

# DAĞITIMKANALI

AYDA BİR YAYINLANIR / EKİM 2017 / YIL: 19 / ISSN 1302 308X / www.dagitimkanali.com



220

## KUMTEL ANKASTRE SETLER



**HARR**  
Teknoloji

%40'A VARAN  
TASARRUF

**KUMTEL®**

#GURURLAYERLI

# Bugüne kadarki en iyi Venus Z10

- Otomatik görüntü sabitleyen kamera
- Gerçekçi ve capcanlı renkler
- Tümüyle metal gövde
- 4GB Ram
- Parmak izi okuyucu
- Hızlı şarj



Renk  
Altın Siyah, Safir, Siyah, Altın Beyaz

venus

# KULLANIRKEN PRATİK ÖDERKEN EKONOMİK

Hayatınızı kolaylaştıracak Uğur ürünleri şimdi 12 taksitle evinizde.



UIS 18

UES 520 D2K NF A+



UED 6261 DTK NFI A++



UED 7265 DTK A+



UED 3094 DTK A++



UED 360 D/S A+



UED 210 MOR A++

12  
AYA VARAN TAKSİT  
SEÇENEKLERİYLE

maximum QNB FİNANSBANK AKA World YATIRIM WORLD Paraf bonus

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



**6** ÖZEL HABER / RÖPORTAJ  
Vestel Müşteri Hizmetleri Genel Müdürü  
Tarkan Tekcan



**30** SEKTÖR HABERİ  
Perakende ve Teknoloji Dünyasından 500 Profesyonel Verimlilik Çözümleri İçin Bir Arada



**10** ÖZEL HABER / RÖPORTAJ  
Silverline Türkiye Satış Müdürü  
Levent Malkoç



**36/37** MAKALE  
Bahri Olgun - Alpay Kajan



**18** SEKTÖR HABERİ  
ÖTV Teşviki ile Gelen İç Satışlar Büyümenin Lokomotifi Oldu



**48** YENİ ÜRÜN  
Beko'dan Evde 5 Dakikada Gerçek Pizza ve Pide Keyfi



REKLAM DİZİNİ

KUMTEL	Ön Kapak	www.kumtel.com
VESTEL	Ön Kapak İçi	www.vestel.com.tr
UĞUR	1	www.ugur.com.tr
ŞENOCAK	3	www.klimasan.com.tr
SILVERLINE	5	www.silverline.com
REGAL	9	www.regal-tr.com
YEDİTEPE	13	www.yeditepepazarlama.com
KARCHER	15	www.kaercher.com/tr
HOTPOINT	17	www.hotpoint.com.tr
PROFİLO	19	www.profilo.com.tr
ESTY	21	www.esty.com.tr
HOOVER	23	www.hoover.com.tr

GOLDMASTER	25	www.goldmaster.com.tr
KİNG	27	www.king.com.tr
FANSET	29	www.fanset.com
ARZUM	31	www.arzum.com.tr
FAKİR	33	www.fakir.com.tr
OTORİTER	35	www.dagitimkanali.com
SİNGER	41	www.singer.com.tr
ARNİCA	43	www.arnica.com.tr
SİMFER	45	www.simfer.com.tr
DELTA	Arka Kapak İçi	www.deltasogutma.com.tr
HEFİ	Arka Kapak	www.hefist.com

# 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](http://www.klimasan.com.tr)

444 0 789



EKİM 2017 • SAYI: 220

**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

**Adres**  
Dağıtım 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.



YILDIRIM SÖYLEMEZ  
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

## Önerilerim Var

220. sayımız ile yine karşınızdayız. ÖTV indirimini bitti. Hemen hemen okulların açılması, kış mevsiminin hissedilmeye başladığı bir zamanda ÖTV indiriminin de bitmesi ve tüketicinin öncelikli olarak okul, yakacak, sağlık gibi gider masraflarını öne alması ile sektörün hareketliliği de yavaşladı. Halbuki, eskiden dünyada olduğu gibi Türkiye'de de sektördeki işler, Eylül -Ekim-kasım- aralık aylarında tavan yapardı. Dünyada bu trend devam ediyor ama Türkiye'de bu durum ne yazık ki geçmişte kaldı. Beyaz eşya sektöründe itici güç olarak yapılan kampanyalarda ne yapılırsa yapılsın, devletin verdiği özel bir vergi indirim, ya da devletin yapacağı bir kampanya sektör firmalarının yapacağı kampanyadan nedense daha etkili oluyor. ÖTV indirimini sebebi ile sektör, 2017 yılını ortalamada en az yüzde 10 büyüme ile kapatacak. Bu orana göre, perakendeciler de kendilerine bir çeki düzen verip bir kontrol etmeliler, acaba 2017 yılında büyüme var mı? Varsa, ne kadar büyüdüler? Allah korusun! Küçülen var mı?

Sektörü canlandırmak için iki önerim olacak. Birincisi, geçtiğimiz günlerde, TÜRKBEŞD'in

düzenlediği basın toplantısında üretici firmaların dile getirdiği ama bu taleplerinin basında pek yer almamasından dolayı fazla ses getirmeyen bir öneri. Evimizde, enerji tüketimi fazla olan eski beyaz eşyalarımızı, yeni enerji tasarruflu ürünler ile değişsek, bunun karşılığında +A enerji etiketli ürünler için 100 TL, ++A enerji etiketli ürünler için 200 TL, +++ A enerji etiketli ürünler için 300 TL devlet bize geri ödeme yapsa, bu kampanya enerji fakiri ülkemizin tüketicilerine bir teşvik olur mu? Ülkemizin enerji tasarrufuna faydası olur mu? Piyasalar canlanır mı? Bence olur, hem de mis gibi olur, bunu tüm Avrupa ülkeleri, Amerika hatta Meksika yapıyorsa, bizim ülkemiz de yapabilir.

İkinci önerim ise, bu sektörün büyük üreticilerine yönelik olacak.

Beyaz eşya sezonu, genellikle Eylül -Ekim aylarında açılır. Sezonla birlikte kampanyalar, bununla birlikte fuarlar ve konferanslar da başlar. Türkiye'de bizim sektörün itici gücü olarak herhangi bir fuar ne yazık ki yok, bu sektörü kapsayan yegâne fuar ise İstanbul da düzenlenen ve 12 salondan müteşekkil organize edilen ZüceX Fuarı'dır. Fuarın 12. salonunda yer alan Elektrikli Ev Aletleri bölümü, sektörümüzün yegâne tek fuarıdır. Tabak, çanak, naylon, çarşaf, hediyeelik ve biblo stantları arasında dünyanın Çin'den sonra 2. büyük, Avrupa'nın ise en büyük beyaz eşya üreticisi konumundaki Türkiye'nin, beyaz eşya ve elektrikli ev aletleri üreticilerinden bazıları bu fuarda yer alırlar. Lütfen yanlış anlaşılmasın, fuarın etkisi çok büyük ama vizyonu bizim sektörü temsil etmiyor. Bu günlerde, eski adı ile Forum Fuarı yeni adı ile Atis Fuarı, Yeşilköy İstanbul Fuar Merkezi'nde 21-24 Aralık 2017 tarihleri arasında, Beyaz Eşya ve Ev Elektronikleri Fuarı yapmak üzere kolları sıvamış. Arçelik fuarın ana sponsoru ancak, fuar yapmak öyle kolay bir iş değil. Sektörün bütün bileşenleri el ele vererek, bu fuarı gerçekleştirmek için çalışmalılar. Dağıtım Kanalı dergisi olarak biz bu fuarı destekliyoruz. Büyük üreticilere önerimiz şu: Haydi, siz de bu fuarı destekleyin. Dünya çapında ses getirecek ve sektörümüzü daha da büyütecek bir fuar yapalım. Her şey devletten beklenmez değil mi?



şık ve  
işlevsel



slim-line  
estetik, fonksiyonel  
dokunuşlar

**SILVERLINE**

# Her Şey Bi Teşekkür İçin



RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ

20 yıllık dergicilik hayatımda, Manisa'da bulunan Vestel Fabrikası'nı ve Satış Sonrası Müşteri Hizmetler Genel Müdürlüğü'nü ziyaret etme fırsatım hiç olmamıştı. Vestel'den böyle bir teklif gelince, hiç düşünmeden kabul ettim ve hayatımın en hızlı "günü birlik" iş seyahatine çıktım.

Sabahın erken saatlerinde PR şirketi temsilcisi Hüseyin Bey ile Sabiha Gökçen'de bulduğumuzda İstanbul'da hava puslu, karanlık ve yağışlıydı. Uçağımız İzmir'e geldiğinde ise, güneşin parıltıyan yüzünü hava limanının hemen çıkışında hissetmeye başlamıştım bile. Vestel'den İpek Topaloğlu da ekibe katıldıktan sonra, fabrikanın gönderdiği bir araç ile Manisa'ya Vestel Fabrikası'na yola çıkmış olduk.

45 dakika sonra, fabrikanın kapısına Müşteri Hizmetleri Genel Müdürlüğü'ne geldik. Büyük fabrika kapılarında yapılan rutin işlemler gibi burada da işlemler yapıldıktan sonra, Müşteri Hizmetleri Genel Müdürü Tarkan Tekcan'ın odasına girdik. Bizi sıcak gülümsemesi ile karşılayan Tarkan Bey, sabah çaylarımızı ısmarladıktan sonra sohbeti hemen başladı. 19 yıldan beri Vestel'de çalışan iş hayatı sebebi ile doktorasını yarım bırakan Tekcan yıllar sonra doktora'yı tamamlayarak Dr. unvanını alan, benim tanıdığım sektördeki tek Müşteri Hizmetleri Genel Müdürü. Tarkan bey'e "yüzde 100 müşteri memnuniyeti var mı" diye sorduğumda kendisi çok içten ve çok kısa bir cevap verdi: "Vestel olarak, tüm çabamız müşterimizden sıcak ve samimi bir teşekkür alabilmek" dedi.

Daha birçok şey konuştuk Tarkan Bey ile. Kendisi ile yaptığımız röportajı zevkle okuyacağınızı umuyorum.





## Tarkan Tekcan olarak meslek hayatına nasıl ve ne zaman başladınız, kısaca kariyerinizden de bahsedebilir misiniz?

Öğrenim ve çalışma hayatımı, tam bir İzmir ve deniz tutkunu olduğum için, hep İzmir'de planladım. Atatürk Liseliyim, ardından Dokuz Eylül Üniversitesi'nde elektrik-elektronik mühendisliği okudum. Aynı bölümde, yüksek lisans yaptım. Okumayı seviyorum. İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nde mühendislik işletmeciliği alanında da yüksek lisansım var. Dokuz Eylül Üniversitesi'nde doktoramı tamamladım. Üniversitede 4 yıl asistanlık yaptım. 2,5 yıl kadar da bir kalibrasyon merkezinde yöneticiydim. Askerlik dönüşü, 1999 yılında Vestelli oldum. Vestel Elektronik'te Ar-Ge test mühendisi olarak çalışmaya başladım.

Vestel Elektronik Ar-Ge'de uzun yıllar çalıştım. 2006'da Genel Müdür Yardımcılığı görevine atandım. Ekim 2012'den bu yana da Vestel Müşteri Hizmetleri Genel Müdürü olarak çalışmaktayım.

## Sizce yüzde 100 müşteri memnuniyeti var mı? Vestel olarak hangi orandasınız, bunu nasıl sağladınız?

Kesinlikle, yüzde 100 müşteri memnuniyeti var ve bunun, en üst seviyede, hep bir hedef olarak korunması gerekiyor. Yüzde 100 müşteri memnuniyeti öylesine söylenecek bir ölçek değil. İcini doldurmak lazım. Bu "ne ile dolar?" dersiniz, bunun en inandırıcı, en güvenilir cevabının müşterilerimizin samimi, içten teşekkürleri olduğunu söyleyebilirim. Teşekkür ekonomisi diye bir gerçek var. Marka bağlılığı yaratmak, marka elçileri kazanmak için her bir teşekkür çok kıymetli. Teşekkürleri değerlendiriyor, derecelendiriyor ve sayılara döküyoruz. Bizim için, çok özel teşekkür hikayelerinden de kısa filmler çekiyoruz. 14 bölümlük, Vestel teşekkür hikayeleri serimiz var. Youtube'dan izleyebilirsiniz.

Yetkili servislerimiz, çağrı merkezi müşteri temsilcilerimiz tamamı müşterimizden alacağımız içten, samimi bir teşekkürün peşindedir. Bu bizim bir sloganımız, mottomuz haline geldi:

"her şey bi teşekkür için", "memnun etmek görevimiz teşekkür almak hedefimiz"...

## Vestel markası olarak, rakiplerimize göre tüketicilere sunduğunuz farklı hizmetleriniz nedir, bunun karşılığı olarak tüketiciden beklentileriniz nelerdir?

En öne çıkan konu, samimi iletişim ve güvenilir hizmet diyebilirim. Diğer anlamda, her türlü platformdan kolayca ulaşılabilmek anlamında, rakiplerimizden de bir adım öndeyiz. Tabii, kolay taktit edilebilir olmasına karşın, rakiplerimizde henüz yeterince uygulama alanı bulmamış olan bazı dijital erişim olanakları, buradaki iletişim yöntemlerimiz, bizi bir nebze daha ayırıyor.

Müşterilerimiz, kullanım hatası gibi arıza olmayan bazı durumlarda da yetkili servis talebinde bulunabiliyorlar. Yetkili servislerimiz, bu ve benzeri "müşteri bilgilendirme" hizmetini ücretsiz sağlıyor. Rakiplerimizde olmayan konulardan biri de bu.

Biz, "müşteri dostu" markayız. Sektöründe ilk ve tek, Türkiye'de ise ilklerdeniz. Aldığımız belge ve ödüller ile rakiplerimizden ayrıştığımızı çok açıklıkla vurgulayabilirim.

## Marka ile tüketici arasındaki ilişkiyi nasıl güçlendiriyorsunuz?

Marka sadakati oluşturabilmek çok önemli. Bu da ancak duygulara dokunarak mümkün. Biz, müşterilerimizi ailemizden biri olarak görüyoruz. Empati kuruyoruz, "Ben olsaydım, nasıl bir hizmet almak isterdim?" sorusunu kendimize sorarak, en iyi, en hızlı, en samimi ve en güvenilir hizmeti sunmayı amaçlıyoruz. Tüm süreçlerimizi, müşterilerimizin duygularına dokunabilecek şekilde tasarladık. Sürekli gözden geçirmeler ile de yeni beklentileri karşılamak adına değerlendirmelerde bulunuyoruz, kendimizi yeniliyoruz.

## Perakendecileriniz ile olan ilişkilerinizden söz eder misiniz? Bayilerin satış sonrasında genellikle beklentileri neler oluyor, açıklar mısınız?

Bayilerimizin de beklentileri bizlerden çok farklı değil. Onlar da müşteri sadakati için hizmet kalitesinin üst seviyede olmasını istiyorlar. Doğal olarak, müşteri memnuniyeti ön planda. Bu nedenledir ki müşteri merkezli bir memnuniyet çemberi oluşturduk.

Bu memnuniyet çemberinin en önemli halkalarından birinin de bayi olduğunun bilincindeyiz. Bayilerimiz ile çok yakın ilişki halindeyiz. Bana istedikleri zaman, telefon ile ulaşabiliyorlar. Tabii benden önce bölgelelerinde, kendilerine çok yakın, beni temsil eden Vestel Müşteri Hizmetleri profesyonelleri de bulunuyor. Biz de "Olmaz, prosedür böyle, yapamayız" diye kestirip atmak yok, arada kalan istekleri, beklentileri, gri alanları, bu profesyonel arkadaşlar aracılığı ile

çözmeye çalışıyoruz.

Türkiye genelinde, Vestel Müşteri Hizmetleri tarafından bayimiz defalarca ziyaret ediliyor. Öneri ve taleplerini alıp, sistemimizde değerlendiriyoruz. Dönemsel farklı talepler nedeni ile de bu ziyaretler çok sık yapılıyor. Aynı şekilde, yetkili servislerimizi de ziyaret ediyoruz. Yılda en az 3 kere de birlikte bir aktivitede bulunuyoruz; servis toplantısı, yemek, kahvaltı, piknik, çalıştaylar vb. Çok sayıda fikir çıktığı gibi birbirimizi de yakın tanıma şansları elde ediyoruz. İletişim her işin temeli.

## Vestel Müşteri Hizmetleri Genel Müdürlüğü olarak merkezinizden bahsedersiniz, merkezinizin bölümleri ve çalışan sayınızdan söz eder misiniz? Yetkili servis çalışanları ile birlikte bu sayı ne kadar oluyor, çalışanlarınız ile iletişiminizi nasıl sağlıyorsunuz?

Çağrı merkezimizde 300 kişi, Vestel Müşteri Hizmetleri olarak 950 kişiyiz. 12 ilde Vestel Merkez Servis'i kurduk. 30'a yakın servis operasyon uzmanımız, yetkili servis ve bayilerin koordinasyonunu sağlıyor, yetkili servislerimizin müşterilere yönelik hizmet performansını en yükseğe çıkarmak için çalışıyorlar. Merkezi birimler ile iletişimde aracı olan servis operasyon uzmanlarımız, bizi buldukları bölgelerde temsil ediyorlar. Yurt genelinde, 365 yetkili servisimiz var. Toplam çalışan sayımız, 5.500 kişiye ulaşıyor. Tüm çalışanlarımızda, yetkili servis teknisyenlerimiz de dâhil, Vestel Venus telefon bulunuyor. Kendilerine merkezden giden tüm bildirimler anlık olarak ulaşıyor. Bir canlı yayın stüdyomuz var. Yayınlarımızla bütün yetkili servislerimize ulaşabiliyoruz. Yetkili servislerimiz ile düzenli olarak, stüdyo ortamında interaktif toplantılar yapıyoruz. Bu toplantılara, 3 ayda bir ben de katılıyorum.



3 ayda bir düzenli olarak bayi memnuniyetini ölçüyoruz. Aksiyonlar planlıyoruz. Ayrıca, yetkili servislerimize de aylık iletişim ve memnuniyet anketleri uyguluyoruz. İletişimimizi hep sıkı tutuyoruz.

**Çağrı merkezinizi dolaşırken; çalışan sayısı, özelleştirilmiş masalar, ödül sistemi ve kırmızı koltuklar ile bambaşka bir dünya içine girdiğiniz bir duyguyu hissettirdiniz, bunu nasıl başardığınızı anlatır mısınız?**

Çalışanlarımızın verimliliği için her şeyi düşündük. Çağrı merkezinin yerleşiminden mobilyalara kadar özenle çalıştık. Çalışanlarımızın mutluluğu bizim için çok önemli. Çünkü mutlu çalışanlar olmadan, mutlu müşterilere ulaşamazsınız. Performans değerlendirmelerimiz ile çalışanlarımızı yakından takip ediyoruz. Ödül ve motivasyon sistemi ile de başarılarını hep destekliyoruz. Bizde perşembelerin adı "SÜPERşembe"dir örneğin. Her perşembe günü farklı bir motivasyon etkinliği düzenlenir.

Oyunlaştırmayı en fazla çağrı merkezi birimimizde kullanıyoruz, sürekli daha iyi için çabalanan bir ortam oluşturduk. Kırmızı koltuklar, çalışan ödülleri hep bu amaca hizmet ediyor. Bulut altyapısıyla hizmet verdiğimiz için, çağrı merkezi çalışmamız her yerden sisteme ulaşabiliyor. Çağrı cevaplama sürelerimiz ve servis seviyemiz çok iyi durumda.

**güVENÜSsü nedir, niçin kuruldu?**

güVENÜSsülerimiz Venüs akıllı telefon ve tablet kullanıcılarımıza, hızlı, kaliteli ve fark yaratan yepyeni bir satış sonrası hizmet deneyimi yaşatmak amacıyla kuruldu. Şu anda, 160'a yakın personel çalışıyor güVENÜSsülerimizde. Ürün garanti parkımızın artışına paralel olarak sürekli geliyoruz. 5 mega 5 de mini güVENÜSsü noktamız ile hizmet veriyoruz. Telefon ve tablette servis hizmetini kendimiz veriyor

“ Bireysel olarak da çalışanlarımızın hedefleri doğrultusunda, işlerini gerçekleştirmeleri önemli. Stratejilerimizi projelere ve göstergelere indirgedik, bunların ucuna da hedefleri tanımlayarak işlerimizi yürütüyoruz. ”

olmamız, çok avantajlı. Arızayı, müşteri şikâyetini bilen bir ekip olması tamir hızını artırıyor. Bize elden telefonunu getiren müşterilere sorunu çözüp, 20 dakika içinde teslim edebiliyoruz.

**TSE'nin vermiş olduğu Müşteri Dostu Marka Belgesini ilk kez duydum, bu belge nedir? Bunu nasıl aldınız?**

TSE yetkililerinin yerinde yapılan ziyaretleri, soru-cevap ve gözlemleri sonucunda, Vestel Müşteri Hizmetleri ve yetkili servislerinin müşterilerine sunduğu hizmet yaklaşımı değerlendirildi. Bütün bu değerlendirmeler sonucu Vestel, sektörde ilk ve belgeli "Müşteri Dostu Marka" ödülünü, yetkili servislerimiz ise, "Müşteri Dostu Kuruluş" belgelerini almaya hak kazandı. Yaratığımız farkı belgeliyor olabilmek çok güzel.



**Vestel Servis Akademi çalışmalarını nasıl gidiyor, eğitimlerden ve mezunlarınızdan bilgi verebilir misiniz?**

Vestel Servis Akademi, 2010 yılında kuruldu. Servis akademisi ile yetkili servislerimize yönelik birçok eğitim faaliyeti yürütüyoruz.

Servis Akademimizin yurt içinde ve yurt dışında kıymetli ödüller almış 2 eğitim konusundan bahsetmek isterim. Birincisi, yetkili servis sahiplerine yönelik. Yaşar Üniversitesi işbirliğiyle yürütülen Yetkili Servis Yönetim Sertifika Programı. Sirkülasyonu yüksek bir alanda hizmet veren servis sahiplerimize, insan kaynakları, hukuk, finansal yönetim, iletişim becerileri, motivasyon üzerine 6 ay süren eğitimler veriyoruz. Bugüne kadar, 320 servis sahibimiz bu sertifika programını başarı ile tamamladı.

Bir diğer önemli eğitimimiz de yetkili servis teknisyenlerine yönelik, Uzun Dönemli Uzmanlık Eğitimlerimiz. 5 uzmanlık alanı belirledik ve teknisyenlerimizi Manisa'da 4 haftalık bir eğitime tabi tutuyoruz. Arıza tespit, onarım, kurulum sırasında ürün tanıtımı, etkin iletişim gibi eğitim bölümleri var. Uzmanlaşan çalışanın performansı yükseliyor, prim uygulaması da işi severek yapmasını sağlıyor.

**Yaptığınız çalışmalar yıllardan beri ödüllendiriliyor, bize en çok memnun olduğunuz ödüllerden söz eder misiniz, neden?**

2016'da Şikayetvar.com'un 1.500'e yakın marka arasında, Markalar Üstü Ödülü'nü almak bizi çok mutlu etti. Sektör bağımsız müşteri deneyimini en iyi yöneten, aynı zamanda da en çok teşekkür alan marka ilan edildi Vestel.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından verilen Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Marka Ödülü'nü kazanmak da gurur vericiydi.

Çağrı Merkezimiz geçtiğimiz sene Contact Center World'ün EMEA ayağında 2 altın madalya, Amerika'da gerçekleştirilen dünya şampiyonasında da 1 altın 1 bronz madalya kazandı. Bu sene de finaldeyiz.

**Son olarak yönetim sisteminizi ve felsefesini sormak isterim, nasıl bir yönetim anlayışınız var?**

Projelerle yönetim anlayışını benimsedik. Fark yaratacak işlerimizi; hedefleri olan, başarı göstergeleri olan birer proje olarak ele alıyoruz.

Bireysel olarak da çalışanlarımızın hedefleri doğrultusunda, işlerini gerçekleştirmeleri önemli. Stratejilerimizi projelere ve göstergelere indirgedik, bunların ucuna da hedefleri tanımlayarak işlerimizi yürütüyoruz.

Memnuniyetin de ötesinde tüm çalışanlarımızla bir arada müşterilerimizin için bir teşekkürü için çalışıyoruz. Samimiyetten asla vazgeçmiyoruz. Gururla yerli ürünlerimizi tercih eden müşterilerimiz için kusursuz, fark yaratan bir Vestel deneyimi yaşatmak için çalışıyoruz.

**Ekleme istediğiniz bir konu var mı?**

Son söz olarak mottomuzu paylaşmak isterim... Bizde her şey bi teşekkür için....



0850 222 4 789

Regal  
Müşteri  
Hizmetleri

regal-tr.com

▶ **REGAL**

**LEZZETE LEZZET KATACAK**

**ANKASTRE SETLER  
SİZİ BEKLER**

# Silverline Yeniden Yapılanma İçerisinde, Marka Bazlı Yönetime Geçti

Türkiye Satış Müdürü Levent Malkoç, marka bazlı yönetime geçişle birlikte, hem satış ekiplerinin hem de bayilerinin ilgili markalara ve hedeflerine odaklanmaya başladıklarını belirtiyor.

RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Dağıtım Kanalı Dergimizin bu sayısında, Silverline Türkiye Satış Müdürü Levent Malkoç'la bir röportaj gerçekleştirdik. Sorularımızı içtenlikle yanıtlayan ve sektöre bakış açısını ayrıntılarıyla ortaya koyan Malkoç, kanal bazlı yönetimden, marka bazlı yönetime geçtiklerini belirtiyor. Malkoç bu yapılanma içerisinde, saha satış ekiplerinin ve bölge yapılanmalarındaki rotasyon/revizyon süreçlerinin devam ettiğini ifade ediyor. Malkoç, markalarının odaklanması ve konumlanması sorunlarına karşın, marka bazlı yönetim modelinin hem bayileri hem de diğer satış kanalları için daha uygun olacağı kanaatinde olduklarını söylüyor. Malkoç, Shop in Shop projeleri kapsamında, farklı ürün gruplarında farklı markaları da sisteme entegre

etmek için çalışmalarının devam ettiğini kaydediyor.

## Levent Malkoç olarak, kendinizden ve kariyerinizden söz eder misiniz?

1969, İstanbul doğumluyum. Evliyim ve 6 yaşında bir kızım var. İstanbul Üniversitesi Arkeoloji bölümünden mezun olup, kısa dönem olarak askerlik hizmetimi tamamladım. 1995 yılından beri beyaz eşya ve hatta tamamen "ankastre ürünler" özelinde kariyerim oluştu. Yani yaklaşık 22 yıldır Türkiye Ankastr Ürünler Pazarı için çalışıyorum ve 8 yıl önce Silverline Ailesi'ne katıldım. Şu an Silverline Satış Müdürü olarak görev yapmaktayım.

## Silverline Markası olarak yeniden yapılan-

## ma süreci çalışmalarını nasıl ilerliyor, şu anda bu çalışmaların neresindesiniz?

Temmuz 2016 itibarıyla yeni bir yapılanma içine girerek, kanal bazlı yönetimden, marka bazlı yönetime geçtik. Daha önceki organizasyon yapımız, Kurumsal Satış Müdürlüğü ve Bayi Satış Müdürlüğü üzerinden ilerliyordu, Temmuz 2016'dan beri Silverline Satış Müdürlüğü, Esty Satış Müdürlüğü ve Schock Satış Müdürlüğü olarak süreçlerimiz devam ediyor. Ben de Silverline Satış Müdürü olarak görevimi sürdürüyorum.

Saha satış ekiplerimiz ve bölge yapılanmalarındaki rotasyon/revizyon süreçlerimiz devam ediyor.

Bu değişim sürecinde, elbette bayi yapılanmamızı ve ihtiyaçlarımızı mercek altına aldık. Bayilerimizin

yapısı nedir? Biz ne yapıyoruz? Ne istiyoruz? Bu konularda bayilik sürecini, mevcut ve yeni bayilerimizi inceledik, inceliyoruz. En önemlisi, bayilerimizi dinliyoruz. Elbette hedeflerimizi belirlerken, yönetim kurulumuzun beklentilerini de kendimize yol haritası olarak alıyoruz. Hedefimiz, 81 ilimizin tamamında tüketicilerimizin rahatlıkla ulaşabilecekleri bayi yapılanmamızı tamamlamak.

### **Kanal Bazlı yönetimden marka bazlı yönetime geçiş yaptığınızı söylüyorsunuz, her iki yönetim şeklinin arasındaki bariz farklar nelerdir? Size ve bayilerinize kattığı faydalar nelerdir?**

Türkiye’de ankastre ürünler, yaklaşık 12–13 ayı naldan tüketicilere ulaşmaktadır. Bizler, daha önceki yönetim modelimizde, bu kanalları temelde iki kategoriye ayırarak bayi kanalımız ve kurumsal kanal olarak yönetmeye çalışıyorduk. Ancak, markalarımızın odaklanması ve konumlanması sorunlarına karşın, marka bazlı yönetim modelinin hem bayilerimiz hem de diğer satış kanallarımız için daha uygun olacağı kanaatindeyiz. Marka bazlı yönetime geçişle birlikte, hem satış ekiplerimiz hem de bayilerimiz ilgili markalara ve hedeflerine odaklanmaya başladılar.

En önemli fayda olarak, markalarımızın kendi rotalarını çizip farklı satış kanallarında ilerlediğini görüyoruz. Elbette yapılan çalışmalarla, bayi ve tüketici tarafında da önemli faydalar üretilmektedir. Marka bazlı kampanyalar ve yeni mağazalarımızla daha fazla tüketicilerle buluşma olanağı yakalıyoruz, marka kimliğimizi daha net ortaya koyabiliyoruz. Bu çalışmaların sonuçlarını ticari olarak da görmeye başladık diyebiliriz.

### **Mağazalaşma ve Shop’laşma ile birlikte Silverline markasının yükselişi sürüyor, bu konudaki görüşleriniz nelerdir? Mağazalaşma konusundaki hedefleriniz nelerdir?**

Şu anda, 25 shop mağazamız var. Bu değişim sürecinde, shop mağazalarımız için “Shop in Shop” projemizi hayata geçirdik. Projeyi kısaca özetlersek; mağazalarımızın ankastre ürünler konusunda var olan uzmanlığını diğer tamamlayıcı ürünler ve markalarla bir araya getirerek mutfağın tamamına yönelik uzman mağazalar haline getirmek. Türkiye distribütörlüğünü yaptığımız Schock Granit Evyeleri’nin mağazalarımıza entegrasyonu başarılı sonuçlar verdi. Bu yıl, mağazalarımıza entegre ettiğimiz ikinci markamız Fakir oldu. Shop in Shop projemiz kapsamında farklı ürün guruplarında farklı markaları da sisteme entegre etmek için çalışmalarımız devam ediyor. Mümkün olduğu kadar mutfağın içinde kalmak istiyoruz. Bu çalışmalar shop mağazalarımızın gelişimi ve ticaret hacminin büyütülmesi açısından son derece önemli. Hedefimiz ise, 2017’nin sonunda 50, 2018’in sonunda 75, 2020 sonunda 100 mağazaya ulaşmak. Projemize inanan yatırımcılardan gelen “Shop Mağaza” taleplerini de değerlendiriyoruz.

### **Shop in Shop projesine neden ihtiyaç duyuldu, bu projenin Silverline için önemi nedir?**

Ankastre ürün grubu, yaklaşık 18 farklı satış kanalında bulunur hale geldi. Başta münhasır beyaz eşya

mağazaları, çeyiz mağazaları, seramik/ vitriyfe mağazaları, mutfak mağazaları ve online satış kanalları olmak üzere, pek çok satış kanalında yer alıyor. Son beş yıl içerisinde, “ivmesini güçlendiren kanal hangisi” diye baktığımızda, münhasır kanalın bu konuda güçlendiğini görüyoruz. Biz de Shop mağazalarımızı bu dinamiklere göre yeniden kurgulamak ve günün rekabet koşullarında tutmak zorundayız.

Bu mağazaların mimari tasarımları bizim için önemli. Yeni açılacak shop mağazalarda ürün grubu bazında özel stantlar tasarlanıyor. Örneğin, iddialı olduğumuz Retro Line ürün grubumuz için ayrı bir stant ya da üst grup ürünlerimiz için farklı stant tasarımlarımız var. İsteğimiz, Silverline mağazasında C, C+’tan A+’a kadar tüm müşteri segmentlerinin ihtiyacını karşılayan bir yapı sağlamak.

### **Diğer satış kanallarınızdan da söz eder misiniz?**

Çok önemli kanallarımızdan biri de konut projeleri. Türkiye’nin içinden geçtiği siyasi, politik süreçler, komşularımızla olan ilişkilerimizin getirdiği sorunlar, pazarımızı ciddi anlamda etkiliyor. Proje kanalı da bundan en çok etkilenen satış kanallarımızdan birisi. Ancak, Türkiye’deki kentsel dönüşüm atağı, inşaat sektörünün son on yıldır yükselme trendi içinde olması, üretilen konutların rekabeti ve ankastre kullanım oranlarının artması, ankastre sektörünün ilgisini üzerine toplamıştır.

Bu gelişmeler ışığında, müteahhit firmalarımızın beklentilerini karşılayabilecek hızlı ve kaliteli hizmet üretebilmek için uzman kadrolar oluşturduk. Tüm çalışmalarımız sonucunda, önemli mesafeler kat ettik ve konut proje pazarında iddiası olan bir marka haline geldik. Bu yıl ve sonraki yıllar da bu ilerlemeyi aynen sürdürmeyi hedefliyoruz. Geçtiğimiz 5 yıl içerisinde, projeler konusunda son derece deneyimli bir ekip haline geldik.

Hem satış hem de satış sonrası hizmetler ekibimiz, projelerin, şantiyelerin, müteahhitlerin bizlerden ne beklediklerini çok iyi biliyor. Kaliteli, sorunsuz ürünler ve iyi fiyat elbette ilk beklenti. Ancak bir o kadar önemli konu da sorunsuz montaj süreçleri. Şantiyelerinde yatay ve dikey taşıma konusunda hizmet beklentileri var.

Özetle, bizler satışlarımızı müteahhit firmalara yapıyoruz ancak, kullanıcılarımız da sahipleri oluyor. Bizim daire sahiplerine yani kullanıcılara hizmet etme zorunluluğumuz var. Gaz açma süreci, ürünlerin tanıtımları gibi beklentilere cevap veriyoruz. Daha önemlisi, garanti süreci. Biz, garanti sürecini, montaj tarihinden itibaren 1 yıl opsiyon ile başlatabiliyoruz. Böylece, garanti süreci daire sahibinin oturumu ile başlamış oluyor.

### **Son yıllarda aldığınız ödüllerle bahsedermisiniz? Ödüllerin sizce önemi nedir?**

Kurulduğu yıldan bu yana, teknolojiyi tasarım ve estetik ile harmanlayan ve bu doğrultuda üretim teknolojilerine sürekli yatırımlar yapan markamız, uluslararası ödüller ile de başarısını tescilliyor. Ürünlerinde estetik ve fonksiyonelliği teknoloji ile buluşturan markamız, çevre ve enerji duyarlılığı

yüksek ürünler ile Avrupa’da rakipleri ile yarışıyor. 2009 yılından bu yana 115 uluslararası ödülün sahibi olduk. Plus X, Reddot, Germany Design Awards, KitchenInnovation Award ve IF Design Award gibi önemli organizasyonlardan ödüller aldık. Türkiye’den ilk ödülümüz ise 2014 yılı sonunda aldığımız Design Turkey Endüstriyel Tasarım Ödülü oldu.

### **Satış Ekibiniz nasıl bir yapılanma içinde, ekibinizi anlatır mısınız?**

Yeni yapılanmamız gereği, mevcut kadromuz markalarımızın çatısı altında yeniden örgütlendi. İstanbul merkezli 8 ve İstanbul dışı 8 olmak üzere toplam 16 kişilik satış kadromuzla, Silverline markamız için sadıkadayız. Uzun süredir birlikte çalışmaktan keyif aldığımız bir kadromuz var. Elbette, yeni ihtiyaçlara göre ekibimiz genişleyecektir.

### **Bayiler ile olan ilişkileriniz nasıl? Sizle çalışan bayiler ne gibi farklılıklar hissediyorlar?**

Mümkün olduğu kadar sahada olmaya çalışıyoruz. Bayimize mutlaka dokunuyoruz ve onları dinliyoruz. İşimizi beraber yönetmeyi, kendimize prensip edindik. Her tür önerilerini dinleyip hayata geçirilebileceklerimiz konusunda, bazen bölgesel bazen genel çözümler üretiyoruz.

Titizlikle hazırladığımız, büyük bayi toplantıları düzenliyoruz. Onun dışında bazen bölgesel bazen daha butik bayi toplantıları organize ediyoruz. “İşimizi beraber yönetiyoruz” başlığıyla, belli periyotlarda düzenlediğimiz bu dinleme toplantılarımıza çok önem veriyoruz. Tüm yönetim kurulu üyelerimiz de bu toplantılara katılıyor. Bu toplantılarda bir önceki toplantıda istenenlerden yaptıklarımızı ve yapamadıklarımızı paylaşıyoruz. Yapamadıklarımızın nedenlerini anlatıyoruz. İş ortaklarımızı da bunu çok önemsiyor. Bugüne kadar, bu toplantılar sayesinde markamıza ve işleyişimize pek çok artı değer kattık. Bu değişiklikler sonucunda, bayilerimizle birlikte gelişiyor ve büyüyor. Başlangıçta bir mağazası olan bazı iş ortaklarımızın ikinci ya da üçüncü mağazalarını açtuklarını görmeye başladık. Bizler, iş ortaklarımızı Silverline ailesinin birer üyesi olarak görüyoruz.

### **Geçtiğimiz günlerde Berlin’de yapılan İFA Fuarı sırasında standımızı da gezdim. Bu yıl, birbirleri ile konuşan ve bağlanan ürünlerin ön plana çıktığını gözlemledim, son olarak bu anlamda ürünlerinizden söz eder misiniz? Tüketiciler, Silverline markası olarak önümüzdeki günlerde nasıl ürünler görecekler?**

Silverline, Türkiye için çok yeni olan tezgah altı ve tavan tiplerinde hibrit ürünleri piyasaya sürmeye hazırlanıyor. İFA’da tüm dünyaya tanıttığımız Capture ve Flow-in hibrit mutfaklara yönelik tasarlanan ilk davlumbaz modellerimiz. Tüketici beklentilerini karşılarken teknoloji ve doğa etkileşimini de ön planda tutuyoruz ve artık dümeni yenilenebilir enerji kaynaklarına yönlendiriyoruz. Bu yönde, uzun süren Ar-Ge çalışmaları sonunda, ilk hibrit ürünler Flow-in ve Capture modellerini tüketici ile buluşturduk. Silverline, sektörde ilkleri gerçekleştirerek katma değeri yüksek ürünlerle karlılığını da artırma hedefinde.

# Tüketici Teknolojisi Ürünleri Pazarı 2017 İkinci Çeyrekte %10 Büyüdü

Tüketici teknoloji ürünleri pazarı, 2017'nin ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %10,3'lük bir büyüme performansı ile 13 milyar TL ciro değeri elde etti. İkinci çeyrek sonu itibariyle özellikle beyaz eşya sektöründe devam eden vergi indirimlerinin toplam büyümeye pozitif katkısı ön planda.

Bir önceki yılın aynı dönemine göre ciroda pozitif büyüme oranı elde eden sektörler sırasıyla büyük beyaz eşya, telekom, tüketici elektroniği ve küçük ev aletleri olurken; ofis ekipmanları & sarf malzemeleri, görüntüleme ve bilgi teknolojileri daralan sektörler oldu.

## Telekom: İkinci çeyrekte tek haneli büyüme

Telekom sektörü 2017'nin ilk çeyreğinde olduğu gibi, ikinci çeyrekte de %9 ile tek haneli büyüme oranına sahip oldu. Sektör bu çeyrekte, ilk çeyrekteki %3'lük görece düşük büyüme performansının üzerinde seyretti. Akıllı telefonların toplam sektör büyümesi üzerindeki etkisi haricinde, yeni ürünlerin de katkısıyla %100'ün üzerinde bir büyüme oranı elde eden akıllı saatler ve yine çift haneli büyüme oranına sahip mikrofonlu kulaklıkların da telekom sektörüne etkisi olumlu oldu.

Giderek artan medya kullanımı ve dolayısıyla artan depolama ihtiyaçlarına paralel olarak, cihaz hafızalarının da genişlediği; 32 GB ürünlerin ciro payının %50'ler seviyelerine, 64 GB ve üzeri ürünlerin ciro payının ise %15 seviyelerine yaklaştığı görülmektedir.

## Bilgi teknolojileri: Monitor ve tablette çift haneli küçülme

Bilgi teknolojileri sektörü bir önceki yılın aynı dönemine



göre ciroda yaklaşık %4 oranında daraldı. Daralma üzerinde en yüksek etkiye sahip ürün grupları ise monitör ve tabletler olarak ön plana çıkmaktadır. 2017 ikinci çeyrek sonu itibariyle bir önceki yılın aynı dönemine göre pozitif büyüme kaydeden ürün grupları ise sırasıyla masaüstü bilgisayarlar, web kameralar, mouse ve klavyeler olmuştur.

İkinci çeyrek sonu itibariyle toplamda küçük de olsa daralma kaydeden dizüstü bilgisayar kategorisi içinde,

ortalama fiyatı daha yüksek olan oyun bilgisayarlarının pozitif büyüdüğü görülmektedir. Aynı doğrultuda bir önceki yılın aynı dönemine göre, oyun özellikli klavye ve mouse gibi ürün gruplarının da pozitif büyümesi sözkonusudur.

## Büyük beyaz eşya: ÖTV etkisi devam ediyor

Büyük beyaz eşya sektörü 3.6 milyarlık ikinci çeyrek cirosu ile geçen sene aynı döneme göre yüksek çift haneli büyüme oranı yakaladı. Sektörde tüm ürün grupları çift haneli büyümelere ikinci çeyrekte de devam etmiştir. Buzluk altta buzdolapları, 9 kg kapasiteli çamaşır makineleri ve dikey derin dondurucu kategorileri toplam sektör büyümesine en yüksek katkıyı sağlayan ürün grupları ve segmentler olmuştur.

ÖTV kampanyasının devam ettirilme kararı büyük beyaz eşya sektörünü olumlu etkilemeye devam etmiş ve yüksek büyümelere katkı sağlamıştır.

## Küçük ev aletleri: Tek haneli büyüme devam ediyor

Küçük ev aletleri sektörü 2017 ikinci çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemine göre tek haneli büyüme oranı ile, 1,2 milyar TL ciro seviyesi ile çeyreği kapattı.

Cirosal olarak en iyi performansları sırası ile tost makineleri, saç kurutucular, sıcak içecek hazırlama makineleri, narenciye / katı meyve sıkacakları, saç şekillendiriciler, elektrikli süpürgeler, ütü ve saç / sakal kesiciler olurken; kadın / erkek traş makineleri, gıda hazırlama, su ısıtıcılar ve fritözler ise küçülme kaydeden ürün grupları oldu.

Tüketici Teknolojisi Ürünleri: Ciro Trendi



# Kendileri küçük, marifetleri büyük Altus'lar Yeditepe'de!

Alırsın konu kapanır!



## YEDİTEPE

DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI

Maltepe Mah. Davutpaşa Cad. Cebealibey Sk. Oryap San. Sit. No: 16/1 Zeytinburnu - İSTANBUL

Tel: (0212) 483 2 483 Fax: (0212) 483 45 30 [www.yeditepepazarlama.com](http://www.yeditepepazarlama.com)



Çok fonksiyonlu / özellikli, yüksek teknoloji ürünlerine eğilimin artması ile siklonik süpürgeler ve kazanlı ütüler gibi segmentlere olan ilgi devam etti. Anneler günü dönemi ise geleneksel tost makineleri, türk kahve makineleri ve çay makinalarına olan talebi artırdı.

### Tüketici elektroniği: TV'de büyük ekran dönemi

Tüketici elektroniği sektörüne toplam olarak bakıldığında, 2017 ikinci çeyrekte 2016'nın ikinci çeyreğine göre cirosal büyümenin tek haneli olduğu görülmektedir. Sektörün dominant ürün grubu olan TV ise sektör toplamına yakın seviyede bir büyüme performansı göstermiş ve 1,5 milyar TL ciro seviyesi ile çeyreği sonlandırmıştır. 55 inç üzeri ekran boyutlu ve UHD özelliğe sahip televizyonlar ise geçtiğimiz senenin aynı dönemine göre çift haneli cirosal büyüme performansına sahip olurken, UHD TVlerin oranı cirosal olarak %40 seviyesine ulaşmıştır. Pazarı giderek genişleyen bluetooth speaker'lar yılın ikinci çeyreğinde de çift haneli büyümesini sürdürmüştür.

### Özet: İkinci çeyrekte çift haneli büyüme

Türkiye tüketici teknolojisi ürünleri pazarının 2017 ikinci çeyreğinde, ilk çeyrekteki nispeten az büyüme oranı sonrası tekrar çift haneli büyüdüğü görülüyor. Bu büyüme performansının arkasında, yine birinci çeyrekte olduğu gibi, sıfırlanmış ÖTV ile çift haneli büyüyen beyaz eşya ürün grupları bulunuyor. Bununla birlikte operatör kanalındaki kontratlı cihaz satışlarının artışı ve dolayısıyla artan ortalama fiyatlar ile akıllı telefonlar; yeni ürünlerin piyasaya sürülmesiyle geçen yıl aynı döneme göre %100'ün üzerinde büyüme performansı elde eden akıllı saatlerin de pozitif etkisinden bahsetmek anlamlı olacaktır.

Küçük ev aletleri kategorilerinin büyüme performansı geçen senenin altında seyrediyor. Bununla birlikte toplam pazarı az da olsa büyük ekranlı ve UHD özellikli televizyonlar bir miktar yukarı çekiyor. Ancak diğer taraftan, bilişim teknolojileri, görüntüleme sistemleri, ofis ekipmanları ve sarf malzemeleri gibi ürün grupları daralmaya devam ediyor.



Özet Tablo

	Q3 2016	Q4 2016	Q1 2017	Q2 2017	Q2 17 /Q2 16	Q1-2 2017	Q1-2 17 /Q1-2 16
	Milyon TL	Milyon TL	Milyon TL	Milyon TL	+/-%	Milyon TL	+/-%
Tüketici Elektroniği (CE)	1.393	1.802	1.500	1.540	4,4%	3.040	7,5%
Görüntüleme Sistemleri (PH)	26	30	30	29	-10,7%	60	-7,7%
Büyük Beyaz Eşya (MDA)	4.020	2.796	2.754	3.604	25,6%	6.358	28,0%
Küçük Ev Aletleri (SDA)	1.030	1.072	1.006	1.181	3,1%	2.187	2,9%
Bilişim Teknolojileri (IT)	1.127	1.329	1.178	1.014	-3,7%	2.192	-5,5%
Telekom (TC)	4.786	5.235	5.114	5.562	8,6%	10.676	6,0%
Ofis Ekipmanları & Sarf Malzemeleri (OE)	107	154	125	106	-11,8%	231	-10,6%
<b>GfK TEMAX® Türkiye</b>	<b>12.490</b>	<b>12.417</b>	<b>11.708</b>	<b>13.036</b>	<b>10,3%</b>	<b>24.744</b>	<b>9,3%</b>

Kaynak:  
GfK TEMAX Türkiye





YENİ

## FC 5

Zemin Temizleme Makinesi

# ZEMİN TEMİZLEMEDE DEVİRİM!

Kärcher FC5 zemin temizleme makinesi tek geçişte, ıslak ya da kuru, tüm zorlu kirlerin üstesinden gelir!



\* ZAMANDAN  
TASARRUF

**-50%**

\* FC 5'in aynı anda silme ve süpürme kombinasyonlarından kaynaklanır.

\*\* TEMİZLİK  
PERFORMANSI

**+20%**

\*\*FC 5'in silme testi kategorisindeki klasik bir silme paspası ile karşılaştırılmıştır. Temizleme verimi, kir emme ve kenar temizlemedeki ortalama test sonuçlarını ifade eder

# KÄRCHER

makes a difference

## Porio 2017-2018 Koleksiyonlarını Tanıttı

Porio yeni koleksiyonunu, yepyeni bir konseptle düzenlediği showroom'unda şık bir davetle tanıttı.



Porio Genel Müdürü Sibel Bora Abdik

Gümüşten altına, porselenden kristale kadar dünyaca ünlü birçok markanın yemek takımlarını, çatal, bıçak setlerini ve aksesuarlarını alıcılarıyla buluşturan PORİO, "Gerçek Aşk" sloganıyla duygulara hitap ederken, modern çizgi ve desenleri ile evlerimize ve sofralarımıza gerçek aşkın esintilerini taşıyor. Bir-

birinden çok farklı beğenileri, farklı renkleri aynı çatı altında toplamayı başarabilme çabası ve heyecanı ile tüketicilerimiz ile birlikte yeniliklere yelken açıyoruz. Porio'nun bakış açısındaki en büyük farklılık ise ikram ve yemekleri sağlıklı bir biçimde sunan, içeriğinde doğal malzemeler kullanılmış, gıda temasında insan

sağlığına asla zarar vermeyecek ürünlerden oluşan bir marka olmasıdır.

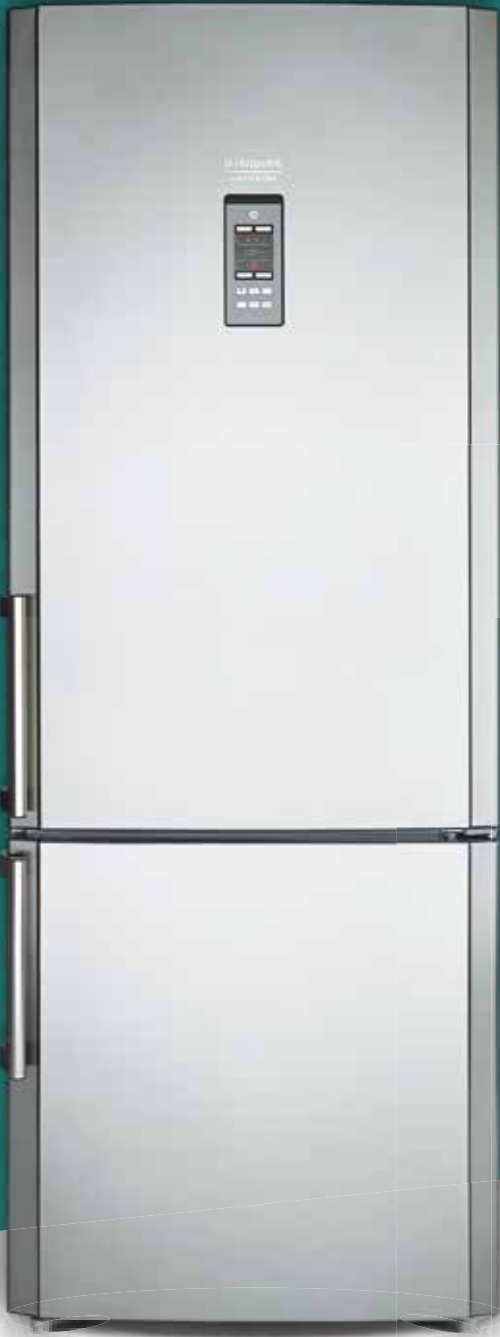
Tüketicilerinin tüm ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlayacak geniş ve kaliteli bir ürün yelpazesine sahip Porio'da birbirinden farklı ve özel hediye alternatifleri bulabilirsiniz.



# Hotpoint

# TEKNOLOJİMİZE GÜVENİMİZ TAM

ACTIVE OXYGEN



POWER CLEAN



DIRECT INJECTION



ULTRAVİYOLE FIRÇA

**90 GÜN**  
**İADE**  
**GARANTİSİ**

90 Gün İade Kampanyası, tüm beyaz eşyalar (buzdolabı, derin dondurucu, çamaşır ve bulaşık makineleri), multisiklonik süpürgeler (101337,101338,101339) ile ankastre ürünlerin (ankastre üçlü setler için), 1 Ekim - 31 Aralık 2017 tarihleri arasında faturalanan satışları için geçerlidir. İade işlemleri; yalnızca 444 50 10 numaralı destek hattımıza, tüketicinin bireysel başvurusu ile başlatılacaktır. İade süresi zarfında, tüketiciden talep edilecek belgelerin (ürün faturası, dilekçe, banka bilgileri vb.) sağlanması zorunludur. Para iadesi, tüm belge ve bilgilerin tedariki sonrasında 30 iş günü içerisinde gerçekleştirilecektir. Kampanyamız stoklar ve katılan yetkili bayiler ile sınırlıdır.

# ÖTV Teşviki ile Gelen İç Satışlar Büyümenin Lokomotifi Oldu

Yılın ilk yarısında önemli bir büyüme yakalandığını ancak ikinci yarıda bir durgunluk beklendiğini belirten TÜRKESD Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Güler "2017'nin ilk 8 ayında 4 beyaz eşyanın (buzdolabı, çamaşır makinası, bulaşık makinası, fırın) iç satışlarında %18,2 büyüme gerçekleşmiştir. Özellikle 2. çeyrekte duyurulan ÖTV indirimi ile piyasa fevkalade canlanmıştır" dedi.



Büyükler olarak 30 milyon TL'lik bir sektör olan beyaz eşya sektörünün cirosunun %75'inin ihracat kaynaklı olduğu ve dünyada 100'ü aşkın ülkeye çoğunluğu AB pazarı olmak üzere ihracat yapıldığını vurgulayan Güler "İstihdam sayısı ise 60.000 kişi ancak biz hep şunu söylüyoruz ekosistemi en geniş sektör biziz. Bizim 500 tane KOBİ büyüklüğünde yan sanayimiz var, yine 15.000 tane perakende satış noktamız, 3500 tane satış sonrası hizmet yerine getiren servisler var. Dolayısıyla istihdamda 600.000 kişi civarında çok büyük bir rakamdan söz ediyoruz" dedi.

Çin'den sonra üretim kapasitesi olarak dünyada en büyük ikinci beyaz eşya sektörü olduklarını söyleyen Güler, "Böylelikle Avrupa birliğindeki pek çok büyük ülkeyi geride bırakmış oluyoruz. Sektörümüzün büyüklüğü sadece üretim kapasitesinden meydana gelmiyor; ARGE, patent, uluslararası marka yönetimi, tedarik zinciri yönetimi anlamında da Türkiye ortalamasının üzerindeyiz. Dünyada ilk üçe her daim giriyoruz" dedi.

3 Şubat'ta üç ayla sınırlı olarak başlayan ÖTV teşviği, Nisan ayında bir sonraki üç ay için uzatıldı. Güler, "Bu destek gelmeseydi, aylık ortalama 550.000 satan sektör 450.000'e doğru gidiyordu. Çok sıkı daralma vardı. Teşvik gelirse 600.000 adet satacağımızı düşünüyorduk. Mart'ta 734.000 adetle tarihi

rekoru kırdık. Ağustos ayında 720.000 adet satış oldu. Dolayısıyla ÖTV teşvikinin son derece faydalı olduğunu görüyoruz. Söz verdiğimiz satış adetlerini fazlasıyla yerine getirdik. Büyümenin ilk sekiz ayda % 9,2 olduğunu görüyoruz. Bunun büyük bir kısmı iç piyasadan geliyor. İç satışların büyüme oranı ilk sekiz ayda %18,2'dir." şeklinde açıklamada bulundu. Türkiye'de satılan beyaz eşyanın %95'inin Türkiye'de üretildiğini söyleyen Güler, Türk sanayisine yapılan katkının Sanayi Üretim Endeksi rakamlarıyla gözler önüne serildiğini belirtti. Sn. Güler "2016'nın üçüncü çeyreğinde 123 olan sanayi üretim endeksi 2017'nin ikinci çeyreğinde 133'e gelmiş durumda. Bu duruma en fazla katkıda bulunan beyaz eşya sektörüdür. Dayanıklı tüketim malları sanayi endeksi aynı dönemler için 117'den 135'e gelerek toplam sanayi üretim endeksinden yüksek seyretmiştir. Burada satılan her bir ürün Türkiye'de istihdama etki ediyor. İhracata da etki ediyor çünkü tam kapasite çalışılıyor ve birim başına düşen sabit maliyet azalıyor" diyerek sözlerine devam etti.

## İhracat artış hızında yavaşlama görüldü...

Güler, "İlk sekiz aylık dönemde ihracat %5,6 büyüdü. Aslında, ihracat bu sene biraz daha yavaş gidiyor. Bu, Avrupa'daki perakende satışların düşmesinden kay-

naklanıyor. Malum bizim ihracat pazarımız çoğunlukla AB. Oradaki talep daralması ister istemez ihracatımızı etkiliyor. Saygın bir danışmanlık kuruluşu ile yaptığımız ve yakında kamuoyuna açıklayacağımız çalışmada da AB'de beyaz eşya ithalatının fiyattan bağımsız olarak miktar bazında düştüğü doğrulanıyor. Tabii ihracat rakamları artış göstermekte ve ihracatta büyüme yaşanmakta ancak bu daha önceki yıllarda görmeye alışık olduğumuz %8-9'luk büyüme rakamları seviyesinde değil. Yeni pazar arayışı TÜRKESD üyeleri için hep gündemdedir. Gerek üretim yatırımları gerekse marka yatırımları, marka satın almaları yoluyla da pazarı çeşitlendirme çalışmaları devam ediyor. Çin ve Avustralya dahil 100'den fazla ülkeye ihracat yapıyoruz. Son zamanlarda daha çok Asya-Pasifik bölgesine ağırlık verildiğini görüyoruz" dedi.

## Teknolojik sıçrama yapılabilmesi için devlet desteği gerekli...

Beyaz eşya sektörünün uluslararası rekabetçiliğinin bir sonucu olarak enerji verimli ürünler ürettiği, bu konuda büyük ARGE yatırımları yapıldığı belirtilerek, enerji verimliliğinin cari açığın kapatılmasında ne denli etkili olduğu örneklendirilmiştir. Güler, "Burada en önemli etkilerden birisi de Türkiye'nin en büyük problemlerinden birisi olan cari açığın kapatılmasıdır. Çok net bir hesap var. Bir gecede Türkiye'deki hanelerin hepsinde eski buzdolaplarını A+ enerji verimli buzdolapları ile değiştirsek Türkiye o ürünün ömrü boyu boyunca bir Keban barajı kazanıyor. A++ ürün koyacak olursak Türkiye bir Atatürk barajı kazanıyor. Cari açığın en büyük kalemi olan enerji ithalatının azaltılması açısından bu çok önemlidir. Enerji verimliliği düşük ürünlerin yenileri ile değiştirilmesi için hükümetimiz inisiyatif kullanmalıdır" dedi.

Güler ayrıca "Çin maliyet avantajını teknolojik avantaja dönüştürmektedir. Çin'li sanayiciler kendi devletin desteği ile Avrupa'daki dev robotik firmalarını satın alma, teknoloji devleri ile şirket birleşmeleri yapma sürecindedir. Kısa süre sonra Çin, know-how ve teknoloji olarak da piyasayı domine edecektir. Türkiye mevcut teşvik yapısıyla en iyi ihtimalle mevcut yerini koruyabilir. Sanayide sıçrama yapılabilmesi için devletimizin elindeki kıt kaynakların stratejik yatırımlar için kullanılması gerekmektedir. Böylece orta vadede yan sanayi dalları ile birlikte top yekün bir kalkınma yaşanacaktır. Başlangıçta süreçler sanayi ile birlikte kurgulanırsa başarı kaçınılmazdır" şeklinde açıklamalarda bulundu.

Türk mutfağının geleneksel tadı, işin ustasına emanet!

# KARŞINIZDA YENİ PROFİLO KAHVEDAN!



*Evinden misafir, tepsisinden kahve eksik olmayanlara: Profilo Kahvedan! Türk mutfağının geleneksel tadı kahve, işin ustasına emanet. Profilo Kahvedan, tek seferde 6 fincan kahve hazırlayabilmesi, tasarımı ve hayatınızı kolaylaştıran özellikleriyle de mutfağınızın baş tacı olacak.*

TEK SEFERDE  
**6 FİNCAN  
KAHVE!**



*Tek seferde 6 fincan kahve hazırlayabilen Profilo Kahvedan ile kahveniz de sohbetiniz de bol olacak.*

## **EN GÜZEL KAHVELER SİZİN ELİNİZDEN ÇIKACAK!**

*3 farklı fincan boyutu seçeneğiyle Profilo Kahvedan ile mükemmel şekilde pişen kahvelerinizin tadı da köpüğü de hep kıvamında.*

*Profilo Kahvedan dokunmatik kontrol paneli, taşma önleme sensörü ve sesli uyarı sistemi ile hayatınızı kolaylaştırıyor.*

## **KEYFİ UZUN, TEMİZLEMESİ KOLAY!**

*Profilo Kahvedan'ın 1,4 litrelik çıkarılabilir su haznesi doldurma ve temizlemede size konfor sağlarken, yüksek kapasitesi ile de hazneyi sık sık doldurma gereğini ortadan kaldırıyor, size kahvenin keyfini sürmek kalıyor.*



*Kahvedan*

**PROFİLO**

dayanıklı ev aletleri

# Arçelik A.Ş. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde

Gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmak için tüm iş süreçlerini sürdürülebilirlik temelli olarak şekillendiren Arçelik A.Ş., bu çalışmalarını uluslararası alanda önemli bir başarıya daha imza attı. Arçelik, Dow Jones Gelişmekte Olan Piyasalar Sürdürülebilirlik Endeksi'ne giren ilk ve tek Türk sanayi şirketi oldu.

Kurumsal firmaların dünya çapında sürdürülebilirlik performanslarını değerlendirme konusunda dünyanın en prestijli platformlardan olan Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi (DJSI)'ne bu alanda lider şirketler giriyor. Gelişmekte Olan Piyasalar Sürdürülebilirlik Endeksi, 23 farklı ülkede yer alan en büyük 800 şirket arasında, ekonomik, çevresel ve sosyal alanda en iyi %10'luk dilimde bulunan şirketleri temsil etmeyi hedefliyor. Şirketleri yönetim, finansman faaliyetleri, etik konular, değer zincirindeki çevresel ve sosyal performans, risk yönetimi, iklim değişikliği önlemleri, şeffaflık, tedarik zinciri ile insan ve çalışan hakları gibi başlıklar altında takip ediyor. Dow Jones Sürdü-



Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu

rülebilirlik Endeksi, uluslararası yatırımcıların dikkate aldıkları önemli bir gösterge olma özelliğini taşıyor. Uluslararası yatırımcıların karar süreçlerinde, şirketlerin 'sürdürülebilirlik' karnelerini titizlikle incelediğine dikkat çeken Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu, "Dünyaya ve tüm paydaşlarımıza karşı sorumluluğumuzun bilinciyle, stratejimizin ve iş modelimizin odağına koyduğumuz 'sürdürülebilirlik' alanında

önemli adımlar atıyoruz. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'ne Türkiye'den bu yıl giriş yapan tek sanayi şirketi olurken, 'Gelişmekte olan Piyasalar' kategorisine yeni giriş yapan en büyük beş şirket arasında yer alarak bu alandaki güçlü konumumuzu bir kez daha göstermiş olduk. Bununla birlikte Londra Borsası'nın bünyesindeki FTSE Russell tarafından, güçlü çevresel, sosyal ve yönetim performansı gösteren şirketlerin ölçümlendiği sorumlu yatırımlar endeksi FTSE4Good Gelişmekte olan Piyasalar Endeksi'ne giriş yaptık" dedi. Bu başarıların Arçelik'in sermaye piyasalarındaki saygınlığını ve yatırım cazibesini daha da artıracığına inandığını belirten Bulgurlu, şunları söyledi: "Yeşil teknolojiyi benimseyen, döngüsel ekonomi alanında çözümler üreten, kaynak verimliliğinde fark yaratan şirketler gelecekte dönüşümün liderleri olacak. Biz de bu vizyonu benimseyerek; yeni fırsatları araştırmaya, dünyamız için daha fazla işbirliği, yatırım ve inovasyon gerçekleştirmeye, daha fazla hanede dönüşüm sağlamaya devam edeceğiz"

## En Yeni Teknolojiler Türkiye'nin En Büyük Arçelik Deneyim Mağazası'nda

Arçelik, deneyim ve yaşam alanına sahip en büyük mağazasını İstinyePark'ta, Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu ve Arçelik A.Ş. üst düzey yöneticilerinin katıldığı bir törenle hizmete açtı. 1.080 metrekarelik alana kurulu İstinyePark mağazası, interaktif müşteri deneyimine olanak sağlayan, yeni nesil perakendecilik trendlerine uygun dijital teknolojilerle donatıldı. Mağaza, 'Ana Deneyimleme Adası', 'Etkinlik Mutfağı' ve 'TV Deneyimleme' olmak üzere toplam 3 adet adada müşterilerine ürünleri deneyimleme ve keyifli zaman geçirme imkanı sunuyor. Ürünlerle ilgili bilgilere hızla ulaşmayı sağlayan dijital ekranların yer aldığı mağazada, Arçelik ürünlerinin yanında, cep telefonu, tablet, dijital oyuncaklar gibi en yenilikçi elektronik ürünler de bulunuyor.

Arçelik'in 62 yıldır öncü olduğu mağazacılık anlayışına yeni bir boyut getirdiğini söyleyen Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu; 21. yüzyılın müşterisi, artık mağazalarda sadece ürünlere bakmak değil, ürünlere dokunmak, teknolojilerini deneyimlemek istiyor. Biz de mağazalarımızda müşterilerimizin yeni teknolojileri deneyimlerken aynı zamanda keyifli vakit geçirmelerini sağlayacak yaşam alanları oluşturuyoruz. Tasarımdan, ürün ve hizmetlerimize kadar müşteri deneyimini odağına alarak yeni nesil mağazacılık modelimizi geliştirdik. Bu anlayışla, Türkiye'deki en büyük deneyim mağazamızı İstinyePark'ta açtık. Müşterilerimizin mağazanın da ötesinde, kendilerini evlerinde gibi hissetmelerini istiyoruz. Burada maç izleyip, kişisel bakım ürünlerini

kullanarak saç tasarım uzmanlarından fikirler alabilecekler, yeni tariflerle yemek yapabilecek ve en son teknolojik trendlerden, sağlıklı yaşama kadar pek çok konuda ünlü konuşmacıların dinleyebilecekler. Ayrıca Arçelik'te bir ilk olarak mağazamızın içinde yetkili servis noktası da açtık" dedi. Dijital perakendecilik dönüşümünü yaşattığımız yeni nesil mağazamızla, sektöre yeni bir soluk getirdiğimize inanıyorum diyen Bulgurlu sözlerine şöyle devam etti; "Tüm bu yeniliklerimizin olumlu etkisi ile müşterilerimizin mağazalarımızda geçirdiği zamanı artırdığımızı görüyoruz. Yaptığımız araştırmada yeni nesil mağazalarımızda geçirilen sürede yüzde 40'lık bir artış olduğunu ölçümledik. Yeni nesil mağazalarımızı Türkiye'nin dört bir yanında hızla yaygınlaştırmayı hedefliyoruz."

### 7'den 70'e Herkes için Arçelik

Arçelik İstinyepark mağazası, müşteri deneyiminin üst nokta yaşandığı, müşterinin kendini özel hissettiği bir buluşma noktası. Mağazada her yaş grubuna hitap eden bölümler tasarlandı. Mağazanın kalbinde bulunan 'Ana Deneyimleme Adası', Arçelik ürünleri ile hazırlanmış taze içeceklerle misafirlerini karşılıyor. Bu alanda küçük ev aletlerinin yanı sıra VR, giyilebilir teknoloji ve drone gibi en yeni teknolojik ürünleri deneyimlemek de mümkün. Müşterilerin, mağazada olmayan ürünleri bire bir boyutlarda interaktif olarak inceleyebilecekleri akıllı ekran da bulunuyor. Yine bu alanda yer alan amfi tiyatrodan videowall'lardan oluşan dev ekranlarla; alanında uzman konuşmacılar teknoloji, iyi yaşam ve sağlıklı beslenme konularında ziyaretçileri bilgilendirecek. Özel



mutfağında Arçelik şefleri ile yemek pişirme imkânı bulan müşteriler saç tasarım bölümünde ise kişisel bakım ürünlerini kullanarak kuaför yardımıyla saçlarına şekil verebilecekler. TV deneyimleme adasında, son teknoloji televizyonlarda kısa film ve maç keyfi yapabilecek, video oyunları da oynayabilecekler. Çocuklar için oyun alanının da yer aldığı mağazada, yine çocukların ve tasarımcıların ilgisini çekecek 3 boyutlu kalem deneyimleme alanı da bulunuyor. Mağazada dijital etiketler kullanılarak kağıt israfının da önüne geçiliyor. Ayrıca, mağazadaki tüm etkinliklerin girişte yer alan dijital ekranlardan canlı yayınla dışarı yansıtılacak ve mağaza etkinlik takvimi bu ekranlardan ziyaretçilere duyurulacak.

### Mağaza İçinde Yetkili Servis

Türkiye'nin en yaygın ve güçlü servis ağına sahip olan Arçelik, bir ilk olarak İstinyePark mağazasında yetkili servis hizmeti de veriyor. Müşteriler, mağaza içinde yer alan yetkili servis alanında servis randevularını alabilirken, küçük ev aletlerini de kısa sürede tamir ettirebilecekler.



## Beko Konsept Mağaza Ağını Genişletiyor

Beko, İstanbul'daki konsept mağazalarını hızla genişletiyor. Beko; Çekmeköy, Ümraniye, Pendik, Başakşehir, Bahçeşehir İspartakule, Avcılar, Beylikdüzü, Vadi İstanbul AVM, Bahçelievler ve Sultangazi'de toplam 11 yeni mağaza açılışı yaptı. Açılışa Beko Satış Direktörü Oğuzkan Şatıroğlu ve diğer Beko yöneticileri katıldı.

Beko'nun global trendler ışığında dijital teknolojileri Türkiye'deki tüketicisiyle buluşturduğu yeni mağazaları, geniş ürün yelpazesi ve sınırsız müşteri deneyimi ile öne çıkıyor. Konsept mağazacılık anlayışıyla tasarlanan mağazalarda, en yenilikçi ürünler ve deneyim odaklı alanlar yer alıyor.

Beko müşterilerinin yeni mağazalarda bulunan inovasyon ve deneyim alanları ile ürün özelliklerini tam ve eksiksiz olarak öğrenme fırsatı yakaladığını söyleyen Beko Satış Direktörü Oğuzkan Şatıroğlu, "Ev teknolojilerinin her alanında sunduğumuz ürün ve hizmetlerle tüketicilerin hayatını kolaylaştırıyoruz. Dijital dünyanın tüm imkanlarıyla mağazalarımızda müşteri deneyimini ön plana çıkararak yeni neslin



ihtiyaçlarına cevap veriyoruz. Yeni trendler ışığında bir yandan tüketicilerimize en iyi deneyimi sunuyor, diğer yandan da sektörümüzü dönüştürüyoruz. Yeni nesil mağazacılık modelimiz ile tüketici odaklı, dijital perakende dönüşümü yolculuğumuzda çok önemli adımlar atıyoruz" dedi. Beko'nun konsept mağazalarla perakende dünyasında fark yarattığını vurgulayan Şatıroğlu, mağaza yatırımlarının devam edeceğini kaydetti.

Şatıroğlu: "Türkiye'nin en büyük dayanıklı tüketim perakendecisi olarak konsept mağaza dönüşümünü hızla gerçekleştirmenin gururunu yaşıyoruz. Türkiye genelinde perakende teknolojilerine yaptığımız yatırımların her geçen gün katlanarak artacağını belirtmek isterim. Bundan sonra da 'müşteri deneyimini' müşterilerimiz ile beraber yaşayacak ve onları yönlendireceğiz" şeklinde konuştu.

## Arçelik A.Ş. Sürdürülebilirlikte Dünyanın En İyi 9 Şirketi İçinde



Arçelik A.Ş., sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarıyla Avrupa'nın en prestijli ödülleri arasında birini aldı. Arçelik A.Ş., Avrupa'nın en köklü ve saygın sürdürülebilirlik fonlarından 'ÖkoWorld ÖkoVision Classic'in küresel ölçekte yatırım yaptığı 350 şirket arasında, Sürdürülebilirlik Liderliği Ödülü'ne layık görülen en iyi 9 şirketten biri oldu. Düşük enerji ve su tüketimi, ekolojik ayak izinin azaltılmasının desteklenmesi amacıyla yaşam döngüsü analizi ve geri dönüşüm uygulamaları nedeniyle 'ÖkoWorld ÖkoVision Classic Yatırım Komitesi' tarafından ödüllendirilen Arçelik A.Ş., fon tarafından yatırım almayı hedefleyen diğer şirketlere de uygulamalarıyla örnek teşkil ediyor. Arçelik A.Ş.'ye ödülü, Komite'nin Almanya'nın Düsseldorf kentinde 14 Eylül Perşembe günü düzenlenen 25.yıldönümü töreninde takdim edildi. Ödül alan diğer şirketler arasında AmorePacific (Kore), East

Japan Railway (Japonya), Electrolux (İsveç), Emmi (İsviçre), Herman Miller (İngiltere), Kone (Finlandiya), Royal Philips (Hollanda) ve Vestas (Danimarka) bulunuyor. Sürdürülebilir iş modelleri geliştirilmesinin günümüzde yatırımcıların değerlendirme kriterlerinden biri haline geldiğini belirten Arçelik A.Ş. Sürdürülebilirlik ve Resmi İlişkiler Direktörü Fatih Özkadı, "Arçelik A.Ş. olarak üründen üretime, tedarik zincirinden satış sonrası operasyonlarımıza kadar sürdürülebilirliği değer zincirimizin her halkasında entegre etmek için çalışıyoruz. Faaliyetlerimizi gerçekleştirirken kurumsal yönetim ilkelerinden ödün vermeden, insan haklarına saygılı, kapsayıcı, sorumlu, etik ve şeffaf yönetim yaklaşımı ile hareket ediyoruz. Bu çabalarımızın dünyanın en saygın yatırım kuruluşlarından ÖkoWorld tarafından ödüllendirilmesi doğru adımlara ilerlediğimizin önemli bir göstergesi" dedi.

### Arçelik, Kahve Festivali'nde Kahve Teknolojilerini Sergiledi

Geliştirdiği yenilikçi teknolojilerle tüketicilerin hayatında fark yaratan, Türkiye'nin inovasyon alanındaki lider şirketi Arçelik A.Ş., bu yıl dördüncüsü düzenlenen ve KüçükÇiftlik Park'ta 21-24 Eylül 2017 tarihleri arasında gerçekleşen İstanbul Coffee Festival'de kahve severlerle buluştu.

Arçelik, Türk kahvesi tutkunlarının vazgeçilmez olan Telve, özellikle otel, restoran, kafeler ve kahve zincirleri için tasarladığı Telve Pro ve yeni Ankastre Kahve Makinesi'ni tüketicilerin beğenisine sunuyor. Festivalin birinci gününde Arçelik standında bulunan Barista gün boyunca ziyaretçilere kahve ikramında bulundu.



### Arçelik Telve Pro

Arçelik, Telve Pro ile aynı anda 9 fincan kahve pişirme imkanı sunuyor. Özellikle otel, restoran, kafe ve kahve zincirleri (HORECA) gibi yoğun kahve pişirilen işletmeler için tasarlanan Telve Pro, indüksiyon teknolojili ilk Türk Kahvesi makinesi olup hızlı ve art arda kahve pişirme özelliğine sahip. Çift sensörlü CookSensePro® teknolojisi ile kahveler her seferinde aynı köpük kalitesi ile hazırlanabiliyor. Dayanıklı ve uzun ömürlü kullanım sunan üründe, kahve fincanlarını kurutan ve sıcak tutan, fincan ısıtıcı plaka bulunuyor. 2 yıl garantili üründe, damacananadan ve opsiyonel şebekeden su besleme sistemi, 3 ayrı göz ve paslanmaz çelik cezveler ile her gözde 3 fincana kadar kahve pişirme kapasitesi diğer özellikleri arasında yer alıyor.





BORN INNOVATIVE



Standart ebatta  
rekortmen kapasite



Standart boyutta, 13 kg kapasiteli Hoover Dynamic Next çamaşır makinesi, üstün teknolojik özellikleri ve düşük enerji tüketimiyle yıkama deneyimini yeni bir boyuta taşıyor.

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

444 0 398 www.hoover.com.tr  
f HooverTurkiye t HooverTurkiye  
i HooverTurkiye p hooverturkiye

**DYNAMIC NEXT**  
DWOT 413 AHC3/1-S Wi-Fi

# Türk Kahvesi İçin Bir İlk!

Starbucks Türkiye, Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği ve Arzum, Türk Kahvesi için bir araya geldi.

Anadolu'da 600 yıldır Türk Kahvesi içiliyor. Ancak hala bu köklü kültür hakkında öğrenilmesi gereken pek çok nokta bulunuyor. Bunların başında Türk Kahvesinin belirli bir kahve çekirdeği çeşidi sanılması geliyor. Oysaki Türk Kahvesinin, uygun profilde kavru lan ve öğütülen farklı çekirdeklerle farklı lezzetlerde hazırlanabilen bir demleme yöntemi olduğu bilinmiyor. Tüm bu eksik bilinen noktalara ışık tutmak, Türk Kahvesinin bir çekirdek çeşidi olduğu algısını değiştirmek, ideal standartlarının oluşturulması ve uygulanmasını sağlamak için; dünyada kahve kültürünün en önemli temsilcilerinden Starbucks, Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği (TKKAD) ve Arzum önemli bir iş birliğini hayata geçirdi.

Starbucks Türkiye, 17 Ekim'den itibaren Türk Kahvesi'ni TKKAD tarafından onaylanan çekirdek harmanı Veranda ile hazırlayacak ve yeni özel sunumuyla misafirleriyle buluşturacak. Arzum ise bu iş birliğinde her fincanda ideal kıvam sunan kahve makinesi Okka ile yer alıyor. Starbucks'ın misafirlerine Türk Kahvesi'ni servis edeceği özel fincanlar, ünlü endüstriyel tasarımcı Gamze Güven'in imzasını taşıyor.

Güç birliğinin detaylarını açıklamak üzere, Starbucks Türkiye Başkan Yardımcısı Tunç Tunaveli, TKKAD Yönetim Kurulu Üyesi Osman Serim ve Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı'nın katılımıyla bir basın toplantısı düzenlendi. Üç kurumun yarattığı sinerjinin Türkiye'de bir ilk olduğunu vurgulayan Tunç Tunaveli, "Türkiye'de ilk kez, misyonu ve yapısı farklı; ancak Türk Kahvesine gönül vermiş, kahveye tutkuyla bağlı üç kurum Türk Kahvesi için buluştu. Arzum küçük ev aletleri konusundaki uzmanlığını, TKKAD kahve bilgisi ve yılların birikimini, Starbucks ise global bir zincir olarak kahve alanındaki deneyimini masaya koydu. Örnek bir sinerji yarattık, bu iş birliğinin bir parçası olmasaydı eksik kalırdık" diye konuştu.



## Kahve makineleri sayesinde tüketim de artıyor

Murat Kolbaşı ise tüm dünyada kahve makinelerinin piyasaya çıkmasıyla kahve tüketiminin artmaya başladığını belirterek, Türkiye'de de pazarın büyümesinin paralel bir seyir izlediğini söyledi. Kolbaşı, "Türk Kahvesi dünyada bilinen önemli bir değerimiz. Ülkemizin marka değerini yukarıya çekebilecek bir unsur. Bu anlamda TKKAD'nin yaptığı çalışmaları, Starbucks'ın bu konuya verdiği önemi son derece değerli buluyoruz. Dünyada her gün 2,2 milyar fincan kahve içiliyor; bunun içinde Türk Kahvesi'nin payı espressonun 40'ta

biri düzeyinde. Biz de hala az kahve içilen bir ülkeyiz. Türkiye'de kişi başına tüketilen kahve miktarı yıllık 1 kilo düzeyinde. Bunun da yüzde 60 civarı Türk Kahvesi. Oysa Balkan ülkelerinde 6 kilo civarında. Biz ürettiğimiz teknolojiyle Türk Kahvesini günlük yaşam alanının içine soktuk. Bu sayede artık gençler de Türk Kahvesi'ni sevmeye ve içmeye başladı. Anadolu'da da Türk Kahvesi makinesi kullanımı artıyor. Dünyada yılda 30 milyondan fazla ev tipi kahve makinesi satılıyor, bunun içinde yaklaşık 2 milyonu Türk Kahvesi makinesi... Dolayısıyla gidecek daha uzun bir yolumuz var" şeklinde konuştu.

# Bosch, Yeni AB Enerji Etiketleri Kıstaslarına Uyumlu Elektrikli Süpürgelerini Beğeniye Sundu

1 Eylül 2017'den itibaren, Avrupa Birliği ülkeleriyle eş zamanlı olarak Türkiye'de de, elektrikli süpürgeleri kapsayan AB Enerji Etiketleri uygulamasında 2. faza geçildi. Buna göre, elektrikli süpürgelerin enerji verimliliği sınıflarına A+++'dan A+'ya kadar üç yeni üst sınıf eklenirken, en düşük üç sınıf (E - F - G) ise uygulamadan çıkarıldı. 2015 yılındaki düzenleme ile elektrikli süpürgelerin maksimum motor gücü 1600 Watt ile sınırlandırılmışken 2. faz ile bu birim 900 Watt'a düşürüldü. Yani 1 Eylül 2017'den itibaren pazara sunulacak bir elektrikli süpürge motor gücü en yüksek 900 Watt olacaktır.

Bosch Ev Aletleri, AB Enerji Etiketleri kıstaslarına

uygun olarak pazara sunduğu ürünlerle, tüketicilerinin enerji tasarruflu elektrikli süpürgelerin düşük temizleme performansı sergileyeceği yönündeki endişelerini gideriyor. Ayrıca ilk dönem olduğu gibi tüketicilerin şeffaf bir satın alma kararı vermesine yardımcı olmak üzere, üstlendiği danışmanlık rolünü bu dönemde de sürdürerek bayilerine ve tüketicilerine kapsamlı bilgi sunmaya devam edecek.



goldmaster®  
40.yıl

# Renkli lezzetler, rengârenk mutfaklar...

## Tek çeyiz seti, 10 özellik...

Çay makinesi, su ısıtıcı,  
kahve makinesi, tost makinesi,  
ızgara, doğrayıcı, dilimleyici,  
mikser, blender, rende...  
10 özellik bir kutuda...



ELİT  
ÇEYİZ SETİ  
GM-7710



## Süpürgenin Mucidi Hoover, Yeni Nesil Süpürgelere de Hayat Veriyor

Elektrikli süpürgelerde giriş gücüne ve ses seviyesine sınırlama getiren, diğer yandan temizleme performansını ve enerji verimliliğini vurgulamak için yeni bir etiketleme sistemi sunmayı içeren AB Enerji Etiketli Uygulaması 1 Eylül'de yürürlüğe girdi. Yeni düzenleme ile elektrikli süpürge pazarındaki birçok marka mevcut ürünlerini geliştirmeyi veya yeni düzenlemeye göre üretim yapmayı planlarken; Hoover, yeni düzenlemeye tam uyum sağlayan 4/AAAA sınıfı, çevreci elektrikli süpürgeleriyle pazarda yerini çoktan almış durumda. Tüketicieye sağladığı değeri maksimuma çıkarmak adına, ürünlerini sürekli geliştirmeyi hedefleyen Hoover, en yeni teknolojileri kullanmaya özen gösteriyor.

Hoover'in süpürge alanındaki uzmanlığının ve doğaya verdiği değerin yansıması olan 4AAAA sınıfı elektrikli süpürgeler, yüksek performansları ve düşük enerji tüketimleri ile dikkat çekiyor. Tasarımlarıyla göz kamaştırılan XARION PRO, TELIOS PLUS ve ATHOS modelleri; A Sınıfı Enerji Performansı, A Sınıfı Sert Zemin Performansı, A Sınıfı Toz Yayma Performansı ve A Sınıfı Halı Performansı gibi en yüksek kriterleri bir arada sunuyor. Düşük enerji tüketimiyle maksimum performans sunan Hoover modelleri, her türlü zeminde sağladığı yüksek çekim gücüyle mükemmel temizlik sağlıyor. Patentli teknolojiyle tozu havadan ayırarak kusursuz filtreleme yapan Hoover 4/AAAA serisi süpürgeler, düşük ses seviyeleri ile de temizliği keyfe dönüştürüyorlar.



## İstanbul Hotpoint ile Nefes Alıyor



6. Uluslararası Klarnet Festivali kapsamında Hotpoint ana sponsorluğunda gerçekleştirilen 'İstanbul nefes alıyor' etkinliği renkli görüntülere sahne oldu. 17 Eylül Pazar günü yapılan etkinlikte katılımcılar pilates, zumba, kick boks ve yoga gibi dersler alırken klarnete de doydular. Bu yıl altıncısı düzenlenen Uluslararası Klarnet Festivali kapsamındaki "İstanbul nefes alıyor" etkinliği Hotpoint'in ana sponsorluğunda gerçekleştirildi. Caddebostan Sahili'nde profesyonel eğitmenler, klarnet ve dj performansları eşliğinde tüm halka nefes egzersizleri, kick boks, zumba, pilates ve yoga dersleri verdi. Yaklaşık 1000 kişinin katıldığı eğitimlerde sahil boydan boya spor yapan 7'den 70'e insanlarla doldu. Dopdolu etkinliklerde unutulmaz bir gün yaşandı.

## 'Profilo Full Moon Meet Yüzme Yarışı' Ekim Ayında Bodrum'da Gerçekleşecek

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, geçtiğimiz Mayıs ayında Marmaris'te gerçekleştirilen 5. Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası'nın ardından şimdi de 6-8 Ekim tarihlerinde, Muğla Valiliğinin himayesinde Türkiye Yüzme Federasyonu, Muğla Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğü ile işbirliği ve koordinasyon içerisinde Bodrum Belediyesi'nin ev sahipliğinde gerçekleştirilecek olan 6. Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası'na destek oluyor. 6-8 Ekim tarihleri arasında Hapimag Sea Garden Resort Bodrum'da düzenlenecek 6. Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası'nda Profilo, 6 Ekim akşamı 'Profilo Full Moon Meet' Yüzme Yarışı ve 8 Ekim'de düzenlenecek 6000 metre Profilo Dayanıklılık Parkuru ile yer alacak. Türkiye'de Dolunay'da ilk kez gerçekleştirilecek yüzme yarışı olma özelliğine

sahip 'Profilo Full Moon Meet'te toplam 200 yüzücü, 500 metrelik parkuru dolunayda yüzecekler. Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası ve Türkiye'de bir ilk olan Dolunay'da yüzme yarışına verdikleri destekten dolayı çok memnun olduklarını belirten Profilo Pazarlama Müdürü Burcu Seçkin sözlerine şöyle devam etti; "Yüzme, hem fiziksel hem de mental anlamda dayanıklılık gerektiren bir spor dalı. Dayanıklılık, Profilo markası olarak ürünlerimizle ilgili tüketicilerimize sunduğumuz en büyük vaadimiz. Tüketicieye dokunduğumuz birçok alanda dayanıklılık kavramını destekleyecek işler yapmaya gayret ediyoruz. Bu anlamda da bizim iletişim dilimizle örtüşen çok önemli bir organizasyon olan Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonasına dahil olmayı çok istedik".



## K 6270 Radia Hava Nemlendiricili Yağlı Radyatör

- \* 2500 Watt
- \* 11 dilim
- \* 400 Watt ısıtıcı turbo fan
- \* Odadaki nem oranını arttırmak, boğaz ve burun kuruluğunu önlemek için hava nemlendirici aksesuarı
- \* 170 ml nemlendirici su kapasitesi
- \* 3 farklı ısıtma ayarı
- \* Ayarlanabilir termostat
- \* Aşırı ısınma emniyeti
- \* Devrilme tehlikesine karşı otomatik kapanma
- \* Kablo sarma bölümü
- \* Kolay taşıma için hareketli tekerlekler
- \* 1,5m kablo uzunluđu

## K 6280 Spectra Zaman Ayarlı Yağlı Radyatör

- \* 2500 Watt
- \* 11 dilim
- \* 400 Watt ısıtıcı turbo fan
- \* 24 saat zamanlayıcı
- \* 3 farklı ısıtma ayarı
- \* Ayarlanabilir termostat
- \* Aşırı ısınma emniyeti
- \* Devrilme tehlikesine karşı otomatik kapanma
- \* Kablo sarma bölümü
- \* Kolay taşıma için hareketli tekerlekler
- \* 1,5m kablo uzunluđu



## Singer'den Yeni Sosyal Sorumluluk Projesi, 5 Yılda 3 Bin Kadına Meslek Eğitimi

➤ Son teknolojiyi kullanan çok özel dikiş makinelerinin yanı sıra geliştirdiği sosyal sorumluluk projeleriyle de daima kadınların yanında olan Singer, şimdi yepyeni bir çalışmaya imza atıyor. Singer, Milli Eğitim Bakanlığı iş birliği ile Türkiye genelindeki Halk Eğitim Merkezlerinde 5 yıl boyunca eğitim kursları açmak üzere harekete geçti. İmzalanan protokol, Halk Eğitimi Merkezlerinde ve Bölge Singer Servislerinde makine kullanımı kursu, dikiş ve nakış tasarım kursu, mefruşat kursu gibi, hanımların el becerilerini geliştirerek meslek edinmelerini sağlayacak mesleki teknik kurslarının açılmasını içeriyor. Amaç ilk yılda 600, 5 yılda toplam 3.000 kadını meslek sahibi yapmak...

Singer'in "Eğitilmiş Birey, Eğitilmiş Toplum" sloganı ile hayata geçirdiği proje, kursiyerlerin aile bütçelerine ve dolayısı ile ülke ekonomisine katkı sağlamalarını, mesleklerini değiştirebilmelerini, kişisel yeterliliklerinin açığa çıkarılmasını, hobilerinin geliştirilmesini, kolektif çalışma becerilerinin artırılmasını ve kendi



Singer Eğitim Koordinatörü İlnur Eşiz

kendine yetebilmelerini mümkün kılmayı hedefliyor. 20-25 kişilik sınıflarda, 3 ila 6 ay arasında değişen sürelerle eğitim gören kursiyerlere meslek sahibi olduklarını kanıtlayan sertifikalar veriliyor. Mezun olmaya hak kazananlar, makine bilgisinin yanında kursun cinsine göre dikiş, nakış, tasarım, mefruşat hazırlama becerilerini öğrenerek kendi ihtiyaçlarını

karşılatabildikleri gibi dikiş, nakış atölyeleri açarak profesyonel hizmet verebilecek kabiliyete de ulaşıyor. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan ve ilköğretim çağını geçmiş durumdaki herkes Singer'in Makine Eğitimi Kurslarına katılabiliyor.

Singer Eğitim Koordinatörü İlnur Eşiz, marka olarak kadınların eğitimine verdikleri önemi ifade ederken "Ülkemiz nüfusunun yarısını oluşturan kadınlarımızın toplumsal gelişimimize olan katkılarının kişisel gelişimleri ile mümkün olacağı gerçeğinden yola çıkmayı uygun görmekteyiz. Kadına yatırımın en iyi karşılığı yeterlilik olgusudur. Bu bağlamda el becerileri kurslarını, kendi markalı ürünlerimizle (SINGER & PFAFF) harmanlayarak üst seviyelere taşımaktayız. Genel kabul görmüş verilerin karşılığı olan 'Alet işler, el övünür.' söylemi tam da burada devreye giriyor. Üst segment makine tedarikçisi Singer Dikiş Makineleri Genel Müdürlüğü olarak mekanik, elektronik ve bilgisayarlı ev tipi makinelerimiz ile Türk kadınının eğitimine katkı sağlıyoruz" diyor.

## Philips, Dünya Kalp Günü'nde Herkese Çağrıda Bulunuyor



Philips Türkiye Personal Health Genel Müdürü Milena Elmasoğlu

➤ Dünya Kalp Federasyonu'yla (WHF) birlikte çalışmalar yürüten sağlık teknolojilerinin dünya lideri Philips, kalp hastalıkları ve bunlara bağlı riskler hakkında farkındalığı artırmak için Dünya Kalp Günü'nde, insanları kendi sağlıklarının kontrolünü ele almak için harekete geçmeye davet ediyor. Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre, kalp hastalıkları küresel ölçekte bir numaralı ölüm sebebi olmayı sürdürüyor.

### Kalp hastalığı yalnızca yaşlıları etkilemiyor...

Tüm dünyada 30 ile 70 yaş arasındaki her on kişiden biri kardiyovasküler hastalıklar sebebiyle hayatını kaybediyor. Bunun sebepleri arasında yüksek kalorili gıdalar, yağ, şeker ve tuz tüketimine dayanan modern yaşam tarzımız yer alıyor. Yanlış beslenme

alışkanlıkları; yüksek tansiyon, yüksek kan şekeri ve obezite gibi kalp hastalığına yol açan başlıca risk faktörlerine sebep oluyor. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, bugün 18 yaş ve üstü yetişkinlerin yüzde 39'u aşırı kilolu ve yüzde 13'ü ise obez ... Bununla birlikte, daha fazla taze yiyecek tüketmek ve kendi sağlığımızın sorumluluğunu üstlenmek gibi basit davranış değişiklikleri, kalp hastalıklarına yakalanma riskini azaltmaya yardımcı olabilir.

Philips Türkiye Personal Health Genel Müdürü Milena Elmasoğlu, Philips Türkiye Sağlık Trendleri Araştırması'ndan bahsederek, sağlıklı beslenmenin önemine dikkat çekti: "Geçtiğimiz aylarda gerçekleştirdiğimiz Philips Türkiye Sağlık Trendleri Araştırması'na göre Türk halkının; yüzde 78'i mevcut sağlık durumundan memnun. Ancak Türkiye'de her yıl yaşanan 300 bin kalp krizi vakasının 125 bini maalesef ölümlü sonuçlanıyor. Halkımızın yüzde 73'ü kilosundan memnun. Ancak yüzde 33,7'sinin ise obez statüsünde olduğunu görüyoruz. Türk halkının yüzde 56'sı spor yapmıyor. Bu da bize iyi ve dengeli beslenme, spor alışkanlıklarının kazanımı ve sağlık konusunda farkındalık yaratmaya ihtiyacımız olduğunu gösteriyor. Philips Türkiye Sağlık Trendleri Araştırmamıza göre sevindirici olan; ev yemeği, taze meyve ve sebze tüketmek sağlıklı yaşamın bir parçası olarak algılanması... Bu araştırmaya göre, halkımızın yüzde 67'si ev yemeğini tercih ediyor ve yüzde 54'ü her gün taze meyve/sebze suyu tüketmeye dikkat ettiğini belirtiyor."

## Nilfisk Asya-Pasifik Bölgesine Türk Lider



Serdar Ülger

➤ Profesyonel temizlik ekipmanlarının lider üreticilerinden Nilfisk, Asya-Pasifik Bölgesi için yeni liderini seçti. 2005 yılında Nilfisk'in Türkiye'de kurulmasını ve ilk genel müdürlük görevini üstlenen, Doğu ve Güneydoğu Avrupa Bölgesi Kıdemli Genel Müdürü Serdar Ülger, Asya-Pasifik Bölgesi Başkanı ve Global İcra Kurulu üyesi olarak atandı. Avustralya, Çin, Kore, Tayland, Singapur ülkelerinden oluşan Asya-Pasifik bölgesi, Nilfisk büyüme hedeflerinde potansiyeli ile öne çıkıyor. Nilfisk'de, Global İcra Kurulu üyeliği'ne atanan ilk Türk olan Ülger, satış artırma konusunda güçlü bir geçmiş ve bölgesel sorumluluk üstlenme deneyimine sahip. Ülger, yeni görevini Çin'in Şangay kentinden sürdürecektir. Nilfisk Yönetim Kurulu'nun kararını değerlendiren CEO Hans Henrik Lund, "Şirket olarak sahip olduğumuz yetenek sayesinde, bu önemli göreve şirket bünyesinden güçlü bir adayın gelmesinden dolayı son derece mutluyum" açıklamasını yaptı ve Ülger'in, Liderlik Ekibine büyük katkı sağlayacağını belirtti.

# Fantöm

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”



TURBO TR 8650



TECHNOVAC TR 8700



ÇEKİCİ DC 3000



Fanzet Elektrik Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.  
Merkez Mahallesi S. Yılmaz Öztelmer Caddesi  
Sönmez Sokak No:1/1 34302 Halkalı Küçükçekmece İstanbul  
T: +90212 697 57 70 F: +90212 548 98 78 T: 444 5 770

www.fanset.com • info@fanset.com



/fantomevaletleri



/FantomEvAletler



/fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomevaletleri

Danışma Hattı  
0800 219 02 79

Türkiye genelinde  
400 Adet Teknik Servis

# Perakende ve Teknoloji Dünyasından 500 Profesyonel Verimlilik Çözümleri İçin Bir Arada

Türkiye ekonomisi için üyeleriyle 5 bini aşkın satış noktasında 135 bin kişilik istihdam ve 70 milyar TL'lik katma değer yaratan Kategori Mağazacılığı Derneği (KMD), "Perakende Teknolojileri Konferansı"nın dördüncüsünü 3 Ekim 2017 tarihinde Radisson Blu Hotel'de 500'e yakın üst düzey yönetici ve teknoloji girişimcisinin katılımıyla gerçekleştirdi. Teknoloji girişimcileriyle KMD üyeleri arasında yeni iş bağlantılarının kurulması amacıyla düzenlenen 45 dakikalık hızlı tanışma maratonu "Meet&Tech", en yenilikçi perakende teknolojileri projelerinin uluslararası arenaya da tanıtımına odaklanan "Perakende Teknolojileri Ödülleri - PE-TEK" gibi yeniliklerle kapısını açan "Perakende Teknolojileri Konferansı", giderek büyüyen ilgi ve teknoloji konusunun gündemdeki önemi üzerine bu yıl tam gün düzenlenmeye başladı. "Perakende Teknolojileri Konferansı"nda sektörü geleceğe taşıyan haritanın belirlenmesinde en önemli rollerden birini üstlenen heyecan verici teknolojilerin tanıtıldığı "Çözüm Oturumları"nın yanı sıra ezber bozan konularıyla ilham veren konuşmacılar da büyük bir ilgi gördü. Konferansta tüm konuşmacıların verdiği ana mesaj; başarıya ve verimliliğe ulaşan yolun teknolojiyi yakın takip ederek ihtiyacı doğru karşılayan yatırımları yapmaktan geçtiği oldu.

Konferansın açılış konuşmalarını KMD Yönetim Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım ile Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Erol Bilecik yaptı.

KMD Yönetim Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım, açılış konuşmasında şu değerlendirmeyi yaptı: "Perakende Teknolojileri Konferansı, perakendenin teknoloji ile olan yakın ilgisinin somut bir göstergesidir. Sektörün en önemli oyuncularını burada aynı amaç için bir arada görmek bize gurur veriyor. Perakende Teknolojileri Konferansı'nın, özellikle teknoloji yatırımlarımızda önümüzdeki seçenekleri ve perakende trendlerini görebilmemiz, perakende deneyimlerinden faydalanabilmemiz ve bilgi alışverişinde bulunabilmemiz açısından çok faydalı olduğuna inanıyoruz. Stok kontrolünden CRM çalışmalarına, mağaza güvenliğinden etiketlere, insan kaynaklarından mağaza planlarımıza kadar her alanda vazgeçilmezimiz haline gelen teknolojiyi enine boyuna ele aldığımız konferansımızda, bizler yatırımlarımızı şekillendirirken, teknoloji girişimcilerimiz de kendilerine yeni işbirlikleri için önemli fırsatlar yakalayacaklar. Hem perakendecilerin hem de teknoloji girişimcilerimizin önünü açması bakımından yararlı bir gün geçirdiğimizi düşünüyorum."

Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) Yönetim Kurulu Başkanı Erol Bilecik, dijitalleşmenin insan hayatının artık tam merkezinde olduğunu belirterek, "Bu yeni düzen markaların insanı merkeze alarak yenilikçi fikirlere yatırım yapmasını, ürün ve hizmetlerin tasarım, üretim ve sunumunda teknolojiyi odağa almasını fazlasıyla gerektiriyor" dedi. Yeni çıkan teknolojiler nedeniyle perakende düzeninde sürekli



değişiklik yaşandığını dile getiren Bilecik, dijital teknolojinin insan hayatına getirdiği yenilikleri ve etkilediği sektörlerden bahsetti. Bilecik, perakendedeki dijital dönüşümün nedeninin sadece teknolojik değişimler olmadığını kaydederek, burada müşteriden gelen talebin de etkili olduğunu aktardı. Teknolojinin iş yapış şekillerini değiştirdiğini aktaran Bilecik, "Her geçen gün yeni iş kültürü doğuyor. Bugün doğan çocuklar muhtemelen 2020'li yılların içerisinde şu anda tanımını koymadığımız, 100'ün üzerinde, 60'ın üzerinde yeni meslekler yapıyor olacaklar." diye konuştu. Bilecik, dijitalleşmenin insan hayatının artık tam merkezinde olduğunu kaydederek, "Bu yeni düzen markaların insanı merkeze alarak yenilikçi fikirlere yatırım yapmasını, ürün ve hizmetlerin tasarım, üretim ve sunumunda teknolojiyi odağa almasını fazlasıyla gerektiriyor." ifadesini kullandı.

Teknolojiyle birlikte müşterilerin satın alma alışkanlıklarının da değiştiğinden bahseden Bilecik, tüketicilerin markalarla her an her yerden iletişime geçme konusunu önemsedüğünün altını çizdi.

KMD Genel Sekreteri Füsun Tavus'un açıklamasında dikkat çektiği noktalardan biri ise derneğin eğitim alanında sürdürdüğü çalışmalara bir yenisini eklemesi oldu. KMD'nin PERAVOC Perakendede Mesleki Yeterlilik Belgelendirme Merkezi isimli projesinin en önemli özelliklerinden biri firmaların bilgi teknolojileri alanında insan kaynağı kapasitelerinin geliştirilmesi ve mesleki yeteneklerinin belgelendirilmesi. Füsun Tavus, geleceğin ufuklarını teknolojiyle çizen perakende sektörü için projenin taşıdığı önemi şu sözlerle anlattı: "İstanbul Kalkınma Ajansı desteğiyle yürütülen PERAVOC Perakendede Mesleki Yeterlilik Belgelendirme Merkezi, perakende sektöründe bir ilk olacak. Projenin meslek kapsamlarının perakendeye özgü mesleklerle daha da genişletilmesi, sektörün geleceği için önemli bir yatırım olacak. Mesleki yeterlilik belgesi almaya hak kazanan adayları çalıştıran işletmeler 12 ila 48 ay arasında SGK teşviklerinden yararlanacaklar."

## PE-TEK Ödülleri Sahiplerini Buldu

Kategori Mağazacılığı Derneği (KMD), bu yıl 4. defa yüzlerce profesyonelin katılımıyla 3 Ekim 2017'de gerçekleştirdiği "KMD 4. Perakende Teknolojileri Konferansı" bünyesinde "PE-TEK Perakende Teknolojileri Ödülleri" kazananları açıkladı. PE-TEK Perakende Teknolojileri Ödülleri'nde OBASE, Veriye Dayalı Akıllı Stok Yönetimi çözümü ile ve İNİNAL, Sadakat Programı ve Ödeme Altyapısı çözümü ile "En İyi Teknoloji" ödüllerine layık görüldüler.

Teknoloji girişimcilerinin teşvik edilmesi amacıyla, VİSPERA, Görüntü Tanıma Servisi çözümü ile ve KIRKİKİ, Enstrüman Tablet çözümü ile "Jüri Teşvik Ödülü" kazandılar.

KMD Yönetim Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım, bu tür ödüllerin girişimcileri teşvik ettiğine ve önünü açtığına değinerek, "Ödül başvurularını değerlendirirken çok farklı çözümlerle karşılaşarak, yerli girişimcilerimizin bu çalışmalarından büyük gurur duyduk. Bu tür yarışlar, daha iyi çözümler geliştirmek için teknoloji girişimcilerinin önünü açarken biz perakendecilerin de yatırım kararları için önemli referanslar haline gelmelerini sağlıyor. Sonuçlarımızı açıkladıktan sonra birçok perakendecinin kazanan firmalarla işbirliğine gideceğine inanıyoruz. Gelecek yıllarda ödül programımıza daha yoğun katılımın olmasını bekliyoruz" dedi.





# ARZUM

Sen dokunursun değişir dünya



**OLIMPIA  
ENERGY**



**MULTI  
CYCLONE  
TECHNOLOGY**



## EVLERDE TOZ HAPSİ BAŞLADI.

Arzum Olympia Energy, Multi Cyclone teknolojisiyle kir ve tozların %99,99'unu hapseder, uzun ömürlü bir temizlik performansı sunar.

**%99,99  
TOZ  
HAPSİ**

# Moda ve Teknoloji Sanatla Buluştu!

Sanatla teknolojinin iç içe geçtiği televizyon Samsung The Frame'in Türkiye lansmanı ikonik Fransız Galeries Lafayette'te yapılan bir davetle tanıtıldı.



Samsung Electronics Türkiye Başkanı DaeHyun Kim, Galeries Lafayette ile gerçekleştirdikleri proje birlikteliğinden duydukları memnuniyeti ifade etti ve sözlerine şöyle devam etti; "Samsung olarak 'Dünyaya ilham ver, geleceği tasarla' vizyonumuz doğrultusunda çalışıyor, en son teknolojileri en yenilikçi şekilde kullanıcılarımıza sunabilmeyi çalışmalarımızın önemli bir parçası olarak görüyoruz. Bugün Galeries Lafayette ile birlikte kullanıcılarımıza ilham vereceğimize inandığımız yeni bir iş birliğini duyurmaktan büyük bir mutluluk duyuyoruz. Bugünden itibaren 1 ay boyunca televizyona sanatsal bakış kazandırdığımız The Frame ürünümüz Galeries Lafayette'in vitrinini süsleyecek" dedi.

Günümüzde teknoloji ve sanatın ilk kez bu kadar iç içe geçtiğini, gündelik hayatımızın teknoloji, tasarım ve sanatla zenginleştiğine şahit olduklarını ileten Demsa Group YKB Vekili Demet Sabancı Çetindoğan, "Bu düşüncelerle, bugün, dünyanın teknoloji devlerinden Samsung ve ikonların yaratıcısı, Parisienne şıklığı ve zarafetinin temsilcisi Galeries Lafayette'in işbirliği ile sunulan Frame Tv'nin tanıtımında bulunmaktan büyük heyecan duyuyorum. Demsa Group olarak dünyanın

asırlık moda ikonu Galeries Lafayette'i de aynı anlayışla Türkiye ile tanıştırdık ve ülkemize 200'ün üzerinde yeni marka kazandırdık. 124 yıllık geçmişle dünyada birçok ilke imza atan Galeries Lafayette'in Türkiye ile buluşmasından ve Demsa Group olarak bu buluşmaya katkıda bulunmaktan büyük bir mutluluk duyuyoruz." diye belirtti.

Türkiye'nin yeni moda destinasyonu mottosuyla yola çıkan Galeries Lafayette'e şık ve zarif tasarımlarıyla The Frame'in çok yakıştığını ifade eden, Samsung Electronics Türkiye Tüketici Elektronik Satış ve Pazarlama'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Mert Gürsoy; "Günümüzde tasarım kavramı yaşam tarzı, zevkler ve tutkularla tanımlanıyor. Yaşam alanları içerisinde kullanılan teknolojinin oldukça kişisel bir unsur olduğunu biliyoruz. The Frame, iç dekorasyona mükemmel uyum sağlayarak tüketicilerin mekânlarına ve hayatlarına güzellik katmayı hedefliyor" dedi.

## Açıkken televizyon, kapatıldığında sanat eseri

Sanatsal bir tasarıma sahip olan ve Türkçe'de çerçeve anlamına gelen The Frame, 55 ve 65 inç ekran ölçü-

leriyle sunuluyor. The Frame'de, ekranı yağlı boya tablolarından kişisel fotoğraf kitaplığına kadar geniş yelpazede seçkin sanat eserleri gösteren bir çerçeveye dönüştüren "Art Mode" (Sanat Modu) özelliği bulunuyor. Böylece TV, UHD kalitesinde görüntüler sunuyor ve kapatıldığında kişiye özel düzenlenebilen bir sanat eserine dönüşüyor.

Özelleştirilebilir çerçeve seçenekleri sunan The Frame, ceviz, bej ve beyazdan oluşan çerçeve renkleriyle herhangi bir odanın ambiyansını ve dekorunu zenginleştirip değiştirebiliyor. Ayrıca, hareket sensörü insanların hareketini algılıyor. The Frame, odada kimse yokken güç tasarruf moduna geçiyor, biri odaya girdiğinde ise tekrar açılıyor. Tüm bunların yanında, The Frame duvara boşluksuz monte edilebilmesini sağlayan tasarımı ve görünmeyen bağlantı özellikleri ile hiçbir kablo görünmeden, tam bir yaşam alanı ögesi olarak duvarda gerçek bir çerçeve ya da tablo gibi görünüyor.

## Whirlpool Corporation Türkiye'ye Yeni Finans Müdürü



Whirlpool Corporation Türkiye Finans Müdürü Çağlar Erdem oldu. Whirlpool Corporation'ın Türkiye finans ticari organizasyonunu yönetecek olan Erdem'e başarılar dileyen Whirlpool Corporation Türkiye Genel Müdürü Gabriele Esposito; "Kendisinin finans ekibini harika bir şekilde yöneteceğine inanıyorum" dedi.

## Çağlar Erdem Kimdir?

İstanbul Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olan Erdem, Marmara Üniversitesi'nde finans ve muhasebe alanında yüksek lisans yaptı. Profesyonel kariyerine 2003'te PepsiCo'da başlayan Erdem, 3M ve Akzo Nobel finans departmanlarında kariyerine devam etti.



# VEYRON TURBO XL PREMIUM

TOZ TORBASIZ KURU VAKUM SÜPÜRGESİ

*Sürükleyici bir performansa hazır mısınız?*



Güç hiç bu kadar çekici olmamıştı!



LED ALERT SYSTEM / LED UYARI SİSTEMİ

Hazne içi ışıklı uyarı sistemi,  
süpürge filtre grubu göstergesidir.  
Tam performans çalışma esnasında MAVİ IŞIK,  
hazne filtre grubu dolduğunda ya da tıkanığında  
KIRMIZI IŞIK devreye girer.

# Perakendede Toparlanma Olsa da Durgunluk Devam Ediyor

Dünyanın en büyük profesyonel hizmet şirketlerinden biri olan Deloitte, 'Türkiye Perakende Sektörü Gündemi' başlıklı analiz raporunu yayınladı. Raporla göre perakende sektöründe 2017'nin ilk yarısında hafif bir toparlanma gözlemlense de var olan durgunluk henüz tamamen ortadan kalkmış değil. 2016'da yaşanan iflas ertelemeler, mağaza kapatmalar da göz önüne alındığında, makroekonomik trendlerin ve önemli kur dalgalanmalarının sektörü çok olumlu etkilemediği ve 2017'nin ilk yarısında da sert rüzgârların etkisinin devam ettiği değerlendiriliyor. Türkiye'de genel olarak sepet tutarı düşme trendindeyken, 2017 büyüme hedeflerini aşağı yönlü çeken büyük perakendecilerden de bahsetmem mümkün. Diğer taraftan bahsi geçen olumsuz gelişmelere rağmen perakende sektörü ve ekosistemi gelecek yatırımlarına devam etmekten geri durmuyor.

## AVM sayısındaki artış ve kira gelirleri azalma eğilimde

Deloitte analizine göre son 10 yılda AVM sayısı yaklaşık 3 katına çıkarak 2017'de 387'ye; toplam kiralanabilir alan ise 11,75 milyon m<sup>2</sup>'ye ulaştı. 2015'te bu rakamlar sırasıyla 368 ve 10,25 milyon m<sup>2</sup> idi. Hâlihazırda inşaatı devam eden 50 AVM'nin ise 2020 yılında tamamlanması bekleniyor. Ne var ki, önümüzdeki yıllarda 'sağlıklı zayıflama' stratejisi ile AVM sayısındaki bu artışın daha yavaş ilerleyeceği öngörülmüyor. Bunun sebepleri arasında ise TL'nin yaşadığı değer kaybı nedeniyle kiralama işlemlerindeki düşüş, 2017'nin ilk yarısında %20 seviyelerine varan boşluk

oranları, kişi başına düşen perakende harcamalarındaki düşüş, ülkeye gelen turist ve azalan AVM ziyaretçi sayıları olarak öne çıkıyor.

AVM kira gelirlerinin ise 2016 itibarıyla başlayan ve 2017'de devam eden azalma trendine geçtiği görülüyor. Nitekim 2017 ilk yarısında AVM birincil kira rakamlarının m<sup>2</sup> başına aylık 90 Avro'dan 70 Avro seviyesine düştüğü gözleniyor. Son dönemde kurda yaşanan ciddi dalgalanma karşısında ise sektör birlik duruşu gösteriyor ve kiraların TL bazına çekilmesi/indirim olması gibi anlaşmalar yapıyor.

## Türk perakendecilerin büyüme kaynağı değişecek

2016'da yaşanan dalgalanmalar ve ileride yaşanabilecek olası yeni sert rüzgârlar karşısında perakendeciler sürekli büyüme ve mağaza açma trendini kırarak 2017'de riski azaltma, mevcudu koruma hatta 'sağlıklı zayıflama' stratejisi ile mağaza kapama hamlelerinden faydalanıyor. 2017'nin ikinci yarısı ise maliyet ve nakit yönetimi açısından sıkıntılı bir dönem olmaya aday... Deloitte analizine göre, belirsizliğin hâkim olduğu zamanlarda perakendeciler, çevik pozisyon alabilmeleri ve sağlıklı kalabilmelerinin önemini daha çok hissediyorlar. Sağlıklı zayıflama stratejisi kapsamında bugüne kadar mağaza açarken çok da ince eleyip sık dokumayan sektör, artık mağaza kapamayı da deneyimliyor. Sektördeki bazı önemli oyuncuların hâlihazırda bu stratejiyi uygulamaya başladığını görülüyor. Yıllardır Türkiye'de iç pazarın cazibesine kapılan, yurt dışı yatırımlarına ağırlık vermeyen perakendecilerin,

yakın gelecekte bölgesel ve/veya küresel yatırımlarına finansal sağlıkları el verdiğince yoğunlaşacakları değerlendiriliyor. Bu kapsamda Türk perakende şirketleri için büyümenin kaynağı değişecek. Diğer taraftan, tüketicilerin perakende şirketlerinden beklentileri artıyor; beklentiler ile gerçekler arasındaki makas ise açılmaya devam ediyor. Raporla, perakendecilerin 2017'nin ikinci yarısında çevik hamleler yaparak sağlıklı kalmayı hedeflerken; tüketici beklentilerini karşılama yolunda özellikle dijital kanalda çalışmaya devam edecekleri aktarılıyor.

## MediaMarkt 3 Günde 2 Yeni Mağaza Açtı

MediaMarkt, kesintisiz büyüme ve açık ara lider tüketici elektroniği perakendecisi olma hedefiyle yeni mağaza yatırımlarına Ankara ve Erzurum'daki yeni mağaza açılışları ile devam ediyor. MediaMarkt, 28 Eylül'de Ankara MetroMall AVM'de gerçekleşen, 30 Eylül'de ise Erzurum MNG AVM'de gerçekleşecek olan mağaza açılışlarına özel yüzde 50'ye varan indirimlerle tüketicilerinin yüzünü güldürüyor.

## Yeni nesil alışveriş keyfi 8. kez Ankara'da!

Ankara MetroMall AVM'de tüketicilerin yoğun ilgiyle açılış gerçekleştirilen yeni mağaza, ziyaretçileri açılışa özel kaçırılmayacak fırsatlarla buluşturdu. Toplam 3050 metrekarelik alanı ve 50 binden fazla ürün çeşidiyle tüketicilere konforlu bir alışveriş deneyimi yaşatan mağaza, açılışının ilk gününde Ankaralı tüketicilerin ilgi odağı oldu. MediaMarkt Türkiye İcra Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım; "MediaMarkt olarak, kesintisiz büyüme hedefimizle geçtiğimiz hafta Türkiye'deki 51. mağazamızı hizmete sunmuştuk. Bugün ise Ankara'daki 8. mağazamızı tüketicilerimizle buluşturmanın gururunu yaşıyoruz. 30 Eylül'de ise Erzurum MNG'de açacağımız yeni mağazamız ile Erzurumlu tüketicilerimizle ilk kez buluşacağız. Tüketicilerimizi merkeze alan anlayışımızla onların beklentilerine kulak vererek en iyi konumlarda mağaza yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Yeni mağazalarımızda ürün çeşitliliğimiz ve hizmet kalitemiz ile tüketicilerimizin yüzünü güldürecekimize inanıyor, yeni mağazamızın hayırlı olmasını diliyorum" dedi.



## ALIŞVERİŞ MERKEZİ GELİŞİMİ: ADET VE TOPLAM KİRALANABİLİR ALAN



Kaynak: Deloitte Analizi

“HER ŞEY DAHA İYİ OLACAK”



EKRANLARDA



Bülent Mataracı

DAĞITIMKANALI  
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](http://www.businesschannelturk.com)



Satış Sonrası Hizmetler Derneği



İletişim: [yildirimsoylemez@dagitimkanali.net](mailto:yildirimsoylemez@dagitimkanali.net)





**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

## Kim Bunlar? Kim Bunlar?

Başlık bana Zeki Alasya, Metin Akpınar filmlerini hatırlattı. Güzel ülkemin, güzel mahallesi, saf, iyiliksever insanları, çıkar-sız dostlukları, belki romanlaşmamış ancak delicesine yaşanan sevdaları filmlerde kaldı sanki. İstemem bu haslet kaybolsun...

Kaybolan değerlerimiz var mı? Var.

Paylaşma, yardımlaşma dostluk arkadaşlık, aşklar, ülkeye bağlılık, Cumhuriyetimizin değerlerine bağlılık kayboluyor...

Peki kim kaybediyor? Kimler kaybedilmesine neden oluyor?

Sahi "kim bunlar"? Cevabını aşağılarda bulacağız. Sanayi devriminden bu yana son raddesine gelen küreselleşme, bireyselleşme terimini de hayatımıza oturtmuştur. Örneğin, matbaa icat edilmeden önce kitaplar toplu olarak okunmuş, matbaadan sonra çoğaltılabilen kitaplar, taşınabilir de olmasından dolayı sosyal aktivite olmaktan çıkıp bireysel aktiviteye dönmüştür. Yakın tarihten de örnek verirse de 90'lı yıllarda sobalı ve bir televizyonlu evde hep beraber otururduk. Bizi bir tutardı. Şimdi doğalgaz geldi, teknoloji daha kolay ulaşılabilir oldu, televizyon sayıları evlerde arttı.

### Bireysellik

Bireysellik insanın kişiliğinin belirginleşmesi, içinde bulunulan sosyal, siyasal, arkadaş topluluklarının dışında bir kimlik geliştirme halidir. Bu bireyselleşme de katlanarak yalnızlığa ve duyarsızlığa dönüşmüştür. Çünkü, biz bireyselliği bencilikle karıştırdık. Bencilik insanda empatiyi yok etti ve sosyal duygulara zarar verdi. Dengeyi kuramadık...

Buradan nereye geleceğimi merak etmişsinizdir.

Bir toplumu ayakta tutan sahip olduğu değerleridir, ortak paylaşımlarıdır. Aynı ruhu taşımak, yardımlaşmak, iyi niyet gütmek, dertleşmek, sırt sırta vermek bizi biz yapanlardı...

Biz yüzyıllardır geleneğimizle, göreneğimizle sevgimizle, saygımızla, vatanseverliğimizle, temiz duygularımızla yaşamış insanlarız...Bizim mahallerimiz, komşularımız, manavımız vardı. Tanırdık... Kavgaya hep beraber kavgaya da giderdik, düğün derneğe de. Bu da öyle bir şey. Ülke tehlikelere karşı koymamız için birbirimizin arkasında olmamız lazım. Çoluğumuza çocuğumuza bunları unutturmayaca-

ğız. Hep böyle var olacağız ki; birlikte yaşayabilelim, ülkemizi, çevremizi, sevdiklerimizi daha yaşanabilir ve müreffeh hale getirelim, keyfimiz yerinde olsun, sabah işyerimize mutlu ve gülerken gidelim, şehit haberleri ile ağlamayalım...

### Bencilleşmenin tablosu

Sosyal ve siyasal açıdan dengelerimizi, değerlerimizi bozan ne varsa; hayatımızdan uzak tutmanın yollarını bulmak gerek, hatta zorunluyuz. Bencilleşme ve bireyselleşme bizim duygularımızı ve cebimizi nasıl yakıyor görelim.

Birileri, domatesin tarlada 10 kuruş, 20 kuruş, tezgahta 2- 3 lira olduğunun, bu farkın araçlarda olduğunu söylüyor. Eeee...Biz de soralım "kim bunlar"? Soralım da önce şöyle bir hesaplama yapmamız gerekmiyor mu? Öyle ya hesap soracak konu ile ilgili, bilgili de olmamız gerekir.

Adana'da mahsulü tarlada kilosunu 20 kuruştan aldık, 10 kiloluk kasalara koyduk. Kasanın tanesi 1 lira kilo başına 10 kuruş maliyet bindi. Adana-İstanbul arası nakliye bedeli 5000 lira ödedik. 500 lira da yük boşaltma maliyeti ödüyoruz ve aracımız da 20 ton yük taşıyor. Yani 20.000 kg.

Toplam maliyete bakalım;

Kasa Bedeli: 2000 TL  
Taşıma Bedeli: 5000 TL

Boşaltma: 500 TL  
Depolama: 500 TL  
Domates bedeli: 4000 TL  
Toplam: 12.000 TL Maliyet  
%20 Toptancı Karı: 2400

GENEL TOPLAM: 14.400

%30 perakendeci farkı (fire göz ardı edildi): 4300  
Toplam Tutar: 18.700  
Toplam Maliyet: 18.700 /20.000 KG= 94 Kuruş Kg. Maliyet

Eh, arada "kim bunlar" dediklerimiz de kg. başına yüzde 100 hesabımıza göre, 1 lira kazanmış olacaklar. "Kim bu"? Taşımayı karayolu ile dünyanın en pahalı yöntemiyle, kim yaptırıyorsa O'dur. Ülkemizde demiryolu, denizyolu gibi ucuz maliyetli taşımacılık yerine, uyduruk kamyonlarını bize satarak karayolu taşıması yaptıranlar ve bu sisteme karşı durmayanlar kimse, işte bunlar. Benzin, mazot maliyeti ve petrolü ithal eden ülke olarak düşünmeyenler de onlar ve onlardandır.

Kısacası ülkemizde ekonomik sistemi; bu sistemden trilyonlar kazanıp, darbe ve terörle de bu sistemi yerleştirmeyi amaçlayan ve kaos yaratarak insanların gündemlerinden uzak tutanlardır. Bunların işbirlikçileri de onlardandır. Bu soruları, her sektör ve her olay için sorsak iyi olur. Sahiden soralım ya! "Kim bunlar"?





**ALPAY KAJAN**  
Arzum Kredi Kontrol Müdürü  
akajan@arzum.com

## Şirketlerde Büyüme

Büyüme sadece şirketin kârının, gelirlerinin artışı olarak tanımlamak doğru değil. Gerçek büyüme hem şirket karlılığının hem de şirket ortaklarının sahip olduğu hisse değerlerinin artışıdır. Uzun vadeli yatırımlara ağırlık veren bir şirketin değerinin arttığını söyleyebiliriz. Fakat o yıl içindeki karlılığı, büyüme oranı düşük gözükebilir. Oysa, bu şirket "sürekli büyüme" (sustainable growth) sağlamak için doğru bir adım atmıştır. Gerçekten değer yaratarak büyümek, sadece gelirlerinizi artırmak, muhasebe defterlerinizdeki kârı yükseltmek anlamına gelmez. Değer yaratarak büyümek, gelirlerinizin ve hissedarlarınız için yarattığınız değer sektör ortalamasına kıyasla büyümesi anlamına gelir.

### Keynes'in ekonomik düşünceye 5 önemli etkisi

20. yüzyılın en önemli ekonomisti John Maynard Keynes, ekonomik düşünceye pek çok yenilik getirmiştir. John Maynard Keynes, klasik ve neo-klasiklerin otomatik tam istihdam dengesine dayanan kuramsal temelleri alt üst ettiği için bu, Keynesçi Devrim olarak da bilinmektedir. Keynes ekonomisi devrimci niteliğine rağmen, kapitalizme karşı olmakla beraber daha da ileri götürerek kapitalizmin eksiklerini giderme amacı taşımaktadır. Daha farklı bir deyişle, Keynes temelde devlet müdahalesi ile kapitalizmi yaşatmak ve kapitalizmi daha ileri götürme amacı taşımaktadır. Keynes, ekonomi kuramına getirdiği yeni kavramlar ve çözüm tekniğiyle bu alanda yepyeni düşüncelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Keynes, makro sorunlar üzerinde durmuştur: Keynesyen ekonomi; temel olarak belli firmalar, endüstriler, tüketim birimleri ve bunlar arasındaki karışık bağlantılar türünden mikro sorunlardan ziyade, makro değişkenler üzerinde durmuştur. Makro ekonomiyi Keynes keşfetmesi de bu yaklaşımın büyük bir hızla gelişmesini sağlamıştır. Keynes, Say Kanununu sorgulamıştır: Sizce, ekonomide üretilen hizmet ve mallara olan toplam talep, ekonomi tam istihdam seviyesindeyken üretimde bulunduğu zaman, arz edebilecek tüm hizmet ve malların satın alınması için yeterli midir? İşte bu soruyla Keynes, Jean Baptiste Say'ın dillere destan Say Kanunu'nu sorgulamıştı.



Keynes'in çözmeye çalıştığı başlıca sorun, toplam arz ile toplam talep arasında istenilen bir denge sağlanıp sağlanamayacağıdır. Bu nedenle Keynes, toplam talep kavramı üzerine düşünmüştür. Ve say kanununu çürütmeyi başarmıştır: Keynes, insanların para tutmak istemesi için farklı nedenlerin olduğunu, paranın sadece bir mübadele aracı olmadığını ve paranın miktar kuramının yanlış olduğunu ortaya koyarak Jean Baptiste Say'ın Say yasasını çürütmüştür.

Tam istihdamı özel bir durum olarak incelemiştir: Keynes, ekonomide işsizliğin bir dengesizlik sonucu olarak değil bir denge durumu olarak ortaya çıkabileceğini savunmuştur. Geleneksel ekonomi teorisine göre işsizlik varsa, reel ücretlerde yaşanabilecek herhangi bir düşüş iş verenlerin daha fazla işçi kullanmalarına neden olacak ve sorunu çözecektir. Keynes'e göre devlet ekonomiyi müdahale etmelidir: Karma ekonomiyi savunan Keynes'e göre tam istihdam ve düşük kapasite üretimi sorununu çözenin en iyi yolu devletin ekonomiyi müdahale etmesidir. Ona göre devlet ekonomiyi, maliye politikası gibi doğrudan veya para politikası gibi dolaylı olarak alınacak önlemlerle müdahale etmelidir.

### Yol Ayrımındaki Türkiye Ya Özgürlük Ya Sefalet/Selçuk Şirin

Kendinizi cehaletten yılmış, dün ile fazlasıyla yorulmuş hissediyorsanız elinizdeki kitap sizi Türkiye için yeni hayaller kurmaya davet ediyor. Selçuk Şirin sıkı bir araştırmacı. Türkiye'nin kritik bir yol ayrımında olduğunu verilerle kanıtıyor. Buradan

ileriye ancak özgürlükle, adil rekabetle, kaliteli eğitimle gidebileceğimizi gösteriyor. Bunu beylik sözlerle değil somut verilerle yapıyor. Lafı dolandırmıyor, en sade anlatımla, her kesimden okuru yol ayırımıdaki Türkiye'de doğru tercihi aramaya davet ediyor. Türkiye'den neden bir WhatsApp çıkmaz, diyor. Hayatı bulduğu gibi bırakmak istemeyenlerdenseniz, bu kitap size çok iyi gelecek. Tüm ebeveynlere zorla okutulması gereken kitaplardan biri. En azından bu şekilde aileler çocuklarının geleceği için bir şeylerin düzelmesini devletten beklemek yerine kendi yapabilecekleri şeylerin farkına varırlar. Bilimsel ve felsefi düşünmek, özgür düşünmek, okumak, araştırmak ve fikir üretmek, bütün mesele bu.

### Savaş Çanları...

Bir savaş hakkında hissetmem gerektiği gibi, bize söylendiği gibi hissetmiyorum. Bir savaş hakkında öğretilenlerin tamamını reddediyorum. Benim aklım anlatılanlarla paralel çalışmıyor, üzgünüm! Belki bir moron gibi yaptığım bir şey var, adı "düşünmek". Belirli kalıplara sığdırılmış düşünce doğrularından ziyade, kendi görüşlerimi de sevdiğim için bazen çevremde pek sevilmem. Dünya üzerinde barışı korumakla görevli örgütlerin söylediği hiçbir şeye inanmıyorum. Tarihimizin en acı yanlarından biri kendimizi ne kadar tekrar ettiğimizdir. Savaşlarla kazanılanlar bir gün yine savaşlarla geri alınıyor. Toprak el değiştirmeye müsait. Bilim, insanlık için sanayi ve teknoloji ve bunların toplamından ortaya çıkan kültürü savaşla elde edemesiniz emin olun.



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

# Daha Verimli ve Etkin Bir Satış ve Pazarlamaya Giden Yol



Kalite, maliyet, süre ve motivasyon  
Bu sefer bol görsel kullanarak, mesajımı aktarmaya gayret edeceğim.

Her iş, kendini oluşturan adımlardan oluşur. Her adım önemlidir zira her birini çalışanlar gerçekleştirir. Her çalışan yaptığı işten keyif almalı, mutlu olmalıdır. Yaptığı iş anlamlı olmalı, işini geliştirebilmeli ve şirkete katkısını görmelidir. Bunun için metot gerekir. Satış ve pazarlama işleri bu kuralın dışında değildir. Verimli ve etkin olacaksınız, detaya girip, işi iyileştirmeli ve anlamlı kılmalısınız. Bunu yönetim kademeleri ve işi yapanlar birlikte başarabilir. “Verimli olunacak; ol!” doğru bir tarz değildir.

## Satış ve pazarlamanın amacı

Satış ve pazarlamanın amacı mevcut müşteriyi elde tutmak ve yeni müşteri kazanmaktır. Bunun ilişki ve iletişim yeteneğine ilaveten bilimsel metot uygulanarak gerçekleştirilmesi gerekir. Eğer bunu başarabilirsiniz, süreç, öngörülebilir (sonuçlar ve süreler), kişilere bağlı olmayan (kalite), daha kolay, daha hızlı, daha düşük maliyetli hale gelecektir.



## İsraflar

Pazarlama ile başlayıp satış ile devam eden ana sürecimiz nihayetinde müşteride son bulur. Öncelikle bu süreç israflar içerir. İsrafları müşterinizi düşünerek şu soruları sorarak bulmayı deneyin: “Potansiyel müşteriler bizi biliyor mu? Bize ulaşabiliyor mu? Bizden satın alıyor mu? Mevcut müşterilerimiz bizden tekrar alıyor mu? Bizi tavsiye ediyor mu?”

“Evet”ler için tebrikler, “hayır”lar için ilave soru: “Neden?”

Bu sorularla yakalayacağınız israfları ortadan kaldırmayı hedeflemelisiniz.



## Kapsama alanı

İşin pazarlama ile başlayan bölümü, pazardaki “bilinirlik” ve “ulaşılabilirlik” ile ilgilidir; buna “kapsama alanı” diyebiliriz. Daha çok potansiyel müşterinin “zihninde bulunur” olmak, pazarlamanın başarısıdır. Şirketlerin bu aşamada sıklıkla “dağıldığını”, yeni metotları hayata geçirmekte geciktiklerini, teknolojiyi kavrayamadıklarını, gereksiz bütçeler harcadıklarını, nereye odaklanacaklarına karar veremediklerini görüyoruz. Bunlar israfları yakalama fırsatıdır.



Çözüm, doğru stratejileri belirlemekle gelir. Stratejinin özü, “kime ne satacağımıza ve bunu nasıl yapacağımıza karar vermek”tir.

Sürecin bundan sonrası müşteri ile ilk temastır ve satış devreye girer.

Bir sonraki makalede görüşmek üzere, “sağlıkla kalın” demeden önce size bir sorum var: Satış sonucunun sarı daire ile gösterildiği yandaki şekilde, hangi satış pazarlama fonksiyonu daha verimlidir?





**DİDEM TINARLIOĞLU**  
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

## Hayatımızın CEO'su Olsaydık!

Ah, nedir bu kendimizden çektiğimiz, kendimizle alıp veremediğimiz! Sevdiklerimizin ihtiyaçlarına yetişmekten kendi isteklerimize yanıt vermekte biraz ketum davranmıyor muyuz? İncinmelerimiz, kızgınlıklarımız, aşk acılarımız, arzularımıza karşın oluşan ihtiyaçlarımıza ne kadar kulak veriyoruz? Yapmak istediklerimiz yerine, yapmamız gereken şeyler yerine, bambaşka şeylere enerjimizi harcamıyor muyuz?

Öncelikle, bunları yapabilmek için kendimize dürüst sorular sormamız ve kendimizin ne olduğunu bütün olarak tanımlamamız gerekiyor.

Müsaadenizle size birkaç soru sormak istiyorum: Vicdanınızın sesini dinlemeseydiniz, hayatınızda şu an nasıl bir değişiklik olurdu? Hayatınızda sizin gibi iyi yürekli birinin başına gelmemesi gereken şeyler nelerdi? Hayatınızın işçisi değil de CEO'su olsaydınız, hangi radikal kararları alır ve uygulamaya koyardınız? Evet, zor sorular değil mi? Lütfen, içtenlikle yanıtlayınız!

"Hayır" dememiz gerekirken, diyemediğimiz o kadar çok şey varken, içimizdeki çocuğa yapmamız gerekeni yapmayı reddediyor, adeta içimizdeki çocuğa ya da özümzeye diyelim "dur şimdi sırası değil" demekten kendimizi alamıyoruz. O çocuk, "git parklarda oyna, topu al bacağına sektir" demiyor elbette. Hoş, dese keşke! Ve de onu da yapabilsen özgürce. İşimizin gerektirdiği şekilde, karşı tarafı kırmamak adına, çoğunlukla dilimizin ucuna gelen kelimeleri

yutmuyor muyuz?

Haydi, biraz dökelim içimizi! İsteklerimiz, "olması gerekenlerden" oluşuyor çoğu zaman. Birçok şeye evet derken, birçok şeye de aynı zamanda "hayır" demiş oluyoruz. Sizden ricam, bundan sonra nelere evet derken, neleri reddetmiş olduğunuza dikkat etmeniz.

### Yaşamın yarını yok

Birçok şeyin hızlı olmasını ve hemen sonuç vermesini istiyoruz. İnternet bağlantısının birazcık uzun sürdüğü ortamlara bile tahammülümüz yokken, restoranlarda servis biraz geciktiğinde sinirlenmeye başlarken, randevusuna biraz geciken dostumuza bile sitem ederken, isteklerimizi erteleme konusunda bu bonkörlük niye?

Eğer, bir sabah uyanıp da isteklerinizin gerçekleştiği, birdenbire hayatınızın değiştiği günü bekliyorsanız, aldaniyorsunuz. Öyle bir gün yok. Hiç de olmayacak. O gün, sizin belirlediğiniz gündür. Hayatınızda değiştirmek istediğiniz ve değiştirebileceğiniz şeyler mutlaka vardır. Hiçbir şeyi değiştiremiyorsanız, bakış açınızı değiştirin.

### Kontrol etmek ve yönetmek

Biz, kontrol etmekle yönetmeyi birbirine karıştırıyoruz. Hayatımızı kontrol etmekle uğraşırken, bir bakıyoruz; günün sonunda herkese yanıt vermekten, günlük koşuşturma için de birilerine "evet" veya

"hayır" demekten, kendi isteklerimize yanıt veremez hale gelmişiz.

Herkesin ortak derdi, zamansızlık. İtiraf edelim ki bu, kocaman bir yalan. Kendimize söylediğimiz bir yalan hem de. Biz de inanmıyoruz ki buna! Hepimizin bilgisayarlarında koruma programı var değil mi? Bilgisayarımızı tehlikeli virüslerden korumak için, verilerimize zarar gelmesin diye bu programı çalıştırıyoruz. Peki, hayatımızdaki zararlı enerjileri uzaklaştırmak için nasıl bir program çalıştırıyoruz?



### Değişim zor

Değişim zordur, kabul ediyorum, ancak unutmayın ki, gelişimin yolu değişimden geçer. Cesaret edemediğimiz şeyler zor değil. Biz, cesaret edemediğimiz için zor.

Ütopik bir şeyden bahsetmiyorum. Son derece basit, yapabileceğiniz şeylerden bahsediyorum aslında. Vücudunuza küçük bir estetik operasyon yaptırmaya bile karar vermeniz için, önce beyin olarak buna hazır olmanız gerekmiyor mu?

Kilo vermek için spor salonuna gidiyorsunuz, günlerce aletlerle çalışıyor, kan ter içinde kalıyor ancak haftalar sonra ufak ufak etkisini görmeye başlıyorsunuz. Eğer istikrarınızı bozmazsanız, bu değişim hız kazanıyor değil mi?

Aynı şey, hayatınızda yapacağınız değişiklikler için de geçerli. Önce ruhsal olarak buna hazır olmanız gerekir, ardından kararlılığınız ve istikrarlı tavrınız sonucu etkiler.

Ölüm döşeginde yapmadığınız için, pişmanlık duyacağınız şeylerin listesini azaltın.

Hoşnutsuzluğunuzun sizinle bedavadan yaşamasına müsaade etmeyin. Ona bir iş verin. Onu enerjiye çevirin.





# Yenilikçilikten Vazgeçmek Yok!

Bir sayıda daha konumuz yenilikçilik. Büyüme küçülme işleri, kendi halinde nasıl olsa yürüyor. “ÖTV desteği bitti” diye işler de biraz yavaşlar ama sezon etkisiyle tekrar yükselişe geçeceğini umuyorum.

Gelelim esas konumuza; şirketlerimizin yenilik karnesine. Bu ay, reklamlarda etkili bir şekilde Samsung'u gördük. Buzluğu soğutucuya dönüştürülebilir buzdolğu, “waterfall teknolojili” bulaşık makinesi, “akıllı kapak”lı çamaşır makineleri ile tüketicinin ilgisini çekmeyi başardılar. Bir kere daha vurgulamak isterim; bu özelliklerin ne kadar işe yarayacağı tartışılabilir ancak satış noktalarında tüketici ile karşı karşıya kalan satış personellerinin eline bir şeyler vermek lazım.

Enerji sınıfı, ses seviyesi ile bir yerlere varamayacağız. Fark yaratan özellik istiyoruz, vay canına dedirtecek özellik istiyoruz. Pazar, gün geçtikçe doygunluğa erişiyor. Buzdolabından, çamaşır makinesinden “tavşan çıksın” istediğim için, belki yadırgıyorsunuz ama cep telefonlarından çıkartıyorlar. Arabalara, her sezon yeni özellikler ekliyorlar.

## Beyaz eşya sektörü yavaş yavaş dönüyor

Tüm endüstrilerin oyuncularını, büyük bir yarışla birbirlerini geçmeye çalışırken, dünyanın 2. büyük üretici ülkesi yenilikleri dışarıdan bekleyemez. Eskiden çamaşır makinelerinde kazanın içerisinde pervane dönerken, yıllardır kazanı döndürmekten öte gidemedik. Bulaşık makinesinde 2-3 pervane ile suyu döndürmekten bıkmadımız mı hala? Dünya dönüyor beyaz eşya sektörü ise, yavaş yavaş dönüyor.

Mail adresime gelen güzel fikirlere teşekkürler. Maillerinizi bekliyorum.  
[beyazadam@dagitimkanali.com.tr](mailto:beyazadam@dagitimkanali.com.tr)

Sağlıkla kalın.



## TÜRKBESD • Beyaz Dünya • Ağustos 2017

		ÜRETİM	
		Ağustos 2017	Ağustos 2016
Adet / Yıl		2.653.801	2.516.933
Yüzde değişim		%5	
		Ocak - Ağustos 2017	Ocak - Ağustos 2016
Adet / Yıl		18.955.528	16.992.433
Yüzde değişim		%12	
		İÇ SATIŞ	
		Ağustos 2017	Ağustos 2016
Adet / Yıl		860.665	814.559
Yüzde değişim		%6	
		Ocak - Ağustos 2017	Ocak - Ağustos 2016
Adet / Yıl		6.076.147	4.917.278
Yüzde değişim		%24	
		İHRACAT	
		Ağustos 2017	Ağustos 2016
Adet / Yıl		2.008.773	1.886.029
Yüzde değişim		%7	
		Ocak - Ağustos 2017	Ocak - Ağustos 2016
Adet / Yıl		13.024.907	12.425.982
Yüzde değişim		%5	

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



SINGER®

YENİ



SIMPLE 3223R



SIMPLE 3223G



SIMPLE 3223Y

SINGER'LER

REN

GÂ

RENK

Eğlenceli renkleriyle yepyeni ve heyecanlı bir dikiş deneyimi, **SIMPLE 3223** serisiyle sizi bekliyor.

## Türk Girişimi Cosa, Dünyaya Akıllı Oda Termostatı Satacak

Klima ve kombileri akıllandırarak, elektrik tüketiminde %40'a, doğalgaz faturalarında ise %30'a varan tasarruf sağlayan Cosa, kurulduğu 2014 yılından bu yana 6 haneli satış adetlerine ulaştı. 2017 yılı sonuna kadar 7 haneli ciro rakamlarını görmeyi hedeflediklerini açıklayan marka, Türkiye'de üretilen bu teknolojiyi dünyaya ihraç etmeye hazırlanıyor. Cosa ekibi, ürünün hali hazırda altyapı olarak uyumlu olduğu, İspanya, İtalya, Belçika, Kazakistan, İran ve Azerbaycan'da pilot çalışmalarına başladı. Ürünsel testler ve çözüm ortaklıkları çalışmalarının tamamlanması ile birlikte ihracata başlayarak



büyümesine ivme katmayı hedefliyor. Girişim sermayesi fonlarından Revo Capital'in yatırımlarıyla büyüyen ve yola 2 kişi olarak çıkan Cosa ekibi şu an 20 kişi. Sene sonuna kadar 30 kişi olmayı hedefleyen marka, akıllı enerji çözümleri alanında ürün gamını daha da genişletmek için Ar-Ge çalışmalarına İTÜ Enerji Teknokent'i içerisinde devam ediyor.

## Beko Vitaminist ile En Sağlıklı Lezzetler Her An Yanınızda

Sebze ve meyveleri keyifle tüketmenin yolu taze meyve suyu ve smoothie'lerden geçiyor. "Raw Food" yani çiğ beslenme akımının gözde içeceklerinden smoothie'ler, taze meyve sularıyla birlikte protein, mineral, karbonhidrat ve vitamin ihtiyaçlarınızı doğrudan karşılayarak sağlıklı beslenmenizi sağlıyor. Sağlığımızın destekçisi bu ürünleri evde hazırlamak için ihtiyacınız olan tek şey ise iyi bir blender. Beko bu ihtiyacınız için yeni ürünü Vitaminist'i kullanımınıza sundu. Vitaminist adındaki BKK 3098 Blender ile meyve kokteyllerinden detoks içeceklere kadar pek çok farklı tarifi kısa sürede hazırlamanız mümkün. 600 ml. Tritan taşınabilir karıştırma şişesinde hazırladığınız sağlıklı lezzetleri her an yanınızda taşıyabilirsiniz. İçme ağızlığı sayesinde de kullanım kolaylığı sağlayan Vitaminist ile istediğiniz her yerde taze içeceğinizi yudumlayabilirsiniz. 22.000 RPM gibi yüksek dönüş hızı ve 2 kademeli hız ayarı ile sebze, meyve ve faydalı kuruyemişleri kısa sürede pürüzsüz hale getiren Vitaminist, Tritan malzemenin kırılmaz, çizilmez ve koku yapmaz özelliği sayesinde uzun yıllar sağlıklı kullanım imkanı sunuyor.



## Arzum Ütü Ailesi'nden Buhar Gücü Birliği

Arzum Steamart Plus ütü, optimal seramik tabanı ile kumaşın üstünde kolayca kayarak rahat bir ütüleme sağlıyor. Dikey buhar özelliği ve 190g/dk çok buhar gücü ile kırışıklıkları anında yok ederek kolay ütü yapılmasını sağlıyor. Kireçlenmeyi ve damlamayı önleyen sistemi bulunan Arzum Steamart Plus Ütü, kendini temizleme özelliği sayesinde uzun ömürlü kullanım sağlıyor. Arzum Steamart Plus ütünün üç emniyetli otomatik kapanma özelliği ise kumaşın üstünde veya prizde takılı unutmaya ve devrilmeye karşı kendi kendini otomatik olarak kapatarak olası ev kazalarını önüyor. 2600 W'lık gücü ile dikkat çeken Arzum Steamart ütü 425ml kapasiteli su tankı ile kesintisiz ütü yapma olanağı sağlıyor. Mürdüm - Papatya serisi ile uyumlu olarak tüketiciyle buluşan ürün sarı ve mürdüm renkleri ile evlere enerji katacak.



## 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. Bosch Serie 8 WTWH 7560 TR kurutma makinesinde bulunan HomeConnect teknolojisi sayesinde tüketiciler, makineyi diledikleri yerden akıllı telefon ya da tablet aracılığıyla çalıştırarak eve gelmeden çamaşırın kurumasını sağlayabiliyor. Zaman kullanımında büyük rahatlık sağlayan HomeConnect teknolojisi ile kullanıcılar, kurutacakları tekstilin türüne göre örneğin gömlek, kazak, kot ya da yünlü çamaşır için hassas, dayanıklı ya da normal kurutma seçeneklerine göre program seçebiliyorlar. Ayrıca, ütü kuruluğu, dolaba kaldırma kuruluğu ya da ekstra kuruluk gibi tercihlerini de belirleyebiliyorlar.



4,5 Lt. geniş toz torbası,  
74dBA ses seviyesi,  
ve yüksek emiş gücüyle

**YENİ**

**LOTUS**

**TOZ TORBALI ELEKTRİKLİ SÜPÜRGE**  
VACUUM CLEANER WITH DUST BAG

LOTUS ET14260

ARNICA **LOTUS**'UN YENİLENEN  
TASARIMI VE TEKNOLOJİSİYLE TANIŞIN.


 Verimli  
Enerji  
Tüketimi


**arnica™**




[www.arnica.com.tr](http://www.arnica.com.tr)



 [facebook.com/Arnica.Senur](https://facebook.com/Arnica.Senur)

 [twitter.com/ArnicaEvAletler](https://twitter.com/ArnicaEvAletler)

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

## Fakir'den Akıllı Isıtıcılar

Hava sıcaklıklarının düşmeye başladığı bugünlerde Fakir Hausgeräte yeni ısıtıcılarıyla soğuk havayı mekanların dışında bırakıyor. Kış mevsimine geçiş döneminde sert hava değişimlerine karşı önlem

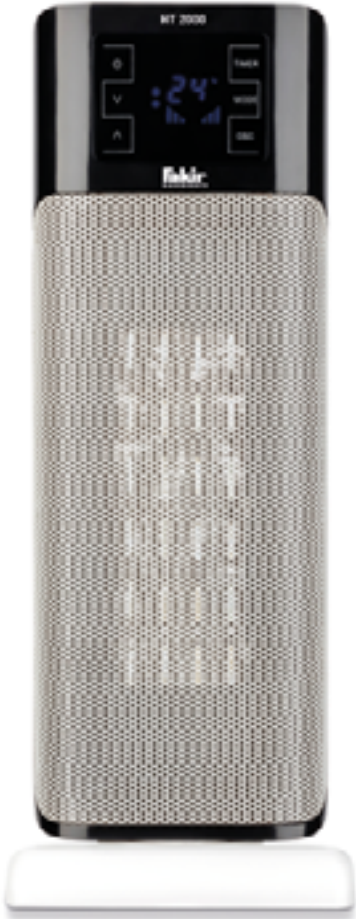
almak isteyenler için Fakir HT 1600 Motion Seramik Isıtıcı ve HT 2000 Seramik Kule Tipi Isıtıcı minimum enerji kullanımıyla sıcak ortamlar oluşturuyor. Isıtıcılar fonksiyonelliğinin yanı sıra modern tasarımlarıyla da mekanlara dekoratif uyum sağlıyor.

### Minimum Enerji ile Üç Boyutlu Isı Dağılımı

1600W gücündeki Fakir HT 1600 Montion, seramik ısıtıcı plakaları ve 5 kademeli ayarlanabilir ısı ayarı ile istenilen sıcaklığı mekanın her yerine ulaştırabiliyor. 1-7 saat arası ayarlanabilir zaman ayarı ile uzun vadeli ısınma sağlarken aşırı ısınma koruma fonksiyonu ve devrilme sonrası devre kesici fonksiyonu sayesinde kaza durumlarına karşı güven veriyor. Save-Smart Technology'si sayesinde otomatik elektronik termostat ile ısı konforunu uzun vadede koruyup minimum enerji tüketimi sağlıyor. Yandan yana 45o salınımın yanında, aşağı yukarı 45o panjur salınımıyla üç boyutlu ısı yayılımı sağlıyor. LED lambası ve uzaktan kumandası da dikkat çeken üstün teknoloji özellikleri arasında yer alıyor.

### Uzun Vadede Dengeli Sıcaklık

Turbo fonksiyonlu Fakir HT 2000 Seramik Kule Tipi Isıtıcı, 3 ısıtma ayarı ve salınım fonksiyonuyla mekanın tümünde eşit sıcaklık sağlıyor. 1-9 saat arası zamanlayıcı fonksiyonu uzun süreli ısınma konforunu mekanlara getirirken aşırı ısınma durumlarında koruma sistemi devreye girerek güven veriyor. Devrilme gibi kaza durumlarına karşı da özel koruma sistemi devreye girip ısıyı kesiyor. LED ekran ve uzaktan kumandasıyla pratik kullanım imkanı veriyor. Fakir Hausgeräte, üstün Alman teknolojiyle tasarladığı ürünleriyle hayatı kolaylaştırıyor.



## GoldMaster TOSTMİX ile Sağlıklı ve Pratik Lezzetler Hazırlayın

2000W'lık gücüyle çok kısa sürede hazır hale gelebilen Tostmix Tost Makinesi günün her saatinde sağlıklı ve pratik atıştırmalar hazırlamayı kolay hale getiriyor. Altında bulunan yağ damlama haznesi ile 180 derece açılıp ızgara olarak kullanılabilir. Çıkarılıp kolayca temizlenebilen kalın döküm plakalar ile lezzetli tostlar hazırlamanıza imkan sunar. GoldMaster Tostmix Tost Makinesi'nin geniş, yapışmaz ve çıkarılabilir granit yüzeyi, pizza dilimi ve börek gibi atıştırmaları ısıtırken de büyük kolaylık sağlıyor, ayarlanabilir sıcaklık kontrolü ve ısıya dayanıklı tutma kolu da güvenli bir kullanım sağlıyor.



## Son Teknoloji Bulaşık Makineleri Hotpoint'te

Hotpoint'in 11 programlı, çevre dostu yeni nesil çamaşır makinesi hızlı performansı ile dikkatleri üzerine çekiyor. Devrim niteliğindeki 'power dry' ve 'power clean' teknolojileri ile en zorlu bulaşıklarda bile 1 saat içinde yıkama ve kurutma yapabilen Hotpoint bulaşık makinesi, ilave hava çekiş sistemi ile kurulum sırasında oluşan buharı dışarı atarak çok zor kuruyan plastik bulaşıklarda bile mükemmel kurutma sağlıyor. Hotpoint bulaşık makinesi, 'zone wash' teknolojisinin sunduğu bölgesel yıkama özelliğiyle bulaşıkları seçilen sepette yüzde 30 daha yüksek performansla yıkayarak en zorlu ve inatçı kirleri kolayca söküyor. Üstelik su tüketimini 9 litreye kadar azaltan Hotpoint bulaşık makinesi zamandan olduğu kadar enerjiden de tasarruf ediyor.



# Üşümek yok Simfer var!

Hızlı ısıtan Simfer Craft ısıtıcıyla  
bu kış üşümeyi unutacaksınız.



Uzaktan  
Kumanda



Devrilme  
Emniyeti



**5** Kat daha  
Uzun  
Ömür



**simfer**

**40**  
yıl

## En Hijyenik Çözümler Hotpoint'ten

Hotpoint'in yeni nesil kurutmalı çamaşır makineleri polen, hayvan tüyü, deterjan kalıntıları gibi etkenleri yok ediyor. Hotpoint kurutmalı çamaşır makineleri, yıkamanın başlangıcından sonuna kadar sıcaklığı 60 derecede tutarak alerjenlerle etkin bir biçimde mücadele ediyor. Durulama işlemi alerjenleri yok etmek için tam beş aşamada gerçekleşiyor. Woolmark Green Care sertifikalı Hotpoint kurutmalı çamaşır makineleriyle etiketinde "Sadece elde yıkayın" yazan yünüler bile güvenle yıkanıp kurutulabiliyor. Üstelik 'direct injection' teknolojisine sahip olan Hotpoint'in yeni nesil kurutmalı çamaşır makineleri, çamaşır deterjanını aktif yıkama köpüklerine dönüştürüp kumaşa derinlemesine işleyerek, düşük sıcaklıklarda bile üstün yıkama performansı sağladığından enerjiden de tasarruf ediyor.



## Kärcher Su Baskınlarına Drenaj Pompasıyla Çözüm Oluyor!

İster su baskını olsun ister bahçede veya havuzda aktarılması gereken su, drenaj pompaları en çok tercih edilen ve en etkili yöntem olarak ön plana çıkıyor. Özellikle son dönemlerde Türkiye'yi etkisi altına alan şiddetli yağışların su baskınlarını da beraberinde getirmesiyle drenaj pompalarının önemi daha da artıyor. Ev tipi ve profesyonel ürünleriyle tüketicilerinin hayatını kolaylaştıran Alman temizlik devi Kärcher, drenaj pompalarıyla bu soruna çözüm oluyor. Kärcher'in drenaj pompaları, 1800 kova suya denk gelen 18 bin litre suyu sadece 1 saatte pompalayabiliyor. Kullanımı oldukça kolay ve kompakt olan Kärcher drenaj pompaları, vakum alanındaki standart paslanmaz çelik filtreyle de mekanizmayı tıkanmalara karşı koruyor. Bu filtre, 30 mm'den daha büyük taneciklerin olduğu suyun aktarılacağı durumlarda da kolaylıkla çıkarılabilir. Ayrıca elektronik seviye sensörüne sahip şamandıralarıyla Kärcher drenaj pompaları, suyun aktarılması gerektiği durumlarda su seviyesini ayarlamaya olanak tanıyor. Ürün gamında tüm ihtiyaçlara yönelik drenaj pompaları bulunan Kärcher, temiz suda kullanılmak üzere SP 2 Flat ve SP 6 Flat Inox drenaj pompalarını, kirli suda kullanılmak için ise SP 3 Dirt ve SP 7 Dirt Inox drenaj pompalarını sunuyor.



## Yeni Nesil Dijital Akıllı Kılıf Oaxis InkCase i7 Türkiye'de

Türkiye'nin Akıllı Tedarikçisi Gençpa Teknoloji, yenilikçi ürünleriyle tüketici elektroniği alanında lider, dünyanın pek çok prestijli ürün tasarım ödülüne sahip Oaxis'in dijital akıllı kılıfı InkCase i7'yi Türkiye'ye getirdi. iPhone 6, iPhone 6S, iPhone 7 ve iPhone 8'i destekleyen InkCase i7, şimdiye kadar üretilen en akıllı, ince ve hafif cep telefonu kılıfı olma özelliği taşıyor. InkCase i7, 'Kişiselleştirilebilir Duvar Kağıdı' ile en iyi anıları sürekli göz önünde tutarken, 'Canlı Bilgilendirme Merkezi' ile kullanıcıları gün boyu bilgilendiriyor. Bluetooth bağlantısı ile donatılmış olan InkCase i7'ye; takvimler, yapılacak olan işlerin listesi, görseller, hava durumu, fitness uygulaması ve haberler gibi birçok uygulama eklenebiliyor. Kullanıcılar InkCase i7 ile bu uygulamaları iPhone'un arkasında görüntüleyerek günlük işlerini kolayca planlarken, yaklaşan etkinliklerden de haberdar oluyor. InkCase i7, Gençpa Teknoloji satış noktaları ve Gepasite.com'da 499 TL'den satışa sunuluyor.



## King Rainbow Hava Nemlendirici ile Bebekler Mutlu, Uykular Huzurlu


Yaklaşan kış aylarında, kaloriferlerin yanmasından dolayı evdeki nem oranında bir düşüş yaşanır. Azalan nem ile birlikte kuru ve sıcak hava, hassas bebeklerde burun tıkanıklığı, ağız içi kuruması gibi rahatsızlıklara yol açabilmektedir. King Rainbow Hava



Nemlendirici ile bebeklerin uyku esnasında daha kolay nefes alması için gerekli olan nem rahatlık seviyesine ulaştırılır; odadaki nem artışı alerjik durumlara, derideki kuruluk hissine iyi gelir, bebeğin nefesini kolaylaştırır. 2,8 litre su tankı kapasitesi ile 10 saat kesintisiz çalışabilen King Rainbow, ortamdaki nem oranını dengede tutar. 7 farklı renkteki led ışığı ister dilenen bir renkte sabitlenir; veya bebeğin uykuya dalmasını kolaylaştırmak için rengi değişir halde gece lambası olarak bırakılır. Tamamen sessiz çalışma özelliği bebeğin uykusunu bölmez; suyu tükendiğinde otomatik kapanma güvenli kullanım sağlar. Temizliği ve doldurması kolay su haznesi ile oldukça pratik King Rainbow, tercihe göre aroma ile de kullanılabilir. Bebeklerimiz için haznedeki suyu her gün yenilemeyi, nemlendiricinin temizliğine özen göstermeyi unutmayalım.




## PFAFF'tan WiFi Bağlantılı Dikiş ve Nakış Makinesi

 Dikiş makinelerinde en son teknolojiyi ve yenilikleri hanımların hizmetine sunan PFAFF şimdi CREATIVE ICON™ modeli ile zamanın ötesine geçmeyi başarıyor. CREATIVE ICON™ dikiş ve nakış makinesi, en büyük çalışma alanı, en büyük dokunmatik ekran, bulut depolama alanı ve nakış bildirim uygulaması gibi benzersiz özellikleri sayesinde dikiş makinelerinin geleceğini gözler önüne seriyor. PFAFF'ın CREATIVE ICON™ dikiş ve nakış makinesi modeli, hanımlara rahat dikiş dikme olanağı sağlayan en büyük çalışma alanı genişliğini (310 mm) ve yüksekliğini (140mm) sunuyor. Üstelik bu geniş çalışma alanını aydınlatan özel aydınlatma sistemi ile hanımların gölgesiz çalışmaları da mümkün oluyor.



## Profilo Kahvedan ile Türk Kahvesi Keyfi Bitmiyor

 Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, yepyeni Türk Kahve Makinesi Kahvedan'ı sundu. Kahvedan, aynı anda 6 fincan kahve yapma özelliğiyle geniş ailelerin, kalabalık misafir sevenlerin evlerinden eksik olmayacak. Ev buluşmalarının, kalabalık misafirlerin, kız isteme törenlerinin kahve yetiştirme telaşı Profilo Kahvedan ile zevke dönüşecek. Profilo Kahvedan, küçük, orta ve büyük olmak üzere, üç farklı fincan boyutu seçeneği ve her seferinde 6 fincan kahve yapma özelliği ile her seferinde bol köpüklü tam kıvamında Türk Kahvesi keyfini garantiliyor. Dokunmatik kontrol paneli ve taşma önleme teknolojisi ile hayatı kolaylaştıran Kahvedan'ın sesli uyarı sistemi sayesinde kahve pişene kadar başında beklemek de gerekmiyor.




## Berbere Gitmek İstemeyen Erkekler için Ev Konforunda, Fonksiyonel ve Hızlı Bakım

 Yoğun iş ve okul temposunda vakit bulamayan ya da vakti olduğunda kalkıp berbere gitmeye üşenen erkekler, artık diledikleri zaman berberden yeni çıkmış gibi bir görümümü yakalıyor. Yeni Philips MG5730, yüz, saç ve vücut için geliştirilen 11 başlığı ile ev konforunda ve vakit kaybetmeden bir bakımı mümkün kılıyor. Çift Kesim Teknolojisi ile iki kat daha fazla bıçağa sahip olan ve maksimum hassasiyet sağlayan MG5730'in birbirine hafifçe sürterek makas gibi çalışan çelik bıçakları, kullanımla birlikte daha keskin hale geliyor ve 4 yıl kullanımın ardından bile ilk günkü keskinliğini koruyor. Hassas Tıraş Başlığı ile düzeltme işlemi sonrasında yanak, çene ve boyunda şekillendirme sağlayan Philips MG5730, Hassas Metal Düzeltici başlığı ile keçi sakallar gibi özen gerektiren ince hatlarda ve kıvrımlarda maksimum kolaylık sunuyor.



## Siemens'ten Kumaş Türüne Özel Kurutma



 Özellikle sonbahar ve kış aylarında daha da zorlaşan çamaşır kurutma işi, Siemens kurutma makinelerinin ileri teknolojisi ile zamandan kazandırarak, kullanıcılarının hayatını kolaylaştırıyor. Siemens iQ500 ve iQ700 serisi kurutma makineleri sahip olduğu kumaş türüne uygun kurutma seçenekleri ile çamaşırın yıpranmasını önüyor. Spor ve outdoor giysileri gibi farklı kumaş türleri için özel programlara sahip yeni Siemens iQ500 serisi WT45W46STR, WT7W4660TR ve WT47W461TR kurutma makineleri; 40 dakika hızlı kurutma programı ile kış ve sonbahar aylarının en büyük yardımcısı oluyor.

## Silverline Ankastre'den Ödüllü Ocak Curvedge

Silverline Ankastre'nin minimal ve köşesiz formu ile maksimum denge ve kolay temizlik sağlayan ocak modeli Curvedge, dünyanın en prestijli ödül organizasyonu Plus X Awards tarafından kullanım kolaylığı, fonksiyonellik, yüksek kalite ve tasarım alanlarında ödüle layık görüldü. Daha önce farklı alanlarda 115 uluslararası ödülü sahiplenen Silverline ürün ailesinde ilk kez bir ocak ödül aldı. Uluslararası arenada tasarım alanında gerçekleştirilen en önemli ödül kuruluşu Plus X Awards tarafından 4 dalda ödül alan Curvedge, tam entegre ve engebesiz detayları ile maksimum denge, güvenlik sağlayan, kolay temizlenebilir minimal forma sahip bir ocak. Curvedge kare ızgaralı ocaklar kadar dengelidir, daire ızgaralı ocaklar kadar da kolay temizlenebilir. Köşesiz yapısı ve full entegre ızgara sistemi ile pişirme sırasında yemek artıklarının ızgara yüzeyine yapışmasını engeller.



## Beko'dan Evde 5 Dakikada Gerçek Pizza ve Pide Keyfi

Beko ile artık evde gerçek pizza ya da pide yapmak mümkün. Beko ankastre fırınların, taş fırın etkisi yaratan pizza pro özelliği ve 320oC'ye kadar çıkan sıcaklığı ile mutfağınızda 5 dakikada hamuru çıtır çıtır, malzemeleri yumuşacık İtalyan pizzası ya da Karadeniz pidesi hazırlayabilirsiniz. Evinizdeyken kendinizi Karadeniz ya da İtalya'da bulabilirsiniz. SURF teknolojisine sahip Beko ankastre fırınlar yemeklerin eşit ve mükemmel bir şekilde pişmesini sağlıyor. Normal pişirme teknolojisine sahip fırınlarda sıcaklık homojen bir şekilde dağılmadığı için yemeklerin daha çok arka kısımları pişerken, SURF teknolojisi sıcak havanın fırının her noktasına eşit bir şekilde gönderilmesini sağlıyor. SURF pişirme sisteminde ısıtıcılarda oluşan sıcak hava, her iki yan duvarda bulunan çok sayıda deliklerden pişirme haznesinin içine üfleniyor, pişirilecek gıdanın üzerinde ve tepsilerin altında dolaşarak alt tepside pişen yemeğin kokusunun üst tepside pişen yemeğin kokusuna karışması da önleniyor.



## SineMadem

Adem Y. Tavukçuoğlu



## Kingsman: Altın Çember

Yönetmen Matthew Vaughn'un, dahi çizgi roman sanatçısı İskoç Mark Millar'dan uyarladığı "Kingsman: Gizli Servis" in devam filmi, maalesef ilk filmin inovatif yapısının çok uzağına düşüyor. İlk film, İngiliz kara mizahı ile aksiyonu çok iyi dengelemişti. Özellikle, Roger Moore'un Bond karakterinin çok güzel bir parodisi ile açılan film, ajan aksiyon-mizahı janrı içinde çok iyi bir seyirlik olmuştu. Bu film ise klişelerle dolu, aşırı tipik bir Hollywood devam filmi olmuş.

Kingsman: Altın Çember, ilk filmin kaldığı yerden devam ediyor. Kahramanımız Eggsy bir yandan mentoru Harry'i kaybetmenin üzüntüsü ile uğraşırken, bir yandan ilk filmin sonunda tanıştığı Prenses Tilde ile ilişkisini rayına oturtmaya çalışıyor.

Tabii, bütün bunları, daha açılış sahnesinde ilk filmde kalma karizma yoksunu rakibi ile bir araba takip/kavga sahnesi ve Kingsman karargahını yok eden dünya uyuşturucu baronesi Poppy'nin tehdidi altında yapıyor.



İlk filmdeki mizah unsurları geri plana itilmiş, aynı espriler ısıtılıp tekrar sunuluyor. Elton John'un mizah unsuru olarak sunulması iyi bir buluş ama o kadar da iyi işlemiyor çünkü, o bile aksiyona dahil ediliyor.

### Amerikan tarzı anlamsız bir çorba

Film yarım saat daha kısa olmalıydı. İlk filmin zarif İngiliz tarzı, yerini Amerikan tarzı anlamsız bir çorbaya bırakmış. Kingsman serisi mizah-aksiyon filmlerinde yükselttiği çıtayı maalesef bu filmde eski vasat seviyesine döndürmüştü. Tabii, filmde yine dur durak bilmeyen bir aksiyon var ama bir-iki iyi koreograflanmış dövüş sahnesi dışında akılda kalıcı bir şey yok.

Kurgucu ben olsam, bütün ABD'li ajan sahnelerini çıkartır; Eggsy, Harry ve Merlin'in sahneleri ile bezeli bir film yapardım.

İlk filme benim gibi hayran olanlara bile öneremiyorum. "3 yıldır beklediğim film bu muydu" dediğim, tipik hayal kırıklığı yaratan bir devam filmi olmuş. Devam filmlerinin, "Aynısını ama daha büyüğünü yap" anlayışı genelde olduğu gibi yine ters tepmiş.

SineMadem iyi seyirler dileyemiyor.

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

# HEFİST

İstanbul Ev Elektroniği  
Beyaz Eşya Ana ve Yan Sanayi Fuarı

**21-24 ARALIK 2017**

İSTANBUL FUAR MERKEZİ

9-10-11 Numaralı Holler

[www.hefist.com](http://www.hefist.com)

ANA SPONSOR



DESTEKLEYENLER



MEDYA SPONSORU



ORGANİZASYON



DETAYLI BİLGİ  
[info@hefist.com](mailto:info@hefist.com)  
+90312 442 90 02

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.