

Üşümek yok Simfer var!

Hızlı ısıtan Simfer Craft ısıtıcıyla
bu kış üşümeyi unutacaksınız.



Uzaktan
Kumanda



Devrilme
Emniyeti



Kat daha
Uzun
Ömür



simfer

40
yıl



**Gurbette Vestel'le
gururlanan küçük bir kızıdan,
154 ülkeye ihracat.**



———— **19 YILDAN BU YANA** ————
GURURLA İHRACAT ŞAMPİYONU!

*Kendim için
ülkem için
geleceğimiz için*
Gururla



Gökçe Deniz Koç
Vestel Dış Ticaret Uzmanı

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

AKSA

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

Mahmutoğlu Elektronik Ticaret Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkan Yrd. Mustafa Mahmutoğlu ve CEO Hamit Memur



18 SEKTÖR HABERİ

Gülbüz Grup Küçükyalı Hilltown AVM Bosch Mağazası Açıldı



10 ÖZEL HABER / RÖPORTAJ

MÜSİAD Perakende Sektörü Meclis Başkanı Ali Gökhan Er



38/39 MAKALE

Bahri Olgun - Alpay Kajan



14 ÖZEL HABER / RÖPORTAJ

Bülent Mataracı



48 YENİ ÜRÜN

Arçelik'ten Yeni Tasarımlı Ankastre Bulaşık Makineleri



REKLAM DİZİNİ

SİMFER	Ön Kapak - Arka Kapak İçi	www.simfer.com.tr
VESTEL	Ön Kapak İçi	www.vestel.com.tr
UĞUR	1	www.ugur.com.tr
ŞENOCAK	3	www.klimasan.com.tr
DELTA	5	www.deltasogutma.com.tr
YEDİTEPE	9	www.yeditepepazarlama.com
SILVERLINE	13	www.silverline.com
GOLDMASTER	17	www.goldmaster.com.tr
ARZUM	19	www.arzum.com.tr
KUMTEL	21	www.kumtel.com

HOOVER	23	www.hoover.com.tr
FAKİR	25	www.fakir.com.tr
KİNG	27	www.king.com.tr
ARNİCA	29	www.arnica.com.tr
REGAL	31	www.regal-tr.com
FANSET	33	www.fanset.com
WATTSU	35	www.wattsu.com
DİDEM TINARLIOĞLU	41	www.didemtinarlioglu.com
PROFİLO	Arka Kapak	www.profilo.com.tr

SENOCAK

DERİN DONDURUCU

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



Bir asırlık tecrübesiyle ŞENOCAK DERİN DONDURUCU HESAPLI TAZELİK



Tüm Türkiye
genelinde
YAYGIN YETKİLİ
SERVİS AĞI



Doğaya saygılı,
düşük enerji tüketimli
ÇEVRE DOSTU
ÜRÜNLER

MADE IN
Turkey

www.klimasan.com.tr

444 0 789



KASIM 2017 • SAYI: 221

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.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

İnsan Kaynağı mı Arıyorsunuz?

Satış mesleği tadı damağımda kalan güzel bir işti benim için, bu mesleği yıllarca yaptım, ta ki dergimi çıkarıncaya kadar. Dergi çıkmaya başladığında ise, severek yaptığım mesleğime veda ederek başka bir iş kolunda faaliyet sürdürmeye başlamıştım.

Üniversite yıllarında kanıma giren gazetecilik mesleğini, üniversite sonrasında bir çalışma alanı bulamayınca rafa kaldırmıştım. Rahmetli babam "Gel seni Simtel Pazarlama'ya sokalım, orada iyi bir satıcı olursun" dediği gün bir daha gazeteciliğe dönemeceğim duygusu ile çok üzül müştüm. Aslında, üniversite sonrası askere gitmeden önce, Bursa Bira-derler firmasının Kodak Film satış ekibinde 1,5 yıl kadar çalışmıştım ama benim hayalim askerliğimi bitirir bitirmez hemen bir gazeteye girip gazeteci olmaktı. 1988 yılının son aylarında, askerlik görevimi tamamlayıp İstanbul'a döndüğümde, Simtel Pazarlama A.Ş'nin Marmara bölgesi ekibinde satış temsilcisi olarak göreve başladım. Rahmetli Ali Süel ve şu an başka bir sektörde çalışmalarını sürdüren Varol Tezmen ilk müdürlerimdi. Onların çaba ve gayretleri ile satış mesleğine alıştım ve daha sonra yıllarca severek yaptım.

Hayat şartları satış mesleğine başlamamdan 10 sene

sonra, beni tekrar gazeteciliğe yönlendirdi ve 1996 yılında Erem yayın grubunda, önce sektör uzmanı ardından editör olarak 2 yıla yakın çalıştım. Sonra kendi dergimi kurmak için, 1998 yılında oradan ayrılarak ortağımla birlikte dergimizi çıkartmaya başladık. Bunları şunun için yazıyorum: Geçtiğimiz günlerde, İstanbul Kartal Uğur Mumcu semtinde bulunan Şehit Burak Cantürk Çok Programlı Anadolu Lisesi öğrencilerini ziyarete gittim. Pazarlama-Perakende sınıfı öğrencileri ve öğretmenleri beni çok sıcak karşıladılar, ders esnasında onlarla konuşma fırsatım oldu. Hepsinin çok güzel hayalleri var, onlara mesleklerinin değerini kendi bakışımla ve tecrübe-lerimle anlatmaya çalıştım. Hayat insanları nerelerden nelerle getiriyor. Öğrencilere hiç yılmadan seçtikleri mesleklerini yapmalarını tavsiye ettim, bir gün mutlaka onların da bir yerlerde yönetici olabileceklerini ya da belki de kendi işlerinin patronları olabileceklerini dilim döndüğünce anlattım. Hepsinin sizlere selamları var. Okul Müdürü Murat Fırat, bir gün mutlaka sizleri beklediğini söyledi.

Benden söylemesi, insan kaynağı arıyorsanız, işte orada insan kaynağı var.

Onları firmalarınızda çalışmalarını için gidip alın, çünkü onlar sizleri bekliyorlar.



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



Enerji Tasarrufu Sağlayan Yerli Bir Buluş; Wattsu

Bir Türk mucidi Hamit Memur'un icadı olan Wattsu, doğalgaz kombilerini yepyeni bir mantıkla çalıştıran bir kombi ana kart yazılım teknolojisi. Enerji tasarrufu sağlayan Wattsu'nun üretim, tanıtım, pazarlama ve satışını Mahmutoglu Elektronik Ticaret Ltd. Şti. gerçekleştiriyor. Mahmutoglu Elektronik Ticaret Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkan Yrd. Mustafa Mahmutoglu ve CEO Hamit Memur'la Wattsu'nun doğuşundan dünya pazarlarına doğru yolculuğuna uzanan hikayesini konuştuk.

RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Hamit Memur

Mustafa Mahmutoglu



Kendinizi ve firmanızı kısaca tanıtır mısınız? Çalışma alanlarınız nelerdir?

Mustafa Mahmutoğlu: 1954 yılında Rize’de Yahya Mahmudoğlu, Latif Mahmudoğlu ve Fuat Kösoğlu tarafından kurulan firmamız, 1966 yılında İstanbul’da irtibat ofisini açarak ticari faaliyetlerini Rize’den sonra İstanbul’a taşımış. Büyüklerimiz tarafından 1996 yılında grup şirketi oluşturulmasının ardından, Mahmutoğlu Elektronik San. ve Dış Tic. Ltd. Şti. unvanı ile elektronik ürünlerin ithalatına ve iç piyasaya pazarlamasına büyüterek devam ettik. Toshiba pillerinin Türkiye’deki tek dağıtıcısı olan firmamız Avec ve Panther (Pil-Kulaklık-El Feneri-Klavye-Mouse-Bilgisayar Sarf Malzemeleri) adı altında kendisine ait olan markasıyla da iç ve dış pazarlara satış gerçekleştirmektedir. Firmamız şu anda, 2. nesil olan Hüseyin, Yakup, Ali ve Mustafa Mahmudoğlu ile Ahmet Mazhar Kösoğlu tarafından faaliyetlerine devam etmektedir.

Wattsu ile iş birliğiniz nasıl ve ne zaman başladı?

Elektronikteki bilgi birikimi ve pazarlama gücümüzü artık milli ve yerli ürünler üretme, ailenin üçüncü nesil kuşağı üzerinden kendimize ait marka ve ürünler ile devam ettirme kararı almıştık. 2013 yılında, cihazın mucidi Hamit Memur ile tanıştık. Wattsu projesi bizi heyecanlandırdı, bu projeye inandık ve destek olma kararı aldık, bu sayede bu ticari yapının ilk temellerini atmış olduk.

Projeye katılmanızın sebeplerini anlatabilir misiniz?

Bizler de 3. kuşaklarımızı işlerimize monte ederek, aile şirketimizi güncel ticari pazarlara, yeni işlere açmak için planlar yaparken, bilgi teknolojisi çağında gençlerin özellikle bu alanlarda inovatif, milli ve yerli ürünler üretmekteki iştiaqlarını görüp projeye katılmış olduk. Bundan da oldukça mutluyuz ve gururluyuz.

Wattsu nedir, söz eder misiniz?

Wattsu kombilere yönelik start/stop sistemini geliştiren bir Türk mucidin icadı. Wattsu doğalgaz kombilerini yepyeni bir mantıkla çalıştıran bir kombi ana kart yazılım teknolojisidir. Bu buluş, akıllı ev konseptine girecek düzeyde yeni bir ürün. Bu teknoloji, size ihtiyaç duymadan aylarca kombinizi otomatik yönetiyor ve size tasarruf vadediyor. Artık kombinizi en verimli şekilde çalıştırırken, siz onu unutuyorsunuz. Bu yönü ile mükemmel denecek kadar iyi bir teknoloji. Bu teknolojiyi bir benzetme ile anlatmak isterim. 1800’li yıllarda yapılan ilk arabanın şanzımanı yoktu, şanzımanın arabadaki fonksiyonu gibi, Wattsu da kombiye şanzıman özelliği getirdi, kombideki bu şanzıman yani Wattsu, kombinin kapasitesini artırıp azaltıyor, kombilerin kapasitesini kontrol ederek kombi bacasından atmosfere atılan ısı salınımını azaltıyor. Kısaca Wattsu, kombiler üzerinde birçok pozitif etki oluşturarak, yepyeni bir çalışma sistemi ile onu çalıştırıyor. Biz, bu teknolojiye “Start/Stop Kombi” dedik. Yani hermetik

kombiden sonra yoğunmalı kombi yapıldı, yoğunmalı kombinin verimliliğini yüzde 16 arttıran Wattsu teknolojisini “Start/Stop Kombi” olarak adlandırdık. Bu teknolojiyi, tüm kombilere uygun hale getirmek adına da Wattsu WT1 cihazını ürettik. Kombinize oda içi termostat veya dış ortam termostatu takılı bile olsa, Wattsu cihazını kullanmanız tasarrufunuzu artırıyor, çünkü Wattsu bu termostatların yapmadığı yepyeni bir çalışma sistemi olan start/stop sistemi ile kombinizi çalıştırıyor ve tasarruf sağlıyor. Wattsu, kombinin alevleme işlemini dönüş suyu sıcaklığı ile başlatmıyor, oysa mevcut tüm kombilerde alevleme işlemi dönüş su sıcaklığı ile başlatılır. Wattsu’nun teknolojisi kombi sisteminin yapısını köklü bir şekilde değiştiren bir sistem.

Yüzde 100 Türk icadı bir ürün olarak, Wattsu’nun doğuş hikayesini anlatır mısınız?

Hamit Memur: Bir mucide sormuşlar, “bunu nasıl buldun?” diye, o da “30 yıl artı 15 dakika” demiş. Wattsu’nun hikayesi 2010 yılında başladı, herkes gibi benim de doğalgaz faturam yüksek geliyordu ve faturamı düşürmek için, “kombimi nasıl daha verimli kullanabilirim?” düşüncesi ile kombiler üzerinde araştırmalara başlamıştım. Geçmişte kalorifer kazanları üretmiş ve 1500 derecede kömürü eriterek yakan bir sistemin buluşunu Konya’da yapmış biri olarak, aslında ısıtma ve soğutma sistemleri ile ilgili birçok deneyimlere sahiptim. Bu bilgi birikimlerim, bu süreçte bu buluşu yapmama olanak sağladı. Bir gün önemli bir detayı kombi üzerinde fark etmem ile zihnimde ilk domino taşı devrildi, derken peş peşe domino taşları devrilerek kısa bir zaman içerisinde Wattsu’nun ana mantığı zihnimde canlandı. 2010 ile 2013 yılları arasında gözlem ve deneyler ile Wattsu Start/Stop Sistemi şekillendi. Artık bildiğim bir gerçek vardı; kombilerde verimli bir çalışma yazılım algoritmasını bulmuştum, VTS şirketini 2013 yılında kurdum ve birçok ilde testler yaparak yazılıma ait ana hatları bitirdim, bu testler sırasında kombi ana kartlarının ilk yerli modellerini de ekibimiz ile yaptık. 2015’te patent başvurumuzu yapıp ardından, bu teknolojiyi tüm kombilere yönelik cihaza dönüştürmek için iki yıl daha çalıştık ve Wattsu WT1 doğdu. İsim olarak da suyun gücü anlamına gelen watt (güç) ve su birleşiminden Wattsu ismini cihazımıza isim olarak verdik, çünkü buluşumuzun özünde suyun döngüsü vardı.

Bu ürün ile kombilerde hem doğal gaz hem de elektrik tasarrufu yaptığınızı söylüyorsunuz. Bunu nasıl sağladığınızı teknik olarak özetle anlatabilir misiniz?

Kısaca şöyle özetleyebiliriz: Wattsu, kombileri dış iklim koşuluna göre çalıştıran ve devir daim su pompasının her alevlemenden sonra bir sonraki alevlenmeye kadar kapatılması ilkesini taşıyor. Durum böyle olunca, bu yazılımı barındıran kombi dönüş su sıcaklığı ile alevleme işlemini başlatmıyor. Aslında, biz kombilerin en temel çalışma koşulunu değiştirmiş olduk. Bu değişim ile devir daim su pompasının kapatılması, direkt elektrik tasarrufuna yansıyor. Ayrıca, tesisattaki döngü bizim sistem yani start/stop sistemi

“

Wattsu doğalgaz kombilerini yepyeni bir mantıkla çalıştıran bir kombi ana kart yazılım teknolojisidir. Bu buluş, akıllı ev konseptine girecek düzeyde yeni bir ürün. Bu teknoloji, size ihtiyaç duymadan aylarca kombinizi otomatik yönetiyor ve size tasarruf vadediyor. Artık kombinizi en verimli şekilde çalıştırırken, siz onu unutuyorsunuz. Bu yönü ile mükemmel denecek kadar iyi bir teknoloji.

”

ile oluşturulduğunda, kombilerde baca sıcaklığı düşüyor, kombi petekler arasında tesisat borularında oluşan ısı kaçışı azalıyor. Bundan dolayı da doğalgaz tüketimini start/stop sistemi azaltıyor ve Wattsu sayesinde atmosfere atılacak ısı evinize aktarılmış oluyor, bu yönümüz ile çevreci ve doğayı koruyan bir teknolojiyiz.

Rakibiniz var mı? Ürününüzün rakiplerinizden üstün özellikleri nelerdir?

Rakibimiz yoktur. Start/stop sistemi, kombilerde mevcut çalışma sistemini kökten değiştiren yepyeni bir çalışma sistemi. Start/stop sistemi, yerli patentleri barındıran tamamen yerli bir kombi teknolojisinin oluşmasına da imkan verecek düzeyde. İnsanlar, dış ortam sensörümüz olmasından dolayı Wattsu cihazını, bildikleri sistemlere benzeterek buluşumuzun ana mantığını es geçiyorlar. Oysa, Wattsu oda termostatlarından tamamen farklı bir teknoloji. Şu anda, piyasada oda termostatu diye satılan ürünler var ancak, bu algoritma ile çalışan başka bir cihaz yok. Wattsu bir oda termostatu değil, kombinizi bambaşka bir mantıkla çalıştıran yepyeni bir cihazdır.

İTÜ onaylı olan bu ürünün yurt içi ve yurt dışı patent çalışmalarından da bahsedebilir misiniz? Üniversitelerden niçin uzun süre destek alamadınız?

Global anlamda, ürünümüzü patentleme sürecindeyiz, bu anlamda bu buluşun üretileceği ve satılacağı ülkelerin tamamına başvuruda bulunduk. Üniversitelerden resmi olarak destek almak çok mevzuat gerektirdiği için, bu işlemi resmi değil de gayibi olarak yaptım, bana destek olan tüm akademik arkadaşlara bu vesile ile teşekkür ediyorum.



Destek aldığınız kuruluşlar var mı?

TÜBİTAK, KOSGEB bize patent konusunda destek verdiler; ayrıca, Turkcell'in kurup desteklediği Arıkovani Platformu gibi bazı platformlardan da destek

aldık, bu vesile ile destek olan kuruluşlara ürünümüzü alarak bize güvenen tüm müşterilerimize teşekkür ederiz.

Üretim ve pazarlama faaliyetlerinizden söz eder misiniz?

Mustafa Mahmutoglu: 1 milyon adet kapasiteli üretim bandımız hazır ve 11 bin adet ürün üretilip, paketlenip satışa hazır olarak stoklarımızda yer alıyor. Ayrıca, aşırı bir talep olursa, üretim bandında sıkışmamak adına, 40 cihazın parçaları montaja hazır bekletiliyor. Pazarlama faaliyetlerimiz ve servis yapılmamız, İSTOÇ Kuzey Plaza'daki şirket merkezimizde devam ediyor. Hayrabolu'daki Almera markasına ait fabrikaya ve markaya ortak olarak kapasite artırım yatırımları yaptık. Hedefimiz; bu teknolojiyi tüm insanlığa bir an önce ulaştırmak. Enerji kaynakları sonuçta, tüm insanlığın ortak kaynağı. Bu kaynakların tüketilmesi ne kadar uzun zamana yayılırsa, atmosfere ısı salınımı ve zehirli gaz salınımı az olacaktır; Sonuçta, başarılı her buluş, toplumda kullanılır ve yayılır. Önemli olan bu denli önemli bir buluşun, tüm dünyaya hızlı bir şekilde yayılmasıdır. Bu kapsamda, duyarlı her insanın bizim teknolojiyi anlaması ve çevresine de anlatması çok önemli.

Ürünleri nerelerde satıyorsunuz? Fiyatından, garantisinden ve satış sonrası hizmetlerinden de bahseder misiniz?

Ürünlerimizi, dijital kanalda ilk olarak N11'de satışa sunduk. GittiGidiyor, Hepsiburada.com gibi kanalların yanı sıra, sosyal medya satış kanalı olarak Abone Sepeti kanalı ile geleneksel kanal dediğimiz kombi servislerinde satış sunuyoruz ve telefonla satış gerçekleştiriyoruz. Bayilik sürecimiz de tüm Türkiye'de devam ediyor. Türkiye'de tüm illerde 300 adet servis ağıımız ile müşterilerimize montaj ve servis hizmeti veriyoruz.

Ürün ile ilgili bayilik çalışmalarınız başladı mı? Perakende mağazalarında ne zaman göreceğiz bu ürünleri?

Bayilik çalışmalarımız devam ediyor. Bayi başvurularımızda yoğunluk olduğundan, hepsi ile tek tek ilgilenmeye çalışıyoruz.

Hedefleriniz nelerdir?

Hedefimiz, daha yaşanabilir bir dünyayı çocuklarınıza bırakabilmek adına, gezegenimizin enerji kaynaklarını verimli tüketecek, ticari kaygılar içermeyen inovatif ve yerli ürünler üretmek. Ülkemizden dünya pazarına sunulmuş yeni fikirler ve icatları hayata geçirmek, yeni fikirleri ve projeleri desteklemek hedeflerimiz arasında. Wattsu'nun global bir marka olmasını sağlamayı, insanların Wattsu ismini duyduklarında zihinlerinde, tasarruf ve enerji kaynaklarını verimli kullandıran marka algısını oluşturmayı hedefliyoruz. Maalesef, ülkemizde tasarruf kelimesi yanlış yönlendirmeler neticesinde zihinlerde kirli bir yerde. Wattsu kullanılmaya başladıkça, insanımızın bize teşekkür etmesi sizin için en büyük mutluluk olacaktır.

Ekleme istediğiniz bir konu var mı?

Mahmudoğlu ailesinin proje hamisi olarak yatırım yapması ile üretim yolculuğuna başlayan Wattsu'nun bir gün çok farklı yerlerde olması ümidiyle daha çok çalışıyoruz. Çantamızda piyasaya süreceğimiz çok farklı yeni ürünleri hayata geçirmek ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmayı hedefliyoruz. Ayrıca, dünya genelinde satılan bir ürün üretmeyi ve bu topraklarda üretilmiş tüm dünyanın tanıdığı bir markayı oluşturmayı amaçlıyoruz. Böylece, Anadolu insanının üretkenliğini göstermek adına, halkımızın destek ve teveccühüne nail olmayı istiyoruz. Dağıtım Kanalı dergisine de sayfalarında bize yer ayırdığı için teşekkür ederiz.



360W emiş gücüyle Altus'lar sizi Yeditepe'ye çekecek!

Alırsın konu kapanır!



1400 W

Motor Gücü

360 W

Emiş Gücü

4 Litre

Geniş Toz Torbası
Kapasitesi

HEPA 10

Filtre
Özelliği

AL 665K
Elektrik Süpürgesi



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



MÜSİAD Perakende ve Pazarlama Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Açıldı

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) ve İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü arasında imzalanan protokolle, MÜSİAD Perakende ve Pazarlama Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi “tematik okul” oldu. MÜSİAD Genel Başkanı Abdurrahman Kaan, lisenin öğrencilerine sağladığı imkânlar ve meslek liselerinde ulaşmak istediğimiz kalite açısından umut verici olduğunu söyledi.

HABER & RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Açılışa; Üsküdar Belediye Başkanı Hilmi Türkmen, İstanbul Milli Eğitim Müdürü Ömer Faruk Yelkenci, Üsküdar Kaymakamı Murat Sefa Demiryürek, MÜSİAD Genel Başkanı Abdurrahman Kaan, Perakende Sektör Kurulu Başkanı Adil Temizerler’in yanı sıra Yönetim Kurulu Üyeleri ve Sektör Kurulu Başkanları katıldı. Açılışta konuşma yapan İstanbul Milli Eğitim Müdürü Ömer Faruk Yelkenci: “Tematik meslek liselerimizde tek alan olsun istedik, perakende ve pazarlama alanı bunlardan biri. İş gücüne çok fazla ihtiyaç duyduğumuz bu zamanda, tematik lisenin açılması çok önemli. Ülkemize hayırlı olmasını dilerim” dedi. MÜSİAD Genel Başkanı Abdurrahman Kaan yaptığı konuşmada, işsizliği önlemek ve istihdam artışını sağlamak istiyorsak, yetişmiş insan gücü için tematik liseleri ön plana çıkartmanın şart olduğunu söyledi ve konuşmasına şöyle devam etti:

“Alanına hâkim insan gücü yetiştirmeliyiz”

“Perakende alanında ilk olma özelliğini taşıyan okulumuzun vesilesiyle, meslek liselerinin önemine ve ‘tematik lise’ kavramına biraz değinmek istiyorum. Biz iş adamları olarak uzun yıllardır, yetişmiş eleman bulmakta yaşadığımız sıkıntıları dile getiriyoruz. Yetişmiş eleman ihtiyacı, hemen hemen her alan için geçerli. Bildiğiniz gibi üretimden satışa, sanayi üretimi bir bütündür. Bu aşamalardan herhangi birinde oluşan nitelikli eleman eksikliği, yapılan işin bütününe etkiliyor. İşte bizim artık bunun önüne geçmemiz gerekiyor. Eğitimi aldığı alana bütünüyle hâkim insan gücü yetiştireceğiz ki, ne üretimde, ne sonraki aşamalarda kalite dalgalanması yaşansın.” Kaan, ülkemizin genç nüfus sorununun olmadığını belirterek; “Geleneklerimizden vazgeçmeden, meslekte uzmanlaşma konusunu artık daha yukarı

taşımamız lazım. Bugün Sanayi 4.0’ı konuşuyoruz; Türkiye’nin bu 4. Sanayi Devrimi’nde nasıl bir yerde duracağını tartışıyoruz. İşte bu tartışmaların odağına oturtmamız gereken konulardan biri mesleki eğitim ve tematik okullardır.

Her bir çocuğumuz yeteneklerine göre, hangi alanda başarılıysa ona göre kendisini geliştirmeli, o alanda ustalaşmalı. Bizim buna ihtiyacımız var. Bunu sağlayacak olan da mesleki alanda eğitimidir. Tematik liselerin, mesleki eğitimin yukarı taşınması noktasında önemli bir basamak olacağına inanıyoruz. Bağlarbaşı Perakende Pazarlama Lisesi’nin, öğrencilerine sağladığı imkânlar, meslek liselerinde ulaşmak istediğimiz kalite açısından umut verici. 3 binası bulunan ve 700 öğrenci kapasitesiyle eğitim-öğretime başlayan okulumuzda, bir meslek lisesine yakışır donanımlar yer alıyor. Dersliklerin yanında bilgisayar atölyeleri, uygulama mağazaları ve 150 kişi kapasiteli bir spor salonu da öğrencilerimizin kullanımına sunuluyor” dedi.

“Öğrenciler kendi potansiyelini keşfetmeli”

MÜSİAD Genel Başkanı öğrencilere seslenerek: “Biz büyükleriniz olarak, abileriniz olarak sizlere iyi birer gelecek inşa etmek, yeni yollarda önünüzü açmak ve size iyi örnekler olabilmek için var gücümüzle çalışıyoruz. Her biriniz, kendi potansiyelinizi keşfetmelisiniz. Hiç unutmayın; inançla, azimle çalışarak elde edemeyeceğiniz başarı yok. Alın terinizle kurduğunuz hayatlarınızda ulaştığınız her başarı, size mutluluğu ve vatanına faydalı olmanın huzurunu tattıracaktır” şeklinde konuştu.



MÜSİAD Öncülüğünde Perakendecilik Yöneticileri Yetiştirilecek

MÜSİAD Perakende Sektörü Meclis Başkanı Ali Gökhan Er, geçtiğimiz ay açılan Bağlarbaşı MÜSİAD Pazarlama-Perakende Meslek ve Tematik Lisesi'nden mezun gençleri, Türkiye'nin perakende markalarının dört gözle beklediğine işaret ediyor. Er, "Mağaza satış danışmanı, mağaza yönetici yardımcısı, mağaza yöneticileri bu gençlerden çıkmıştır. Sahanın dışında markaların mutfağı olan merkez ofislerde ürün, tedarik yönetimi, bütçe kontrol bölümü, görsel bölümü gibi birimler de bu gençlerin kariyer hedeflerinde olacaktır" diyor.



Tematik lise ne demektir, böyle bir lise açılmasına neden ihtiyaç duyuldu? Bu kimin fikriydi?

Tematik lise, "sektörlerin ihtiyaç duyduğu, vasıflı ara eleman yetiştiren mesleki teknik lise" demektir. Fikrin sahibini tam bilmemekle birlikte, İstanbul İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nün bilgilendirmesi ve yönlendirmesi ile bilgimiz oldu. İl Millî Eğitim ile yaklaşık 4 yıldır perakende üzerine eğitim çalışmalarımız sonucunda, Pazarlama-Perakende Tematik Lisesi ortaya çıktı.

Lisenin açılış hikâyesini ve okulunuzun özelliklerini öğrenci sayısı, öğretmenler ve sınıflar gibi unsurlar açısından anlatır mısınız?

MÜSİAD Perakende Sektör Kurulu olarak, kurulduğumuz 10 Aralık 2013'ten sonra pazarlama-perakende sınıfı olan okulları gezip, "Perakende nedir ve istihdamdaki yeri nedir? Nasıl bir kariyer planı vardır?" sorularının yanıtlarını içeren konuları anlatmaya başladık. MÜSİAD üyesi perakende markaları ile bu okullarda uygulama sınıfı açtık. Geçen sene İl Millî Eğitim, tematik konusunu bize açtı, severek kabul ettik. Tematik lisenin en büyük özelliği, eksik gördüğümüz müfredatı tamamlamamızı sağlayacak olmasıydı. Sayın Serkan Gür'ün desteği ile 2016 yılında protokolü imzaladık. İstanbul genelinde, 24 okulda pazarlama-perakende bölümü var. Bağlarbaşı Pazarlama-Perakende Tematik Meslek Lisesi tümü ile sektöre ait Türkiye'deki ilk okuldur.

Perakendeciliğin ülkemiz için önemi nedir?

Bu soru, çok uzun bir cevabı gerektirir. Organize perakendeye baktığımızda, gıda ve gıda dışı olarak ikiye ayrılan tüm sektör, istihdamda ve vergi toplamada en önde gelen sektörlerden biridir. 1989 Galleria, Atakule ve Atrium ile başlayan AVM serüveni, 393 sayısına ulaşmıştır. 12 milyon metrekarelik alanda yaklaşık 1.8 milyon kişiye iş imkânı sunmaktadır.

Bu okullardan mezun olan çocukları hangi firmalardan ne tür işler bekliyor?

Bu okullardan mezun gençleri, Türkiye'nin perakende markaları dört gözle bekliyor. Mağaza satış danışmanı, mağaza yönetici yardımcısı, mağaza yöneticileri bu gençlerden çıkmıştır.



Sahanın dışında markaların mutfağı olan merkez ofislerde ürün, tedarik yönetimi, bütçe kontrol bölümü, görsel bölümü gibi birimler de bu gençlerin kariyer hedeflerinde olacaktır.

Öğrencileri, stajyer olarak çalıştıracak firmalara neler önerirsiniz?

Çok önemli bir soru. Bu çocuklara; koli taşıtırma, temizlik yaptırma, çay getirme gibi meslekle ilgili olmayan angarya işleri markalar yaptırmamalı. Bu konuda, markaların İK departmanlarına çok ciddi iş düşüyor. 11 ve 12 hatta 10. sınıfta staja aldıkları bu bölüm öğrencilerine, mesleği anlatmalı ve sevdirmeliler, yoksa mezun olduğunda bu gençler başka sektörlerle mecburen gidiyorlar. Biz Bağlarbaşı'nda bu işin takipçisi olacağız ama yetmez. Bizimkisi gölde bir damla. Her marka ve STK bu bilinçte olmalı.

MÜSİAD içindeki görevinizden bahsedermisiniz?

Bir dönem önce, yönetim kurulu üyesi olduğum MÜSİAD'da 3 Haziran seçimleri sonrasında, genel başkanımız tarafından perakende meclis başkanlığı görevine getirildim. Meclisimiz, MÜSİAD Sektör Kurulları'ndaki 16 adet perakende unsurlarına dokunmak için kurulmuştur. Bu görevim dışında, teşkilatlanma komisyonu başkan yardımcısı olarak da genel merkezde ayrı bir görevim vardır.

Liseye neden MÜSİAD ismi verildi? MÜSİAD'ın perakende sektöre bakışını anlatır mısınız?

Lisemize, ilgileneceğimiz sözü ve ilgimizin devlet tarafından görülmesi sonucu MÜSİAD adı verildi. 16 sektörden biri olan perakende, genel başkanımızın stratejik önemde gördüğü ve sektör kurulları üstü birleştirici bir görevi ile kurulması ve ilk meclis olması MÜSİAD'daki verilen önemi yeterince göstermektedir.

Okulun eğitim programından söz eder misiniz, ne tür eğitimler veriyorsunuz?

Bu yıl sonu müfredatı tamamladığımızda, bu sorunuza net cevap verebilirim. Tabii ki perakende alanında 12. sınıf bittiğinde, yeterince bilgili ve donanımlı gençler mezun olacaktır. Ayrıca ders saatleri dışında şimdilik İngilizce, sonrasında talebe göre başka lisansların bedelsiz etütleri, MÜSİAD üyelerinin dil okulları tarafından verilecektir.

Eğitim faaliyetleriniz sırasında ne tür seminerler verdiniz ya da veriyorsunuz? Bu seminerlerin faydalarını söyler misiniz?

Seminerler; başarı hikâyeleri, sektör ihtiyaçları, sektörün iş süreçleri, kariyer planlarının anlatıldığı toplantılar olarak, 15 günde bir okulumuzda plan dâhilinde yapılmaktadır.

Bu tür seminerlere katılmak isteyen firmalara ne önerirsiniz?

Bize ulaşınlar, tarih versinler ve lütfen gelsinler.

İlk olarak, Bağlarbaşı'nda açılan bu okulun devamı niteliğinde olan okullar ne zaman ve kaç adet olarak açılacak ve bu okullar nereler de olacak?

Şu sıralarda, MÜSİAD Perakende Meclisi'ne çok destek veren BMD ile Ataşehir'e bir okul kazandırmak üzere çalışıyoruz. Önümüzdeki ders yılı, İstanbul'un Avrupa Yakası'nda olmak üzere, 2 adet okul planımız İl Milli Eğitim Müdürlüğü ile yapılmakta. Markaların sahipleneceği okullar olursa, sayı nereye gider bilemiyorum. Bizim sevdamız olan perakendede eğitim için yaptığım bir çalışmada, 39-40 ilde 100'e yakın okul açılabilir. Bu şu demektir; her okul, her yıl 90-120 öğrenci mezun etse, yılda 9 bin, 12 bin arası öğrenci demektir. Yeter mi? Hayır ama bu önemli bir sayıdır. MÜSİAD olarak tüm illerde yapılanmamız şube veya temsilcilik bazında olduğu için, bu ders yılı bitiminde müfredatta ve uygulamada çok yol almış olursak, diğer illere de gidip anlatıp bunu ülke geneline yaymaya talibiz, inşallah yapabiliriz. BMD'de gördüğümüz destek, perakende ile ilgili diğer STK'lardan da gelirse çok hızlı ilerleriz.

Böyle bir proje için beyaz eşya sektöründen neler bekliyorsunuz, bu konuda bir mesajınız var mı?

Beyaz eşya markalarının perakende unsurları daha çok bayiler diye biliyorum. Bayilerdeki istihdam için müfredata katkı verilerse ve okul açma sevdaları olursa yeterlidir.

Ekleme istediğiniz bir konu var mı?

4 yıldır yürüttüğüm, emek verdiğim bu işte gördüğüm şudur: Okul için arsa bulmak, bina yapmak, var olan okula laboratuvar ve sınıf yapmak, para vermek vs. tabi ki önemli. Ama daha önemlisi, sektörün temsilcilerinin hafta değil gerçekte elleri bu okulların üstünde olursa, yetişmiş olarak markalarımıza gelecek olan bu gençler, yurt içi ve yurt dışında çok başarılı olacaklardır. Biz büyükler sabırla onlarla sadece madden değil manen de olalım yeter.



KAPINIZDA OTOMOBİL MUTFAĞINIZDA SILVERLINE

1 KİŞİYE VOLKSWAGEN POLO

11 KİŞİYE IPHONE 7

111 KİŞİYE FAKİR KAAVE MAKİNASI



IPHONE 7



FAKİR KAAVE

SILVERLINE KAMPANYALI ÜRÜNLERDEN 2 EKİM - 31 ARALIK TARİHLERİ ARASINDA

1.990₺ VE KATLARI TUTARINDA ALIŞVERİŞ YAPIN ÇEKİLİŞE KATILIN...

HEM MUTFAĞINIZ KAZANSIN HEM SİZ KAZANIN.

SILVERLINE

www.silverline.com



facebook.com/SilverlineAnkastre



twitter.com/silverlinehaber



instagram.com/silverlineankastre

Bu kampanya Silverline Ev Gereçleri Satış ve Pazarlama A.Ş. adına MPI'nin 20.09.2017 tarih ve 58259698-255.01.02-E.3197 sayılı izni ile 02.10.2017 saat 09.00 - 31.12.2017 saat 23.59 tarihleri arasında Hedef Çekiliş tarafından Türkiye genelinde düzenlenmektedir. Silverline Ev Gereçleri Satış ve Pazarlama A.Ş. ve Hedef Çekiliş ve Organizasyon Hizmetleri LTD ŞTİ, çalışanları ile 18 yaşından küçükler kampanyaya katılamaz, katılmış ve kazanmış olsalar dahi ikramiyeleri verilemez. Bir kişi birden fazla ikramiye kazanamaz. KDV ve ÖTV hariç diğer yasal yükümlülükler talihliler tarafından ödenecektir. Ayrıntılı bilgi www.silverlinecekilis.com'dır.

Bülent Mataracı, OTORİTER’de Sektörün Nabzını Tutuyor

Sektörde 27 yıllık birikimi sonucunda, Business Channel Türk TV’de yayımlanan OTORİTER isimli programın yapım ve sunuculuğunu üstlenen Bülent Mataracı, program için, “İddialı olması kaçınılmazdır. Yer yer sektör değerlerimizi tanıtır, yer yer hatalı uygulamaları yereriz, çözümler sunarız. Hatta sonuç odaklı pozisyon alırız, eylemlerimizin ucu açık” diyor.

RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Bülent Mataracı kimdir? Kısaca kendinizden söz eder misiniz?

1963 yılında Trabzon’da doğdum. Cumhuriyet Üniversitesi Elektrik Bölümü mezunuyum. Sektöre, 1990 yılında, Profilo, AEG, BSH Satış Sonrası Hizmetler/Pro-Ser’de idari ve teknik müfettiş olarak giriş yaptım. 7 yıl süresince, Çerkezköy fabrikalarında imalat, Ar-Ge ve teknik temel eğitim süreçleri sonrasında, teknik hizmetler, servis denetimleri, müşteri hizmetleri kurumsal yöneticilik görevlerinde bulundum. 1997 yılından itibaren 16 yıl boyunca, kendi isteğimle General Electric (USA) Türkiye Servis Teknik Müdürü ve Müşteri Hizmetleri Koordinatörü olarak görev aldım. 2012 yılında, ev teknolojileri sektöründe kendi işimi kurdum. Halen

satış mağazası, teknik servis, Boyner (Back-Up) danışmanlığı, Kadıköy ve Ataşehir Kaymakamlığı İlçe hakem heyetlerinde bilirkişilik, teknik öğretmenlik, sektörel eğitimler ve OTORİTER TV Program Yapım ve Sunuculuğu’nu sürdürmekteyim. Hobilerim olarak, Türk Sanat Müziği korist ve solistliği, bağlama çalmak, fotoğraf ve video çekmek, tabiatta gezinmek ve yeni yerler keşfetmek yer alıyor.

SORUN ANLATMAKTAKİ BECERİLERİMİZİ, ÇÖZÜM ÜRETMEKTE GÖSTEREMİYORUZ

Sektörümüzün hemen hemen her kademesinde çalışmış ve şu anda da sivil toplum

kuruluşlarında faal biri olarak, sektörün en önemli sorunları sizce nelerdir?

Sektörü iki gruba ayırıyorum. Birinci grubu, sektörde 1. kuşağı oluşturan “olanlar”, ikinci grubu ise, 2. kuşak ve sonrasını kapsayan “doğanlar” olarak değerlendiriyorum. Sektörün sorunu olarak, bu iki kuşak arasındaki sektöre ve ticarete bakış farkını görüyorum. “Olanlar”ın tecrübeleriyle, “doğanlar”ın enerjilerini birleştirememek, bana göre önemli bir kayıp. Sorun anlatmaktaki becerilerimizi, çözüm üretmekte gösteremiyoruz. Sektör sorunları konu başlıkları olarak; vasıflı personel, karlılık, mağazacılıkta sürdürülebilir hamlelerin yapılamaması, AVM kiralari, zincir mağaza uygulamaları, gelişen internet ticareti ve illegal faaliyetlerin geleneksel

yapılara olumsuz etkileri sıralanabilir. Buralarda STK kuruluşlarının birleştirici, yönlendirici olmalarına ve güç birlikteliği kurmalarına ihtiyaç var. Ne yazık ki, başlıktaki ana fikre geliyoruz. Sorun aktarmaktaki becerilerimizi, çözüm üretmede kullanamıyor, ortak paydalarda pozisyon alamıyoruz.

Güneş; gölgeden çıkanlara ulaşır. Hizmet sanattır, kutsaldır ve sanatla sunulduğunda prestij katar. Bilgi ister, terbiye ister, hitabet ister, etik değerlere bağlılık ve toplum kültürüne uyum ister. 24 yıllık kurumsal yöneticiliğim ve yönetimimi üstlendiğim Satış Sonrası Hizmetler Derneği'mizde öncelikli konularımız bu paraleldedir. Meslekte bu değerlerle donanımlı meslektaşlarımızla, yollar aldık, onlarla olmaktan onur duydum, yolunuza çıkan veya yolunuzun kesiştiği değer yoksullarıyla da mücadeleyi ilke edindim.

Neden tv ekranlarında bir program yapma ihtiyacı duydunuz?

Toplumun önüne çıkma cesaretini, kendime duyduğum güven ve yetilerimde buldum. Sektörümüzde başarıya ulaşmış, hikayelerinden etkilendiğim, haber değeri olan; üreticilerimiz, perakende girişimcilerimiz, toptancılarımız, markalarımız, duayen ve üstatlarımıza kısaca sektörün sessiz kalan seslerine omuzdaşlık yapmayı amaçladım. Meslektaşlarımı seviyorum. Böylesine değerli tecrübeleri sektörle paylaşmak, enerjilerine katkı sağlamak, onurlandırmak, sektörle tanıştırmak, genç girişimcilere yön vermek, program videolarının eğitim ve tanıtım amaçlı kullanılmasına olanak sağlamak, iletişim bilgileri ve iş modelini tanıtmak, web sayfalarından ve sosyal iletişim ağlarından kendi sesleriyle hikayelerini hatıralarına katmayı amaçlıyorum.

GÖREV; BÜYÜK BİR ŞEYİ BAŞARMAK DEĞİL, GEREKENİ YAPMAKTIR

Program adı neden OTORİTER?

Sektörde 27. yılım. Yurt içi imalat, Ar-Ge, kurumsal yöneticilik, yurt içi ve dışında mesleki eğitim, denetim, STK'larımızda yöneticilik, devlet kurumlarında bilirkişi, kurumsal danışmanlık, yetkili bayi, satıcı, yetkili servis görevlerinde bulundum. Aynı zamanda, eğitim odaklı mesleki teknik öğretmenim. Onca yıl, bunca "know how" dolayısıyla, programın iddialı olması kaçınılmazdır. Yer yer sektör değerlerimizi tanıtır, yer yer hatalı uygulamaları yereriz, çözümler sunarız. Hatta sonuç odaklı pozisyon alırız, eylemlerimizin ucu açık.

Programınızın özelliklerinden bahsedermisiniz? Programınızda neler konuşuluyor?

Program akışını 3 temel üzerine kurguluyorum. İlki, konuğu kendi ağzından tanıyor, sektörel tecrübelerini öğreniyoruz. İkincisi, işletmesini, markasını, bünyesindeki sektör veya sektör dışı iş modellerini tanıtıyoruz. Üçüncü bölümde, fark katan çalışmalarını, sektör görüşlerini değerlendiriyoruz, genç girişimcilere mesaj ve tavsiyelerini alıyoruz. Program; Beyaz Eşya Perakendeciler Derneği (BEYPER), İk-



limlendirme Soğutma Eğitim Danışma ve Araştırma Derneği (İSEDA) Satış Sonrası Hizmetler Derneği (SHD) destekleri ve Dağıtım Kanalı Dergisi iş birliği ile yapılmaktadır.

Programınıza kimleri davet ediyorsunuz, kimler katılıyor? Hedef kitleniz kimlerdir?

Programa, sektörde yıllarını vermiş duayenlerimizi, başarı hikayesi olanları konuk alıyoruz. Hedef kitlemizi üretici, bayi-satıcı, toptan ve ara toptancılar, satış sonrası hizmet işletmeleri, servisler. ve sektör tedarikçileri oluşturuyor.

Katılımcıların programınız ile ilgili görüşlerinden söz eder misiniz?

Sektörümüzde bir ilki gerçekleştiriyoruz, birçok katılımcımızı televizyon programına ikna etmekte zorlanıyoruz. Stüdyoda birlikte olmamız, programın karşılıklı sohbet formatında olması işimizi kolaylaştırıyor.

Katılımcıların program sonrası inanılmaz keyif aldıklarını görüyorum. Hemen yayın gününü not alıyorlar. Her bir konuğumdan aynı verimi alıyorum, o da ben de mutlu ayrılıyor, tekrarını isteyen konuklarımız dahi oluyor.

Programınıza katılmak isteyen, ne yapmalı?

Televizyon yayını sonrası, sektörel yayını; Dağıtım Kanalı Dergisi tarafından üstlenilmektedir. Katılım için, yildirimsoylemez@dagitimkanali.net adresinden bize ulaşabilirler.

Katılımcılara katkılarınız nasıl oluyor, onlara ne tür avantajlar sunuyorsunuz?

Ürün, işletme ve hizmet alanındaki görseller ile kurumun web sayfası, iletişim bilgileri ve marka logolarının bulunduğu görseller program süresince ekrana taşınmaktadır.

Türkiye'nin ilk ve tek iş kanalı, Business Channel Türk ve BR TV (Türksat, D-Smart) ve ayrıca interaktif olarak yayınlanmaktadır. Yayın sonrası program, Dağıtım Kanalı Dergisi sektör sosyal ağından yayınlanıyor. Dağıtım Kanalı Dergisi'nde program



yayın tarihini takip eden sayıda haber ve reklam niteliğinde yayınlanacaktır (Dergide yayınlanacak görsel, katılımcı tarafından hazırlanmaktadır.) Beyaz Eşya Perakendeciler Derneği BEYPER Yönetim Kurulu ve üye portalı, Satış Sonrası Hizmetler Derneği sosyal ağ ve portalı ve OTORİTER Program katılımcıları portalından yayınlanmaktadır. Katılımcı program videolarını, web sayfası, sosyal ağları, mağaza showroomları, personel eğitimleri, iş yerleri ve ofisler gibi çeşitli mecralarda kullanabilir.

Bundan sonraki amacınız ve hedefleriniz nelerdir?

Sektörde satış ve servis odaklı iki dernekten faaliyetlerim, mağazacılık, teknik servis ve danışmanlık hizmetlerim devam ediyor. Gerek kendi işimde gerekse idaresinde bulunduğum sektör derneklerinde önemli ayrıntılara katkı sağlamayı amaçlıyorum. Geçen yıl, SHD olarak, Bağcılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Bağcılar Belediyesi işbirliğinde, 450 işsiz gence AB destekli Meslek Edindirme, Belgelendirme ve İstihdama Katkı Projesi'ni bitirdik. Projemiz, 2016 yılının en verimli projesi seçildi.

Bu tür katma değeri yüksek projeler gerçekleştirmek, sektör sorunlarına çözüm sunmak ve tüketici bilincine katkı sağlamak ideal ve hedeflerimizdendir. OTORİTER'e gelecek olursak; televizyonculuk, ihtisas isteyen bir konu. Bu alanda seçici ve donanımlı bir sektördeyiz. Program henüz ikinci ayında olmasına karşın, içerik ve sunum bakımından başarılı bulunarak, merkezi İngiltere'de olan tv kanalı Business Channel'dan Uluslararası Akreditasyon Sertifikası'na layık görüldü. Bu durum, bana motivasyonum açısından çok iyi geldi. Bu konuda da amacıma ulaşmak idallerimdendir.

Ekleme istediğiniz konularınız nelerdir?

Bizler, sektörümüze enerji yaymaya devam edeceğiz. Yolculuklarımıza eşlik edecek meslektaşlarımızdan; programa katılıp, hikayelerini, fikirlerini ve önerilerini paylaşmalarını; sektörde hikayesi olan meslektaşlarımızın yönlendirmesini istiyorum. Elbette, sektör ya da program eleştirilerinizi bizlerle paylaşın, lütfen. Çok özel konularınızın büyük hassasiyetle korunacağını ve saklı tutulacağını temin ediyorum. OTORİTER@bulentmataraci.com adresinden bekliyorum.



“Sektörün 20 Yıllık Macerasını Sunduk”

Küçük yaştan itibaren gazeteci olmayı istediğini ve hedeflediğini dile getiren Dağıtım Kanalı Dergisi Genel Yayın Yönetmeni Yıldırım Söylemez, “1988 yılında, dergi çıkarmak üzere, sektörü bıraktım ama sektör beni bırakmadı. Böylece, sektörün 20 yıllık macerasını sunmuş olduk” dedi.



Dağıtım Kanalı Dergisi Genel Yayın Yönetmeni Yıldırım Söylemez, Business Channel Türk Kanalı'nda yayınlanan Bülent Maratçı tarafından hazırlanan Otoriter programının konğu oldu. Tüketici elektroniği, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörleri konusunda deneyim ve bilgilerini aktaran Söylemez, Dağıtım Kanalı'nın 20 yıllık serüvenini de izleyicilerle paylaştı.

“Uzun yıllar, sektöre hizmet vermiş bir sektör men-subuyum, sektör aşığıyım” diyerek kendisini tanımlayan Söylemez, 1998 yılından itibaren Dağıtım Kanalı Dergisi'ni yayınladığını ifade ederek, “Dergimiz adından da anlaşılacağı gibi üretici, dağıtıcı, toptancı, perakendeci gibi sektörün tüm birimlerine, alanlarına yönelik olarak yayınlanıyor” dedi.

Dergi çıkarmadan önce de sektörde 10 yıl görev yaptığını belirten Söylemez, sektöre babasının görevi dolayısıyla, çocukluğundan beri aşına olduğunu ve ilgi gösterdiğini kaydetti. Küçük yaştan itibaren gazeteci olmayı istediğini ve hedeflediğini dile getiren Söylemez, “Gazetecilikle ilgili bir okulu seçemedim ama İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi'nde okudum. 1988 yılında, dergi çıkarmak üzere, sektörü bıraktım ama sektör beni bırakmadı. Böylece, sektörün 20 yıllık macerasını sunmuş olduk” diye konuştu.

“Sektörel dergiler konulara büyüteçle bakılmasını sağlıyor”

Dünyada ve Türkiye’de sektörel dergiciliğin gelişimi

hakkında bilgi veren Söylemez şöyle konuştu: “Baktığınız zaman, insanlar özellikle sosyal medyanın artmasıyla birlikte, basılı tarzdaki dergilerin bitebileceğini düşünüyorlardı ama asla böyle olmadığını görüyorum, gözlemliyorum. Almanya’da sektörle alakalı bir fuarı izlediğimde de bu tür dergileri hep gördüm, dağıtılıyordu. Avrupa’da ve Amerika’da bu sistem devam ediyorsa, Türkiye’de de bu sistem devam edecektir. Bu tür dergilerin içerisindeki makaleler genelde uzmanlar tarafından hazırlanır. Herhangi bir ulusal medyada okuyamayacağınız konuları, detayları bu tür sektör dergilerinde ayrıntılı olarak bulabilirsiniz. Dolayısıyla, sektörün herhangi bir konusunu büyüteçle daha büyük ve detaylı görmek istediğiniz zaman, bu tür sektör dergileriyle irtibat halinde olmanız gerekiyor.”

“Türk markalarıyla gurur duydum”

Tüketici elektroniği, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörleriyle ilgili de bilgi veren Söylemez, IFA 2017 Fuarı'nda özellikle, Türk firmalarının stantlarını incelediğini, Grundig, Beko ve Vestel gibi uluslararası standartlara sahip markaların teknolojideki yenilikleri ve ürünlere kattıkları katma değerleri gururla takip ettiğini dile getirdi. Söylemez, fuarda Beko tarafından üretilen kurutma ve yıkamayı çok kısa bir sürede yapabilen dünya rekortmeni çamaşır makinesinin sergilendiğini de vurguladı. Söylemez ayrıca, kendi kendine sipariş veren bulaşık makineleri ve birbir-

leriyle iletişim haline geçen ve nesnelerin interneti teknolojilerinden yararlanan makineleri üreten Türk firmalarının ulaştıkları noktanın çok önemli olduğunu ifade etti. Söylemez bununla birlikte, teknolojik altyapıyı daha az kullanmalarına rağmen, ihracata önemli katkıda bulunan firmaların ürünlerin sergilendiğine de dikkat çekti.

Söylemez, IFA 2017 Fuarı'nda yer alan ve dünyada sektördeki bütün teknolojik yeniliklerin ve icatların tanıtıldığı Next IFA bölümünde, bir Türk markasının, üniversitenin ya da araştırmacının çalışmalarının da yer almasını görmeyi arzu ettiğini dile getirdi.

“Perakendecileri tanıtmaya ve uzun süre yaşamalarına destek olmayı hedefliyorum”

Söylemez, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe faaliyet gösteren, tüketiciyle tek tek ilgilenerek satış yapan perakendecilerin, modernize edilmesi gereken altyapı ve bilgi birikimini mağazalarına taşıyarak ve tüketiciye hizmet ettiklerini söyledi. Söylemez, perakendecilerle ilgili haberler yaparak onları tanıtmının ve uzun süre yaşamalarına destek olmayı bir sosyal sorumluluk görevi olarak nitelendirdiğini söyledi.

Söylemez sözlerini, “Sosyal faaliyetler kapsamında enerjimi, Beyaz Eşya Perakendeciler Derneği Yönetim Kurulu'ndaki çalışmalarına veriyorum. O da bana şu anda yetiyor. Çok da keyif alıyorum açıkçası” diyerek tamamladı.

goldmaster®
40.yıl

FİLTRE KAHVE KEYFİ İLE GÜNÜN HER SAATİ ZİNDE KALIN...

Kolay kullanım
Hızlı taze kahve
Kolay temizlik



GOLDMASTER
ZİNDE
FİLTRE KAHVE
MAKİNESİ
GM-7331

en: 18cm
boy: 15cm
yükseklik: 20cm

2 ADET
PORSELEN KUPA
HEDİYE

Yıkabilir filtre
ve filtre taşıyıcı
300 ml su
kapasitesi



Gürbüz Grup Küçükyağı Hilltown AVM Bosch Mağazası Açıldı

Gürbüz Grup, İstanbul'da bulunan beyaz eşya, ankastre, klima ve küçük ev aletleri mağazalarına yeni bir marka ve yeni bir mağaza ekledi.



1982 yılında Gürbüz Servis olarak kurulan ve günümüzde dört yüzü aşkın çalışanı, elliye yakın satış ve servis noktası ile müşterilerine satış, sevkiyat ve montaj hizmetlerini başarılı bir biçimde veren Gürbüz Grup, satış noktalarına Küçükyağı Hilltown AVM Bosch mağazasını da ekledi.

Yaşam kalitenizi artırmak için sürekli çalışan Bosch Ev Aletleri geniş ürün gamı, başarılı ve sonuca odaklı

servisleri ile Türkiye'deki kullanıcılarının da güvenini kazanmıştır. Rekabeti zorlu olan pazarımızda beyaz eşya, ankastre, küçük ev aletleri ve klima ürünleri hem her bütçeye uygun hem de uzun yıllar hizmet edecek şekilde tasarlanmıştır. Gürbüz Grup birçok dünya markasındaki satış başarısını Bosch Ev Aletleri ile yaptığı işbirliği ile devam ettirecek ve Türkiye'nin sayılı Bosch bayileri arasındaki yerini alacaktır.

Adalar manzarasıyla şehir içinde şehir yaratarak, cadde alışveriş konseptini birleştiren Hilltown AVM neoklasik mimarisi, kolay ulaşılabilir lokasyonu ve seçkin markaları, alışveriş caddelerinde konumlanan, cafe, restoran sanat ve eğlence alanları ile hizmete açılmıştır. Hilltown AVM, Bosch Ev Aletleri mağazasına Gürbüz Grup'un perakende alanındaki tecrübesi ve başarısı ile ev sahipliği yapacaktır.



arzum

Sen dokunursun değişir dünya



SHAKE'N
TAKE

TAZE TAZE hep yanında

Arzum Shake'N Take'in
taşınabilir haznesi sayesinde
sağlık, lezzet, tazelik
işte, sporda ve gezide
istedięin her an seninle.



Singer ile Her Destek, Gerçekleşen Bir Dilek...

Dikiş makinesinin mucidi Singer, sosyal sorumluluk projeleri ile de sık sık adından söz ettiriyor. Güçlü marka, bu kez Bir Dilek Tut Derneği ile birlikte “Singer ile Her Destek, Gerçekleşen Bir Dilek” projesine imza atıyor.



Hayati tehlikesi bulunan hastalıklarla mücadele eden çocukların hayallerini gerçekleştirmek amacıyla hayata geçen projeye Ahu Orakçıoğlu, Ayşe Kucuroğlu, Oyuncu Ayşe Tolga, Sanatçı Bengü, Derin Talu, Ezra & Tuba Çetin kardeşler,

Gamze Karaman, Mert Vidinli, Oyuncu Naz Elmas ve Sunucu Özlem Yıldız gibi isimler de destek veriyor. Proje, 9 Kasım 2017 Perşembe günü Happily Ever After'da gerçekleşen bir davetle duyuruldu.

11 ünlü isimden çok özel patch tasarımları...

Ahu Orakçıoğlu, Ayşe Kucuroğlu, Ayşe Tolga, Bengü, Derin Talu, Ezra & Tuba Çetin, Gamze Karaman, Mert Vidinli, Naz Elmas ve Özlem Yıldız; “Singer ile Her Destek, Gerçekleşen Bir Dilek” projesi için çok özel patch tasarımları hazırladı. Birbirinden güzel ve keyifli patch tasarımları, markanın singer.com.tr adresinden satışa çıkarılacak. Elde edilen gelir ise Bir

Dilek Tut Derneği'ne aktararak çocukların dileklerini gerçekleştirmek üzere kullanılacak.

Projenin duyurusu ünlü isimlerin katılımı ile yapıldı...

“Singer ile Her Destek, Gerçekleşen Bir Dilek” projesi, 9 Kasım 2017 Perşembe günü gerçekleşen ve projeye tasarımlarıyla destek olan tüm ünlü isimlerin katılım sağladığı bir basın daveti ile duyuruldu. Singer Genel Müdürü Sinem Kınran Parlak ve Bir Dilek Tut Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Lize Karaboğa kürsüye gelerek proje ile ilgili görüşlerini aktardılar. Organizasyon; projeye destek veren isimlere plaketerinin takdim edilmesi ile sona erdi.



KUMTEL®

Isınmanın en konforlu hali.

MH-1800 *Orbit Isıtıcı*

- 1800 Watt güç • Ayarlanabilir termostatlı
- 2 Kademeli güç kullanım özelliği • Dikey kullanım
- Devrilme emniyetli • Taşıma kulplu



Grundig Gizpa Lansmanı Gerçekleştirildi

Arçelik A.Ş.'nin Premium markası Grundig, Gizpa lansmanını 2 Kasım'da Divan İstanbul Asia Hotel 'de gerçekleştirdi.



Grundig, Gizpa lansmanını 2 Kasım 2017'de, 40 ilden 250'ye yakın Gizpa yetkili satıcısı ve üst yönetiminin katılımıyla Divan İstanbul Asia Hotel'de gerçekleştirdi. Yoğun bir katılım ve ilginin

olduğu lansmanda Grundig'in Türkiye stratejisi, marka konumlandırması, satış yaptığı kategorilerdeki pazar bilgisi ve ürün bilgilerinden oluşan bir sunum yapıldı. Showroom alanında sergilenen OLED TV, Bluetooth

Multiroom Hoparlör, sessiz süpürge, yüksek güçlü saç kurutma makinesi gibi üst segment ürünler yetkin satış danışmanları aracılığıyla katılımcılara tanıtıldı ve katılımcıların ürünleri deneyimlemesi sağlandı.



Onur Gizer

Ali Gizer

Mustafa Gizer





BORN INNOVATIVE



Standart ebatta
rekortmen kapasite



13KG
YIKAMA

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

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

444 0 398

www.hoover.com.tr

f HooverTürkiye

t HooverTürkiye

o hoover_turkiye

p hooverturkiye

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

Arçelik A.Ş. Çevresel Risklerle Mücadelede Dünyada En Başarılı 25 Şirket Arasında

“Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın” vizyonuyla sürdürülebilirlik alanında sektörüne liderlik eden Arçelik A.Ş., dünyanın en büyük çevre verisine sahip Karbon Saydamlık Projesi’nin (CDP) iklim ve su programlarında en yüksek performansa sahip şirketlerin yer aldığı Global A listesine girmeye hak kazandı. Böylece dünyada her iki listeye giren 25 şirket arasında yer alarak, bu başarıyı elde eden ilk ve tek Türk şirketi oldu. Arçelik A.Ş., CDP İklim programına 2012 yılından bu yana raporlama yapıyor. Daha önce 2014 ve 2016 yıllarında da CDP İklim Global A listesinde yer alan Arçelik A.Ş., CDP İklim Global A Listesi’ne 3’üncü kez yer alıyor.

Arçelik A.Ş., iklim değişikliği yönetiminin yanı sıra su yönetiminde de başarılı çalışmalarını bu yıl ilk kez raporlayarak, CDP Su Global A listesi’ne girmeye hak kazandı. CDP, şirketlerin iklim performansını değerlendirirken, iklim değişikliği, çevresel risk yönetimi ve karbon salımını azaltma çabalarını dikkate alıyor. Su



alanındaki sıralamayı yaparken şirketlerin su yönetimi ve su verimliliği uygulamalarını değerlendiriyor. Karbon Saydamlık Projesi-CDP, dünya çapında 3000’den fazla kuruluş için iklim, su ve orman konularında A’dan D’ye kadar puanlama yapıyor; en yüksek performansı olan şirketler, örnek çalışmalarıyla A

Listesinde yer alıyor. CDP, bu yıl ilk defa bu üç alanın tümüne ilişkin şirket puanlarını aynı anda yayımlayarak kurumsal sürdürülebilirliğe karşı bütünsel bir yaklaşım benimsedi. Küresel 156 şirketi kapsayan 2017 A Listesi, 100 trilyon dolarlık piyasa değerindeki 827 yatırımcının isteği üzerine hazırlandı.

Şirketin CDP’nin iklim ve su alanlarında Global A listesine girme başarısını değerlendiren Arçelik A.Ş. CEO’su Hakan Bulgurlu, “Küresel ısınmaya karşı mücadelede şirketlerin büyük sorumluluğu var. Arçelik olarak bu sorumluluk bilinciyle, bütünsel bir strateji izliyoruz. Su ve enerji verimliliğinde öncü ürünlerimizle; üretimde enerji, su kullanımı ve atık yönetimindeki projelerimizle döngüsel ekonomi çözümlerine odaklanarak daha fazla değer yaratmayı amaçlıyoruz. Üretimde karbon ayak izimizi 2025’e kadar sıfırlamayı hedefliyoruz. Tüm bu çalışmalarımızın en prestijli uluslararası platformlarda takdir görmesinden gurur duyuyoruz” dedi.

Arçelik, 10’uncu Kez Türkiye’nin En Sevilen Markası



Türkiye’nin lider ev teknolojileri markası Arçelik, MediaCat-Ipsos işbirliğiyle yapılan “Türkiye’nin Lovemark’ları 2017” araştırmasında beyaz eşya kategorisinde Türkiye’nin en sevilen markası seçildi. Arçelik, 10 yıldır yapılan araştırmada her yıl “Lovemark” seçilerek büyük bir başarıya imza attı. “Lovemark” ödülünü, Arçelik adına şirketin Türkiye Pazarlama A.Ş. Pazarlama Direktörü Mehmet Tüfekçi aldı.

Arçelik’in geride bıraktığı 62 yılda müşterilerine birçok ilki ve yeniliği yaşattığını söyleyen Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, “Türkiye’nin en sevilen beyaz eşya markası olmamızı sağlayan unsurların başında, tüketicilerimizle kurduğumuz kıymetli bağ ve sağladığımız güven geliyor. Arçelik markamızla, en yeni teknolojiyi, en iyi tasarımlarla harmanlayarak, tüketicilerimizin ihtiyaçlarına yönelik ürün ve

hizmeti sunuyoruz. Daha iyi bir gelecek için tüketicilerimizden aldığımız güçle, her gün şevkle, azimle çalışıyoruz. Türkiye’nin en yaygın bayi ve servis ağına sahibiz. Çağdaş perakendecilik anlayışı ile hizmet kalitemizi en üst noktada tutuyoruz. Bizi 10 yıl üst üste ‘lovemark’ seçerek Arçelik’i kalbine koyan değerli tüketicilerimize ve işini tutkuyla yaparak bu başarıya imza atan çalışma arkadaşlarımıza teşekkürü bir borç bilirim. Tüketicimizin takdiri bizlere daha da iyilerini yapmamız için cesaret veriyor. İşimizi aşkla yapmaya devam edeceğiz” dedi.

“Türkiye’nin Lovemark’ları 2017 Araştırması”na 15-55 yaş aralığında 3014 kişi katıldı. 22 kategoride Türkiye’nin gönülden bağlı olduğu markalar belirlendi. Daha detaylı bilgi için: <http://www.mediacaonline.com/turkiyenin-en-sevilen-markalari-2017/>

Arçelik A.Ş.’ye Design Turkey 2017’de 3 Ödül

Ekonomi Bakanlığı’nın TİM ile birlikte düzenlediği Türkiye Tasarım Haftası kapsamında Design Turkey 2017 Endüstriyel Tasarım Yarışması ödül töreni düzenlendi. Arçelik A.Ş. Ürün Tasarımı Kategorisinde 3 Üstün Tasarım ödülüne layık görüldü. Arçelik A.Ş., “Üstün Tasarım” ödülü alan tek beyaz eşya şirketi oldu. Törende ödülleri, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, Avrupa Birliği Bakanı Ömer Çelik ve TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi takdim etti.



Arçelik A.Ş. Endüstriyel Tasarım Direktörü Serdal Korkut Avcı, “Ev teknolojilerinde lider bir şirket olarak teknolojiyi tasarımla harmanlıyor, hızla değişen dünyanın beklentilerine uygun yenilikçi çözümler geliştiriyoruz. Tasarımı, gözlem, estetik, özgünlük, teknoloji ve uygulamayı içine alarak tüketicinin hayatını kolaylaştıran bütünsel bir deneyim olarak görüyoruz. Tasarım vizyonumuzun temelinde ürünlerimizi duygusal bağ kurulan nesneler haline getirmek ve bu sayede makine-insan etkileşimini keyfe dönüştürmek yer alıyor. Dünyadaki dört bir yanındaki ofislerimiz ve Ar-Ge tesislerimizle tasarım alanında da global bir oyuncuyuz. Dünyanın en saygın kurumlarından farklı kategorilerde aldığımız ödüller bu konudaki üstünlüğümüzü ortaya koyuyor. Design Turkey 2017’den aldığımız 3 Üstün Tasarım ödülü bu çabalarımızın ülkemizde de takdir gördüğünün anlaşılması açısından çok kıymetli” dedi.



Fakir SKY Serisi...

Bu teknolojiye yabancı kalmayın!

Fakir Sky Serisi ütüler, üstün buhar gücü, kaliteli seramik taban yapısı ve kolay kullanımlı şık tasarımıyla ütü yapmayı çile olmaktan çıkarıp, keyife dönüştüren teknolojiyi evinize getiriyor.



Design Turkey 2017 İyi Tasarım Ödülü Arzum'un Oldu

Türkiye'nin öncü elektrikli ev aletleri markası Arzum, bu yıl 6.'sı düzenlenen Türkiye Tasarım Haftası'nda Technoart Blender ürünüyle "Design Turkey 2017 İyi Tasarım Ödülü"ne layık görüldü.



Türkiye'nin tasarımıyla markalaşmasına katkı sağlamak amacıyla bu yıl 6.'sı düzenlenen, birçok marka ve konuşmacıyı ağırlayan Türkiye Tasarım Haftası'nda Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi'nin katılımıyla gerçekleşen ödül töreni, Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda gerçekleşti. Tasarım ve inovasyon alanında birçok uluslararası ödülün sahibi olan Arzum, Ümit Altun Designum Tasarım Ofisi ortaklığı ile tasarladığı Technoart Blender ürünü ile Design Turkey 2017 İyi Tasarım ödülüne layık görüldü. Arzum adına törende ödülü Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi'den alan Arzum Pazarlama ve Ürün Geliştirme Direktörü Mehtap Yıldız aldıkları ödüle ve Technoart Blender'a ilişkin olarak: "Arzum olarak uzun yıllardır birçok üri-

nümüz ile uluslararası platformlarda birçok farklı ödülün sahibi olduk. Müşterilerimizi merkeze alarak geliştirdiğimiz ürünlerimizi tasarlarken onların en çok önem verdikleri noktaları teknolojiyi, inovasyonu ve tasarımı harmanlayarak sunuyoruz. Bu anlamda da birçok yeni pazara sunmaya hazırlandığımız Technoart Blender ürünümüz ile aldığımız bu ödül bizim için büyük bir gurur kaynağı oldu. Technoart, Arzum ürün kimliği ile uyumlu, yalın, ergonomik ve fonksiyonel bir el blenderı olarak tasarlandı. CMF çalışmalarıyla belirlenen renk alternatifleri ile farklı kullanıcı kitlelerinin beklentilerine hitap ediyor. Hedef kullanıcı kitlesi gözetilerek formlandırılmış Technoart Blender, çift fonksiyonlu buton ve ele oturan gövdesi sayesinde ergonomik tutuş ve rahat kullanım sağlıyor. "Sen dokunursun değişir dünya" mottosunu temel alarak çıktığımız yolda, sunduğumuz ürünlerimizle kadınların hayatlarına dokunmaya ve değiştirmeye devam edeceğiz" dedi.

Ergonomik ve fonksiyonel Technoart Blender

Çift fonksiyonlu buton (Sensible Touch) ile parmak yeri değiştirilmeden turbo ya da normal kullanım moduna geçiş kolaylaştıran Technoart Blender, paslanmaz çelik blender ayağı ve çoklu bıçakları sayesinde, aşağı yukarı hareket ettirmeden yiyecekleri kusursuz bir şekilde doğrayabiliyor. Patentli 6 bıçağa sahip Technoart, normal blenderlara göre 2 kat fazla performans sağlıyor. Öncü bıçaklar gıdaları çok daha hızlı yakalayarak, en efektif şekilde konumlanan 3'lü ana bıçak yapısı da gıdaların daha hızlı, homojen ve

efor sarf etmeden parçalıyor.

Tasarım Haftası'na Özel Panel

Türkiye Tasarım Haftası'nın 8 Kasım'da gerçekleşen Design Talk bölümü alanında önemli isimleri ağırladı. Arzum Pazarlama ve Ürün Geliştirme Direktörü Mehtap Yıldız'ın da sanayide ürün tasarımı konusunda görüşlerini belirttiği "Bermuda Üçgeni" isimli panel, MSGÜ öğretim görevlisi Meltem Şen'in moderatörlüğünde gerçekleşti. Panele konuşmacı olarak DesignUM kurucusu Ümit Altun, ISVEA Endüstri Ürünleri Tasarımcısı Ettore Giordano ve Arçelik Endüstri Ürünleri Tasarımcısı Burcu Gürvardar katıldı.

Bu yıl "Tasarımın Potansiyeli" temasını gündeme taşıyan Türkiye Tasarım Haftası'na ikinci kez katılan Arzum, Tasarım Haftası boyunca öncü ve birçok farklı ödülleri kazanmış ürünlerini standında sergiliyor. Arzum standında yer alan ürünler arasında uluslararası kalite simgelerinden biri olan Red Dot ödüllü Arzum OKKA Minio, Haus & Garten tarafından gerçekleştirilen testlerde 'Sehr Gut' (En iyi/başarılı) kahve makinesi seçilen Arzum OKKA, Design Week Türkiye 2017'de iyi tasarım ödülü alan Technoart, yüksek kalite 'High Quality', tasarım 'Design' ve işlevsellik 'Functionality' ve yılın en iyi ürünü 'Product of the year' ödülünü aldığı Çaycı Heptaze, hem tasarım 'Design', hem de kullanım kolaylığı 'Ease of Use' ödülünü aldığı Tostçu Delux, Panini Granite, işlevsellik 'Functionality' ödülünü aldığı Prostick ve Fırın gibi ödüllü ürünleri katılımcılarla buluşturuluyor.

Arzum'dan Yeni Yılda Mutfaklara 'Nar' Bereketi

Türkiye'nin öncü elektrikli ev aletleri markası Arzum, yakından takip ettiği modayı ve trendleri, tasarım ve şıklığı ile ürünlerine yansıtıyor. Yeni yılın enerjisini renklerle buluşturan Arzum, yeni yılda da mutfakların gözdesi olacak. Kırmızının canlılığını ve dinamizmini yansıtan ürünleriyle dikkat çeken Arzum, Nar serisi ile mutfaklara estetik bir dokunuş yapıyor.

Arzum Nar Serisi içinde yer alan; OKKA Minio, Prostick 1500 El Blender Seti, Çaycı Klasik Çay Makinesi, Cezveli Türk Kahvesi Makinesi, Mixxi Mikser, Prochopp Cam Hazneli Doğrayıcı ve Panini Granite Tost Makinesi tasarımı ve şıklığı kadar işlevsellik ve ergonomisiyle de dikkat çekiyor. Nar Serisi, az yer kaplama, sağlıklı malzemelerden üretilme ve az enerji harcama özellikleri ile de kullanıcıya avantaj sağlıyor.

Arzum OKKA Minio

Arzum OKKA Minio, Türk kahvesini ağır ağır pişirir böylece ideal kıvamlı, bol köpüklü bir kahve lezzeti sunar. Arzum OKKA Minio tek seferde dört fincana kadar kahve pişirebilir. Taşma önleyici akıllı sensör özelliği sayesinde başında bekleme derdini ortadan kaldırırken, kolay yıkanabilir pişirme haznesi ile de temizlik sorununu ortadan kaldırır.

Arzum Prostick 1500 El Blender Seti

Arzum Prostick El Blender Seti, el blenderı, doğrayıcı ve çırpıcı fonksiyonları ile üç işlevi bir üründe topluyor. Güçlü motor teknolojisi ve turbo fonksiyonu sayesinde performans sorunu yaşıtmıyor. Paslanmaz çelik çırpıcısı ve doğrayıcısı ile uzun ömürlü kullanım olanağı sunuyor. Arzum Prostick El Blender Seti'nin sessiz çalışma özelliği, sakin bir ortam yaratıyor.



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 uzunluğu

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 uzunluğu



K 6267
Quartz Isıtıcı

Baymak Bayileri Kharkiv’de Motivasyon Gezisinde Buluştu

Isıtma soğutma sektörünün öncüsü Baymak, bayilerini motivasyon gezisiyle bir araya getirdi. Baymak bayileri, tarihi katedralleri, UFO Müzesi, Çağdaş Sanatlar Müzesi gibi görülmeye değer yerleri ile ünlü olan Ukrayna’nın ikinci büyük kenti olan Kharkiv’de muhteşem bir tatil geçirdiler. Sovyet rejiminden izler görülen sokakları, müzeleri, parkları ve katedralleri gezen bayiler tatil yapma ve dinlenme fırsatı buldu. Yoğun iş temposuna kısa bir mola veren, yılın yorgunluğunu atan ve birlikte yeni yerler görme fırsatı bulan bayiler keyifli vakit geçirdiler. Baymak bayileri için her yıl geleneksel olarak düzenlenen seyahat kampanyalarının bu yılki ürünü Brötje yoğunmalı kombi ve metretül panel radyatör oldu.



d.ream Akademi’nin Bosch’un Katkıları ile Düzenlediği “Mutfakta Kamp” Devam Ediyor



d.ream Akademi, düzenlediği farklı içeriklere sahip amatör eğitimlerle katılımcılara kendi mutfaklarında profesyonel bir şef gibi harikalar yaratma olanağı sunuyor. Mutfak meraklılarının buluşma noktası olan d.ream Akademi, yoğun ilgi gören “Mutfakta Kamp” programı ile Kasım ayında da lezzet ile eğlenceyi buluşturuyor. 07-28 Kasım tarihleri arasında haftada bir gün olmak üzere toplam dört gün sürecek olan “Mutfakta Kamp”ta katılımcılar mutfakın temel kuralları hakkında bilgi sahibi olurken, şef Fahmi Samancı ile menüdeki yemekleri hazırlayacaklar.

Dört günlük “Mutfakta Kamp” programı; bıçaklar ve kesme teknikleri, tavada ve ızgarada pişirme yöntemlerinin yanı sıra taze makarna yapımı gibi uygulamaları da bir arada sunuyor. Dana bonfileden fettucini’ye, fırında tavuktan pizza hamuruna varan zengin içeriğiyle “Mutfakta Kamp” bir kez daha d.ream Akademi’nin farkını ortaya koyuyor. Dünya standartlarında eğitim ve yenilikçi yaklaşımı ile Türkiye’de yiyecek ve içecek sektörüne kaliteli eleman kazandıran d.ream Akademi; deneyimli kadrosu ile amatör mutfaklara da gusto katmaya devam ediyor.

Kärcher, Yedikule Hayvan Barınağı’nı Detaylı Temizledi!

190’ı aşkın ülkede hem profesyonel kullanıcılara hem de ev kullanıcılarına yenilikçi temizlik çözümleri sunan Alman temizlik devi Kärcher, geçen yıl başlattığı “Hayvan Barınağı Temizleme Projesi”ni bu yıl da devam ettiriyor. Profesyonel temizlik makineleri kullanarak İstanbul Fatih belediyesi Yedikule Hayvan Barınağı’nı detaylı temizleyen Kärcher, yaklaşık 3000 köpek ve 150 engelli kedinin yaşam alanına dokunarak, onlara hijyenik ve tertemiz bir barınma ortamı sağladı. Projeye gönüllü olarak katılan Kärcher çalışanları, Kärcher basınçlı yıkama makineleri, ıslak-kuru elektrik süpürgeleri ve zemin temizleme otomatlarıyla barınağı kirlerden mikrop ve virüslerden arındırırken, buharlı temizleme makineleri ile de derinlemesine temizlik yaparak barınağı dezenfekte etti. Temizlik çözümlerinde lider bir marka olarak bu alanda yaptıkları sosyal sorumluluk çalışmalarına büyük önem verdiklerini belirten Kärcher Türkiye

Genel Müdürü Gökhan Gökmen; “Kärcher olarak böylesi güzel bir projeyi tekrar hayata geçirmekten dolayı büyük mutluluk duyuyoruz. Başta gönüllü çalışanlarımız, Yedikule Hayvan Barınağı ve Sayın Meral Olcay ve bizlere bu imkanı sunan Fatih Belediyesi olmak üzere herkese teşekkür ediyoruz. İş birliğimiz sayesinde küçük dostlarımızın yaşam alanlarını yeniden temizledik ve dezenfekte ettik. Umarız sektörde örnek olacak iş birliklerimizle topluma değer katan projelere imza atmaya devam edeceğiz.” diye konuştu. Fatih Belediyesi Yedikule Hayvan Barınağı gönüllü yöneticisi Mimar Meral Olcay “Yedikule Hayvan Barınağı ya da gönüllülerimizin verdiği adla ‘Sevgi Yuvası’, 2001 senesinden beri gönüllülük esasına dayalı hizmet vermektedir. Şu anda 3000 köpek ve 150 engelli kediye yaşam alanı sunuyor; onlara yiyecek, tedavi, rehabilitasyon, kısırlaştırma, aşılama, sahiplendirme hizmetleri sağlıyoruz” dedi.





TESLA
PREMIUM

TOZ TOFBASIZ ELEKTRIKLI SÜPÜRGE
VACUUM CLEANER

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

www.arnica.com.tr



facebook.com/Arnica.Senur



twitter.com/ArnicaEvAletler



instagram.com/ArnicaEvAletleri



CYCLONE
MAX



Verimli
Enerji
Tüketimi

Yeni Yılda Evleriniz Renkleniyor: Fakir Rouge Serisi

Y Hareketin ve canlılığın rengi olan kırmızı, yılbaşında evlere zarafet getiriyor. Fakir Hausgeräte'nin birbirinden şık ürünleri, yeni yıla yepyeni ürünlerle girmek isteyenlere ya da sevdiklerini yılbaşı hediyesiyle mutlu etmek isteyenlere alternatif oluyor. Elektrikli süpürgeler, küçük ev aletleri, ütüler, kişisel bakım ürünleri ve ısıtıcıların yer aldığı geniş ürün gamı ile yeni yılda Fakir kırmızısı evinizi renklendiriyor.

Yeni Yılda Kahveniz Fakir KAAVE'den...

Yeni yılda sevdiklerinizle olan muhabbetinize Fakir Kaave Türk Kahvesi Makinesi eşlik ediyor. Cezvede pişirme yöntemi esasına dayanan ve aynı lezzetin yakalanması amacıyla tasarlanan Fakir Kaave, taşmayı önleyen patentli Luminasense teknolojisi ile geliştirildi. Tek seferde 4 fincan kahve kapasitesiyle ve ergonomik cezve ağız sayesinde her fincana eşit köpük dağıtabilen Fakir Kaave, hızıyla olduğu kadar



iddialı tasarımıyla da dikkat çekiyor. Konsept renk serilerimize uyumlu olarak, Violet, Rouge, Rose, Mat Kahve ve Beyaz alternatifleriyle beş farklı renkte tasarlandı.

Yeni yılda mutfaklar Fakir'in "Rouge" kırmızısıyla canlanıyor...

Sevdiklerinize kendi ellerinizle yaratıcı lezzetler sunacağınız Rouge serisi, yeni yılda kırmızının cazi-

besini mutfağınıza taşıyor.

Kadınların mutfaktaki en büyük yardımcısı Lucca Blender Seti, 1000 watt gücünde olup, ergonomik tasarımıyla çırpma, doğrama, karıştırma gibi pek çok işin üstesinden kolaylıkla geliyor. Paslanmaz çelik aparatları sayesinde soğan, havuç, çiğ et, fıstık gibi besinleri parçalamak için ideal doğrayıcı görevi görüyor. 900 ml ölçü kabıyla kadınlara kalabalık sofralar için benzersiz lezzetler hazırlama imkanı veriyor.

4 farklı hız kademesi, turbo fonksiyonu, 2 adet paslanmaz çelik çırpma aparatı, 2 adet paslanmaz çelik yoğurma aparatı olan Sierra El Mikseri, aksesuar saklama kutusuyla satışa sunuluyor.

Demli, kıvamlı ve mis kokulu çaylar demlemek isteyenlerin tercihi olan River, ayrıca sağlığına özen gösteren için de bitki çayları demleme özelliğine sahip. River çay makinesi 1650 W gücünde, 1,75 Litre kapasiteli su ısıtıcısı ve 1,1 Litre kapasiteli çelik demliğiyle iki temel parçadan oluşuyor.

MediaMarkt, Türkiye'de Liderliğe Koşuyor



A Avrupa'nın açık ara 1 numaralı elektronik perakendecisi MediaMarkt, Türkiye'deki 10. yılını Türkiye'de büyüyeceğini müjdeleyerek kutluyor. Müşteri memnuniyetini merkeze alan yaklaşımıyla yeni nesil elektronik perakendeciliğinin kurallarını belirleyen şirket, yatırımlarını artıracığını açıkladı. Müşterilerin beklentileri ve ihtiyaçlarını dikkatle inceleyerek, son bir buçuk yıl içerisinde müşteri memnuniyeti skorunu 2 katına çıkardıklarını ve liderlik yolunda emin adımlarla ilerlediklerini belirten MediaMarkt Türkiye İcra Kurulu Başkanı Yenal Gök-yıldırım, "Türkiye'nin en büyük satış alanına sahip elektronik perakendecisi olarak 133 bin metrekarelik

satış alanımızda 50 bine varan ürün çeşidini tüketicilerimizle buluşturuyoruz. Ayrıca online kanalımızda da 9 bin çeşit ürün doğrudan tüketicilerle buluşuyor. En zengin ürün gamına sahip elektronik perakendeci olarak büyümeyi sürdürüyoruz" dedi.

Çoklu kanal için yeni hizmetler geliyor

MediaMarkt olarak çoklu kanal stratejilerinin büyümenin önemli bir anahtarı olduğunu bildiklerini aktaran Gök-yıldırım, "Müşterilerimizin büyük bir kısmının bir ürünü satın almadan önce internette araştırdığını sonrasında alışveriş deneyimini mağazada ya da online satış kanalımızda sonlandırdığını gözlemliyoruz. Bu konudaki tüketici davranışını yaklaşık 3 yıldır dönemsel olarak takip ediyoruz. Bu takiplerden elde ettiğimiz müşteri ihtiyaçlarını gözeterek, 2018 yılında Türkiye'deki çoklu kanal yapımızı geliştirmek için yenilikçi çözümlerimizi tüketicilerimizle buluşturacağız" dedi. Dijitalleşme yatırımlarını sürdürerek geçtiğimiz yıl 4 milyon Euro'luk yatırımla Türkiye'deki tüm mağazalarına elektronik raf etiketi yerleştiren MediaMarkt, tüketiciyi, sınırsız sayıda ürün gösterebilen dijital kiosklarla birlikte yenilikçi çözümler sunuyor. MediaMarkt mağazalarındaki elektronik fiyat etiketleri sayesinde tüm kanallarda en iyi fiyat politikası uygulayarak tüm noktaları anında güncelleyebiliyor ve tüketicilerin farklı kanallarda aynı fiyatları 1 dakika içerisinde görmesini sağlıyor.

Influencer Marketing, TV Reklamlarının Yerini Alıyor



Güven Çelikkaya Webrazzi Summit 2017'de "TV Bütçeleri Neden Influencer Marketing'e Kayıyor" başlığı altında katılımcılara internet kullanımının alışkanlıklarımızı nasıl değiştirdiğini ve pazarlama dünyasının yeni kurallarının nasıl oluştuğunu anlattı. Global birçok firmanın TV reklamları dahil, geleneksel medya bütçelerini Influencer Marketing kampanyalarına kaydırıldığını altını çizen Çelikkaya, tavsiye temelli pazarlama araçlarının etkisinin arttığını söyledi. Araştırma sonuçlarının tüketicilerin yüzde 83'ünün arkadaşlarının ve yakınlarının vermiş olduğu tavsiyelere güvendiğini vurgulayarak, başta Youtube, Instagram, Snapchat olmak üzere mobil dünyada deneyimlerin paylaşılmasıyla yeni bir anlayışın tüketicilerin hayatına girdiğini belirtti. Güven Çelikkaya, "Influencer Marketing sosyal ağlarda belirli bir grubu etkileme gücüne sahip kişilerin, kendi sosyal medya hesapları üzerinden, herhangi bir ürün veya servis ile ilgili, hedef tüketici grubunun davranışlarını etkilemeye ve satın almaya yönlendirmeye yönelik olarak düzenlenen tanıtım ve pazarlama aktivitelerinin tümüne denilmektedir" dedi.

► **REGAL**

REGAL'LE SÖZ BU DEFA EN BÜYÜKTE!

REGAL'LE DEV EKRAN VE
4K SEYİR KEYFİ EVİNİZE GELİYOR.

► **REGAL'LE**
SÖZ SENDE



Ürünün modeli 65R7040U 65" 4K Smart LED TV'dir.

ZORLU

0850 222 4 789

regal-tr.com

Regal
Müşteri
Hizmetleri

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri Bu Yıl da Kristal Elmaları Topladı!

Yaratıcı ve kendine özgü mizah dilini kullandığı eğlenceli pazarlama ve iletişim çalışmaları ile tüketicilerin beğenisini kazanan Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, pazarlama alanında yaptığı çalışmalarla bu yıl da Kristal Elma'ları topladı.

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, Profilo Buzdolabı için hazırlanan gazete ilanı "Basın" dalı "Elektronik ve Beyaz Eşya" kategorisinde Kristal Elma'nın sahibi olurken, SilentPlus motor özelliğini öne çıkaran radyo spotu ile de "Hızlı Tüketim / Kampanya" kategorisinde Gümüş Elma'nın sahibi oldu. Küçük Ev Aletlerini konu alan reklam çalışması ise "Film,

TV ve Sinema" dalı "Hızlı Tüketim / Kampanya" kategorisinde Gümüş Elma ile ödüllendirildi.

Bu yıl gerçekleşen Kristal Elma Ödül töreninde bir kez daha ödüle layık görülmekten mutlu olduklarını belirten Profilo Dayanıklı Ev Aletleri Pazarlama Müdürü Burcu Seçkin, "Büyük bir emek, özveri ve içgörü ile yaptığımız çalışmaların reklam dünyasının böylesi prestijli bir organizasyonunda ödülle takdir edilmesi bizi çok mutlu ediyor. Profilo'nun bu yaratıcı işlere imza atmasında emeği olan ajansımız Rafineri'ye ve bu başarıyı bizimle paylaşan tüm iş ortaklarımıza teşekkür ederim" dedi.



Profilo'dan Evde Tasarruf Önerileri

Evde tasarruf sağlamak için enerji tasarruflu ürünleri satın almanın tek başına yeterli olmadığına, tasarruflu ürünlerin doğru kullanımının da büyük önem taşıdığına dikkat çeken Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, 31 Ekim Dünya Tasarruf Günü nedeniyle ev ekonomisine katkı sağlayacak pratik tasarruf önerilerini paylaştı.

Buzdolabınızı Kullanırken...

Bir evin en çok enerji tüketen ürünü hiç kuşkusuz yaz-kış fişten hiç çekilmeyen buzdolaplarıdır. Buzdolabını A enerji sınıflı almak kadar doğru kullanımını bilmek de önemli.

Buzdolabına gıdaları sıcak koymak buzdolabının daha fazla çalışmasına ve daha çok elektrik tüketmesine neden olur. Özellikle ev kadınları arasında yaygın olan buzdolabına örtü serilmesi ise enerji tüketimini artıran bir başka davranış. Buzdolabına renk katmak, temizliğini daha rahat yapmak için serilen örtüler hava akışını keseceği için enerji tüketimini de artırır. Yine buzdolabını ideal sıcaklık ayarlarında çalıştırmak da büyük önem taşır. Buzdolabı için ideal sıcaklık +4 derece, derin dondurucu için ise -18 derecedir. Daha düşük ya da yüksek sıcaklıkta kullanım, gereğinden fazla elektrik tüketilmesine ve gıdaların bozulmasına sebep olur.

Çamaşır Yıkamayan Ev Olur mu?

Özellikle çocuklu evlerde en sık çalıştırılan beyaz

eşya ürünlerinden biri de çamaşır makinesi. Çamaşır makinesini az yüklerle sık çalıştırmak enerji tüketimini artıracak gibi gereğinden fazla deterjan kullanmak da makinenin durulmak için daha fazla çalışmasını gerektirdiğinden daha çok enerji tüketmesine neden olur. Çamaşır makinesini tasarruflu kullanmak için az kirli çamaşırlar için kısa program seçeneklerini kullanmak daha doğrudur. Yine çamaşırları gereğinden fazla sıcak suda yıkamak da hem çamaşırları yıpratmak hem de elektrik tüketimini artıracaktır.

Evlerin vazgeçilmezi bulaşık makineleri

Yaygın bir yanlış inanç da bulaşık makinelerinin çok fazla su harcadığıdır. Oysa yapılan araştırmalar, bulaşgın elde yıkanması sırasında çok daha fazla su harcadığını gösteriyor. 12 kişilik bir yemek takımının elde yıkanması sırasında 126 litre su harcanırken, bulaşık makinesiyle yıkamada harcanan su miktarı ise sadece 12 litredir.

Kendileri Küçük Maharetleri Büyük Küçük Ev Aletleri ile elektrik tasarrufu

Kendileri küçük maharetleri büyük ürünlerin başında su ısıtıcıları geliyor. Su ısıtıcılarını kullanılacak su miktarı kadar doldurmak elektrik tüketimini azaltır. Ütünün fişinin ütöleme işleminin bitmesine 5 dakika kala fişten çekilmesi de elektrik tasarrufu sağlar.



Mobilyada Ezber Bozan Strateji Dönemi Başlıyor!

Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden biri olan mobilya endüstrisinin bugünkü konumuna gelmesi için yoğun olarak çalışan İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği, sektörün geleceğini konuşmak için 10 Ekim Salı günü Çırağan Sarayı'nda bir basın toplantısı düzenledi.

Basın toplantısında

Türkiye'nin 2023 vizyonu doğrultusunda mobilya sektörünün konumunu detaylarıyla anlatan İstanbul Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği Başkanı Ahmet Güleç, Cumhuriyetimizin 100'üncü yılını kutlayacağımız bu çok önemli 'Kilometre taşı' için her alanda heyecan verici hedefler olduğunu altını çizdi. Bu hedefler arasında ihracatçıları en fazla heyecanlandıran konunun dünya ihracatından yüzde 1,5 pay almak olduğunu söyleyen Güleç, mobilya sektörünün ise bu rakamı yüzde 2,5 olarak belirlediğini aktardı. Türkiye'nin hedeflenen ihracat rakamına ancak uygun stratejilerle ulaşabileceğini aktaran Güleç, "2007 itibarı ile dünya ihracatından yüzde 0,8 pay alan mobilya ihracatımız, 2016 yılında payını yüzde 1,4'e çıkarma başarısını göstermiştir. 2023 yılı hedefimiz ise dünya mobilya ihracatından yüzde 2,5 veya üzerinde pay almaktır. Yaptığımız analiz ve değerlendirmelere göre 2023 yılında 320 milyar dolar civarında bir ihracat hacmine ulaşacak olan dünya mobilya pazarından almayı hedeflediğimiz pay yaklaşık 10 milyar dolarlık ihracata karşılık gelmektedir. Bu ihracat hedefimize ulaşmak üzere uygun stratejileri üretmek; üretim odaklı olmaktan çok pazar odaklı olmak için yoğun bir şekilde çalışıyoruz. Mobilya ihracat hacmi hedefimize ilave olarak kg başına değeri de 7 dolara çıkarmayı hedefliyoruz" dedi.

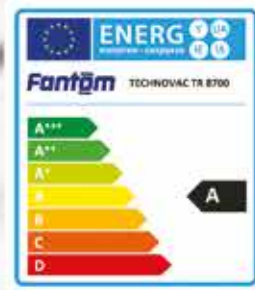


Fantom

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”



TURBO TR 8650



TECHNOVAC TR 8700



ÇEKİCİ DC 3000



Fanset Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Merkez Mahallesi 5. Yılmaz Özdemir Cad. No: 8/1 34303 Halkalı Kağıthane/İstanbul
T: +90212 697 57 70 F: +90212 548 96 78 T: 444 5 770

www.fanset.com.tr • satin@fanset.com.tr



/fantomevaletleri



/FantomEvAletleri



/fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomevaletleri

Danışma Hattı
0800 219 02 79

Türkiye genelinde
400 Adet Teknik Servis

Stevie Ödülleri'nden Vestel'e İki Ödül

Vestel, dünyanın en prestijli iş ödülleri olarak gösterilen Stevie Ödülleri'nde iki bronz madalya kazandı. Vestel İnsan Kaynakları "Yılın İnsan Kaynakları Takımı" ve Vestel Müşteri Hizmetleri "Yılın Müşteri Hizmetleri Departmanı" alanında bronz Stevie Ödülü'ne layık görüldü.

Türkiye'nin teknoloji devi Vestel, uluslararası birçok şirketin katıldığı Stevie İş Ödülleri'nde insan kaynakları ve müşteri hizmetleri alanlarında iki bronz madalya kazandı. Vestel'in Müşteri Hizmetleri "Yılın Müşteri Hizmetleri Departmanı" alanında bronz madalya kazanırken; İnsan Kaynakları departmanı da "Yılın İnsan Kaynakları Takımı" alanında yine bronz madalyaya layık görüldü. Vestel Müşteri Hizmetleri, müşteri memnuniyeti değerleri, kalite politikası, kazanılan başarılar, hizmet yetkinlikleri çalışan motivasyonu gibi tüm hizmet ve çalışma yapısı ile uçtan uca "Yılın Müşteri Hizmetleri Departmanı" kategorisinde bronz Stevie ödülünün sahibi oldu.

Vestel İnsan Kaynakları ise başlattığı online işe alım süreci ve işe uyum süreci (onboarding) üzerine yaptığı çalışmalar ile bronz Stevie kazandı. Vestel İnsan Kaynakları, yeni uygulamasıyla işe alım süreçlerini dijital ortamda takip etmeye başladı. İlk olarak mülakat aşamasını online olarak tamamlamaya başlayan Vestel İK, online işe uyum süreci uygulamasını da hayata geçirdi. Türkiye'de bu alanda öncü olan Vestel, yeni çalışanlara işe başlamadan önce ve sonra ihtiyacı olan tüm bilgileri video ve görsel ile aktardığı bir program vermeye başladı.



21 Ekim'de Barcelona'da düzenlenen törende Vestel adına ödülü İnsan Kaynakları ekibi aldı.

Vestel'in aldığı ödülleri değerlendiren Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan "Müşteri hizmetlerinde ve İnsan Kaynakları uygulamalarımızda kalite standartlarımızı en yukarıya çekmek için büyük gayret gösteriyoruz. Vestel olarak kusursuz bir müşteri deneyimi yaratmayı hedefliyoruz. Bunun için geliştirdiğimiz tüm uygulamalar ile dünya çapında

ödüle layık görülmek hepimizi onurlandırdı. Öte yandan dijital dönüşüme öncülük eden Vestel'in insan kaynakları ekibinin de bu dönüşüme ayak uydurması için çalışmalarımızı yaptık. Bu gayretimizin de önemli bir ödülle bize dönmesinden de büyük gurur duyuyoruz. Emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarımı gönülden kutluyorum" dedi.

Vestel'e Kristal Elma'dan 11 Ödül

Reklamcılar Derneği tarafından 5-6 Ekim tarihlerinde 29'uncusu düzenlenen Kristal Elma Festivali çerçevesinde verilen ödüllerin kazanımları belli oldu. 2 bin 527 başvurunun değerlendirildiği ve 7 büyük, 151 Kristal Elma, 157 Gümüş ve 167 Bronz olmak üzere toplam 482 ödülün dağıtıldığı yarışmadan; Vestel 2 Kristal, 9 Gümüş Elma ile döndü. Vestel 11 ödülle dayanıklı tüketim sektöründe en çok ödül alan marka oldu.



Gurme Fırın, Mix&Go, Vizizle, Anneler Günü ve Elma Sütü kampanyaları ile toplam 4 ana kategoride 11 ödül alan Vestel'in ödül aldığı kampanya ve kategorilerin tamamı şöyle:

Kategori: Radyo / Dayanıklı Tüketim

Gümüş Elma – Vestel Gurme Fırın

Kategori: Medya / Ürün ve Hizmet-Dayanıklı Tüketim

Gümüş Elma – Mix&Go

Kategori: Entegre Kampanyalar / Dayanıklı Tüketim

Gümüş Elma – Mix&Go- Vestel Küçük Ev Aletlerinden Büyük Giybet

Kategori: Medya / Sosyal Medya-Video Platform Kullanımı

Gümüş Elma – Vizizle

Kategori: Dijital ve Sosyal Medya / Yaratıcı Mecra Kullanımı

Gümüş Elma – Vizizle

Kategori: Dijital ve Sosyal Medya / Markalı İçerik-Ürün

Gümüş Elma – Vizizle

Kategori: Dijital ve Sosyal Medya / Kampanya-Dayanıklı Tüketim

Kristal Elma – Vizizle

Kategori: Dijital ve Sosyal Medya / Sosyal medya platformunun yaratıcı yenilikçi kullanımı

Gümüş Elma – Vizizle

Kategori: Dijital ve Sosyal Medya / Kampanya-Dayanıklı Tüketim

Gümüş Elma – Anneler Günü-Eve Değil Anneme

Kategori: Dijital ve Sosyal Medya / Sosyal Medya-En Yaratıcı Gerçek Zamanlı Aksiyon

Gümüş Elma – Elma Sütü

Kategori: Entegre Kampanyalar / Dayanıklı Tüketim

Kristal Elma – Anneler Günü-Eve Değil Anneme

**Dünyanın ilk
bumper ad dizisi**
**YERLİ
Vizizle**

wattsu

ISITMA & SOĞUTMA TEKNOLOJİSİ



Wattsu Kombi Tasarruf Cihazı

Wattsu aylarca size ihtiyaç duymadan kombinizi otomatik yönetir. Sizi konforlu bir yaşam sunar ve kombinizi dış ortam sıcaklığına göre yöneterek gün bazlı doğalgaz tüketiminde %16 ile %57 aralığında elektrik tüketiminde ise %40 üzerinde tasarruf sağlar. Ayrıca Wattsu kombinizin ana kartını yüksek voltajlara karşı korur.



arıkovanı



Cihazın birebir boyutudur.



VTS Elektrik Elektronik San ve Dış Tic Ltd Şti
İSTOÇ 25. Ağa Kusey Plaza K.7 BAĞCILAR/İSTANBUL
+90 312 659 07 81 - +90 312 659 32 31
www.wattsu.com • ulgi@wattsu.com

MAHMUTOĞLU
ELEKTRONİK
www.mahmutoglu.com

VTS Ltd. Mahmutoglu İştirakidir.



/wattsuteknoloji



/wattsuteknoloji



/wattsuteknoloji



/wattsuteknoloji



/wattsuteknoloji



Perakende Günleri'17 Dünya Çapında 6 Önemli İsmi Ev Sahipliği Yapıyor



Jonas Kjellberg

Perakende sektörünün geleceğine yön veren konu ve konuklarıyla sektörün en önemli buluşması olan Perakende Günleri 17 yıldır olduğu gibi bu yıl da sektörün nabzını tutmaya devam ediyor. 29 – 30 Kasım 2017 tarihlerinde Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda sektör liderlerini buluşturacak Perakende Günleri'17, 19 farklı oturumda 21 ayrı konuşmacıya ev sahipliği yapıyor. Perakende Günleri'17'nin yıldız konuşmacıları arasında Skype'ın yaratıcılarından Jonas Kjellberg ile dünyada pazarlama çalışmalarında yeni bir dönem açan nöropazarlamanın öncüsü Patrick Renvoisé, perakende fütüristi Doug Stephens, geçmişin ünlü hacker'ı, bugün dünyanın en önemli siber güvenlik uzmanlarından biri olan Mikko Hypponen, tasarım

ve müşteri deneyiminin öncüsü Pete Champion ve start-up ruhunun en başarılı isimlerinden Mark Little yer alıyor.

Jonas Kjellberg: 'Oyunun Kurallarını Değiştirmek'

Perakende Günleri'17'nin ilk gününde Skype'ın yaratıcılarından Jonas Kjellberg, 'Oyunun Kurallarını Değiştirmek' başlıklı oturumu ile katılımcılarla bir arada olacak. i-Cloud'un Yönetim Kurulu Başkanı iken firmayı Apple'a satan, Zalando'ya kuruluş aşamasında yatırım yapan seri girişimci Kjellberg, kendi geliştirdiği ve Stanford Üniversitesi'nde okutulan iş modeli olan; sıfır maliyetle inovasyon ve gelir artırmada inovasyon için ip uçlarını paylaşacak.

Perakende Türkiye'de Dönüşürken Büyüyor

PageGroup uzmanları, mercek altına aldığı perakende sektöründe, Türkiye'nin beş yıllık gelir performansı gelişimi ve tüketim harcamalarıyla Avrupa'nın en iyi 10'u arasında yer alacağını öngörüyor. Şirketin Perakende Bölümü Yöneticisi Ezgi Güneser, sahada yaptıkları çalışma ve araştırmalara dayanarak; "Nüfus artışı, kentleşme ve artan hane halkı harcamaları, ülkede satın almayı güçlendirdi. Yerli perakende sektöründe, yıllık %9'luk ortalama bir büyüme oranı bekleniyor. Avrupa genelinde ise perakende tüketimi durağan seyrini devam ettirdiğini söyleyebiliriz. Geçtiğimiz yıl Avrupa, siyasi ve toplumsal karışıklıktan, dünyayı şok eden insani bir krize kadar birçok zorlukla karşı karşıya kalmasına rağmen ekonomisi ve tüketimi fırtınanın üstesinden

gelebilecek kadar esnek olduğunu da unutmamak gerekir" diyor.

Perakendenin Türkiye'deki geleceği internette parlıyor

Sektörde kabuk değişiminin 2020 yılı ve sonrasında hızlanacağına dikkat çeken PageGroup uzmanları, internet ortamındaki ticaretin tüketici alışkanlıklarını etkilediğini vurguluyor. Farklı kanallardan gelen sektörel analizler yakın gelecekte ülkemizdeki tüketicilerin erişimde, sanal ya da gerçek ayrımı yapmaksızın, ürünleri tek bir marka olarak algılamaya eğilimli olacağını gösteriyor. Bu nedenle perakendecilerin, dijital platformlar aracılığıyla tüketicilerle bire bir ilişki kurma çabasını arttırması bekleniyor.



Ezgi Güneser

BrandZone 5 Yıllık Verilerini Açıkladı: Arzum Damga Vurdu!



Türkiye'deki markalar için fiyat/rekabet araştırma hizmetleri sunan BrandZone, 2013-2017 Eylül aylarını kapsayan elektrikli süpürge kampanyalarını ele aldı. Teknoloji marketleri, hipermarketler, online marketler, bayi kanalı ve yerel zincirleri kapsayan kampanya verilerine göre; 2017 Ocak-Eylül arasındaki dönemde en fazla kampanya düzenleyen marka, yüzde 14'lük kampanya oranıyla Arzum oldu. Yüzde 13'lük oranla Philips ikinci sırada; yüzde 9'luk oranla Fakir üçüncü sırada yer alırken; yüzde 8'lik oranla Rowenta ve Arçelik dördüncü; yüzde 6'lık oranla Arnica beşinci sırada yer buldu. 2016 yılına göre 2017'de kampanyalarını artıran üç marka ise sırasıyla; Arzum, Arçelik ve Bosch oldu.

Avrupa Birliği (AB) mevzuat uyum çalışmaları çerçevesinde 2015 Ocak ayında elektrikli süpürgelerin maksimum güçlerine sınırlamalar getirildi. 2015 Eylül ayı itibarıyla elektrikli süpürgelere 1600 Watt güç sınırlaması getirildi. 1 Eylül 2017 tarihinden itibaren ise 1600 Watt güç sınırlaması 900 Watt'a çekildi ve motor gücü en fazla 900 Watt olan elektrikli süpürgelerinin satışının yapılmasına izin verildi. Konuyla ilgili konuşan BrandZone Kurucu Ortağı Cem Köz, "Markaların 2015 yılı sonundan itibaren, 900 Watt'tan düşük güçlü ürünlerin oranını artırarak yeni AB mevzuatına hazırlık yaptığı görülüyor. 900 Watt'tan düşük güçlü ürünlerin oranı 2013'te yüzde 2'yi oluştururken; 2017'nin ilk 8 ayında bu oran yüzde 67'ye kadar çıktı" diye konuştu.

Koç Holding Yılın İlk 9 Ayında 71,3 Milyar TL Konsolide Ciro Elde Etti



Levent Çakıroğlu

Koç Holding, 2017 yılının ilk 9 ayında konsolide bazda toplam 71,3 milyar TL gelir elde ederken; 3,8 milyar TL konsolide ana ortaklık payı net dönem kârı gerçekleştirdi. İlk 9 ay finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "Koç Topluluğu olarak ülkemizin ekonomik ve toplumsal kalkınması için çalışmaya devam ediyor; küresel büyüme hedefimiz doğrultusunda kararlılıkla ilerliyoruz. Üretim, istihdam, Ar-Ge, inovasyon ve dış pazarlarda büyüme önceliklerimizi koruyoruz. Yılın ilk 9 ayında 4,6 milyar TL'lik kombine yatırım gerçekleştirirken, aynı dönemde kombine ihracatımızı bir önceki yıla oranla dolar bazında yüzde 16 artırdık" dedi.

Levent Çakıroğlu: "Faaliyet ortamının da desteğiyle güçlü performansımızı koruduk."

Levent Çakıroğlu, yılın ilk 9 ayında elverişli bir faaliyet ortamı olduğuna dikkat çekerken, Koç Topluluğu'nun da başarılı performansını sürdürdüğünü vurguladı. Levent Çakıroğlu, "Son 5 yılda 30 milyar TL'nin üzerinde gerçekleştirdiğimiz yatırımlarımızın da etkisiyle, Şirketlerimiz faaliyet gösterdikleri sektörlerde başarılı performans sergilediler" dedi. Ülkemizde otomotiv ihracatının yılın başından itibaren gösterdiği büyümeye dikkat çeken Levent Çakıroğlu, "Ford Otosan yılın ilk dokuz ayında toplam ihracat adetlerini yüzde 12 artırmayı başardı ve Ford markasını Avrupa'da üçüncü yılda da ticari araç lideri yaptı.

Sabancı Holding Konsolide Satışlarını %25 Artırarak 10 Milyar 534 Milyon TL'ye Çıkardı

Sabancı Holding'in konsolide satışları, 2017 yılının üçüncü çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre %25 artarak 10 Milyar 534 Milyon TL oldu. Faaliyet kârı ise 2017'nin üçüncü çeyreğinde yine geçen yılın aynı dönemine göre %50 artarak 2 Milyar 354 Milyon TL'ye ulaştı. Sabancı Holding'in konsolide ana ortaklık net kârı ise 2017 yılının üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %64 artarak 881 Milyon TL olarak gerçekleşti.

Sabancı Holding CEO'su Mehmet Göçmen konuya ilişkin yaptığı açıklamada: "90 yılı aşkın geçmişimizden aldığımız deneyimle bütün hızımızla çalışmaya devam ediyoruz. Gerçekleştirmekte olduğumuz dönüşümün verdiği güç ve değerli insan kaynağı-

mızla birlikte; iş ortaklarımıza ve paydaşlarımıza değer yaratmaya devam edeceğiz. 2017 yılının ilk 9 ayında özellikle Sanayi, Sigorta ve Enerji iş kollarımızda oldukça başarılı işlere imza attık. Finansal tabloların ötesinde dinamik ve dengeli bir portföy oluşturmak üzere bir dönüşüm içerisindeyiz. Bizim yola çıkış noktamız, gelişen insan profili ve gelişen global rekabet koşulları karşısında ülkemizin ihtiyaçları doğrultusunda gereken öncü adımları atmaktır. Bu görüş ve vizyon ile Sabancı Topluluğu'nu yeniden kurguluyoruz."

Holding'in bankacılık faaliyetleriyle ilgili de açıklamalarda bulunan Göçmen, Akbank'ın müşterilerinin sürekli yanında olan bir bankacılık anlayışına sahip olduğuna dikkat çekti.



Mehmet Göçmen

LG Electronics 3. Çeyrek 2017 Finansal Sonuçlarını Açıkladı

LG Electronics Inc. (LG), 2017'nin üçüncü çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15 artışla toplam 13,44 milyar dolarlık ciro elde ettiğini açıkladı. LG'nin dört temel bölümü de geçen yılın aynı dönemine göre daha fazla ciro yaptıklarını belirtti. Artan uluslararası ticari endişelerden kaynaklanan karamsar iş ortamına rağmen 2017'de neredeyse ikiye katlanan ve gerçekleşen 457,5 milyon dolarlık işletme geliri, ev eğlence ve cihazlarındaki kârlılığı yansıtıyor.

LG Beyaz Eşya ve İklimlendirme Çözümleri Bölümü, yerel pazar başta olmak üzere, Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya'daki güçlü satışlarının

da desteğiyle geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16'lık artışla 4,4 milyar dolarlık çeyrek cirosu gerçekleştirerek bir kez daha en büyük payı aldı. Elde edilen 375,16 milyon dolarlık işletme geliri de geçen yılın aynı döneminin yüzde 26 üzerinde. Avrupa, Latin Amerika ve Kore başta olmak üzere Asya'da, birinci sınıf ürünlere olan talebin dördüncü çeyrekte de aynı yoğunlukta devam edeceği öngörülüyor. LG Ev Eğlence Sistemleri Bölümü, Amerika kıtasında ve Asya'da premium TV'lere olan yüksek talep sayesinde yüzde 9,9 işletme kar farkı ve gerçekleşen 404,39 milyon dolarla en yüksek çeyrek işletme



karına ulaştı. Satışlar, 2016 yılının üçüncü çeyreğine göre yüzde 12 artış gösterdi (4,09 milyar dolar). LG'nin OLED ve Ultra HD TV'ler gibi premium

ürünlere odaklanması hacimde yaşanan rekabetin üstesinden gelmesinde etkili oldu. Üçüncü çeyrek boyunca satılan OLED TV'lerin sayısı 2016 boyunca satılanlarla aynı ve 2015'te satılanların da iki katı olarak kaydedildi.

LG Mobil İletişim Bölümü'nün gerçekleştirdiği 2,48 milyar dolar ciro geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 8 daha fazla ve bir önceki çeyreğin de yüzde 4 üstünde.



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

Ekonomik Nabız



Coştuk yine dalgalanıyoruz. Dolar aldı başını gidiyor. ÖTV zammı, vergi artışları. Amiyane tabirle ‘canhıraş’ nidalarına neden oluyor. Bir başka deyişle, ‘çanlar epey yüksek sesle çalıyor’. Eylül ayındaki “Teşvik” başlıklı makalemde, dolar kurunun 3.81 olduğunu, ancak bana göre, minimum 3,6 TL olması gerektiğini yazmıştım. Bugün 3.81 yani 3.41’e göre, yüzde 11,73 yaklaşık yüzde 12 daha borçlandık.

Yüzde 12 oranında daha maliyetler artacak, yüzde 12 oranında benzini daha pahalı alacağız, yüzde 12 oranında doğalgazı daha pahalı alacağız, yüzde 12 oranında daha fazla cebimizden para gitti, yüzde 12 daha hayat pahalılığı oldu, olacak.

Enflasyon azacak, eğitimden, sosyal güvenliğe, emekli ücretlerinden, asgari ücrete, alım gücümüze her şey kötüyü getiriyor.

Halay

Yani coştuk işte...Dalgalanıyoruz. Yeni yeni de sevdalanıyoruz. Sevdalanıp halay çekiyoruz, peki nereye kadar? Vallahi halay başı nereye giderse, oraya kadar görünüyor.

Halay başladı, ok yaydan çıktı. Bu mücadele nereye kadar gider, nerede durur, nerede geri adım atar, nerede durulması için doğrusu? Bence halay başından başka kimse bilemez. Nedeni şu: AB ve ABD karşıtlığı, sadece terör/FETÖ olayları ile ilgili algılanmayıp, ekonomik olarak da algılanıyor. İkili ilişkiler bozulursa -ki bozulması an meselesi- AB ve ABD, kendi çıkarları nedeniyle, Türkiye’yi gözden çıkarmaz (Çıkarları daha iyi. Kendi göbeğimizi kendimiz keseriz.). Bu yaklaşımı dile getirirken, “şov yapıyor”, “ırkçı” vb. söylemlere hiç aldırımıyorum. 1925’lerde THK’yı kuran, ilk uçak fabrikalarından birini kuran, 1960’larda adı Devrim olan otomobil imal eden, tarımda, hayvancılıkta rekorlar kıran; ancak yıllar içinde ‘üretim’ yerine ‘tüketime’ alıştıran bu güzel ülkeme, insanına ve becerisine güveniyorum.

Neoliberalizm/Vahşi kapitalizm

“Bu hale nasıl geldik?” diye sorarsanız; her şey 1970’lerde estirilen “ekonomiyi din gibi gören” Neoliberalizm/Vahşi Kapitalizm sonucu gerçekleşti. Menderes ile adımları atılan, Özal ile başlayan, Çiller

ile devam eden bu sistem, şimdilerde ise doruğa çıktı. Neoliberalizm; en basit anlatımla, ekonomik işlerin devletten ayrılması ve piyasayı serbest ekonominin/özel sektörün yönetmesidir. Gelir dağılımda, vergi yükünde ve ücretlerde adaletsizlik yaratıp, üstüne sosyal güvensizliğin içinde yaşamaya mahkum eden bu sistem, resmi rakamlarda da felaketi göstermektedir.

Şu anki tablodan birkaç konu örnek vereyim. (Bunlar, sadece bir kaç.)

Merkez Bankası’nın verilerine göre, özel sektörün dış borçları Ağustos 2017 sonunda, geçen yılın sonuna göre, 16.5 milyar dolar artarak, 233.5 milyar dolara yükseldi. Türkiye’de son 15 yılda 2 milyon 500 bin dekar tarım arazisi imar politikalarının kurbanı yapılarak, betona gömüldü.

Yabancılar tarım arazisi satışının yasalaştığı 2016 yılından bu yana, 20 ilde 2159 hektar tarım arazisi yabancı uyruklu kişilere satıldı. Başkalarına tarım arazileri satışa veya kiraya verilirken, “Sudan’da tarım arazisi kiralarak, ucuz tarım ürünü ithal edeceğiz” deniliyor. Türkiye sığır ithalatında Avrupa’da birinci, dünyada ikinci sıradaymış. Romanya’dan ithal ettiğimiz sığırları da beslemek için, Bulgaristan’dan saman

ithal ediyoruz.

İhraç edilen ürünlerin hepsini ithal etmeye başladık. Bu örnekler uzar gider. Uzaması da bizim için pek hayra alamet değildir. Zaman zaman beyaz eşya, dayanıklı tüketim malları, otomotiv, turizm, inşaat vb. önemli sektörlerde başarı hikayeleri yazılır –bu da doğrudur ve övünürüz-. Ancak, ülkemizi her anlamda bir ve bütün olarak değerlendirmemiz gerekir. Bir sektör batıyorken, yükselişe geçen sevinemez.

Tam bağımsız Türkiye

İçinde bulunduğumuz sistemin amacı, bu durumlara karşı çıkacak sınıf bilincini yok etmektir. Neden? Çünkü muhalif olursan, işlerine çomak sokmuş olursun. Fakat biz millet olarak, uyanışı eninde sonunda sağlayacağız. Bu deveyi güdeceğiz, bu diyardan da gitmeyeceğiz. Çünkü en olmaz denilen zamanda yeniden doğmuş; bitmiş bir imparatorluğun üzerine emekle, istekle ve kararlılıkla yepyeni, sağlam temelleri olan Cumhuriyeti kurmuş kişilerin torunlarıyız. Düzelmek, yenilenmek, tazelenmek, her şeyiyle tam bağımsız Türkiye’yi yaratmak imkansız değil ve bence güzel ülkemizin güzel insanları bunu kesinlikle başaracaktır. Buna inanıyor, buna güveniyorum.





ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü
akajan@arzum.com

Kirlendik Ey Dünya!

İngiliz tıp dergisi Lancett'te yayımlanan araştırmaya göre, dünyadaki ölümlerin en büyük nedeni kirlilik. Kirlilik kaynaklı ölümlerin yüzde 92'si fakir ya da orta düzeyde gelire sahip ülkelerde yaşandı. Hızla sanayileşen Hindistan, Çin, Pakistan, Bangladeş ve Madagaskar gibi ülkelerde yaşanan ölümlerin dörtte birinin kirlilik kaynaklı olduğuna dikkat çekiliyor.

New York'taki Icahn Mount Sinai Tıp Fakültesi dekanlarından olan ve araştırmanın başındaki isimler arasında yer alan Philip Landrigan, kirliliğin çevresel bir problem olmanın çok ötesinde, insan sağlığını ve refahını birçok yönüyle etkileyen bir tehdit olduğunun altını çizdi.

Ahilik çok yönlü bir disiplin

Ahilik Teşkilatı Selçuklular döneminde ekonomik ve ticari faaliyetlerinin yanı sıra, askerî ve siyasî faaliyetlerde de bulunmuş, aynen Bektaşî ve Yeniçeri Ocaklarının olduğu gibi Osmanlı Beyliği'nin kuruluşunda ve güçlenmesinde etkin rol oynamışlardır. Ahi olmak ve peşamal kuşanmak için kişinin, bir Ahi tarafından önerilmesi zorunludur. Üye olmak isteyenlerden, yedi fena hareketi bağlaması ve yedi güzel hareketi açması beklenmektedir. Bu hareketler şöyle:

1. Cimrilik kapısını bağlamak, lütuf kapısını açmak.
2. Kahr ve zulüm kapısını bağlamak, bilim ve mülayemet kapısını açmak.
3. Hırs kapısını bağlamak, kanaat ve rıza kapısını açmak.
4. Tokluk ve lezzet kapısını bağlamak, riyazet kapısını açmak.
5. Halktan yana kapısını bağlamak, Hak'tan yana kapısını açmak.
6. Herze ve hezeyan kapısını bağlamak, Marifet Kapısını açmak.
7. Yalan kapısını bağlamak, doğruluk kapısını açmak.

Ekonomide durum

9 yılın en yüksek yıllık enflasyonu ile karşı karşıyayız. Gelecek dönemlere ilişkin sinyaller barındıran çekirdek enflasyonun da beklentileri aştığını görüyoruz. Diğer taraftan, yükselen kurlar, emtia fiyatlarını ve üretici maliyetlerini de yukarı çekmeye devam ediyor. İç talepte arzulan canlanmanın yakalanamaması, üreticilerin karlılık oranlarını olumsuz etkiliyor.



Açıklanan rakamlar ve mevcut tablo, önümüzdeki sürece ilişkin enflasyondaki iyileşme beklentimizi aşağıya çekiyor. Enflasyondaki yükseliş eğiliminin bir süre daha devam edeceğini düşünüyorum. Sebze ve meyve fiyatlarındaki artış da maliyetlerdeki ve ihracattaki yükseliş ile birlikte devam edecektir. Akabinde de tüm sektörlerde baz etkisi ile enflasyonda bir fren etkisi görebiliriz. Önümüzdeki süreçte, Merkez Bankası'nın sıkı duruşu önem kazanıyor.

1929 Wall Street İflası

New York Menkul Kıymet Borsası (NYSE) 87 yıl önce, ABD'nin gördüğü en büyük ekonomik paniği deneyimledi. O günden bu güne daha büyük rakamlarla daha büyük kayıpların yaşandığı bir sürü çöküş yaşandı fakat hiçbirisi 29 Ekim 1929'da yaşanan Kara Salı'nın ülkeye yaydığı korkuya ve yıkıma yaklaşamadı bile.

Dönemin Başkanı Calvin Coolidge, 1928 yılındaki ulusa sesleniş konuşmasında, "Amerika Birleşik Devletleri'nin önlerinde o an beliren olasılık kadar güzel bir olasılık görmediğini" söyledi. Amerikalıların o dönemlerde gurur duyacakları birçok şey vardı: I. Dünya Savaşı'nı atlattımlardı, radyo icat edilmişti ve otomobiller gitgide daha ucuz ve popüler hale gelmeye başlıyordu. Tabii zengin ve fakir arasındaki fark biraz daha büyümüştü fakat ABD vatandaşları artık, o zaman tamamen yeni bir konsept olan taksitli satışın nimetlerinden faydalanabiliyor ve ailelerine daha önce hiç olmadığı kadar imkan sunabiliyorlardı. Borsa uçuştu, 1924 – 1929 yılları arasında Dow Jones Endüstriyel Ortalaması dört kat artmıştı. O

dönemler için bu, borsa tarihinin en uzun yükseliş maratonuydu, hatta bunun sonsuza kadar devam edeceğini düşünenler dahi vardı. 1929 sonbaharında, ekonomist Irving Fisher hisselerin tabiri caizse "sonsuz bir düzlüğe" çıktığını açıkladı.

Hiç de şaşırtıcı olmayacak şekilde bu bolluk daha fazla yatırımcıyı pazara çekerek, bu yatırımcıların borç para ile sınırlarda alım yapmasına sebep oldu. 1929 yılında, bankalardan kredi olarak alınan her beş doların ikisi borsada harcandı.

Borsa, 1929 yılının 3 Eylül gününde zirveyi gördü. Çelik üretimi düştü, birkaç banka iflas etti ve daha az ev inşa edilmeye başladı fakat Dow Jones ortalamasının yüzde 27'den 381.17'ye yükseldiğini çok az kişi fark etti. Sonraki birkaç hafta içerisinde fiyatlar birden düşüşe geçti. Fiyat düştükçe, fiyatlardaki düşme hızı daha da artmaya başladı.

23 Ekim 1929 gününün son alım-satım saatinde, fiyatlar birden dibe vurdu. Saat 15.00'de kapanış zili çaldığında herkes sarsıldı. Kimse ne olduğundan tam olarak emin değildi lakin kapanıştan sonraki ilk uzun gece, korkunun ve paniğin insanların içine iyice yerleşmesine yetecek zamanı sağladı. Sonraki gün borsa tekrar açıldığında, hisse senedi fiyatları daha da bir şiddetle düşmeye başladı. Hisse alım satımları, o günlerde dakikada yalnızca 285 kelime yazabilen bir cihaz ile kaydediliyordu. O gün, yaklaşık olarak 13 milyon hisse el değiştirdi ki bu rakam o zaman için borsa tarihinin en yüksek günlük hacmiydi ve kayıt makineleri, o gün borsanın kapanışından dört saat sonraya kadar durmadılar. Bir sonraki gün başkan Herbert Hoover radyoda insanlara, "ülkenin temel iş kollarının sorunsuz ve refah içinde işlediğini" söyleyerek, insanları ve özellikle yatırımcıları teskin etmeye çalıştı.

Daha sonra, Kara Pazartesi geldi çatı. 28 Ekim'de borsanın başlangıç zili çaldığında, fiyatlar tekrar düşmeye başladı. Büyük hisse blokları el değiştirdi ve öncenin sarsılmaz şirketleri olan çelik üreticisi U.S. Steel Şirketi ve elektrik dağıtım şirketi General Electric'in temelleri sallanmaya başladı. Günün sonunda, Dow Jones ortalaması yüzde 13 düşmüştü. O gün o kadar çok hisse el değiştirdi ki hisse tüccarları hepsini kaydedecek zaman bulamadılar. 29 Ekim'e hazır olabilmek adına o gün hepsi ofislerinde geceleyip geç saatlere kadar çalıştılar.



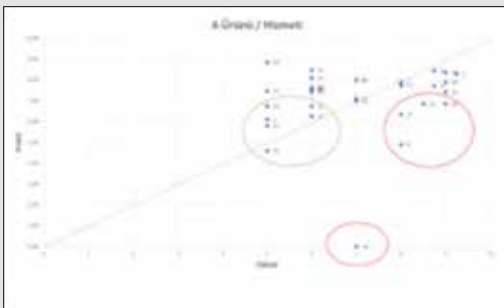
HAKAN AKGÜL
Yalın Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi
hakgul@lean.org.tr

Ürün ve Hizmetin Yönetimi ve Geliştirme



Amazon'dan bankalara, fast food mağazalarından e-ticaret sitelerine, yazılım satanlardan ev satanlara kadar pek çok firma "sürekli yenilik" üzerine odaklanmıştır. Bu yenilik bazen süreçlerde, bazen ürün/hizmet üzerinde, bazen iş modelinde, kanal yapısında veya iletişimde kendini gösterir. Her şey daha çok müşteri ve dolayısıyla para kazanmak üzerine kurulur. Ürünlerin her geçen gün birbirine benzediği bu dönemde, hizmeti geliştirmek ayrıca kritik olmaktadır. Ürünü/hizmeti, daha ilk sunumda, müşterinin memnuniyetle parasını ödeyeceği hale getirmeliyiz. Bu süreci, mevcuda göre daha kısa sürede, daha az maliyetle ve çalışanların hevesle işini yapacağı hale getirmeliyiz. Hatta rakipleri taklit etmenin ötesine geçerek, müşterinin gizli ihtiyacını, en büyük/en iyi rakibimizden daha önce fark etmeliyiz.

İhtiyaçlar	Ölçülebilirlik	Ölçülebilirlik	Ölçülebilirlik	Ölçülebilirlik	Ölçülebilirlik
1. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
2. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
3. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
4. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
5. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
6. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
7. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
8. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
9. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
10. İhtiyaçlar	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000



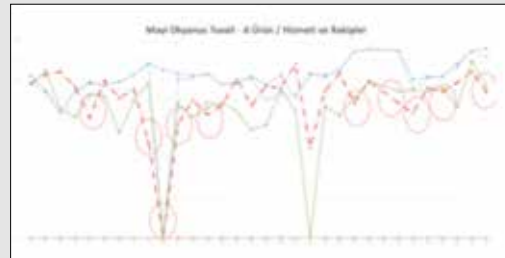
Ürün ve hizmet yönetimi süreci

Yalın ürün/hizmet geliştirmenin farkını; belirsizliği kucaklamak, müşteri için değeri anlamak, çalışanın öğrenmesi ve iyileştirebilmesi, liderlik tarzı, süreç iyileştirmeyi kavramak, çalışanlar arası iş birliğini sağlamak, deneyler yapmak/ilk seferde mükemmelleştirmeye çabalamamak ve sonuçta şirket kültürü/zihniyet / bakış açısı değişimi alt başlıklarıyla tanımlayabiliriz.

Kritik olan konu ise hizmet yönetiminin ve ürün/hizmet geliştirme sürecinin verimliliği ve etkinliğidir. Geçenlerde, üretim satan bir firmanın ürün ve hizmet yönetimi sürecini çalıştık:

Daha önce, tümüyle rakipleri takip ve buna göre ürün ve hizmet üzerinde "arttır, azalt, ekle, çıkart" kararları veren zihniyeti, aşağıdaki yol haritasıyla değiştirmeye çalıştık. Zaman aldı ancak buna değdi.

1. Müşterilere git.
2. İhtiyaç (görünen ve görünmeyen) anla.
3. İhtiyaçların müşteri için önem ve önceliğini anla.
4. Rakipler ve bizim için mevcut durumu (ihtiyaçlar) müşterinin kıyaslamasını sağla.
5. Şirket içinde diğer bölümlerle hatta tedarikçiyle ve hatta müşterilerle biraraya gelip değerlendir.
6. Arttır/azalt/ekle/çıkart kararları ver.



7. Özellikle görünmeyen ihtiyaçlardan inovatif fikirler üret (Kano Modeli).
8. Yeni/iyileştirilecek ürünün hangi müşteri ihtiyaçlarını (unsurlar) içermesi gerektiğini tespit et.
9. Ürüne/hizmete yeni eklenecek unsurları uygulama kolaylığına göre sınıflandır.
10. Bunları test et ve elemeler yap.

11. Birkaç alternatif taslak ile müşteriye tekrar sor.

Değişim

Şirket kültüründeki değişim aslında, çalışanların zihniyetindeki değişim ile gerçekleşir. Bunun önünde doğal olarak, "insani" engeller vardır. Hiç kimse alışkanlıklarını değiştirmek ve hele konfor alanından çıkmak istemiyor.

Bu tür değişimi, liderler için ayrı, çalışanlar için ayrı ele alarak yönetmeniz gerekir.

Ancak en önemlisi, lider ve çalışan bakış açılarında bir dönüşüm meydana geldi.

Bu projelerde tasarım, Ar-Ge, Satış, pazarlama ve üretimin birlikte çalışmasını çok önemsiyoruz.





DİDEM TİNARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

İş Sahiplerinin Ortak Özellikleri



Bu ülkede, iş sahibi olmak çoğu zaman bahtsızlık gibi düşünülebilir. “Bunu da nereden çıkardın?” sorusunu duyar gibiyim, açıkçası bunu bir işletme sahibi olarak değil, gözlemlerim ve mesleğim gereği hemen her gün duyduğum şeyler üzerine söylüyorum. Bildiğiniz üzere, Türkiye bir KOBİ Cenneti. Yani küçük ve orta büyüklükteki işletmeler. Tanıdığım tüm KOBİ sahipleri benzer şeylerden şikayetçiler, benzer profildeler ve benzer konularda yorgunlar. Hemen hepsinin cesaretleri, değişen ekonomik koşullara rağmen, manevra kabiliyetleri ve iletişim becerileri inanılmaz yüksek. Bu kadar özgün niteliklere sahipken, bir taraftan şikayetleri de o kadar aynı ki.

Suistimale uğrama

Ekiplerinin performans düşüklüğünden söz eden, çok yorulduklarını ifade eden ve kendileri olmadan işlerin yürümemesinden şikayet eden, bunun da iş sahibinin değişmez bir kaderi olduğunu düşünen bir sürü değerli insan. Büyük emeklerle iş yerlerini hatta bir kısmı markalarını bir noktaya kadar taşımışlar ve hala korkunç bir mücadele içindeler. Çoğunluğunda büyük emek, büyük tecrübe ve tabii ki büyük yanlışlar da var. İşlerini bir noktaya getirene kadar iyi niyetlerini suistimal etmiş insanlardan kalan arazla, ciddi bir güven sorunu ve teslim olma ile ilgili travmatik bir durumları olduğunu da söylemeden geçemeyeceğim. Önerilen bir çok şeyin altında, bir art niyet arama veya önerinin sebebini sorgulamanın nedeni, hep zamanında yaşadıkları güven suistimalleri. Bir taraftan da, biraz fazla efor sarf eden bir çalışanları olduğunu gördüklerinde övgüyü de abartmadan duramıyorlar. Çünkü yalnızlık, onların bir başka ortak noktaları. Bedel ödeyerek elde ettikleri başarılarının, hiç emek harcamamış kişiler tarafından da benimsenmesini beklemeleri temel sorun aslında. Bunu söylediğim tek bir iş sahibi bile aksini iddia etmedi.

İkinci kuşak

Tüm bunların yanı sıra, işletme sahiplerinin ikinci kuşağına bakınca görülüyor ki; görevi devretme telaşından veya “ben çektim sen çekme oğlum/kızım” düşünce yapısından bir başka sorun daha kucaklarına geliveriyor, çünkü çoğu ikinci kuşak olan çocuklar, başka hiçbir işletmede çalışmadığı için doğruyu yanlış bilmeden, kimseden emir almadan ve en önemlisi emek harcıyıp karşılığını almamanın ihanetini yaşamadan vefaat oluveriyorlar.

Geçenlerde bir işletmenin ikinci kuşağından olan biri bana, “bize yapılan en büyük kötülük, bize dış dünyayı göstermemeleri oldu” dedi. Çok haklıydı.

Öneriler

Değerli iş sahipleri; kabul ederseniz size birkaç öneride bulunabilir miyim?

Ekiplerinizin gelişimi için zaman harcayın. Sabırlı olun. Hak edenlere ve güven oluşturanlara gelişim yatırımı yapmaktan çekinmeyin. Siz iyi bir patronsanız, öğrendiklerini dışarıda kullanma ihtiyacı aramayacaklardır. Yani ölü yatırım yapıp yapmamak, sizin yönetim modelinize endekslidir. Yetki verin. Güvenin. Tabii ki kontrol etmeyi de ihmal etmeyin. Güven iyidir ama kontrol daha iyidir. Kontrolü gözlemlerin önünde de yapmayın. Delegasyona inanın. Hem yetkiyi bırakmayıp hem görev dağılımı yapmadan daha az yorulmak, hayalden bile öte bir rüya. Geri bildirim vermeyi bir iş planı olarak görün. Performans yöntemlerini kullanın. Herkes, patronu tarafından objektif değerlendirilmekten çok memnun olur, inanın. Övgülerinizi herkesin içinde, eleştirilerinizi baş başayken yapın. Beyin takımı oluşturun. Bu kişiler şirketinizin yapı taşlarıdır, ama kimsenin vazgeçilmez olmadığını bilerek işin detaylarını bir kişinin eline bırakmayın. Her çalışanın sağlık veya mücbir sebeplerle şirketinizde çalışmama ihtimalini de düşünün. Her işin bir alternatif çalışanı olsun. Stresli olduğunuzda iş yerinizde durmayın. Kısa süreli bile olsa şirketinizin dışına çıkıp sonra, siniriniz yatışınca geri dönün.

Çalışanlarınızın fikir üretmeleri için platformlar yaratın. Bir sorun olduğunda, çözümü peşinen söylemeyin. Bırakın çözüm konusunda öneriler sunsunlar. Sorumluluk verdiğiniz gibi yetki de verin., Sizden daha zeki insanları işe alın hatta daha becerikli. Sizden daha az donanımlı insanlara para vererek zaman kaybetmeyin. Vizyoner çalışanlar, şirketinizi ileriye sıçratabilir. Sizinle aynı fikirde olmayan ve size karşı fikrini savunan insanlara değer verin, görev verin ve yüreklendirin.

Markanızın tanıtımından çekinmeyin. Hala global bir markanızın olmadığını unutmayın. Neden sizinki olmasın? Şirketinizin üç ve on yıl sonra, nasıl görünmesini istediğinizi net olarak belirleyin. Bugün, tüm iş davranış ve kararlarınız bu hedefe hizmet eder uyumda mı? Yanıtlayın. Ve son olarak: Kendinize çok ama çok iyi bakın. Bu ülke, girişimcilerin sayesinde hak ettiği gelişmiş ülke noktasına gelecektir.

Sevgilerimle!



İşletme Sahibi misiniz?

Her işe siz mi koşturuyorsunuz?

Organize olmakta güçlük mü çekiyorsunuz?

Ekibinizi de geliştirmek istiyor musunuz?

Daha etkin bir yönetim modeline ihtiyacınız olabilir.

Gelin bir konuşalım.

Didem Tınarlıoğlu

Yönetim Danışmanı İşletme Gelişim Eğitmeni

* www.didemtinarlioglu.com

✉ didem@direm.com.tr

📷 didemtinarlioglu

📞 diremfikiratolyesi

☎ 0212.269.88.43

DİREM FİKİR ATÖLYESİ DANIŞMANLIK
&
EĞİTİM HİZMETLERİ

Levent Mh. Zambaklı Sk. No:5 Beşiktaş/İstanbul



Eylül Ayında İç Satış



Eylül ayında iç satış, 2016'nın aynı ayına kıyasla, yüzde 21 büyümüş. Son 3 ay ne olacak? Çok merak ediyorum. Bence, yüzde 5 ile yüzde 10 arası bir büyüme olur. Böylece 2017 yılı, altın yıl olarak tarihe geçer.

Bunun anlamı şu: Fiyatlarda sözüm ona yüzde 6,7'lik bir düşme, sıra dışı bir büyüme yarattı. Yani sektör, maalesef fiyat oyunlarından öte gidemedi. Sektörün ana firmalarında pazarlama birimlerinin, satış birimlerinin önüne geçmesi maalesef mümkün değil. Bu durum, satışçıların kabahati değil bence.

Genelde pazarlama yöneticileri, işin butik tarafıyla ilgilenmeyi tercih ediyorlar. Ajansların çalışmalarını yönlendirmek, birkaç sanatsal düzeltme yapmak daha hoşlarına gidiyor. İşin bayii ve satış ağı tarafını da güncel biçimde takip etmeyi pek tercih etmiyorlar. Halbuki mesailerinin birazını piyasa, rekabet uygulama ve yenilikleri, değişen tüketici tercihlerini sahada öğrenme konularına ayırsalar, satışın bir adım önüne geçerler ve eminim işlerini çok daha efektif bir şekilde yapabilirler. Pazarlama, satışa ne yapacağını söylemesi gerekirken, satışçılar pazarlamayı yönlendiriyorlar haklı olarak. Tavsiyem şu: Bırakın piyasayı GFK'dan okumayı. Ayda bir haftanızı, pazar ziyaretlerine ayırın. Yenilik yaratın.

İthalatta durum

Bu arada, ithalat yapan şirketlerin yöneticilerinin işleri sanırım zor. İthalatı yavaşlatma kararı alan hükümetin ek önlemlerle TSE test ve denetimlerine yeni uygulamalar getirdiğini duyduk. İthal ürünlere 1,5-2 ay sıra bekledikten sonra, teste tabi tutma uygulaması başladı. Bunun anlamı, yerli üreticiler ürün satarken, ithal ürün satanlar test sonucunu bekleyecekler. Bu da en azından 2 aylık bekleme ve sezonun kaçırılması anlamına geliyor. Diğer yandan, özellikle televizyon ve elektronik ürünlerde zaten tüm devreler ithal edilip burada birleştiriliyor. Bu mudur, ithalatı yavaşlatma?

Sene sonuna yaklaşırken, tüm yöneticilere kolaylıklar ve tutmuş bir bütçe diliyorum. Bu kurlarla ne kadar tutarsa tabii.

Kalın sağlıcakla.



TÜRKBEŞD • Beyaz Dünya • Eylül 2017

ÜRETİM		
	Eylül 2017	Eylül 2016
Adet / Yıl	2.469.327	2.156.365
Yüzde değişim	%15	
Ocak - Eylül 2017		
	Ocak - Eylül 2017	Ocak - Eylül 2016
Adet / Yıl	21.424.855	19.148.798
Yüzde değişim	%12	
İÇ SATIŞ		
	Eylül 2017	Eylül 2016
Adet / Yıl	863.048	713.931
Yüzde değişim	%21	
Ocak - Eylül 2017		
	Ocak - Eylül 2017	Ocak - Eylül 2016
Adet / Yıl	6.939.195	5.631.209
Yüzde değişim	%23	
İHRACAT		
	Eylül 2017	Eylül 2016
Adet / Yıl	1.835.009	1.555.360
Yüzde değişim	%18	
Ocak - Eylül 2017		
	Ocak - Eylül 2017	Ocak - Eylül 2016
Adet / Yıl	14.859.916	13.981.342
Yüzde değişim	%6	

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



ALİ KIRMAN
Eğitmen, Konuşmacı, Yazar

alikirman@alikirman.com
www.alikirman.com

Satıcılar Öldü Yaşasın...



Müşteriler karşılarında artık “satıcıları” görmek istemiyorlar, çünkü satıcılar, müşterilerini yıllardır süren baskıları ve taktiksel yaklaşımlarıyla kendi hedeflerine ulaşabilmek için kullandılar. Ancak, artık bu devir değişti. Güç, müşterilerin eline geçti.

Müşteriler bugün istedikleri her türlü bilgiye, internet yoluyla kolayca ulaşıyorlar. Satış temsilcileri, daha önlerine gelmeden kararlarını vermiş olabiliyorlar. Satış temsilcilerinden sadece, zihinlerindeki soruları yanıtlanmalarını bekliyorlar. Hele karşlarına geçip ürünlerinin tanıtımını ve satışını yapmaya çalışan satış temsilcilerinden kurtulabilmek için akla karayı seçiyorlar.

Bunlara ek olarak, pazarlarda dürüst, güvenilir ve finansal gücü olan müşterilerin sayısı, onlara ürün ve hizmetlerini sunan şirketlere göre, gün geçtikçe azalmakta. Diğer bir deyişle pasta küçülüyor.

Satıcı profili

Geçen dönemin zihniyetiyle müşterilerine yaklaşan satıcılar için tek çıkış yolu, bir an önce satıcı giysilerini çıkartmak ve yeni giysileriyle müşterilerinin önüne çıkmak. Yöneticiler olarak, kendinize şu soruları yöneltin:

Şirketinizde ürün ve hizmetlerinizin satış görevini üstlenen kişiler hala “satıcı” davranışları mı sergiliyorlar? Eğer öyleyse, onların bilmesi gereken gerçekler şunlar: Müşteriler artık karşılarında; bilgi düzeyi yüksek, kendilerini dinleyip, anlayabilen, durum analizi yapabilen, problemlerini çözebilen, hatta gerektiğinde işlerinin geleceğiyle ilgili vizyon sağlayabilen temsilciler görmek istiyorlar.

Satış ekibinizdeki bireylerin bilgi düzeyi nasıl? Kendilerini işlerinin uzmanı olarak görebilecek kadar teknik detaya sahipler mi? Yoksa, bir şeyler biliyor mu sayılırlar?

Satış ekibinizdeki bireylerin bilgi düzeyini sürekli güçlendirin. Zira müşterilerinizin onlara güvenebilmeleri için beklentileri, sorularına çabuk, emin ve doğru yanıtlar alabilmeleri yönünde. Müşterilerinizin daima ön hazırlıklı ve bilgili olduklarını unutmayın. Müşterilerini dinleyip anlayarak bir durum analizi yapabiliyorlar mı?

Satış ekibi bireylerinizin zihinleri nerede? Ürünlerinizin özelliklerinde, satış hedeflerinde, dönem



primlerinde veya terfi fırsatlarında mı yoksa müşterilerinizde mi? Odak noktaları neresi? Kendileri ve şirketiniz mi, yoksa müşterileriniz mi? Müşterilerinizin durumlarını, sorunlarını, hedeflerini, endişe ve heyecanlarını anlayabiliyorlar mı? Anladıklarını gösterebiliyorlar mı?

Satış ekibinizdeki bireylerin müşterilerinize ve onların işlerine odaklanmalarını sağlayın... Zira müşterileriniz kendilerini ön planda, odak noktası olarak görmek istiyorlar.

Müşterilerinin Sorunlarını Çözebiliyorlar mı?

Ekip bireyleriniz, sorun çözme konusunda nasıl? Kazandıkları deneyimlerle daha çabuk ve pratik çözümler üretme konusunda kendilerini sürekli geliştirebiliyorlar mı? Müşterileriniz onlar için, “ararsak bu işi mutlaka çözer” mi diyorlar yoksa, bypass yapıp yöneticilerini mi arıyorlar?

Satış ekibinizdeki bireyler, çözümleyici olabilmek için çaba harcamalıdır. Zira her çözdükleri sorun, onları müşterilerinize daha çok yakınlaştırır. Müşterilerinizin de onlara bağımlılıkları artar. Satış temsilcilerinize danışmadan karar vermek istemezler. Onların görüş-

lerini onaylar, önerilerini dikkate alırlar.

Vizyon

Gerektiğinde vizyon sağlayabiliyorlar mı?

Ekip bireylerinizin bunu yapabilmeleri için, sektörünüzdeki gelişmeleri ve pazarın eğilimlerini iyi izlemeleri gerekiyor. Sektör ilgilerini çekiyor mu? Gelişmeler onları heyecanlandırıyor mu? Gelecekle ilgili meraklanıyorlar mı? Eğer yanıtlarınız “evet” ise o zaman, satış temsilcilerinizin müşterilerinizin zihinlerinde, onları doğrudan etkileyecek gelecekle ilgili bir vizyon oluşturabilirler.

Satış ekibinizdeki bireyler, sektör ve pazarınızdaki gelişmeleri yakından izlemeliler. Zira bu onların bir vizyon sahibi olmalarını sağlar. Böylece, müşterileriyle kararlarını doğrudan etkileyeceği bilgiler paylaşabilirler. Bu aktardıkları bilgiler, müşterileri için büyük değer taşır, çünkü onların durumu ve geleceğiyle ilgilidir.

Müşterileriniz bu değeri sizin temsilcilerinizden aldıkları için, onlara verdikleri değer de yükselir. Onlara daha çok önem verir, önerilerini dinlerler.

Ateşi Göz Kararı Değil, Elinizle Kontrol Edin

“Yaşam için teknoloji” temasını geliştirdiği tüm ürünlerde tüketicilerle buluşturan Bosch, ocak teknolojilerindeki dijitalleşmede devrimsel bir yeniliğe imza attı. Yeni nesil Bosch ocaklarda kullanılmaya başlanan rakipsiz FlameSelect teknolojisi, değişken gaz akışına sahip geleneksel gazlı ocakların aksine, sıcaklık ayarlarının tam kontrolünü elinizde tutmanıza olanak sağlıyor.

En kısık ve en açık seviye arasında 9 farklı alev yoğunluğu seçeneği sunan gazlı ocaklar, eski tip küçük, orta, büyük ocak devrini ortadan kaldırıyor ve pişirmeyi en yüksek ateşten en kısık ateşe kadar sadece tek bir ocak gözünde yaparak çok daha detaylı pişirme sağlıyor. Flame Select teknolojisiyle yemeklerin istenen yoğunlukta pişirilmesi, istenen sıcaklıkta tutulması çok daha kolay bir hale geliyor.

İstenen ısıtma miktarının tam olarak ayarlanabilmesini sağlayan 9 alev kademeli yeni nesil Bosch FlameSelect ocaklar mutfaklara yeni bir soluk kazandırıyor. Serie 8 modellerde bulunan ve ocak gözünüzün alev seviyesi ile pişirme sonrası sıcaklığını gösteren dijital gösterge, daha fazla konfor ve güvenlik sunuyor. Cam seramik ve paslanmaz çelik yüzey seçenekleri bulunan ürünün dayanıklı döküm ocak ızgaraları sayesinde pişirme süresince sarsılmaması güvenilirliği artırıyor ve ocak ızgarasının bulaşık makinesinde yıkanabilmesi de büyük rahatlık sağlıyor.



Arzum Superstar ile Tararken Mükemmel Düzleştirme

Arzum, bakımına önem veren kadınların vazgeçilmez bir parçası olmaya devam ediyor. Arzum Superstar saç düzeltirici fırça ile bakımına önem veren kadınlar, saçlarını kolayca şekillendirerek dolgun saçlara kavuşuyorlar. Evin her alanında kadınların yaşamını kolaylaştıran Arzum, kişisel bakım ürünleriyle de kadınların ışıltılarına yardımcı oluyor. Arzum Superstar saç düzeltirici fırça, saçın elektriklenmesini önleyerek pürüzsüz bir düzeltme deneyimi sağlıyor. Yazın yıpratıcı etkisiyle birlikte hacmini kaybeden saçlara sihirli bir dokunuş gerçekleştiren Arzum Superstar saç düzeltirici fırça, saçların kaybolan hacmini geri kazandırıyor. Seramik kaplı

dışlarıyla saçın dokusuna herhangi bir zarar vermeyerek tararken kolaylıkla düzeltiriyor. Kısa sürede ısınma özelliği ile vakit kazandıran Arzum Superstar saç düzeltirici fırça, tavsiye edilen satış fiyatı 159,90 TL'den satılıyor.



Arçelik'ten Geniş Aileler İçin Buzdolabı

Arçelik Pro 540 buzdolabı, toplam 540 litre iç hacmi ile; geniş ailelerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde tasarlandı. Toptan alışverişlerde alınan yiyecek ve içecekler yer bulma sıkıntısına son veriyor, büyük tencereleri rahatlıkla saklıyor.

Custom Cool özelliği bulunan Arçelik ankastre kombi buzdolabı, besine göre en uygun soğutmayı sağlarken; iki farklı motoru ve evaporatörü sayesinde, soğutucu ve dondurucu bölmelerinde gıdaların saklanması için en uygun hava koşullarını oluşturuyor. Gövde içi su pınarı da bulunan ürün nemi optimum seviyede tutarak yiyecekleri daha uzun süre taze tutuyor, kokuların karışmasını önüyor. Işıklı dokunmatik ekranı ile kullanımı kolay. Yumuşak kapı mekanizması güvenli kapı kapanma konforunu sunuyor. Arçelik Pro 540 buzdolabının 24 saatte 5 kg buz yapma kapasitesi de öne çıkan özellikleri arasında yer alıyor. A++ enerji sınıfında yer alan Pro 540 buzdolabı, bu özelliğiyle hem ekonomik hem de çevreye duyarlı bir ürün.



Baymak'tan 3 Yıl Garantili Hermetik Şofben

Baymak Hermetik Şofben, sahip olduğu ısı eşanjörü ile gazın yanması sonucu oluşan ısıyı mükemmel biçimde iletiyor ve yüksek performansıyla %90 verim elde ediliyor. Bu sayede daha az gaz tüketimi sağlayarak, daha az maliyetle sıcak su elde edilebiliyor. Baymak şofbenler, üstün emniyet sistemi, elektronik ateşleme ve alev modülasyonu sayesinde güvenli kullanım sağlar. Cihazların içinde bulunan akış sensörü ise yüksek konforlu sıcak su elde edilmesine yardımcı olur. Herhangi bir arıza durumunda devreye giren uyarı sistemi ise LCD ekran üzerinde hata kodunu göstererek kullanıcıyı uyarır. Baymak Hermetik Şofben, baca tıkanmasına karşı emniyet sistemi, aşırı ısı emniyet termostatu, elektronik modülasyonlu gaz valfi ve iyonizasyonlu alev kontrol sistemi sayesinde sıcak su konforunu güvenli şekilde sunuyor. Kullanım alanı konusunda da kolaylık sunan Baymak Hermetik Şofben modelleri kompakt boyutları ve yerleşim sırasında yan alanlarında boşluk bırakma ihtiyacı olmaması sayesinde yer tasarrufu sağlar.



Akıllı Evlere Akıllı Süpürge

İnovatif ve öncü marka kimliği ile geleceğin teknolojilerine hız kesmeden yatırım yapan Fakir Hausgeräte'nin smart teknoloji Robert-L Robot Süpürgesi çalışanlar, kalabalık aileler ve evcil dost besleyenler için süpürmeyi pratik hale geliyor. Uzaktan kumandasıyla oturduğunuz yerden süpürme imkanı veren robot süpürge, zamandan tasarruf sağlayarak vaktinizi size bırakıyor. Güçlü lityum bataryasıyla uzun süreli kullanım sağlayan Fakir Robert-L, yan fırçası ve döner fırçasıyla temizlenmesi zor alanlara kolayca ulaşabiliyor. Akıllı navigasyon sistemi ve sensörler tarafından otomatik kontrol özelliği, engelleri algılayarak takılmadan mekanın tüm alanlarını dolaşmasını sağlıyor. Ayrıca istenmeyen alanlara girmesini önlemek için sanal duvar özelliği bulunuyor. Tek tuşla aktif hale gelen Robert-L, otomatik şarj etme ve 2 saat çalışma özelliğiyle uzun süreli kullanım sağlarken, düşük ses seviyesiyle evi süpürürken rahatsızlık vermiyor. Şarj aleti, uzaktan kumanda, temizleme fırçaları, motor koruma filtresi ve temizleme bezleri yanında verilen ekstra aksesuarlarını oluşturuyor. "Yüzyılın Markası Ödülü" ile elektrikli süpürge standartları belirleyen Fakir Hausgeräte, üstün teknoloji Robert-L Robot Süpürge ile konforlu ve pratik temizlik imkanı veriyor.



King Allaturca ile Bir Fincan Kahvenin 4 Yıl Garantisi Var!

King Allaturca Türk Kahve Makinesi 300ml kapasitesi ile tek seferde 4 fincana kadar servis imkanı sağlıyor. Çift taraflı akıtma ağzı sayesinde hem sağ hem sol el kullanımına uygun olan King Allaturca, geniş ağzı sayesinde kullanım sonrası kolayca temizleniyor. Kırmızı, eflatun ve pembe yeni renk seçenekleriyle King Allaturca, tezgahları renklendirmeye, kahve keyiflerini lezzetlendirmeye hazır.



GoldMaster, Misto Hava Nemlendiricisi ile Aldığınız Her Nefes Sağlıklı!

Kış aylarının gelmesiyle evde sürekli yanan kaloriferler, ortamdaki nemi alarak, havayı kurutuyor. Goldmaster Misto Hava Nemlendiricisi, ortamdaki havanın nemini 2 kademeli buhar ayarı sayesinde ayarlayarak olası rahatsızlıkları önüyor. Goldmaster Misto Hava Nemlendiricisi, 360o dönen başlık sayesinde ortam için gerekli buharı homojen bir şekilde dağıtarak, ailelere sağlıklı bir yaşam alanı sunuyor. Çıkarılabilir seramik filtre sayesinde uzun ömürlü kullanım sağlayan Goldmaster Misto Hava Nemlendiricisi kış aylarında evlerin vazgeçilmezi olmaya devam ediyor. Evlerinde bebeği bulunan ailelerin, astım hastalarının Goldmaster Misto Hava Nemlendiricisi ile yaşam alanlarında sağlıklı bir atmosfer oluştururken modern tasarımıyla da evlere şıklık katıyor.



Sağlıklı Yemekler, Sağlıklı Bebekler

Ek gıdaya geçiş döneminde annelerin en büyük yardımcılarının biri olan Philips Avent Buharlı Pişirici ve Blender ile anneler hem zamandan tasarruf etmiş oluyor hem de hazırladıkları mamaları içleri rahat bir şekilde bebeklerine verebiliyorlar. En sağlıklı yöntemlerden biri olan buharda pişirme teknolojisine sahip olan Philips Avent Buharlı Pişirici ve Blender yiyecekleri kaynatmaya gerek olmadan eşit derecede pişmesini sağlar. Böylelikle kaynatma sırasında besinlerin tüm vitamin ve mineralleri korunur ve bebekler için daha besleyici bir mama hazırlamak mümkün olur. Gıdalar buharda piştikten sonra annelerin tek yapması gereken ise yiyeceklerin içinde yer aldığı hazneyi ters çevirerek, istedikleri mama kıvamını elde edene kadar karıştırmaları. Bebekler için evde besleyici ve sağlıklı mamalar hazırlamak işte bu kadar kolay!



GoldMaster, İklim Radyatör ile Her Yer Sıcacık!

Kış aylarında havaların soğumasıyla, ısınma sorunları ve hastalıklar artıyor. GoldMaster İklim Turbo Fanlı Yağlı Radyatör, ayarlanabilir termostat ve fan özelliğiyle yaşam alanlarınızı ısıtıyor. GoldMaster İklim Turbo Fanlı Yağlı Radyatör, 2900W gücü ve hareketli tekerlek sistemi sayesinde ister evinizde ister ofisinizde kullanım kolaylığı sağlıyor. Isıyı eşit bir şekilde bulunduğu ortama dağıtan Goldmaster İklim Turbo Fanlı Yağlı Radyatör kalorifer peteği görünümüyle de estetik bir görünüm oluşturuyor.



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 çamaşırların 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. Üstün teknik özellikleri sayesinde kullanıcılarının konforunu ve çamaşırlarını düşünen Siemens iQ500 serisi, çamaşırların fazla kuruyarak çekmesinin önüne sensor kontrollü otomatik kurutma özelliği ile geçiyor. Program sona erdikten sonra 120 dakika çamaşırları kırıştırmadan muhafaza etme sayesinde kullanıcılarına esneklik sunuyor.



King StyleDuo ile İkisi Bir Arada!

King StyleDuo kolayca çıkarılabilir ve değiştirilebilir plakaları sayesinde saç düzleştirici ve tost makinesini bir arada sunuyor. Uç kısımdaki başlıkları çıkarttıktan sonra plakalar kolayca değiştiriliyor; birbirinden farklı saç şekilleri dilenen ısıda kolayca hazırlanıyor. 170°'den 230°'ye ayarlanabilir ısısı sayesinde mükemmel şekillendirme sunan King StyleDuo, keratin ve argan yağı ile zenginleştirilmiş seramik plakaları ile saç şekillendirirken besliyor. Keratin Teknolojisi saçı koruyor; argan yağı besliyor ve doğal parlaklığını kazandırıyor. 2 çift seramik düzleştirici ve tost plakası bulunan King StyleDuo, çabuk ısınıyor ve hızlıca soğuyor; 60 dakikada otomatik kapanıyor. İster düz ister dalgalı, King StyleDuo ile saç şekillendirme evde, işte, seyahatte hiç bu kadar kolay ve eğlenceli olmamıştı!



Singer'den Yeni Yıl Sürprizi; Türkiye'de İlk Kez Rengarenk Dikiş Makineleri...

Singer yeni yıla renkli bir giriş yapmak isteyenlere Singer'in Simple dikiş makinesi koleksiyonunu sunuyor. Simple serisi dikiş makineleri, renklerinin dışında pratik özellikleri ile de öne çıkıyor. Ürünler; 28 değişik dikiş ve dekoratif desenin yanı sıra 5 mm genişliğinde zigzag da yapabiliyor ve 4 adımda ilik açabiliyor. Esnek dikiş, çevrilebilir desen seçici ile desen seçme, overlok dikiş, geri dikiş, serbest kol dikiş, tek hareketle iğne hareketini durdurup masura sarabilme gibi özellikleri de dikişte büyük kolaylık sağlıyor. Düğme dikme, fermuar dikme, çift iğne kullanımı ile yan yana paralel dikiş dikebilme (reçme dikiş) serinin diğer özellikleri arasında... Ayrıca, opsiyonel ayaklarla kenar kıvrırma, kordonlama, gizli fermuar dikebilme, nervür büzgü dikiş yapabilme, kasnak nakışı uygunluğu ile Çin iğnesi, beyaz iş gibi çeşitli nakış tekniklerini uygulayabilme gibi fonksiyonlara da sahip olan ürünler, opsiyonel iğne kullanımı ile kot (2026 kot iğnesi) penye – triko (2045 penye – jarse iğnesi) da dikebiliyor. Elektronik pedala sahip, seri ve sessiz çalışan Singer Simple serisi dikiş makineleri, küçük boyutlarıyla evde fazla yer kaplamıyor, hafif olduğu için de istenilen yere kolayca taşınabiliyor.



2018'e Profilo Lezzeti ile Merhaba Deyin!

Yılbaşı akşamına sayılı günler kala, özenle hazırlanan ve birbirinden lezzetli yemekler ile donatılmış yeni yıl sofralarının heyecanı her sene çok özel yaşıyor. İşte bu geceye özel lezzetli bir yılbaşı sofrası hazırlayarak sevdiklerini mutlu etmek isteyenler bir kez daha Profilo'nun sunduğu ürünlerden yararlanıyor. Yeni yıl gecesinin özel ürünü ise GurmePiliç Ankastre Fırın oluyor. Profilo GurmePiliç Ankastre Fırın kusursuz bir yılbaşı sofrası için en büyük yardımcınız olacak. Profilo GurmePiliç, yeni yıl sofralarının vazgeçilmezi tavuk ya da hindiye çevirme yöntemiyle pişirerek sofralara getirirken sohbetlere de lezzet katacak. Yaratıcılığını sınırlandırmak istemeyenlere özel, özgün ve pratik özellikler ile desteklenmiş ve özel aparatları sayesinde tavuk başta olmak üzere birbirinden lezzetli çevirme tariflerinin uygulanmasını sağlayan GurmePiliç, tüm Profilo Yetkili Satıcıları'nda sizleri bekliyor!



Philips TV En İhtişamlı OLED TV'sini Sunuyor!



İç mekanınızın havasını değiştirmek için aradığınız “şık” çözüm duvarınızda. Yeni Philips OLED 973 TV, evinize bambaşka bir boyut katmaya hazır. Büyüleyici görüntüsüyle son derece elegant bir mobilya olan televizyon, ince ve tasarım harikası dış bölmesiyle salonunuza hayat veriyor. TV'nizi bir sanata dönüştürecek OLED teknolojisi, P5 Perfect Picture motoru ve üç taraflı Ambilight içeren akıllı son teknoloji özelliklerle birleşiyor. Yeni OLED 973, 2018 ilk çeyreğinde vitrinlerdeki yerini alıyor. Söz konusu yeni Philips TV olduğunda, üstün özellikler hemen göze çarpıyor. P5 Perfect Picture motoruyla OLED teknolojisine sahip bu ikonik TV, daha parlak renkler ve daha koyu siyahlarla oyunun yıldızı oluyor. Pürüzsüz netliği ve sunduğu hassas ve doğru renkler de cabası. En son teknolojileri bir araya getiren bu TV, gerçekçi renkleriyle izleyiciyi en sevdiği dizinin baş kahramanı yapıyor!

Venus'ünü Sen Tasarla Yarışmasının Kazananları Belli Oldu

Vestel'in genç fikirlere ve yeteneklere verdiği değer bir göstergesi olarak üniversite öğrencileri arasında başlattığı "Venus'ünü Tasarla" yarışmasında dereceye girenler belli oldu. Mayıs ayında başlayan yarışmaya donanım, yazılım, mobil aksesuar alanlarında geliştirme yapan 197 proje katıldı. Vestel ekibinin; uygulanabilirlik, tüketici faydası, özgünlük, yaratıcılık gibi kriterlere göre yaptığı değerlendirme sonucu finalde 10 proje yarıştı. 31 Ekim 2017 tarihinde düzenlenen törende de jüri, dereceye giren 3 projeyi açıkladı. 'GPS üzerinden konum takibi yapan mobil uygulama' projesi ile birinci olan gruba 15 bin TL ve Vestel'de proje bazlı çalışma imkanı sunuldu. Yarışmada Venus arayüz tasarımı projesi ile ikinci olan grup 10 bin TL, 'GPS izleyici aksesuar' projesi ile üçüncü olan grup ise 5 bin TL para ödülü kazandı. Ayrıca ilk 3'e kalan öğrenciler Venus Z10 telefon ile ödüllendirildi. Yarışmaya katılan tüm öğrencilere ise Vestel akıllı bileklik ve Vestel taşınabilir batarya hediye edildi.



Vorwerk, Mucize Mutfak Aleti Thermomix® ile Artık Türkiye'de!



Almanya merkezli Vorwerk Grup tarafından 1971 yılından bu yana geliştirilerek üretilen Thermomix, en yeni versiyonuyla Türkiye pazarına giriş yaptı. 12 mutfak aletinin yaptığı işi aynı anda yapan çok fonksiyonlu dijital mutfak aleti Thermomix, gıdaları besin değerlerini kaybetmeden, doğrular, karıştırır, yoğurur ve pişirir. Sağlıklı, kolay ve hızlı yemekler hazırlamak için, sadece profesyonel değil, aynı zamanda bireysel kullanıcıların da çok rahatça çalışabileceği, çok yönlü bir alet olan ürün, dijital ekranı sayesinde kullanıcılara yol gösteriyor, yönlendiriyor, karmaşık aletlerin zorluğuna yer bırakmıyor.

Arçelik'ten Yeni Tasarımlı Ankastre Bulaşık Makineleri

Mutfakta tasarım ve şıklığa önem verenlere Arçelik'ten yeni bir alternatif geliyor. Arçelik cam tasarımlı, tezgah altı bulaşık makinelerini 4 farklı renkte tüketicinin beğenisine sunuyor. Vizon, beyaz, Manhattan Gri ve siyah renklerdeki 9462 FCV, 9462 FCB, 9462 FCG, 9462 FCS model bulaşık makineleri, şık tasarımları kadar enerji tasarrufuyla da dikkat çekiyor.

A+ enerji sınıfında yer alan Arçelik bulaşık makineleri, 11 litre su tüketimiyle bütçenize yardımcı oluyor. 14 kişilik yıkama kapasitesi bulunan makineler Eko 50, Otomatik, Yoğun 70, Hızlı 58, Mini 30 ve ön yıkama olmak üzere toplam 6 programıyla bulaşıklarınızı hızlıca yıkıyor. Ayrıca 46 DBA ses seviyesi ile sessizce çalışıyor.

Yoğun alt sepet yıkama, ekstra durulama, tepsi yıkama ve değişken devirli motor teknolojisine (BLDC) sahip bulaşık makinelerinde, 24 saate kadar zaman erteleme özelliği bulunuyor. Ürünlerin diğer öne çıkan özellikleri arasında kir seviyesi algılama sensörü, bardak koruma sistemi ve su taşıma güvenliği yer alıyor.



Bosch Kurutma Makinesi Buhar Teknolojisi ile Giysilerinizdeki Kokuları Yıkamadan Çıkartıyor

Bosch Ev Aletleri'nin Serie 8 WTW85561TR kurutma makinesi buhar özelliği sayesinde giysiler üzerindeki sinmiş sigara dumanı, parfüm ya da yemek kokularını yıkamaya gerek olmadan buharlı temizleme fonksiyonuyla çıkartıyor, ilk giyimdeki temizliği sağlıyor. Buhar özelliğiyle çamaşırlardaki kırışıklıkları da açan WTW85561TR kurutma makinesinde, yünüler için özel kurutma sepeti de bulunuyor. Çorap gibi çok ufak parçalar veya özel bir kazak gibi büyük ama hassas çamaşırlar bu özel sepet sayesinde rahatça kurutuluyor. Özel sepet, yıkanabilir spor ayakkabıları kurutmak için de en ideal çözüm. Serie 8 WTW85561TR kurutma makinesi 9 kg kapasiteli ve A+++ enerji verimliliği sınıfında. Buharlı temizleme fonksiyonu ile kuru temizlemeye yapmışsınız gibi hem zamandan hem sudan tasarruf yapmanızı sağlıyor. Aynı zamanda bu fonksiyon giysiler ve çamaşırlar üzerindeki kırışıklıkları açmak için de kullanılıyor. Yıkandıktan sonra katlaşıp kırışan çamaşırları açarak ütüye hazır hale getiriyor. Serie 8 WTW85561TR kurutma makinesinin kendi kendini temizleyen kondanser özelliği (SelfCleaning Condenser™) ile manuel temizliğe de gerek kalmıyor ve bu sayede enerjiden de tasarruf ediliyor. Yüksek enerji verimliliği sağlayan Kendi Kendini Temizleyen Kondanser özelliğine sahip kurutma makineleri, yüksek enerji verimliliği ile makinenin uzun ömürlü olmasını da sağlıyor.



Thor: Ragnarok

10 yıl kadar önce Disney şirketi tarafından satın alınan Marvel çizgi roman şirketinin filmleri de buna göre şekilleniyor artık. Thor'un en karanlık öyküsü Ragnarok (çok bilindiği için spoiler vermekte sakınca yok; sonunda öldüğü matrixvari Nors mitolojisi öyküsü çok popüler bir kahraman olmayan Thor'un en iyi öykülerinden biridir), çok riskli bir kararla komedi-bilimkurgu-aksiyon türüne evriltilmiş. Alınan bu büyük risk ise karşılığını vermiş. Karşımızdaki, Guardians of The Galaxy ile beraber Marvel Sinematik Evreni'nin (MCU) bugüne kadarki en komik filmi. Tabii bunu söylerken, Deadpool'un Fox şirketinin malı olduğunu da unutmayalım. Çizgi romanını okuduğum ve sinemaya aktarılması zor hikayesinden dolayı, 4 yıldır endişeli bir merakla beklediğim Thor : Ragnarok sürpriz ve keskin metamorfozuna rağmen alınun aklıyla çıkıyor bu sınavdan.

80'ler havası

Bunda tabii Hulk'ın da filme yedirilmesinin çok büyük bir payı var. Hulk'ın en iyi hikaye serilerinden biri olan Planet Hulk'ın kullanılması çok zekice bir seçim olmuş. Hulk olmadığı zamanlardaki Mark Ruffalo da çok iyi. Bilmeyenler için not: Giydiği tişört 80'lerin pop müzik ikon grubu Duran Duran'ın Rio albümünü kapağı. Bu hem 80'lerde teenager olan o tişörtün asıl sahibi Tony Stark'a hem de filmin 80'ler havası ile birebir uyuşan renk, kıyafet ve tarz seçimine iyi bir gönderme. Valkyrie rolündeki siyahi oyuncu da çok iyi ama insan yarım asır öncesine kadar siyahi insanlarla aynı tuvalete girmeyen beyaz Hollywood'un günah çıkartcasına Nors dünyasını siyahi karakterlerle (çok iyi oyuncu da olsa) bezemeye çalışmasını trajikomik buluyorum. Ey Hollywood, bunlar İskandinav yahu. Nors mitolojisi bu, Afrika değil. O'nu sabırsızlıkla beklediğim "Kara Panter" filminde işleyin. Bulaşmayın anlamadığınız kültürlere. Böyle yalandan günah çıkarma yerine, "film gelirlerinin bir kısmını ABD'yi kan ve terleri ile büyüten kölelerin anavatanı Afrika'ya bağışlasalar da, kültür dünyasına ihanet etmeseler daha iyi olacak dedirtiyorlar" kendilerine her zamanki gibi.



Macera başlıyor

Thor : Ragnarok, Thor : Karanlık Dünya filminin kaldığı yerden başlıyor. Yani Loki'nin (Tom Hiddleston) babası Tanrıların Kralı Odin'i (Anthony Hopkins) sürgüne yollayıp, yerine geçmesi ile. Durumu anlatan Thor (Chris Hemsworth) olaya el koyar ve hain kardeşi ile beraber babasını Dünya'da bulur ama kötü bir sürpriz onları beklemektedir. Odin'in bu yaşamdaki ömrü dolmuştur ve bu da varlığını daha önce bilmedikleri Ölümlü Tanrıları abaları Hela'nın (basit rolünde formunda bir Cate Blanchett) başlarına bela olmasına yol açar ve macera başlar. İlk defa bir üçlemde, üçüncü filmin öncüllerinden daha iyi olduğunu görüyorum. Hatta herkes tarafından burada bitirileceği düşünülen Marvel'in bu (tanrısal olaylarına rağmen ya da belki tam da bu yüzden) en zayıf franchise'ı bir anda dördüncü filme göz kırıyor hale gelmiş. Zekice ve yerinde hamlelerle Jane Foster'ın, çok güvendiği çekicinin ve hatta uzun saçlarının (bizzat eşsiz Stan Lee tarafından) elinden alınması ile vücut geliştiriciye benzeyen protagonistimiz çevresine daha iyi konsantre olarak bir anlamda Üçüncü Göz'ünü de açıyor. Özel efektler ve Asgard başta olmak üzere, diğer dünyaların muhteşem tasarımı yine göz kamaştırıyor. Adını ilk defa duyduğum yönetmeni, çok komik bir CGI karakteri olarak izlemek de ayrı bir zevk. Mutlaka önceki filmlerini de seyredeceğim. Komedi zamanlaması çok iyi ve espi kalitesi çok yüksek bir film. Çok az zorlama espi var. Tabii tam olarak keyfini çıkarmak için biraz önceki filmleri ve Thor/Marvel dünyalarını da tanımanız lazım. Benedict Cumberbatch (Dr. Strange), Matt Damon ve Chris Hemsworth'un ağabeyi Luke Hemsworth'un harika cameo'ları mevcut. Salonu sonuna kadar terk etmeyin, çünkü bir değil tam iki tane post-credit sahnesi var. SineMadem iyi seyirler diler.

Üşümek yok Simfer var!

Simfer Slim Tri Core ısıtıcıyla
bu kış üşümeyi unutacaksınız.



Isıtma
Teknolojisi



Bağımsız
Çalışabilen
Buhar Özelliği



Turbo Fan



Devrilme
Emniyeti



simfer

40
yıl

PROFİLO KAHVEDAN VARSA EVİNİZDE, KAHVE DE BOL OLUR MUHABBET DE!



Profilo'nun yeni Türk kahvesi makinesi; Kahvedan, dokunmatik kontrol paneli, taşmayı önleyen sensör teknolojisi ve tek seferde 6 fincan kahve yapma özelliği ile Türk mutfağının yeni baş tacı.

TEK SEFERDE
**6 FİNCAN
KAHVE!**



EN GÜZEL KAHVELER SİZİN ELİNİZDEN ÇIKACAK!

Tek seferde 6 fincan kahve hazırlayabilen Profilo Kahvedan'ın üç farklı fincan boyutu seçeneği ile kahveniz mükemmel bir şekilde hazırlanır. Kahvenizin köpüğü, sohbetinizin tadı gibi tam kıvamında olur.

Profilo Kahvedan'ın **dokunmatik kontrol paneli**, taşma önleme sensörü, sesli uyarı sistemi ve çocuk kilidi hayatı kolaylaştırır.

KEYFİ UZUN, TEMİZLEMESİ KOLAY!

Profilo Kahvedan'ın 1,4 litrelik çıkartılabilir su haznesi suyu doldurma ve temizlemede kolaylık sağlarken, geniş kapasitesi de sık sık su doldurma gereğini ortadan kaldırır, size de kahvenin keyfini sürmek kalır.



PROFİLO

dayanıklı ev aletleri