne çıkıyor.

IFA'daki basın toplantısında Beko'nun büyüme stratejisini ve inovasyon vizyonunu küresel trendler ve tüketici iç görüleriyle şekillendirdiğini belirten Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu, günümüzün ihtiyaçlarının hızla değiştiğini, orta sınıf büyürken, hanelerin küçüldüğünü söyledi. Bulgurlu, "İnsanlar hızlanan hayat temposu içinde, her alanda daha akıllı çözümlere ihtiyaç duyuyorlar. Ekonomik, sağlıklı, sürdürülebilir, çevreye duyarlı ve akıllı uygulamalarla birlikte kullanabilecekleri ürünleri talep ediyorlar. Bu nedenle bizim en önemli hedefimiz, toplumunun her kesiminin yeni teknolojileri kullanarak hayatını kolaylaştırmak ve aynı zamanda doğal kaynaklarımızı koruyan ürünleri hayata geçirmek" dedi.

Beko, küresel trendler ve tüketicilerinden aldığı ilhamla oluşturduğu en yeni teknolojileriyle dünyada 100'den fazla ülkede bulunuyor. İngiltere ve Polonya'da pazar liderliğini sürdüren Beko, farklı ülkelerde farklı tüketici ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmetler geliştirerek, büyüme hedefine güçlü adımlarla ilerliyor. Beko'nun yeni girdiği pazarları ve büyüme stratejisini anlatan Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu, "Global markamız Beko

ile tarihi İpek yolu boyunca uzanan bir "Beko Yolu" oluşturmayı hedefliyoruz. Global ekonominin büyüme motorları olan gelişmekte olan ülkeleri merçegimize aldık. Bu doğrultuda Hindistan, Pakistan, Tayland ve Endonezya gibi hızlı büyüme kaydeden pazarlarda faaliyetlerimizi yoğunlaştırıyoruz. Bu stratejinin son halkası olarak, Hindistan'da Voltas (Tata Grup Şirketi) ile ortak kuracağımız fabrikanın 2018'in sonunda buzdolabı üretimine başlamasını planlıyoruz. Aynı zamanda pazar büyüklüğü ve karlılığıyla öne çıkan Kuzey Amerika'da Beko ile büyüme planlarımız devam ediyor" dedi.

"Teknolojiyi herkesin erişimine açacak adımlar atıyoruz"

Tüketici elektroniği alanında dünyanın en önemli buluşma noktalarından biri olan IFA'da, Beko yine ilkleri ve enleri tüketicileriyle buluşturuyor. Arçelik Pazarlama A.Ş. Genel Müdürü Can Dinçer, fuarda tüketicilerin daha kaliteli bir yaşam sürmesine, çevreye karşı daha duyarlı olabilmelerine katkıda bulunacak yüksek teknolojiye sahip akıllı ürünler ve yenilikler sergilediklerini söyledi. Dinçer, "Yenilikçilik markamızın DNA'sında var ve bu doğrultuda kendimizi sürekli geliştiriyoruz. Yaptığımız yeniliklerle hayata değer kattığımıza inanıyoruz. İnovasyonlarımızda, tüketicilerimizin ihtiyaçlarını temel alarak teknolojiyi herkesin erişimine açacak adımlar atıyoruz" dedi.

IFA'da 223 ürününü sergileyen Beko'nun dünyanın

en hızlı yıkayıcı kurutucusu UltraFast, zaman ve enerji tasarrufu sağlıyor. Beko AutoDosing bulaşık makinesi, Avrupa'nın ilk otomatik deterjan dozajlamalı ev tipi bulaşık makinesi olma özelliğini taşıyor. Fast+ fonksiyonu 3 kat daha hızlı temizlik, AqualIntense® teknolojisi 5 kat daha yüksek temizlik performansı sağlıyor. Amazon Dash Replenishment Service (DRS) ile otomatik olarak deterjan siparişi imkanı sunuyor. AirTherapy® çamaşır makinesi dünyanın sıcak hava dolaşımli ilk çamaşır makinesi. Tazeleme programı, kötü kokuları giderme ve kırışıklığı önleme özellikleriyle hayatı kolaylaştırıyor. Yeni yüksek kapasiteli buzdolabı serisi sınıfının en yüksek kapasiteli ürünlerini içeriyor, tazelik çözümleriyle donatılan buzdolapları sebze, meyve, et, tavuk ve balığı 3 kat daha uzun süre taze tutuyor. Kötü koku oluşumunu engelliyor. Beko, IFA'da akıllı ev platformu HomeWhiz®'i de tüketicileriyle buluşturuyor. Ankastre fırınlarda, Kombine Mikrodalga özelliği sayesinde, geleneksel fırınlara göre %50 daha hızlı pişirme sağlıyor.

"Sağlıklı bir nesil için Eat Like a Pro-Sporcu gibi beslen"

Beko IFA'da sponsoru olduğu FC Barcelona ile birlikte çocuklarda sağlıklı beslenmeyi teşvik etmek amacıyla başlattığı "Eat Like A Pro" adlı küresel bir girişimi de duyurdu. Küresel bir sorun olan obezitede mevcut eğilim devam ederse, 2025'e kadar 5 yaşın altında obez ya da aşırı kilo sorunu olanların sayısının 70 milyona ulaşması bekleniyor. Beko, bu sorunla iki şekilde mücadele edilebileceğine inanıyor. İnovatif teknolojilerle sağlıklı beslenmeyi daha kolay hale getirerek ve çocuklar arasında sağlık yeme alışkanlığını cazip hale getirerek. "Eat Like a Pro" girişiminin amacı çocukların kahramanları gibi beslenmesine yardımcı olarak dünya genelinde çocuklarda sağlıklı beslenmeyi özendirmek. Hedef basit; önlem ve eğitimle çocuklarda obeziteyi azaltmak. Fuarda, FC Barcelona'nın efsane ismi Patrick Kluivert ve lezzetten ödün vermeyen sağlıklı yemek tarifleri yazarı Ella Mills ile tanıtılan girişim, Ocak 2018 itibarıyla tüm dünyaya yayılacak. Marka elçisi Patrick Kluivert, bu girişimin tüm dünyada ailelere ve çocuklara sağlık beslenme konusunda ilham vereceğini söyledi. Ella Mills ve FC Barcelona diyetisyeni Dra. Ma Antonia'nın "Eat Like a Pro" için hazırladığı basit ve lezzetten ödün vermeyen sağlıklı tariflere www.beko.com/eatlikeapro web sitesinden ulaşılabilir.

Beko, çocuklara sağlıklı yiyecekleri sevdirmek ve Eat Like a Pro'ya teşvik etmek üzere, FCB markalı buzdolabı, espresso makinesi, induksiyon ocağı ve vakumlu spor blenderi gibi ürünlerden oluşan yeni bir seri hazırlıyor.

kaave

Türk Kahvesi Makinesi

Sevgimizi kelimelere dökemiyoruz...
Fincanları denedik

Fakir ailesi olarak,
yıllardır evinize misafir
olmaktan çok mutluyuz.
Şimdi de Fakir Kaave'nin
eşsiz lezzetiyle en keyifli
anlarınıza eşlik ediyoruz.
Afiyet şeker olsun.



LUMINASENSE
TECHNOLOGY



Beko'nun IFA'da Öne Çıkan Teknolojileri

Beko'dan Tazelik Çözümleri Sunan Yüksek Kapasiteli Yeni Buzdolapları

Beko'nun IFA Fuarı'nda tanıttığı, son teknolojilerle donatılan ve yenilikçi tasarımları ile öne çıkan yeni buzdolapları, ürün tazelikliğini koruma ve esnek alan fonksiyonları ile eş benzeri görülmemiş özellikler sunuyor. Beko, yüksek kapasiteli yeni buzdolaplarında, birbirinden üstün teknolojilerle tazelik çözümleri sunuyor. Beko buzdolabı serisinde, üst kısımdaki yeni aydınlatma çözümleri, raf kanallarının altındaki yenilikçi aydınlatmalar, arka duvarı çevreleyen yan yüzeyler, maksimum görüş ve kullanım kolaylığı sağlayan raf iskeleti öne çıkan özellikler arasında bulunuyor. Beko'nun yeni serisi, ayrıca 720 L brüt hacim ile sınıfının en büyük kapasitesine sahip.



Çok sayıda çözümle yepyeni bir tazelik dünyası

Beko buzdolapları, EverFresh+® teknolojisi sayesinde, taze gıdalarda nem kaybını önüyor, meyve ve sebzelerin 3 kat daha uzun süre taze kalmasına imkan veriyor. Yeni EverFresh+® 0°C bölmesi ise, et, balık ve süt ürünlerinin 3 kat daha uzun ömürlü olmasını sağlarken, paketsiz saklansalar bile kurumalarını önüyor. Et, balık ve süt ürünleri için mükemmel koruma sağlayan özel soğutma algoritması, yalıtılmış bölme tasarımı ve optimize edilmiş hava akımı özelliklerine sahip bu teknoloji sayesinde, gıda kalitesi sürekli korunuyor.

Beko buzdolaplarında bulunan NeoFrost™ Dual Cooling teknolojisi bölmeler arasında koku oluşumunun önüne geçiyor. İdeal hava akışı hızında ve sıcaklık düzeyinde hava üflenmesiyle tüm ürünlerin daha uzun süre taze kalması sağlanıyor. Böylece bu hava kanallarının önüne yerleştirilen ürünlerin donması da engelleniyor. Beko'nun özel kaplanmış bir filtre ve kötü koku moleküllerini yok eden UV LED'ler kullanan yeni FreshGuard® teknolojisi, kokuların birbirine karışmasını önüyor. FreshGuard®, kötü kokuları da yüzde 90'a

kadar azaltarak buzdolabının ilk günkü kadar temiz kalmasını sağlıyor.

Buzdolabı piyasasında bir ilk olan Beko'nun Active Fresh Blue Light teknolojisi ise doğal ışık koşullarını taklit ederek, tüm meyve ve sebzelerde gerçekleşen fotosentez sürecinin, buzdolabında da doğada olduğu gibi devam etmesini sağlıyor. Bu doğal sürecin devam etmesiyle, meyve ve sebzelerde bulunan C vitamini, doğal tatlar ve besleyici özellikler daha uzun süre muhafaza ediliyor.

Günlük yaşam için esnek kullanım

Kullanıcının elinin dolu ya da kirli olması Beko'nun yenilikçi DoorAssist® teknolojisi ile artık hiç sorun değil. Tüketicinin kola hafifçe dokunmasıyla (örn. dirsek yardımıyla), kol üzerinde bulunan sensör etkinleştiriliyor ve kapı otomatik olarak 10°-15° açılıyor. Kapı, kullanıcı tarafından 3 saniye içinde açılmazsa, enerji kaybını önlemek için kapı otomatik olarak kapanıyor. Bu teknoloji ile zorlukla açılan buzdolapları artık tarih oluyor. Beko'nun yalıtım teknolojisi ise 34 dBA'lık bir ses seviyesi ile 60cm No Frost kombi segmentinde dünyanın en sessiz buzdolabını sunuyor.

Beko Modern Aileler İçin Çamaşırdaki Yeni Bir Dönem Başlatıyor

Beko, yeni çamaşır makineleri ve öncü yıkama teknolojilerini de IFA'da ziyaretçilerle buluşturdu. Geniş bir ürün yelpazesi bulunan Beko, kullanıcılara çamaşır makinesi-kurutucu kombinasyonunun yanı sıra entegre çamaşır ve kurutma makinesi kullanma avantajı da sunuyor.

Tüketicilerin gündelik yaşamlarını kolaylaştıran ürün ve teknolojiler tasarlayan Beko, çamaşır kategorisinde de kullanıcıları ilklere buluşturuyor. Dünyanın, AirTherapy® teknolojisiyle donatılan sıcak hava dolaşımına ilk çamaşır makinesi de bunlardan biri. Makine, günlük giysileri 30 dakika içinde tazeleyerek giyilmeye hazır hale getiriyor. UltraFast özellikli dünyanın en hızlı çamaşır ve kurutma makinesi ise 5 kg çamaşırı en yakın rakibine göre yaklaşık 45 dakika daha kısa sürede yıkayıp kurutabiliyor. Yeni nesil Beko kurutucularda yer

alan IonGuard® & Steam Therapy® hibrit teknolojisi sayesinde kıyafetlere sinen sigara, parfüm, ter gibi kötü kokular iyonizer ve buharın etkin performansı sayesinde kıyafetlerden uzaklaştırılıyor.

Olağanüstü temizlik performansı

Beko'nun yeni AirTherapy® teknolojisi, tüketicilerin gündelik ihtiyaçlarına kolaylıkla uyarlanabiliyor. Kullanıcılar, çamaşırları az olsa bile, çok kısa bir sürede yıkamak ister. Bunu gerçekleştirmek Beko ile artık mümkün... AirTherapy® teknolojisi sayesinde, kullanılan 'Refreshment (Havalandırma) Programı' bir kilogram günlük giysiyi 30 dakikada tazeleyerek giyilmeye hazır hale getirebiliyor. Bu yenilikçi sistemde, sıcak havayı giysilere ileterek onları tamamen havalandıran bir hava ısıtıcı ve ekstra bir fan bulunuyor.

AirTherapy® teknolojinin desteklediği Clean & Wear® programı, 120 dakikada bir kilogram çamaşırı hızlı ve etkili bir şekilde temizleyip giyilmeye hazır hale getiriyor. Yıkama çevriminin son aşamasında devreye girebilen ve AirTherapy® teknolojinin desteklediği AntiCrease+™ fonksiyonu ise, çamaşırlar makine içerisinde unutulsa dahi kırışıklığa sebep olan nemi gidererek çamaşırların kırışmasını engelliyor.

Çamaşır makinesinin içerisinde oluşabilecek istenmeyen kokuların giderilmesi ve makinenin temiz kalması için AirTherapy® teknolojinin desteklediği DrumClean+ programı kullanılabilir. Drum Clean+ programı çalıştırıldığında, makinede sıcak hava dolaşımı başlatılıyor ve nemin sebep olduğu kötü koku oluşumu önleniyor. Bu program, makinenin ilk günkü gibi yeni kalmasına ve temiz kokmasına yardımcı oluyor.

Beko'nun IonGuard®&Steam Therapy® hibrit teknolojisine sahip kurutucuları sayesinde kumaşa yapışan kötü kokular tarihe karışıyor. IonGuard® & Steam Therapy® teknolojisi yenilikçi bir iyonizer sistemi içeriyor. Bu küçük cihaz, sigara, ter gibi kötü kokuların sahip olduğu pozitif iyonları nötralize edebilmek için negatif iyon üretiyor. Buhar destekli iyonizer, ürettiği negatif iyonları kurutucunun içerisine yayarak kötü koku moleküllerini nötr hale getiriyor.





BORN INNOVATIVE

İleri pişirme teknolojisi,
Vanity ile hayat buldu!



Hoover'in özel olarak tasarladığı ve geliştirdiği **yepyeni ankastre serisi Vanity** ile mutfaklar, **ileri pişirme teknolojisiyle** buluşuyor.

2016 **TİM** TÜRKİYE
TÜRKİYE'NİN İLK 1000 İHRACATÇI FİRMASI
TOP 1000 EXPORTERS OF TURKEY

444 0 398

www.hoover.com.tr

f HooverTurkiye

t HooverTurkiye

@ hoover_turkiye

p hooverturkiye

VANITY SERİSİ

UltraFast çamaşır ve kurutma makinesi zamanı durduruyor

Beko, dünyanın en hızlı çamaşır ve kurutma makinesini de IFA'da tüketicilerle buluşturdu. UltraFast teknolojisini barındıran bu yenilikçi çamaşır ve kurutma makinesi, 5 kilogram çamaşır en yakın rakibinden yaklaşık 45 dakika daha kısa sürede yıkayıp kurutuyor. Yüksek güçlü ısıtıcı, fan, özel tasarımı ısı eşanjörü ve özel bir algoritma sayesinde bu teknoloji, ultra hızlı sonuçlara imza atıyor. Beko, tüketiciler için en hızlı yıkama ve kurutma döngüsünü ortaya koyuyor. Böylece onlara değerli vakitlerini geri veriyor.

Beko, Yeni Bulaşık Makinesi Teknolojisi İle Bir İlke İmza Atıyor

Beko'nun yeni geliştirdiği teknolojiler ile kullanıcılar, bulaşık yıkama gibi rutin ev işlerinde hem zamandan hem de emekten tasarruf ediyor. Program seçimine göre deterjan dozajını optimize eden AutoDosing teknolojisi, daha fazla konfor ve daha fazla tasarruf sunuyor.

Bir ay boyunca deterjan koyma derdine son

Beko'nun tüketicilerle buluşturduğu, piyasadaki ilk AutoDosing teknoloji bulaşık makinesi, özel dozaj sistemi sayesinde yaklaşık bir ay boyunca ekstra sıvı ve jel deterjan eklenmesine ihtiyaç bırakmıyor. Makine, kirlilik seviyesi ölçümüyle gereken deterjan ayarlamasını kendisi yapıyor. Bulaşık makinelerinde deterjanın aşırı kullanılması ve seçilen kısa programlarda durulamanın iyi yapılamaması sık karşılaşılan bir problemken,



Beko'nun yeni dozaj teknolojisi sayesinde, kısa programlar sırasında bile makinede herhangi bir deterjan kalma riski ortadan kalkıyor. Akıllı cihazlarla tam bağlantılı bir uygulamaya sahip olan Beko bulaşık makineleri, kullanıcıların makinede kalan deterjan, parlatici ve tuzdan haberdar olmalarına ve uygulamadaki Amazon DRS üzerinden kolayca yeniden sipariş vermelerine olanak tanıyor. Kullanıcıların artık ne kadar deterjan kaldığını takip etmeleri gerekmiyor. Tüketici ayrıca uygulama aracılığı ile seçeceği bir programı bulaşık makinesine

indirerek kullanabiliyor. Dilerse indirdiği bu program yerine farklı programlar atayarak setleri değiştirebiliyor.

Tencerelerin yeni kahramanı: Yoğun yıkama bölgesi

Beko'nun yeni AquaIntense® teknolojisi ile ön yıkama veya kirli bulaşığı suda bekletme günleri geride kaldı. Tüketiciler artık alt sepetin sağ alt tarafındaki özel güç bölgesi sayesinde çok kirli tencere ve tavaları bulaşık makinesinde kolayca yıkayabilecek. Bu sepet; yoğun su basıncı, 180° dönen bir püskürtme kolu ve 360° dönen bir kafaya sahip. Bu sayede basınçlı su yardımıyla su ve deterjan her yere efektif olarak nüfuz ediyor. Kullanıcılar, AquaIntense® sayesinde çok kirli bulaşıkları temizleme işlemi ile hem zamandan tasarruf edecek, hem de beş kat daha fazla temizleme performansına kavuşacak.

Mükemmel temizlikten ödün vermeden üç kat daha hızlı yıkama devri

Zamanın oldukça değerli olduğu modern çağda, insanlar bulaşıklarını etkin olduğu kadar, hızlı bir şekilde yıkayabilmek de istiyor. Beko'nun Fast+ özelliği ile bu artık mümkün.

Beko'nun patentli ProSmart™ Inverter Motoru sayesinde, daha kısa bir yıkama devri ile daha yüksek performans alınabiliyor. Fast+ suyun sıcaklığını artırıp basıncını ayarlayarak, mükemmel temizlikten ödün vermeksizin su tüketimini de azaltıyor. Yıkama devrini, ortalama devire kıyasla üç kat daha hızlandırıyor ve bulaşık yıkama süresini yüzde 70'e varan oranda kısaltıyor.

Grundig, IFA Fuarı'nda Yenilikçi ve Akıllı Teknolojileriyle Geleceğin Evini Sergiledi

Ev elektroniği kategorisinde en geniş ürün yelpazesi sunan tek Avrupalı marka olan Grundig, "Sürdürülebilir Ev 2.0" teması altında soğutucu, yıkayıcı, bulaşık, pişirici ve küçük ev aletleri alanındaki 450 adet yenilikçi ürününü tüketicilerin beğenisine sunuyor. Geleceğin teknolojileriyle sektöründe fark yaratan Grundig'in fuarda öne çıkan ürünleri arasında; inovatif, akıllı sürdürülebilir teknolojilerden oluşan yeni nesil ürünleri yer alıyor. Grundig güçlü tasarım mirasıyla, tüketicilerinin yaşamını kolaylaştıracak estetik, yenilikçi teknolojilerini harmanlıyor.

IFA'daki basın toplantısında, Grundig'in Avrupa'nın en büyük pazarı olan Almanya'da tüketici elektroniğinde ilk akla gelen markalardan biri olduğuna dikkat çeken Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu, "72 yıllık köklü geçmişe sahip Grundig ile beyaz eşyada 22 ülkede faaliyet gösteriyoruz, bu segmentteki satış gelirlerimizi geçen yıl % 50 artırdık; bu yıl daha da artırmayı hedefliyoruz" dedi.

Bulgurlu, Grundig'in "Sürdürülebilir Ev 2.0" temasını anlattı: "Grundig, sadece tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya odaklanan değil, giderek azalan doğal kaynakları korumak için de ileri teknoloji geliştirmeyi benimsemiş bir marka. Gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırak-

bilmek için tüketicilerin evlerinde, şirketlerin iş modellerinde sorumluluk alması gerekiyor. Sürdürülebilir bir dünya hedefi için ilk adımın evde atılması gerektiğine inanıyoruz. Grundig'in ürünleri de bu alanda öncü özellikleriyle öne çıkıyor"

"Grundig, geleceğin ev teknolojilerini tasarlıyor"

Yarının dijital dünyasına bugünden hazırlıklı olduklarını vurgulayan Bulgurlu, "Ev teknolojilerinin geleceğini şimdiden kurguluyoruz. Nesnelerin interneti (IoT) evleri ve tüketicilerin günlük yaşamını dönüştürüyor. Akıllı teknolojiler zaman ve enerji tasarrufu yapmamıza yardımcı oluyor. Premium markamız Grundig, cihazlar arasındaki bağlantıların ve sürdürülebilir teknolojik ürünlerin öne çıkacağı, geleceğin evlerini şimdiden tasarlıyor" dedi.

"Grundig evinizi en iyi yer haline getirir"

Grundig'te öne çıkan yenilikler hakkında bilgi veren Arçelik Pazarlama A.Ş. Genel Müdürü Can Dinçer ise "Televizyondan buzdolabına, kişisel bakım ürünlerinden ses sistemlerine kadar ev elektroniğinde en

geniş ürün yelpazesi sunan tek Avrupa markası. Geliştirdiğimiz ürünler, "Grundig evinizi en iyi yer haline getirir" felsefesini odağına alıyor; tüketicilerimizin sıcak, güvenilir evlerini en yeni teknolojiyle buluşturuyor ve en çok zaman geçirmeyi istedikleri yerler haline dönüştürüyor" dedi.

Grundig markasının teknoloji, tasarım ve sosyal sorumluluğu için kalbine koyduğunu söyleyen Dinçer, bu yıl IFA'da akıllı ev teknolojisi HomeWhiz®, Sanal Kullanıcı Deneyimi Teknolojisi VUX® ve sürdürülebilir çevre dostu teknolojilerle tasarlanan ürünleri sergilediklerini belirtti.



Inox Serisi

Hafif tostların kahramanı *GrillMaster*, farklı ısı ve yükseklik ayarı ile ızgaraları hazırlarken de büyük kolaylık sağlıyor. Geniş demlik ve su ısıtıcı kapasitesi ile bitmeyen çay keyfi sunan *Lea*, çay tiryakilerine her yudumda özledikleri lezzeti tattırıyor. 4 fincan kapasiteli *Allaturca*, bol köpüklü kahve keyfini günün her anı yaşıyor.



Grundig'ten IFA'da Geleceğin Ev Teknolojileri

Grundig, tüketicilerin zamandan tasarruf ederken daha sürdürülebilir bir hayat yaşamalarını kolaylaştırmak için tasarlanmış yenilikçi ve yüksek teknolojiye yeni ev aletlerini IFA'da görücüye çıkardı. Sürdürülebilirliğin evde başladığına inanan Grundig, birçok özelliğinin yanında enerji tasarrufu sağlayan, geri dönüştürülmüş malzemeler kullanan ve yemek israfını azaltan, pişirmeden soğutmaya, bulaşık ve çamaşır yıkamadan kişisel bakıma kadar birçok alanda bir dizi yeni ürün geliştirdi. Grundig'in yeni ürün ailesi, tüketicilerin çevre üzerindeki etkilerini azaltmak için en yeni teknolojiden yararlanıyor. Sizler için üstün özellikli Grundig ürünlerinden bir demet hazırladık.



Buzdolabı

Sınıfın en yüksek kapasiteli, tasarım ve tazelik çözümleriyle Yüksek Kapasiteli Buzdolapları

Yıkayıcı

Geri döndürülmüş plastik şişelerden üretilen PET Tamburlu Çamaşır Makineleri

Yıkayıcı Kurutucu

Giysileri 120 dakikada kullanıma hazır hale getiren InstantWear® teknoloji

Kurutucu

Hassas giysilere özen göstererek ipeği, yünü ve keteni çok daha hassas ve etkin şekilde kurutan AirTouch® teknolojisi

Bulaşık Makinesi

Makinenin her köşesine ulaşarak, tüm yüzeylerde maksimum temizlik sağlayan yeni üç püskürtme kollu Corner Wash™ bulaşık yıkama teknolojisi

Fırın

Profesyonel aşçıya mutfağınıza getiren özel sensör teknolojileriyle donatılmış ve aynı zamanda sulu



temizleme sistemine sahip Gourmet Chef™ Fırın

İndüksiyon Hava Sistemi indüksiyon ocak ve davlumbazı tek bir cihazda buluşturuyor ve kötü havayı yukarı değil, ocağın içine çekerek kokunun etrafına yayılmasını engelleyen sistem

Ocak

Dünyanın ilk sous-vide pişirme özellikli indüksiyon ocağı olan FlexSmart sensör teknolojisi

Küçük Ev Aletleri

Buzu kara dönüştürecek kadar yüksek bir güce sahip Power Blender, tüm dünyadaki en sessiz saç kurutma makinesi olma un-



vanına sahip SilenceDry™ saç kurutma makinesi, geri dönüştürülmüş plastikten Elektrik Süpürge-leri

HomeWhiz®

Birbirine bağlı çalışan akıllı ev aletleri serisi

OLED TV

Grundig Infinity LED TV Grundig'in, Türkiye'nin ilk 7.9 mm ultra ince, çerçevesiz cam tasarım LED TV'si Infinity, teknolojiyle fark yaratıyor. Nano color ve HDR teknolojisi sayesinde canlı renkler ve yüksek detaylar sunan Infinity TV, ev eğlence ortamlarında ultra ince ve minimalist görünüm arayan tüketiciler için tasarlandı. IFA'da tanıtılan, çerçevesiz tasarım ve premium görüntü kalitesiyle dikkat çeken Infinity LED TV, 55 ve 65 inç seçenekleriyle 2018 yılında tüketicilerle buluşacak. Ultra ince ve minimalist görünüm arayan tüketiciler için 65 inç Wallpaper OLED TV, duvara monte edilebiliyor.

Hoparlör

OLED TV ile entegre edilebilen, bir sound bar ve Wi-Fi üzerinde bağlantı kurduğu hepsi bir arada hoparlör sisteminden oluşan FineArts® Home Cinema ses sistemi. Soundbox Club, Grundig FineArts uygulaması aracılığıyla veya kullanıcıların akıllı telefonları ve dizüstü bilgisayarlarının senkronize edilmesiyle evin her yerinden kontrol edilebilen bluetooth hoparlör.

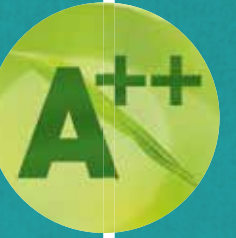


Hotpoint

GENİŞ HACİMLİ DONDURUCULAR

89 TL'DEN

BAŞLAYAN TAKSİTLERLE



ÖTV YOK



Grundig, Gıda İsrafına Karşı Mücadeleyi Sürdürüyor

Güçlü çevre bilinciyle öne çıkan Premium marka Grundig, IFA'da "Respect Food- Gıdaya Saygı" felsefesiyle gıda israfıyla mücadele taahhüdünü yineledi. Grundig markası ile Massimo Bottura'nın kurucusu olduğu "Food for Soul- Ruhun Doysun" girişimiyle başladığı işbirliği kapsamında bir yıl içinde 25 ton gıda israftan kurtarıldı. 4 aşevi projesi başlatıldı ve dünya çapında tanınan 210 şefin desteğiyle 48 bin 300 kap yemek dağıtıldı.

Marka fuarda ortağı olduğu "Food for Soul-Ruhun Doysun" girişiminin kurucusu Massimo Bottura ve Tüketici Psikoloğu Dr Dimitrios Tsivrikos'un katılımıyla bir etkinlik düzenledi.

Bu kapsamda Grundig'in sürdürülebilirlik ve gıda israfıyla ilgili yaptırdığı yeni bir araştırmanın sonuçları da değerlendirildi. İngiltere merkezli Morar araştırma şirketi ile Almanya, İngiltere, İsveç, Türkiye, İtalya ve Fransa olmak üzere toplam 6 ülkede 3 bin kişinin katılımıyla yapılan araştırma, çarpıcı sonuçlar ortaya koydu. Araştırmaya göre tüketicilerin yüzde 94'ü daha sürdürülebilir bir yaşam istiyor, ancak üçte ikisi bunu uygulamaya zamanının olmadığını ya da nasıl yapacağını bilmediğini söylüyor.

Tüketiciler 50 yıl içinde küresel gıda krizi yaşanmasından endişe ediyor

Tüketicilerin büyük bölümü gıda israfının önemli bir çevre sorunu olduğunu dile getirirken, üçte birinin de ayda 4 kg gıda israf ettiği dikkat çekiyor. Tüketicilerin yüzde 90'ı israf ettiği gıda miktarından endişeli olsa da, yoğun tempolu kent yaşamı bu alışkanlıklarını değiştir-



melerini zorlaştırıyor. Araştırmadan çıkan en çarpıcı sonuçlardan biri de tüketicilerin önümüzdeki 50 yıl içinde küresel bir gıda krizi yaşanmasından endişe etmesi oldu. Etkinliğin konuklarından tüketici psikoloğu Dr Dimitrios Tsivrikos, araştırmanın sonuçlarını şöyle yorumladı: "Günümüzün yüksek tempolu yaşamı tüketicilerin davranışlarını etkiliyor. Tüketiciler çevreyi korumak ve gıda atıklarını azaltmayı istemesine rağmen çoğu bunu gerçekleştirecek zamana veya yönlendirmeye sahip değiller. Tüketicilerin sürdürülebilir alışkanlıklar oluşturmaları, bunun için gerekli araçları ve koşulları sağlamaları çok önemli"

Grundig gıda israfına karşı çözümün parçası

Arçelik A.Ş. Kurumsal İletişim Direktörü Zeynep Özbil de etkinlikte yaptığı konuşmada, "Grundig markamızla

gıda israfına karşı çözümün bir parçası olmak için adımlar atıyoruz. Fark yaratan projelerle insanların yaşamlarına katkı sağlamayı hedefliyoruz. "Gıdaya Saygı-Respect Food" felsefemiz ve sürdürülebilir bir şirket olma taahhüdüyle daha iyi bir gelecek sağlamaya odaklanıyoruz. Gıda israfına dikkat çekmek için yaptığımız araştırma, tüketicilerin daha sürdürülebilir bir yaşam arzuladığını gösteriyor. Araştırmaya katılan tüketicilerin yüzde 82'si geri dönüşüm sağlamaya, yüzde 75'i enerji tasarrufu yapmaya, yüzde 74'ü ise gıda israfını azaltmaya çalışıyor. Sonuçlar, tüketicilerin çevresel etkileri azaltmak ve gıda atıklarını ortadan kaldırmak için kullanışlı, basit ve akıllı yollara ihtiyacı olduğunu ortaya koyuyor" dedi.

Etkinlik kapsamında "Boşa giden gıda, boşa harcanan hayattır" sloganıyla "Gıdaya Saygı" filminin gösterimi de yapıldı. Filmin global lansmanı 16 Ekim'de Dünya Gıda Günü'nde gerçekleştirilecek.

Perakendecinin İFA'dan Beklentileri

İFA 2017 Fuarı'na gitmeden önce perakendecilerimize, teknoloji ve İFA Fuarı ile ilgili düşüncelerini sordum, aldığım cevapları birkaç madde ile şu şekilde özetleyebilirim.

Perakendeciler genel olarak, teknolojiyi hem yakından takip ediyor hem de yeni ürünleri merak ediyor. Özellikle televizyonlardaki yenilikleri ve buna bağlı olan gelişmeleri önemsiyorlar; ayrıca **geleceğin yeniliklerinin neler olduğu, yeni ürünler ve pazardaki kaymalar, değişen tüketici eğilimleri, yeni teknoloji ve yeni tasarımlar** perakendecinin ilgi alanında yer alıyor.

Perakendecinin fuarda merak ettiği bir diğer konu ise, Türk firmalarının durumu ve yabancı firmaların Türkiye'ye bakışı. Dolayısı ile **Türkiye'de olmayan markalar ve ürünler, Türkiye'ye henüz gelmemiş yeni ürünler ve trenler, Türk markalarının fuardaki durumları, markaların yenilikleri ve teknolojileri, No name ürünler veya Türkiye'de olmayan markaların ürünleri, iş ortağı olmak isteyen markaları bulmak, yeni tek-**



nolojiler ve Türk markalarının Avrupa'ya ürettikleri ürünler, Türk pazarında olup olmama arzularının bilinmesi, ürün yelpazesinde Avrupa ve Dünya ile Türkiye arasındaki fark ve son olarak fiyat politikamızın dünya fiyatları ile örtüşüp örtüşmediği gibi konular perakendecilerimizin merak ettiği konular olarak göze çarpıyor. Perakendecilerin üründen önce sordukları ve cevabını aradıkları en önemli konu ise, yaptıkları mesleğin gelecekteki yerinin ne olacağı. Dolayısıyla perakendeciler, **"Birkaç sene sonra, bizleri ne gibi yenilikler bekliyor; perakendecilik işinin devamlılığı ve istikrarı için yenilikler ve trendler neler; beyaz eşya perakendeciliğinin geleceği ve üreticilerin gelecekteki perakende noktaları ile ilgili vizyonları nasıl olacak, perakendeci olarak bu rekabet ortamında nasıl fark yaratabiliriz, ilham verici örnekler neler"** şeklinde sorular soruyor. Perakendeciler bu soruların ardından, internetin etkisini de merak edip e-ticaret olarak perakendecinin ve beyaz eşyanın geleceğini, pazar paylarını ve internetin perakendeciliğe etkisini de merak ediyor.



goldmaster®
40.yıl

Benzersiz Üstünlük Yıldız Elektrikli Süpürge

Karma filtreleme teknolojisi
ve üstün temizleme performansı...



3AAA
Performans

A sınıfı sert zemin süpürme
A sınıfı hava filtreleme
A sınıfı enerji verimliliği





Perakendecilerin en az merak ettikleri konuları ise, **nesnelerin interneti ve akıllı evler ile ilgili projeler, uzaktan internet üzerinden ev eşyalarını kumanda etme teknolojisinin ne durumda olduğu, ürünlerin sağlayacağı faydalar ve gelecekteki ürünler** şeklinde sıralayabiliriz.

Bu duygu ve düşünceler ile gezmeye başladığım fuarda, fırsat bulabildiğim kadar tüm Türk stantlarını gezdim.

Kendi bakış açım ile fuan üç ana başlıkta değerlendirebilirim. Birinci bölümde, Türkiye'nin dünyadaki gururu ve teknoloji devleri arasında yer alan markalarımız geliyor. Bunlar Vestel, Beko ve Grundig gibi markalar. Bu markalara ilave olarak, Arzum ve Fakir gibi Türkiye'nin küçük ev aletleri pazarındaki devlerini de ekleyebiliriz. Bu markalar, diğer dünya markaları ile kıyaslandığında hiç de onlardan geri kalmayan stantlara sahip ve fuar boyunca iş çıkartan firmalar. İkinci bölüm genellikle, 10. Blok'ta yer alan Türk firmaları. Bu firmaların genel özelliklerinin, bir önceki gruba nazaran ürünlerinde teknolojik yeniklerin çok fazla olmamasına karşın, bu markaların Türkiye'nin ihracattaki göz bebekleri ve ülkemizin gizli kahramanları olması. Bu firmalar sayesinde, ülkemizin ihracat gelirleri artıyor ve ülkemiz büyüyor.

İnovasyon ve Türk firmaları

Son bölüm ise, kendi adıma söylüyorum en etkileyici bulduğum bir bölüm ama bir Türk olarak hiçbir firmamızın burada olmaması beni hayal kırıklığına uğrattı doğrusu. Burası Next İFA olarak adlandırılan 25 ve 26. Bloklar. Dünyadaki tüm yeniliklerin, inovasyonların icat edildiği ve geliştirildiği bir bölüm burası. Örneğin Amazon Alexa (sesle komut) burada yer alıyor ve bir çok markaya alt yapıyı onlar sunuyor. Samsung, LG, Bosch, Beko, Grundig ve Vestel bunların alt yapısını kullanıyor sadece bu markalar mı? Dünyada bildiğimiz bütün markalar aynı şekilde icat edilen bu yeniliklerin alt yapılarını kullanabiliyor.

Next İFA bölümünde en çok ilgimi çeken bir başka yer ise, robotların bulunduğu bölüm oldu. Robotlar hayatımızın her alanına girmiş durumda, her yerde robotlar kullanılıyor. Perakende sektöründe de bu robotlardan faydalanıyorlar örneğin bir kahve dükkânı, müşterisinden bir kahve sipariş alırken yada müşteri ödeme yapmak istediğinde bu robotlardan faydalanıyor, fiyatı 10.000 doları civarında olan bu robotları herkes alıp kullanabilir. Bence bizim perakendecilerde "Bu robotlardan nasıl faydalanılır?" diye şimdiden düşünmeye başlasınlar. Sonuç olarak, bu bölümlerde Türk markalarının yer almasını çok isterdim ve kendi kendime şu soruyu sordum **"Bu buluşları, yenilikleri, inovasyonları icat edecek hiç mi bir üniversitemiz ya da girişimcimiz yok?"**



HARR
Teknoloji

%40'A VARAN
TASARRUF

**KUMTEL
ANKASTRE
SETLER**



KUMTEL®

Vestel'in Akıllı Dünyası IFA Fuarı'ndaydı

IFA'da düzenlenen basın toplantısında konuşan Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, "Dünyanın lider markalarından Amazon ile yaptığımız projelerde tüketici faydasını odağımıza aldık. Dünya standartlarında ürettiğimiz akıllı teknolojilerin yanı sıra, uluslararası bir marka olmak için de gerekli yatırımlara ve anlaşmalara hız kesmeden devam ediyoruz. Amazon gibi e-ticaret sektöründe kendini kanıtlamış, böylesine başarılı bir marka ile yaptığımız bu iş birlikleri de Vestel'in globalleşme yolundaki adımlarını sağlamlaştırıyor. Vestel olarak, akıllı evler ve şehirler özelinde entegrasyon tamamlandıktan sonra gerçekleştirdiğimiz Amazon iş birliği ile de tüketicilerimize yeni bir deneyim sunuyoruz. Tüketici elektroniği dünyasının geleceğini oluşturacak ürünlerin tanıtıldığı bu fuarda dönüşümü yakalayanlardan değil, dönüşümü yaratanlardan olduğumuzu bir kez daha gösterdik. Geleceğin 'akıllı' dünyasında Vestel imzası var ve bundan gurur duyuyoruz" dedi.

Türkiye'nin teknoloji devi Vestel, 1-6 Eylül tarihleri arasında Berlin'de düzenlenen Avrupa'nın en büyük tüketici elektroniği fuarı IFA'da, hayatı kolaylaştıracak akıllı ürünlerini sergiledi. Elektronik ürünlerden beyaz eşyaya, cep telefonundan profesyonel ekranlara tüm teknolojileri ağırlandıran Vestel, fuara toplam 790 adet ürünle katıldı. Vestel'in ürettiği akıllı teknolojiler katılımcılara, geleceğin teknolojisini deneyimleme imkânı sundu.

"Geleceğin 'akıllı' dünyasında Vestel imzası olduğu için gururluyuz"

Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, "Akıllı şehirler, insanlara hayatlarını daha verimli ve daha kolay sürdürme imkânı sağlıyor ve konforlu yaşamın avantajlarını sunuyor. Dünyada entegre olarak kurulan akıllı şehir sayısı henüz çok az olsa da, akıllı sistemler sayesinde, enerji ve su yönetimi, trafik çözümleri, sokak aydınlatması, sağlık hizmetleri ve ev teknolojileri gibi konularda çok başarılı sonuçlar elde ediliyor. Vestel Akıllı Şehir konsepti, cihazların birbirine bağlandığı "Nesnelerin İnterneti" platformunda, geleceğin akıllı dünyasını tüketicilere sunuyor. Şehirlerde trafik ışıklarından elektrikli arabalara, akıllı telefonlardan dijital bilgi ekranlarına kadar her şey birbirine bağlı olacak. Tüketici elektroniği dünyasının seyrini değiştirecek ürünlerin tanıtıldığı bu fuarda; dönüşümü yakalayanlardan değil, dönüşümü yaratanlardan olduğumuzu bir kez daha gösterdik. Geleceğin 'akıllı' dünyasında Vestel imzası var ve bundan gurur duyuyoruz" dedi.

Vestel'in yerli üretimi ve geniş ihracat ağıyla Türkiye'nin cari açığının azaltılmasına katkıda bulunduğundan da altını çizen Turan Erdoğan, sözlerine şunları ekledi: "Dünya standartlarında ürettiğimiz teknolojik ürünlerin yanı sıra, uluslararası bir marka olmak için de gerekli yatırımları ve çalışmalarını da odağımızda tutuyoruz. 250 binden fazla ziyaretçinin ve 2 bine yakın firmanın katıldığı böylesine büyük bir fuarda, Türkiye'yi 27 yıldır temsil etmek ise bize ayrı bir gurur yaşıyor. IFA'ya ilk katıldığımızda 90 milyon dolar civarında olan ihracatı-



mız bugün 2.4 milyar dolara ulaştı. İhracat yaptığımız ülke sayısı 155'e yükseldi. Bugün dünyanın 4'te 3'üne teknolojimizi ulaştırıyoruz".

Vestel'in Akıllı Dünyasında Çamaşır Makineleri Kendi Deterjanını Sipariş Ediyor, TV'ler Sesle Kontrol Edilebiliyor

Vestel ve Amazon arasında gerçekleşen iş birliğinin detaylarına göre; akıllı çamaşır makineleri artık kendi kendine deterjan ve yumuşatıcı siparişi verecek. Vestel'in ürettiği akıllı çamaşır makinelerine entegre edilen Amazon Dash Replenishment hizmeti ürün içerisindeki deterjan ve yumuşatıcı azaldığında otomatik olarak Amazon Servisleri üzerinden sipariş verecek. Vestel'in sunduğu akıllı teknolojiler dünyasında böylece tüketiciler zamandan tasarruf edecek.

E-ticaret devi Amazon ile yapılan diğer bir iş birliğine göre Vestel'in ürettiği televizyonlar; Amazon'un ev içi akıllı asistan cihazı Alexa'nın ekosistemine dâhil oldu. Böylece tüketiciler Amazon Echo veya Echo Dot'u kullanarak Alexa ile konuşarak TV'sini sesli komut ile kontrol edebilecekler. Bu sayede Echo sahipleri, artık sesli komut ile TV'lerini açıp, kapayabilecek, kanalları değiştirebilecek ve seçebilecek, görüntüyü ileri veya geri sarabilecek, ses seviyesini ayarlayabilecekler.

Türkiye'nin ilk 'Akıllı Ayna'sı IFA'da tanıtıldı

IFA 2017'nin Vestel sürprizlerinden biri de; Vestel ve Türkiye'nin en büyük banyo aletleri üreticisi Vitra iş birliği ile üretilen Türkiye'nin ilk akıllı aynası oldu. Hava durumu, takvim, trafik bilgisi, senkronize edilmiş sosyal medya ağları ve haber akışı ile kişiselleştirilmiş bir görsel asistan olarak tanımlanan 'Vestel Akıllı Ayna', geleceğin dünyasına bir adım daha yaklaştıracak. Akıllı Ayna ile kullanıcılar, stereo hoparlörleri ile müzik keyfini de doyasıya yaşayabilecek.

Yüzlerce teknoloji Vestel standında buluştu

Vestel, 3 bin metrekarelik standında Endüstri 4.0 içindeki yapay zekayı temsil eden 25 robota entegre edilmiş 25 ekran, gün boyunca renkli içeriği ile ilgi topladı. Video mapping kullanılarak hazırlanan akıllı ev canlandırması ile ziyaretçilere "geleceği" deneyimletti. Kendi segmentinin şampiyon beyaz eşyalarını ayrı bir bölümde sergileyen Vestel, yakın dönemin en önemli ihtiyaçlarından biri haline gelecek elektrikli otomobillere özel şarj ünitesini de standında sergiledi. Bir elektrikli araba ile tanıtılan ve piyasanın hızlı şarj gereksinimlerini karşılayan ürün, ortalama bir otomobil pilini 2 saatten daha kısa bir sürede tam şarj etme özelliğini taşıyor.



“MUTFAK
KEYFİNİZ
MÜKEMMEL
OLSUN
İSTEDİK”



21 - 24 EYLÜL 2017
12. SALON / A04
standımızda bize katılın

28. ULUSLARARASI
ZÜCCACIYE EV & MUTFAK EŞYALARI DEKORATİF HEDİYELİK
ELEKTRİK EV GEREÇLERİ FUARI
TUYAP FUAR MERKEZİ / ZİYARET SAATLERİ 09:30-19:00

www.esty.com.tr | 444 4758

esty

bir SILVERLINE markasıdır

Arzum IFA 2017'ye OKKA'lı Türk Kahvesiyle Damga Vurdu



Tüketici elektroniği ve küçük ev aletleri alanında en önemli ticaret fuarlarından biri olan IFA 2017'de Arzum, yeni renk serileri ve OKKA ailesinin üyeleri ile ziyaretçilere "OKKA'lı bir Türk Kahvesi" deneyimi yaşattı.

Arzum, OKKA ve OKKA Minio ile Türk kahvesinin eşsiz lezzetini, 20 farklı ülkeden gelen ziyaretçilere tattırdı. 600 fincanın üzerinde kahvenin ikram edildiği fuarda bugüne kadar birçok marka, çok sayıda ürününü görücüye çıkarttı.

Doğanın sıcaklığı ve enerjisini Mürdüm ve Papatya serileri ile evlere taşıyan Arzum, tasarım ve şıklığın bir arada bulunduğu ve 2017'de Türkiye pazarında kısa sürede moda haline gelen yeni renk serilerini IFA Fuarı'nda uluslararası katılımcıların beğenisine sundu. Şık tasarımıyla ön plana çıkan, geçtiğimiz yıllarda gerçekleştirilen Ambiente Fuarı'nda yer alarak "Sehr Gut" (En iyi Ürün) belgesine layık görülen Arzum OKKA ve OKKA Minio da bu sene ilk defa IFA Fuarı'nda yer aldı.

Fakir Hausgeräte IFA 2017'de Airwave Teknolojisini Tanıttı

Elektrik süpürgesi kategorisinde "Yüzyılın Markası" ödülüne sahip Fakir Hausgeräte, AirWave teknolojisiyle donattığı süpürgeleri Prestige TS 2400 ve Prestige TS 2000'i IFA 2017'de ziyaretçilere sundu. Gerek tasarımı gerekse de teknolojisiyle dikkatleri üzerine çeken AirWave teknoloji Fakir Prestige elektrikli süpürgeler, standı ziyaret edenlerden tam not aldı. Fakir Hausgeräte'nin Ar-Ge ekibinin titizlikle yürüttüğü

çalışmalar sonucu ortaya çıkardığı AirWave teknolojinin aerodinamik yapısı ve koordine bileşenleri sayesinde, emilen hava hızlı ve dalgalanarak hareket ediyor. Böylece düşük enerji tüketimiyle yüksek emiş gücü sağlanıyor. Fakir Hausgeräte üstün teknoloji ürünleriyle IFA 2017'ye damga vururken AirWave teknoloji Fakir Prestige TS 2400 ve Prestige TS 2000 süpürgeleri ziyaretçiler tarafından yoğun ilgi gördü.



LG, Çamaşırlar İçin Geliştirdiği Buhar Teknolojisini Bulaşıklara Uyarladı



LG Electronics (LG), benzersiz TrueSteam™ teknolojisiyle donanmış yeni LG SteamClean™ bulaşık makinesiyle yepyeni standartlar belirliyor. Bu devrim yaratan ürün, sadece buhar teknolojisinin daha etkili temizliğiyle değil aynı zamanda daha verimli yıkamasıyla da kendisini rekabette ileriye taşıyor. LG'nin buhar teknolojisindeki bu tecrübesi özellikle çamaşır makineleri ve Styler gibi ürünlerinden kaynaklanıyor. Bulaşık makinesinin sahip olduğu benzersiz performansı ve gelişmiş teknolojisi tüketicilere bulaşık yıkamanın benzersiz bir yolunu sunuyor. TrueSteam, yaydığı yüksek sıcaklıktaki buharla narin cam ürünlerinden çelik tencere ve tavallara kadar her şeyi temizliyor.

Kahve keyfimize katılır mısınız?



BOSCH

Yaşam için teknoloji

Coffeexx Türk kahvesi makinesi

Bosch Coffeexx ile 6 fincan kahveyi
misafirlerinizi bekletmeden, aynı anda
ikram edebilirsiniz.

www.bosch-home.com.tr



BSH Ev Aletleri Yenilikçi Ürünleriyle IFA 2017 Yerini Aldı

Avrupa'nın lider, dünyanın ise ikinci en büyük ev aletleri üreticisi BSH, Berlin'de düzenlenen Uluslararası Tüketici Elektronikleri Fuarı IFA 2017'de ev aletleri sektöründe tüketicileri bekleyen yenilikleri sergiledi. Bu yıl 50. Yılıni kutlayan BSH, 1-6 Eylül tarihleri arasında düzenlenen IFA 2017'de Bosch ve Siemens markalarıyla yer aldı. Sergi alanında Home Connect ekosistemini tamamlayan ürünlerin yanı sıra inovasyonun tüketici deneyimine kattığı değerleri paylaştı. IFA 2017'de 3.1 no'lu salonda, 101. standta yenilikçi ürünlerini tanıtan Bosch, "her evin karakterine" özgü ürünlerini beş ayrı konsept çerçevesinde otantik yaşam alanları canlandırarak sergiledi. Simply Healthy, Simply Perfect, Simply Clean, Simply My Style ve Simply Smart başlıklarında, her hanenin özgün kimliğine seslenen, fırından buzdolabına kahve makinesinden elektrik süpürmesine kadar farklı ürünler tanıttı.



Samsung'dan QuickDrive Teknolojisi



Samsung Electronics, Berlin'de düzenlenen Tüketici Elektronikleri Fuarı IFA 2017'de QuickDrive çamaşır yıkama teknolojisini tanıttı. QuickDrive ile birlikte gelen Samsung'un yeni çamaşır makinesi WW8800M, yıkama süresini yarıya indirerek zamandan önemli bir tasarruf sağlıyor. Süper Hızlı modu ile çamaşırlar sadece 39 dakika içinde yıkanırken, kullanıcılar hem zamandan önemli bir tasarruf sağlıyor hem de temizlikten, enerji verimliliğinden, kumaş bakımından ve sağlıktan ödün vermiyor. QuickDrive teknolojisinin sektörde oyunun kurallarını değiştireceğini söyleyen Samsung Electronics Türkiye Tüketici Elektronikleri Satış ve Pazarlama Direktörü Mert Gürsoy, "WW8800M sunduğu kısa çamaşır yıkama süresiyle kullanıcıların zamandan tasarruf etmesini sağlıyor. WW8800M, hızlı ve güçlü bir yıkama performansı sunan QuickDrive'in yanında sahip olduğu farklı özellikler ve akıllı teknolojilerle çamaşır yıkamayı kolaylaştırıyor" açıklamasında bulundu.

Silverline ile Teknolojinin Sınırı Kalkıyor

"Enlere ve ilklere" yoğunlaşarak sektörde fark yaratacak yeni tasarımlarını Almanya'nın Berlin kentinde düzenlenen IFA 2017'de sergileyen Silverline, farklı fonksiyonları tek ürün üzerinde özgün bir tasarım ile buluşturan hibrit modelleri ile öne çıkıyor. Silverline, Türkiye için çok yeni olan tezgah altı ve tavan tiplerinde hibrit ürünleri piyasaya sürmeye hazırlanıyor. Tüketici beklentilerini karşılarken teknoloji ve doğa etkileşimini de ön planda tutan Silverline, dümeni yenilenebilir enerji kaynaklarına yöneltti. Silverline'nın tasarım felsefesinde geleceğin mutfaklarını yansıtan yeni davlumbazları ya tezgah altına gizleniyor ya da tavanda dekoratif bir formla performans sergiliyor.



Yemek yapmanın en kolay yolu: Bosch AutoCook Pro

Sadece AutoCook Pro kullanarak, tek bir ürünle, tencere ve düdüklü tencere yemekleri yapmak, reçel hazırlamak, yoğurt yapmak, kızartma, güveç ve haşlama yapmak, hatta buharda pişirme veya en son trend Sous-Vide gibi yöntemlerle profesyonel yemekleri hazırlamak pratik bir hale geliyor. Ayrıca AutoCook Pro için özel hazırlanan yemek kitabında sunulan ve mobil uygulamasında sürekli yenilenecek tariflerle, yerel ve uluslararası mutfaklara özgü birçok lezzeti kolayca hazırlamak mümkün.



HIZLI VE GÜVENLİ

AutoCook Pro'un sahip olduğu induksiyon teknolojisi, optimum ısı dağılımı ve hassas sıcaklık ayarı sayesinde lezzetli ve çok hızlı sonuçlar sunuyor. Böylece yemekler yanmıyor ya da taşmıyor. Yüksek ve düşük buhar basınçlı alternatifine sahip düdüklü tencere fonksiyonu ile AutoCook Pro yiyeceklerin vitaminini koruyor ve yemekleri daha kısa sürede pişiriyor. Tüm hazırlama aşamaları ekranı ve üzerindeki düğmeleriyle kontrol edilebilen AutoCook Pro, 5 litrelik teflon kaplı yapışmaz, ve bulaşık makinesinde dahi yıkanabilir bir hazneye sahip. Üstelik "gecikmeli başlatma" özelliğiyle yemeklerin eve gelmeden ya da ayarlanan saatte hazırlanmasına da imkân veriyor.

MUTFAKLARA ŞEF DOKUNUŞU

AutoCook Pro yalnızca pratik yemekler hazırlamakla kalmayıp, mutfakta uzmanlık isteyen lezzetleri de

kolaylıkla hazırlamaya imkan sunuyor. Çorba, yahnı, kızartma gibi birçok tarifin yanında Sous-Vide yöntemiyle ağızda dağılan tam kıvamında et, balık ve sebzeler hazırlanabiliyor. AutoCook Pro, tüm bu lezzetlerin sadece üç adımda tek bir tuşa dokunarak hazırlanmasını sağlıyor. Önce ideal sıcaklık ve pişirme süresi ayarlanıyor, sonrasında ise "Başla" tuşuna basılarak yemeğin hazırlığı kendi kendine başlıyor. Bu tercihleri önceden belirlemek, istenen yemeğe uygun olarak hızlıca seçmek ve kişiye özel yeni tarifler oluşturup kaydetmek de mümkün.

YEMEK KİTABI VE MOBİL UYGULAMAYLA 100'ÜN ÜZERİNDE TARİF ELİNİZİN ALTINDA

AutoCook Pro mobil uygulamasından ve detaylı hazırlanmış yemek kitabın-

dan ilham alarak adım adım yönlendirmelerle farklı türlerde yemek hazırlamak mümkün. Yemek tarifleri yerel lezzetlerin yanında uluslararası tatları da içeriyor. Mobil cihazlara ücretsiz yüklenebilen uygulama düzenli olarak güncellenecek içeriğiyle kullanıcıya yeni lezzetleri sunmaya devam edecek. AutoCook Pro uygulaması ayrıca, alışveriş listesi, kalori hesaplamaları, laktozsuz veya vejeteryan kategori seçimleri ve tarif videoları gibi pratik ve keyifli fonksiyonlara da sahip.





Arnica 2018'e Hazırlanıyor

Arnica Pazarlama A.Ş Ticari Pazarlama Yöneticisi Burcu Gülecin Atila, 2018 yılının zor geçeceğini ve rekabet ortamında yenilikçi olan, sahanın ve tüketicilerin ihtiyaçlarını en iyi analiz eden markaların yılı olacağını söyledi.

Dergimizin bu ay ki konuğu, Arnica Pazarlama A.Ş Ticari Pazarlama Yöneticisi Burcu Gülecin Atila. Burcu hanım dergimiz için bize verdiği kısa röportajda, "Türkiye'nin en çok satan süpürgesi ünvanına sahip bir markayız, piyasa ve tüketicilerin ihtiyaçlarını dinleyerek üzerinde bir yıldır çalıştığımız, oldukça yenilikçi birbirinden farklı fonksiyonlara sahip Blender grubu ile 2018 yılında atak yapmayı planlıyoruz. Süpürge kategorisinde olduğu gibi aynı başarıyı mutfak kategorisinin de göstereceğiz. Bu grupta yeni ürünler geliştirmeye ve öncü olmaya devam edeceğimiz 2018, bizim yılımız olacak" dedi.



Arnica olarak bize yeni ürünlerinizden bahseder misiniz?

Hangi ürünler, ürün gamınıza katıldı, hangileri yenilendi?

Bu yılın ilk 6 ayında; 3 adet farklı renk ve özelliklere sahip toz torbasız elektrikli süpürge ve 2 adet doğrayıcı piyasaya çıkarttık. Bu ürünler; geçen yıl yaptığımız Ar-Ge ve saha analizlerinden ve tüketicilerin ihtiyaçlarından yola çıkarak uzun süredir üzerinde çalıştığımız projelerimizdi.

Kısa vadede yeni gelecek ürünleriniz neler olacak?

Yılın ikinci yarısında ise, yeni projelerimizi raflara koymaya devam edeceğiz. Sürpriz bir şekilde 6-7 model farklı tasarım ve fonksiyonlara sahip piyasada ses getirecek özelliklerde blender setlerimiz geliyor. Bu ürünleri, ilk defa 2017 Zuchex fuarında görücüye çıkartmayı planlıyoruz.

2017 yılında Arnica olarak neler yaptınız, bu yıl nasıl geçiyor?

Arnica Ailesi olarak yıla çok hareketli ve pozitif bir giriş yaptık. Öncelikle çıkarttığımız yeni ürünlerin heyecanı ve bu ürünlerle ilgili tüketicilerden aldığımız pozitif geri dönüşler oldukça memnun etti bizi. Genel olarak, geçen yıla göre kendimizi

değerlendirdiğimizde ürün gamı olarak, ciro ve müşteri platformu olarak kendimizi geliştirdiğimizi ve pozitif bir yıl geçirmekte olduğumuzu söyleyebiliriz. Aynı zamanda, bu yıl bizim için sahada birebir tüketici iletişimde artışta olduğumuz, yeni pazarlama fikirleri ve aktiviteleri ile tüketiciye direk ulaşabildiğimiz bir yıl oluyor.

Bundan sonrasında da yılı yeni ürünler çıkartarak, reklam, yazılı ve görsel basında daha fazla görünür olarak, tüketiciye direk ulaşabileceğimiz saha ve pazarlama aktivitelerimizi artırarak devam edeceğiz.

2018 yılı hedeflerinizi anlatır mısınız?

Öncelikle müşteri kitlemizi, bayi kanalımızı daha da ileriye taşımak hedefimiz. 2018 yılının, zor geçeceğini ve rekabet ortamında yenilikçi olan, sahanın ve tüketicilerin ihtiyaçlarını en iyi analiz eden markaların yılı olacağını düşünüyorum. Çünkü artık bulunduğumuz kulvarda, mağazalarda reyonlar oldukça kalabalık. Önemli olan; pazarda ihtiyaçları iyi analiz ederek, tüm istenilen özelliklerin bir arada toplanabileceği ve daha önemlisi rekabetçi fiyatlarla tüketiciye sunabileceğimiz ürünler çıkartabilmek. Bugüne kadar yaptığımız gibi, bundan sonrada nihai amacımız öncelikle fonksiyonel, ödenen bedelin karşılığında alınan hizmet ve ihtiyacın tam karşılanmasını sağlayabilmek.

Arnica, satış kadar satış sonrası hizmetlerinde önemli olduğunu düşünen bir marka. Sokak sokak Türkiye'nin hemen hemen her yerinde oldukça geniş bir servis ağına sahibiz. 2018 yılında da bu alanı geliştirerek daha da ileriye taşımayı hedefliyoruz.



İSTER KIŞ HAZIRLIĞINDA İSTER KURBAN BAYRAMI'NDA, **PROFILO DERİN DONDURUCULAR** **HEP YANINIZDA!**

Eylül ayı ile birlikte, mutfaklarda hem kış hazırlıkları hem de Kurban Bayramı telaşı başlıyor. Rendelenen ya da dilimlenen domatesler, közlenip poşetlenen patlıcan ve kırmızı biberler, ayıklanıp domatesle kavrulan taze fasulyeler, mis gibi etler derin dondurucularda yerini almaya başlıyor. Profilo Dayanıklı Ev Aletleri'nin her ihtiyaca uygun büyüklükte çekmeceli dikey, sandık tipi ve yepyeni ürünü olan tezgah seviyesi derin dondurucuları kış hazırlıklarınızı kolaylaştırıyor.



Tezgâh Altına Özel Derin Dondurucu!

Profilo'nun her mutfak ve ihtiyaca göre tasarlanan yatay ve dikey derin dondurucularına şimdi de tezgâh seviyesi derin dondurucu modeli eklendi. Tezgâh seviyesine uygun olarak tasarlanan Profilo'nun yeni derin dondurucusu, 3 çekmecesine ve 92 litrelik iç hacmiyle dar alanlarda kullanım kolaylığı sağlıyor. A++ enerji sınıfı ve 139 kWh enerji tüketimi ile de tasarruf sağlayarak aile bütçenize de katkıda bulunuyor. Etleri, balıkları, kışlık hazırlıkları ilk günkü tazeliğiyle dondurulmuş şekilde saklıyor.

Kolay Kullanımlı Çekmeceli Dikey Derin Dondurucu!

Profilo'nun dikey derin dondurucuları mutfaklarda buzdolabı ile yan yana rahatlıkla kullanılabilir. Bu sayede dar alanlar için de ideal bir kullanım sunuyor. Çekmeceli dikey derin dondurucular çok dondurma özelliği ile hazırlanan sebzeleri şoklayarak vitaminlerinin kaybolmamasını sağlıyor.



Her Evin İhtiyacı Sandık Tipi Derin Dondurucu!

Geniş aileler ve geniş mutfağa sahip olanlar için ideal kullanım sağlayan sandık tipi derin dondurucular farklı ebatlarıyla her ihtiyacınıza cevap veriyor. Herhangi bir elektrik kesintisinde 50 saate kadar koruma sağlayan ürün, tam olarak dolu olmadığında yarım yük tuşu sayesinde de elektrik tasarrufu sağlıyor.





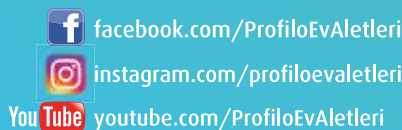
Kış hazırlığı yaparken derin dondurucuya konulacak ürünleri doğru bir şekilde hazırlamak ve paketlemek büyük bir özen ister. Profilo'nun sizler için hazırladığı en verimli derin dondurucu saklama çözümlerini uygulayın, bu kış mutfakta harikalar yaratın.

Sebzeleri Kışa Hazırlarken...

- ✓ *Yemeklere lezzet katan domatesleri derin dondurucuya koymadan önce rendeleyin ya da kalın dilimler halinde doğrayıp poşetleyin.*
- ✓ *Patlıcan ve kırmızı biberleri közleyip poşetleyin.*
- ✓ *Pırasa, soğan, yeşil biber, dolmalık biberi yıkayıp ayıklayın ve kuruladıktan sonra haşlamadan poşetlere koyup dondurun.*
- ✓ *Taze fasulyeyi ayıklayın. Domatesle kavurup saklayın.*
- ✓ *Bamyayı güzelce yıkayıp kuruttuktan sonra saplarını ayıklayın. 1 kg bamya üzerinde 1 büyük limonun suyunu gezdirin ve içine hiç kaşık sokmadan kabı sallayarak karıştırdıktan sonra poşetleyin.*
- ✓ *Nohut ve fasulyeyi haşlayın, porsiyonlara bölüp poşetleyip saklayın.*
- ✓ *Barbunya, bezelye, kuru fasulye ve börülceleri 15-20 dakika düdüklü tencerede haşlayın. Soğuduktan sonra süzüp buzdolabı poşetlerine koyun.*

Ürünlerin Saklama Süreleri

Balık, sucuk, hazır yemek ve hamur işleri: **6 aya kadar**
Peynir, kümes hayvanlarının eti ve diğer etler: **8 aya kadar**
Sebze ve meyveler: **12 aya kadar**



www.profilo.com.tr

PROFİLO

dayanıklı ev aletleri

Esty, Yeni Ürün Grupları ile Çalışmalarına Hız Verdi

Esty Türkiye Satış Müdürü Murat Boyoğlu, yeni ürün grupları ile beyaz eşya, elektrikli ev aletleri ve çeyiz mağazalarında çalışmalarına hız verdiklerini belirtiyor.

RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Kendinizi tanıtarak, sektör geçmişiniz ve deneyiminizden söz eder misiniz?

1971 İstanbul doğumluyum. 10 yıl yapı sektöründe çalıştıktan sonra, 2002 yılı itibarıyla Silverline Ankastre' de çalışmaya başladım. Bu süreçte bayi kanalı satış müdürlüğü yaptım ve son olarak Esty marka

satış müdürü olarak çalışmaya devam etmekteyim.

Esty markasının gelişimi konusunda bilgi verir misiniz?

Esty markasının iletişimini 2004 yılında yapmaya başladık. Uzun bir süre, Esty'nin ürün gamında sadece aspiratör ve davlumbaz oldu. Daha sonra firmamız

evye, ocak, fırın, bulaşık makinesi, mikrodalga ile ürün gamını genişleterek sektöre giriş yaptı.

Ankastre pazarından ve pazardaki konumunuzdan bahsedebilir misiniz?

Ankastre pazarının Türkiye'deki geçmişinin 25 yıla uzandığını görebiliriz. Fakat yayılması ve tüketiciye





“Özellikle, mutfak mağazaları ve hırdavat aksesuar mağazaları ile büyümeye başlayan pazarda Esty markası ile yine aynı yıllarda sektördeki yerimizi almaya başladık. Öncelikli olarak, havalandırma grupları ile başladığımız serüvenimizde 2009 yılında tüm ankastre modellerimiz ile tüketicilere ulaşmaya başladık. Son bir yıldır ise mini buzdolabı, derin dondurucu, vantilatör, su sebili ve mini fırın gibi ürün grupları ile faaliyetlerimize devam ediyoruz.”

daha fazla ulaşması, 2002 yıllarından sonra hızlanmıştır. Özellikle, mutfak mağazaları ve hırdavat aksesuar mağazaları ile büyümeye başlayan pazarda Esty markası ile yine aynı yıllarda sektördeki yerimizi almaya başladık. Öncelikli olarak, havalandırma grupları ile başladığımız serüvenimizde 2009 yılında tüm ankastre modellerimiz ile tüketicilere ulaşmaya başladık. Son bir yıldır ise mini buzdolabı, derin dondurucu, vantilatör, su sebili ve mini fırın gibi ürün grupları ile faaliyetlerimize devam ediyoruz.

Hem dağıtım kanalları açısından hem de yeni ürünler açısından pazardaki hedefleriniz nelerdir?

Şu an itibarıyla Esty markası; hırdavat-aksesuar, ankastre mağazaları, yapı marketlerde satılan ankastre markaları arasında kendisini önemli bir yere konumlandırmıştır. Yeni ürünleri ile beyaz eşya, elektrikli ev aletleri ve çeyiz mağazalarında çalışmalarına hız verdi. Sektörlerde yeni iş ortakları bulmak için yatırımlarına hala devam ediyor.

Satış ve pazarlama faaliyetlerinizden söz eder misiniz?

Bayilik yapımız ağırlıklı alt bayilikleri bulunan toptancı ya da distribütör şeklindedir. Bunun yanı sıra zincir, çeyiz mağazaları ve yapı marketlerde tüke-

ticinin ürünlerimize direkt ulaştığı satış mağazalarında bulunuyoruz. Esty, kullanıcısına güven veren, bayilerine kar ettiren ve geleceğe yatırım yapan bir marka. En güçlü yönleri; satış ekibi, üretim gücü ve uzun yıllar süren köklü bayilik yapısı. Bu yönlerini her daim güçlü tutmak için faaliyetlerini sürdürmeye devam ediyor.

Sizi diğer markalardan ayıran hizmet üstünlüklerinizden söz eder misiniz, tüketici sizi niçin tercih etmeli?

Ülkemizde elektrikli ev aleti alınırken, ilk dikkat edilen konulardan biri servisi olup-olmadığı ve fiyat-kalite ilişkisidir. Bu yüzden Esty satış sonrası hizmetlere büyük önem vermiştir. Ücretsiz montaj, geç servis, keşif hizmeti, ücretsiz ürün sigortası bunların en başında gelir.

Güçlü servis ağıımız, kaliteli ve ihtiyaç odaklı ürünlerimiz, ulaşılabilir fiyatlarımız ile sektörde büyümeye ve pazar payımızı artırmaya devam ediyoruz.

Bu röportajı okuyan müstakbel satıcılarınıza ve satış noktalarınıza buradan ne gibi bir mesaj vermek istersiniz?

Esty, mevcut ürün segmentini geliştirmeye devam ederken, iş ortaklarımıza farklı pazarlarda kazanç sağlayacağı yeni ürünlerimiz olacağını duyurmak isterim.

Geleceğin Yıldızları Beko'nun Desteğiyle FCBEScola İstanbul'da Yetiştiriyor

Türkiye'de ve dünyada sporun gelişimine, takım ruhuna ve bu alanda gençlerin desteklenmesine büyük önem veren Beko ile dünyanın en çok sevilen ve desteklenen futbol kulübü FC Barcelona arasındaki ortaklık yeni adımlarla güçlenerek devam ediyor. Beko, Barcelona Futbol Kulübü'nün resmi futbol okulu FCBEScola İstanbul'a sponsor olarak, 6-14 yaş arası kız ve erkek çocuklara, futbolu, Barça değerleriyle öğretiyor. Beko'nun FCBEScola İstanbul ile olan sponsorluk detaylarının paylaşıldığı basın toplantısı Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer ve FCBEScola Direktörü Franc Carbó katılımıyla İstanbul Teknik Üniversitesi'nde bulunan FCBEScola İstanbul tesislerinde gerçekleşti. FCBEScola İstanbul Beko, İstanbul Teknik Üniversitesi Ayazağa Yerleşkesi ve Maltepe Üniversitesi Marmara Eğitim Köyü içerisinde iki okulda eğitim veriyor. 2016-2017 sezonundan itibaren FCBEScola İstanbul Beko adını alan okulda, dünyaca ünlü kulübün 'Bir kultipten daha fazlası' mottosuna uygun olarak futboldan daha fazlası öğretiliyor. FC Barcelona'nın metodolojisine ve felsefesine uygun olarak futbol bilgi ve becerilerini geliştirme fırsatı sunulan okullarda, dünya çapında 17 ülkede 24 okulda, 10.000'in üzerinde çocuk eğitimini sürdürüyor. Bugüne kadar yaklaşık 1.500 çocuğa ulaşan FCBEScola İstanbul'da ise şu an 700 çocuk futbol eğitimine devam ediyor.

"Gençlerin Geleceğine İnanıyoruz"

Camp Nou'dan İstanbul'a uzanan yolda, sporun birleştirici gücü ve özellikle çocuklara, gençlere aşıladığı 'fair-play' duygusunun altını çizen Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, "Beko 2006 yılından bu yana spor yatırımlarını kesintisiz olarak sürdürüyor. Gerek Türkiye'de gerekse Avrupa'nın birçok ülkesinde tüketicilerimizin hayatına sporun değerleri ile



dokunduk. Sporun geniş kitlelere ulaşma gücü, global bir marka olarak bizim de vizyonumuzla birebir örtüşüyor. Spora öteden beri destek veren bir marka olarak, Türkiye'deki çocukların spor konusundaki gelişimine katkı sağlamak istiyoruz. Dünyanın en hızlı büyüyen küresel markalarından biri olan Beko ile dünyanın efsane futbol kulübü FC Barcelona; mükemmeliyetçilik, kusursuzluk, takım çalışması, inovasyon ve global değerler ile yaptığımız işe olan tutkumuz gibi ortak prensipler etrafında buluşuyor" dedi.

"Çocuklar Beko ile rüyalarına bir adım daha yaklaşacak"

Can Dinçer, "Global bir ortak olarak FC Barcelona'ya sağladığımız bu destek, kulübün global başarı hikayelerine de katkıda bulunuyor. Çocuklarımızın iyi birer sporcu olmak kadar, iyi birer insan olmanın önem ve değerini spor yaparken öğrenmelerini de hedefliyoruz" diye konuştu. 17 ülkede 10 binden fazla çocuğun eğitim gördüğü FCBEScola'nın, bu yıl 6.'sı 10-13 Nisan'da Barcelona'da düzenlenecek olan Uluslararası Futbol Turnuvası'na, İstanbul'dan katılacak takımların

Türkiye'yi Beko'nun desteğiyle temsil edeceğini belirten Dinçer, "Böylece, okulda eğitim alan ve gelecek vaat eden burslu genç sporcularımız Beko'nun desteği ile rüyalarına bir adım daha yaklaşacaklar" dedi.

"Dünyanın iki dev markasının buluşması"

FCB Escola Direktörü Franc Carbó ise iki dev marka arasında gerçekleşen bu ortaklıktan duyduğu memnuniyeti dile getirdi. Çocuklarını iyi bir spor okuluna emanet etmek isteyen aileler için FCBEScola İstanbul'un altyapı, teknik ekip, eğitim sistemi ve sağlık desteği gibi konularda üstün olanaklar sunduğunu vurgulayan Carbo, sözlerini şöyle sürdürdü: "2014 yılından bu yana FC Barcelona'ya sponsor olan Beko'nun desteği kulübümüz için çok önemli. Beko, şimdi de FCBEScola İstanbul'un ana sponsoru olarak, bu desteği bir adım öteye taşıyor. Her bir FCBEScola'da amacımız, FC Barcelona değerlerini taşıyan, iyi futbolcular yetiştirmek. Türkiye'deki okullarımızda 3 yıldır bunu gerçekleştiriyor olmaktan dolayı son derece gururluyuz ve gelecekte çok daha fazla çocuğa ulaşmayı umuyoruz."

Bosch ile Yağışlı Havalarda Çamaşır Kurutmak Artık Çok Daha Kolay

HomeConnect teknolojisine sahip Bosch Ev Aletleri, internet erişimiyle uzaktan kontrol sağlayarak zaman yönetimini tamamen kullanıcıya bırakıyor. Günlük yaşam rutininde yeni bir dönem başlatan bu teknoloji, yoğun yaşam temposunda çamaşır yıkama ve kurutma için gerekli zamanı azaltıyor, özellikle yağmurun eksik olmadığı sonbahar aylarında çamaşır kurutmak için pratik ve hızlı bir çözüm sunuyor.

Her cins çamaşıra özel kurutma

Bosch Serie 8 WTH 7560 TR kurutma makinesinde bulunan HomeConnect teknolojisi sayesinde tüketiciler, makineyi diledikleri yerden akıllı telefon ya da

tablet aracılığıyla çalıştırarak eve gelmeden çamaşır- ların kurumasını sağlayabiliyor. Zaman kullanımında büyük rahatlık sağlayan HomeConnect teknolojisi ile kullanıcılar, kurutacakları tekstilin türüne göre örneğin gömlek, kazak, kot ya da yün- lü çamaşır için hassas, dayanıklı ya da normal kurutma seçeneklerine göre program seçebiliyorlar. Ayrıca, ütü kuruluğu, dolaba kaldırma kuruluğu ya da ekstra kuruluk gibi tercih- lerini de belirleyebiliyorlar. Bunlara ek olarak kurutma süresi ve işlemin bitmesine ne kadar süre kaldığı gibi bilgiler de evin dışındayken de akıllı telefon veya tablet aracılığı ile takip edilebiliyor. Mevcut kurutma programının bittiği, makinenin doluluk miktarı ya da hata bildirimi gibi uyarılar da kullanıcılara iletiliyor.



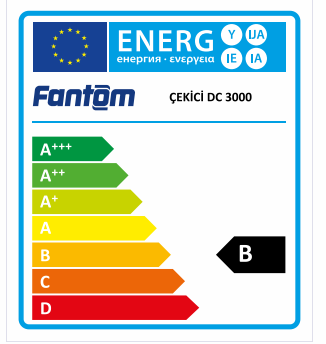
Fantom

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”

ÇEKİCİ

5 litre Toz
Kapasitesi ile Tüm
Tozları Torbaya
Hapseder

yeni



YÜKSEK
ENERJİ
TASARRUFU



GENİŞ
TOZ TORBA
KAPASİTESİ



ZENGİN
RENK
SEÇENEKLERİ



YÜKSEK EMİŞ
GÜCÜ



**DC 3000 TOZ TORBALI
ELEKTRİKLİ SÜPÜRGE**
Enerji Tasarruflu ECO Motor
5 Lt Toz Torba Kapasitesi
Yüksek Emiş Gücü



Fanset Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Merkez Mahallesi Ş.Yılmaz Özdemir Caddesi
Sönmez Sokak No:8/1 34303 Halkalı Küçükçekmece İstanbul
T. +90212 697 57 70 F. +90212 548 98 78 T. 444 5 770
www.fanset.com • satis@fanset.com



/fantomevaletleri



/FantomEvAletler



/fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomevaletleri



Candy Hoover Euroasia 2016 Yetkili Servis Yıl Sonu Toplantısı Eskişehir’de Gerçekleştirildi



2016 Yıl Sonu Genel Değerlendirme Toplantısı, Satış Sonrası Hizmetler Müdürlüğü çalışanları ve 2016 yılında başarılı olan 20 yetkili servisin katılımıyla gerçekleşti. Hoover, yetkili servisleri ile birlikte hedefleri gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşadı.

Müşteri memnuniyetini birinci önceliği olarak benimseyen ve bu bağlamda en önemli konunun satış sonrası hizmetler ve yetkili servis kalitesi olduğunu

değiştirmeyen şirket politikası haline getiren Hoover, bu toplantı ile bir kez daha çalışanlarıyla, yetkili servisleri kaynaştırıp başarıya odaklandı.

Hoover, satış sonrası süreçlerinde Hoover bayrağının hep daha yukarıya taşınmasında önemli katkılar sağladıklarından dolayı, yetkili servislerine teşekkürlerini sundu. Satış Sonrası Hizmetler Müdürlüğü çalışanları, yıl boyunca hedeflerine tutku ile bağlı ve başarılı olan yetkili servislere ödül plakelerini verdiler.

Bosch Ev Aletleri 2017’de Bayi Ağını Büyütüyor

“Yaşam için teknoloji” sloganıyla yaşamımızı kolaylaştıran ürünler sunan Bosch Ev Aletleri, ürün ve hizmetlerini müşterileriyle buluşturduğu mağaza ağını genişleterek mevcut mağazalarına 2017’nin ilk 8 ayı sonunda 70 mağaza daha ekledi. Bosch Ev Aletleri, 2017 yılı sonunda yeni açılan mağazaların sayısının 100’e ulaşmasını hedefliyor. Türkiye’nin 81 ilinde faaliyet gösteren mağazalarına ek olarak, yıl sonuna kadar açılması planlanan yeni mağazalarla birlikte Bosch Ev Aletleri’nin toplam mağaza sayısı 1000’i aşacak ve müşterileriyle daha fazla noktada buluşacak. Yeni Bosch mağazaları, müşterilerine sunduğu hizmet kalitesini artırmak için, hem lokasyon hem metrekare hem de konsept olarak fark yaratan bir

mağaza deneyimi sunuyor. Bosch mağazaları yenilikçi hizmet anlayışı ve profesyonel ekibiyle, müşterilerin ihtiyaçlarına en iyi şekilde çözüm üretiyor.

Bosch Ev Aletleri, daha fazla noktada müşterileriyle buluşmaya verdiği öneme paralel olarak bayi ağı yatırımlarına ağırlık veriyor. Bayileriyle marka imajını güçlendirmeyi, bilinirliğini ve markaya duyulan güveni de artırmayı hedefleyen Bosch Ev Aletleri, yatırım maliyetleri açısından bakıldığında büyük bir atılıma imza atıyor. Bosch Ev Aletlerinin yeni mağazaları ağırlıklı olarak İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Antalya gibi illere yoğunlaşırken, Kars, Giresun, Tokat, Niğde, Şanlıurfa, Diyarbakır gibi Türkiye’nin her noktasında bulunan iller de listede yer alıyor.



WDM, Değişen ve Gelişen Pazar Şartlarında Müşterilerine Tek Noktadan Hizmet Sunuyor

WDM ismini “Work, Design, Marketing” kelimelerinin baş harflerinden alan kendisi yeni ancak tecrübesi çok eski bir şirket. 20 yılın üzerinde sektör deneyimi bulunan 3 şirketin; Adam marka, Hangar ve İstanbul şirketlerinin kesişim noktası olan WDM, değişen ve gelişen Pazar şartlarında müşterilerine tek noktadan iletişim kurabilecekleri, toplam kalite yönetimi anlayışına sahip, tüm üretim proseslerinin tek çatı altında bulunduğu, zaman ve maliyet

avantajları sunan bir çözüm merkezi üretme fikrinden doğdu. 2016 yılında kurulan WDM özünde şirket, proje ve ürünlerin ihtiyaç duyduğu kurumsal kimlik, marka ve tanıtım faaliyetlerini gerçekleştirmek, en küçük stanttan büyük bir mağazanın konsept tasarımına kadar iç ve dış mekan tanıtım projeleri geliştirmek ve uygulamak, direkt marketing projeleri geliştirme ve uygulama üzerine faaliyet göstermektedir. WDM, bir ürünün satış yolculuğunda logo, ambalaj

mağazalarda konumlandırılan personelin tüm özlük işlemlerinin yürütülmesi, ücret ve sosyal haklarının takibi, puantaj tablolarının oluşturulması, kanuni sorumluluklarının yerine getirilmesi, satış artırıcı çabaların sonuçlarının raporlanması gibi işlemleri kendi bünyesinde gerçekleştirmektedir. Konumlandırılan personelin ve hizmet ettiği markaların eğitim ve motivasyon organizasyonlarının düzenlenmesi, satış noktasında gerekli olan görsel materyallerin ve ürüne yönelik standların tasarlanması, üretilmesi, lojistiğinin sağlanması, satış promosyonlarının tasarlanması ve temini, sektördeki rakiplerin takibi ve raporlanması, lansman ve re-lansman aktiviteleri fuar organizasyonları gibi tüm kurumsal hizmetleri tek çatı altında yürütülmektedir. WDM, 5 katlı kendi binasında ve faaliyet alanları ile ilgili tüm üretim sistemlerini tek merkezde toplamış durumdadır. Grafik ve Endüstriyel Tasarım Atölyeleri, 3D Görselleştirme, Dijital Baskı, CNC ve Üretim Bölümü, 200 kişilik eğitim salonu ve depo alanları donatılmış olan binada 57 kişilik nitelikli personel kadrosu ile hizmet vermektedir.





4. PERAKENDE TEKNOLOJİLERİ KONFERANSI

3 Ekim 2017 Radisson Blu Hotel Şişli

VERİMLİ VE YENİLİKÇİ ÇÖZÜMLER PERAKENDE TEKNOLOJİLERİ KONFERANSI'NDA!

Dijitalleşmeye ve gelişime hizmet eden somut örneklerin ve bu çözümleri geliştiren teknoloji çözüm ortaklarının paylaşımları ile konferans, yeni ufuklar açacak.

3 Ekim 2017

Radisson Blu Hotel Şişli

ANA SPONSOR



vodafone

CO-SPONSOR

NEBİM

obase

RASYQTEK
TEKNOLOJYA İNSAN KAYNAKLARI

xplace

MONTAJ VE SİSTEMLERİ SPONSORU

iDisplay

YENİ HÜCREMLERİN
RESMİ SPONSORU

kino.mo
HYPERVSN
www.kinomo.com

TANITIM SPONSORLARI

invent
ANALYTICS

ESKIMO Kasa

renova
KURUMSAL ÇÖZÜMLER
BÜYÜKLERİ

Detaylı bilgi ve sponsorluk için:

Ulaş Özgüç Öner • ulas@alkas.com.tr • Tel: 0212 284 86 50 • Faks: 0212 284 86 53

Seçil Kamçı • skamci@kategorimagazaciligi.org • Benek Genceroğlu • bgenceroğlu@kategorimagazaciligi.org

Tel: 0212 227 85 42 • Faks: 0212 227 85 35

KMD 4. Perakende Teknolojileri Konferansı **ALKAS** tarafından düzenlenmektedir.
www.alkas.com.tr

www.kategorimagazaciligi.org



Hotpoint'ten İzmir'e Konsept Mağaza

Hotpoint mağazası yatırımlarına devam eden Whirlpool Corporation Türkiye, yeni konsept mağaza formatını İzmir'e taşıdı. Haluk Büber'in sahibi olduğu Burcu Ticaret Hotpoint mağazası, Karşıyaka'da açıldı. Açılışa Whirlpool Corporation'ın MEA Direktörü Mohamad El Yassir ve Whirlpool Corporation Türkiye Genel Müdürü Gabriele Esposito katıldı. İzmir'deki 11'inci Hotpoint satış noktası ve kentin ilk yeni konsept Hotpoint mağazası olan Burcu Ticaret'in açılış töreninde konuşan Whirlpool Corporation MEA Direktörü Mohamad El Yassir, "Türkiye'yi, bölgedeki varlığımızı pekiştirmek için üs olarak görüyoruz" dedi. Yassir şöyle devam etti:

"Türkiye harika bir üretim merkezi; iyi iş etiğine ve harika tedarikçilere sahip, yetenekli bir işgücü var. Manisa'daki fabrikalarımız her yıl üst üste Ege Bölgesi'nde ihracat rekorları kırıyor. Üretime yatırım yapmaya devam edeceğiz. Önemli olan sadece ürün değil aynı zamanda perakende satış ağı, mağazalar ve satış sonrası hizmetler. Başarı, nasıl bir satış ağına sahip



olduğunuzla çok alakalı. Türkiye'de büyümek için bayi kanalı konsept mağazaları ve satış sonrası servis ağını kullanacağız. Türkiye hem üretimde hem satışta bizim için kilit ülke. Türkiye'ye inanıyoruz."

Whirlpool Corporation Türkiye Genel Müdürü Gabriele Esposito ise tüketicilerin ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda teknoloji ve tasarıma yön verdiklerini vurguladı. Esposito, "Bunu 'sen nasıl istersen' diyerek sloganımıza da taşıdık. Burcu Ticaret Hotpoint

mağazasını da bu anlayışa uygun olarak; tüketicilerin müşteri deneyimini maksimum düzeyde yaşayacağı, demoları görebildiği, ürünlere dokunabildiği, ürünlerin en iyi şekilde teşhir edildiği bir mağaza olarak İzmir halkının hizmetine sunuyoruz. Yepyeni Hotpoint mağazamızın sevgili dostum Haluk Büber ve elbette İzmirli'ler'e hayırlı olmasını diliyorum. Yeni konsept Hotpoint mağazaları hızla artacak. Ama mağazaların sadece sayısı değil önemli olan. Çünkü bunlar sadece mağaza değil tüketicilerimizin komşusu! Doğru komşuları bulacak, doğru yerlerde doğru mağazaları açacağız" dedi.

Mağazanın sahibi Haluk Büber ise bu özel günde kendisini yalnız bırakmayan Whirlpool Corporation yöneticilerine teşekkür ederek; "27 yıl önce katıldığım Hotpoint ailesinin bir parçası olmaktan çok mutluyum. Daha önce Manisa Fabrikasında imalat müdürü olarak başladığım serüvenime şimdi yeni konsept Karşıyaka mağazası ile devam edecek olmanın mutluluğunu yaşıyorum. Emeği geçen herkesin eline sağlık" dedi.

Philips OLED TV, EISA Ödülü'ne Layık Görüldü

Philips bir kez daha farkını gözler önüne serdi. En iyi resim ve yapı kalitesinin müthiş kombinasyonu ile öne çıkan Philips OLED TV, Avrupa Görüntüleme ve Ses Kurumu'nun (EISA) "Best Buy OLED TV 2017-2018" ödülünü kazandı.

EISA, Philips TV'nin 9002 modelini uygun fiyata en son teknoloji ve performans sunmasını; "Philips 9002, büyüyen OLED pazarında öne çıkıyor" sözleriyle vurguladı.

9002, Philips'in ilk OLED modeli olan 901F'den sonra Philips'in ikinci OLED modeli oldu. 9002'yi diğerlerinden ayıran özellik ise, bu modelde ilk kez olarak Philips'in işlemci gücünü, hızını ve etkinliğini

arttıran yeni P5 görüntü kalitesi iyileştirme motoru kullanması.

EISA, ödülü açıklarken özellikle 9002'nin mükemmel resim kalitesine vurgu yaparak yeni modelin sahip olduğu zengin renkler, ince detaylar, derin siyahlık ve hareketli görüntü netliğinin OLED teknolojisiyle P5 özelliğinin altını çizdi.

Ödülle ilgili konuşan TP Vision Avrupa Direktörü Kostas Vouzas, 'EISA'nın 9002'yi bu ödülle onurlandırmasından ve OLED piyasasında özgün ve ulaşılabilir olan bu modelin üretilmesiyle ilgili çabamızın böyle bir karşılık duymasından mutluluk duyuyoruz. Philips OLED TV her yönüyle daha iyi görünür.'

EISA'nın vermiş olduğu bu son ödül, Philips 55POS9002'nin Red Dot Ödül Töreni'nde Tüketici Elektronikleri alanında kazandığı ilk ödülün sonra 2017'de kazandığı ikinci ödül oldu.



Güven Endeksi Ekonomideki Direnci Gösteriyor



TÜİK ve Merkez Bankası işbirliği ile yürütülen tüketici eğilim anketi sonuçları açıklandı. Ankete göre tüketici güven endeksi, Ağustos ayında bir önceki aya göre binde 3 oranında azaldı. Endeks kapsamında, hanenin maddi durum beklentisi endeksi aynı düzeyde kalırken, işsiz sayısında düşüş bekleyenlerin azaldığı gözlemlendi. Anketin sonuçlarını değerlendiren TÜMSİAD Genel Başkanı Yaşar Doğan, "Açıklanan rakamlara baktığımızda piyasaların olumluya gidişi konusunda umut verici beklentilerin artarak devam ettiğini görmekteyiz" diye konuştu.

Verilerin milletimizin geleceğe olan güvenini vurgulamak adına ne kadar önemli olduğunun altını çizen Doğan, "Son yıllarda ülkemizin ekonomik anlamda

negatif etki oluşturacak birçok olaya maruz bırakılmasına rağmen, ekonomimiz; ne kadar dirençli olduğunu göstermiştir. Açıklanan veriler bu durumu teyit eder niteliktedir. Özellikle genel ekonomik durum beklentisindeki artış bizim için ayrıca bir motivasyon kaynağıdır" dedi.

Olumlu sonuçların ve beklentilerin yanı sıra tasarruf beklentisindeki düşüşün de değerlendirmesini yapan Doğan sözlerini şöyle sürdürdü: "Açıklanan veriler aynı zamanda tasarruf etme ihtimalinde % 4 civarında düşüşü de göstermektedir ki; bu özellikle üzerinde durulup dikkatle değerlendirilmesi gereken bir konudur. Bu düşüşün sebeplerinin araştırılarak toplumda tasarruf etme oranını arttırmamız büyük önem arz etmektedir."



TEKNOLOJİ Tasarımla Buluştu...

fankey
bugün, yarın ve daima

444 7 183

www.fankey.com.tr • info@fankey.com.tr

Showroom & Ofis: Adnan Kahveci Mah. Yavuz
Sultan Selim Bulvarı Perlevista Rezidans
B Blok No:23 Beylikdüzü / İSTANBUL
T: +90 212 871 16 72 F: +90 212 871 16 74

Fabrika: Velimeşe Organize Sanayi Bölge
Baraj Yolu Küme Evler No:82/1 Çorlu
Ergene Tekirdağ - TÜRKİYE
T: +90 212 871 16 72 F: +90 212 871 16 74



/fankeyankastre

Koç Holding Yılın İlk Yarısında 45,5 Milyar TL Konsolide Ciro Elde Etti

Koç Holding, 2017 yılının ilk yarısında konsolide bazda toplam 45,5 milyar TL gelir elde ederken, 2,5 milyar TL konsolide ana ortaklık payı net dönem kârı gerçekleştirdi. Aynı dönemde 2,9 milyar TL'lik kombine yatırım yaptı. İlk yarı finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "Koç Topluluğu olarak üretim, istihdam, inovasyon ve dış pazarlarda büyümeye verdiğimiz önemle faaliyetlerimizi sürdürüyor, ülkemizin geleceğine olan inancımızla yatırımlarımıza devam ediyoruz. Son 5 yılda kombine bazda 30 milyar TL'nin üzerinde yatırım gerçekleştirdik. Topluluk şirketlerimiz bu yıl da satış, patent ve ihracat sıralamalarında en üst pozisyonlarda yer aldılar. Üretim ve ihracat alanlarındaki güçlü liderliğimizi ülkemiz ekonomisine kattığımız değer açısından çok önemsiyoruz. Önümüzdeki dönemde de küresel büyüme vizyonumuzla büyümeye devam edeceğiz" dedi. Levent Çakıroğlu: "Ülkemiz ekonomisinin büyüme-



deki gücü olmaya devam ediyor, ihracat atağımızı sürdürüyoruz."

Yılın ilk yarısında Koç Topluluğu'nun faaliyet gösterdiği sektörlerde başarılı performansını sürdürdüğünü ve ülkemiz ekonomisinin büyümedeki itici gücü olduğunu vurgulayan Levent Çakıroğlu, "Yılın ilk yarısında kombine ihracatımızı bir önceki yılın aynı dönemine oranla dolar bazında yüzde 19 artırdık. Otomotiv

sektöründe ihracat performansımız öne çıkmayı sürdürüyor. Tofaş mühendislerinin ve işçilerinin imzasını taşıyan Egea ailesinin Hatchback ve Station Wagon modellerinin de devreye girmesiyle birlikte toplam 200 bininci aracımızı ihraç etmiş olmanın gururunu yaşadık. Özellikle Fiat Egea'nın başarısı sayesinde Tofaş'ın toplam ihracat adetleri 2017 yılının ilk 6 ayında, bir önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 14 artış gösterdi. Ford Otosan da, yılın ilk yarısında ihracat adetlerini yüzde 12 artırırken, Ford'un Avrupa hafif ticari araçlarında yükselen pazar payıyla liderliğini sürdürmesinde öncü rol oynadı. Bu dönemde Ford'un Avrupa'da sattığı Transit Ailesi araçların yüzde 82'si Ford Otosan tarafından üretildi. Türk Traktör yılın ilk yarısında yurt dışı pazarda 6.049 adetlik traktör satışı gerçekleştirenken, bu sayı ile Türkiye toplam traktör ihracatının yüzde 87'sini karşıladı. Türk Traktör için Amerika en büyük ihracat pazarı olarak önemini koruyor" diye konuştu.

Son 5 Yıllık Akıllı Telefon Kampanya Verileri Açıklandı: Android Düşüşte iOS Yükselişte

Tüm basılı ve online fiyat verilerini araştırıp takip eden, kategorilendirip en güncel pazar araştırma analizlerini sunan BrandZone, 2013-2017 yılı Haziran ayını da kapsayan akıllı telefon kampanyalarına yönelik verileri açıkladı. Teknoloji marketleri, hipermarketler, telekom kanalları, yerel zincirlerdeki kampanyaları kapsayan veriler önemli sonuçlar ortaya koydu.

5 yıllık zirvenin sahibi Samsung!

2013-2017 yılları arasında düzenlenen akıllı telefon kampanyalarına Samsung damga vurdu. Samsung'un akıllı telefon kampanyaları içindeki payı 2013 yılında yüzde 45 iken bu oran 2017'de yüzde 38 oldu. Apple'ın kampanya oranları son 5 yılda artış gösterdi. Apple'ın akıllı telefon kampanyalarındaki payı 2013 yılında yüzde 16 iken bu oran 2017'de yüzde 24'e yükseldi. Tüm kampanyalar içinde 2014 yılında

yüzde 1'lik orana sahip olan Vestel, 2017'de bu oranı yüzde 12'ye yükselterek üçüncü sıraya yerleşti. 2015 yılında yüzde 3'lük orana sahip olan Lenovo ise 2017'de kampanya oranını yüzde 8'e yükseltti. 2013 yılında yüzde 1'lik kampanya oranına sahip olan Huawei ise bu oranı 2017'de yüzde 5'e yükseltti.

Android düşüşe geçti iOS ise yükselişte

BrandZone verilerine göre; Android işletim sistemli akıllı telefon kampanyalarının oranı 2013 yılında yüzde 73 iken 2015'te yüzde 86'ya ulaştı ancak 2016'dan itibaren düşüşe geçti. Buna göre kampanya oranları 2016'da yüzde 77'ye, 2017 yılında ise yüzde 76'ya düştü. iOS işletim sistemli akıllı telefon kampanyaları 2013 yılında yüzde 16 iken bu oran 2016'da yüzde 21'e, 2017'de ise yüzde

24'e yükseldi. Windows işletim sistemli akıllı telefon kampanyaları 2013 yılında yüzde 5 iken, 2016'da yüzde 2'ye 2017'de ise yüzde 0,2'ye düştü.

Akıllı telefon ekranları büyüyor

BrandZone verilerine göre; 4,2 inç - 5 inç ekran boyutuna sahip akıllı telefonların tüm kampanyalar içindeki payı 2013 yılında yüzde 33 iken bu oran 2017'de yüzde 48'e yükseldi. Öte yandan 5,1 inç - 5,7 inç ekran boyutuna sahip akıllı telefonların tüm kampanyalar içindeki payı 2013 yılında yüzde 12 iken, 2017'de bu oran yüzde 45'e ulaştı.

8 çekirdekli telefonlar 2017 yılına damga vurdu!

BrandZone'un son 5 yıllık verilerine göre; 1 ve 2 çekirdekli akıllı telefonların tüm kampanyalar içindeki oranı azalırken, 4 ve üstü çekirdekli işlemcili akıllı telefonların kampanyaları yükselişe geçti. Buna göre 2013 yılında tüm kampanyalara yüzde 41 ile çift çekirdekli akıllı telefonlar hakim olurken; 2015 ve 2016'da 4 çekirdekli akıllı telefonlar, 2017 itibarıyla ise 8 çekirdekli akıllı telefonlar hakim oldu.

8 çekirdekli akıllı telefon kampanyalarının tüm kampanyalar içindeki oranı 2013'te yüzde 2 iken bu oran 2017'de yüzde 43'e yükseldi. 4 çekirdekli akıllı telefon kampanyalarının oranı 2013'te yüzde 30 iken 2017'de ise yüzde 41'e yükseldi. 2 çekirdekli akıllı telefon kampanyalarının oranı 2013'te yüzde 41 iken bu oran 2017'de yüzde 9'a düştü.



OKKALI
BİR TÜRK KAHVESİ
DENEYİMİ,
AFİYET OLSUN!



arzum
OKKA
MINIO



4

FİNCAN
KAPASİTELİ



red dot award 2017
winner



arzumokka | arzumokka.com

Yeni Nesil Teknolojiler Perakendeye Yön Verecek

Kategori Mağazacıları Derneği (KMD) tarafından dördüncüsü düzenlenecek “Perakende Teknolojileri Konferansı” öncesinde perakende sektörüne yön veren profesyoneller bir araya geldi. KMD Yönetim Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım ev sahipliğinde düzenlenen toplantıya, KMD Yönetim Kurulu Üyeleri katıldı.

Toplantıda, perakende sektörü teknolojilerindeki büyük dönüşümün yanı sıra gelecek senaryolarını masaya yatırıldı. Ayrıca perakendecilerin dijitalleşme ve teknolojiye son trendler gibi konuların yanı sıra daha fazla detaya odaklanması gerektiğine değinildi. KMD’nin gündemini sektörün ve üyelerinin şekillendirdiğini belirten KMD Yönetim Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım, “Mobilyadan kozmetiğe, elektronikten kırtasiyeye kadar modern perakendenin pek çok kategorisinden üyeyi barındırıyoruz. Bu çeşitliliğin ortak noktasında ise yoğun teknoloji kullanımı ve tüm yenilikleri yakından takip etme zorunluluğumuz yer alıyor. KMD olarak bu noktadan hareketle perakende teknolojilerindeki gelişmeleri üyelerimizle buluştur-



mayı amaç edindik ve bu yıl Perakende Teknolojileri Konferansı’nın dördüncüsünü organize ediyoruz” dedi. Konferansın içeriğine de değinen Gökyıldırım; “Konferansımızda, perakendecilerle teknoloji girişimcilerimizi buluşturacağımız toplantılarımız, birbirinden yararlı teknoloji çözümlerini sahnede izleyeceğimiz Çözüm Oturumları, uzmanlarından trend ve gelişmeleri dinleyeceğimiz oturumlar ve e-ticareti tartışacağımız bir

duayen panelimiz de olacak” diyerek tüm sektörü konferansa davet etti. Günümüzde her şeyin dijitalleştiği, yoğun bir veri alışverişinin olduğu ve büyük veri kavramıyla her geçen gün daha da iç içe girdiğimiz ortamda, bu kadar çok verinin güvenliğini sağlamanın ve tehditlere karşı önlemleri almanın büyük önem taşıdığını ifade eden Gökyıldırım, konferansta bu amaçla siber güvenlik konusunun da işleneceğini söyledi.

LG OLED TV, Art Arda 4. Kez Ödüle Layık Görüldü



Her yıl sektörün lider üreticilerinin önde gelen TV’lerinin yarıştığı ve en iyi performansa sahip olanı bulmayı amaçlayan CE Week TV Shootout’ta; Stüdyo Aydınlatması / Ev Sineması, HDR ile Kesintisiz Ses ve Görüntü Performansı kategorilerinde ödül verildi.

Yarışmada, her bir televizyon, kontrast oranı arasındaki fark, renk doğruluğu, renk skalasının genişliği ve en küçük hareketlerin bile fark edilebilmesi gibi pek çok kriter üzerinden incelemeye alınıyor. Tüm üreticilerin eşit olarak yarışabilmesi için yarışmaya katılan her TV perakende mağazalardan satın alınıyor, TV Shootout’u düzenleyenler tarafından ayarlanıyor ve video görüntüleme alanındaki uzmanlar tarafından değerlendiriliyor.

Bu ödülü dört yıl arka arkaya kazanan ilk ve tek televizyon markası olmaktan büyük mutluluk duyduklarını belirten LG Electronics Ev Eğlence Bölümü Şirketi Başkanı Brian Kwon; “OLED ve Dolby Atmos

ses teknolojilerimizle pazarda ilklere imza attığımız için her zaman gururluyduk. LG TV’lerin bir benzerinin daha olmadığını sektördeki uzmanlar tarafından da onaylanması bizlere ayrı mutluluk veriyor” dedi. Benzersiz Picture-on-Glass tasarımını, OLED teknolojisinin eşsiz görüntü performansını, çepeçevre saran Dolby Atmos sesini ve rakipsiz HDR yetkinliklerini birleştirerek mükemmel görüntü kalitesi ve rakipsiz ev sinema deneyimi sunan 65 inç LG E7 OLED TV CE Week Shootout™’ta 3 ödüle birden layık görüldü. LG 2017 OLED TV ürün ailesinden 77 ve 65 inç ekran seçenekleri ile W7; 65 ve 55 inç ekran seçenekleri ile E7 ve B7 modellerini mağazalarda bulabilirsiniz. 2017 ürün ailesindeki her model mükemmel siyahlar, sonsuz kontrast, genişletilmiş renk skalası ve daha geniş görüntüleme açılarıyla herhangi bir görüntü teknolojisinden sağlayabileceğinden çok daha gerçekçi görüntüler yaratabilen OLED’in rakipsiz yetkinliklerini seyredenele yaşıyor.

Nesnelerin İnterneti, Alışageldiğimiz Hayatın, Yeniden Tanımlanmasına Yol Açıyor

BTHABER Şirketler Grubu Başkanı Murat Göçe: “Nesnelerin interneti, bugüne kadar alışageldiğimiz hayatın, yeniden tanımlanmasına yol açıyor. Üretim alışkanlıklarımızı, iş yapış şekillerimizi ve günlük hayatımızı değiştiriyor.”

‘Nesnelerin İnterneti ve Makineler Arası İletişim tepe başlığı altında bu platformda iş dünyası, kamu, akademisyenler, girişimciler ve yatırımcılar bilişim dünyası profesyonelleriyle buluştu. 2006 yılından bu yana Ankara ve İstanbul’da çeşitli gündem konularından seçilen ana temaları ile ses getiren Teknoloji Platformları etkinlikleri 2017 yılına Ankara’da “Kamuda BT Yönetişimi ve Endüstri 4.0” Teknoloji Platformu ile başlamış, sonrasında da İstanbul’da “Siber Güvenlik 4.0 ve Felaket Yönetimi” ve “Dijital Evrim” ana temalarında Teknoloji Platformları ile devam etmişti. Bilişim Zirvesi Etkinlik Şirketi “Dijital Ekosistem” ana temasında 24 Ağustos 2017, Perşembe günü İstanbul CVK Park Bosphorus Otel’de gerçekleşti. “Dijital Ekosistem” ana temasında gerçekleşen Teknoloji Platformu etkinliğinde iş dünyası, kamu, akademisyenler, girişimciler ve yatırımcılar bilişim dünyası profesyonelleriyle buluştu. 2006 yılından bu yana Ankara ve İstanbul’da çeşitli gündem konularından seçilen ana temaları ile ses getiren Teknoloji Platformları etkinlikleri 2017 yılına Ankara’da “Kamuda BT Yönetişimi ve Endüstri 4.0” Teknoloji Platformu ile başlamış, sonrasında da İstanbul’da “Siber Güvenlik 4.0 ve Felaket Yönetimi” ve “Dijital Evrim” ana temalarında Teknoloji Platformları ile devam etmişti.



EKRANLARDA

“HER ŞEY DAHA İYİ OLACAK”



Bülent Mataracı

DAĞITIM KANALI
İŞBİRLİĞİ İLE

KENDİNİZİ, MARKANIZI VE İŞİNİZİ ANLATIN!..

İşbirliği için, sektörümüzün değerli yayın organı Dağıtım Kanalı'na, destekleri için Beyaz Eşya Perakendeciler Derneği ve Satış Sonrası Hizmetler Derneği'ne teşekkür ederiz.



www.businesschannelturk.com



İletişim: yildirimsöylemez@dagitimkanali.net

Klima Temizliğini İhmal Etmeyin!

► Türkiye'nin ilk ve en büyük derin dondurucu üreticisi Uğur Soğutma, sıcak havalarda kullanımı artan klimaların düzenli olarak temizlenmesinin önemine dikkat çekiyor.

Bilindiği gibi klimalar, kapalı bir ortamda solunan havanın nem oranını ve sıcaklık değerlerini kontrol eden cihazlardır. Bulundukları ortamda iklim kontrolünü gerçekleştirirler ve bunu yapabilmek için, ortamdaki havayı emip, temizleyerek istenilen sıcaklık değerine



düşürdükten sonra ortama geri verirler. Bu işlemlerin uzun süre tekrarlanması, her elektronik cihaz gibi klimalar üzerinde de olumsuz sonuçlar doğurur. Şüphesiz ki bu olumsuz sonuçların en başında da sağlığımızı tehdit edecek unsurlar geliyor. Klima temizliğinin insan sağlığını yakından etkilediğine dikkat çeken Uğur Soğutma yetkilileri "Düzenli olarak bakım ve temizliği yapılmayan klimalarda, insan sağlığına zarar veren küf ve mantar gibi oluşumlar gözlemlenebiliyor. Aynı zamanda bu durum alerjik rinit ve alerjik astım gibi rahatsızlıklara da sebebiyet verebiliyor" diyor.

Lejyoner hastalığına dikkat!

Tabii klimaların temizlenmemesinin sağlık açısından zararları bunlarla da sınırlı değil. Düzenli olarak bakımı ve temizliği yapılmayan klimaların neden olabileceği bir başka rahatsızlık ise Lejyoner Hastalığı. Yetkililer, hastalığa sebebiyet veren bakterilerin nemli ortamlarda yaşadığını, klimaların düzenli olarak temizliğinin yapılmadığı takdirde klimanın içinde oluşan ortamın

bakterilere davetiye çıkarttığını belirtiyor. Klimanın içinde çoğalan bakterilerin, klimadan üflenene hava ile ortama salındıktan sonra insan akciğerlerine yerleştiğini, bunun sonucunda da üst solunum yolu enfeksiyonlarından zatürreye kadar pek çok hastalığa sebebiyet verdiğini söylüyor.

Klima temizliğine dikkat!

Bir klimanın sadece ona müdahale etmeye yetkili olan servisi tarafından temizlenmesi gerektiğini belirten Uğur Soğutma yetkilileri "Klimaların dış temizliği ve filtre temizliği kullanıcılar tarafından yapılabilecek olsa da, iç temizliği için özel ekipmanlar ve kimyasallar kullanılmalıdır. Bunları kullanabilecek tek kişi de klimanızın yetkili servisidir. İnternette numarası bulunan ve kendini "klima servisi" olarak tanımlayan kişilere itibar etmemeniz ve yalnızca yetkili servisleri tercih etmeniz önem taşıyor. Aksi takdirde klimanız doğru bir şekilde temizlenmeyeceği gibi, geri dönülemez zararlarla da maruz kalabilir" diyor.

Remington #Zorlutiras Etkinliğinde 65 Metrede Dikey Yürüyüş Yaparak Tıraş Oldular

► Dünyaca ünlü kişisel bakım markası Remington, yeni tıraş makinesi Flex360'ın tanıtımı kapsamında #ZorluTıraş yarışması düzenledi. Dijital ortamda ön elemesi gerçekleştirilen yarışmada finale katılmaya hak kazanan yarışmacılar, 20 Ağustos Pazar günü Nurol Park'ta bulunan Oasis AVM'de gerçekleştirilen eşsiz etkinlikte heyecanlı anlar yaşadılar. Türkiye'de ilk kez bir gökdelenin dikey yürüyüş yaparken tıraş olan yarışmacılara katılımlarından dolayı birer adet Flex 360 tıraş makinesi hediye edilirken, jüri tarafından belirlenen ve zorlu koşulda en iyi tıraşı olan yarışmacı, üç tatil ödülünden birine bir arkadaşıyla birlikte gitme hakkı kazandı.

Etkinlik ilgili açıklamada bulunan Remington Türkiye Pazarlama Müdürü Ilgaz Güler, "Dünyanın ilk tıraş makinesinin üreticisi olan Remington markası olarak, hedefimiz yenilikçi ruhumuzla daha önce yapılmamış işlere imza atmak. Yeni ürünümüz Flex 360, tıraş tecrübesini daha önce hiç olmadığı kadar kolay bir hale getiriyor. Biz de bu kolaylığa vurgu yapmak için, yarışmacılarımızın işlerini biraz zorlaştırmak istedik. House Running yaparken dahi yarışmacılar, yeni makinenizin kolay kullanımı sayesinde sorunsuz bir şekilde tıraşlarını olabildiler. Önümüzdeki dönemlerde de bu gibi etkinlikler düzenleyerek, başarılı işlere imza atmaya devam edeceğiz" şeklinde konuştu.



Motivasyon Maaşta Değil, Güven Duygusunda

► Küresel çapta yaptığı araştırmaları ve analizleriyle en iyi işverenleri belirleyen Great Place to Work, şirketlerin kurum kültürü gelişimiyle rekabette nasıl öne geçebileceklerini yaptığı araştırmalar ile ortaya koyuyor. Araştırmalar, yüksek güven kültürüne sahip şirketlerde, çalışanların işten ayrılma oranlarının yüzde 50 azaldığını gösteriyor. Çalışanların iş yerlerinde kendilerini güven içinde hissetmeleri, yapılan yatırımın geri dönüşünü de hızlandırıyor.

Great Place to Work raporlarına göre, yüksek güven kültürü ekosistemine sahip olmayan firmalarda çalışanların işten ayrılma oranları yüzde 50'yi buluyor. Araştırmalarda, Amerika'daki çalışanların işten



ayrılma oranlarının kurumlara maliyeti 550 milyar dolar olarak ifade ediyor. Yüksek güven kültürü çatısı altında çalışmalarına devam eden şirketlerde ise çalışanların işten ayrılma oranları yüzde 50 oranında azalırken, firmaların mali kayıplara uğramalarının önüne geçilmiş oluyor. Yüksek güven kültürüne sahip işletmelerde ekonomik getirinin ve çalışan perfor-

mansının üç kat arttığı görülüyor.

Yüksek güven kültürü oluşturulmasının artık gereklilikten çok zorunluluk haline geldiğini belirten Great Place to Work Kurumsal İletişim ve Pazarlama Müdürü Volkan Tarsus, "Yüksek güven kültürü, kurum içinde hızlı ve sorunsuz karar alabilmeyi mümkün kılıyor. Değer merkezli bir ekosistemi hayata geçirmiş şirketlerin çalışanları, şirketlerinden gurur duyduklarını anlatmaktan çekinmiyorlar. Araştırmalarımızda, Fortune 100 En İyi İşveren şirketlerindeki çalışanların yüzde 93'ü şirketlerinden başkalarına gururla bahsedebiliyor. Türkiye'nin en iyi işverenleri araştırmasına katılan şirketlerde bu oran yüzde 84." dedi.

Mutfağınıza Değer Katar!

albeniplus⁺



4559

Dijital Turbo Midi Fırın - Inox

45 lt.

Geniş
İç Hacim

simfer

40
yıl



BAHRİ OLGUN

Yeminli Mali Müşavir
İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler M.Y.O. Öğretim Görevlisi

bahriolgun@yahoo.com
olgunbahri@gmail.com
Tel: 0216 572 90 70 - 71
Fax: 0216 573 18 55

Teşvik



Bu kelime literatürümüze mali ve ekonomik konulardan önce 'sporda teşvik' ile girdi. Üzülerek de belirtmeliyim ki, pek de doğru anlaşılmadı. Ekonomik açıdan baktığımızda, iktidarların kendi yandaş ve yakınlarına sunduğu avantajlar olarak algılandı.

Ülkemizde halen birçok konuda teşvikler uygulanır, uygulanmaya devam edilir: Ekim teşviki, gübre, damızlık hayvan, arıcılık gibi. Yeni yatırım, genç yatırımcı, istihdam (yeni işe alım), mobilya, beyaz eşya, konutta KDV indirimi gibi teşvikler, marka yurt dışı fuar katılımı, ihracatta vergi iadeleri gibi birçok teşvik sayılabilir. Sayıyorum da "bunlardan kimler yararlanıyor" diye sorsanız; tabi ki önce manalı manalı güler sonra da 'başvuruda bulunanlar' diye yanıtlamak zorunda kalırım. Bu soruya ispatlanmış usulsüzlük belgesi olmadan başka türlü cevap vermem doğru değil.

KOSGEB teşvikleri

Ülkemizde KOSGEB denilen bir kurum var. Yukarıda yazdığım birçok konuyu www.kosgeb.gov.tr adresinden incelemeniz mümkün. Tüm okurlarımı bu konuda araştırma yapmaya davet ediyorum. Avukatınız, mali müşaviriniz, denetçiniz bu konularda sizlere yardımcı olabilir. İhmal etmeyin! Bu konuda mesai harcayan arkadaşlarımızın emeklerini de karlıksız bırakmayın.

Aldığım bilgilere göre KOBİ'lere verilecek destek 1 milyon TL'yi buluyor. Bunun 300.000' i ödenmesiz (yani alınan teşvikin %30'u). Özellikle 'imalat' sektörü destekleniyor. Başvuru 11 Eylül tarihi itibarı ile başladı, 20 Ekim'de sona erdi. Bu verdiklerim genel bilgi. Her kuruluşun kendine özgü bilanço yapısı, hasılatı, çalışan sayısı var. Detaylar yukarıda bahsettiğim internet sitesinden öğrenilebilir.

Yukarıda bahsettiğim teşvike, imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerden KOBİ niteliğinde olan ve 2016 yılı verilerine göre en az 3 çalışanı ve net satışları 300.000 TL'yi aşan işletmeler başvuruda bulunabilecek. İşletmelerin proje başvuru tutarı ise net satış hasılatını geçemeyecektir. Kolay gelsin diyorum...

Ekonomik tablo

Ekonominin genel gidişatına gelince, resmi verilere

göre iyi hatta USD kuru 3.41 ki benim tahminim 3.6'dan aşağı düşmemesi yönünde idi. Yanıldım diyemeyeceğim, sadece sıcak para benim bildiğim şekillerin dışında dolaşıyor. (Katar, İran vb. paraları veya başka paralar.) Tüm olumsuzluklara rağmen KDV indirimi gibi teşvikler ekonomiye canlılık getirdi. Önemli olan 'sürdürülebilir' hale gelmesi ve mutfaktaki tencerede aşı, masada ekmeğe, cepte harçlığa bir sonrasında ise tasarruf ve yatırıma dönüşmesi. İşte bu konular hala çok sıkıntılı.

Beklentiler

Kısaca diyeceğim şu; savaş olmasın, şehitlerimiz olmasın, ülkede huzur olsun, hırsızlık, arsızlık, namussuzluk olmasın, inşallah deprem de olmasın. Her şey yolunda gider. Eninde sonunda doğru yolu buluruz. Yedi düvele Dünya'yı dar eden bir millet olarak, ekonomik sıkıntıları mı alt edemeyeceğiz? Yeter ki kimse gölge etmesin, başka da ihsan istemeyiz. (Sinoplu Diogenes böyle demiş, Sinoplu Bahri de böyle düşünüyor.) Sizce de öyle değil mi?





ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü

akajan@arzum.com

Bayi Yapılanması ve Etkin Bayi Yönetimi



Markasını, ürünlerini veya hizmetlerini daha geniş kitlelere ulaştırmak isteyen her firma, eninde sonunda bayi ve franchise çözümlerine başvurma yolunu seçecektir. Ancak şirketinize seviye atlatan, hacminizi genişleten ve büyümenizi sağlayan bu yöntemi uygulamak maalesef düşündüğünüz kadar kolay ve basit değil. Şirket kültürünüzü benimsetmek, satış motivasyonu sağlamak, fiziki koşulları denetlemek ve hedef belirlemek gerekir.

Bayi performansının artırılması hususu, şirket-bayi ve bayi-müşteri arasındaki ilişki ve süreçler dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Çünkü bayilerin motivasyonunu, şirketle olan ilişkileri kadar pazara/müşteriye yönelik süreçler de etkilemektedir. Bu nedenle bayi yönetim süreçleri kadar bayinin pazara dönük süreçleri de değerlendirilmelidir. Şirket-bayi arasındaki ilişki ve süreçlerde motivasyon unsurları iki bakış açısı etrafında ve on iki boyutta değerlendirilebilir. Bayi-müşteri arasındaki süreçlerde yer alan motivasyon unsuru da bir bakış açısı altında üç boyutta toplanabilir.

Şirket-bayi ilişkisi ve süreçlerinde motivasyon unsurları başlıca iki boyuttur;

- Parasal Olmayan Motivasyon Unsurları
- Parasal Motivasyon Unsurları

Bayi-müşteri arasındaki motivasyon unsuru tek boyutta değerlendirilmiştir;

- Nihai Müşterileri Teşvik.

Şimdi sırayla bu unsurlar kapsamında neler yapılabileceğini inceleyelim.

PARASAL OLMAYAN MOTİVASYON UNSURLARI

Bayilerle iş dışı ilişkiler

Zannedildiğinin tersine, ülkemizde parasal olmayan motivasyon unsurları parasal unsurlardan daha önemlidir. Sosyal ilişkilerin çok kuvvetli olduğu, bir aileye, gruba bağlı olmanın duygusal tatminini önemseyen kültürel yapımız, iş hayatını da etkilemektedir. Özellikle, marka gücü yüksek ve itibarlı şirketlerde bu ilişki bayiler için aynı zamanda bir sosyal statü sembolüdür. Koç Topluluğu şirketlerinin bayilerinde mutlaka, bayi ile Koç ailesinin bir üyesinin fotoğrafını mağazalarda görürsünüz. Bu kapsamda, şirket temsilcilerinin (patronlar ve üst yönetim düzeyi de dahil) bayilerle iş dışı zamanlarda bir araya gelecekları faaliyetler planlanmalıdır.

Ana şirketin temsilcisi

Bayilerin fiili yönetiminde rol alan satış temsilcisi ve müdürünün niteliği ve kalitesi bayi motivasyonunu etkilemede önemlidir. Bir bölgede, satışçı değişimleri yaşandığında, yeni satışçı ile bayi motivasyonunda artış ve azalışlar yaşandığı bir gerçektir. Şirket

ile bayi arasındaki ilişki, satış ekibi üzerinden gerçekleşir, bu nedenle satış ekibinin kalitesi ve vasıfları bayi motivasyonunu etkilemektedir.

Bayilerle yapılan sözleşmelere sadakat

Sözleşmeler, ana şirket ile bayi arasındaki ticari ilişkinin hukuki zeminidir. Prensip itibarı ile ana şirket sözleşme hükümlerinde kendini avantajlı kılacaktır ancak, bu durumda dahi bayilerin kazançlarını kollaması bayiler için önemlidir.

Kurumsal hizmetler

Ana şirketin genel olarak kurumsal düzeyi ve bayi ile olan ilişki süreçlerinde (ürün-pazar-bilgi akışı) kurumsallığı, bayileri etkilemektedir. Bu süreçlerin, kişiye bağımlı olmaktan çıkarılması, kurumsallaşmış sistemlerle yönetilmesi bayilerin en önemli beklentileri arasındadır.

Üretici işletmenin profesyonel aktiviteleri

Bu konu çok geniş olarak değerlendirilmelidir. Ana şirketin pazarlama iletişimi (PR-reklam, sponsorluklar vb.), sektörel fuarlara iştirak, yurt içi ve yurt dışı sektörel networklere dahil olma, ulusal ve uluslararası kalite sertifikasyonlarına sahip olma gibi ana şirketin pazardaki konumunu kuvvetlendirecek her türlü aktivite, bayiler tarafından istenen ve onların motivasyonlarını etkileyen bir husustur.

Bayilere yönelik sadakat programları

Yoğun rekabet şartları altında bayiler de bir rekabet unsuru haline gelmektedir. Bazı sektörlerde, bayi transferleri artık bir vakadır. Bu nedenle, bayilerin şirketine sadakatini artıracak programlar planlanmalıdır.

Eğitim toplantıları

Bayilerin ticarethanelerini daha iyi ve efektif yönetimi, iki taraf için de olumlu sonuçlar verir. Bu nedenle, bayilerin işlerini daha iyi yapmalarını sağlayacak işletmecilik (yönetim-finans-satış-pazarlama) ve kişisel gelişim eğitimlerinin şirket tarafından verilmesi bayi motivasyonlarını ve sadakatini olumlu etkileyecektir.

Veri tabanı desteği

Burada kastettiğimiz, bayilere bölgelerindeki potansiyel müşteriler ilgili ampirik verilerin sağlanmasıdır.

PARASAL MOTİVASYON UNSURLARI

Maddi ödüller

Bayiler sonuçta ticarethanelerini işletirken, kâr marjını artıracak veya masraflarını düşürecek her türlü desteğe öncelik verecektir. Bayiler için gerçekleştirilebilir satış hedeflerine bağlı performans primleri, bayiye özel promosyonlar, alternatif ödeme metodlarının uygulanması, reklam ve tanıtım çalışmalarına maddi destek, kira desteği gibi çeşitli programlar uygulanabilir.

Bayilere özel pazar bölümü ayırma

Bayiler için önemli bir husus da kazancını güvence altına alacak bir pazar bölümünün şirket tarafından sağlanmasıdır. Bayiler söz konusu bölgede, tatmin edici bir kazancın garanti edilmesini beklemektedir.

Sürekli bilgilendirme

Bayiler nihai tüketiciye ulaşan son halkadır. Bayiler şirket, ürün ve hizmetler hakkında tüketiciye bilgi aktarmada ve bilgi sağlamada önemli bir unsurdur. Bayiler açısından, bu bilgilendirme süreçleri konusunda kuvvetli destekler sağlanması (broşür, katalog vb.) ve gerektiğinde ana şirkete ulaşılması ve ihtiyaç duydukları bilgiyi almaları çok önemlidir.

Bayilere finansal destekler

Bayiler işine yatırım için sermaye ihtiyacı duyduğu zaman, şirketin destek sağlaması önemli bir motivasyon unsurudur. Araç, mağaza, yazılım, ekipman yatırımı gibi konularda şirketin uzun vadeli ve/veya düşük faizli (hatta 0 faizli) kredi kullanması, şirketin bayileri için bankalarla özel anlaşmalar yapması, bayiler için tedarikçi niteliğinde olan şirketlerle özel destekler sağlanması gibi programlar bu aşamada düşünülebilir.

NİHAİ MÜŞTERİLERİ TEŞVİK

Kampanyalar

Bayilerin işe ilgisini ve bağlılığını arttırarak, motive edici bir unsur da kampanyalardır. Kampanyadan kastımız satış geliştirecek, ürün satışını artırmaya dönük yapılacak aktivitelerdir.

Satış kolaylaştırıcılar

Bayilerin satış süreçlerine katkıda bulunacak ve bayinin müşterilere tanıtımını gerçekleştirecek faaliyetlerdir.

Numune (örnek ürün) verme

Ana şirketin ürünlerini tüketicilere fiilen tanıtıcı ve tüketicide alım kararına ilişkin riskleri minimize edecek, satın almadan önce ürün deneyimi yaşatacak, deneme amaçlı kullanım veya numune dağıtımı bayiler tarafından önemli bulunur ve talep edilir.

Bayi ağına yönelik olarak yapılan çalışmalar ile bir yandan bayi ağı ile ana firma ilişkileri canlı ve sıcak tutulurken, diğer yandan ciroların ve karlılıkların artırılması, yüksek ve kaliteli hizmet seviyesi ve sonucunda sağlanan müşteri memnuniyeti ile yüksek bir kurum ve marka imajının oluşması sağlanır. Unutulmaması gereken önemli bir nokta, bayi para kazandığı sürece vardır ve kar ettiği sürece ana firmanın peşinden gider. Bu ise, ancak etkin bir bayi yönetimi ile sağlanır ve dolayısıyla da bayisi para kazanan, yüksek müşteri memnuniyeti sağlayan, pazarda rahatça rekabet eden bir şirket de hedeflerine ulaşarak geleceğe güvenle bakabilir.



HAKAN AKGÜL
Yalın Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi
hakgul@lean.org.tr

Satış Hunisinden Kaçan Satışları Önlemek, Huniyi Boruya Çevirmek



Satış hunisi aslında bir süreci, aşağı doğru ilerleyen aşamaları ise süreç adımlarını temsil eder.

Hununin daha geniş olan üst kısmında pazarlamanın etkisi, daralan alt kısmında ise satışın aldığı sonuçlar olur. Huninin ağzı ilk adımdır ve bu genellikle “potansiyel müşteri tespiti”dir.

Hununin aşağı doğru daralması “kaçan satışlar” sebebiyledir.

Sorular:

1. Huninin adımlarını tanımladınız mı? Süreç adımları nelerdir?
2. Huni neden daralmaktadır? Her bir adımdaki sebepler nelerdir?
3. Adımların başarı kriterleri nelerdir?
4. Huninin “dönüştürme oranı” nedir? Satış kapama oranı nedir?
5. Huninin baştan sona ortalama “satış gerçekleşme süresi” nedir? Satış kapama süresi nedir?
6. Bu sonuçlarda şirket ortalaması ve bireysel satıcı başına performans nedir?
7. Hunideki daralma sebeplerine göre, en son ne zaman iyileştirme gerçekleştirdiniz?
8. Hunideki daralma sebeplerine göre, satıcılarınızın hangi yetkinliklerini geliştirdiniz?
9. Huniden elde ettiğiniz verilerle satış tahminlemenizi iyileştirebiliyor musunuz?

Bu sorular uzayarak devam eder.

Teklifler daha yüksek oranda ve daha kısa sürede satışa dönmelidir. Bilimsel bir metotla çapraz satış, bir üst ürün/hizmet grubu satışı, tamamlayıcı ürün satışı hedeflenmelidir.

Verimli ve etkin olabilmenin yolu, üstteki şekilde görüleceği üzere, temas edilecek potansiyel müşteri grubunu şirket yetkinlikleri çerçevesinde doğru tespit etmek, “dağılmamak” ve satış kapama oranını olabildiğince arttırmaktır.

Satış hunisinin özelliği

Peki, huniden aşağı doğru ilerleyerek en altta satışa dönüşen her bir müşteri temasına, sonrasında ne olur?

Beklenen odur ki; CRM kaydı, satış sonrası takip, müşteri ile devam eden iletişim ve mümkünse hizmet ve tamamlayıcı ürün satışları gerçekleşsin.

Satış hunisinin ağzı sanki bir çanağa dökülür ve huni ile çanak birleştiğinde bir kum saati gibi düşünülmemelidir. Bir benzetme yapacak olursak, satış hunisi, kum saatinin üst tarafıdır. Kum saatinin alt tarafı ise satış sonrası takip kısmıdır.

Güven oluşturmak

Süreç adımlarında başarılı olabilmek için, ölçümü zor olan, ilişki ve iletişim becerisi içinde düşünülebilecek önemli unsur “güven oluşturmak”tır. Güven çeşitli boyutlarıyla düşünülebilir. Müşteri satıcının sektörel bilgisine, tutarlılığına, kişiliğine, sözlerine güvenmek ister.

Satış sürecinin ilk adımı hariç sonraki tüm adımları, satıcı tarafından bilinçli bir şekilde önem verilmesi ve beslenmesi gereken unsurdur.

Satış insanla insan arasındadır

Üretim ya da yazılım insan ile makine arasındaki bir tür ilişki ile gerçekleşir ancak satış, insan ile insan arasındadır ve zorluğu buradadır. Satışın gerçekleşmesi için müşterinin kendini güvende hissetmesi gereklidir. Güven oluşturmak, satıcının kritik yetkinliklerinden biri olup bilgi, beceri, tutku, dürüst iletişim kurma yeteneği gerektirir. Ayrıca psikoloji ve algı yönetimi konusunda donanımlı olmak muhakkak faydalı olacaktır.

Eğer müşteride satışı yapan şirket ve şirketi temsil eden satıcıya güven oluştursa, sürecin son adımlarına yaklaştıkça güven unsurunu besleme ihtiyacı azalır, doğal akış devam eder. Birbirini tanıyan ve ilişkileri uzun süredir devam eden satıcı-müşteri ilişkilerinde genellikle güven ilişkisi kurulmuştur.

Hangisi Daha Verimli?





DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

Aldatmak Boşluk Doldurmaksa Eğer



Aldatmak, kişinin hayatındaki boşlukları doldurma ihtiyacının sonucudur. Bu boşluklar, bazen fiziksel bazen de duygusal olabilir. Aldatılana karşı yapılan haksızlık gerçeğini kabul ederek, aldatan da omuzlarında büyük bir yük taşır. Bu yük, vicdanın, hayal kırıklıklarının ve geleceğe dair planlamalarının alt üst olmasının getirdiği sancılı bir acıyı aynı anda içinde barındırır.

Aldatmak konusu, herkesin hayatından en az bir kere geçmiş bir durumdur.

Ya aldatılmış ya da aldatmış olmanın nasıl bir duygu olduğunu bilmeyen şanslı insan sayısının çok olmadığı bir dünyada yaşıyoruz. En iyi ihtimalle, hayatımızın bir yerlerinde aldatılmanın taraflarından biri olmaya tanık olmuşuzdur. En sıklıkla olan tabii ki ikili ilişkilerdeki eşlerden birinin diğerini aldatmasıdır.

Tükenme aşamalı olur

Dünyada hiçbir şey birdenbire gerçekleşmez. Kimse birdenbire alkolik olmaz, birden bire boşanmaz, birden bire iflas etmez ve birden bire de aldatmaya başlamaz. Çünkü, tükenme aşamalı olur.

Tıpkı alkol ya da iflas örneği nasıl ki yavaş yavaş ve ölçüsüz giden bir sürecin sonucu ise aldatma da aynen böyledir.

Bu sürecin başladığının sinyalleri verilir genellikle. Bazen konuşmalardaki satır aralarında, bazen küçük sitemlerle bazen de yüksek sesle. Ama nedense, karşı taraf bunu pek duymaz ya da çoğunlukla umursamaz.

Ses tonu çoğunlukla sakın, beklentiler ise rica veya tavsiye seviyesinde olur.

Sonra bu istekler talebe dönüştürken sesler yükselmeye başlamış tavırlar daha sertleşmiş olur.

Ve bakar ki bu sinyaller alıcıya ulaşmıyor, beklentilerini veya boşluklarını dolduracak bir potansiyel bulduğunda buradaki eksikliğini doldurmaya yenik düşer.

Anlamaya çalışmak yerine savunmaya geçilir ve karşı taarruz başlar. İşte burada “En iyi savunma hücumdur” ilkesi işlemez, ters teper.)

Duygusalığın ölümü

Evliliğin bir ön provasası olmadığından, çiftler aynı çatı altına girdikten sonra bir bakarlar ki uğruna ölüp bittikleri, görüşmek için dakikaların sayıldığı kişi gitmiş yerine bambaşka biri gelmiş. Kendi de kendisini tanıyamaz. Neden bu duygu değişikliği içine girdiğini bir türlü anlayamaz. İlişki içerisinde hem kendini hem de karşısındakinin duygusalığın ölümüne sürüklendiğini fark edemez.

İlişkiyi de sevgiyi de diri tutan kaybetme duygusu ve özlemdir. Evlilik gerçekleştiğinde bu iki temel kaygı ortadan kalkar, davranışlar daha özensiz sevgi aktarımı daha klişe olmaya başlar. Üstelik iki kişi başlayan bu sevgi aslında altı kişi ile yani her iki tarafın ebeveynleri ile de olur.

Oysaki siz bir kişiyi sevmiştiniz!

Keşke evlilik simülasyonu yapılabilse öyle değil mi? Bu sevgili nasıl bir anne, nasıl bir aile babası olur? Kaybetme duygusu olmadığından davranışları ne olur?

Bireyler genellikle hayat yarışına eşit ya da yakın statülerde başlarlar. Ancak yaşam ilerledikçe hayatta var olma ve başarı hikayeleri aynı hızda ilerlemez. Eşlerden biri geride kalır, diğeri alıp yürür. Kopmalar önce burada başlar. İlişki çatırdamaya başlar sessizce. Konuşulan ortak konular, yaşanan mekanlar, elde edilen tecrübeler farklılaştıkça sevgiye bakış açısı da farklılaşır.

Bütün mesele budur aslında. Önlem buralarda alınmalıdır.

Hiç kimse aldatma stratejisi ile bir ilişkiye başlamaz.

Yapılandırma

İlişkiler de tıpkı şirketler gibi yapılandırılmalı gerektiğinde yatırım artırılmalıdır. Nasıl ki işletmenin başlangıçtaki ana sermayesi durum ve rakip pozisyonuna göre değişkenlik gösteriyorsa, aynı şey ilişkiler içinde

geçerlidir. Şartlar ve yaşanmışlıklar arttıkça bireylerde ilişkideki rollerini ve ilişkiye katkılarını arttırmalı ve taze tutmalıdırlar.

Aldatan haklıdır demiyorum asla! Ama aldatılanın da bazı zamanlarda haksız olduğu durumlar yok mudur acaba?

Aldatan sadece karşısındakine değil, kendi içindeki duygulara da hesap vermez mi? İnanişâ göre eşini aldatmayan tek canlı yusufçuk böceğidir. Aksesuar olarak da kullanılan yusufçuk, sadakati sembolize eder. Kumrular ise eşleri öldüğünde başka bir kumru ile eşleşmezler. Kumruların ömrü bir yıldır ve bu bir yıl boyunca hep aynı kumru ile çiftleşirler. Bu yüzden birbirlerine aşık çiftlere “kumrular gibiler” denilir.

İhanet

Eşleri öldüğünde bunalıma giren canlılara ne demeli? Deniz Atı, fil pelikan, angut kuşu, kuğu ve köpeklerden insanoğlunun öğrenecek çok şeyi yok mu sizce de?

Eşi ya da sevdiğini kaybedince insanoğlu çoğunlukla daha az yas yaşıyor. Hayatına kitap ayracı misali kaldığı yerden geç de olsa bir şekilde devam ediyor.

Aldatma haince bir davranış, bir kaçıştır. Pes etmenin farklı bir eylem şeklidir.

Bir zamanlar çok değer verilen kişiye, ilişkiyi öldürmemek adına zamanında daha çok şans verilmeli ilişkiyi kopma eşiğine getirmeden çözümcü olunmalıdır.

Gerçek şu ki; insanın yüreği üşüyorsa bedeni kiminle olursa olsun üşümeye devam edecektir. Bedeni farklı, ruhu başka yerde olarak ikiye bölünen arafta yaşamalar kişinin aynı zamanda kendisine de en büyük ihanetidir.

Sevginizin değerini bulması dileğimle.



Fark Yaratacak Bir Şeyler Bulunmalı



Büyüme tüm yıl boyunca sürdü halen de devam ediyor. Yüzde 25'lik bir büyüme yine oldukça iddialı. Ben yine de bayilerin yanında yer alarak soruyorum: Acaba karlar da yüzde 25 büyüdü mü? Pek sanmıyorum.

Şimdi gözler hükümette. ÖTV desteği bitecek mi devam mı edecek? Gıdadan sonra en temel ihtiyaç olan beyaz eşya lüks eşya olmaya devam edecek mi? Bence ay sonu ÖTV desteği biter. Sonrasında yıl sonu geleneksel satış artışı sektörü, başarılı bir yıla doğru götürür. Burada şu soruyu sormak lazım: Neden ufak bir vergi desteği, sektörü böylesine harekete geçirebiliyor? Neden sektör can alıcı yenilikler yaratamıyor?

Yenileme süresi

Günümüzde cep telefonu yenileme süresi 2 yıla düştü. Bu günlerde Samsung, I-phone yeni modellerini piyasaya sürecek ve yine milyonlarca ürün satacaklar. Sektörümüz ise maalesef 15-20 yıl tüketicisinin yolunu bekliyor. Ya da müşterisinin çocuğunun evlenerek yeni ev kurmasını. Son zamanlarda geleneksel çamaşır, bulaşık, buzdolabı satışlarına dikey derin dondurucu satışları katılmıştı.

Bu sene No-frost ve soğutucuya dönüştürülebilir dondurucusuyla Arçelik benden yenilikçilik ödülünü aldı. Bravo! Fonksiyonel olmamasına rağmen tüketicinin ilgisini çekeceği muhakkak. En azından tezgaharlara söyleyecek, farklı bir şeyler çıktı. Şimdi buna benzer yenilikleri çamaşır ve bulaşık makineleri için bekliyoruz.

Yenilik diye içi plastik, koku yapan bulaşık makinelerinden vazgeçme zamanı çoktan geldi geçti. Maliyet düşürme yarışına gireceğinize yenilikçilik yarışına giriniz. Uzun vadede daha çok kazanırsınız.

“Su ve deterjan” dışına çıkmaya çalışın

Kapasite, enerji, su, deterjan tasarrufu artık sıradan özellikler haline geldi. Fark yaratacak bir şeyler bulun artık. “Su ve deterjan” dışına çıkmaya çalışın. Bence beyaz eşyada dünyanın en büyük üretimlerine sahip ülkenin mühendisleri bunu başaracak beceriye sahipler.

Fikirlerinizi burada yayınlanmak üzere beyazadam@dagitimkanali.com.tr adresine bekliyorum. Sağlıkla kalın.



TÜRKBESD • Beyaz Dünya • Temmuz 2017

ÜRETİM		
	Temmuz 2017	Temmuz 2016
Adet / Yıl	2.307.171	1.652.254
Yüzde değişim	%40	
Ocak - Temmuz 2017 Ocak - Temmuz 2016		
Adet / Yıl	16.301.727	14.475.500
Yüzde değişim	%13	
İÇ SATIŞ		
	Temmuz 2017	Temmuz 2016
Adet / Yıl	784.715	626.235
Yüzde değişim	%25	
Ocak - Temmuz 2017 Ocak - Temmuz 2016		
Adet / Yıl	5.215.482	4.102.719
Yüzde değişim	%27	
İHRACAT		
	Temmuz 2017	Temmuz 2016
Adet / Yıl	1.647.607	1.353.791
Yüzde değişim	%22	
Ocak - Temmuz 2017 Ocak - Temmuz 2016		
Adet / Yıl	11.016.134	10.539.953
Yüzde değişim	%5	

* Bültende 6 ana ürünün son iki yıllık üretim, iç satış ve ihracatlarını karşılaştıran aylık ve kümüle rakamlar yer almaktadır.

►REGAL

7 YIL GARANTİ*

A+ ENERJİ SINIFI

**SEBZELER
HER MEVSİM
TAZE OLSUN
DİYORSAN**

**►REGAL'LE
SÖZ SENDE**

GENİŞ İÇ HACİM

ENERJİ TASARRUFU

Ürün CDER 2102 A+ 6 çekmeceli derin dondurucudur. 7 yıl ücretsiz garanti, 3+4 yıl kompresör garantisidir. 31 Ağustos tarihine kadar Regal Yetkili Satıcıları ve regal-tr.com'dan yapılan Regal derin dondurucu satışlarında geçerlidir.

ZORLU

0850 222 4 789

regal-tr.com

Regal
Müşteri
Hizmetleri

Arzum Altro'dan Zihin Açan Kahvaltılar

Türkiye'nin öncü elektrikli ev aletleri markası Arzum, kahvaltıda, ara öğünlerde çocukları için sağlıklı ve lezzetli yiyecekler hazırlamak isteyen annelerin en büyük yardımcısı oluyor. Arzum Altro Ekmek Kızartma Makinesi okul dönemlerinde sabah kahvaltılarında kızarmış ekmek sevenlere lezzetli kızarmış ekmekler hazırlarken zamandan da tasarruf etmenizi sağlıyor. Şık tasarımıyla göz dolduran Arzum Altro, çıkarılabilir kırıntı tepsisiyle temizlik konusunda kolaylık sağlıyor. 8 farklı

kızartma kademesiyle ekmeğinizi dilediğiniz gibi kızartma imkânı verirken, yeniden ısıtma ve defrost (buz çözme) özelliğiyle zaman kazandırıyor. Arzum Altro ekmek kızartma makinesinin Misty mavi, mercan ve siyah olmak üzere üç rengi bulunuyor.



Bosch Ev Aletleri'nden "Sessiz" Kampanya

"Yaşam için teknoloji" sloganıyla yaşamı kolaylaştıran ürünler sunan Bosch Ev Aletleri, yeni kampanyasında sessizlikte lider ve yüksek performanslı toz torbalı ve toz torbasız iki farklı elektrik süpürgesini çok uygun fiyatlarla sunuyor. 30 Eylül'e kadar devam edecek kampanyada yalnızca 64 desibel ses seviyesine sahip toz torbasız BGS7SIL64 Relaxx'x Ultimate 1561 TL yerine 1225 TL'ye, 59 desibel ses seviyesine sahip toz torbalı BGL8SIL59D elektrik süpürgesi ise 1206 TL yerine 945 TL'ye tüketicilerle buluşuyor.

Minimum ses ve maksimum performansla temizliğin yeni neferleri olan süpürgeler yenilikçi izolasyon malzemeleri, yeni yüksek performanslı HiSpin motoru, optimize edilmiş hava akımı ve ses azaltıcı aksesuarları sayesinde düşük ses seviyeleriyle konforlu bir temizlik imkânı sunuyor.



Medisana IPL 800; Cildinizin En Pürüzsüz Hali

Medisana 30 yılı aşkın süredir, insan sağlığına ve konforuna yönelik ürünler geliştiren ve faydaları klinik olarak ispatlandıktan sonra tüketicisiyle buluşturan bir markadır. Yüksek Alman teknolojisine sahip tüm Medisana Ürünleri, 40 yıldır üretim ve AR-GE gücüyle global standartlarda hizmet veren Türkiye'nin öncü markası GoldMaster güvencesinde ülkemizde raflarda yerini almaktadır.

Medisana IPL 800, kompakt tasarımı, güvenli ve rahat kullanımı, farklı cilt tiplerine uygun beş farklı enerji seviyesi ve cilt temas sensörü ile sizlere evinizin konforunda, güvenle istenmeyen tüylerinizden kurtulma olanağı sağlar. Medisana IPL 800, değiştirilebilir başlık özelliği ile aynı cihazı iki ya da daha fazla kişi ile kullanabilme imkânı yaratarak benzerlerinden ayrılmaktadır. (abla-kardeş, anne-kız kullanımı vb.gibi) Kutusundan çıkar çıkmaz kullanıma hazır, yedek lazer kartı Medisana IPL800, değiştirilebilir başlığı sayesinde sınırsız kullanım sağlarken, ekstra hızlı uygulaması ile tüm vücuda yaklaşık 15-30 dakikada uygulanabilir. Yüz, bacaklar, kollar, koltukaltı ve bikini bölgesi için kullanıma uygundur. Türkiye'de yaygın Goldmaster servis güvencesi ile 3 yıl garantili Medisana IPL 800, kişisel bakımından taviz vermeyen bayanların vazgeçilmezi olacaktır.



'Okula Dönüş' Yorgunluğu Kahvesiz Atılmaz

Evlerde okula dönüş telaşı başladı bile. Hotpoint bu hızlı tempoda anneleri düşünüyor ve en keyifli mola alternatifini sunuyor. Kağıt filtre kullanımı gerektirmeyen yıkanabilir ve aroma koruyucu filtreye sahip Hotpoint filtre kahve makinesi en lezzetli kahveleri evde yapma imkânı sunuyor. Çıkarılabilir su haznesi, damlama emniyeti ve kaymayan ayakları ile Hotpoint filtre kahve makinesinin kullanımı oldukça kolay. Üstelik 1.25 litrelik geniş iç hacmiyle rakiplerinden ayrılan Hotpoint filtre kahve makinesi 10 fincan kahve yapma kapasitesine sahip.



SINGER
KENDİ
MODANI
YARAT!



GEÇMİŞTEN GELECEĞE YENİ BİR ADIM: **YENİ FEATHERWEIGHT C240**

Günümüz kadınları için yeniden tasarlanan Yeni Singer Featherweight C240 sahip olduğu "Eşit Besleme Sistemi" ile çok katlı kumaşlarda bile tam kontrollü dikiş sağlıyor; ergonomik boyutu ve hafifliğiyle kolay taşınıyor, kadınların işini kolaylaştırıyor.

Tek adımda ilik açma

70 değişik dikiş
ve dekoratif desen

Eşit Besleme Sistemi

YENİ



DANIŞMA HATTI
444 99 09

www.singer.com.tr

[f](#) [t](#) [i](#) [p](#) [i](#) /SingerTurkiye



King Radia ile Isınırken Havayı da Nemlendirmek Mümkün

11 dilimli King Radia Yağlı Radyatör, 2500 Watt motor gücü ve 400 Watt ısıtıcı turbo fanı ile kış ayları için pratik ısınma çözümleri sunuyor. Kolay kullanım tekerlek sistemi sayesinde evin her odasına kolayca taşınabilen King Radia, 3 farklı ısıtma ayarı ve ayarlanabilir oda termostatu ile dilenen ısıya kolayca ayarlanabiliyor. Odadaki nem oranını arttırmak ve boğaz ve burun kuruluğunu önlemek için 170ml kapasiteli hava nemlendirici aksesuarı bulunan King Radia, bebek ve çocuk odaları için de ideal kullanım imkanı sağlıyor.



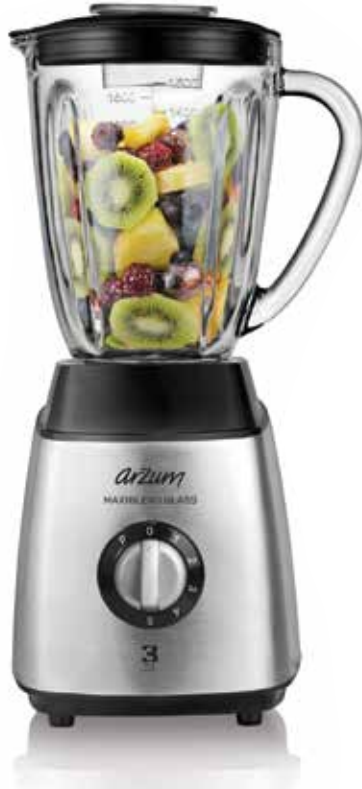
LG'nin Buzdolapları, Dünya Genelindeki Aileleri Memnun Etmeye Devam Ediyor

Cihazlar, tüketicilerin yeni ihtiyaçlarına uyum sağlamak için evrim geçiriyor ve en yenilikçi üreticiler de kullanıcı trendleri henüz oluşmadan onları tahmin ederek karşılayanlar oluyor. LG Electronics tüketiciler tarafından her zaman inovasyonun sınırlarını zorlamaktan ve gelenekle mücadele etmekten korkmayan bir şirket olarak biliniyor. Tüketicilere kullanışlı ve gelişmiş özellikler sunmak için durmaksızın yaptığı çalışmalar sonucunda genel enerji verimliliğini ve performansını artıran Inverter Linear Kompresörlü InstaView Door-in-Door ve Home Bar gibi ezber bozan ürünler ortaya çıkarttı.



Arzum Maxiblend Glass Sürahi Blender

Türkiye'nin öncü elektrikli ev aletleri markası Arzum, gıda hazırlama kategorisindeki yeni ürünü Maxiblend Glass Sürahi Blender ile serinleten yaz lezzetlerini evinize getiriyor. Sert besinleri ve buzları rahatlıkla parçalayabilen Maxiblend Glass Sürahi Blender, kolay kullanımı ile sıcak yaz günlerinde mutfakların vazgeçilmezi olacak. Arzum Maxiblend Glass Sürahi Blender; paslanmaz çelik bıçağı, 600 watt motor gücü, 1600ml kapasiteli cam sürahisiyle kolay ve rahat kullanım sağlarken, beş kademeli hız ayar düğmesi ve Pulse fonksiyonu ile içeceklerinizi hızlı hazırlamanızı sağlıyor. Doğrayıcı ve kahve-baharat öğütücü aksesuarlarıyla farklı ihtiyaçlara da cevap veren Arzum Maxiblend Glass Sürahi Blender, siyah ayrıntılı paslanmaz çelik kaplı gövdesi ile mutfakları süslüyor.



Hayatı Kolaylaştıran Ürün Seçenekleri GoldMaster'da!

Doğa ve enerji dostu teknolojileriyle gelecek nesilleri düşünen, doğal kaynakları korurken aynı zamanda tüketicilerinin hayatını kolaylaştırmayı misyon edinen GoldMaster, emiş gücü yüksek performanslı süpürgeleri, çay makineleri, tost makineleri, blender setleri ve mutfak robotları ile hayatımızda fark yaratıyor. GoldMaster Papatya Çay Makinası pembe, kırmızı, mor ve mavi renk seçenekleri ile klasik çay pişirme yöntemleriyle usta bir çaycı tarafından hazırlanmışçasına mükemmel çay lezzetini, zahmetsiz bir şekilde elde edin. İster dinlenmek için kısa bir mola verdiğinizde ister sevdiklerinizle kahvaltı sofralarında bir araya geldiğinizde, GoldMaster Papatya çay makinesinde hazırlanan sıcak, taze ve demli çaylarla keyfinize keyif katın.





OTOMATİK KAPI VE KEPENK SİSTEMLERİ

KepenK Sistemleri - Endüstriyel Sarmal Kapılar - Seksiyonel Kapılar - Hızlı PVC /Branda
Yangın Kapıları - Fotoselli Kapılar - Bahçe Kapıları



Kalite ve Tecrübenin Ortak Noktası

ROLLSİS OTOMATİK KAPI VE KEPENK SİSTEMLERİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Merkez Mah. Köyaltı Mevkii Kavak Sok. No.6 K.1/B Yenibosna / İstanbul Tel: +90 212 602 0 610 Fax: +90 212 602 0 611 E-mail: info@rollsis.com

www.rollsis.com

Philips Izgara ile Sağlıklı Yemeklerin Tadını Çıkarın!

Sofraları lezzetli yiyeceklerle tanıştıran çözümleriyle Philips, daha sağlıklı ve hafif beslenmek isteyen kullanıcılar için Philips Izgara ile pratik ve hızlı yemek hazırlama imkânı tanıyor. Günün her anında evde sağlıklı ızgara keyfini yaşamak isteyenlerin favorisi olan ürün, tüm besinlerin lezzetini ve suyunu muhafaza eden yüksek sıcaklık ızgara plakalarıyla fark yaratıyor. Bayram sofraları için farklı lezzetler hazırlamak isteyen ve yaz sıcaklarında ağır yiyeceklerden kaçınanların yardımına Philips Izgara koşuyor.

Ayarlanabilir termostatu (70°C - 230°C) ile her türlü yiyecek için mükemmel sonuçlar elde etmeyi sağlayan Philips Izgara, hızlı ısınan ve ısıyı sabit tutabilen yüksek gücü ile de kullanıcılarına zaman kazandırıyor.



Özel Tasarım, Fonksiyonel Kullanım; Silverline Ocak

Silverline Ankastre AS5378X01 ocak fonksiyonlarıyla mutfaktaki zamanı kaliteli ve keyifli geçirmeye yönelik performans sergilerken; tasarım şıklığından ve güvenlikten ödün vermeden hayatı kolaylaştırıyor. 60 cm paslanmaz çelik dış yüzeye ve emaye ızgaraya sahip ocak standardın dışına çıkan özel tasarımı ile göz dolduruyor. Farklı büyüklüklerdeki yanıcı 4 gözün fonksiyonel yerleşimi çeşitli pişirme yöntemlerine cevap verebiliyor. Yandan mekanik kontrol paneli bulunan ocak gaz kesme emniyeti özelliği ile güvenliği üst seviyelere taşıyor. Yüksek verimli yanış sistemi, yemekleri kısa sürede istenilen kıvamda pişirmeye olanak sağlıyor.



Profilo XL ve XXL Kombi Buzdolapları BuzMatik Özelliği ile Yenileniyor!

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri'nin geniş ailelere yönelik XL ve XXL Buzdolapları, Buzmatik özelliği ile yenilendi. Sebze ve meyvelerin iki kata kadar ilk günkü tazeliğinde korumasını sağlayan ExtraFresh Comfort ve et-şarküteri ürünlerini yine iki kata kadar saklamayı sağlayan ExtraCold Comfort özelliği ile mutfakların vazgeçilmezi olan Profilo Maksima XL ve XXL buzdolapları, yeni eklenen BuzMatik özelliği ile de özellikle yaz aylarında rahat bir kullanım sunacak. Profilo Maksima XL ve XXL Buzdolapları tüm Profilo Yetkili Satıcılarında satışa sunuluyor.



Siemens 'Machine Care' ile Hem Bulaşıklar Hem de Bulaşık Makinesi Temiz

Müşterilerine en ileri teknolojinin, en estetik halini sunan Siemens Ev Aletleri, SN278I06TT ve SN578S06TT ankastre bulaşık makinelerinde bulunan "machine care" özelliği sayesinde, bulaşıklarının yanı sıra makinesini de ilk günkü temizliği ile kullanmaya devam ediyor. 'Machine Care' opsiyonu, makinedeki koku ve bakteri oluşturabilecek yağ ve kireç kalıntıları temizlerken, aynı zamanda bulaşık makinesinin bakımını yapıyor ve ömrünü uzatıyor. Özel temizleyicilerle boş makine çalıştırılarak gerçekleştirilen temizlik esnasında yüksek sıcaklıkta optimum su miktarı kullanılırken, en verimli halde kusursuz hijyen sağlanmış oluyor. Hatırlatma özelliği de bulunan bulaşık makinesi kullanım sıklığına bağlı olarak temizlik zamanı geldiğine dair uyarıda bulunuyor.



**PRATİK
GÜÇLÜ**



arnica™

**YENİ
YARDIMCINIZ**

PIKA

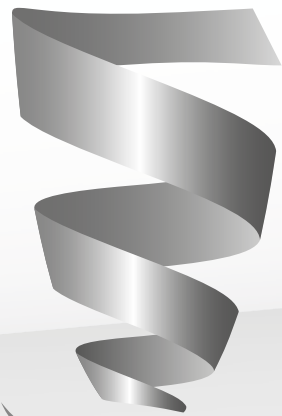
Toz Torbasız Elektrikli Süpürge
ET14430

Özel olarak geliştirilmiş

**CYCLONE
MAX**

teknolojisi sayesinde evinizdeki en küçük tozları
dahi hazneye alır ve evinizi tozlardan arındırarak
sağlıklı ortamlar sunar.

Yeni A Sınıfı toz torbasız ve pratik
Arnica Pika ile evde her şey yolunda!



www.arnica.com.tr



[instagram.com/ArnicaEvAletleri](https://www.instagram.com/ArnicaEvAletleri)



twitter.com/ArnicaEvAletler



facebook.com/Arnica.Senur

Arçelik'ten Bir Saatte Yıkayan, Kurutan Ankastre Çamaşır Makinesi

Arçelik, çamaşırları bir saatte yıkayıp kurutan ankastre çamaşır makinesiyle tüketicilerinin hayatına kolaylık sunuyor. A enerji sınıfında bulunan ankastre kurutmalı çamaşır makinesi, 8 kg yıkama 5 kg kurutma kapasitesi ve toplam 16 programıyla zamandan kazanmanızı sağlıyor. 1400 sıkma devri, kurutma seviyesi ayarı ve sürekli kurutma seçeneği bulunan ürün, alternatif olarak da zaman geciktirme özelliği sunuyor. Üründe ön yıkama, ilave su ve kırıksız azaltmaya yardımcı fonksiyonlar da yer alıyor. Arçelik'in beyaz renk yeni ankastre kurutmalı çamaşır makinesi, LCD kontrol ekranı, su taşma emniyet sistemi, otomatik su ayarlama sistemi, su uyarı yok göstergesi ve çocuk kilidiyle de dikkat çekiyor. Arçelik 2208 AYK: 2.880 TL.



Ankastrede Hoover Vanity Dönemi Başladı



Yenilikçi fikirlerle 100 yılı aşkın süredir dünyada milyonlarca evi geleceğe taşıyan Hoover, özel olarak tasarladığı ve geliştirdiği ankastre serisi Vanity ile mutfaklarda yeni bir dönem başlatıyor. Yüksek kalitedeki camın hafifliğini ve çeliğin dayanıklılığını minimalist tasarımıyla bir araya getiren Hoover; fırın, ocak, davlumbaz ve şarap soğutucusundan oluşan Vanity serisi ile mutfakları şıklık ve teknolojiyle buluşturuyor. Tamamen dokunmatik olan Vanity Serisi, Wi-Fi ile uzaktan kontrol edilebilen 78 litrelik yüksek kapasiteye sahip A+ sınıfı fırın ile pişirme deneyimini bir üst basamağa taşıyor.

Bosch Çay Makinesi ile Yazın Hararetine Karşı Buzlu Çay Keyfi

Bosch Ev Aletleri, en hoş, şık ve kolay kullanımlı çay makinelerini tüketicileriyle buluşturuyor. Tek dokunuşla çay keyfi sunan Bosch TTA 5603 çay makinesi, paslanmaz çelik su ısıtıcısı ile cam demlik lezzetini bir araya getiriyor. Kolay erişilebilen kaynatma ve sıcak tutma düğmelerinin yanı sıra 360 derece dönebilen kablosuz kullanımı sayesinde gün boyu en pratik şekilde çay hazırlamak mümkün hale geliyor. Temizlik konusunda büyük kolaylık sunan geniş su doldurma ağız ve çıkarılabilir paslanmaz çelik kireç filtresiyle de fark yaratan çay makinesi susuz çalışma ve aşırı ısınmaya karşı koruma özelliğine sahip.



SineMadem

Adem Y. Tavukçuoğlu



Terminator 2



Terminatör 2 vizyona 1991 yılında ilk çıktığında, büyük perdede izleme şansına sahip olmuştum. Hatta ilk Terminatör'ü bile sinemada seyrettim. Tabii 80'lerde filmler, Türkiye'ye inanması zor bir şekilde 3,5 yıl geç gelebiliyordu. 1984 yapımı ilk Terminatör filmini ancak 1988 yılında izleyebilmiştik. Sadece, bir-iki nesil kadar önce, böyle VHS kasedi bile efsane olmuş film bile, 4 yıl sonra gelebilmiş sinemalarımıza. Şimdi ise, biraz da korsan filmciliğin etkisi ile gişe filmlerini dünya ile aynı anda izleyebiliyoruz.

İlk Terminatör harika bir bilim kurgu-korku-aksiyon içerikli 7 milyon USD bütçeli B-filmi örneği iken, Terminatör 2, 120 milyon USD bütçesi, çığır açan ve 26 yıl sonra hala şaşırtabilen özel efektleri ile tüm zamanların en büyük bilim kurgu-aksiyon klasiklerinden biri oldu. Şimdi de 3 boyutlu olarak sinemalarda. Mutlaka sinemada seyredilmesi gereken bir başyapıt için çok güzel bir sürpriz oldu. Bu sürpriz de, filmde bahsi geçen 29 Ağustos 1997 tarihli Kıyamet Günü'nün 20'inci yılına denk getirilmiş.

Sağlam bir feminist altyapı

Erkeklerin ve robotların dünyasını anlatır gibi gözükse de, bir annenin evladını korumak için yapabileceği şeylerin sınırı olmadığını gösteren sağlam bir feminist altyapıya sahip bir film ile karşı karşıyayız. İlk filmin çığlık kraliçesi, zayıf Sarah Connor'ı yerine güçlü, bilgili, becerikli bir Sarah Connor gelmiş. İlk filmdeki kadar ağırlıklı değil rolü çünkü, 1991'de Arnold Schwarzenegger ilk filmin aksine artık bir Hollywood markası olmuştu. Bu yüzden, bence riskli bir kararlar rolü (Conan serisinin sonunu benzer bir karar getirdiği için-Schwarzenegger'in muhalefetine rağmen) kötü robottan iyi robota evrildi.

Ancak, filmin kötü robotu T-1000'e eldiven gibi uyan ve hayatının rolünü çıkaran Robert Patrick'in benzersiz bir "villain" portresi çizmesi sayesinde, terse dönen formül tıkr tıkr işledi.

Filmin tek rahatsız eden kısmı, John Connor'ın 10 yaşında olmasının pek inandırıcı olmaması. Keşke sonradan silinip giden ilk rolündeki Edward Furlong'un o sıradaki yaşı olan 13 olarak yazılsaydı bu karakter.

James Cameron, Avatar serisine gösterdiği özeni Terminatör'e gösterseydi, sinema tarihinin en başarılı serilerinden biri olabilirdi ama T2'den sonraki üç film de hayal kırıklığı oldu.

SineMadem iyi seyirler diler.

TAZELİĞİN, TEKNOLOJİNİN, EKONOMİNİN YENİ ADI

DELTA

Soğutma dünyasının en yenisi Delta;

çevre dostu, enerji tasarruflu teknolojisi ve arkasındaki
Uğur güvencesiyle tazeliğin yeni koruyucusu olmak için hazır.



DCF 280 D/S BK
Çift Fonksiyonlu Derin Dondurucu
(Soğutucu - Dondurucu diğer modeller;
DCF 190 D/S BK, DCF 387 D/S BK, DCF 466 D/S BK)

DDF 98 V3
3 Çekmeceli Derin Dondurucu

DDF 185 V5
5 Çekmeceli Derin Dondurucu

DSS 19 LX
Sıcak / Soğuk Su Sebili



DCF 190 L



DCF 387 L



DCF 280 L



DCF 466 L

BU TOPRAKLARDAN ÇIKTIK, TÜM DÜNYAYI MEMLEKETİMİZ YAPTIK.

Bugün dünya çapında 30.000 kişi,
nerede çalışıyorsun sorusuyla karşılaştığında
Türkçe bir cevap veriyor.

“Arçelik”

- Dünyada 14 Ar-Ge merkeziyle Türkiye'nin Ar-Ge lideri*
- En çok uluslararası patent başvurusu yapan ilk 100 şirket arasında yer alan tek Türk şirketi ve Türkiye patent şampiyonu**
- 7 ayrı ülkedeki 18 üretim tesisiyle tüm dünyaya teknoloji üretimi
- 145 ülkede faaliyet gösteren 11 büyük markanın bu topraklardan yönetilmesi

arçelik

beko

GRUNDIG

elektroabregenz

ALTUS

arctic

DEFY

FLAVEL

Blomberg
seit 1883

LEZURE

Dawlance

Koç

Arçelik A.Ş.

Kaynak:

* Arçelik A.Ş., Türkiye İnovasyon Haftası 2016'da Ar-Ge Liderliği Ödülü'nü aldı.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından düzenlenen organizasyonda Dayanıklı Tüketim Sektörü'nde en iyi Ar-Ge Merkezi Ödülü'nü aldı.

** Arçelik A.Ş., Türk Patent Ligi birincisi seçildi ve aynı zamanda En Çok Uluslararası Patent Başvurusu Yapan Şirket Ödülü'ne layık görüldü.