

YENİ

MILA

Toz Torbasız Elektrikli Süpürge

Bagless Vacuum Cleaner

arnica™

Şıklığı, ev temizliğiyle buluşturan
yüksek emiş gücüne sahip Yeni MILA.

2,5 LT
TOZ HAZNESİ

3 in 1
EMNİYET
KILIDI

H13
HEPA 13

TURBO
FIRÇA

AAA
Verimli Enerji Tüketimi

CYCLONE
MAX



VESTEL QUANTUM RENK PALETİYLE GÖRÜNTÜLER ÇOK DAHA NET ÇOK DAHA GERÇEK



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 FİNANSA BANKASI AMBA 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

Vestel Bayi ve Distribütör Kanalı Satış
Genel Müdür Yardımcısı Tarık Leloğlu



16 ÖZEL HABER / RÖPORTAJ

“Arabuluculuk Kaybedeni Olmayan,
Bir Alternatif Çözüm Yöntemidir”



10 ÖZEL HABER / RÖPORTAJ

Arzum Elektrikli Ev Aletleri İcra Kurulu Başkanı
Mete Zadil



38/39 MAKALE

Bahri Olgun – Alpay Kajan



12 ÖZEL HABER / RÖPORTAJ

Gürbüz Grup, Bosch Markasını Bünyesine Kattı



48 YENİ ÜRÜN

Geleceğin Mutfakları Siemens Ankastrle İle
Evlere Geliyor



REKLAM DİZİNİ

ARNİCA	Ön Kapak - 35	www.arnica.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
POZİTERA	9	www.pozitera.com
SİMFER	17	www.simfer.com.tr
ARZUM	19	www.arzum.com.tr
GOLDMASTER	21	www.goldmaster.com.tr
KİNG	23	www.king.com.tr

HOOVER	25	www.hoover.com.tr
REGAL	27	www.regal-tr.com
FANSET	29	www.fanset.com
FAKİR	31	www.fakir.com.tr
HEFİ	33	www.hefist.com
OTORİTER	37	www.bulentmataraci.com
DİDEM TINARLIOĞLU	41	www.didemtinarlioglu.com
YEDİTEPE	Arka Kapak İçi	www.yeditepepazarlama.com
ASYA GRUP	Arka Kapak	www.arceteknik.com

SENOCAK

DERİN DONDURUCU

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



Bir asırlık tecrübesiyle
ŞENOCAK DERİN DONDURUCU
HESAPLI TAZELİK



Tüm Türkiye
genelinde
YAYGIN YETKİLİ
SERVİS AĞI



Doğaya saygılı,
düşük enerji tüketimli
ÇEVRE DOSTU
ÜRÜNLER

MADE IN
Türkiye

www.klimasan.com.tr

444 0 789



OCAK 2018 • SAYI: 223

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

Sizi Fuara Davet Ediyoruz



Bence sektörümüzün bugünkü en önemli gündem konusu, 21-24 Haziran'da İstanbul da yapılacak olan Beyaz Eşya Fuarı. Bu fuar, Türkiye'nin en büyük ve en başarılı sektörlerinin başında gelen beyaz eşya sektörünün ilk ciddi fuarı olacak. Yıllardan beri konuşulan ve **"bizim sektörün fuarı yok"** diyen kişilerin fuarı olacak. Bu fuarı organize etmek için, yıllarca birçok firma çaba sarf etti ancak yapamadılar. En büyük neden; **"bizim mağazalarımız zaten fuar alanı gibi"** diyen tedarikçi firmaların düşünceleriydi. "Fuarların dünyada gittikçe önemini yitiriyor olması, ikinci önemli nedendir" diyebiliriz.

Bizim sektörün fuarından dünya versiyonu olan İFA, çok önemli bir fuar; tüm dünyanın toplandığı bir arena adeta. Ancak, son yıllarda ortaya çıkan İslamofobi korkusu fuarcılığa da sıçradı. Vize sorunu yüzünden, büyük bir İslam coğrafyasının sektör mensuplarının özellikle, Avrupa'da yapılan fuarlara ziyaretçi olarak katılamaması önemli bir boşluk doğurmaya başladı. Ortadoğu, Türki Cumhuriyetleri, Balkanlar ve Afrika'dan ziyaretçi olarak katılmak isteyen sektör insanları için, İstanbul önemli bir marka şehir. Trafik ve nüfus yoğunluğuna bağlı olarak, İstanbul bir kaos şehir olmasına karşın, hala dünyadaki ülkelerin insanların cazibe merkezi

sayılır. Sabah uçakla gelip işlerini halledip, akşam tekrar geri dönülecek şekilde, birçok ülkeden ziyaretçi çekebileceğimiz bir coğrafyamız var, bunun avantajlarından yararlanmak gerek. Sektörümüzü tamamlayan ve yerli versiyon olan ZUCEX Fuarı da çok önemli bir fuar ama züccacıecilerin içinde beyaz eşya sektörü çok az bir yer kaplıyor ve sektörümüz bu fuarda büyüyemiyor.

İşte böylesine cazip bir şehrimiz varken, müşteriye yurt dışında arayan firmalarımıza seslenmek ve sormak istiyorum "Böylesine büyük bir fuarın Türkiye'de olması, sizlerin de lehine bir durum değil mi?" "Hele bu fuara Arçelik gibi bir dünya markasının sponsor olmuş olması, bu fuarı gelecekte nerelere taşıyor?" düşünmek bile heyecan veriyor.

Dağıtım Kanalı olarak, biz de bu fuarın bir parçasıyız. Uzun yıllardan beri hep bir fuar hayali ile yaşıyordum, 21-24 Haziran'da bu haylimize kavuşuyoruz inşallah. Haziran ayı İstanbul Şehri'nin en keyifli aylarından biri sayılır. Uluslararası misafirlerimizin olduğu kadar, iç pazardan da İstanbul'a gelecek misafirlerin keyif alacakları bir ay olacaktır bu ay. Sizleri şimdiden fuarımıza davet ediyoruz.

Saygılarımla

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

“Artık İşi Ölçmek Gerekıyor”

Vestel Bayi ve Distribütör Kanalı Satış Genel Müdür Yardımcısı Tarık Leloğlu, perakendecilikte işi akışına bırakan, hislere dayalı düzenin sona erdiğini belirterek, “Herkes, işine sahip çıkmak zorunda. Sahip çıkmadığın iş, senin işin olmuyor. Artık işi ölçmek gerekiyor. Ölçmediğin iş, senin değildir. Şirketler bu işe yatırım yapıyorlar.” dedi.

HABER: YILDIRIM SÖYLEMEZ





Bağlarbaşı Pazarlama ve Perakende Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi tarafından düzenlenen “Perakende Sektörünün Liderleri Sektörün Geleceği ile Buluşuyor” isimli seminer dizisi kapsamında, 05 Aralık 2017 tarihinde "Yeni Perakendecilik Anlayışı ve Uygulamaları" konulu seminer gerçekleştirildi. Seminerde, Vestel Bayi ve Distribütör Kanalı Satış Genel Müdür Yardımcısı Tarık Leloğlu, Vestel'in faaliyetleri ve perakendecilikteki yeni gelişmelerle ilgili bir sunum yaptı. Seminere, MÜSİAD Perakende Sektörü Meclis Başkanı Ali Gökhan Er, Bağlarbaşı Pazarlama ve Perakende Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Müdürü Çetin Yıldız, müdür yardımcıları, öğrenciler ve veliler katıldı.

Vestel Bayi ve Distribütör Kanalı Satış Genel Müdür Yardımcısı Tarık Leloğlu, Vestel Şirketler Grubu'nun 16'sı yurt dışı olmak üzere toplam 23 şirketten oluştuğunu belirterek, tüketici elektroniği, beyaz eşya, dijital ürünler, savunma, LED aydınlatma ve bilişim teknolojileri alanında faaliyet gösterdiğini ifade etti. Leloğlu, 15 bin kişinin üzerinde çalışanının bulunduğu ve toplam cirosu 3.4 milyar dolar olan Vestel Şirketler Grubu'nun 35 milyon adetlik üretim kapasitesiyle her saniyede bir ürün üretimini gerçekleştirdiğini kaydetti. Vestel'in 154 ülkeye 2.2 milyar dolar seviyesinde ihracatının bulunduğunu söyleyen Leloğlu, 1.1 milyon metrekare üretim alanıyla, tüm Avrupa'daki en büyük üretim üssü olduğunu kaydetti. Vestel'in Türkiye'nin en itibarlı on markasından biri olduğuna değinen Leloğlu, tüketici elektroniğinin 1 numaralı markası konumunda bulunduğunu ifade etti.

19 kez sektörün ihracat şampiyonu

Avrupa'da satılan televizyonların yüzde 20'sinin, 19 kez sektörün ihracat şampiyonu olan Vestel markası

taşıdığına işaret eden Leloğlu şunları söyledi: “Bir şirket için ihracat, bir eve para getiren baba ve anne gibi bir şeydir. Ülkede bir şirketin fayda sağlamasının en önemli verisi ve bariyeri ihracattır. Eğer, bir şirket yurt dışına ürün satıp, para kazanıp ülkesine getirebiliyorsa, benim gözümde, çok değerlidir. ‘Faiz mi enflasyon mu?’ diye konuşup duruyoruz ya, asıl önemli olan ihracat. Çünkü, sen ihracatını eksik yapıyorsan, faiz ya da enflasyonda sıkıntı yaşıyorsun demektir. Çok satabilen şirketler, ülkenin milli gelirini artıran şirketlerdir. Türkiye’de en çok satan 3 cep telefonu markasından biri olduk. Fransızlar kendi ürettikleri cep telefonu markasını ülkelerinde ikinci sıraya, Çinliler de kendi cep telefonu markasını birinci sıraya getirdiler. Türkiye, petrolden sonra en çok cep telefonuna para harcıyor. Bu paranın yurt içinde kalması için en önemli koşul yatırım yapmak. Vestel, bu yatırımı ülke için yaptı. Bizlerin de burada üretim yapan kendi markalarımıza sahip çıkmamız gerekiyor.”

Vestel'in toplam mağaza sayısının 1250 adet olduğunu ifade eden Leloğlu, 31 adet de kendi işlettikleri mağazaları bulunduğunu kaydetti. Mağazalarını aylık ortalama 5600 kişinin ziyaret ettiğini aktaran Leloğlu, ciroyu artırma yönünde çalışmalar yaptıklarını dile getirdi. Bayi toplantısında, bir akademisyenin bayilere ciroyu iki katına çıkarmanın yöntemini, mağazaya giren kişi sayısını iki katına çıkarmak olarak açıkladığını kaydeden Leloğlu, “Biz de ciromuzu yükseltmek için, mağazaya giren kişi sayısının artmasını sağlamak düşüncesiyle, Beşiktaş, Bahçelievler Ankara gibi mağazalarımızda kafe açtık. Beşiktaş'taki mağazaya 13 bin kişi girdi, ciro da iki katına çıktı. Bu mağazalarımızdan Anadolu'ya yayılarak, 50 kafe daha açmayı düşünüyoruz. Kafelerimiz de ürün konseptini, “Gururla Yerliyiz” lansmanımıza uygun olarak, yerli ürünlerden, oldukça uygun fiyatlarla

“

Bir şirket için ihracat, bir eve para getiren baba ve anne gibi bir şeydir. Ülkede bir şirketin fayda sağlamasının en önemli verisi ve bariyeri ihracattır. Eğer, bir şirket yurt dışına ürün satıp, para kazanıp ülkesine getirebiliyorsa, benim gözümde, çok değerlidir. ‘Faiz mi enflasyon mu?’ diye konuşup duruyoruz ya, asıl önemli olan ihracat. Çünkü, sen ihracatını eksik yapıyorsan, faiz ya da enflasyonda sıkıntı yaşıyorsun demektir.

”

oluşturduk.” dedi.

Perakendecilikte işi akışına bırakan, hislere dayalı düzenin sona erdiğini belirten Leloğlu, “Herkes, işine sahip çıkmak zorunda. Sahip çıkmadığın iş, senin işin olmuyor. Artık işi ölçmek gerekiyor. Ölçmediğin iş, senin değildir. Şirketler bu işe yatırım yapıyorlar. Harvard Üniversitesi'nden bir profesörün sözünü aktarmak istiyorum: Bugün işini dün yaptığın gibi yapıyorsan, muhtemelen yarın iş yapmıyor olacaksın.



Tarık Leloğlu, lise öğrencileri arasında yapılan En İyi Kampanya Fikri Yarışması'nda birinci olan öğrenciye bir adet Venüs telefon hediye etti.

Düzen, zaman geliyor, değişiyor.” şeklinde konuştu. Leloğlu, bu doğrultuda, mağazalarına yerleştirdikleri kişi sayım cihazı ile mağazalara giren kişi sayısını ve kaç kişiye ürün satılabildiğini ölçebildiklerini aktardı. Leloğlu, bu veriler ile mağazalara göre ve bir önceki ay ile bir önceki yıl aynı döneme göre kıyaslayarak, ortaya çıkan farklılıkların nedenlerine göre, pozisyonlar aldıklarını, kampanyalar yaptıklarını ve uygulamalar gerçekleştirdiklerini ifade etti. Leloğlu, satış temsilcilerinin performansına dayalı sepet büyüklüğü ile rekabetle ilgili bilgileri de kampanya ve uygulamaların gerçekleştirilmesinde dikkate alabildiklerini belirtti.

Leloğlu, beyaz eşya mağazalarında daha önce senetli alışveriş yapıldığını anımsatarak, senetli alışverişten kredi kartı kullanımına geçiş sonrasında, ciroların düştüğünü gördüklerini vurgulayarak, kendi kurdukları bir programla krediyle ödeme imkanı sunduklarını söyledi. Leloğlu, “Tüketiciler bizim mağazalarımıza giderek, kendi nüfus bilgilerini verdikten sonra çıkan krediyle, kredi kartı kullanmadan ürün alabiliyor. Bu uygulamayı yapan bayilerimizde, cirolar yüzde 50 oranında artıyor. Çünkü, Türkiye’nin gerçekten böyle bir şeye ihtiyacı var.” ifadelerini kullandı.

Yabancı dil öğrenme zorunluluğu

Vestel Şirketler Grubu’nun Türkiye’nin yanı sıra, Çin, Kazakistan, Rusya, Amerika, Fransa, İngiltere ve Almanya gibi birçok ülkede yer alan şirketleriyle çalışmalarını sürdürdüğünü dile getiren Leloğlu, bu durumun, perakendecilik sektöründe çalışacak gençler için İngilizce öğrenmeyi zorunlu kıldığını

vurgulayarak, “Eğer, şirketlerde çalışmak, terfi etmek istiyorsanız, ‘ben başladığım yerde kalmayacağım, müdür olacağım, hatta başka ülkelerdeki şirketlerde çalışacağım’ diyorsanız, yabancı dil öğrenmek zorundasınız. Vestel Şirketler Grubu’nda birçok ülkede çalışma imkanı bulunuyor. Vestel bünyesinde, yurt dışındaki şirketlerde çalışabilmek için ya o ülkenin dilini bileceksiniz ya da uluslararası dili bileceksiniz. En küçük şirket bile ihracat yapmak istediği için, İngilizce bilen birisini işe almak dışında, başka yolu yok. O yüzden, kim ne diyorsa desin, hayatınızda algılarınızın açık olduğu bu aşamasında İngilizceyi öğrenmeniz çok önemli.” diye konuştu.

İngiliz devlet adamı Winston Churchill’in “Başarı şevkini hiç kaybetmeden, bir başarısızlıktan diğerine geçebilme kabiliyetidir” sözüne işaret eden Leloğlu, “Şevkinizi kaybetmeyin, moralinizi bozmayın. ‘Bilgisayarlar, insanlardan neden daha başarılı?’ diye soruyorlar. Bilgisayarlar şevkini kaybetmiyor, bir şey yapamıyorsa bir daha yapıyor, ‘moralim bozuldu’ demiyor. İnsanlar ‘moralim bozuldu’ diyor. Siz siz olun, şevkinizi kaybetmeyin. Zaten, artık insanlar ve şirketler başarının karşılığını, ‘başarısızlık’ diye görmüyor, deneyim kazanmak diye görüyor. Deneyim çok önemli. Bir başarısızlığı yaşamak, büyük bir deneyim. Siz de şevkinizi kaybetmeyin.” şeklinde görüşlerini açıkladı.

Başarılı iletişim stratejisi

Leloğlu, üç yıl önce Türkiye’de Vestel’i almayı reddedenlerin oranının yüzde 11 düzeyinde olduğunu söyleyerek, şevklerini kaybetmeden son üç yılda rek-

lam, iletişim, mağazacılık, eğitim ve perakendecilik alanındaki çalışmalarla, bu oranın yüzde 2 düzeyine gerilediğini belirtti. Bu oranın yakalanması için, “Türkiye Vestelleniyor”dan “Gururla Yerli” lansmanına dönüş yaptıklarını kaydeden Leloğlu, “Gururla Yerli” lansmanımızla gücünü, gururunu marka iletişiminin merkezine koyduk. Fabrikamızı ve üretimimizi de marka iletişimimizin merkezine aldık. Biz bu reklamı yaptık, çok da iyi geri bildirim aldık ama ‘Vestel bir insan olsaydı, ne olurdu?’ diye insanlara sorduğumuzda, herkes ‘yakışıklı, 35 yaşında ve mühendis olur’ diyerek Kenan İmirzaloğlu’nu çizdiler. Biz de beyaz eşya satın alma kararını kadınlar verdiği için, yeni iletişimimizde, yine “Gururla Yerli” lansmanıyla çıkarak, kendi çalışan kadınlarımızı kullandık.” diye konuştu.

“Fark yaratın”

Vestel’in istediği çalışan profilinden de söz eden Leloğlu, yenilikçilik, dinamiklik, proaktiflik, teknolojiye ilgi ve uygun ücret özelliklerinin ön plana çıktığını söyleyerek, “Böyle bir çalışan profili bir müddet sonra oluşuyor. Bir konuda fark yaratın. Siz işverenle konuştuğunuzda, ‘sizin mağazanıza kaç kişi geliyor, bunu ölçebiliyor musunuz?’ diye sormanız, sizin için çok büyük bir fark yaratır. Bir olaya proaktif davranmak, anında tepki verebilmek, bir fark yaratır arkadaşlar. Böyle olun, akışına bırakmayın. Bizde işe alım süreci, insan kaynağından CEO’ya kadar uzanıyor. İnsan kaynağı en önemli yatırım. Onun için, sizin kendinizi geliştirmeniz çok önemli.” şeklinde görüşlerini ifade etti.

- ☒ Basın bülteni yaz.
- ☒ Ahmet Bey'i ara! ACİL!!!
- ☐ Perakende geliştirme için ajans araştır.

Önerilen ajans: Pozitera

- Profesyonel ekip
- İnsan kaynaklarına yatırım yapıyor
- 10 yıldır sektörde, çok deneyimli
- Türkiye'nin her yerinde!
- Mağazacılarla iletişimi güçlü
- Kendine ait PERAKENDE İZLEME PORTALI VAR!!!
- Referansları neler?

Referansları:
Arçelik,
Baymak BDR Therma Group,
Candy Hoover Eurosia,
Fakir Hausgerate,
Karcher,
Kristal,
Kühne,
Remington,
Simfer,
Sölen
Whirlpool

Pozitera



“Arzum’un Globalleşme Yolunda Rol Oynamak Cazip Geldi”

Arzum Elektrikli Ev Aletleri İcra Kurulu Başkanı Mete Zadi, iş hayatında çok uluslu yapılarda, çok farklı deneyimler edinme şansı olduğunu dile getirerek, “Ancak, hayalimde hep bir Türk şirketini globalleştirmek gibi bir durum vardı. Arzum ile ilgili teklif geldiğinde, 50 yıllık köklü bir Türk şirketi olan Arzum’un ikinci 50 yıllık hikayesini yazmak ve globalleşme yolunda rol oynamak bana oldukça cazip geldi” diyor.

RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Arzum Elektrikli Ev Aletleri İcra Kurulu Başkanı Mete Zadi’le mesleki kariyerine başlangıcı, yurt dışındaki iş deneyimleri, Arzum Elektrikli Ev Aletleri’ne geçiş süreci, çalışmaları, hedefleri ve perakende pazarına yönelik değerlendirmeleri ile ilgili bir röportaj gerçekleştirdi. Zadi, “Arzum, bugüne kadar krizleri görmüş, zorlukların içerisinde yara almadan çıkmış, kuvvetlenmiş, önemli bir kurumsallaşma süreci geçirmiş, kendisine ait güçlü bir bağ ve kültürü olan bir şirket. Böyle bir şirkete geldim. Bu kültürü öldürmeden, bu temelin üzerine inşa etmeye çalıştık.” şeklinde konuşuyor.

Kendinizi tanıtır mısınız, mesleki kariyerinize nasıl başladınız? Arzum firmasına gelinceye kadar nerelerde çalıştınız?

1993 yılında, University of Delaware’de inşaat mühendisliği bölümünden mezun oldum ve 1995 yılında, Cornell University’de inşaat mühendisliği master eğitimimi tamamladım. Lisans ile yüksek lisans arasındaki dönemde, bir inşaat mühendisliği danışmanlığı şirketinde çalıştım. Bu şirketteyken, 2 büyük projede çalışma fırsatım oldu. Birincisi, Carnegie Mellon Üniversitesi Araştırma Bölümü inşaatı ikincisi ise, Pittsburg su ve kanalizasyon idaresi altyapı çalışması idi. Eğitim hayatım sonrasında, ilk iş olarak, Amerikalı Bettigole Andrews & Clark adında kendine ait köprü sistemleri icat etmiş bir şirkette, köprülerde yorgunluk deprem analizi ve gerekli modifikasyonların tasarımını yapıyordum. Mühendisliği okumak çok zevkli ancak, yaparken o kadar keyifli gelmedi. Bilimsel bir iş ancak, sürekli aynı sorunu her gün çözmek beni mutlu etmedi.

Kendimi geliştirmeyi, sürekli yeni şeyler öğrenmeyi çok seviyorum o sebeple, farklı alanlarda farklı başarımlara imza atabileceğim işletme ve yönetim alanında ilerlemeyi tercih ettim. Ardından, tamamı ile kariyer değişikliği yaparak, Azizler Holding’in Amerika’daki Balsu USA firmasında ürün müdürü olarak çalışmaya başladım. Sonrasında, Azizler Holding içerisinde birçok farklı şirket ve görevlerde bulunup gıda ve FMCG alanlarında çalışarak genel müdürlüğe kadar yükseldim. 10 yıl kadar Amerika’da bulunduktan sonra, 1998’de Türkiye’ye dönmeye başlayıp, 2000 itibarı ile tamamen döndüm.

Ardından, farklı sektörlerde ve çok uluslu şirketlerde çalıştım. İsveçli bir şirkette, internet güvenliği üzerine, 2002-2006 yılları arasında, Korda Kağıt Pazarlama ve Ticaret A.Ş.’de genel müdür olarak görev yaptım. Değişik tecrübeler edinmeyi ve yeni

şeyler öğrenmeyi seviyorum, o sebeple prensip olarak, hep iş değişimlerini farklı sektörlerde yaptım, hiçbir zaman rakip firmada çalışmadım. 2006-2011 yılları arasında, Schindler Türkiye’de genel müdür ve yönetim kurulu üyesi görevlerini yaptım. Ardından Ariston Thermo’da genel müdürlük görevimin ardından, 2015’ten bu yana Arzum’da yer alıyorum. Arzum’un değişim döneminde, Arzum’un değişim ve globalleşme sürecini yönetmek üzere görev yapıyorum.

Türkiye’ye gelme kararınız nasıl oldu, niçin Türkiye’ye döndünüz?

Türkiye’ye geri dönmemde, biraz özel sebepler de etkin oldu. Doğrusunu isterseniz, eşim pek istemedi ve haklı da çıktı. Bu sayede, hem aileme yakın oldum hem de çocuklarımız aileye yakın büyüdüler. Onlar büyürken de büyükannelelerinden çok destek aldık ve halen de alıyoruz.

Hep yabancı firmalarda çalışmışsınız, Arzum markası ise ilk çalıştığınız Türk firması. Niçin “Arzum” markasını tercih ettiniz?

Alman Lisesi’ni takiben Amerika’da okumam ve iş hayatına Amerika’da başlamam sebebi ile kariyerim çok uluslu şirketlerde başladı. İlk iş deneyimim dışında aslında, Amerikalı şirketlerden çok İsviçreli, Avusturyalı, İtalyan gibi çok farklı menşeli şirkette görev aldım. Çok uluslu yapılarda da çok farklı deneyimler edinme şansım oldu. Ancak, hayalimde hep bir Türk şirketini globalleştirmek gibi bir durum vardı. Arzum ile ilgili teklif geldiğinde, 50 yıllık köklü bir Türk şirketi olan Arzum’un ikinci 50 yıllık hikayesini yazmak ve globalleşme yolunda rol oynamak bana oldukça cazip geldi.

Bugün geldiğimiz noktada çalışanlarına üreticilerine daha sistematik yaklaşan aynı zamanda aileden gelen o samimi kültürünü de hiçbir zaman kaybetmeyen bir Arzum markası konumlandık. Çok uluslu markalara göre en önemli gücümüz de bu.

Fon şirketini yönetmek nasıl, zorlukları var mı?

Fon şirketi yönetmenin zor olduğu söylenir, benim de yönettiğim ilk fon şirketi. Mediterra, bir fon şirketi olarak oldukça farklı bir fon. Şirketle ilgili kararları verirken, sadece kendilerinin yatırımında oldukları süreyi, kısa vadeyi değil, tamamı ile uzun vadeyi düşünerek hareket ediyorlar. Onlar için, şirketin sağlığı birinci öncelikli olan nokta. Her yatırımda olduğu gibi aile ve yatırım fonu arasında farklı görüş olan noktalar zaman zaman olabiliyor, bu tarz durumlar da her zaman karşılıklı güven ve uzlaşma ile çözüme kavuşuyor.

Arzum olarak, 2017 yılını nasıl geçirdiniz, hedeflerinizi tutturabildiniz mi? Büyüme hedefiniz nedir?

2017 senesini, hem ciro hem pazar payı hem de karlılık anlamında, Arzum’un tarihinde en iyi sene olarak kapattık.

Ciro olarak, 2017 yılını bir önceki yıla oranla yüzde 22 dolayında artışla kapatıyoruz.

ÖTV indiriminin faydası oldu mu?

ÖTV indiriminin faydası yadsınamaz. Bütün piyasayı, olumlu şekilde etkiledi. ÖTV’nin ana yaradığı alan, beyaz eşya oldu.

Arzum firmasında göreve başladıktan bugüne kadar geçen süreye baktığınızda, ne gibi farklılıklar oluşturdunuz?

Ben başladığım zaman, Arzum 50. yılına girmek üzereydi şimdi 52. yılımızdayız. Zaten, Arzum, bugüne kadar krizleri görmüş, zorlukların içerisinde yara almadan çıkmış, kuvvetlenmiş, önemli bir kurumsallaşma süreci geçirmiş, kendisine ait güçlü bir bağ ve kültürü olan bir şirket. Böyle bir şirkete geldim. Bu kültürü öldürmeden, bu temelin üzerine inşa etmeye çalıştık. Ana strateji olarak, kar etmeyen ne var ise onu eledik. Verimliliğimizi, gücümüzü ana işimize odaklanarak, daha da büyümeye çalıştık. Yurt dışında da her yerde büyümek gibi bir stratejimiz yok. Hedeflerimiz paralelinde önceliklerimiz var ve bu önceliklere göre büyümeye devam ediyoruz. Bugün Arzum, gıda hazırlama, pişirme ve kızartma, içecek hazırlama, temizlik, kişisel bakım ve ütü olmak üzere 6 ürün kategorisinde, 250’den fazla ürünüyle yılda yaklaşık 4 milyonu aşan satış gerçekleştiriyor, dünyanın 30’a yakın ülkesinde satılıyor. Bu şekilde, globalleşme anlamında önemli adımlar atmaktayız.

Son aldığınız İnovalig ödülünüzden ve aldığınız diğer ödüllerden söz eder misiniz?

Arzum olarak, 2015 yılında, dünyadaki devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı olan Turquality Programı kapsamına alındık. Bu dönemlerden bu yana, ürünlerimizle, AR-GE çalışmalarımızla yurt içinde ve yurt dışında birçok farklı platformdan farklı ödüller almaktayız. 2017 yılı, başarılarımızı ödüllerle taçlandırdığımız başarılı bir yıl oldu. Mutfak ve saç bakım kategorisinde, en çok tercih edilen marka olarak birinci olduk. Tüketici değerlendirmeleriyle, “Türkiye’nin en cool küçük ev aleti markası”, “renkleri en beğenilen marka” gibi başarılı sonuçlara ulaştık. Üst üste 6 defa, “Türkiye’nin En Süper Markası” olduk, kadın kullanıcılarımıza seslendiğimiz “sen dokunursun değişir dünya” mottosuyla tasarladığımız ürünlerle, yerel ve uluslararası 18 tasarım ödülüne layık görüldük. Son olarak, Türkiye’nin ilk inovasyon geliştirme programı İnovalİG’in bu yılki değerlendirmesinde, ‘İnovasyon Organizasyonu ve Kültürü’ kategorisinde, Türkiye şampiyonu olarak birinci sırada yer aldık.

Satış noktalarınız ve kadronuzla nasıl bir iletişim halindesiniz, değerlendirebilir misiniz? Mağazalaşmayı düşünüyor musunuz?

Öncelikle, ben sahada gezmeyi ve tüm organizasyona dokunmayı seviyorum. Benim için, bu anlamda mükemmel bir fırsat oldu. Ben başladığımda, satış direktörü pozisyonumuz boştu. O pozisyonu doldurmak için, acele etmedim. O pozisyonu, uzun bir süre kendim yönettim. Bu sayede, sahadaki ekibimizle çok iyi bir bağ kurmuş oldum. Sonrasında da sahanın ihtiyaçlarını iyi anlayarak, kendimiz adına en iyi kişiyi, Serhan Giray’ı konumladık. Satış direktörümüzden sonra

tabii ki saha ile ilişkim daha sınırlı ancak, mutlaka hala sahayı sıkı şekilde gezip, oralardan beslenmeye önem veriyorum.

Mühendis kökenli bir yönetici olarak sektörü ve perakende pazarını geniş olarak değerlendirebilir misiniz?

Türkiye’deki perakende pazarı, Avrupa’dan farklı. Bizim tüketicimizin kendi sevdiği özgün yerler ve alışveriş deneyimleri var, yöresel olarak değişiklik gösteriyor. AVM’lerin metrekafe fiyatları fazla. Perakendecilerin özellikle, bu dönemde, kiralar ile ilgili oldukça zor zaman geçirdiklerini tahmin ediyorum. Çok fazla AVM olan noktalarda, firmalar birbirine çok yakın AVM’lerde olmak zorunda kalıyorlar ve bu durum verimsizlik getirerek, karlılıkları olumsuz etkiliyor. Türkiye’deki gibi iniş çıkış olabilen ülkelerde, sağlıklı şirketlerde minimum EBITDA’nın yüzde 10’un üzerinde olması gerektiğini düşünüyorum. Türkiye lojistik konusunda, eskiye göre oldukça yol aldı. Lojistik firmalarının fark yarattığını ve becerikli olduklarını düşünüyorum. Türkiye pazarının, ürün çeşitliliği anlamında rekabette oldukça kuvvetli olduğu kanısındayım. Genel olarak sağlıklı ve büyümeye açık bir alan ve iyi giden, hacim olarak stabil bir piyasa olarak görüyorum.

Perakendeci olarak 2017 yılını, akabinde 2018 yılını değerlendirir misiniz, perakendecilere önereceğiniz bir reçete var mı? Onlara tavsiyeleriniz ve mesajınız nelerdir?

2017 zorlu bir yıl olmasına rağmen, perakende sektörü yine başarılı şekilde çalışmalarını sürdürdü. Sektörün 2018’den de korkmaması gerektiğini düşünüyorum. Bu ülkenin, kendine has bir dinamiği var, buraya hiçbir şey olmaz. Risk yönetimi, her işletmede her zaman yani işler iyi giderken de etkin şekilde yapılmalı. Bunu çok önemsiyorum. Doğru metriklerle, doğru yönetim ile çok iyi bir sene olacağını düşünüyorum.

Kahve makinaları konusunda son pazar durumundan söz eder misiniz?

Kahve makinası pazarı büyüyor ve farklı markaların yeni makinaları ile renkleniyor. Bizim en gurme kesime hitap eden OKKA’mızın yanında; dayanıklılığı, tasarımı ve pratikliği ile ön plana çıkan Arzum OKKA Minio’muz bu yıl inanılmaz mutlu etti. Starbucks ve Caribou, Türkiye’de tüm mağazalarında OKKA’yı tercih ettiler ve bizi çok mutlu ettiler.

2018 yılı için yeni ürünler ile ilgili gelişmelerinizden bahseder misiniz?

2018’de de fark yaratmaya devam edeceğiz. Kadınların yine gönlünü fethedecek, renk serisi sürprizlerimiz olacak. Bununla birlikte, 2001 yılında küçük ev aletleri sektöründe bir ilk olarak başlattığımız, 3 yıl garanti uygulamasını, 2018 itibarıyla 3+1’e çıkarıyoruz. Ar-Ge alanında, inovasyon alanında yatırımlarımıza devam edeceğiz. Arzum’un yeni yüzünde; çok seslilik ve değişik yüzler, deneyimler var. Bu karmayı iyi şekilde harmanlayarak, daha da enteresan ve sektörde fark yaratan noktaları çıkarmayı sürdüreceğiz.

Gürbüz Grup, Bosch Markasını Bünyesine Kattı

Bosch Ev Aletleri, beyaz eşya ürünlerini müşterileriyle buluşturduğu bayi ağını genişletmeyi sürdürüyor. Son olarak dayanıklı tüketim malları pazarının önemli bayilerinden Gürbüz Grup, Bosch bayileri arasına katıldı.

HABER & RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Gürbüz Grup, 30 yıldır dayanıklı tüketim malları pazarında faaliyet gösteriyor. Kuruluş, deneyim ve birikimini Bosch bayisi olarak sürdürme kararı alarak, Hilltown AVM Küçükyaşı ve Arenapark AVM Halkalı'da Bosch mağazaları açtı. Gürbüz Grup'un 26 Aralık 2017 tarihinde gerçekleştirdiği açılış törenine, Bosch Ev Aletleri üst yönetiminden İcra Kurulu Üyesi Ronald Grunberg, İcra Kurulu Başkanı Gökhan Sığın, Bosch Ev Aletleri Satış Direktörü İhsan Kara ve Bosch Ev Aletleri Marka Pazarlama Müdürü Neylan Süer katıldı. Şişli Belediyesi eski başkanı Mustafa Sarıgül'de açılıшта yer aldı. Açılıшта konuşan Gürbüz Grup Yönetim Kurulu Başkanı Şaban Gürbüz, Bosch markasının son yıllarda, perakende mağazacılık konusunda yapmış olduğu yenilikleri çok yakından takip etmeleri sonucunda,

etkilenecek harekete geçtiklerini ve Bosch bayiliği yapma kararı verdiklerini belirtti.

“Hedefimiz, Bosch tüketicilerinin beklentilerine cevap vermektir”

“Hedefimiz, en iyi hizmet ilkesiyle, donanımlı ve güler yüzlü kadrolar oluşturarak, en yenilikçi mağazalara yatırım yapmak ve böylece, Bosch tüketicilerinin beklentilerine cevap vermektir” diyen Gürbüz, Bosch markasının üstün kaliteli ürünlerini, 30 yıllık tecrübeleriyle birleştirerek, fark yaratacak bir mağazacılık anlayışını ortaya koymaktan memnuniyet duyacaklarının da altını çizdi.

Gürbüz, açılış gerçekleştiren Ronald Grunberg, Özcan Aydılek, Gökhan Sığın ve İhsan Kara'ya şükranlarını sunduğunu ifade ederek, mağazalarının

oluşturulmasında emeği geçen tüm Bosch Marmara Bölge Müdürlüğü ekibine de teşekkür etti.

Bosch, bayi ağı yatırımlarına ağırlık veriyor

Bosch Ev Aletleri, daha fazla noktada müşterileriyle buluşmaya verdiği öneme paralel olarak bayi ağı yatırımlarına ağırlık veriyor. Bayileriyle marka imajını güçlendirmeyi, bilinirliğini ve markaya duyulan güveni de arttırmayı hedefleyen Bosch Ev Aletleri, yatırım maliyetleri açısından bakıldığında büyük bir atılıma imza atıyor.

Bosch Ev Aletleri'nin yeni mağazaları ağırlıklı olarak İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa, Antalya gibi illere yoğunlaşırken, Kars, Giresun, Tokat, Niğde, Şanlıurfa, Diyarbakır gibi Türkiye'nin her noktasında bulunan iller de listede yer alıyor.

Ronald Grunberg Dönemi Sona Erdi



Türk beyaz eşya sektörünün duayenlerinden Bosch Ev Aletleri üst yönetiminden İcra Kurulu Üyesi Ronald Grunberg, 15 yıldır yürüttüğü görevi 1 Ocak itibarıyla bıraktı.

Dergimize açıklama yapan Grunberg, yönetim kurulunda yer almayı sürdüreceğini ama artık aktif rol oynayamayacağını belirterek, “Biliyorsunuz, eşimi kaybettim ve artık çok zordu benim için. 16 yaşında genç bir oğlum var, onunla daha çok vakit geçirmek istiyorum.” dedi.

“Bayilik sistemini ezdirmemeliyiz”

Grunberg, beyaz eşya, küçük ev aletleri ve tüketici elektroniği alanında faaliyet gösteren bayilerin daha

fazla korunmaya ihtiyacı olduğunu düşündüğünü ifade etti. Bosch Ev Aletleri de dahil olmak üzere, sektörün büyük firmalarının bayilerin varlıklarını sürdürmeleri konusuna çok büyük önem vermeleri gerektiğine inandığını dile getiren Grunberg, “Büyük mağazacılık geleceğe sesleniyor ve bu bayilik sistemini, mağazacılığı ezdirirsek, aslında geleceğe dönük önemli bir işe zarar vermiş oluruz. Çünkü yarın internet satışları daha da arttığında ki Amerika, İngiltere’deki gibi çoğalacaktır, bayilerimiz daha da önemli bir rol üstlenecek.

Ürünler herhangi bir kanaldan; internetten ya da mağazadan da tercih edilse alıcılara hemen ulaşması için bayilik sistemi şart. Diyelim ki bizim internet sitemiz

bayi üzerinden satış yapıyor, bu ürünleri klasik lojistik hizmeti ile bir günde teslim edemezsiniz.” dedi.

Türkiye’de uygulanan bayilik sisteminin dünyada tek örnek oluşturduğunu ve bir model olarak görüldüğünü kaydeden Grunberg, dünya perakendecilik sektörünün de Türkiye’deki sistemi örnek alacağını dile getirerek, “Türkiye, mağazacılık ve bayilik sistemi açısından diğer ülkelere göre çok daha modern bir niteliğe sahip. ‘Dünyanın en modern perakendeciliğini Türkiye’ye getireceğiz’ söylemi kesinlikle geçerli değil. Bugün açılışını yaptığımız mağazalardan Almanya’da bir tane bulamazsınız. Sahip olduğumuz bu avantajlı durumun değerini bilmemiz gerekir. Bütün hatlarıyla çalışan, işleyen bu sistemi ezdirmememiz çok önemli. Biz, bu sistemin başarılı olması için çok çalıştık, özellikle gençlerin bu sistemin değerini iyi bilmeleri gerekiyor” şeklinde açıklamasını tamamladı.

“Piyasadaki devinimin gelecekte de markamızla süreceğine kuvvetle inanıyoruz”

Bosch Ev Aletleri üst yönetiminden İcra Kurulu Başkanı Gökhan Sığın açıklamasında, Bosch Ev Aletleri kapsamında faaliyet gösteren girişimcilerin büyük bir enerji ile yoluna devam etmelerinin kendileri için ayrı bir şevk kaynağı oluşturduğunu belirterek, “Bu enerjiye hep birlikte ihtiyacımız var. Çünkü, Bosch Ev Aletleri, yüzyıllardır piyasada olan oldukça köklü bir marka. Piyasadaki devinimin gelecekte de markamızla süreceğine kuvvetle inanıyoruz. Özellikle, Gürbüz Grubu, bu sektördeki büyük girişimlerini birbiri ardına gerçekleştiriyor.

Bu açıdan bakıldığında, Hilltown AVM Küçükyağı ve Arenapark AVM Halkalı’da Bosch mağaza açmaları, gelecek için çok büyük bir önem taşıyor. Bu mağazalarla birlikte, oluşacak yeni müşteri kitlesi, Gürbüz Grubu için de yeni bir açılıma yol açacak. Bu mağazalar, bizim için de yeni mağaza konseptimizi en güzel şekilde gösterdiğimiz örneklerden biri konumunda yer alıyor. Ben, bir kez daha başta Gürbüz Grup olmak üzere, tüm iş ortaklarımızın başarılarının devamını diliyorum.” şeklinde konuştu.

“Büyük bir miras”

Sığın, Bosch Ev Aletleri üst yönetiminden İcra Kurulu Üyesi Ronald Grunberg’in görevi bırakması ve kendisinin icra kurulu başkanlığına başlamasının hem Bosch Ev Aletleri hem sektör hem de kendileri açısından büyük bir önem taşıdığını ifade ederek, “Ronald Grunberg sektörün duayeni sayılıyor. Başından itibaren, bu sektöre mensup olan önemli bir ailenin üyesi olması dolayısıyla da büyük bir mirastan söz ediyoruz.

1999 yılından bu yana görev yaptığım BSH Ev Aletleri’nde edindiğim birikim ile sektörden elde ettiğim deneyimlerimi harmanlayarak, birlikte kullanarak, firmamızı ve sektörümüzü daha ileriye taşımak için birlikte güzel şeyler yapacağımıza inanıyorum.” diye konuştu.



Gökhan Sığın

Ronald Grunberg

Şaban Gürbüz



“İnsanların Hayatlarını Kolaylaştırmaya Çalışıyoruz”

Asya Grup Siemens Olivium AVM Mağazası sahiplerinden Hakan Uğurtan, “İnsanların hayatlarını kolaylaştırmaya çalışıyor, onların soru işaretlerini gideriyoruz, markanız ve ekibiniz bu konuda iyi ise, bence maddi olarak da karşılığını alıyorsunuz.” diyor.

RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ

Satış sonrası servis bölümünde teknisyen olarak çalışma hayatına başlayan, ardından, ARC Teknik Isıtma ve Soğutma Sistemleri Şirketi’ni ve Asya Grup İklimlendirme İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti’yi kurarak çalışmalarını sürdüren Hakan Uğurtan ile perakendecilikte satış alanında çeyrek asra dayanan deneyim ve birikime sahip Necmettin Tek’in yolları, Asya Grup Siemens Olivium AVM Mağazası’nın ortaklığında kesişti. Asya Grup’un perakendecilik sektöründe yeni mağazalar açarak büyümesi yönünde projeler gerçekleştiren Uğurtan ile Tek’le perakendecilikte faaliyet gösterme kararları, mağazaları, perakendeciliğin avantaj ve dezavantajları ve hedefleri konusunda görüştük.

Kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

Hakan Uğurtan: 1980, İstanbul doğumluyum, evli

ve 2 çocuk babasıyım. Çalışma hayatına, 1996 yılında satış ve pazarlamanın en önemli süreçlerinden biri olan, satış sonrası servis bölümünde teknisyen olarak başladım. 2002 yılında, ARC Teknik Isıtma ve Soğutma Sistemleri Şirketi’ni kurarak, sektörün öncü firmalarından birinin kurumsal satış sonrası montaj hizmetini verdik ve montaj hizmetini takiben, şimdi bayisi olduğumuz Siemens markasının kurumsal ve toplu satış projelerini yürüttük. 2012 yılında da Asya Grup İklimlendirme İnşaat San. ve Tic. Ltd. Şti’yi kurduk. Faaliyetleri devam eden toplu satış yaptığımız inşaat projeleri alanımız yanında da 2014 yılında, Güneşli’de açtığımız ilk Siemens beyaz eşya mağazası ile perakendeciliğe giriş yaptık. 2017 yılında, Olivium AVM’de açtığımız 2. Siemens beyaz eşya mağazamızla büyümeye devam ediyoruz.

Satış sonrası hizmet alanında kaç kişilik bir ekibe sahipsiniz? Hangi kuruluşlara yönelik satış sonrası hizmet veriyorsunuz?

Hakan Uğurtan: 23 kişilik güler yüzlü, güçlü, genç ve dinamik bir ekibe sahibiz. Klima ve ankastre ürünlerin toplu satışını yapmış olduğumuz önemli inşaat projelerine, satış sonrası hizmet veriyoruz.

Satış gerçekleştirdiğiniz projelerden örnek verebilir misiniz?

Hakan Uğurtan: Büyük ölçeği İstanbul’da olmak üzere, Türkiye’nin pek çok ilinde Kuzu Grup İnşaat, Avrupa Konutları, Gül İnşaat, Babacan Grup, Toya Yapı, Metsan Nexus, Huzurlu Marmara gibi önemli ve güçlü firmaların inşaat projelerinde, klima ve ankastre ürünlerin satışını gerçekleştirdik. İhalesini aldığımız devam eden projelerimizde, toplamda 8000

konut için satışlarımız devam etmektedir.

Hizmet ağınıza genişletme yönündeki çalışmalarınız neler?

Hakan Uğurtan: Satış gerçekleştirdiğimiz ve başarıyla tamamladığımız projelerimiz, bizim için hizmet ağınıza genişletme noktasında çok önemli bir referans olmaktadır. Perakende kanalında da, mevcut 2 şubemizde gösterdiğimiz yüksek satışlar ve müşteri memnuniyeti doğrultusunda, yeni şubeler açmayı planlıyoruz.

Siemens bayisi olarak perakendeciliğe başlama kararını nasıl aldınız, ne zaman başladınız?

Hakan Uğurtan: Öncelikle, Siemens çok güçlü ve kaliteli bir uluslararası yapı. Böyle bir yapının bir parçası olmak, benim için çok önemliydi. Ben, bu zincirin halkalarından kurumsal satış tarafında, önemli ve başarılı projelere imza attıktan sonra, yine Siemens ailesinin bayi kanalında aynı şekilde başarı sağlayabileceğim düşüncesiyle, 2014 yılında Güneşli’de ilk mağazamızı açarak perakendeciliğe başlamış oldum. İnşaat projelerinin yanında, insanların da bireysel ihtiyaçlarına cevap verme ve yardımcı olma isteği, bu kararında etkili oldu.

Perakendeci olmaya sizi yönlendiren düşünceler ve duygular neler oldu?

Hakan Uğurtan: Öncelikle, Siemens’in marka bilinirliği ve güvenilirliği, sektördeki müşteri memnuniyet oranının yüksek olması, benim perakendeciliğe yönelmemde çok etkili oldu. Gerçekleştirdiğimiz kurumsal satış projelerinde son tüketiciye ulaşamadığımız için, bireysel müşterilerin ihtiyaçlarına cevap verebilmek, onların soru işaretlerini gidererek mutlu ve memnun bir şekilde evlerine dönmelerini sağlama düşüncesi de perakendeci olmam yönünde, oldukça etkili olmuştur.

Perakendecilik sizce para kazandıran bir meslek mi?

Hakan Uğurtan: Perakendecilik hem avantajları hem dezavantajları olan bir meslek. Elbette, satış yaptığınız sürece belli bir kar marjınız oluyor ama başarılı bir firmanın çok ciddi sabit giderleri olabiliyor; mağaza kirası, personel giderleri gibi. Bu yüksek sabit giderleri tehlikeli kılan devamlı olmasıdır. Dönemsel olarak satış oranınız düştüğünde, maalesef bu giderler sabit kalmakta ve satışlarınızı artıramadığınız zaman, zarar etmenize sebep olabilmektedir.

Bu nedenle, benim için perakendecilik aslında para kazanmaktan öte, çok zor yanları olan bir meslek ama zorluklarına rağmen, markayı sahiplenmek ve markanızın insanlarda, müşterilerde yarattığı mutluluk, memnuniyet çok daha önemli ve tatmin edici oluyor. İnsanların hayatlarını kolaylaştırmaya çalışıyor, onların soru işaretlerini gideriyoruz, markanız ve ekibiniz bu konuda iyi ise, bence maddi olarak da karşılığını alıyorsunuz.

Ayrıca, perakendecilik rekabetin çok fazla olduğu bir sektör. Spot ve internet kanalı ile ucuz ve kalitesiz ya da garanti kapsamı dışında satılan ürünler, aslında

işini kurumsal ve profesyonel olarak yapan perakendecileri olumsuz etkileyebiliyor. Ama müşterinizi, ürünün teknik özellikleri, kalitesi ve satış sonrası verilen hizmet ile ilgili yeterince aydınlatmanızda, o da doğru olan tarafı seçiyor.

Kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

Necmettin Tek: 1973 yılında, İstanbul’da doğdum, evli ve 2 çocuk babasıyım. Satış alanına yönelik çalışmalarına, 1995 yılında Öncüler firmasında satış temsilciliği görevini üstlenmemle başladım. 3 yıl sürdürdüğüm bu görevin ardından, BSH Ev Aletleri’nde satış temsilcisi olarak 10 yıl çalıştım. Gorenje’de 4 yıl daha sonra ise, Gürbüz Grup’ta 4 yıl yöneticilik görevini icra ettikten sonra, görevimden ayrılarak, Asya Grup’ta Hakan Uğurtan ile ortaklık kararı aldım. Şu anda, birlikte çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Hakan Bey’le nasıl tanıştınız? Birlikte çalışma kararı nasıl gerçekleşti?

Necmettin Tek: Hakan Bey ile sektörümüzün içinde tanıştık. Hakan Bey’in kurmuş olduğu Asya Grup’ta daha çok proje satışlarına ağırlık veriliyordu. Hakan Bey, bana perakende sektöründe büyümek istediğini belirterek, bu doğrultuda geliştirdiği projesini anlattı. Projeyi çok pozitif olarak değerlendirdim ve iş ortaklığını kabul ettim. Şu an, iki mağazamız var ve bu yıl bir, iki daha mağaza açma planımız var.

Perakendeciliğin avantajları, dezavantajları, fırsatları ve tehditleri nelerdir?

Necmettin Tek: Perakendeciliğin avantajlarını şöyle sıralayabilirim: Her gün yeni insanlar tanımak. Her satışın farklı gelişmesi. Çalışmalarımızın başarısını görmek ve yaşamak. İş arkadaşlarımız ile takım halinde çalışmanın verdiği hazla birbirimizi geliştirmek. Güzel ve zevkli mekanlarda çalışmak. Yeni ürünleri ilk görmek ve değişimlerini yaşamak. Yaptığımız işin zevkli olması. Sürekli yeni bir şeyler öğrenmek. İş yaşamımızda öğrendiğimiz bilgileri özel yaşamımızda da uygulama olanağı bulmak.

Rekabetin sınırının olmaması, nitelikli personelin yetişmemesi ve giderlerin çok değişken olması ise, dezavantajları oluşturuyor.

Perakendecilikte, yeni markaların iş ortakları araması ve değerlendirilmesi önemli bir fırsat olarak karşımıza çıkarken, yıkıcı rekabetin sürdürülebilir olmaması ise, yaşadığımız tehlikeler arasında yer alıyor.

Perakendecilikte başarılı olmanın yöntemi nedir?

Necmettin Tek: Perakendecilikte başarılı olmak için, satacağınız ürün için doğru mekanın ve doğru pazar yerinin belirlenmesi çok önemli. İyi ve işini aşk ile yapan iş arkadaşlarının bir arada olması şart. Ayrıca, etkin bir planlama yapmak ve çalışmak, harekete geçmek başarılı olmak için temel koşullardan biri. Ama her şeyden önemlisi, istikrarlı olmaktır.

Hangi kriterler satışın gerçekleşmesinde rol oynar?

Necmettin Tek: Perakendecilikte güler yüzlü ve pozitif olmak, satışın gerçekleşmesindeki en belirleyici

“Satış gerçekleştirdiğimiz ve başarıyla tamamladığımız projelerimiz, bizim için hizmet ağınıza genişletme noktasında çok önemli bir referans olmaktadır.”

unsurlardan biri. Bununla birlikte, müşterinin hangi ürüne ihtiyacı olduğunu tespit etmek, ürünü doğru teknik bilgileri ile sunmak, tüketicinin ürünü alma isteğini ve satışın gerçekleşmesini sağlar.

Perakendecilik ve satış sonrası hizmet alanına yönelik faaliyetlerinizi değerlendirdiğinizde, nasıl bir yıl geçirdiniz?

Necmettin Tek: Kendi işletmemizde ilk yıl olarak, güzel ve verimli bir yıl geçti. Siemens marka yöneticilerimize ve çalışanlarımıza bizlere vermiş oldukları desteklerden dolayı çok teşekkürler ederiz.

Tedarikçi ve satış odaklı olarak hangi markalarla çalışıyorsunuz?

Necmettin Tek: Tedarikçi ve satış odaklı olarak, Siemens, Mitsubishi, Airfel markası ile çalışıyoruz

Perakendecilik ve tedarikçilik anlamında önümüzdeki döneme yönelik hedefleriniz nelerdir?

Necmettin Tek: Perakendecilikteki en önemli hedefimiz, mağaza sayımızı doğru lokasyonlarda artırarak, istihdam sağlamak. Bunun yanında, doğru çalışmalarımızla örnek oluşturmayı da amaçlıyoruz.

Perakendecilikte personel yetiştirilmesinin önemi nedir? Bu konuda ne tür çalışmalarınız var?

Necmettin Tek: Bir perakendeci olarak; satış ve yöneticilik yaptığım dönemlerde yol arkadaşlarıma çok önemli ve değerli, naçizane tavsiyem ve telkinim, sektörümüze her biri birbirinden iyi satıcılar ve yöneticileri yetiştirmek ve geliştirmek yönünde olmuştur. Bu konuda, gelecekte bu konuda çalışmalarımız olacak.

Perakendecilik alanında faaliyet göstermek isteyen genç arkadaşlara ya da işletmelere yönelik ne mesaj vermek istersiniz?

Necmettin Tek: Perakendecilik sektörüne girmek isteyen yeni girişimciler, öncelikle doğru iş ortağı ve firmayı belirlemeli. Daha sonra ise, faaliyet göstereceği lokasyonu doğru seçmeli ve gider yönetimini iyi yönetmeli.

Sizin eklemek istediğiniz bir şey var mı?

Necmettin Tek: İyi oynayan kazanır. Naçizane, benim dileğim de tüm perakende sektörü, alışveriş merkezleri ve mağazacılar için bu güzel temenniden farklı değil. Mağazacılıkta, fair-play’i destekliyorum. İyi oynayan kazansın.



Tufan Uz

Bülent Mataracı

“Arabuluculuk Kaybedeni Olmayan, Bir Alternatif Çözüm Yöntemidir”

Yeditepe Arabuluculuk Derneği Başkanı Avukat Tufan Uz: “Mahkemeye gitmeden, “hukuki uyuşmazlıklar”ın devlet yargısı dışında adına arabulucu denilen tarafsız ve bağımsız bir üçüncü kişi vasıtasıyla çözüme kavuşturulmasıdır. Arabuluculuk kaybedeni olmayan, her 2 tarafın da kazanacağı bir alternatif çözüm yöntemidir.”

RÖPORTAJ: BÜLENT MATARACI



İşçi ve iş veren uyuşmazlıklarında arabuluculuk hizmetleri, 2 Ocak 2018 tarihi itibarıyla uygulanmaya başladı. Buna göre, uyuşmazlıklarda; iş mahkemeleri yetkili arabulucu onayı olmadan dosya açamayacak. Arabulucu talebi, kurayla belirlenecek yetkili avukatlar tarafından karşılanacak. İş mahkemelerine göre, daha az maliyet ve daha kısa sürede çözümler sağlanacak. İş kazalarında arabuluculuk hizmeti sağlanamayacak.

Dağıtım Kanalı Dergisi Yazarı Bülent Mataracı, Yeditepe Arabuluculuk Derneği Başkanı Avukat Tufan

Uz’la her türlü ticari uyuşmazlıklar, işçi-işveren uyuşmazlıkları, kira, tahliye vs. uyuşmazlıkları, tüketici uyuşmazlıkları, her türlü borç-alacak uyuşmazlıkları, aile uyuşmazlıklarının mali yükümlülükleri gibi konuları kapsayan hukuki uyuşmazlıkların mahkemeye gitmeden çözümünü sağlayacak arabuluculuk hizmetleri konusunda görüşü.

Arabuluculuk nedir?

Arabuluculuk, bir alternatif uyuşmazlık çözüm yolu olup, mahkemeye gitmeden, “hukuki uyuşmazlıklar”ın devlet yargısı dışında adına arabulu-

cu denilen tarafsız ve bağımsız bir üçüncü kişi vasıtasıyla çözüme kavuşturulmasıdır. Özetle, arabuluculuk kaybedeni olmayan, her 2 tarafın da kazanacağı bir alternatif çözüm yöntemidir.

Arabuluculuk hangi uyuşmazlıklarda uygulanır?

Yabancılık unsuru taşıyanlar da dâhil olmak üzere, tarafların üzerinde serbestçe tasarruf edebilecekleri iş veya işlemlerden doğan özel hukuk uyuşmazlıklarının çözülmesinde uygulanır. Örnek vermek gerekirse, her türlü ticari uyuşmazlıklar, işçi-işveren

Üşümek yok Simfer var!

Hızlı ısıtan Simfer Craft ısıtıcıyla
bu kış üşümeyi unutacaksınız.



Uzaktan
Kumanda



Devrilme
Emniyeti



5 Kat daha
Uzun
Ömür



simfer

41
yıl

uyuşmazlıkları, kira, tahliye vs. uyuşmazlıkları, tüketici uyuşmazlıkları, her türlü borç-alacak uyuşmazlıkları, aile uyuşmazlıklarının mali yükümlülükleri arabuluculuk kapsamında çözüme kavuşturulabilmektedir. Taraflardan birisi yabancı dahi olabilir.

Uyuşmazlığı olan taraflar arabulucuya nasıl ulaşır?

Taraflar, aralarındaki uyuşmazlığı kendi istekleriyle, Adalet Bakanlığı Arabuluculuk Daire Başkanlığı'na tutulan kayıtlı arabulucular listesinden seçerler. Böylece, uyuşmazlık konusunu arabulucuya ileterek, uyuşmazlıklarını tarafsız bir arabulucunun eşliğinde tartışma ve kendileri için en iyi çözümü bulma fırsatı elde edebilirler. Arabulucu, 02 Ocak 2018'den itibaren, işçi-işveren uyuşmazlıklarında, arabulucu adliyelerde kurulu arabuluculuk büroları tarafından atanır.

Arabulucu kimdir, vasıfları nelerdir?

Arabulucu, Adalet Bakanlığı Arabuluculuk Daire Başkanlığı nezdindeki sicilde kayıtlı, T.C. vatandaşı, mesleğinde en az beş yıllık kıdeme sahip, hukuk fakültesi mezunu, uzmanlık eğitimi almış olan tarafsız ve bağımsız kimsedir. Arabulucu hakim veya hakem değildir, hüküm vermez. Taraflar, uyuşmazlıkları hakkında çözümü kendileri üretirler.

Arabuluculukta ne kadar sürede sonuç alınır?

Adalet Bakanlığı Arabuluculuk Daire Başkanlığı verilerine göre, arabulucuya götürülen uyuşmazlıkların yüzde 94'ü anlaşmayla sonuçlanırken, yüzde

88'inde bir gün veya daha az sürede de sonuca ulaşılmıştır.

Mahkemede dava açılması yoluyla uyuşmazlıkların çözümüne göre, arabuluculuk yönteminin temel avantajları nelerdir?

Arabuluculuk, iradilik (gönüllülük) ve eşitlik esasına dayanır. Kararı taraflar verir ve taraflar istedikleri zaman görüşmeleri sonuçlandırabilir.

Arabuluculuk hızlıdır. Mahkeme yoluyla çözülmesi istenen uyuşmazlıklarda, davalar senelerce sürerken, arabuluculuk yöntemiyle uyuşmazlıklar bazen 1 kaç saat, bazen 1 günde, sonuçlanabilir.

Arabuluculuk çok daha az maliyetlidir. Mahkeme masrafları yoktur. Arabuluculuk ücreti, avukatlık ücretleri dava giderleri ile kıyaslanmayacak kadar uygundur. Ücret aksi kararlaştırılmadıkça, taraflarca eşit olarak ödenir. Ayrıca, arabuluculuk anlaşmaları Damga Vergisi'nden muaftır.

Arabuluculuk etkindir. Mahkemede gibi etkili bir sonuç alınabilir. Taraflar arasındaki imzalanan anlaşmaya icra edilebilirlik şerhi alındığında imzalanan anlaşma mahkeme ilamı hükmünde olur.

Arabuluculuk müzakerelerinde gizlilik prensibi hakimdir. Görüşmelerdeki tüm bilgi, belge ve diğer kayıtlar gizlidir. Böylece, şirketlerin ve kişilerin itibarları korunmuş olur. Gizlilik kuralına aykırı hareket edenlerin hukuki ve cezai sorumluluğu vardır.

Arabulucuya başvurmak zorunlu mudur?

Tarafların üzerinde serbestçe tasarruf edebilecekleri her türlü özel hukuk uyuşmazlıklarının çözülme-

sinde, taraflar isterlerse arabulucuya veya isterlerse mahkemeye gitmekte serbesttirler. Ancak, 2 Ocak 2018 den itibaren işçi-işveren uyuşmazlıklarında arabuluculuğa gidilmesi zorunludur.

Arabuluculuk görüşmelerinin sonucunda ne olur?

Taraflar arabuluculuk sürecinin sonunda bir anlaşmaya varırlarsa bu anlaşmayı, ilgili mahkemeden icra edilebilirliğine ilişkin bir şerh verilmesini talep edebilirler. Bu şerhi içeren anlaşma, ilâm niteliğinde belge sayılır. Eğer uzlaşma olmazsa, taraflar istedikleri zaman görüşmeye son verebilir ve istedikleri zaman adli yargıya başvurabilir. Kayıpları en fazla birkaç gün ve çok az bir ücrettir.

Arabuluculuk ücreti ne kadardır?

Arabuluculuk sürecinde, mahkemeden farklı olarak mahkeme harcı, tebligat parası, bilirkişi ücreti, keşif bedeli talep edilmez. Sadece Arabuluculuk Asgari Ücret Tarifesi (<http://www.adb.adalet.gov.tr/Sayfalar/Teskilat/mevzuat/ek-tarife.pdf>) uyarınca belirlenen arabuluculuk ücreti ödenir.

İşçi-işveren uyuşmazlıklarındaki arabuluculuk nasıl işler?

Taraflardan birinin geçerli bir mazeret göstermeksizin ilk toplantıya katılmaması sebebiyle, arabuluculuk faaliyeti yapılmadığı takdirde, toplantıya katılmayan taraf, son tutanakta belirtilir ve bu taraf davada kısmen veya tamamen haklı çıksa bile yargılama giderinin tamamından sorumlu tutulur. Ayrıca, bu taraf lehine vekalet ücretine hükmedilmez.



Evler de ödüller de ARZUM DİYOR.



MUTFAK KATEGORİSİNDE
BİRİNCİ MARKA*



SAÇ BAKIM KATEGORİSİNDE
BİRİNCİ MARKA**



RENKLERİ
EN SEVİLEN,
EN BEĞENİLEN
MARKA



TÜRKİYE'NİN
EN COOL
KÜÇÜK EV ALETLERİ
MARKASI



BAŞARILARIMIZI KUTLARKEN
2018'İN İLK MUTLU HABERİNİ VERİYORUZ.

**3 YILLIK ARZUM GARANTİSİNE
+1 YIL DAHA EKLİYORUZ.**

Detaylar için web sitemizi ziyaret ediniz.

İNOVALİG İNOVASYON
ORGANİZASYONU VE
KÜLTÜRÜ BİRİNCİSİ



ÜST ÜSTE 6 DEFA
TÜRKİYE'NİN
SÜPER MARKASI



SON İKİ YILDA
18 TASARIM ÖDÜLÜ



red dot award 2017
winner



2017
Good Design Award

*Bağımsız bir araştırma şirketinin, Gıda Hazırlama ve Tost Makinesi kategorilerinde 2017 Ocak - Ekim dönemine yönelik adet ve ciro bazındaki araştırma sonuçlarına göre.

**Bağımsız bir araştırma şirketinin, Saç Bakım kategorisinde 2017 Ocak - Ekim dönemine yönelik adet bazındaki araştırma sonuçlarına göre.

Samsung'dan Yılın İlk Büyük Kampanyası

Samsung Electronics, Ocak ve Şubat ayları boyunca beyaz eşya satın alanlara Galaxy J7 Prime veya Galaxy Grand Prime+ akıllı telefona ücretsiz sahip olma fırsatı sunuyor.

 Twin Cooling İkili Soğutma Teknolojisine sahip buzdolabı, Addwash Akıllı Kapak Teknolojili çamaşır makinesi ve Dual Cook İkili Pişirme Teknolojisine sahip ankastre fırın gibi yenilikçi özellikler ve tasarıma sahip ürünlerle Türkiye'de 2017'nin en çok büyüyen beyaz eşya markası olan Samsung, başarısını hediye cep telefonu kampanyasıyla kutluyor. En son pazar araştırması sonuçlarına göre Türk Lirası bazında buzdolabında geçen yıla göre %40, çamaşır makinesinde ise yüzde 48 büyüyen Samsung Electronics'in yetkili bayi ve satış noktalarından seçili beyaz eşya ve ankastre modellerinden alanlar Samsung Galaxy J7 Prime veya Galaxy Grand Prime+ akıllı telefon sürprizi ile karşılaşacaklar. Buzdolabı, Çamaşır Makinesi ve Ankastre ürünleri

kapsayan kampanya, Ocak ve Şubat aylarında yapılacak alışverişlerde geçerli olacak. Satın alınan bazı beyaz eşya modellerinde ise Galaxy Grand Prime+ akıllı telefona tavsiye edilen satış fiyatı üzerinden %50 indirim sunulacak.

Buzdolabı modelleri için 10 yıl dijital inverter kompresör garantisi ve çamaşır makinesi modelleri için 10 yıl dijital inverter motor garantisi sunarak kullanıcılarına güven veren Samsung, başlattığı yeni kampanya ile beyaz eşya ve ankastre satın alacaklara kaçırılmayacak bir fırsat sunuyor.

Kampanyaya dâhil edilen ürünlerden birini satın alan tüketicilerin, kampanyadan yararlanabilmek için www.samsungwa.com.tr adresinden giriş yaparak ürünün faturasını hesaplarına yüklemesi ve sitede yer alan formu doldurması gerekiyor.



“Akıllı Şehirleri Hayata Geçiriyoruz”

Bosch Yönetim Kurulu Üyesi Stefan Hartung: “Uzun bir süre vizyon olarak görülen akıllı şehirleri hayata geçiriyoruz.” ifadelerini kullandı.

 Kentsel nüfus artıyor: Birleşmiş Milletlere göre 2050'de global nüfusun yaklaşık üçte ikisi kentleşmiş bölgelerde yaşayacak. Kentleşme artarken, kentlerin çözmeleri gereken sorunlar da beraberinde geliyor. Bu nedenle, bugün bile akıllı çözümlere yönelik büyük bir ihtiyaç var. Bosch Yönetim Kurulu Üyesi Stefan Hartung CES Las Vegas'ta yaptığı konuşmasında “Yeni bir şehir kavramına ihtiyacımız var. Buradaki kilit faktörlerden bir tanesi şehirleri akıllı ve yaşamaya değer yerler haline getiren akıllı teknolojilerdir. Uzun vadede akıllı olmayan şehirler varlığını sürdüremeyecek ve tikanıp kalacak.” dedi.

Bosch geleceğin kentlerini ve mahallelerini teknoloji ile donatmak için çalışıyor ve akıllı mobilite ile daha iyi hava kalitesi, daha fazla kullanım kolaylığı, daha fazla güvenlik ve pek çok yeni hizmet sunuyor. Kısacası, amaç şehirlerde ve mahallelerde büyük oranda daha iyi yaşam kalitesine ulaşmak. Hartung, “Akıllı şehirler konusunda Bosch'un geniş kapsamlı portföyü, farklı alanlardaki bilgisi ve bunun yanında; sensörler, yazılım ve hizmetlerdeki olağanüstü uzmanlığıyla başa çıkabilecek çok az şirket var.” diyor. Teknoloji ve servis tedarikçisi Bosch 9-12 Ocak tarihlerinde dünyanın en büyük elektronik fuarı olan CES 2018'de şehirleri akıllı hale getiren pek çok yeni çözümü sundu. Bu çözümler hava kalitesini gerçek zamanlı olarak ölçüp analiz



eden kompakt bir üniteden, nehir suyu düzeylerini dijital olarak izleyip sel tehdidini önceden haber veren bir sisteme ve sürücülerin hayatını kolaylaştıran tümüyle otomatik park yeri hizmetine kadar uzanıyor.

Akıllı şehir pazarı büyüyor

Barselona, Seul ve Londra dâhil dünyanın önde gelen metropollerinden bazıları daha şimdiden “akıllı” terimiyle birlikte anılmaya başlandı. Dünya genelinde büyük ve küçük şehirler akıllı kent teknolojilerine yatırım yapmaktadır. 2020'ye kadar akıllı şehir pazarının her yıl yüzde 19 büyüyerek 800

milyar dolara (680 milyon avro) ulaşması bekleniyor. Bosch bunun büyük bir iş fırsatı olduğuna inanıyor. Hartung, “Akıllı şehir uzun bir süre yalnızca bir vizyondan ibaretti. Biz onu gerçeğe dönüştürmeye yardımcı oluyoruz. Bosch ağına bağlı şehirleri teknolojik ve ticari açıdan başarılı yapmak için mükemmel bir konumda” diyor. Şirket hâlihazırda San Francisco, Singapur, Tianjin, Berlin ve Stuttgart gibi yerlerde geniş kapsamlı 14 akıllı şehir projesi yürütmekte, diğerlerinin de bunları izlemesi planlanıyor. Şirketin birden fazla alanı kapsayan projelerdeki satışları son iki yıldır iki misli artarak 1 milyar avroya yaklaştı ve bu rakamın daha da artması bekleniyor.

goldmaster®
40.yıl

Etkili ve kolay temizlik sağlayan
Türkiye'nin ilk "TURBO"
fırçalı dik süpürgesi

Dönen fırçaları sayesinde halıların
dip kısmındaki katmanlaşmış kirleri
bile derinlemesine çekerek daha
etkili ve kolay bir temizlik sağlar.

Toz torbasız kullanılabilen
Joker Dik Süpürge, kalın tozları
ayırıştırır ve maksimum hijyen
sağlayan siklonik sistemiyle
yıkanebilir Hepa filtrenin uzun
süre kullanılmasına olanak
sağlıyor.



goldmaster.com.tr | @ goldmasterkea | f goldmasterkea



Elde kullanım

Hiç bir kısıtlama olmadan
her yeri detaylı temizleme imkanı.

Arçelik'in Yenilikçi Perakende Dönüşümü Akmerkez Mağazası'yla Sürüyor

Arçelik müşteri deneyimi odaklı yeni nesil mağaza dönüşümünü, Akmerkez'de 25 yıl önce faaliyete geçen ilk AVM mağazasıyla sürdürüyor. Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç'un açılışını yaptığı Akmerkez'deki yeni konsept mağaza, ürün çeşidi ve hizmetleriyle müşteri deneyimini farklılaştırıyor.

Arçelik yeni nesil mağaza ağını genişletmeyi sürdürüyor. İzmir Asmaçatı ve İstanbul İstinye Park mağazalarının ardından, Arçelik bayisi Songül Toprak Özsan'ın 25 yıl önce Akmerkez'de açtığı ve markanın ilk AVM şubesi olan mağazadaki dönüşüm bu genişlemenin en yeni halkası oldu. Yeni konsept mağaza, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu ve Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer ile çok sayıda davetlinin katıldığı özel bir törenle açıldı.

Açılıшта konuşan Arçelik A.Ş. CEO'su Hakan Bulgurlu, "Dijital dönüşüm perakende sektörünü de değiştiriyor. Ne kadar çok alışveriş yaptığınızdan çok, ne kadar anlamlı alışveriş yaptığınızı düşünen yeni nesil bir tüketici var artık. Sosyal medyadaki kimlik ve itibarlarını önemseyen dijital ekonomiyi merkezine koyan müşterilere dokunabilmek çok önemli. Deneyime, sürece ve katma değerli hizmete



önem veren bu yeni nesil tüketicilerin beklentilerine cevap verebilmek adına mağazalarımızı ve bayi ağıımızı mümkün olan en üst düzeyde kişisel deneyim imkanı sunan, müşterinin alışveriş yaparken keyif alacağı yaşam alanlarına çeviriyoruz. Teknolojiyi deneyim alanlarıyla birleştiren yeni konsept mağazalarımızı ihtiyaç ve lokasyona göre farklı büyüklüklerde müşterilerimizle buluşturuyoruz." dedi. 63 yıllık geçmişe sahip Arçelik'in köklü bayi ağına

dikkat çeken Bulgurlu sözlerine şöyle devam etti: "Türkiye'de 10'uncu kez üst üste Lovemark seçilen tek marka olmak büyük bir sorumluluk. Arçelik'in tüketicisiyle kurduğu bu eşsiz bağda ülkenin dört yanındaki, çalışkan, güvenilir bayi ve servislerimizin çok önemli bir rolü var. İleri teknolojinin insan faktörüyle doğru noktada buluşması bizim için kritik. Müşteri deneyimi odaklı yeni konseptimizi hem bayilerimiz hem de yeni mağazalarımız aracılığıyla yaymaya devam edeceğiz."

En yeni teknolojileri tüketiciyle buluşturan Akmerkez mağazasında, Arçelik ürünlerinin yanı sıra cep telefonu, tablet, dijital oyuncaklar gibi elektronik ürünler de bulunuyor. Müşteriler akıllı ekran sayesinde mağazada olmayan ürünleri bire bir boyutlarda interaktif olarak inceleyebiliyor. Ürünlerin birebir deneyimlenebileceği Arçelik Akmerkez mağazasında pişirme alanında şeflerle özel etkinlikler düzenlenecek, saç tasarım alanındaki bakım ürünleri kuaförler eşliğinde test edebilecek.

Arçelik A.Ş.'nin Ar-Ge Merkezleri Bu Yıl da Türkiye Birincisi

Arçelik A.Ş., Ankara'da düzenlenen 6. Özel Sektör Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri Zirvesi'nde özel sektör Ar-Ge merkezleri arasında yapılan genel sıralamada Türkiye birincisi olurken, 'Dayanıklı Tüketim Malları Alanında Sektör Birinciliği' ödülüne layık görüldü.

Arçelik A.Ş., Ar-Ge ve inovasyon alanındaki başarısını T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından 20-21 Aralık tarihlerinde Ankara Congressium'da gerçekleştirilen 6. Özel Sektör Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri Zirvesi'nde 2 ödülle taçlandırdı. Zirvede, Arçelik A.Ş.'ye özel sektör Ar-Ge merkezleri arasında yapılan genel sıralamada Türkiye birinciliği ve 'Dayanıklı Tüketim Malları Alanında Sektör Birinciliği' ödülleri verildi. Ödülleri, Arçelik A.Ş. adına Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu ve Arçelik A.Ş. Üretim ve Teknolojiden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Oğuzhan Öztürk, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Faruk Özlu'den aldı.

Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, bugün Koç Topluluğu şirketlerinin gerek Ar-Ge Merkezleri, gerekse Patent

Ödülleri listelerinde üst sıralarda yer aldığını belirterek "Arçelik, Türkiye'nin 60 yıllık sanayileşme tarihinde her zaman yenilik ve ilklere imza atmıştır. Dünyada yeni gelişen trendlere paralel olarak, inovasyonu stratejimizin temel yapı taşlarından biri olarak görüyor, global Ar-Ge ağıımızı genişletmeye devam ediyoruz. Ar-Ge ekosistemimizin kuvvetlenmesi bizi daha da üst sıralara taşıyacaktır" dedi.

Akıllı ev teknolojilerini geliştiriyor

Dijital dönüşüm konusunda da sektöründe lider olan Arçelik A.Ş. Ar-Ge'ye yaptığı yatırımlarla akıllı ev teknolojilerini geliştirmeye devam ediyor. Ürün ve hizmetlerini daha da akıllı hale getirirken sensör teknolojileri, uzaktan erişim protokolleri, ileri veri analitiği ve siber güvenlik algoritmaları alanlarında gerçekleştirdiği Ar-Ge faaliyetlerini, ürünlerin per-



formansının daha tasarım aşamasında bilgisayar ortamında hesaplanmasını olanaklı kılan bileşen bazı modelleme ve ileri analiz yöntemleri ile birleştiriyor.

AAA Sınıfı Temizlik Maksimum Performans



Performax
Elektrikli Süpürge



Yıkabilir Hepa 13 filtre mikrop ve bakterilerin %99,9'unu hapsederek, alerji problemlerini engellemeye yardımcı olur.



Ergonomik ve kolay boşaltılabilir
2,5 litre toz haznesi



Cyclone filtreleme teknolojisi

 king.com.tr

   /KingEvAletleri

 **king**

4 yıl
GARANTİ

Arçelik A.Ş.'nin “Tek Tuş” Teknolojisi ile Çamaşırdaki Alışkanlıklar Değişti

Akıllı ev teknolojilerini bir adım ileriye taşıyan Arçelik A.Ş.'nin, Arçelik ve Beko markalı çamaşır makinelerindeki Tek Tuş teknolojisi tüketicilerin beğenisini kazandı.

Akıllı ev teknolojilerini bir adım ileriye taşıyan Arçelik A.Ş.'nin Unilever işbirliğinde Temmuz 2017'de hayata geçirdiği, çamaşır makinelerinde tek tuşla OMO deterjan siparişi teknolojisi, modern çağın hızlı temposunda hayatı kolaylaştıran bir çözüm sunuyor. Tek Tuş'la sipariş sistemi ile çamaşır makineleri, OMO deterjan siparişi vererek ürünün eve teslim edilmesini sağlıyor. Tek tuşla sipariş sisteminde, bu konuda özel eğitilmiş uzmanlar tarafından çamaşır makinesine monte edilen cihaz aracılığıyla müşterinin teslimat ve sipariş bilgileri alınıyor. Böylece kullanıcılar, rutin ihtiya-



yaçları için ek bir zaman harcamadan ve karmaşık sipariş süreçleriyle uğraşmadan deterjanın kapılarına kadar ulaşmasını sağlayabiliyor.

Arçelik A.Ş.'nin Türkiye'de bir ilke imza atarak İstanbul, İzmir, Antalya, Denizli, Adana, Ankara, Gaziantep illerinde hayata geçirdiği proje, tüketicilerin alışkanlıkları değiştirerek yepyeni bir deneyim sunmayı hedefliyor.

Projeyle ilgili detayları paylaşan Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, “Uzun zamandır üzerinde çalıştığımız 8-12 kg arası Arçelik ve Beko çamaşır makinelerinde OMO deterjan siparişi vermeyi sağlayan Tek Tuş teknolojimizle kolay, hızlı ve akıllı sipariş imkanı getirdik. Unilever’le uzun yıllara dayanan iş birliğimizi bu yeni projeyle bir adım öteye taşıdık. Kurulum yapılan müşterilerimizin yüzde 95’i Tek Tuş’u hemen kullanmaya başladı. Kısa sürede 1015 adet OMO deterjan siparişi alındı. İstanbul, İzmir, Ankara, Adana ve Antalya bu teknolojiye en hızlı adapte olan illerimiz oldu. Bu projede öne çıkan bir diğer unsur da sürdürülebilirliğe önemli katkı sağlayan sıvı deterjan tercihlerindeki kullanım artışı oldu. Müşterilerimizin yüzde 20’si birden fazla deterjan siparişi verirken, yüzde 60’ı sıvı, yüzde 40’ı da toz deterjan tercih etti” şeklinde konuştu.

20th Century Fox, Panasonic ve Samsung’dan HDR10+ Teknolojisi

20th Century Fox, Panasonic ve Samsung olabilecek en iyi TV izleme deneyimine HDR10+ teknolojisiyle hız kazandırdı.

Samsung Electronics, 20th Century Fox ve Panasonic Corporation bir açıklama yaparak geçtiğimiz yıl IFA’da duyurdukları, HDR10+ olarak adlandırılan Yüksek Dinamik Aralık (HDR) için açık, telifsiz dinamik metadata platformu sertifikasyon ve logo programı için yapılan son güncellemeleri kamuoyuyla paylaştı.

HDR10+ platformu çok yakında telifsiz olarak ve cüzi bir ücret karşılığında içerik şirketlerinin, ultra-yüksek çözünürlüklü televizyon, Blu-ray disk oynatıcısı / kaydedicisi ve setüstü kutu üreticileri ile Çip-üstü-sistem (SoC) satıcılarının kullanımına açılacak. Yeni logoyu görmek, nihai özellikler ve uygulama sözleşmelerini içeren lisans programı hakkında bilgi almak ve HDR10+ teknolojisi teknik şartnamelerinde yapılan değişiklikler hakkındaki duyurulardan haberdar olmak için üye olmak iste-

yen şirketler <http://www.hdr10plus.org> adresini ziyaret edebiliyor. Ayrıca üçüncü parti kuruluşlarla birlikte geliştirilen UHD Blu-ray metadata oluşturma araçları da yakında içerik oluşturucuların kullanımına sunulacak, UHD Blu-ray oynatıcıların piyasaya girişine imkan sağlanacak. İçerik aktarımına ve içerik oluşturma sürecindeki arayüz formatına ilişkin detaylar da kısa süre içinde açıklanacak.

HDR10+ teknolojisi, içeriğin amaçlanana en uygun şekilde sunulmasını sağlamaya yönelik cihaz sertifikasyon programı aracılığıyla izleyicileri üstün kaliteli HDR deneyiminin bir parçası haline getirecek. Ayrıca, iş akışında içerik oluşturuculara yönelik olarak gerçekleştirilen ilerlemeler de üstün kaliteli HDR içeriği üretiminin artışı teşvik edecek. HDR10+ lisans programı her bir üreticinin görüntü kalitesini korurken aynı zamanda dinamik ton eşleş-



tirmesini yenilikçi bir şekilde hayata geçirebilmesine imkan sağlamak için gerekli teknik ve test şartnamelerini HDR10+ teknolojisiyle ilgilenen şirketlere sağlayacak. Sertifikasyon programı, HDR10+ teknolojisine uyumlu ürünlerin iyi görüntü kalitesi kriterlerini karşıladığını ve film yönetmenlerinin ve yapımcılarının amaçladığı görüntüyü sunduğunu belgeleyecek.



BORN INNOVATIVE

Yıka, kurut.
Çamaşır asma derdini unut.



Hoover rekortmen kapasiteli kurutmalı çamaşır makineleri kişinin çamaşır kurutma derdine son veriyor, hem yerden hem zamandan tasarruf sağlıyor.

2016 **TİM** TÜRKİYE İHRACATÇI FİRMASI
TOP 1000 EXPORTERS OF TURKEY

444 0 398

f HooverTürkiye

@ hoover_turkiye

www.hoover.com.tr

t HooverTürkiye

@ hooverturkiye

WDXA 4118 AH/1-17

WDMT 4138 AH/1-S

WDXA 5106 AH-17

Bosch, Enerji ve Su Tasarruflu Ürünleriyle Doğayı Koruyor

“Yaşam için Teknoloji” söylemini geliştirdiği bütün ürünlerde uygulayan Bosch Ev Aletleri, tüketicilerin hayatını kolaylaştırırken aynı zamanda verimlilik sağlayan ürünleriyle doğal kaynakları koruyor. Bosch Ev Aletleri’nin modern teknolojiler sunan tasarruflu ürünleri ev ve ülke ekonomisine katkı sağlıyor.

“Yaşam İçin Teknoloji” söylemiyle sürdürülebilir bir yaşamı destekleyen şirketler arasında yer alan Bosch, “Doğa Dostu Teknoloji” yaklaşımı ile yüksek enerji ve su tasarruflu ürünlerin geliştirilmesinde öncü rolünü sürdürüyor. Enerji kullanımında ve su sarfiyatında verimli, doğayı koruyan ürünler geliştirerek ev ve ülke ekonomisine önemli katkılar sunuyor. Tüm Bosch ürünleri, daha az enerji ve su tüketecek şekilde tasarlanıp, geri dönüşümlü malzemeler kullanılarak üretiliyor. Bosch’un patent kayıtlarının yüzde 40’ı ve Ar-Ge bütçesinin yüzde 45’i, doğal kaynakların verimli kullanımını ve çevrenin korunmasını hedefleyen teknolojilerden oluşuyor. Bosch ürünleri, 16

yıl öncesine göre, %50’e kadar daha az su ve %82’ye kadar daha az elektrik tüketiyor. Ayrıca, ürünlerin olabilecek en verimli şekilde paketlenmesiyle CO₂ emisyonu azaltılırken toplanan ürün atıklarından ise %92 oranında geri dönüşüm sağlanıyor.

Bosch Ev Aletleri’nin en verimli ürünlerinin başında buzdolapları, ütüler, elektrikli süpürgeler ve çamaşır makineleri geliyor. Bu tasarruflu ürünlerin yaygınlaşması, doğayı koruma ve su ve enerji verimliliğinin artması için büyük farklar yaratma potansiyeline sahip. Örneğin, Türkiye’deki 15 milyon buzdolabının, A+++ enerji sınıfı bir buzdolabı ile değiştirilmesi, %60 oranında tasarruf sağlıyor.



Bosch Ev Aletleri, The One Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülü’nü aldı

Bosch Ev Aletleri, Marketing Türkiye ile AKADEMETRE’nin işbirliğiyle düzenlenen “The ONE Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülleri”nde beyaz eşya kategorisinde itibarını en çok artıran marka oldu.

Marketing Türkiye ve AKADEMETRE iş birliğiyle gerçekleştirilen, “İtibar ve Marka Değer Performans Ölçümü” araştırmasının sonuçlarıyla hazırlanan “Marketing Türkiye The ONE Awards Bütünleşik Pazarlama Ödülleri”nde sonuçlar belli oldu. Bosch Ev Aletleri, “Beyaz Eşya Sektörü Yılın En Başarılı Markaları” kategorisinde ödül aldı.

Bu yıl 40’ı aşkın kategori üzerinden değerlendirilen “İtibar ve Marka Değer Performans Ölçümü”nde saha araştırması tamamlanarak ilk üçe kalan markalar belirlendi. Toplam 12 ilde bin 200 kişiyle yüz yüze gerçekleştirilen görüşmeler itibarlarını en çok artıran markaları ve bu başarıya ortak olan paydaşları, 5 Ocak 2018’de Raffles İstanbul Zorlu Center’da gerçekleştirilen törenle ödülleri kavuştu.

2017 “İtibar ve Marka Değer Performans Ölçümü” araştırmasında itibarını en çok artıran şirketleri belirleyen araştırmanın saha çalışması yüz yüze görüşmelerle tamamlandı. Araştırmaya Türkiye’yi temsilen İstanbul, Ankara, Bursa, Erzurum, İzmir, Balıkesir, Adana, Samsun, Kayseri, Trabzon, Gaziantep ve Malatya illerinden bin 200 kişi katıldı. Araştırma modeli Genel Başarı ve Yıl Performansı olarak iki aşamadan oluştu. Genel başarı değeri “Marka Bili-nirliği”, “Yakından Tanıma Skoru”, “Güven Skoru”, “Farklılık Skoru”, “İletişim ve Reklam Çalışmaları

Beğeni Skoru”, “Tavsiye Skoru”, “Ticari Faaliyetle-rini Destekleme Skoru”, “Sosyal Sorumluluk Beğeni Skoru” ve “Genel Beğeni Skoru” olmak üzere dokuz ana kriterin itibar ve marka değeri üzerindeki etkisine

göre ağırlıklandırılmasıyla ortaya konuldu. Çalışma-nın ikinci ayağı olan 2017 performans değeri-tilmesinde ise aynı kriterlere göre markaların yıl içi başarıları belirlendi.



0850 222 4 789

Regal
Müşteri
Hizmetleri

regal-tr.com

► **REGAL**

LEZZETE LEZZET KATACAK

**ANKASTRE SETLER
SİZİ BEKLER**

Yeni Yıl Hediye Seçeneklerinde Küçük Ev Aletleri İmzası

BrandZone verilerine göre; yılbaşı kampanyalarına akıllı telefon ve dizüstü bilgisayar damga vurdu. Küçük ev aletleri de yeni yılda en çok tercih edilen hediye alternatiflerinden oldu.

Türkiye'deki markalar için fiyat/rekabet araştırma hizmetleri ve en güncel pazar araştırma analizleri sunan BrandZone, yeni yıla sayılı günler kala önemli kategorilerdeki yeni yıl kampanyalarını ele aldı. BrandZone; 1-18 Aralık 2017 tarihleri arasındaki teknoloji, hiper, online market, bayi ve Telekom kanalları ve yerel zincirlerdeki insert, gazete, TV reklamı ve online banner kampanyalarını inceledi. Yeni yılda en çok tercih edilen hediye alternatiflerinden biri olan küçük ev aletleri kategorisinde birçok



farklı kampanya düzenlendi. BrandZone verilerine göre; ortalama 429 TL'lik fiyatı ve 137 kampanyayla Rowenta RO 3751 en fazla kampanyası yapılan ürün olarak öne çıktı.

Arçelik Telve K-3190 P ikili, otomatik su alımlı kahve makinesi 643 TL ortalama fiyatla yer aldı. Ortalama 75 TL'lik fiyatıyla Arzum AR695 Buharlı Ütü; ortalama 67 TL'lik fiyatıyla Philips QG3330/15 Erkek Bakım Kiti; ortalama bin 66 TL'lik fiyatıyla Philips Lumea Advanced SC1999/00 Lazer Epilator de diğer kampanyalı ürünler olarak sıralandı.

desiBel Ajans'tan Siemens Ankastre Ürünleri İçin "Table Mapping" Yöntemi

desiBel Ajans, Siemens Ev Aletleri'nin ankastre ürünleri için "table mapping" yöntemi ile alışılmışın dışında bir toplantı konseptine imza attı.

desiBel, Siemens Ev Aletleri'nin ankastre-deki öncülüğünü "table mapping" yöntemi ile anlattı. Yarı aydınlık bir ortamda gerçekleştirilen etkinlikte konuklara tüm duylara hitap edecek bir yemek tasarlandı. Mutfakların yaşam alanına dönüşüm hikayesinin masa üzerinde nefes kesici görsel bir kurguyla sunulduğu "Black Session" etkinliğinde, dış ses hem etkili anlatımı hem de interaktif yönlendirmeleriyle basın mensuplarına, blogger ve iş dünyasının önde gelen isimlerine sofistike bir deneyim yaşattı. Siemens ankastre ürünlerinin teknoloji, tasarımı ve

performansından ilham alarak kurgulanan etkinlik, desibel PR ve desibel Event ekiplerinin ortak çalışmaları sonucunda projection mapping ve motion capturing teknolojilerinin bir kombinasyonu kullanılarak hazırlandı. Etkinlik video linki: <https://youtu.be/4GINVu714jk>

Künye:

Marka: Siemens Ev Aletleri

PR/Event Ajansı: desiBel Ajans

Marka Yöneticisi: Ayşe Özkaya, Demet Kaptanoğlu

PR Müşteri İlişkileri Grubu: Özlem Gürler, Şeb-

nem Ateş, İnci Doğan, Damla Tüfekçi

Etkinlik Ekibi: Burak Korucu, Berk Güner, Burak Akyunak

Kreatif Direktör: Selçuk Güçer



LG, ThinQ ile Yapay Zeka Vizyonunu Tek Bir Çatı Altında Topluyor

LG, ThinQ ile kullanıcı odaklı yapay zeka vizyonunu bir adım öteye taşıyor.

LG Electronics (LG), yapay zekadan yararlanan beyaz eşya ve tüketici elektroniği alanındaki ürün ve servislerini, 2018 yılında ThinQ çatısı altında birleştireceğini duyurdu. LG ThinQ ürün ve hizmetleri, LG'nin kendi DeepThinQ teknolojisi de dahil olmak üzere çeşitli AI (Artificial Intelligence-Yapay Zeka) platformlarını kullanarak, derin öğrenme ve birbirleriyle iletişim kurma becerisine sahip olacak.

LG, CES 2017'de duyurusunu yaptığı DeepThinQ ile yapay zeka alanında önemli bir adım atarken, yıl içerisinde tüm premium cihazlarına Wi-Fi teknolojisini entegre edip çalışmalarına hız vermişti. Haziran ayına gelindiğinde ses, görüntü ve algılayıcıları tanıyıp, keşfedebilen ve öğrenen teknolojilerde yer alan çeşitli AI araştırmalarını birbirine bağlamak için Seul'deki Yapay Zeka Laboratuvarı'nı şirketin CTO'su altında birleştirdi. LG Yapay Zeka Laboratuvarı, dünyanın ilk

"mekansal öğrenme" özelliğine sahip klima cihazının yanı sıra akıllı buzdolapları, çamaşır makineleri ve robot elektrikli süpürgelerinin geliştirilmesine katkıda bulundu.

LG ThinQ®

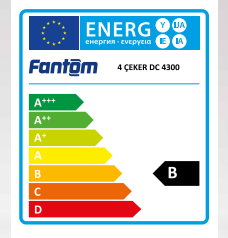
Fantöm

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”

YÜKSEK EMİŞ GÜCÜ

4 ÇEKER

Dört dörtlük çeker



Ergonomik Dizayn
SIYAH SERİ
desenli yüzey

ENERGY
SAVING



Download on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play



YÜKSEK EMİŞ GÜCÜ



360° DÖNEBİLEN HORTUM
VE ÖN TEKERLEKLER



TOZ TORBA DOLUM
GÖSTERGESİ

ERGONOMİK DİZAYN
TOZ TORBALI TEMİZLİK



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

www.fanset.com • satis@fanset.com



/fantomevaletleri



/FantomEvAletler



/fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomevaletleri

Danışma Hattı
0800 219 02 79

Türkiye genelinde
400 Adet Teknik Servis

Extended Davlumbaz ile Mutfakta Maksimum Koruma

Silverline, dekoratif davlumbaz koleksiyonu ile kullanıcısının görsel beklentisini maksimum seviyede karşılıyor. Bu koleksiyonun dikkat çeken davlumbaz modellerinden biri ise Extended davlumbaz...

Mutfakta koku ve hijyende maksimum korumaya yönelik üstün performans sergileyen Extended davlumbaz tasarımı ile de göz dolduruyor. Sahip olduğu kademeli hareketli filtre cam, duman çekişini yönlendirirken aynı zamanda yemek pişirme sırasında oluşan kokuyu yok ediyor. Cam üstü dokunmatik kontrol paneli ile pürüzsüz bir görüntü ortaya koyarken, geniş pişirme alanını hedefleyen ergonomik aydınlatmasıyla mutfaktaki ihtiyaca yönelik önemli bir detay tamamlanmış oluyor. 60-80 ölçüleri ile her mutfağa entegre olabilen Extended, A enerji sınıfında yer alıyor...

Davlumbazı ne kadar doğru ve verimli kullanıyoruz?

Dünyada davlumbaz üretiminde ilk 10, Avrupa'da ise ilk 5 arasında yer alan Silverline, tüketiciye doğru ve verimli kullanımın ipuçlarını veriyor.

Mutfaktaki buharı en etkili biçimde gidermek için davlumbaz pişirme işlemine başladığında açılmalı ve pişirme sonlandıktan birkaç dakika sonra kapatılmalı. Pişirme sonrası mutfağınızda kalan artık kokuları yok etmek için 15 dakikalık otomatik çalışma sistemini kullanabilirsiniz. Ürün belirlenen süre sonunda otomatik olarak kapanacağı için tekrar mutfağa gitmenize gerek kalmaz.



En yüksek performans için pişirme sırasında filtre cam kapağı açık bırakılmamalı. Bu sayede enerji tüketimini optimize eder, gürültüyü azaltır ve hava çekişini daha etkin bir hale getirirsiniz. Davlumbazınız çalışırken mutfakta bir pencere açılmamalı. Açılan pencere alçak basıncı yok ederek davlumbazın çalışma performansını olumsuz etkileyecektir. En iyi sonucu almak için ocakla aynı genişlikte bir davlumbaz alınmalı. Çekiş kapasitesinin düşmemesi için yağları tutan alü-

minyum filtrenin 3 haftada bir mutlaka temizlenmeli. Enerji tasarrufu ve en yüksek performans için pişirme yoğunluğuna uygun fan kademesi seçilmeli. Çekiş kapasitesinin düşmemesi ve daha düşük ses seviyesi için baca montajı mümkün olduğunca kısa ve bacada az eğim olacak şekilde yapılmalı. Eğer hava akışı karbon filtre ile sağlanıyorsa, karbon filtre kullanım sıklığına göre yılda 1 veya 2 defa yenisi ile değiştirilmeli. Aksi halde filtreden geçen kokular temizlenmez.

E-ticaret ve Satın Alma Davranışları Dönüşecek

Dijital Dönüşüm Danışmanı ve Me Consultancy Kurucusu Murat Erdör, gelecekte her şeyin daha da hızlanacağını, tüm cihazların daha küçük, hafif ve taşınabilir hale geleceğini ve tüm bu gelişmelerin e-ticareti ve satın alma davranışlarımızı dönüştüreceğini belirtti.

Dijital Dönüşüm Danışmanı ve Me Consultancy Kurucusu Murat Erdör, dijitalleşen dünyada ekonominin itici güçlerinden biri olmaya doğru adım adım ilerleyen ve satın alma davranışlarımızı değiştiren e-ticaretin geleceğiyle ilgili öngörülerini paylaştı. Gelecekte her şeyin daha da hızlanacağını, tüm cihazların daha küçük, hafif ve taşınabilir hale geleceğini ve tüm bu gelişmelerin e-ticareti ve satın alma davranışlarımızı dönüştüreceğini belirten Erdör, e-ticaret alanında yaşanacak değişiklikleri şu şekilde sıraladı:

- Dropshipping'e ilgi artacak
- Mobilde artış sürecek
- Mağazadan alışveriş hobiye dönüşecek

- Görsel ve ses ile arama özelliği yaygınlaşacak
- Mikro anlar önem kazanacak

- İçerik yine kral, tahttan inmeyecek
- E-ihracat artacak



Sizi yansıtan
bi ton fark...



Turquoise
SERIES

Fakir doğanın en nadide renklerini teknolojiyle buluşturarak, mutfağınıza ince dokunuşlarda bulunmaya devam ediyor. Mavi ile yeşilin eşsiz karışımıyla oluşan turkuaz rengi ile bezenmiş Fakir Turquoise Serisi mutfağınıza şıklığı getirmeniz ve harika lezzetler yaratmanız için sizi bekliyor.

MediaMarkt 57. Mağazasını Mersin'de Açtı

MediaMarkt, 2017'nin son mağaza açılışını Mersin Mezitli'de gerçekleştirirken, açılışa özel indirimler tüketicilerin yüzünü güldürdü.

Türkiye'nin açık ara lider tüketici elektroniği perakendecisi olma hedefiyle mağaza yatırımlarını aralıksız sürdüren MediaMarkt, 57. mağazasını Mersin Mezitli'de açtı. 28 Aralık Perşembe günü gerçekleştirilen açılışa yoğun ilgi gösteren teknoloji severler, açılışa özel indirimlerle alışveriş keyfini doyasıya yaşadı.

Mersin'deki ikinci MediaMarkt mağazası olan Mezitli mağazasında toplamda 850 metrekare satış alanı bulunuyor.

‘Ürün çeşitliliğimizi ve hizmet kalitemizi bir kez daha Mersinlilerle buluşturduk’

2017 yılında gösterdikleri büyüme performansı ile yıl sonu hedeflerine ulaştıklarını belirten MediaMarkt Türkiye İcra Kurulu Başkanı Yenal Gök-yıldırım; “MediaMarkt olarak kesintisiz büyüme

stratejimiz doğrultusunda yıl sonu hedeflerimize ulaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Tüketicuyu merkeze alan anlayışımızla onların beklentilerine kulak vererek en iyi konumlarda yer alan mağaza yatırımlarımıza devam ediyoruz. Bu kapsamda 57. mağazamız ile Mersin Mezitli'de, onbinlerce ürün-

den oluşan çeşitliliğimizi ve hizmet kalitemizi bir kere daha tüketicilerle buluşturduk. 2018 yılında da devam ettireceğimiz yatırımlarımız ve başarılı performansımızla Türkiye'nin açık ara lider tüketici elektroniği perakendecisi olma hedefimize doğru emin adımlarla yürüyoruz.” dedi.



Mitsubishi Electric Türkiye'de Ev Tipi Klima Fabrikası Açıyor

Avrupa ve Türkiye'de klima ve soğutma sistemleri segmentinin büyütülmesine katkı sağlayacak.

Mitsubishi Electric Corporation, Mitsubishi Electric Turkey Klima Sistemleri Üretim Anonim Şirketi tarafından ev tipi klimaların geliştirilmesi ve üretimi için Türkiye'de kurulan yeni fabrikanın 12 Aralık'ta üretime başlayacağını açıkladı. Mitsubishi Electric, ev tipi klima talebinde artış beklenen Türkiye ve Avrupa'da iş hacmini büyütme amaçlıyor. Mart 2021'de sona eren mali yıl itibarı ile yıllık üretim miktarının 500.000 sete (iç ve dış ünite) ulaşması hedefleniyor.

Yeni Fabrikanın Hedefleri

Mitsubishi Electric'in Avrupa'daki klima ve soğutma sistemleri faaliyetleri her geçen gün büyüyor ve Türkiye'deki talebin de ülkenin ekonomik büyümesine ve nüfus artışına paralel olarak artması bekleniyor. Yeni fabrikanın,

Türkiye'de ve Avrupa'daki talep dalgalanmalarına yanıt veren ve ayrıca yerel pazarlara yönelik özel tercihleri ve çevresel gereklilikleri karşılayan esnek bir tedarik zinciri sağlamak üzere lokalizasyon çalışmalarının hızlandırılmasında kilit rol oynaması bekleniyor.

Yeni Fabrikanın Detayları

Konumu	Manisa Organize Sanayi Bölgesi, Manisa, Türkiye
Tesis alanı	Yaklaşık 60.000 metrekare
Kat alanı	Yaklaşık 40.000 metrekare
Faaliyete geçme tarihi	12 Aralık 2017
Ürün	Ev tipi klima
Üretim kapasitesi	Yılda 500.000 set (iç ve dış ünite)





**İstanbul Ev Elektroniği
Beyaz Eşya Ana ve Yan Sanayi Fuarı**

21-24 HAZİRAN 2018

İSTANBUL FUAR MERKEZİ

9-10-11 Numaralı Holler

www.hefist.com

ANA SPONSOR



MEDYA SPONSORU

SUBCONTURKEY
YAN SANAYİ VE TEDARİKÇİ GAZETESİ

DAĞITIMKANALI



ORGANİZASYON



DETAYLI BİLGİ
info@hefist.com
+90312 442 90 02

DESTEKLEYENLER



Dünyada Perakende Satış Hacmi 25 Milyar Dolar

KPMG, Perakende Sektörel Bakış 2018 raporunu açıkladı. Rapora göre dünyada perakende satış hacmi 25 milyar dolara dayandı. Müşteri talep ve davranışlarına göre yol alan sektör, çok kanallı satış uygulamalarıyla satış ve karlılığı artırmaya odaklandı. Online alışveriş ve mobil alışveriş, geleneksel alışverişi tehdit ediyor. Elde ettiği “büyük veri”yi yönetmek perakende sektörü için hayati önemde.

KPMG'nin Perakende Sektörel Bakış 2018 raporu, sektör dinamiklerinin 2017'yi nasıl şekillendirdiğini ve 2018 perspektifini değerlendiriyor. KPMG Türkiye Perakende Sektör Lideri Fikret Çetinkaya, dünyada benzer özellikler gösteren perakende sektörünün kendine özgü yapısıyla diğer sektörlerden ayrıştığını söyledi. Çetinkaya, “Sektörü yönlendiren en etkili iki güç olan müşteri talepleri ve müşteri davranışları, ortaya çıktıkları coğrafya ve demografiden bağımsızlaşarak kısa sürede küresel ölçekte bir davranış biçimine dönüşüyor. Dünya genelinde sektörün önündeki temel sorun, müşteri davranışlarının ve yolculuğunun değişmiş olması. Artık müşteriler birçok kanalı kullanarak her türlü bilgiye ve alışveriş olanağına ulaşabiliyorlar. Bu nedenle tek kanaldan faaliyet gösteren perakende firmaları ve geleneksel alışveriş tehdit altında. Online alışveriş, ardından yükselen mobil alışveriş ve sosyal alışveriş, geleneksel fiziksel mağazacılığın cirolarını büyük ölçüde etkiliyor. Çok kanallı perakende uygulamalarıyla, fiziksel mağazayı sosyal medya hesapları, e-ticaret sitesi, mobil uygulamalar ile bir bütün haline getiren firmalar, daha büyük bir kitleye ulaşarak satışlarını ve karlılıklarını artırıyor. Bu anlamda e-ticareti bir maliyet azaltma yöntemi olarak değil, sürekli yatırım yapılarak geliştirilmesi gereken yeni bir kar merkezi olarak değerlendirmek daha doğru olacak.” dedi.



Perakende sektörünün çok büyük boyutlarda tüketici verisine sahip olduğunu vurgulayan Çetinkaya, “Büyük veriyi yönetmek her sektörde çok önemli ancak perakende sektörü için kritik önemde. Çünkü sektörün atacağı her adım artık bu analizlerin doğruluğuna bağlı. Verilerle beslenen yapay zekanın etkin kullanımına dek uzanan dijitalleşme adımları, müşteri hizmetindeki başarı ve yaratılan müşteri memnuniyetinin büyüklüğü ciroları da doğrudan etkiliyor. Bu nedenle veri analitiği sektörün öncelikli gündem maddelerinden biri haline geliyor. Müşterisini anlayan, tedarik zincirini doğru yöneten ve teknolojinin sunduğu fırsatları öngörebilen perakendeciler, kısaca start-up gibi düşünebilen perakendeciler büyümeyi sürdürecektir” diye konuştu.

Perakende Sektörel Bakış raporundan öne çıkan bazı başlıklar şöyle:

- Dünya çapında e-ticaret dahil perakende satışlarının, 2017 yıl sonunda 23,445 milyar dolar olduğu hesaplanıyor. E-ticaret sektörü her yıl, geleneksel perakende sektöründen yaklaşık yüzde 1 oranında pay alıyor.
- Perakende e-ticaret satışları 2017 sonunda dünya çapında yaklaşık 2,350 milyar doları buldu. Bu oran toplam perakende satışlarının yüzde 10,1'ini oluşturuyor. Küresel e-ticaretin toplam perakende satışları içerisindeki payı 2011'de yüzde 3,6 ve 2016'da yüzde 8,7'yd.
- Küresel e-ticaret satışlarının 2021 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 16 artması ve 4,479 milyar dolara çıkması bekleniyor.
- E-ticaretin en başarılı ülkesi Çin'de, 2012 yılında e-ticaretin toplam perakende içerisindeki payı yüzde 4 idi. Bu oran 4 yıl içinde yüzde 17 düzeyine geldi. 2020 yılına gelindiğinde ise Çin'in dünya e-ticaret hacminin yüzde 60'ını oluşturması bekleniyor.
- ABD'de ise ülkenin en önemli geleneksel perakendecileri e-ticaret alanında önemli yatırımlar yapıyor. ABD toplam e-ticaret satışlarının yüzde 79'unu yapan en büyük 25 firmanın 18'i, geleneksel perakendecilerden oluşuyor.

4 Milyar Dolarlık Sektör, Ideal Homex 2018'de Buluşuyor

Tarsus Group bünyesindeki Life Media tarafından düzenlenen Uluslararası Ev Eşyaları ve Çeyiz Fuarı Ideal Homex, sektör profesyonellerini 13. defa İstanbul TÜYAP'ta bir araya getirecek.

Dünya genelinde 15 farklı ülkede 130'un üzerinde fuar ve konferans etkinliği gerçekleştiren Tarsus Group'un küresel gücünü de arkasına alan Ideal Homex, 29 Mart'ta kapılarını açıyor. Grup bünyesindeki Life Media tarafından düzenlenen Ideal Homex 2018'de

“Sofra ve Mutfak Eşyaları, Dekoratif Ev Aksesuarları ve Hediye Eşyaları, Elektrikli Ev Aletleri, Plastik Ev Gereçleri, Çelik Mutfak Eşyaları, Cam, Porselen ve Seramik” kategorilerinde binlerce üründe 2018 tasarımları ve sezonun yeni trendleri sergilenecek. Ideal Homex Fuarı, 01 Nisan tarihinde sona erecek.





TESLA
PREMIUM

TOZ TORBASIZ 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

“Gelecekte de Var Olmak İstiyorsak, Dünya Markaları Çıkarmalıyız”

MÜSİAD Perakende Sektör Kurulu Başkanı Adil Temizerler, “Satış ortam ve kanalları; hızlı bir şekilde değişebiliyor. Çok satmak, daha fazla insana ulaşmak tabii önemli; fakat gelecekte de var olmak istiyorsak, dünya markaları çıkarmalıyız. Hatta gelecekteki ihtiyaçları şimdiden keşfedip tercihlere yön vermeliyiz.” dedi.

Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Perakende Sektör Kurulu tarafından, MÜSİAD Kocaeli Şubesi ev sahipliğinde Ramada Plaza İzmit'te “Türkiye’de AVM’lerin Markalaşmaya Etkisi ve Perakendenin Geleceği” ana başlıklı Türkiye İstişare Toplantısı düzenlendi. 08-09 Aralık 2017 tarihlerinde gerçekleştirilen programda; Başbakan Yardımcısı Fikri Işık, Kocaeli Büyükşehir Belediye Başkanı İbrahim Karaosmanoğlu, Kocaeli Ticaret Odası Başkanı Necmi Bulut, T.C Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı İsmail Yücel, MÜSİAD Genel Başkan Yardımcısı Ali Reis Topçu, MÜSİAD Sektör Kurulları Komisyon Başkanı Bayram Şenocak, JLL Türkiye Başkanı Avi Alkaş, Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, Bernardo Yönetim Kurulu Başkanı Nurettin Sözen, MÜSİAD Şube Başkanları ve sektör temsilcileri katılımcı olarak yer aldı.

Gelecekte var olmak istiyorsak dünya markaları çıkarmalıyız

Programda açılış konuşmasını gerçekleştiren MÜSİAD Perakende Sektör Kurulu Başkanı Adil Temizerler, Türkiye’de perakende sektörünün son yıllarda ivme yakaladığını ve bu durumun meydana gelmesinde AVM’lerin büyük bir etkisi olduğunu belirtti. Temizerler, “AVM’ler, girişimcinin ürünlerini de doğru hedef kitleye, güvenli koşullarda ulaştırdığı sistemle, sektörün ticaret hacmini artırıp, Türkiye’de organize perakendenin bugünlere gelmesine katkı sağlamıştır. Teknoloji çağındayız, devamlı zevk ve ihtiyaçların değiştiği global dünyada, artık tüketiciler, temel ihtiyaçlarını karşılarken, kendisini farklı hissettiren, dünyada kabul görmüş marka ve ürünleri tercih ediyorlar. Satış ortam ve kanalları; hızlı bir şekilde değişebiliyor. Çok satmak, daha fazla insana ulaşmak tabii önemli; fakat gelecekte de var olmak



istiyorsak, dünya markaları çıkarmalıyız. Hatta gelecekteki ihtiyaçları şimdiden keşfedip tercihlere yön vermeliyiz.” şeklinde konuştu.

Tematik eğitim kaliteli ve sürdürülebilir gelişimin önünü açacaktır

Perakende sektörünün lojistik, görsel tasarım, dijital pazarlama ve mağaza yönetimini de içeren kompleks bir sektör olduğunu ifade eden Temizerler, bu noktada eğitimin çok önemli bir konumda yer aldığını altını çizdi. Temizerler, “Biz MÜSİAD olarak, kurduğumuz günden bu yana mesleki eğitimin önemine vurgu yapıyoruz. MÜSİAD’ın katkı ve yönlendirmeyle hayata geçen, Tematik liselerle, yaşayarak ve yaparak eğitimin, kalifiye personel sorununa çözüm

olacağına inanıyoruz. Bu amaçla, yapımını gerçekleştirdiğimiz ve geçtiğimiz Eylül ayında açılışını yaptığımız MÜSİAD Pazarlama ve Perakende Lisesi’ni ve benzer projeleri çok önemsiyor ve MÜSİAD olarak bu konuda öncü olduğumuz içinde yine bir MÜSİAD üyesi olarak gurur duyuyorum. Bildiğiniz gibi, kalınan ülkelerin eğitim sisteminde, mesleki eğitim ve tematik eğitim önemli bir yerdedir. Türkiye’de önüne koyduğu hedeflere ulaşmak için bu konuya yoğun şekilde eğilmelidir. Son yıllarda hükümetlerimiz tarafından bu konuda atılan adımları destekliyor ve MÜSİAD olarak elimizi taşın altına koymaya hazır olduğumuzu her fırsatta dile getiriyoruz. Tematik eğitim, perakende sektörü başta olmak üzere birçok sektörün ‘kaliteli ve sürdürülebilir gelişiminin’ önünü açacaktır.” değerlendirmesinde bulundu.



“HER ŞEY DAHA İYİ OLACAK”



EKRANLARDA



BÜLENT MATARACI

KENDİNİZİ, MARKANIZI, İŞİNİZİ ANLATIN!...

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



www.businesschannelturk.com

Mürakat: otoriter@bulentmataraci.com



/dagitimkanali



/dagitimkanali





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

Vizyon-Misyon



Bu kavramlarla, Milenyuma yaklaşıpken tanıştık. Kurumsallaşma çabası içindeki kuruluşlar kendilerine yakın/orta/uzun vadeli planlar yaparken, neleri hedeflediklerini ve hayal ettiklerini kısaca belirlediler. Buna “vizyon” dediler. Bu hedefler için alınan, verilen görev ve görevlendirmelere de “misyon” dediler. Güzel ve doğru bir yaklaşımdı. Ancak ülkemiz gibi; her an herhangi bir yöne doğru kolayca savrulabilecek ekonomik yapısı olan ekonomilerde, ‘vizyon- misyon’ belirlemek, “kurumsallaşmak” kolay değildi.

2017 yılında gerçekleşen rakamlara bakarsak, uzun vadede plan yapmak, vizyon belirlemek nasıl mümkün olabilir? İrdeleyelim.

■ İhracat %10.22 artmış, buna karşılık ithalat da

%17.92 artmış. Yani durum aleyhte görünüyor.

- Dış ticaret açığı %37.50 büyümüş. Tabii ki bu büyüme lehimize bir olay değil.
- 31.12.2017 tarihi itibarı ile USD 3.76 TL, EURO 4.53 TL olmuş.
- Benzin 5,59 TL motorin 5,17 TL ile rekorlar kırmakta iken, enflasyon % 13 olarak gerçekleşmiş.
- Vergilere % 25 artış getirildi. Her şey için zam kapıda: Köprü, otoyol, elektrik, su, alkol ve sigara, ÖTV ve KDV artışlardan nasibini alırken, asgari ücret brüt 2,030 TL net 1,603 TL olarak belirlendi.

Genel manzara bu iken, lokomotif sektörlerden “inşaat sektörü” perişan durumda.

(Ne yazsam, içim kararıyor.)

Siyasal açıdan kutuplaşma ve gerginlik artarken, seçilmiş belediye başkanları -ki seçildikten sonra tarafsız olması gerekiyorken- parti baskıları ile istifaya ettirilerek garip bir uygulama yapıldı, bunlar devlet yönetim şekli vb. diye algılsa da ekonomik beklenti ve davranışları etkileyebiliyor. Nitekim bir başkanın başlattığı projeleri yerine gelen iptal ettirebiliyor. Bu işler de piyasayı bozuyor.

Ege’de Adalar krizi, Suriye savaşı, terör sorunları had safhada iken, İran’daki iç kargaşa, petrol fiyatlarının yükselmesine neden oldu. Bu ekonomiye olumsuz yansıyor. AB ile köprüler atıldı, atılacak.

Özetlersem:

Toplum sinirli, toplum gergin, toplum gelecekte umutlu değil, çocuklarımız iyi eğitim almıyor, gıdalar GDO’lu. En çok cep telefonu bağımlısı ülke olmuşuz. Biraz Beşiktaş’tan mutlu olduk, başka mutluluk arıyorum, bunun harici sevindiğimiz olay neredeyse yok gibi.

Hadi şimdi bu ülkede, bu ekonomik beklenti ve tespitlerle vizyonumuzu belirleyip, buna göre hareket edelim.

Vallahi benim dumanlarım çıkıyor...

DIŞ TİCARET VERİLERİ (MİLYAR \$)

	2016	2017	DEĞİŞİM
İHRACAT	142.532	157.094	%10,2
İTHALAT	198,576	234.156	%17,9
DIŞ TİCARET AÇIĞI	56,044	77,062	%37,5
MB DÖVİZ REZERVİ	92,1	94,1	-8





ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü
akajan@arzum.com

Hedeflere Ulaşmaya Çalışırken...



Dostluğa daima inandım. Buluşmalar, dertleşmeler, sohbetler, şakalar, sırdaşlıklar... Hayatın anlamı, bu münasebetlerdeydi. Anlaşırdık çünkü. Hayaller kurardık, projeler üretirdik, teatide bulunurduk.

Sonra... Garip bir şey oldu. Koşmaya başladık. Hedeflerimiz oldu. Şimdi, öyle hızlı koşuluyor ki hayat, arkana bakamıyorsun. Hızlı ve yüzeysel yaşıyor. Lafı geldiğinde söylenir ya hani "Nerede o eski dostluklar?" O eskinin yanına; eski bayramlar, eski saygı, eski sevgi, eski işler vs. Ne çok şey yakıyor öyle değil mi?

Eskileri, eskiyi özleyenler biziz. Hem de o eskileri de çok iyi bildiğimiz halde! E, biliyorsun da ne oluyor yani? Söyleyeyim, olan şu: Biliyorsun, hissediyorsun ama koşuyorsun. Hızlısın, durmuyorsun, durup bir bakmıyorsun. Değerlerini, aslında seni sen yapan şeyleri, aileni, dostlarını, aslında inandıklarını geçip gidiyorsun. Ve bunun için üzgünsün, mahcupsun, özlem içindesin.

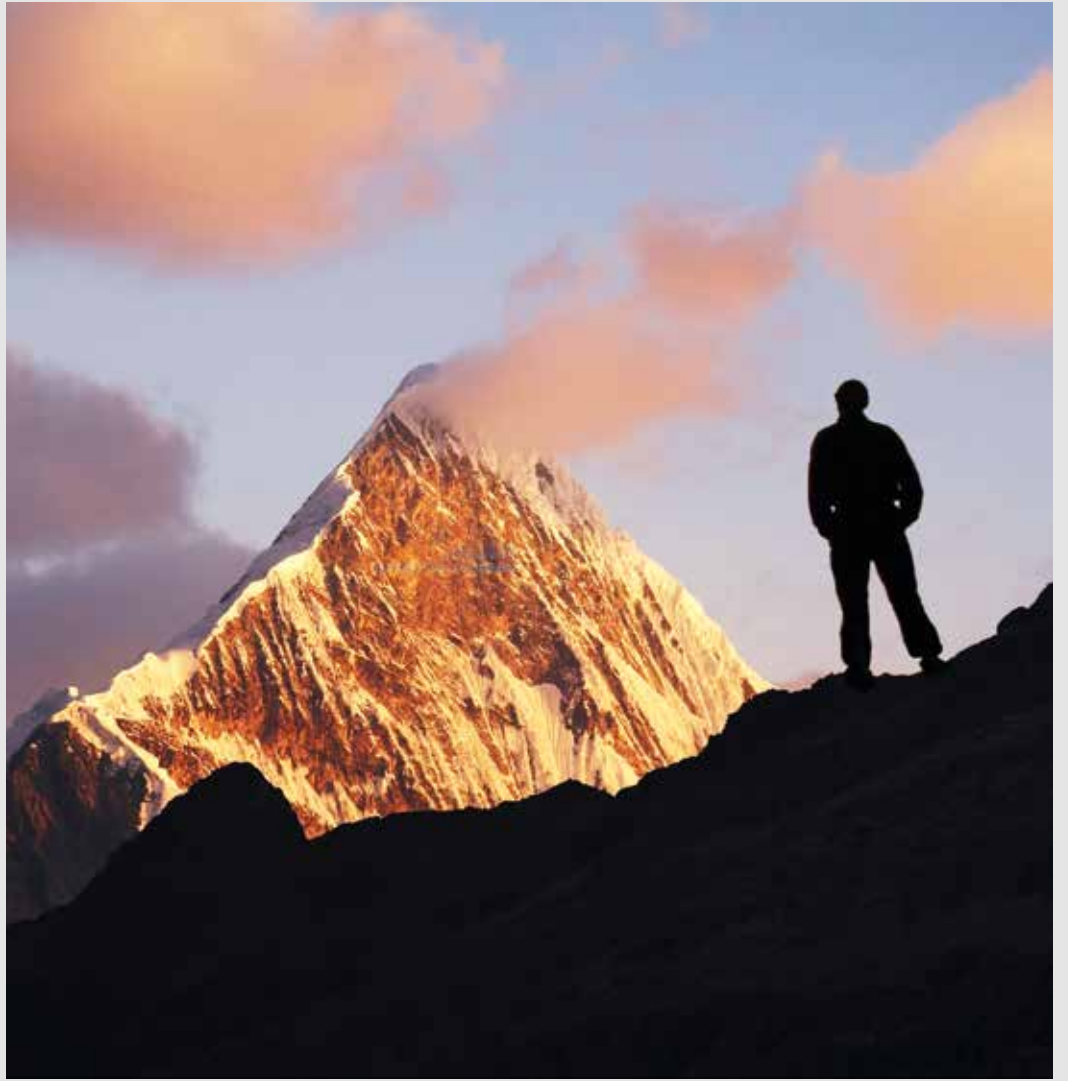
Kendinizi anlamak

Yapay geliyor sana, yapmacık geliyor çünkü, öyle davranıyorsun. Çünkü, kaçıyorsun. Yo, özür dileirim, aslında kaçmıyorsun, başka şeylere, önüne konulan hedeflere yetişmeye çalışıyorsun: Acelelen var, yakalamalısın, hedeflerine ulaşmalısın ve yakaladıkça daha çok hedefle karşılaşacaksın. Hey, daha hızlı olmalısın! Sonra... Hani bir köşeye çekilirsin ya, böyle sessiz boş boş bakarsın duvara, düşünürsün. İşte, o zaman. O küçük zaman parçasında; hatırlıyorsun, özlüyorsun; kaçırdıklarını, yani aslında yetişemediklerini.

Aileniz, hatta tüm yakınlarınız sizin ürününüz, sizin yansımanız. Hatta, dünyanın sorunu sizin sorunuz ve bu sorunu anlamak için kendinizi anlamanız şart.

Bardağın dolu tarafı

Sayfa komşum, Bahri Bey'e sataşmak isteği uyanıyor içimde. Bahri Bey, yakında aramız açılabilir. Haberin olsun! Ülkeye ve Ülkenin ekonomik durumuna ilişkin hiç mi iyi bir şey olmadı? Yok mu bu bardağın dolu tarafı? Önyargısız ve samimiyetle soruyorum, gerçekten yok mu?



Farklı kimliklere seslenen bir yazar; Murat Menteş

Popüler romancılardan Murat Menteş'i, bugünün okur kitlesinin içinde, oldukça farklı noktalara seslenebilen bir yazar olarak kolaylıkla niteleyebiliriz. Bu farklılıklar; sosyal medya üzerinden yaşama dahil olan ve dikkati üç dakikalık Youtube videolarıyla sınırlı olan bir kesimden, Tarantino'nun temsil ettiği çağın ruhuna uygun bir okur kitlesine, oradan, sol ya da sağ ideolojiye angaje olmuş kimselerden anarşizan bir tutuma sahip ya da apolitik bireylere

kadar uzanmaktadır.

Menteş, yukarıda birkaçını saydığım farklı kimliklere sahip okurlara, sunduğu "edebi anlamda tatmin edici ve eğlenceli" romanlarla seslenebilmektedir. Okuyunuz.

Son sözüm!

Ekonomi hakkında beklentim birkaç kelimeyle özetlenebilir: Hareketlenirse vergilendir, hareket devam ediyorsa düzenle, hareket durmuşsa destekle. Sevgilerimle!



ALİ KIRMAN
Eğitmen, Konuşmacı, Yazar

alikirman@alikirman.com
www.alikirman.com

Bir Satış Sürecinde Müşterinizin Yaşadığı

"İnsanlar kendilerine bir şey satılmasından hoşlanmaz ancak bir şey satın almaktan zevk duyarlar" sözü satışta sık konuşulur. Buradan yola çıkarak, satış eğitmenleri eğitimlerinde öğrencilerine, insanlara satış yapmamalarını bunun yerine satın almalarına yardım etmelerini öğütlerler. Satış senaryolarının birçoğunda aslında, insanlar satın alma sürecinden hiç zevk almazlar. Şöyle bir senaryo düşünelim: Yeni bir otomobil satın almaya karar verdiniz. Pazar araştırmanıza diğer araçları izleyerek başlıyorsunuz, sonra internette dolaşıyor, arkadaşlarınıza danışıyor, dergilere göz atıyorsunuz. Bütün bunlar çok zevkli ve heyecanlı olabilir ama satış henüz başlamadı. Üçüncü ve son perdede otomobilinizi satın alıyorsunuz. İlk sürüşünüzü yapıyorsunuz. Aracınızı kokusundan gösterge paneline, sürüş rahatlığından teknik özelliklerine kadar keşfettikçe, doğru karar vermenin mutluluğunu yaşıyorsunuz. Ancak, bu anlar da bir satış süreci içinde değil.

Bir cumartesi sabahı seçtiğiniz modeli satın almak için showroomdan içeri giriyorsunuz. Satış temsilcinizin masasında çayınızı içerken, bir yandan da etrafınızdaki araçlara bakıp duruyorsunuz. Gözleriniz seçtiğini modeli arıyor. Bu arada satış temsilciniz size imzalamanız gereken satış sözleşmesini ve kredi formlarını getiriyor. Bu satın alım için üç yıl boyunca ayda 2.800 TL ödeyeceksiniz. İşte bu anda, zevk bir endişeye dönüşüyor. Zihninizde sorular uçuşmaya başlıyor: Acaba bu otuz altı aylık ödemeye girmekte doğru mu yaptınız? Bu model doğru seçim mi? Ödemede bir sorun yaşayabilir misiniz? Ya gelecek yıl, önünüze hiç beklemediğiniz başka masraflar çıkarsa ne yaparsınız? Ya bu modelin ikinci eli düşerse? İşte biz, müşteriler olarak satın alırken, aldığımız ürün ya da hizmetlerle ilgili endişeler yaşıyoruz. Fiyat ne kadar yüksekse ve önem taşıyorsa bu endişeler de o kadar büyük olur.

Satın alma sürecindeki korkular

Müşteriler satın alma sürecinde, şu dört ana korkuyu yaşar:

"Benden fazla mı para aldılar?" (Halk deyimiyle 'kazıklandım mı?'): Kimse, kazıklandım istemez, aksine bir şeyi iyi fiyata almak ister. Kimse, satın aldığı herhangi bir şeyin, başka yerde daha ucuza satıldığını öğrenmekten mutlu olmaz.

"Ya benim istediğim gibi çıkmazsa!": Bu düşüncenin yarattığı 'hayal kırıklığına uğrama huzursuzluğu' belirgindir. Belki bir kitap veya cd alırken, bu duygu bizi çok rahatsız etmeyebilir ancak, bir gezi, tatil gibi daha büyük fiyatlı ve önemli alımlarda bu duygu öne çıkar.

"Acaba başkaları ne düşünecek?": Bu soru, zihninizde sürekli dolaşır, zira başkaları bizi satın alma kararlarımıza göre değerlendirir. Tabii ki bu durum, ilişkilerimiz ve sosyoekonomik durumumuza göre farklılıklar gösterebilir. Ancak, bir şey satın alırken, sahip olduğumuz itibarı riske atarız. B2B alımlarında, iş sorumluluğumuz da buna eklenince, endişeler daha çok güçlenir.

Alışkanlıklarımızla yaşarız ve alıştığımız şeyleri değiştirmek istemeyiz: Satın alma, bizim için bir değişimdir, bu da bizi endişelendirir.

Bedelsiz değişim hakları

Müşterilerin bu endişelerini azaltarak, satın alma kararlarını rahat vermelerini sağlamak için, perakende zincirleri, bedelsiz değişim hakları veriyor. Fiyat garantisi verebiliyorlar. Özellikle, mutlu müşteri örnekleri, hikâyelerini paylaşmak bu konuda çok etkin oluyor. Zira başkalarının mutlu sonları, "Acaba ne düşünürler?" endişesini yok ediyor.

Yazılımlar gibi bazı ürünlerde, bedelsiz deneme süreleri etkili. Demo ürünler, bedelsiz tanıtımlar, kademe kademe ürünü tanıyarak satın alma fırsatları, satın alma endişelerini tedavide çok etkin. Bir de buna satış sürecinde satış temsilcisinin davranışını ekleyelim. İmzaların atıldığı o sevimsiz ortamları, tatlı sohbetlerle ve rahatlatıcı, bazen esprili sözlerle ısıtmak, satış yapanlara düşüyor.





DİDEM TİNARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

Neden Hep Eskiye Özler ki İnsan?

Eski, hangi çağda adlandırılırsa adlandırılırsın, her zaman özlemi de beraberinde getirir. Bir geleneğe, bir nesneye ya da bir kişiye olan özlem çoğu zaman varlığını korur. Yakın ya da uzak geçmişte olması fark etmeksizin, eski olana imreniriz, ona özlem duyarız. Bu durum, belki gerçekten eskinin daha güzel oluşundan, belki de yeniye olan sabırsızlığımızdan kaynaklanıyor.

Eskiye özlem duyduğunuz, yüzünüzü eskinin gülümsettiği zamanları düşünün.

Eski dostlukları, insanlardaki saf duyguları daha da ötesi, yoklukları bile özlemiyor muyuz çoğu zaman?

Yabancılaşma

Yaşı yetenler, gaz lambası altında ders çalışmayı, kuyrukta tüp beklemeyi, sokağa çıkma yasağı olan günlerde caddelerde top oynamanın zevkini, bir oda içinde ailece TV bile olmadan oturabilmenin keyfini hatırlar. Bir sobanın etrafında ailece ısınmanın keyfini, kızarmış kestane kokusunun huzurunu günümüzde ne doldurabiliyor ki?

Şu anda evlerde, saatlerce birbirini görmeyen aile fertleri, yan yana oturmalarına rağmen, ellerinde birer cep telefonu ile sanal dünyaları yaşayarak birbirlerine yabancı yaşam sürüyorlar.

Bunlar, aslında şu andan ve yeniden kaçış anları değil mi? Yeninin değerini, eskinin değeri üzerinden belirlemiyor muyuz böyle anlarda?

Eskiye hayranlık

Çoğu şeyin çabuk tüketilebilir olduğu ve tam da bu amaçla var edildiği günümüzde, eskinin gücüne hayranız. Birliğini, samimiyetini, aza kanaatimizi, irademizi, hoşgörümüzü, hıstan çok şükreden hallerimizi kim özlemiyor ki? Bir şeylerin yıpranmayışına, pamuk ipliğine bağlı olmayışına duyduğumuz özlem, yeninin çok fazla pamuk ipliğine bağlı oluşunda gizli mi acaba?

Geçmişe özlem duymamızın bir başka nedeni ise, insanoğlunun geleceğini bilememesidir. Bilmediğimiz bir dünyaya, yaşamadığımız yarınlara, uyanmadığı-

mız sabahlara özlem duymamız mümkün olmayacağı için, geçmişe duyduğumuz özlem hepimizin ortak noktası sayılır. Bu ortak noktaya sahip olan insanlarla da benzerliğimizin, doğduğumuz yılların alakası olmadığını görürüz. Çünkü, eskiye duyulan özlem, bizden yaşça büyük birinin anlattığı eskiye de olabilir, bizim için eski sayılan geçmiş yılların ifade ettiği eskiye de.

Şimdinin anlamsızlığı

Bizim asıl derdimiz şimdiyledir: Şimdinin anlamsızlığı, şimdinin hiçbir şey ifade etmemesindedir yani. Bir anlam bulmak için eskiyi yad ederiz; eski filmleri, eski arkadaşlıkları ve eski aşkları buruk bir tebessümle anarız. Çünkü, şu anda göremediğimiz bulamadığımız ne varsa, eskide mevcuttur. Eskiden tecrübe etmişizdir, eskiden görmüşüzdür ve eskiden hissetmişizdir. Eski tam olarak da hissettiklerimizin toplamı değil midir zaten? Sigmund Freud, "Bir insanı unutabilirsin, bir insanın sana neler yaptığını da unutabilirsin, ama o insanın sana ne hissettirdiğini asla unutamazsın." demiştir. Bunu, bir insan özeleinde düşünmediğimizde de aynı durumun geçerli olduğunu fark ederiz. Bu durumu, korkularımızın kaynağını bilmediğimiz halde, korkmak gibi düşünebiliriz.

Eski içinde kaybolmamak

Geleceği bilmek imkansız, şimdi ise duygudan arınmış. Geçmiş veya eskiyi değerli kılan da bıraktığı anılar olmalı. Bilinmezlik ve tahammül edilemezlik sınırlarının dışında kalan "eski"ye duyulan özlem de, bu nedenle, hiçbir zaman son bulmayacak gibi görünüyor. Ancak, eskinin içinde kaybolmamak ve daha da önemlisi eski olana sığınmamak için, şimdi yapabileceklerimizi düşünmek, tartmak gerekiyor. Şu an gerçekleşen her şey, birkaç yıl sonra "eski" olarak adlandıracağımız şeyleri oluşturuyor. Geçmiş değiştirmek insanın cüzi iradesinin çok ötesinde bir kavram, bu yüzden eskinin güzel kalması için, şimdiyi güzelleştirmeye odaklanmalıyız. Tam şu anda, gelecekte eskinin güzel kalması için ne yapıyorsunuz?



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

0212.283.02.08

**DİREM FİKİR ATÖLYESİ DANIŞMANLIK
&
EĞİTİM HİZMETLERİ**

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



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

Değiştirmek İstiyorsanız Tasarım Düşüncesini Öğrenin



Tasarım kavramını yalnızca ürün ve hizmet kapsamıyla değil, hayatımızın insan odaklı her alanında düşünmek gerekir: Süreçler, satış kampanyası, stratejik plan, bir excel tablosu-bir ppt sunum-sunum içinde bir slayt hazırlamak, ev-ofis masa ya da kitaplığın yeniden düzenlenmesi vb.

Hepimiz ve herkes aslında tasarım kavramının içindedir ancak, metodu öğrenerek bir şeyleri değiştirmek ve bunu uygulamak seçiminize bağlıdır.

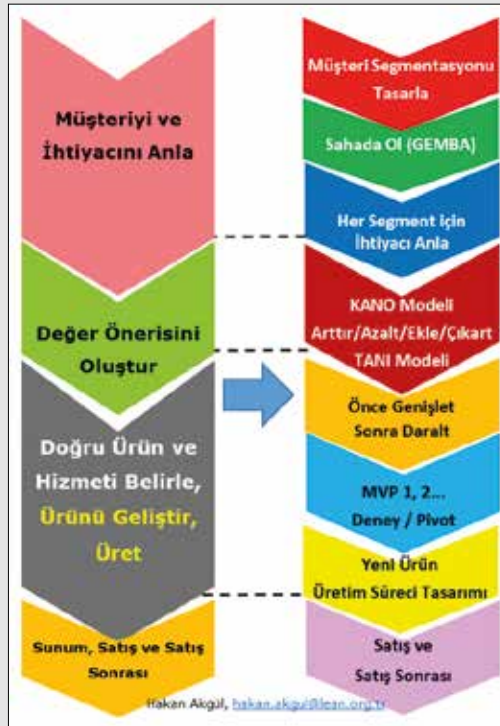
Tasarım Düşüncesini (Design Thinking), Yalın Ürün, Hizmet ve Süreç Geliştirme metodunun içinde yer alan bir bölüm olarak görüyoruz.

Tasarım insan içindir: Teknoloji ve sanatın inovasyonla farklı bir şekilde tekrar birleştirilmesidir. Ürün değil insan (müşteri) odaklı olmalıdır. İnsana değer katmalı ve insan hayatını kolaylaştırmalıdır.

Müşteri için değer

Projelerimizde, Yalın Uygulamaların tümünde olduğu gibi, önce, “müşteri için değer”i anlamaya çalışırız. Bu aşamaya “müşterinin sesi” diyoruz.

Müşteri aynı zamanda, şirket içindeki diğer çalışma



arkadaşlarınız da olabilir.

Müşterinin kendisinin bile farkında olmadığı gizli ihtiyaçlarını fark edebilmek önemli ve gereklidir.

Bunun için, “işin yapıldığı yerde” (gemba) olmak gerekir. İnanın; muhakkak, müşterinin çözemediği problemleri vardır. Gemba’ya gitmeden yapılan tüm tasarımlar sorgulanmaya açıktır.

Yeni fikirler üretmek

Hepimiz için zor olan, kalıpların dışında düşünerek yeni fikirler üretebilmektir. Yeni fikirler şirket içinde farklı bölümlerin bir araya gelmesiyle daha kolay ortaya çıkmaktadır. Şirketlerde muhasebe uzmanı da tasarım düşüncesine sahip olmalıdır.

Bunun, şirket kültürüyle doğrudan ilgili olduğunu görüyoruz; biz, iki günlük bir eğitimle önemli mesafe katıyoruz.

Tasarımı geliştirirken, çok sayıda alternatif oluşturarak, bu seçenek zenginliği arasından seçim yapmak arzu edilir. Projelerde bölümler arası ekipler olmalı ve iş birliği içinde yol almalıdır; bu da şirket kültürüne bir diğer katkıdır. Sürecin, işin, ürünün, hizmetin tedarikçisi ve müşterisi de projede yer alabilir mi sizce?

Unutmayalım:

- Belirsizlikten korkmayın; kucaklayın.
- Yola çıkın, yoldayken ufuk göreceklerdir.
- Başarısız olmaktan korkmayın.
- Paradigmalarınızı sorgulayın.
- Çocuk zihnine sahip olun.
- Pazar araştırmaları ve müşteri şikayetleri geriye dönüktür, oysa inovasyon ileri bakar.
- Bilinen iki kavramı yeni bir şekilde birleştirmeyi öğrenmeli ve başarmalısınız.
- Tek çözüm yoktur; farklı yollardan farklı çözümlere ulaşmayı teşvik edin (Tasarım da hayat gibi tek doğrusu olan çoktan seçmeli bir sınav değildir).
- İlk seferde mükemmelleştirmeye çalışmayın (Sınavdan 100 almaya çalışmayın!).

Aynı şeyleri yaparak farklı sonuç elde edemeyeceğiz; değiştirin.

Makaleler için: <https://lean.org.tr/satis-strateji-yonetim-inovasyon-makaleleri/>





Fark Yaratan Markalar



İç satışlar düşmüş. Aralık ayı da böyle gider sanırım. Yıllık büyüme yüzde 15 ile biter, 2017 altın bir yıl olarak tarihe geçer.

Gelelim markalara; hence son zamanların en fark yaratan atılımını Arçelik yaptı. Tüm firmalar bütçeleri doğrultusunda yoğun TV reklamları yapıyorlar. Bu kadar reklam kirliliği içerisinde, çoğunlukla fark edilmiyor bile. Alışlagelmiş cingılları, klişe haline gelmiş sloganları duyan tüketici, kulağını genellikle açmıyor bile. Arçelik, son günlerin popüler sinema filmi olan Cem Yılmaz imzalı Arif V 216 filmine sponsor olarak, markasını ve ürünlerini tüketicinin gözüne sokmayı başardı. Bu işe karar verenleri, sonrasında şehir şehir dolaşarak, galalara katılan ve farkındalığı vurgulayan ve sosyal medyada bunları etkin bir şekilde kullanan meslektaşlarımı kutluyorum. Gerçekten fark yarattınız. Yaptığınız bu hareket sadece Arçelik'e değil sektöre güzel geldi.

Fark yaratacak ürünler, fark yaratacak aktivitelerle tüketicinin ilgisini sektöre çekmek hepimizin yararına. Bu arada, sosyal medyayı başarı ile kullanan, klipleri fenomen haline gelen Profilo'yu kutluyorum. Çok daha uygun maliyetlerle ama çok efektif, gençlerin çokça seyrettiği kliplerini yaratanları kutluyorum. Yenilikçi uygulamalarla ilgili paylaşımlarınızı beyazadam@dagitimkanali.com.tr adresine bekliyorum.

Kalın sağlıklıca!



TÜRKBESD • Beyaz Dünya • Kasım 2017

		ÜRETİM	
		Kasım 2017	Kasım 2016
Adet / Yıl		2.393.454	2.527.079
Yüzde değişim		-%5	
		Ocak - Kasım 2017	Ocak - Kasım 2016
Adet / Yıl		26.475.790	24.204.469
Yüzde değişim		%9	
		İÇ SATIŞ	
		Kasım 2017	Kasım 2016
Adet / Yıl		555.546	658.610
Yüzde değişim		-%16	
		Ocak - Kasım 2017	Ocak - Kasım 2016
Adet / Yıl		8.084.969	6.908.912
Yüzde değişim		%17	
		İHRACAT	
		Kasım 2017	Kasım 2016
Adet / Yıl		1.955.325	1.909.375
Yüzde değişim		%2	
		Ocak - Kasım 2017	Ocak - Kasım 2016
Adet / Yıl		18.914.675	17.868.436
Yüzde değişim		%6	

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

Bosch Athlet RuntimePlus ile Köşe Bucak Temizlik

“Yaşam için teknoloji” sloganıyla yaşamı kolaylaştıran ürünler sunan Bosch Ev Aletleri, 2400 watt'lık bir süpürge'nin temizleme performansını sağlayan, yeni Bosch Athlet RuntimePlus Kablosuz Dikey Süpürgesi BCH 65RT25K'yı tüketicilerinin beğenisine sundu. Üstün temizlik performansı toz torbasız teknolojisi, tüm zeminlerde mükemmel temizlik sunan Allfloor HighPower turbo fırçası ve eşsiz SensorBagless™ teknolojisi sayesinde minimum temizlik eforu ile en zorlu alanlarda bile üstün temizlik sağlıyor. Bosch Athlet RuntimePlus'ın esnek başlığı ve geniş aksesuar kiti sayesinde normal zemin temizliğinin yanı sıra ulaşılması zor köşeleri, koltuk ve sehpa altlarını, perdeleri ve hatta arabalarınızı kablolarla bağlı olmadan rahatlıkla temizleyebilirsiniz. Athlet RuntimePlus Lithium-Ion teknolojisi sayesinde uzun ömürlü ve güçlü pilleri ile birlikte sunduğu 75 dakikaya kadar uzun çalışma süresi ve kısa sürede şarj olması ile benzerlerinden bir adım öndedir. Bosch Athlet RuntimePlus Kablosuz Dikey Süpürgeyi, EasyClean sistemi ve sadece 3 kg'lık ağırlığı sayesinde kolayca temizler, rahatlıkla kullanırsınız.



Sevginizin Işıltısı Mutfaklarda "Fakir Rosie"

Sevgilisine farklı bir hediye olarak onu şımartmak ve mutfakta harika lezzetlere imza atarken işini kolaylaştırmak isteyenlere Fakir Hausgeräte'nin yeni serisi Rosie şık ve fonksiyonel alternatifler sunuyor. Romantizmin sembolü gülün zarif pembesi ve altının ışıltısını yansıtan Rosie serisinde bulunan; Kaave Türk Kahvesi Makinesi, Sierra El Mikseri, Trex Dual Cam Hazneli Doğrayıcı ve Lucca Blender Seti kadınların mutfaktaki en büyük yardımcıları oluyor. Sevgilinizin mutfakta işini çok kolaylaştıracak Fakir Trex Dual, yemek yapmayı keyifli hale getiriyor. Trex Dual cam hazneli doğrayıcı, 500 ml kapasitesi ve çıkarılabilen 2 adet paslanmaz çelik bıçağıyla sert cisimleri kolaylıkla doğramaya yarıyor.



Kış Aylarında Arzum Multivit ile Sağlıklı Kalın

Arzum, Multivit katı meyve sıkacağı ile soğuyan havalarda ailenizi dinç ve sağlıklı tutmanıza yardımcı oluyor. Sebze ve meyvelerin sularını kolaylıkla sıkmanızı sağlayan ürün, pratik kullanımı ile de vakit kazanmanıza yardımcı olacak. Arzum Multivit katı meyve sıkacağı, çıkarılabilir posa haznesi ve damlamayı önleyen akıtma ağzı sayesinde temizlik konusunda kolaylık sağlıyor. 1.6 litre kapasiteli çıkarılabilir posa haznesi sayesinde daha fazla sebze ve meyvenin suyunu sıkan Multivit, 0,5 litre kapasiteli sürahiyle kolay bir şekilde servis edilebiliyor. Arzum Multivit, içerisindeki patentli çift katmanlı, 120 adet keskin bıçaktan oluşan paslanmaz çelik parçalayıcı süzgeç ile meyve ve sebzeleri iki kademeli olarak parçalıyor.



GoldMaster'dan Doğa Dostu Süpürge: Yıldız

Gelecek nesillere daha temiz ve yaşanılabilir bir çevre bırakmak amacıyla doğa dostu ürünleriyle destek veren GoldMaster, 8-14 Ocak 2017 Enerji Tasarrufu Haftası'nda çevre duyarlılığının artırılmasına katkıda bulundu. GoldMaster Yıldız Elektrikli Süpürge, 700W motoruyla maksimum performans gösterirken, enerjiden tasarruf ederek çevre dostu çözümler sunuyor. Türkiye'de üretilerek ekonomiye katkı sağlayan Yıldız Elektrikli Süpürge, HEPA filtresi sayesinde havadaki toz miktarını yüzde 99,9 oranında hapseder ve evinizin havasını temizler. Temizlik sonrası süpürge içerisindeki toz haznesini kolaylıkla boşaltılmasını ve temizlenmesini sağlayan tasarımıyla Yıldız Elektrikli Süpürge, ailenizle daha sağlıklı bir ortamda vakit geçirmenize yardımcı olur. Yıldız Elektrikli Süpürge, özel olarak tasarlanan süpürme aparatı sayesinde fayans, parke ve halı gibi zeminlerde A sınıfı performansı ile ev temizliğinde fark yaratıyor. Ayarlanabilen emiş gücü hızıyla yüksek enerji verimliliği sağlayarak gürültü kirliliğini önleyen Yıldız elektrikli süpürge, aile bütçenize de katkıda bulunuyor.



Philips'in En Akıllı ve En Güçlü Buharlı Ütüsü Azur Elite

Philips Azur Elite Buharlı Ütü, ısı ayarı gerektirmeyen OptimalTEMP teknolojisi sayesinde kotlardan ipek kumaşlara, ketenden kaşmire kadar tüm kumaş türlerinde sıfır yanma riski ile güvenli ütüleme imkanı sunuyor. OptimalTEMP teknolojisi ile kıyafetler, kumaş türlerine göre ayırmaya gerek kalmadan, istenilen sırayla, sıcaklık ayarını beklemezsiniz ve zaman kaybetmeden ütülenebiliyor.

En gelişmiş hareket sensörü olan DynamiQ sensör, hareketlerinizi takip ederek ütü hareket ettiğinde buharı otomatik olarak başlatır ve hareket etmediğinde ise durdurur. Böylece üstün rahatlık ve zahmetsiz ütüleme için ihtiyaç duyulan buhar basıncını ayarlayarak, otomatik olarak mükemmel miktarda buhar verir. Azur Elite, yüzde 50'ye kadar daha fazla güçlü ve sürekli buhar sunan dahili Turbo Buhar Pompası sayesinde en zor kırışıklıklar bile çok daha hızlı kayboluyor. 260 gramlık şok buhar çıkış performansı ile kırışıklıklara savaş açan Azur Elite, mükemmel buhar dağılımı için özel olarak tasarlanan 5 yıldızlı T-ionicGlide tabanının 6 katmanlı teknolojisi ile mükemmel bir kayganlık ve çizilmeye karşı dayanıklılık sağlıyor.



King Multivita ile Kış Aylarında Vitamin Takviyesi

Sağlıklı kahvaltılar ve günlük enerji takviyesinin vazgeçilmez olan taze narenciye sularını hazırlamak King Multivita ile zahmetsiz hale geliyor. Farklı narenciye boyutlarına uygun 2 sıkma topacı bulunan King Multivita, nar, portakal, limon, greyfurt gibi meyveleri posasız ve bol vitaminli içeriklere kolayca dönüştürüyor. 1 litre geniş sürühi kapasitesi kalabalık aileler için uygun kullanım imkanı sağlıyor; kullanım sonrası parçalar bulaşık makinesinde kolayca yıkanabiliyor. Özellikle, soğuk kış günlerinin olmazsa olmaz içeceği bol vitaminli narenciye suları King Multivita ile sofraları taçlandırıyor.



Hotpoint'le Mutfaklara Zarif Dokunuş

Hotpoint'in ankastre ürünleri tasarımlarıyla mutfaklara şıklık katıyor. Hotpoint'in 71 litrelik geniş iç hacmine sahip yeni nesil ankastre fırını 'multiflow' teknolojisiyle içindeki havayı eşit şekilde dağıtarak yemeklerin dört bir yanını kusursuzca pişiriyor. Aynı zamanda 'tarif uzmanı' da olan ankastre fırın, hazırlanan tarifler için ideal sıcaklık, fırın konumu ve pişirme süresi tavsiyelerinde bulunuyor. Üstelik teleskopik sürgülü raflar sayesinde pişirme işlemi esnasında bile kolaylıkla çekilen tepsilerde yemekler kontrol edilebiliyor. 'Aqua diamond clean' özelliğiyle kapağında iz ve lekeye izin vermeyen yeni nesil Hotpoint ankastre fırın şıklığından da asla ödün vermiyor.

Hotpoint'in 31 litrelik geniş iç hacimli yeni nesil mikrodalga fırını şık inox tasarıma sahip. 4 farklı pişirme fonksiyonuyla lezzetli yemekler vaat eden yeni Hotpoint mikrodalga fırın, 'multidalga teknolojisinin' sunduğu 'dinamik çıtır pişirme' özelliğiyle yemeklerin altını da üstünü de eşit ve çıtır çıtır pişiriyor. Yeni nesil Hotpoint mikrodalga fırın 'dinamik defrost' özelliğiyle de standart mikrodalga fırın buz çözme fonksiyonlarına göre buzları daha hızlı çözerek fark yaratıyor.



Yılın En Romantik Gününde Profilo'dan Kahvedan

Yaklaşan Sevgililer Günü ile birlikte tüm çiftleri yine bir heyecan sardı. Onu hatırladığınızı gösteren bir demet gül, romantik bir akşam yemeği ise günün olmazsa olmaz ritüellerinden biri. Bu romantizme teknolojik bir dokunuşla katılan Profilo, yepyeni Türk Kahve Makinesi Kahvedan ile romantik akşam yemeğine keyif katacak. 2018 yılı trendlerinde 'Yılın rengi' seçilen mor rengi ile de kalpleri fethedecek olan Profilo Türk Kahve Makinesi; aynı anda 6 fincan kahve yapma özelliği ile dostlarınızla buluşmalarınızda da size keyifli anlar yaşatacak. Kolay temizlenebilir özelliğinin yanı sıra çıkarılabilir geniş su haznesine de sahip ürün; sesli uyarı sistemi, dokunmatik kontrol paneli ve su taşmasını önleme özelliği ile de hayatı kolaylaştıracak.



Vestel'den Köpük 5000 Süt Isıtıcı

Vestel, küçük ev aletleri ailesinin son üyesi Köpük 5000 Süt Isıtıcı'yı annelerin beğenisine sundu. Vestel Köpük Süt Isıtıcı ile anneler, çocukları için her zaman aynı sıcaklıkta süt ısıtabiliyor, sütün sıcaklığını kontrol etmek için bileklerine damlatmaları gerekmiyor. Süt ısıtırken en korkulan sütün taşmasıdır. Vestel Köpük ile, annelerin bu derdi de tarihe karışıyor. Otomatik kapanma özelliği sayesinde sütün taşması engelleniyor. Paslanmaz çelik gövdeye sahip Vestel Köpük Süt Isıtıcı, maksimum 67,5 dereceye kadar süt ısıtma yaparken, sadece süt ısıtmakla kalmıyor, çocukların favorisi olan sıcak çikolata yapma imkanı da sunuyor.



Vestel ve P&G'den Tek Tuşla Deterjan Siparişi

Yeni nesil perakendecilik anlayışıyla nesnelerin interneti (IoT) üzerine çalışan Vestel, otomatik deterjan siparişi veren çamaşır makinesi ile ülkemizde akıllı ev konseptinin gelişimi için yeni bir adım attı. P&G işbirliğiyle Vestel çamaşır makinelerine entegre edilecek deterjan butonu, mobil uygulama üzerinden deterjan siparişini otomatik olarak verecek. 2018'in ilk çeyreğinde hayata geçecek proje ile birlikte, eve deterjan taşıma derdi bitecek. 2018 yılında 10 kilogram kapasiteli çamaşır makinesi satın alan tüketicilere dijital deterjan sipariş butonu 'Kolay Gelsin', Vestel ve Ariel iş birliği ile sunulacak olup, butonun kurulumu Vestel yetkili servisleri tarafından yapılacak. Eş zamanlı olarak tüketicinin akıllı telefonuna yüklenecek uygulama ile tüketicinin adres, kredi kartı bilgileri ve deterjan seçeneği sisteme girilecek. Evdeki deterjan azaldığında, kullanıcı makine üzerindeki butona basarak, siparişini otomatik olarak verecek. Vestel bu projede P&G'nin çamaşır deterjanı pazarı lider markası Ariel ile ilerleyecek.



Evlerde Enerji Verimliliği İçin Yenilikçi Çözümler Siemens'ten

Siemens'in A++ enerji sınıfı SN257I01MT bulaşık makinesi, sunduğu yüksek su ve elektrik tasarrufu miktarı ile dikkat çekiyor. Sadece 6.5 litre su tüketimi ile bulaşıkları yıkarken, Hijyen Ekstra opsiyonuyla yüksek ısıda maksimum hijyen elde ediliyor.

A+ enerji verimlilik sınıfına sahip düşük enerji tüketimi sağlayan quattroPower teknolojisi ile doğayı ve evinizin enerjisini düşünen ve yeni Q8 serisi VSQ8ECO66 kodlu proEnergy ve VSQ8K432 kodlu proPower elektrikli süpürgeler, kullanıcıları da yormuyor. Aynı zamanda powerSensor özelliğine de sahip olan yeni Q8 serisi VSQ8ECO66 ve VSQ8K432 elektrikli süpürgeler, toz torbası tamamen dolana kadar performansından taviz vermiyor ve daha seyrek torba değişimi imkânı sağlıyor.



AVM'lerin Tercihi ShopperTrak Şimdi Türkiye'de

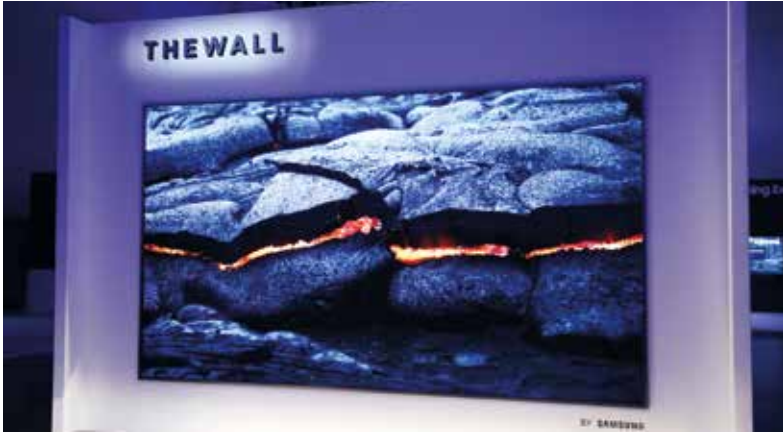
Türkiye'de Sensormatic güvencesiyle perakendecilerin hizmetine sunulan ShopperTrak, üç boyutlu kameralarla yakaladığı görüntüleri bulut tabanlı bir platform üzerinde analiz ediyor. Müşterilerin akıllı telefonlarından gelen Wi-Fi ve Bluetooth sinyallerini de algılayabilen entegre çözüm, bu sayede müşterilerin mağaza içindeki konumlarını analiz edebiliyor. İşletmeye ait satış verileri ve personel çalışma çizelgelerinin de bir veri kaynağı olarak entegre edilebildiği platform; mağaza, müşteri ve personel çerçevesinde elde ettiği verilerden anlamlı ve gerçekçi bilgiler çıkararak perakendecilerin satışlarını, performanslarını ve operasyonel verimliliğini iyileştiriyor. Kullanıcı dostu görsel analizler ışığında mağaza performanslarını çok boyutlu olarak karşılaştırabilen yönetim kademesi, daha etkin ve çabuk karar verme kabiliyeti kazanıyor.



Samsung'dan Dünyanın ilk Modüler 146-inç MicroLED TV'si "The Wall"

 Samsung Electronics, bugün CES kapsamındaki İlk Bakış etkinliğinde dünyanın ilk tüketici tipi 146-inç modüler MicroLED TV modeli olan "The Wall"u tanıttı. Samsung'un ekran teknolojisindeki son yeniliklerle birlikte gelen modüler, kendinden ışık yayan MicroLED 146-inç TV, televizyonun bir yandan üstün izleme deneyimi sağlarken bir yandan da merkezi bağlantılı smart hub yaklaşımıyla günlük yaşamı zenginleştiren bir imkâna nasıl evrildiğini gösteriyor. Samsung'un MicroLED teknoloji ile ilk modüler televizyonu olan 146-inçlik "The Wall" modeli boyut, çözünürlük veya biçim ayırt etmeksizin, inanılmaz kesinlikte bir görüntü kalitesi sunuyor. Yeni TV mevcut LEDlerden çok daha küçük ölçekli ve her biri kendi kendilerine ışık kaynağı olarak hareket eden mikron ölçeğindeki (µm) LEDler ile kendinden ışık yayıyor.

The Wall modelinde kullanılan MicroLED teknolojisi renk filtresi veya arka aydınlatmakullanımını ortadan kaldırmasına rağmen izleyiciye ulaşılmış en yüksek kalitede seyir deneyimini sunuyor. Ayrıca, MicroLED ekran teknolojisi, ışık kaynağının kullanım ömrünü uzatıp güç tüketimini azaltırken, dayanıklılığı ve verimliliği zirveye çıkararak geleceğin ekran teknolojisinin standartlarını da yeniden belirliyor.



GoldMaster Vita ile Güne Bol Vitaminle Başlayın

 Kış mevsiminin sevilen meyveleri Goldmaster Vita Katı Meyve Sıkacağı ile lezzetine tazelik katıyor. 800W performansı ile Vita Katı Meyve Sıkacağı, besin değeri yüksek, vitamin deposu meyveleri taze bir şekilde tüketmenize yardımcı oluyor. 2 farklı hız kademesiyle Vita Katı Meyve Sıkacağı, meyvenin sertliğine göre ayarlanarak kullanım kolaylığı sağlıyor. Paslanmaz çelik doğrayıcı bıçaklarıyla sağlığınıza dost Vita Katı Meyve Sıkacağı, damlatmayı önleyen musluk yapısıyla tezgâhınızı temiz bırakıyor. Şık tasarımıyla mutfağınıza renk katacak Vita Katı Meyve Sıkacağı 750 ml sürühisi ile kış boyunca başgışıklık sisteminiz güçlü kalsın.



Bir Aşk Hikayesi; Singer Dikiş Makinesi

 Aşkı ifade eden sembol herkese göre kırmızı bir kalp olabilir. Ancak Singer'e göre iki kişi arasındaki ölümsüz bağın simgesi bir dikiş makinesi... Çünkü Isaac Merritt Singer, ilk dikiş makinesini 1850 yılında tüm kalbiyle sevdiği eşi için icat etti. O günden beri ürettiği her model, marka için aşkın yeni bir ifadesi demektir. Singer şimdi de Sevgililer Günü için pembe düşler kuranlara pembe rengiyle dikkat çeken Simple 3223R modelini geliştirdi. Model; sadece özel bir hediye olarak Sevgililer Günü'ne değil, pratik özellikleri ile hayal gücüne de renk katıyor, aynı zamanda kadınların tüm hünerlerini ortaya çıkartıyor. Singer'in pembe renkli Simple 3223R modeli, 28 değişik dikiş ve dekoratif desenin yanı sıra 5 mm genişliğinde zigzag da yapıyor ve 4 adımda ilik açabiliyor. Esnek dikiş, çevrilebilir desen seçici ile desen seçme, overlok dikişi, geri dikiş, serbest kol dikişi, 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 dikişi) modelin diğer özellikleri arasında...



Fakir Teatime ile Sıcacık Çay Keyfi

 Fakir Teatime Çay Makinesi, hızlı ve pratik demleme özelliğiyle doyurucu çay keyfi sunuyor. Demli, kıvamlı ve mis kokulu çaylar demlemek isteyenlerin tercihi olan Teatime, ayrıca sağlığına özen gösterenler için de şifalı bitki çayları demleme özelliğine sahip. Teatime çay makinesi 1,7 litre kapasiteli su ısıtıcısı ve 0,7 litre kapasiteli cam demliğiyle iki temel parçadan oluşuyor. Paslanmaz çelik su filtresi ve çelik çay süzgeci çayın lezzetini bozmadan kıvamlı demlenmesini sağlıyor. Çayı sürekli sıcak tutma özelliğine sahip Teatime, hem çay demleme makinesi hem de su ısıtıcısı olarak da kullanılabilir. İşlevselliğinin yanı sıra dekoratif tasarımıyla da dikkatleri çeken Teatime'ın kırmızı, beyaz ve violet renk seçenekleri bulunuyor.



Geleceğin Mutfakları Siemens Ankastre ile Evlere Geliyor



Ankastre öncü markası Siemens Ev Aletleri; fonksiyonelliği, estetik tasarımı ve ileri teknolojiye sahip kullanım özellikleri ile modern hayatın tüm gereksinimlerini karşılıyor. Aynı zamanda hayatı kolaylaştırarak tüketicilere hareket özgürlüğü sağlıyor. “Geleceğin Tasarımlarını” evlere taşıyan Siemens, uzaktan kontrol sağlayan Home Connect teknolojisine sahip IQ700 serisi HN678G4S6 fırın, CT636LES6 otomatik kahve makinesi ve hassas alev kontrolü sağlayan stepFlame teknolojisine sahip ankastre ocak ürünüyle de “heyecan verici olasılıklar”ı evlere taşıyor.

Elektrikli fırın, mikrodalga ve buhar destekli pişirme özelliklerinin tamamını bir arada bulunduran IQ700 serisi HN 678G4S6 ankastre fırın, “tek fırında çok fırın”ı mutfaklara getiriyor. Buhar destekli pişirme sağlayan pulseSteam özelliği sayesinde yemekleri kurutmadan pişiren IQ700 ankastre fırın, varioSpeed özelliğiyle geleneksel pişirme seçeneklerinden birini entegre mikrodalga fonksiyonuyla birlikte yemeklerin hazırlanma süresini, kalitesinden ödün vermeden hızlandırıyor.

Profilo'dan Yeni Çamaşır Kurutma Makinesi

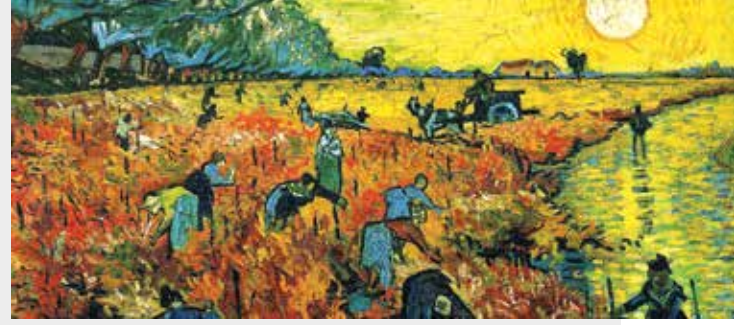
Profilo, özellikle soğuk kış günlerinde çamaşır kurutma derdi ile baş edemeyenleri yepyeni çamaşır kurutma makinesi ile tanıştırdı. Son teknoloji ile geliştirilmiş ısı pompalı çamaşır kurutma makinesi, dokunmatik dijital ekranı ile de dikkat çekiyor. Isı pompası teknolojisine sahip Profilo Kurutma Makinesi, sahip olduğu kompresör sistemi sayesinde ısıtıcıya gerek olmadan kurutma için ihtiyaç olan sıcak havayı tambura veriyor ve eşyalar hem yıpranmadan hem de daha az enerji harcanarak kurutuluyor.

Ekspres 40' hızlı kurutma programı ile de okul çağında çocuğu olan ve her gün onların kirli çamaşırlarıyla boğuşan hassas annelerin imdadına yetişen Profilo Kurutma Makinesi ile çamaşır asma derdi de sona eriyor. Yünlüler, havlular ve spor giysiler için geliştirilmiş özel programları ile çamaşıra göre kurutma yönteminin belirlenebildiği Profilo Kurutma Makinesi, farklı kurutma ayarları ile çamaşırları istenilen seviyeye göre kurutuyor ve ütüye hazırlıyor. Ayrıca Kırışık Azaltma Sistemi de çamaşırları program sona erdikten sonra 60 dakika boyunca kırışmadan muhafaza ediyor.



Loving Vincent

Loving Vincent, modern resmin babası sayılan dünyanın en büyük ressamlarından Hollandalı Vincent Van Gogh'un çalkantılı hayatına eşsiz bir bakış. En sevdiğim ressam olan Van Gogh'un iki ünlü “Starry Night” tablosundan birinin kopyası da yıllardır yatağımın başında asılıdır. Film, inanılmaz bir çalışma sonucu ortaya çıkarılmış. 100 ressamın 60.000'in üzerinde yağlıboya, suluboya ve karakalem çalışması, gerçek oyuncuların oyunlarının üzerine çizilerek meydana getirilmiş. Bu da Van Gogh gibi dünyanın belki de en üretken ressamına yaraşır, inanılmaz emek-yoğun bir çaba olmuş. Sonuç, neredeyse mükemmel. Sinema salonunda edinebileceğiniz izleme tecrübelerinin en özellerinden birini sakın kaçırmayın.



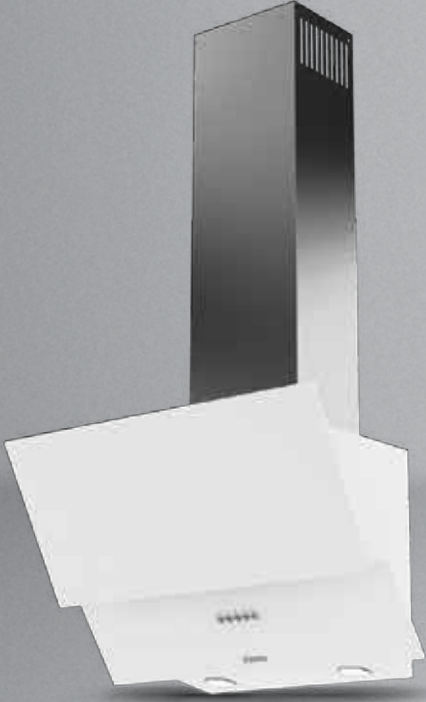
Film, Vincent Van Gogh'un 1890'da 37 yaşındaki intiharından 1 yıl sonrasında geçiyor. Kardeşi Theo'ya (sağlığında Theo'ya yazdığı yüzlerce mektup halen çeşitli müzelerde/ koleksiyonlarda mevcuttur) bıraktığı son mektubu ancak keşfediliyor. Postacısı, (resimlerindeki meşhur postacısı) bu mektubu yerine iletmek üzere (yine başka bir tablosuna konu olmuş Armand Roulin) oğlunu görevlendiriyor. Armand, Van Gogh'un akıl hastanesinden çıktıktan sonra, (Van Gogh kulağını kesip bir fahişeye hediye etmişti -yaygın kanının aksine tamamını değil, sadece kulak memesini) Fransa'daki son günlerinin izini sürüyor. Van Gogh tablolarında kişilerle karşılaşp, olayı aydınlatmaya çalışıyor. Bu kişiler arasında, zamanının satış rekorunu kıran tablosuna konu olan Dr. Gachet de var, kızı da, kaldığı hanı yöneten kız da. İşini aşkla yapan insanların en ünlü örneklerinden olan Van Gogh, 28 yaşında ilk defa eline fırça almış ve 37 yaşında intihar edene kadar benzeri görülmemiş bir şekilde 800'ün üzerinde yağlı boya tablo ve 1000 in üzerinde karakalem çalışma yapmıştır. Ne yazık ki, bunlardan sadece birini (Kırmızı Şarap Bağı- Bkz. Resim-Moskova Puşkin Müzesi) satabilmesi trajik ölümüne kadar giden yolu ardına kadar açmıştır.

Film, Van Gogh'un güçlü, canlı, fırtınalı fırça darbelerinin ruhunu çok iyi yansıtıyor. Hipnotize edici, benzersiz bir sinema deneyimi. Sinemayı sanat yapan nadir filmlerden biri. Bir başyapıt olmasını engelleyen tek şey, senaryosunun görselliği kadar mükemmel olmaması. Ancak, yine de hayatımda seyrettiğim en muhteşem animasyon filmlerden (gerçek oyuncuların üzerine çizilmiş olsa da) biriydi. Böyle eşsiz bir deneyimin de dört dörtlük bir senaryoya ihtiyacı yoktur.

SinemAdem iyi seyirler diler.

Hem uygun fiyat hem de ankastre, Altus'lar Yeditepe'de!

Alırsın konu kapanır!



YEDİTEPE
DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI

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



BEYAZ EŞYA VE ANKASTRE SEKTÖRÜNDE İNŞAAT PROJE SATIŞLARI LİDERİ



ASYA GRUP
İKLİMLENDİRME İNŞAAT
SANAYİ TİCARET LTD. ŞTİ.

Merkez: Barbaros Mah. 201 Sok.
No:2/A Bağcılar/İSTANBUL
Tel: 0212 515 49 09

Şube: Beştelsiz Mah. Prof. M.Aksoy Cad.
No:30/19 Zeytinburnu/İSTANBUL
Tel: 0212 510 10 44

ÇÖZÜM ORTAKLARIMIZ

SIEMENS

**MITSUBISHI
ELECTRIC**

SILVERLINE
ANKASTRE

airfel

arc
TEKNİK ISITMA VE
SOĞUTMA SİSTEMLERİ