

Ey Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

DAĞITIMKANALI



AYDA BİR YAYINLANIR / MAYIS 2018 / YIL: 20 / ISSN 1302 308X / www.dagitimkanali.com



227

VHEP YENİ *Teknolojin hep yeni* **ile Hedef:** **Fortune 500**



HEFİST

İSTANBUL EV ELEKTRONİĞİ
BEYAZ EŞYA ANA VE YAN SANAYİ FUARI

20-23 HAZİRAN 2018

İSTANBUL FUAR MERKEZİ
9-10 Numaralı Holler

www.hefist.com

ANA SPONSOR

 **arçelik**

DESTEKLEYENLER



MEDYA SPONSORU

SUBCONTURKEY
YAN SANAYİ VE TEDARİKÇİ GAZETESİ

DAĞITIMKANALI



ORGANİZASYON



ATIS
FUARCILIK

İlkleri başarmanın sırrı çok derinlerde!

Türkiye'nin ilk derin dondurucu üreticisi olarak
64 yıl önce çıktığımız başarı yolunda, kazandığımız soğutma tecrübesiyle
dünyanın en büyük şirketlerine çözüm üretiyoruz.

**Tam 142 ülkeye ulaştırdığımız Uğur ürünleriyle
ülkemizin değerine değer katıyoruz.**

**Öncü firma olarak ilkleri başaran, değişime ve
gelişime inanan vizyonumuzla hep daha iyisi için çalışıyoruz.**



Çağrı Merkezi
444 84 87

[YouTube](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [Twitter](#) /ugursogutma

ugur.com.tr

UGUR

MAYIS 2018 • SAYI: 227

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net
+90 542 215 31 37

Editör
Hüseyin Ekmekçi
huseyin.ekmekci@dagitimkanali.com.tr

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

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

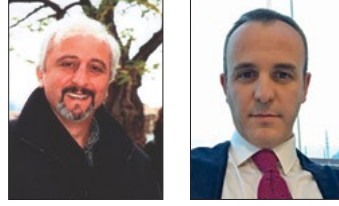
Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel süreli yayındır.

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



6 **ÖZEL HABER**
“Hedefimiz; Fortune 500’e Girmek”

10 **RÖPORTAJ**
“Whirlpool Yönetimi Bize
Ahde Vefa Gösterdi”

16 **ÖZEL HABER**
IFA NEXT’te Akıllı Cihazlar, Yapay Zeka ve
8K Televizyon Geçidi

20 **RÖPORTAJ**
“Çözüm Ortağı Olduğumuz Firmaların
İş Yüklerini Azaltıyoruz”

42 **MAKALE**
Bahri Olgun - Alpay Kajan

50
52 **YENİ ÜRÜN**
Arzum Olympia ile Zaman Var

56

REKLAM DİZİNİ

VESTEL	Ön Kapak	www.vestel.com.tr
HEFİ	Ön Kapak İçi	www.hefist.com
UĞUR	1	www.ugur.com.tr
ŞENOCAK	3	www.klimasan.com.tr
IFA	4	www.b2b.ifa-berlin.com
DELTA	5	www.deltasogutma.com.tr
VESTEL	7	www.vestel.com.tr
ÇETİNTAŞ	9	www.cetintashbeyesya.com.tr
FANSET	15	www.fanset.com
ARÇELİK	17	www.arcelik.com.tr
TEKA	19	www.teka.com.tr
HTS	21	www.h-t-s.com.tr
ARNİCA	23	www.arnica.com.tr
ROYAL GREEN	25	www.rosuaritma.com
PROFİLO	28-29	www.profilo.com
POZİTERA	31	www.pozitera.com
KING	33	www.king.com.tr
ARZUM	35	www.arzum.com.tr
HOOVER	37	www.hoover.com.tr
SINGER	39	www.singer.com.tr
SİMFER	41	www.simfer.com.tr
GOLDMASTER	43	www.goldmaster.com.tr
REGAL	47	www.regal-tr.com
KUMTEL	49	www.kumtel.com
FAKİR	51	www.fakir.com.tr
ROLLSİS	53	www.rollsiss.com
DÖNERCİ CELAL USTA	55	www.donercicelalusta.com
YEDİTEPE	Arka Kapak İçi	www.yeditepepazarlama.com
HOTPOINT	Arka Kapak	www.hotpoint.com.tr

SENOCAK

DERİN DONDURUCU

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



Bir asırlık tecrübesiyle
ŞENOCAK DERİN DONDURUCU
HESAPLI TAZELİK



Tüm Türkiye
genelinde
YAYGIN YETKİLİ
SERVİS AĞI



Doğaya saygılı,
düşük enerji tüketimli
ÇEVRE DOSTU
ÜRÜNLER

MADE IN
TURKEY

www.klimasan.com.tr

444 0 789

BIG DEAL

WELCOME TO EUROPE'S
BIGGEST SOURCING PLATFORM

IFA Global
Markets
STATION-BERLIN, 2-5 SEP 2018

SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsöylemez@dagitimkanali.net

Ramazan Geldi Hoş Geldi

Merhaba

Mayıs, bereket ayı aynı zamanda Ramazan ayı.

Dergimiz bu ay uzun bir aradan sonra, 56 sayfa olarak yayınlandı. Sebebine gelince, Ramazan ile birlikte yaz durgunluğuna girecek olan piyasalarda tüm aktiviteleri Ramazan'dan önce yapma telaşı vardı. Dolayısıyla, tüm bu aktiviteleri ve haberleri izlemek istediğimiz için dergimizin sayfa sayısını artırdık. Umarım Mayıs sayımızı severek okursunuz.

Zor bir yılın içindeyiz, zor günlerden geçiyoruz, erken seçim kararı ile yıl başından beri perakendedeki durgunluk had safhasına geldi, Sektörde ÖTV ya da KDV indirimi şeklinde bir can suyu beklentisi var; umarım, en kısa zamanda bu beklenti karşılanır ve perakende akışı sağlanmış olur.

Nisan ayı sonunda İFA'nın davetlisi olarak Roma'da yapılan Global basın toplantısına katıldım. 3 gün süren toplantıda, dünyanın dört bir yanından gelen 360'a yakın basın organından birisi de Dağıtım Kanalı Dergisi oldu. İFA Fuarı, bu yıl 31 Ağustos-5 Eylül tarihleri arasında Berlin'de yapılacak, toplantı ile ilgili geniş bilgiyi dergimizin ilerleyen sayfalarında bulabilirsiniz.

Bu ayki kapağımız Vestel

Mart ayı içinde Vestel bayileri, Genel Müdür Ergün Güler'in de katılımı ile Kıbrıs'ta toplandı ve yılı değerlendirdiler, bu toplantı ile geniş bilgiyi dergimizde okuyabilirsiniz.

Dergimizde ayrıca, Hotpoint'in katkıları ile hazırladığımız Hotpoint Ankara bayisi Gümüşçü DTM ortaklarından Aydın Beşler'in bayilik hikayesini, HTS Servis Çağrı Merkezi Yöneticisi İlknur Albayrak Özer'in başarı hikayesini ve daha birçok haber ve röportajımızı zevkle okuyacağınızı umuyorum.

Ramazan Bereketinin üzerinizde olması dileği ile...

IFA-Contact:

Goca Fuar Kongre ve Sergi Hizmetleri Ltd.Şti.

Tel. +90 216 5180397

ebru@goca-exhibitions.com

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



“Hedefimiz; Fortune 500’e Girmek”

16-18 Mart'ta Kıbrıs'a çıkarma yapan 600 Vestel bayisi hem moral depoladı hem de Zorlu Holding ve Vestel'in en yetkili ağızlarından Vestel'in geleceğine, yeni pazarlama ve satış yöntemlerine, hedeflerine ilişkin bilgi sahibi oldu. Vestel Ticaret AŞ Genel Müdürü Ergün Güler; “Aynı Fortune 500'deki şirketler bir platform haline geleceğiz. Hedefimiz; Fortune 500'e girmek.” dedi.

HABER: YILDIRIM SÖYLEMEZ



Vestel, 16-18 Mart 2018 tarihleri arasında 600 bayisi ve üst düzey yöneticileri ile Kıbrıs'a çıkarma yaptı. 3 gün süren bayi toplantısında Vestel bayileri, Shaman Dans Grubu'nun gösterisi, Aşkın Nur Yengi ve Ümit Besen'in şarkılarıyla moral depoladı. Zorlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Zorlu, Zorlu Holding CEO'su Ömer Yüngül, Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan, Vestel Ticaret AŞ Genel Müdürü Ergün Güler'in katıldığı bayi toplantısında ise Vestel bayileri en yetkili ağızlardan Vestel'in geleceğine, yeni pazarlama ve satış yöntemlerine, hedeflerine ilişkin bilgi sahibi oldu.

Vestel'in en önemli iş ortakları olan bayilere kapsamlı bir sunum yapan Vestel Ticaret AŞ Genel Müdürü Ergün Güler; “2012'de genel müdür olduğumda, koyduğum hedefler vardı. ‘Beyaz eşyacı değil, perakendeci olacağız.’ demiştik. O yöne doğru gittiğimizi görüyoruz. Ben, hedeflerden daha önemli olarak büyük resme bakıyorum. Şu anda dünyada iki devrime şahitlik ediyoruz: Jeopolitik devrim ve dijital devrim. Jeopolitik devrimin sinyalleri geliyor bir süredir. Dünyada bir eksen kayması yaşanıyor. OBOR deniyor buna. Yani One Belt One Road (Bir Kuşak Bir Yol). Dünyada 65 ülkeyi bir araya getiren bir kuşak. Sadece, 65 ülkeyi bir araya getirmiyor, dünyadaki

ekonomik büyüklüğün de yüzde 75'ini temsil ediyor. Çin'den başlayan yeni bir değişim. Hem karayolu hem deniz yolu olarak Türkiye keşişim noktasında, dünyanın en büyük havalimanı da açılınca keşişim tamamlanacak.” diye konuştu.

“Değişim başladı”

Bu değişimin başladığını belirten Güler; “Fortune 500 diye bir liste var. Her yıl, dünyanın en değerli 500 şirketini sıralıyor. 2005 yılında, Fortune 500'de Asyalı şirket sayısı 123, Çinli şirket sayısı 18. Sadece 12 yıl sonra 2017'de Asyalı şirket sayısı 197, Çinli şirket sayısı 109. Nereden azalıyor? Avrupa 170'den 140'a, Amerika 190'dan 140'a iniyor. Yani değişim başladı. Ticari olarak da değer olarak da değişim başladı. ABD Doları 1920'den beri rezerv para birimi. Bundan önceki yüzyıllarda var olan rezerv para birimleri (Portekiz, İspanya, Hollanda, Fransa, İngiltere para birimleri) 90 ila 115 yıl arasında bu işlevi yerine getirmiş. Doların rezerv para birimi olmasının üzerinden 97 yıl geçmiş. Yani eli kulağında.” dedi.

“Güç kayması doğruya doğru giderken, entelektüel kayma da doğruya doğru yöneliyor. Google gibi şirketlerin CEO'su eskiden ABD'li olurdu, İngiliz olurdu.” diyen Güler; “Şimdi Hintli, Çinli

CEO'lar var. Google'ın CEO'su diyor ki: ‘İnsanoğlunun bugüne kadar gördüğü bütün devrimleri topla 10'la çarp, insanoğlu ve sanayi üzerinde o kadar bir etki yapacak.’ Biz Türkiye olarak, bu devrimin hiçbir yerinde değiliz, bunlar ön sinyaller. Prof. Peter Drucker ne diyor: ‘Bugün işini dün yaptığın gibi yapıyorsan, muhtemelen yarın iş yapmıyor olacaksın.’ Yeni iş bul demiyor, ‘yaptığın işi farklı yap’ diyor. Tam çağ o çağ. Daha net bir örnek vereyim. Fortune 500'ün ilk 10 şirketine bakalım. 2005 yılında ilk 10'da dijital teknoloji şirketi sadece bir tane, Microsoft. İki finans şirketi, üç petrol şirketi, bir sanayi şirketi. Bugüne bakalım ilk 6 şirket teknoloji şirketi: Facebook, Amazon, Apple, Microsoft, Google, Alibaba. Bunlar sadece yazılım yapmıyor, değer yaratıyor. Artık değer sadece üründe değil, değer hizmette, abonelikte, üyelik sistemlerinde. Bu şirketlerin yaptığı o. O değer in hammaddesi de veri. İlk sıradaki Apple'ın değerinin bu olması telefonda kaynaklanmıyor. İçindeki tüketici alışkanlıkları. 12 yıl önceki listenin ilk 10'undan hiçbiri yok. Yani dün yaptığı gibi iş yapanlar artık yok. Daha farklı iş modeli yapanlar, iş modeli geliştirenler artık listede. Daha da önemlisi 2005'teki şirketlerin toplam piyasa değeri 2 trilyon dolar. Bu yeni şirketlerin piyasa değeri 6 trilyon dolar. Demek ki konu sadece ilk 10'a girmek değil, değer katılarak artıyor.” şeklinde konuştu.

çok netiZ

Full HD Plus Ekran

venus Z20



Altın İnci Sedef
Sarı Siyahı Mavisi

Çift kamera ile portre modunda çekilmiştir.



Ergün Güler

“Değeri veri yaratıyor”

Güler; “Günümüzde gelecek artık elektrikli arabada. Elektrikli şarj aletleri ihraç ediyoruz. Elektrikli araba üretimi için zaten adımlarımızı attık. Bundan sonrası için kiralama hizmeti de sunmayı planlıyoruz. Hedefimiz; Fortune 500’e girmek.” dedi.

Güler, şunları söyledi: “Amazon e-ticaret yapıyor ama işinin aslında küçük bir bölümü. Amazon’un en büyük gelir kalemlerinden birincisi yılda 2.5 milyar dolar reklam geliri. Yine Amazon’un en büyük ve en karlı işi TV filmi ve dizisi üretiyor ve satıyor, kiralyor olması. Washington Post’u satın aldı. Geçen yıl süpermarket zinciri Whole Foods’u satın aldı. Neden? Çünkü tüketici verisi var. Verileri toplayarak bir değer yaratmak istiyor.”

“Hayal kurduk, hayalci olmadık”

“Vestel bu dijital dönüşümün neresinde?” sorusuyla devam eden Güler; “Endüstri 4.0’ın öncüsüyüz. Büyük devrimlerin altında mutlaka disiplinli ve düzenli eğitim çabası vardır. Bizim 4.0’daki okulumuz, Rönesansımız Vestel Perakende Akademisi. 64 konuda 400 sınıf açtık. 3 bin 750 kişiyi eğitim gördü” dedi. V Taksit ve V Hepyeni ile bir değer yarattıklarını söyleyen Güler; “Geçen yıl temmuzda V Taksit başladı. Ocak ayında da V Hepyeni uygulanmaya başladı. Taksitlerin yüzde 85’i mağazadan ödeniyor. Televizyonla başlayan V Hepyeni mayıs ayında Venus Z20 ile devam edecek. Sonra, beyaz eşya ve küçük ev aletlerini bu sisteme dahil edeceğiz. Bu sistem, bizi nereye götürecektir? Bu logoları gördüğümüz mağazalarımızda Digturk, D Smart, Tivibu gibi şirketlerin paketlerinin de V Hepyeni ile birlikte vereceğiz. Örnek, 55 inç TV’nin aylık kiralık bedeli 230 TL. Digturk’ün spor paketi aylık 120 TL. Biz diyeceğiz ki, 230 TL’lik aboneliği yapan tüketici, sadece 20 TL vererek Digturk Spor Paketi’ne de abone olacak. Sadece bir şirketle işbirliği yapmayacağız. Aynı Fortune 500’deki şirketler bir platform haline geleceğiz. Biz, kendi yayınlarımızı da yapacağız. Hayal kurduk, hayalci olmadık. Bunların hepsini ikinci çeyrekte

yapacağız. Bu kontratların aylık gelirinden siz de kazanacaksınız.” şeklinde açıklama yaptı.

“Gelecek elektrikli araçta” diyen Güler, şöyle devam etti: “Bizim holdingimiz ve Vestel araca yatırım yaptı. Uygun olan bayilerimizin önüne elektrikli araç şarj aleti koyacağız. Belki de çok yakında araç da kiralayacağız. Örneğin V Hepyeni aboneliği araç da kiralayabilecek. Beyaz eşya ile beraber otomatik dozaj sistemini gördünüz, deterjan da gelecek. Siz mağazanıza deterjan koymayacaksınız, siz kontratı satacaksınız. Adam süpermarket satın alıyor sokağa inebilmek için, eczane satın alıyor sokağa inebilmek için. Biz, zaten sizlerle sokaktayız. O verilere sahip olacağız. Ve bu bizi nereye götürecektir biliyor musunuz? Fortune 500’e gireceğiz. Ben hesabımı yaptım, biz bu sisteme 1 milyon abone sokarsak, şirket piyasa değerine asgari 3 milyar dolar ekliyoruz.”

“Sen büyümezsen başkası büyür”

İSO 500 ve Borsa İstanbul’da 2012 yılından bu yana her yıl yüzde 30 büyüyen tek şirketin Vestel olduğunu belirten Ergün Güler; “Sen büyümezsen başkası büyür. Hedefimiz, yüzde 40 büyümek olmalı.” dedi. Dijital devrimde veri toplama üssünün cep telefonu olduğunu belirten Güler; “V Hepyeni kadar

cep telefonu yatırımlarımız da önem arz ediyor. İlk başladığımızda yüzde 1 pazar payı, 2016 yılında yüzde 3’le dördüncü sıradayız. Geçen yıl yüzde 5 pazar payı ile üçüncü olduk. Bu yılki hedefimiz yüzde 10. Yapacağız hiç şüphem yok. Yeni ürünlerimiz de geliyor” dedi. Ergün Güler; “Beyaz eşyada da Türkiye pazarı geçen yıl yüzde 10 büyüdü. Vestel ailesi yüzde 20 büyüdü. Biz, herkesten daha hızlı büyüdük. Sadece büyüme mi? Hayır, Türkiye’nin en çok satan buzdolabını siz satıyorsunuz. 10 kg.’lık çamaşır makinesinde yüzde 25 pazar payı ile lideriz. Klimada 2012 yılında sadece yüzde 7 olan pazar payımız bugün yüzde 21. Bizim davamız ciro yapmak, kar yapmak değil. Bunları tabii ki yapacağız. Davamız önce ülkem, sonra kurumum sonra ailem. Dava bu. Bu davada sizin başarılı olduğunuz her bir adım, bu ülkenin geleceğine katkıdır, çocuklarımızın aydınlık geleceğine katkı.” diye konuştu.

Kafe Vesto

Konuşmasında, Kafe Vesto’ya da değinen Ergün Güler; “Vestel’in müşterilerine daha iyi hizmet sunabilmek ve Vestel ürünlerini daha yakından tanımalarını sağlamak amacıyla, Kafe Vesto’ları açtık. Kafe Vesto mağazanın trafiğini 20 kat, cirosunu ise 8 kat artırmayı başardı.” şeklinde sözlerini tamamladı.



Çetintaş
beyaz eşya • ısı • inşaat



Sizin **Evii**'niz
Sizin Tercihiniz...

Çetintaş
evii
a n k a s t r e

“Whirlpool Yönetimi Bize Ahde Vefa Gösterdi”

Gümüşçü Dayanıklı Tüketim Malları Limited Şirketi Sahibi Aydın Beşler, “Bizim Whirlpool yönetimiyle ilişkimiz her zaman iyi olmuştur. 20 yıllık süreçte, birçok yönetimle çalıştık. Ama şu andaki yönetim bize Ahde Vefa göstererek, güven duyduklarını ifade etti. Bize, her zaman destek oldular. Firmamızın büyümesi yönünde zor zamanlarımızda yanımızdaydılar.” diyor.

RÖPORTAJ: YILDIRIM SÖYLEMEZ





Aydın Beşler



Dedesinden başlayan esnaflık geleneğini, 13 yaşından itibaren sürdürmeye ve geliştirmeye başlayan, perakendeciliği temelinden öğrenmiş, ileri görüşlü, yenilikçi bir iş adamı olan Gümüşçü Dayanıklı Tüketim Malları Limited Şirketi Sahibi Aydın Beşler'le yaklaşık 40 yılını verdiği ticaret hayatının basamaklarını, projelerini, hedefleri, hayallerini ve 20 yıla uzanan Hotpoint serüvenini konuştuk. Beşler, Ankara'da İtfaiye Meydanı'nın ucuzluğuyla şöhret yapan, bütün satış tekniklerinin öğrenildiği bir satış okulu olduğunun altını çizerek, "Müşterinin satın alma eğilimi varsa, orada mutlaka satış gerçekleştirilir. Ben de İtfaiye Meydanı'nda, aynı anda üç-dört kişiye cevap vermeyi, aynı anda iki kişiye ürün satmayı, müşterinin hareketinden, tavrından ve konuşmasından beklentisini anlamayı, buzdolabı almak için gelen müşteriye şofben de vermeyi öğrendim." ifadelerini kullanıyor.

Ticaret hayatına nasıl başladınız?

Dedem, Ankara'da At Pazarı ismi verilen semtte bakliyat ürünleri satışı yapan bir esnafı. Babam da Ankara'nın eski esnaflarından biridir. İki kuşaktır esnaflık yapan bir aletin çocuğu olarak, ticaret hayatına 13 yaşında başladım. Yaklaşık 40 yıllık esnaf olarak, perakendeciliğin temelinden geliyorum. 15 yaşındayken, bakliyat ticareti yapan dedemle birlikte, semt pazarlarında pirinç, nohut, bulgur ve fasulye satıyorduk. 17 yaşında dedemlerin yanından ayrılarak, karpuz, kavun gibi yaş sebzelerin satıldığı bir firmada görev aldım. 18 yaşından askerlik görevimin

başladığı 20 yaşına kadar; Anafartalar mahallesindeki Çıkrıkçılar Yokuşu'nda yer alan Adana Pazarı'nda tezgahtar olarak züccaciye, tekstil, manifatura ve mefruşat ürünlerinin satışını başarıyla gerçekleştirdim.

Beyaz eşya sektörüyle nasıl ve ne zaman tanıştınız?

Sivas ve Edirne'de yerine getirdiğim askerlik görevimin ardından, Ankara'ya döndüm ve Ümit Ticaret isimli Arçelik bayisinde çalışmaya başladım. Böylece, beyaz eşya sektörüyle tanışmış oldum. Bu firmada 3 sene sürdürdüğüm çalışmamla, beyaz eşya satış yöntemleriyle ilgili yeterli bilgiye sahip oldum. Daha sonra, şartlarda anlaşamamaya firmadan ayrılınca; Ankara'nın spot pazarı olarak bilinen İtfaiye Meydanı'nda bulunan, akrabam Sadık Şimşek'e ait 80 metrekarelik Üçel Elektronik beyaz eşya firmasında görev almaya başladım.

İtfaiye meydanı Ankara'nın Doğubank'ı olarak biliniyor. Siz İtfaiye Meydanı'nda çalışarak ne gibi kazanımlar elde ettiniz?

Ankara'da İtfaiye Meydanı ucuzluğuyla şöhret yapmıştır. Ama aynı zamanda, İtfaiye meydanı, bütün satış tekniklerinin öğrenildiği bir satış okuludur. Müşterinin satın alma eğilimi varsa, orada mutlaka satış gerçekleştirilir. Ben de İtfaiye Meydanı'nda, aynı anda üç-dört kişiye cevap vermeyi, aynı anda iki kişiye ürün satmayı, müşterinin hareketinden, tavrından, konuşmasından beklentisini anlamayı,

buzdolabı almak için gelen müşteriye şofben de vermeyi öğrendim. Bu deneyimleri, 13 yıl çalıştığım Üçel Elektronik'te çok çalışarak zaman içerisinde edindim.

Üçel Elektronik'ten sonra, ticaret hayatınızda sizi ne bekliyordu?

1996 yılında, hem belli bir yaşa geldiğim hem de perakendecilikte kendimi yeterli hissettiğim için, "Bir atak yapmalıyım, böyle olmayacak." diyerek, babamın bir dairesini satın sermaye sağladım. Üçel Elektronik'ten ayrılarak, şu anki ortağım Mehmet Gümüşçü'nün ağabeyi Eyüp Gümüşçü'nün sahibi olduğu Gümüşçü Elektronik'e kar ortağı oldum. Gümüşçü Elektronik'te ağırlıklı olarak oto ve ev teypleri ve bilgisayar satışını hem toptan hem de perakende biçiminde gerçekleştiriyorduk. 1998 yılından itibaren, İtfaiye Meydanı'nda, beyaz eşya satışı yapan iş yerlerinin sayısı artarken, teyp satışı azalmaya başladı. Müşterilerimizin de talebi doğrultusunda, beyaz eşya satışına yönelmeye karar verdik.

Hotpoint markasının bayiliğine geçtiniz, o dönemde mi oldu?

Beyaz eşya markası araştırmamız sürerken, Hotpoint Bölge Satış Eski Sorumlusu rahmetli Yusuf Kayış'la şu an Hotpoint İç Anadolu Bölge Müdürü olan Erdal Güvenç, mağazamıza gelerek, bize o dönemki ismiyle Indesit şirketinin Ariston markasının ürünlerinin satışını önerdi. Böylece, 1998 yılından itibaren Hotpoint markasının ürün gamını mağazamızda satmaya başladık. 2004 yılında Eyüp Gümüşçü



Aydın Beşler

beyin kanaması geçirerek hastalanınca, 2006 yılında Gümüşçü Elektronik'i kapattık ve kardeşi Mehmet Gümüşçü'yle ortak olarak Gümüşçü Ltd. şirketini kurduk. 2011 yılına kadar İtfaiye Meydanı'nda küçük bir mağaza ile çalışmalarımıza devam ettik. Daha sonra, "Biz, bu noktadan daha fazla ilerleyemeyiz." diyerek, yeni projeler geliştirmeye başladım. "En iyi biçimde, 1998 yılından itibaren ürünlerinin satışını gerçekleştirdiğimiz Hotpoint'le büyüyebiliriz" düşüncemi, Mehmet Bey'in de olumlu bulmasıyla yürürlüğe koyma kararı aldım.

Büyüme stratejinizin ilk adımı ne oldu?

Ağırlıklı olarak işçi ve memurların oturduğu İtfaiye Meydanı'nda yaşanan yoğun rekabetten dolayı, kar marjları yüzde 7-10 aralığındaydı. Kar marjlarını daha yüksek seviyelere taşıyabilmek, Gümüşçü Ltd'in mevcut yapısını koruyarak sürdürülebilir duruma getirmek ve daha ileri bir noktaya getirebilmek için; o dönemde, çok büyük bir yapılaşma içerisinde olan ve benim de ikamet ettiğim Sincan İlçesi Vatan Caddesi'nde 200 metrekarelik bir mağaza açtım.

Mağazayı nasıl bir işletme anlayışıyla yönettiniz?

Mağazacılık işletmesinde ilk başta deneyimsizlik yaşadığımızı söyleyebilirim. İtfaiye Meydanı'nda çalışırken, hiçbir kayıt tutmuyorduk. Sincan'daki mağazamız için bu durumun sürdürülebilir olmadığı yaklaşımıyla, bütün işlemlerimizi kayıt altına almaya başladık önce. Buna karşın, ilk başta mağazacılığın temel kurallarından olan görsel tasarım ve sunuma da çok fazla gerçekleştiremedik. Mağazanın dizaynı,

aydınlatması, ürün gruplarının yerleştirilmesi gibi unsurları arka plana attık. Mağazamız ilk başta, İtfaiye Meydanı kültürünün yansımasını içeriyordu. Ama zamanla, katıldığım bayi toplantılarında, brifinglerde gösterilen mağazaların tasarım ve düzenini, perso-

nelin müşteriye yaklaşımını gördükçe, showroom açmaya karar verdim. Karışık ürün gruplarının yer aldığı mağazamızda Hotpoint ürünlerine yönelik alışveriş mağazası konsepti oluşturduk. Daha sonra, bu bölümde Hotpoint standı kurduk.



Lale Meydanı'nda yeni bir mağaza açma kararını vermeniz hangi etkenler rol oynadı?

Satışlarımız genelde senetli satış şeklinde olduğu için, takip ve kontrol sistemi kurmak gerekiyordu. Spot piyasasındaki peşin satış şekline alışık olmamdan dolayı, senetli satış yönteminin bizim için uygun olmadığını fark ettim. Bunun üzerine, Sincan merkezde bulunan Lale Meydanı'nda Erdal Güvenç'in desteğiyle, 100 metrekare kullanım alanına sahip olan Hotpoint showroom mağazası açtık. Mağazamızı, görsel sunumu öne çıkaracak başarılı bir tasarımla düzenledik.

Son olarak geçen yıl Etimesgut'ta yeni konsept mağazanın açılışını gerçekleştirdiniz? Bu süreç nasıl işledi?

Showroom mağazamızda çalışmalarımızı sürdürürken, bir süre sonra, yeni bir mağaza açmamız gerektiğinin farkına vardım. Bu konuda, Whirlpool, firmamıza Ahde Vefa örneği göstererek, Etimesgut'ta Bağlıca mevkiinde Hotpoint markasının yeni konseptini tanıtan ender mağazalardan birini kurmamız için destek verdi. 2017 yılında da mağazamız hizmete açıldı.

Gümüşçü Dayanıklı Tüketim Malları Ltd. Şirketi bünyesinde kaç mağaza bulunuyor?

Vatan Caddesi'ndeki mağazamızı kapattık. Şu an, Sincan Lale Meydanı'nda showroom mağaza, Etimesgut'ta Hotpoint markasının yeni konsept ma-

ğazası ve Mehmet Bey'in işlettiği İtfaiye Meydanı'ndaki mağazamız bulunuyor.

Ortağınız Mehmet Gümüşçü'yle birbirinizi hangi yönlerinizle tamamlıyorsunuz?

12 yıldır süren Mehmet Bey'le sağlıklı, iyi ve güzel bir ortaklığımız bulunuyor. Aldığımız kararlarda çoğunlukla hemfikirizdir. Buna karşın, yanlış gördüğü noktaları da söyler, durumu izah eder. Tüketiciye ve ticari ortaklarımıza karşı, ben hep daha ılımlı bir görüntü çizerim.

Perakendecilikte son 25 yılda ne gibi değişiklikler gözlemlediniz?

Perakendecilik son 25 yılda olağanüstü ölçüde değişti. Şubeleşme önem kazanırken, mağazaları ziyaret eden müşteriler, mağazanın, ürünlerin tasarım ve sunumuna değer vermeye başladı. Görsellik ön plana çıkarken, mağaza ve ürün tasarımını başarıyla gerçekleştiremeyen mağazaların atakta kalma oranları çok azaldı. Ürünlerin standartlarda sergilenmesi, fiyat etiketlerinin düzgün biçimde hazırlanması, indirim kampanyaları ve servis hizmetleri çok önem kazandı. Mağaza işletmesi açısından da stok kontrolünün sağlanması, muhasebe uygulamalarının düzenli olması, servis hizmetlerinin iyileştirilmesi kaçınılmaz oldu.

İnternetin perakendeciliğe entegre olması satışlarınızı ne yönde etkiledi?

Hotpoint ürünleri açısından internet üzerinden satış fiyatlarıyla, bizim fiyatlarımız arasında çok fark bu-

lunmuyor. 10 yıl önce bu konuda büyük sıkıntılar yaşanırken, bugün bu konuda bir fiyat istikrarı yakalanmış görünüyor. Whirlpool'un uygulamalarıyla, internet üzerinden satışta bizim için avantaj oluşturacak durumlar oluşabiliyor. Müşteri internette incelediği ürünlerin fiyatlarıyla bizde alışveriş yapabiliyor. Bu açıdan, internetin tam tersine, satışlarımızı desteklediğini ifade etmeliyim. E- ticaret platformlarında ürün gamlarımızın satışını sürdürüyoruz.

Mağazalarınızı farklılaştırmak için ne tür çalışmalar yürütüyorsunuz?

Biz, kurduğumuz mağazalarla tüketiciyi mağazamıza çekmeye gayret gösteriyoruz. Hotpoint bize çok şık, çok güzel mağazalar yaptı. Biz de Hotpoint ürün gamının satışını gerçekleştiriyoruz. Mağazamızın giriş kısımlarında ve içerisinde, belli dönemlerde kampanyalar yapıyoruz. Yeni ürünlerde ve çamaşır makinelerinde tanıtım gerçekleştiriyoruz. Ayrıca, mağazalarımızın altyapısını iyileştirme konusunda çalışmalar yapıyoruz. Şirket arabalarını yeniledik, depomuzu büyüttük, muhasebe programlarını geliştirdik, stok kontrollerimizi düzenli hale getirdik. Yeni dönemde lojistikimizi tek bir depodan sağlamayı hedefliyoruz. Böylece, giriş ve çıkışlarımızı da tek bir merkezden sağlayacağız.

Önümüzdeki döneme yönelik hedefleriniz nedir?

Benim tek hedefim, beyaz eşya grubunda Hotpoint markasıyla birlikte büyümek ve daha çok mağaza



Aydın Beşler



Aydın Beşler

açarak, daha iyi yerlere gelmek. İkinci bir kanalda hareket etmek istemiyorum. Bunu, çok ciddi olarak ve kalpten söylüyorum. Benim hedefim, Hotpoint ile ilerlemek. Bunu nasıl daha hızlı ve sağlıklı yapabileceğimi araştırıyorum.

Hotpoint sizce, tüketici tarafından nasıl görülüyor?

20 yıla dayanan Hotpoint markasıyla olan birlikteliğimizde, benim gözlemlediğim şu: Hotpoint'in özellikle, ankastre gruplarında, çamaşır makinesi ve buzdolaplarında birçok beyaz eşya markasını ekarte edecek nitelikte şık tasarımları var. Bu şıklık uygun fiyatla da birleşince, müşteri için cazibe oluşturuyor. Whirlpool her dönem gerçekleştirdiği uygulamalarıyla bu etkiyi sürekli kılıyor: Diğer markalardan farklı biçimde, 90 günlük iade süreci başlatarak, "ihtiyaç noktasında tanıtım" anlamına gelen POP yöntemini kullanarak Hotpoint markasını bir üst seviyeye taşımaya çalışıyor. Mağazalarında her dönem ürün sunumu ve tanıtımı yapıyor.

20 yıllık süreçte Hotpoint'in öne çıkan, dikkat çeken ürünleri hangileri oldu?

20 yıldır Hotpoint markasının en çok satılan ürün gamı çamaşır makinesi oldu. Fiyat uygunluğunun yanı sıra, görsel açıdan estetik unsurlar taşıyor ve son derece ileri bir teknolojiye sahip. Özellikle, 'Aktif Köpüklü' çamaşır makineleri harika ve emsalsiz bir seri. Fiyat ve kalite açısından diğer markalarla rekabet üstünlüğü sağlayabilecek konumda. Daha önce de Margarita Serisi çok satılıyordu. Ürün gamı olarak, bulaşık makinesinin de satışı oldukça iyi.

Hotpoint personeli ve yönetimi ile ilişkileriniz nasıl?

20 yıllık süreçte, birçok yönetimle çalıştık. Bizim Whirlpool yönetimiyle ilişkimiz her zaman iyi olmuştur. Ama şu andaki yönetim bize Ahde Vefa

göstererek, güven duyduklarını ifade etti. Ben, başta Bay Gabriel olmak üzere, Özkan Bey'e, Erdal Güvenç Bey'e, Savaş Bey'e çok teşekkür ediyorum. Bize, her zaman destek oldular. Firmamızın büyümesi yönünde zor zamanlarımızda yanımızdaydılar.

Whirlpool'a yönelik beklentilerinizden söz eder misiniz?

Gözlemlediğim kadarıyla, Hotpoint markasının büyük buzdolabı gamını kısıtlı buluyorum. Ankara tüketicisi, büyük beyaz eşya ürünlerini tercih ediyor. Müşteriler mağazaya girdiklerinde, üç-dört büyük buzdolabı grubu görmek istiyor. Çok rağbet görmese de o ürün grubunu gösterip, diğer ürünleri satma olanakımız var. Hotpoint'in büyük buzdolabı ürün gamını genişletmesini istiyorum. Ocak grubunda da büyük ocaklar tercih ediliyor. Hotpoint'in bu unsuru dikkate almasının gerektiğine inanıyorum. Hotpoint'in dipfriz konusunda uzman olduğunu düşünüyorum. Çok güzel ve kaliteli ve fiyatı uygun dipfrizler üretiyor. Bu sene dipfriz satışlarının tavan yapacağı kanısındayım. Ankastre grubunun ürünlerinin satışını da gerçekleştiriyoruz ama rakip markalara karşı fiyat rekabetinde çok başarılı olamıyoruz. Ankastre ürünlerin biraz daha hızlı biçimde bayiye ulaşması ve fiyatların biraz daha aşağı çekilmesi durumunda satış potansiyeli de artacaktır.

Hotpoint'le ilgili bir anınızı anlatır mısınız?

İtfaiye Meydanı'nda bizim rakibimiz olan Hotpoint bayisiyle, Antalya'daki bayi toplantısında karşılaştık. Herkes havuza girip güneşlenirken, ben yüzme bilmediğim için havuz kenarında duruyordum. O anda, beni arkadaşlar şaka niyetine havuza itti. Ben de can havliyle, rakibime sarıldım. Diğer arkadaşlar da bu karenin fotoğrafını çekip, "rakibine sarıldı" diye espri yaptı.

Ankara'da bulunan diğer Hotpoint mağazalarıyla ilişkiniz nasıl?

Ben, rakiplerimle ticari ilişkiler çerçevesinde iyi geçinmeye çalışırım. Ankara'da AVM'lerde iki firmamızın toplam altı mağazası var. Onun dışında, karışık mağazalar ve alışveriş mağazaları bulunuyor. Benim hepsiyle ilişkim iyidir.

Hotpoint'i servis hizmeti açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?

Hotpoint, 20 yılda yaptığı çalışmalarla, servis alanında da kendini çok geliştirdi. Ankara memur ağırlıklı bir kent olduğu için, bilinç seviyesi oldukça yüksek. Ürün satın almadan önce araştırıyor, kalite, fiyat ve servis açısından diğer markalarla karşılaştırıyor. Bu nedenle, Ankara'daki servislerin de deneyimli olması ve iyi hizmet vermesi çok önemli. Hotpoint de bunu başarıyor. Kendisini bu anlamda çok geliştirdi. 20 yıl önce, Ankara'da tek servis bulunduğu için hizmette aksamalar oluşabiliyordu. Artık, Ankara'ya 4 servis hizmet veriyor. Bu durum da bizi oldukça destekliyor. Bayiye yakın bir yerde servis olması, son derece efektif bir sonuç oluşturuyor. Müşterilerimiz servisi sorduklarında, "Servis hemen ileride." diyebiliyoruz. Tabii Hotpoint vereceği eğitimlerle, bu düzeyi daha ileri noktaya getirebilir. Servis hizmetinden memnunuz. Büyük çaplı sıkıntılar ve geri iadeler yaşamıyoruz.

Hayalleriniz nedir?

Bir dünya turu yapmak isterim aslında ama bu iş ortamında gerçekleşmesi çok zor bir hayal. Benim tek hayalim; şu andaki mevcut durumumu koruyabilmek, daha ileri noktalara taşıyabilmek, insanları ve çevremi desteklemek, onlara değer katmak ve ailemle çevremle fayda sağlamak. Mal mülk anlamında bir hayalim yok, işimi en düzgün şekilde yapabileceğim konuma gelmeyi hayal ediyorum.

Fantöm

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”

İftar yemekleri, çaylar ve kahveler
Fantom'la çok daha
kolay ve pratik



MINİ ROBOT R 200



ROBOSET BL 600



SEMAVER SM 1600



SEMAVER SM 1700



ÇAY SAATİ CY 1100



KAHVE SAATİ KS 7200



FOKURDAK KT 2450



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



IFA NEXT'te Akıllı Cihazlar, Yapay Zeka ve 8K Televizyon Geçidi

IFA Global Press Conference 2018

IFA NEXT'te; ev için akıllı ve bağlantılı cihazlar, tüketici elektroniği ve sağlık ürünleri ile bütünleşmiş güçlü AI (Yapay Zeka) uygulamalarının yanı sıra en iyi ekran kalitesine sahip TV'ler ziyaretçilere tanıtılacak.

HABER: YILDIRIM SÖYLEMEZ

Dünyanın en önemli tüketici elektroniği ve ev aletleri fuarı olan IFA 2018'de sergilenen ürünlerin öne çıkanları, IFA'nın Roma'da düzenlenen Küresel Basın Konferansı'nda gazetecilere tanıtıldı. Küresel Basın Konferansı; IFA 2017 ile başlayan ve gelişme aşamasındaki yeni işletmelerin, araştırma enstitülerinin ve şirketlerin yenilik platformu olan IFA NEXT'in başarısının kutlanması için bir fırsat oluşturdu. 360'ın üzerinde gazeteci ve sektör paydaşının takip ettiği, iki gün süren Küresel Basın Konferansı'nda tüketici elektroniği ve ev aletleri alanındaki markaların yetkilileri brifing verdi. Ayrıca, IFA, endüstri birliği GFU ve araştırma ve analitik ortağı GFK'nin önemli sektör trendleri ayrıntılı olarak basın mensuplarıyla paylaşıldı.



"IFA, küresel teknoloji ekosisteminin bağlayıcı dokusudur"

Messe Berlin Genel Müdürü Dr. Christian Göke yaptığı açıklamada; "Teknoloji mega trendleri; ses kontrolü ve yapay zekâ gibi güç üreten teknolojilere dönmüş çok daha küçük ve güçlü parçalar ile yeniliklere öncülük etmektedir. IFA, tüm bu yenilikleri bir araya getiren organizasyondur, küresel teknoloji ekosisteminin bağlayıcı dokusudur. Çünkü yenilikler üreten yalnızca bir sektör bulunmamaktadır, aynı problemleri çözmeye çalışan ve yeniliklerin sınırlarını zorlamaya çalışan yedi, sekiz veya dokuz farklı sektör var. Her sektör kendi bilgisini, anlayışını ve becerilerini sunar. Bütün bu sektörler birbirlerinden öğreniyor, birbirlerine ilham veriyor. Bu paylaşım, yenilik ortaklığının en iyi hali." dedi.



"IFA, büyük teknoloji eğilimlerini keşfetmek ve sergilemek için en iyi platform"

IFA organizatörlerinden GFU Tüketici & Ev Elektroniği Denetim Kurulu Başkanı Hans-Joachim Kamp ise yaptığı açıklamada şunları söyledi: "Ürünler ve ürün kategorileri birbiriyle çok daha bağlantılı. Günlük hayatımızda, tüketici elektroniği ve ev aletlerindeki ani etkiyi görebiliriz; bu yüzden IFA, bu büyük teknoloji eğilimlerini keşfetmek ve sergilemek için en iyi platformdur. IFA'nın yaptığı gibi lider markaların, perakencilerin, tüketicilerin ve medyanın ihtiyaçlarını karşılayan başka bir fuar bulunmamaktadır. Home Appliances@IFA'nın onuncu yıldönümü ve IFA'nın geçen yıl sergilediği 4,7 milyar euroluk sipariş hacmi ile yeni bir rekor kırması, IFA'nın yeniliklerin merkezinde yer aldığını gösteriyor."



"Müşteriler, teknolojiyi en hızlı biçimde tümüyle kullanmak istiyor"

GFK Perakende ve Teknoloji Tüketici Elektroniği Küresel Yöneticisi Jürgen Boyny da genel piyasa gelişmeleri hakkında şöyle konuştu: "Önemli olan tüketicidir. Sektör, tüketicilerin ihtiyacını karşılamak için yenilik yapar, tüketiciler de yeni ürünleri alırlar. Artık, insanlar dijital olarak birbirlerine bağlı olduklarından bu deneyimden de en iyi şekilde yararlanmaya isteklidir. Müşteriler, teknolojiyi en hızlı biçimde tümüyle kullanmak istiyor. Eğlence ve iletişimin yanı sıra hayat tarzına uygunluk ve rahatlık bekliyorlar. Tüketiciler bir yeniliği gördüklerinde ve yeniliğin nasıl kullanıldığını anladıklarında satın almak istiyorlar."

ARÇELİK DENEYİM MAĞAZASI DÜNYANIN EN İYİSİ!

Arçelik Deneyim Mağazalarımızla,
Madrid'de düzenlenen World Retail Awards Yarışması'nda*
2018'in En İyi Mağaza Tasarım Ödülü'nü kazandık.
Siz de en yakın deneyim mağazamıza gelin, yeniliği keşfedin.



* Arçelik İstinye Park Deneyim Mağazası, 2018 yılı World Retail Awards Yarışması'nda, 1200 m²'den küçük mağazalar kategorisinde En İyi Mağaza Tasarım Ödülü'nün sahibi oldu.



“Orta sınıf, harcamalarını artırarak devam ettirecek”

Alman Elektrik ve Elektronik Üreticileri Derneği (ZVEI) Yönetim Kurulu Üyesi Georg Walkenbach da konuşmasında; "Ev aletlerinin iki bölümünde de devam eden pozitif pazar büyümesi yaşanmasını bekliyoruz. Büyüme dünyanın hemen her ülkesinde devam edecek, çünkü dünyanın her yerinde orta sınıf, harcamalarını artırarak devam ettirecek. Bunun yanı sıra, yeni teknolojiler ve tasarım eğilimleri pek çok ürün grubundaki büyüme potansiyeline öncülük etmektedir. Neredeyse, her ürün kategorisinde yenilik görebildiğimiz mutfak, buna iyi bir örnektir." ifadelerini kullandı.



“Büyüme başlayacak, hayatlarımız değişecek”

IFA Yetkili Müdürü Jens Heithecker ise "IFA olarak baktığımızda markaların, gelişime açık yeni işletmelerin, mucitlerin, perakendecilerin ve tüketicilerin ana eğilimlerini gözlemliyoruz. Açıkça görüyoruz ki tüm sektör ekosistemindeki teknoloji mega eğilimlerinin ve daha da yakınlaşan iş birliklerinin öncülük ettiği yeniliğin etkileyici yükselişi için en önemli noktadayız. Bu sayede büyüme başlayacak, hayatlarımız değişecek ve yakında "tüketici elektroniği" terimi tamamen yeni bir anlam kazanacak." diye konuştu.



IFA NEXT büyük ölçüde büyüyecek

Bu yıl, daha geniş bir alan sunan Hall 26'da düzenlenmesiyle birlikte, IFA NEXT büyük ölçüde büyüyecek. 31 Ağustos'ta kapısını açacak ve 5 Eylül'e kadar ziyaretçileri ağırlayacak fuarda; ev için akıllı ve bağlantılı cihazlar, tüketici elektroniği ve sağlık ürünleri ile bütünleşmiş güçlü AI (Yapay Zeka) uygulamalarının yanı sıra, en iyi ekran kalitesine sahip TV'ler ön planda yer alacak.

IFA Global Markets, Avrupa'nın en büyük tedarik fuarı olma yolunda

Büyüme artırmak amacıyla düzenlenen IFA Global Markets, tedarikçiler, parça üreticileri, OEM'ler ve ODM'ler ile çok sayıda potansiyel müşteriye Potsdamer Platz'ın yanında bulunan Station Berlin'in etkinlik için ayrılan alanında bir araya getiriyor. IFA Global Markets, tüketici elektroniği sektöründe, Avrupa'nın en büyük tedarik fuarı olma yolunda hızla ilerliyor.

Shift Automotive'de geleceğin otomotiv teknolojileri sergilenecek

IFA 2018'deki önemli etkinliklerden biri de Cenevre Uluslararası Otomobil Fuarı, Palexpo, IFA ve Messe Berlin'in ortak girişimi olan ve bu yıl ilk kez düzenlenecek olan Shift Automotive olacak. Berlin'deki IFA Fuarı'nın yanında 4-5 Eylül 2018 tarihlerinde gerçekleştirilecek olan Shift Automotive'de otomotiv sektöründeki inovatif gelişmeler ve gelecek tasarımları sergilenecek.

İki yılda bir düzenlenecek etkinlik, yeni otomotiv teknolojilerinin tüketicilerin düşüncelerini, hayatını ve sürüş tekniklerini nasıl değiştireceğini keşfetmelerine yol açacak. Shift Automotive, Mart 2019'da da Cenevre'de düzenlenecek.





Herkesin aradığını bulduğu sevgi dolu mutfaklar.

Teka WISH ailesi yine devrim yaratacak yenilikler, şaşırtıcı buluşlar ve akılcı çözümlerle dolu. Herkesin beklentisini karşılayan ama başkalarına benzemeyen, hepsi son teknolojiyi sadeliğine ustaca sığdırmış yepyeni Teka'lar. Mutfakta dilekelerinizin nasıl gerçeğe dönüştüğünü görmeniz için sizi yeni Teka ürünlerini yakından görmeye ve incelemeye davet ediyoruz. Çünkü WISH'i sizlerle birlikte yarattık. Mutlaka bekliyoruz.



Sadeliği tercih edenlere

_EASY



Her şeye ihtiyacı olanlara

_TOTAL



Herkes gibi olmak istemeyenlere

_MAESTRO

WISH

Tekaankastre.



www.teka.com.tr

“Çözüm Ortağı Olduğumuz Firmaların İş Yüklerini Azaltıyoruz”

HTS Teknik Hizmetler A.Ş. Çağrı Merkezi Yöneticisi İlknur Albayrak Özer; “Çözüm ortağı olarak yola çıktığımız firmaların en büyük avantajı, iş yüklerini azaltmamız. Hizmet verdiğimiz firmaların satış sonrası yoğunluğunu, deneyimli kadromuza bırakmalarını sağlıyoruz. Böylece firmalar, kendi içlerindeki satış, pazarlama ve ürün geliştirme gibi faaliyetlerine daha çok zaman ayırabiliyorlar.” diyor.

RÖPORTAJ: HÜSEYİN EKMEKÇİ



Dayanıklı tüketim malları sektöründe yer alan firmaların satış sonrası hizmetlerinin yönetimini gerçekleştiren HTS Teknik Hizmetler A.Ş.’nin çağrı merkezi yöneticisi İlknur Albayrak Özer’le HTS’nin kuruluş amacı, faaliyetleri, müşteri memnuniyeti kapsamındaki çalışmaları, tüketicinin değişen konumu ve rolü, Clean Master markası ve dayanıklı tüketim malları sektörüne yönelik hedefleri konularıyla ilgili görüştük. Özer, geçmişte, üretici ve tüketici ilişkisinde, üreticinin baskın durumda olduğunu, edilgen konumdaki tüketicilerin yerlerini zamanla, sosyal medya ve tüketici hakem heyetlerinin yaygınlaşması sonucunda, haklarını arayabilen bilinçli tüketicilere bıraktığını belirtiyor. Özer, “HTS olarak, ‘Sonuçta biz de birer tüketiciyiz.’ anlayışıyla, bütün birimlerimizle tüketicinin yanındayız.” diye konuşuyor.

Kendinizden söz eder misiniz, mesleki kariyerinize ne zaman ve nasıl başladınız?

1984 Nevşehir doğumluyum. Çalışma hayatına, 2003 yılında adım attım. 2009 yılı itibarı ile HTS Tek-

nik Hizmetler A.Ş.’de göreve başladım. 9 yıldır aktif olarak, HTS’de çalışıyorum. İlk görevim, servislerin fişlerini onaylamayı ve fatura haline getirmeyi kapsayan garanti takip uzmanlığı oldu. Daha sonra, teknik destek yöneticisi olarak görev yaptım. Şu anda, çağrı merkezi yöneticisi olarak çalışmaya devam ediyorum.

HTS Teknik Hizmetler A.Ş.’nin kuruluşu ve katettiği mesafeler hakkında bilgi verir misiniz?

HTS Teknik Hizmetler A.Ş., dayanıklı tüketim malları sektöründe yer alan firmaların satış sonrası hizmetlerinin yönetimi için, 2007 yılında hizmete başlamıştır. O günden bugüne, Türkiye’nin 81 ilinde, 1200 servis noktası ile beyaz eşya, ankastre, küçük ev aletleri, elektronik ve klima gibi birçok ürün grubuyla ilgili olarak hizmet vermektedir. HTS olarak faaliyet alanımız; firmaların satış sonrası servis ağının oluşturulması, garanti belgesi alma, çağrı merkezi yönetimi, servis hizmetleri, servis eğitimleri, yedek parça süreçlerinin yönetilmesi gibi tüm satış sonrası hizmetlerini kapsamaktadır.

HTS’yi öne çıkaran ve tercih edilmesini sağlayan unsurlar nelerdir?

Alanında kendini kanıtlanmış 14 firma ve 17 markaya hizmet vermekteyiz. Çözüm ortağı olarak yola çıktığımız firmaların en büyük avantajı, iş yüklerini azaltmamız. Hizmet verdiğimiz firmaların satış sonrası yoğunluğunu, deneyimli kadromuza bırakmalarını sağlıyoruz. Böylece firmalar, kendi içlerindeki satış, pazarlama ve ürün geliştirme gibi faaliyetlerine daha çok zaman ayırabiliyorlar. Kurumsal yapımız, deneyimli, güler yüzlü ve çözüm odaklı ekibimizle, her zaman iş ortaklarımızın yanındayız.

HTS olarak, yüzde yüz müşteri memnuniyetini sağladığınızı söyleyebilir misiniz?

Müşteriyi ilk karşılayan çağrı merkezi ekibimizin, deneyimli ve güler yüzlü olması, tüketici sorununu yüzde 50 çözmektedir. HTS olarak, çözüm odaklı çalışmak, ilk görevlerimiz arasındadır. Müşteri memnuniyetini yüzde yüze çıkarmak için, tüketiciye her üç ayda, altı sorudan oluşan bir anket uyguluyoruz ve sonucuna göre eksiklerimizi eğitimlerle gideriyoruz. Bu memnuniyeti sağlarken, firma içindeki bütün birimlerin koordineli çalışması çok önemlidir. Koordinasyonu sağlayan çok güvenilir ve gelişmiş bir yazılıma sahibiz. Yedek parçaların planlanması ve tüm Türkiye’ye dağıtımını gerçekleştiriyoruz. Bu sayede, stok yönetimini de iyi bir şekilde yönetiyoruz. HTS olarak, “Sonuçta biz de birer tüketiciyiz.” anlayışıyla, bütün birimlerimizle tüketicinin yanındayız.

Servislerle satış sonrası yoğun trafiği nasıl sağlıyorsunuz?

Kullandığımız yazılım ile bu yoğun trafiği rahatlıkla yönetebiliyoruz. Servislerimiz fiş girişlerini, çağrı merkezimiz tüketici kayıtlarını, depolarımız yedek parça giriş çıkışlarını, sistem üzerinden hızlı ve kolay bir şekilde sağlayabiliyor. Ayrıca servislerimiz, bu sistemle, hizmeti tamamlanmayan açık pozisyonundaki onarım kayıtlarını ve tüketicinin ne kadar sürede beklediğini görebiliyor. Bunun yanı sıra, servisler sistem üzerinden; onaylanan fişlerini, fatura bilgilerini,

TSE
İŞLEMLERİ



YAYGIN
SERVİS AĞI



EĞİTİM



SERVİS
DENETİMİ



YEDEK PARÇA
YÖNETİMİ



SERVİS
YÖNETİMİ



SERVİS HAKEDİŞ
YÖNETİMİ



TEKNİK DESTEK



ÇAĞRI
MERKEZİ



ONLINE
VERİ YÖNETİMİ



RAPORLAMA



SİRTİNİZİ YASLAYIN İŞİNİZE ODAKLANIN!

Dayanıklı tüketim sektörünün 12 farklı firma ve 15 markasına ankastre ürünler, beyaz eşya, küçük ev aletleri ve elektronik eşyalar konusunda profesyonel satış sonrası hizmetleri veriyoruz.

2006'dan beri titizlikle oluşturduğumuz ve sürekli eğitimlerle geliştirdiğimiz tecrübeli kadromuz ve güçlü altyapımız, hak ediş yönetimi, teknik destek, çağrı merkezi, yedek parça yönetimi konularında vereceği destekle satış sonrası maliyetlerinizi düşürecek, aynı zamanda 1200 servis noktasıyla; Türkiye'nin en yaygın servis ağına sahip olacaksınız.

Siz asıl işinize odaklanın, satış sonrası hizmetlerinizi bize bırakın.



HTS Technical Solutions
Meclis Mah. Semih Sancar Caddesi No: 11 Sancaktepe - İstanbul
Tel: +90 216 527 82 83 Fax: +90 216 527 82 84
info@h-t-s.com.tr
www.h-t-s.com.tr



hesap ekstresini, yedek parça stok durumunu, ana depo yedek parça stok durumunu ve verilen yedek parça siparişinin hangi aşamalarda olduğunu, takip edebildikleri gibi istedikleri her türlü raporlamaları da alabiliyor.

Sözünü ettiğiniz sistem, çağrı merkezine ne gibi kolaylık sağlıyor?

Çağrı merkezimiz, HTS'nin en kıymetli yapı taşlarından biridir; tüketici ile ilk buluşan ve sorunu çözüme götüren, müşteri memnuniyetini sağlayan birimdir. Tüketici ilk aradığında, güvenliği açısından ses kayıt programı ile görüşmeler kayıt altına alınır. Tüketici bilgileri sisteme kayıt ediliyor. Çağrı merkezimiz, tüketici bilgilerini sistem üzerinden servise iletiyor ve takip sistemi devreye giriyor. Servis sistem üzerinde, tüketicinin arıza durumunun hangi aşamada olduğunu görebiliyor ve kayıt kapanmadığında, sorun olduğunu anlayıp hemen müdahale edebiliyor. Böylece, tüketici çağrı merkezini sürekli aramak durumunda kalmıyor.

Yedek parça depolama takibinin önemli bir süreç olduğu göz önüne alırsak, bu süreci nasıl gerçekleştirdiğinizi öğrenebilir miyiz?

Yetkili servislerimiz sistem üzerinde sipariş verirken, yedek parçanın resmini, fiyatını, patlatılmış resmini ve stoklarımızda olup olmadığını görebiliyor. Servislerimiz, yedek parça siparişlerinin hangi aşamada olduğunu, sistem üzerinden takip edebiliyor. Yine sistem üzerinden verilen yedek parça siparişleri, onay ekranına düşüyor ve ilgili arkadaş tarafından onaylanıp depo ekranına aktarılıyor. Depolarımız da adresleme sistemi kullanıyoruz. Yedek parça çıkışlarını kolay ve hızlı bir biçimde gerçekleştiriyoruz.

Çözüm ortağı olduğunuz firmalara yönelik hizmetlerinizde, servis yöneticilerinin rolü nedir?

Her firma için ayrı servis yöneticilerimiz bulunmaktadır. Servis yöneticilerimiz, firmaların istekleri ve servis ağının yönetilmesi ile ilgileniyor. Ayrıca, servis sorunları, teknik destek, tüketici sorunları gibi konu-

larda hem servislerimize hem de çağrı merkezimize destek oluyor.

Çözüm ortağı olduğunuz markalarda, sizin açınızdan belirleyici kriterler nelerdir?

Çözüm ortağı olarak çalışacağımız markalar arasında; güven sorunu yaşayan firmalar dışında, bir ayırım yapmıyoruz. Eğitimlere ve satış sonrası operasyonlara önem veren, satış sonrası benimsen, yeni fikirlerle açık ve bizi çözüm ortağı olarak gören firmaları tercih ediyoruz.

Geçmişten bugüne tüketici nasıl değişti? Servisleriniz, tüketicinin taleplerine yeterince cevap verebiliyor mu?

Geçmişte, üretici ve tüketici ilişkisinde, üretici baskın durumdaydı. Edilgen konumdaki tüketiciler yerlerini zamanla, sosyal medya ve tüketici hakem heyetlerinin yaygınlaşması sonucunda, haklarını arayabilen bilinçli tüketicilere bırakıyor. Sürekli değişen dünyaya ayak uyduran tüketiciler, üreticilerin servis ve hizmet anlayışı ile uygulamalarında değişimlere sebep olmaktadır. Örneğin; servislerimiz montajı yapıp hemen çıkmak yerine, ürünün kullanımı ve temizliği hakkında da detaylı bilgi verir hale geldi. Dolayısıyla, tüketicideki dönüşüm; bizim de değişmemize ve onları daha bilinçli kılmak adına, satış sonrası hizmetin yanı sıra, temizlik ürünleri ile ilgili Clean Master isimli bir markayı sunmamıza sebep olmuştur.

Clean Master markası hakkında açıklama yapar mısınız? Doğuşu ve gelişimi hakkında bilgi verir misiniz?

Clean Master; cam yüzey, ocak, fırın, davlumbaz, beyaz eşya ve klima gibi dayanıklı tüketim ürünlerinin zarar görmeden derinlemesine temizlenmesi ve dezenfekte edilmesi için kullanılan temizlik ürünleri markasıdır. Belçika ve Almanya menşeli temizlik markası Clean Master, 2010 yılında, dayanıklı tüketim malları sektöründe ihtiyacı karşılamak için, HTS tarafından satışa sunuldu. Markamız, paslanmaz çelik ve bulaşık makine temizleyicisi ile yola çıktı. Temizleme köpüğü ile farklı bir yol izleyen markamız, yalnızca dayanıklı tüketim malları sektöründe değil,

otomobil ve asansör temizliğinde de kullanılabilir. Clean Master, ihtiyaç doğrultusunda, sürekli yenilenerek bugüne kadar sağlam adımlarla ilerleyen ve alanında kendini kanıtlamış bir markadır.

Clean Master'ın rakiplerinizin ürünlerinden üstün olan özellikleri nelerdir?

Tabii ki her alanda olduğu gibi bu alanda da rakiplerimiz bulunmaktadır. Clean Master, sekiz yıldır sunuluyor ve birçok evde kullanılıyor. Servislere ürün satışı yaptırmak biraz zor bir iştir ama Clean Master'a güveniyorlar. Rakiplerimizden farkımız, temizlik ürünlerinin birçok yüzeyde kullanılıyor olmasıdır. Örneğin, temizleme köpüğü ile bütün cam yüzeyler temizlenebilir. Buna ek olarak, sadece servis kanalı ile değil e-ticaret ve perakende kanalı ile tüketicinin kolaylıkla ulaşabilmesi Clean Master'a önemli bir avantaj sağlıyor.

Ürünleriniz beyaz eşya bayilerinde satılabilir mi?

Clean Master markası, beyaz eşya bayilerinde satılabilir. Clean Master markası ilk aşamada, beyaz eşya ve ankastre ürünlerine yöneliktir. Markamız, dayanıklı tüketim mallarıyla ilgili olarak, temizliğinden kireç kırıncısına kadar birçok ürün gamına sahiptir.

Önümüzdeki döneme yönelik hedefleriniz nelerdir?

HTS olarak hedefimiz; yakın zamanda bu yolculukta bizimle beraber yürümek isteyen firmalarla bir sinerji yaratmak, orta vadede ise nihai tüketiciler tarafından aranan bir çözüm ortağı markası olmak. Clean Master'la ilgili hedefimiz de tüketicinin "kısa zamanda daha hızlı temizlik" hayalini gerçekleştirerek, kıymetli zamanının kendisine kalmasını sağlamaktır. Tüm Türkiye'de vazgeçilmez bir marka olmak gibi hayalimiz var.

HTS Teknik Hizmetleri A.Ş.'yi bir cümle ile anlatın desek ne derdiniz?

Kaliteli hizmetin adresi.



Kendi mutluluğunu
kendin yarat

arnica™
Panna

BLENDER SETİ

GH21560 GH21561

1200
Watt

Çift
Kademeli
Hız

Paslanmaz
Çelik
Parçalayıcı

Çiftli
Çırpıcı

Çift Bıçaklı
Doğrayıcı
Kabı



YENİ



3 yıl
garanti



Teka, Türkiye'deki Tüm Yetkili Servisleri İle Buluştu

Teka Teknik Mutfak Aletleri, düzenlediği Teknik Servis Eğitim Toplantısı ile yurt genelindeki 64 yetkili servisle bir araya gelerek, beyin fırtınası gerçekleştirdi. Toplantıda ayrıca, yeni ürün gamı WISH serisi ve servis sistemi tanıtıldı.

HABER: YILDIRIM SÖYLEMEZ

Teka Teknik Mutfak Aletleri, yurt geneline yayılmış 64 yetkili servisi ile 14 Nisan tarihinde, Teknik Servis Eğitim Toplantısı organizasyonu kapsamında, Antalya'da Portobello Hotel'de bir araya geldi. Teka Teknik Mutfak Aletleri'nin müşteri hizmetleri ve yurt içi satış departman yetkililerinin katılımıyla da yetkili servisler bir araya gelerek fikir paylaşımlarında bulundu.

Toplantıda, Teka'nın yeni ürün gamı WISH serisi ve servis sistemi hakkında ayrıntılı bilgilerle birlikte tüm yenilikler paylaşıldı.

"Bir seri, üç dilek" sloganı altında, tüm fırınlarını, ocaklarını ve davlumbazlarını en yeni ürün yelpazesinde sunan WISH serisi, Teka'nın son yıllarda Ar-Ge'ye yaptığı en büyük yatırımlardan biri konumunda bulunuyor.

"Toplantı çok samimi bir ortamda gerçekleşti"

Teka'nın 11 yıldır Türkiye'deki satış sonrası hizmetlerini yöneten HTS Teknik Hizmetler A.Ş.'nin genel müdürü Chiheb İsmail dergimize, Teka Teknik Servis Eğitim Toplantısı, dayanıklı tüketim malları sektöründe, satış sonrası hizmetlerinin genel durumu ve HTS'nin çalışmaları hakkında açıklama yaptı. Teka Türkiye'nin sorumlu olduğu Ortadoğu ve Orta Asya bölgesinin teknik destek ve eğitimini yürüttüklerini belirten İsmail, Teka Teknik Servis Eğitim Toplantısı'nın her zamanki gibi çok samimi bir ortamda gerçekleştiğini dile getirdi. İsmail, HTS'nin çalışanlarının uzun zaman boyunca satış sonrası hizmetleri sektöründe çalışmalarından dolayı, servislerle ilişkisinden çok bir aile ilişkisi kurduklarına değindi.

"Wish serisinin en büyük özelliği; tüm müşteri segmentlerine hitap etmesi"

Açıklamasında, Teka'nın ürün portföyünden de söz eden İsmail, Teka'nın bu yıl pazara sunduğu Wish serisi



sinin en büyük özelliğinin tüm müşteri segmentlerine hitap etmesi olduğunu altını çizdi. İsmail, Wish serisinin tüm ürünlerinin estetik olarak uyumlu olmakla birlikte, üç ana gruptan oluştuğunu dile getirerek; "Easy ürün grubu genç, bekar ve küçük ailelere hitap ediyor; Total ürün grubu kalabalık ve orta gelire sahip ailelere sesleniyor; Maestro ürün grubu ise teknolojiden daha fazla yararlanmak isteyen, çevreye daha duyarlı ve ekonomik kaygısı olmayan insanlara hitap ediyor. Bu arada, Wish serisinin en ekonomik ürünü bile A enerji sınıfına sahiptir ve Teka'nın tüm kalite standartlarına uygun imal edilmiştir." şeklinde konuştu.

İsmail, toplantıda, servislerin özellikle, dokunmatik ekranlar gibi en son teknolojilerin kullanıldığı, servislerin rahat kurulum yapması ve gerektiğinde müdahale etmesi için dizayn edilen Maestro serisine çok büyük ilgi gösterdiğini kaydetti.

Korsan servis sorunu

Chiheb İsmail, dayanıklı tüketim malları sektöründe satış sonrası hizmetleri alanında yaşanan en büyük problemin, korsan servisler konusu olduğunu söyleyerek şu bilgileri aktardı: "Müşteriler maalesef, internetten arama yaptıklarında, yetkili olmayan farklı servislerle iletişime geçiyorlar ve genellikle bu müşteriler, çok zor durumda kalıyorlar. Örneğin, kurulum tarafımızdan ücretsiz yapılmasına rağmen, korsan servisler tarafından müşterilerden kurulum ücreti talep ediliyor.

Ayrıca, onarımlarda orijinal olmayan yedek parçalar için çok fahiş fiyatlar isteniyor."

İsmail, korsan servis konusunda, yasalarda bir boşluk olduğunu belirterek; "Bu firmalar, "yetkili servis" ibaresi kullanmadan, tüketiciyi kandırıyorlar, dolayısıyla yaptığımız adli başvurular sonuçsuz kalıyor." dedi.

Kalifiye personel eksikliği yaşanıyor

Chiheb İsmail, konuşmasında, kalifiye personel eksikliğinin dayanıklı tüketim malları sektöründe, satış sonrası hizmetleri alanındaki ikinci büyük sorunu oluşturduğunu kaydetti. İsmail; "Dayanıklı tüketim sektörü büyümesine rağmen yeni eleman yetişmiyor. Bu konu ile ilgili Milli Eğitim Bakanlığı ve sektör temsilcileri işbirliği yapmalı. Orta ve uzun vade için planlar yapılmalı. Ayrıca, eğitim almamış kişilerin bu ürünlere müdahale edememesi gerekiyor." diye konuştu.





PICASSO
SU ARITMA
SAĞLIK
GÜVEN
KONFOR



Seçkin Avm & Beyaz Eşya Mağazalarında

Royal Green PICASSO Su Arıtma Sistemiyle, suyunuzdaki kötü koku, katı maddeler ve kloru giderilip, lezzetli, berrak, kaliteli ve içimi hoş, doğal sürece benzer ölçeklerde arıtılmış sağlıklı bir su üretilir. Arıtılmış su kullanarak, **mutlu ve sağlıklı** bir hayatın en özgün boyutlarını sevdiğinizinizle paylaşabilir, geleceğin teknolojisini güvenle kullanarak **yaşam** kalitenizi daha üst noktalara taşıyabilirsiniz.

rosuaritma.com

444 18 22

**ROYAL
GREEN**

Vestel, Öğrencilere Çalışma Hayatını Tanıttı

Kartal Şehit Burak Cantürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Pazarlama ve Perakende Alanı idareci, öğretmen ve öğrencileri, Vestel Ticaret A.Ş.'yi ziyaret etti. Ziyaret çerçevesinde, Vestel Satış Grup Müdürü Eyüp Güler koordinatörlüğünde gerçekleştirilen toplantıda, Vestel'in çeşitli departmanlarının yetkilileri, öğrencilere çalışma hayatı ve Vestel'in faaliyetleriyle ilgili bilgileri aktardı.



bir tanesi, gerçek hayatla, akademik hayatı oluşturan üniversite ile lise arasında bir kontak, bir köprü kurabilmek ve insanlara yaşadıklarımızı, tecrübelerimizi aktarabilmek. Tecrübeleri aktarabilmek çok önemli ama onları alabilmek de bir o kadar önemli. Umarım, çok faydalı bir eğitim olmuştur." şeklinde konuştu.

"Öğrencilerin iş hayatını görmeleri açısından çok önemli bir fırsat oldu"

Kartal Şehit Burak Cantürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Koordinatör Müdür Yardımcısı Nermin Altan'da; "Biz de öğrencilerimize, okulda teorik eğitim veriyoruz fakat mezun olduktan sonra nerede çalışacaklarını, kendilerini bekleyen iş hayatını görmeleri açısından çok önemli bir fırsat oldu. Bu fırsatı bize sağladıkları için Vestel'e çok teşekkür ediyoruz." dedi.



"Öğrencilerimizde çok büyük bir potansiyel var"

Kartal Şehit Burak Cantürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Pazarlama ve Perakende Öğretmeni Zeynep Sağın ise, "Genel olarak, toplantıya katılan öğrencilerimizin hepsinde çok büyük bir potansiyel olduğunu düşünüyorum. Çok çalışmaları gerekiyor. Bölümlerinin, alanlarının kıymetini bilmeleri şart. Akademik alanda da iş hayatında da çok başarılı olmalarını gönülden temin ediyorum." diye konuştu.

Kartal Şehit Burak Cantürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi pazarlama ve perakende öğrencileri, Koordinatör Müdür Yardımcısı Nermin Altan ile Pazarlama ve Perakende Öğretmeni Zeynep Sağın'la birlikte Vestel Ticaret A.Ş.'yi ziyaret etti. Ziyaret kapsamında, Vestel Satış Grup Müdürü Eyüp Güler koordinatörlüğünde gerçekleştirilen toplantıda, Vestel'in çeşitli departmanlarının yetkilileri, öğrencilere çalışma hayatıyla ilgili bilgileri paylaştı. Dağıtım Kanalı Dergisi Genel Yayın Yönetmeni Yıldırım Söylemez, pazarlama ve perakende öğrencilerinin çalışma hayatının koşullarını öğrenmek, Türkiye'de faaliyet gösteren şirketlerin pazarlama ve perakende alanındaki çalışmalarını tanımak ve mezun olduktan sonra iş olanaklarına sahip olmalarını sağlamak amacıyla bir sosyal sorumluluk projesi yürütüyor. Söylemez'in proje kapsamında gerçekleştirdiği girişimle, 18 Nisan'da Vestel Ticaret A.Ş.'de düzenlenen toplantıda öğrenciler, çalışma hayatı için bugünden

itibaren belirledikleri hedeflerin gerçek hayattaki karşılığına tanık olurken, konunun uzmanları tarafından çeşitli alanlardaki iş akışlarını tanıma ve öğrenme olanağı buldu.

Öğrencilere mesleki deneyimler aktarıldı

Toplantıda, Vestel Satış Grup Müdürü Eyüp Güler, Vestel Pazarlama Müdürü Evren Koç, Vestel Beyaz Eşya Grubu Yöneticisi Duygu Badem, Vestel İnsan Kaynakları Uzmanı Murat Şahin, Vestel Medya Planlama Satın Alma Sorumlusu Esra Nader, Vestel Pazarlama İletişimi Sorumlusu Hale Sabancı, Vestel Satış Müdürü Kubilay Yeşilmen, Vestel Kıdemli Kredi ve Risk Uzmanı İlker Yücel, Vestel Kredi Riski Yönetimi Uzmanı Büşra Sevinç, Vestel Bütçe Kontrol Raporlama Şefi Şahin Aydın, Vestel Lojistik Uzmanı Egemen Kırılı ile Vestel Perakende Mağazalar Müdürü Arzu Özkundakçı, öğrencilere çalışma sistemleri ve teknikleri hakkında bilgi verdi. Yöneticiler ayrıca, öğrencilere kariyer planlamalarında dikkat etmeleri gereken ölçütler ile çalışma hayatında başarılı olmak için gereken unsurları aktardı.

"Gerçek hayatla, akademik hayat arasında köprü kurabilmeye çalıştık"

Toplantıyla ilgili değerlendirmede bulunan Vestel Satış Grup Müdürü Eyüp Güler; "Eğitim için her yerinde. Cem Yılmaz'ın dediği gibi 'eğitim şart'. Eğitimin belki özü, belki hap şeklinde verilebilecek en iyi unsurlardan



OTORİTER'de Duayen Bir Konuk: Levent Taşkın

OTORİTER TV programında, iklimlendirme sektörüne profesyonel bakışla, Danfoss Türkiye, Ortadoğu ve Afrika (TMA) Bölge Başkanı Levent Taşkın'ı ağırladık.



OTORİTER TV programında, iklimlendirme sektörüne profesyonel bakışla, Danfoss Türkiye, Ortadoğu ve Afrika (TMA) Bölge Başkanı Levent Taşkın'ı ağırladık. Taşkın'la iklimlendirme sektörünü, marka yönetimini ve iç ve dış pazarı enine boyuna konuştuk. Programımız, sektörümüzün iyi bir mühendisi, egosunu yenmiş bir yöneticisi, iyi bir üçüncü gözü olan Taşkın'ın yaptığı önemli tespitlerinin ele alındığı, kaynak niteliğinde oldu. Levent Taşkın Yıldız Teknik Üniversitesi Makine

Mühendisliği Fakültesi'nde lisans ve yüksek lisansını tamamladı. Sektörümüzde görev yapan üst düzey yöneticiler arasında bulunan Taşkın, iç ve dış pazarda 30 yıllık deneyim sahibi bir duayen. Taşkın'ın deneyimleri şöyle: Alüminyum, otomotiv ile inşaat sektöründe üretim ve şantiye mühendislikleri, Vaillant'ta satış ve pazarlama müdürlüğü, genel müdür yardımcılığı ve genel müdürlük, Danfoss'ta Türkiye genel müdürlüğü, Danfoss'un Türkiye, Ortadoğu ve Afrika (TMA) bölge başkanlığı, sektörle ilgili sivil toplum kuruluşlarında yönetim kurulu üyeliği ve başkan yardımcılığı ile yönetim danışmanlığı.

Programımızda şu konular hakkında konuşuldu:

- İklimlendirme sektörünün iç pazar ve Avrupa'daki rolü
- Enerji verimliliği konusunda, Türkiye'de yapılması gerektiği uygulamalar
- Enerji verimliliği alanı ile iklimlendirme sektörünü kapsayan kanun ve yasalar
- Yerli markaların globalleşmesindeki eksikler,



- Türk tipi, yabancı tipi yöneticiler
- Yerli ve uluslararası firmaların çalışma bakımından farklılıkları
- Lider olmaya aday gençlere ve yeni girişimcilere tavsiyeler

OTORİTER Programı Yorumu

Programımızın kapsamına uygun olarak; değerli Levent Taşkın'ın, sektörel değerlerimize yönelik değerli bilgilerini paylaştık ve bu meslek dayanışmasını, ölümsüzleştirmek mutluluğunu yaşadık. Programımız için kullandığı emeğe katkı ifadesinden dolayı, kendisine teşekkür ederiz.

Satış Sonrası Hizmetler Derneği Yeni Yönetim Kurulu'nu Seçti

Satış Sonrası Hizmetler Derneği (SSHDER), gerçekleştirdiği Olağan Genel Kurul'da yeni yönetim kurulunu belirledi. Yönetim kurulu tarafından yapılan toplantıda, Satış Sonrası Hizmetler Derneği Yönetim Kurulu Başkanlığı'na yeniden Bülent Mataracı seçildi.

Satış Sonrası Hizmetler Derneği'nin Olağan Genel Kurul'u gerçekleştirildi. Olağan Genel Kurul'da yeni yönetim kurulu seçildi. Yönetim kurulu tarafından yapılan toplantıda, Bülent Mataracı yeniden Satış Sonrası Hizmetler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı oldu.

Yeni Yönetim Kurulu şu isimlerden oluşuyor:

Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Mataracı, Eğitim, Geliştirme ve Kurumlar Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Baykal Ergin, Sektörel Faaliyetler Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İlhan Kaya, Genel Sekreter Deniz Kartal, Yönetim Kurulu Üyesi Abdurrahim Ulus, Yönetim Kurulu Üyesi Çağlayan İnan, Yönetim Kurulu Üyesi Çetin Cinemre, Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Başaran ve Yönetim Kurulu Üyesi Ercan Küçükakaraba.

Satış Sonrası Hizmetler Derneği, satış sonrası hizmetler sektörünün temel ihtiyaçlarını belirleme, sektörde faaliyet gösteren kişi ve kuruluşları bilinçlendirme, meslek etiği oluşturma ve yaygınlaştırma, danışmanlık

verme ile meslek edindirme faaliyetlerini gerçekleştiriyor. Dernek, sektör üye kurum, kuruluş ve markalarıyla 10. Yılında, 10 ayrı komisyonla hizmet veriyor. Komisyonlar şöyle: Kurumsal ilişkiler komisyonu, danışma kurulu, mesleki etik kurulu – sektör ve tüketici bilinci komisyonu, eğitim komisyonu, beyaz eşya/ ankastre sektör komisyonu, ısıtma sektör komisyonu, soğutma/ havalandırma sektör komisyonu, küçük ev aletleri komisyonu, ticari ürünler komisyonu ve kültür sanat komisyonu.

“Sektörümüz marka yöneticilerinin katılımını bekliyoruz”

Satış Sonrası Hizmetler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Mataracı, “Bağcılar Belediyesi, Bağcılar Mesleki Teknik Anadolu Lisesi ve Satış Sonrası Hizmetleri Derneği'nin ortaklaşa düzenlediği Avrupa Birliği destekli Doğalgaz İş Tesisatçılığı Kursu, meslek edindirme kategorisinde AB Proje Ortaklığı ile 2016 yılının en başarılı projesi seçildi. Sektörümüzün tüm marka yöneticilerinin komisyonlara katılımını ve katkı sağlamlarını bekliyoruz.” şeklinde konuştu.





Profilo'nun Yeni amaşır Makinesi UltraFresh ile İstenmeyen Kokulara Elveda!

Yepyeni Profilo UltraFresh amaşır makinesi, giysilerin üzerine sinen istenmeyen kokuları su ve deterjana gerek kalmadan havalandırma etkisiyle yok eder, zamanınız size kalır.

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, tüketicilerinin hayatını kolaylaştıran ürünlerle onların yaşamına değer katmaya devam ediyor. Bu yenilikçi ürünlerden biri de yeni Profilo UltraFresh amaşır makinesi!

ULTRAFRESH TEKNOLOJİSİ İLE KÖTÜ KOKULARA ELVEDA!

Kimi zaman bir mangal buluşmasında, çoğu zaman mutfakta yemek yaparken ya da kalabalık bir davette üzerimize sinen istenmeyen kokular bizi rahatsız eder. Profilo'nun yepyeni UltraFresh amaşır makinesi, sunduğu teknoloji ile bu soruna harika bir çözüm buluyor ve hayatınızı kolaylaştırıyor.

amaşırlara sinen istenmeyen kokular, UltraFresh özelliğinin havalandırma etkisiyle yok olurken giysilerin yıkanmasına da gerek kalmıyor. Bu sayede takım elbiseler, ceketler, ipekli bluz ya da elbiseler gibi hassas giysileriniz sık sık yıkanmaya maruz kalmadan kısa sürede kötü kokulardan arınıyor ve dolaplarda tekrar yerini alıyor.



ULTRAFRESH NEDİR?

Profilo'nun 9 kg kapasiteli CMH140DTR çamaşır makinesinde yer alan UltraFresh teknolojisi, çamaşırını yıkamadan, havalandırma etkisi yaratarak giysilerin üzerine sinen istenmeyen kokuların giderilmesini sağlar. Bu program ile kirli olmayan fakat üzerine koku sinmiş giysilerinizi, hiç giyilmemiş gibi kokularından arındırabilirsiniz. Bu esnada giysilerinize su ya da deterjan teması olmayacağından özellikle hassas kumaşlarınız zarar görmeyecektir. Profilo UltraFresh sayesinde evinizde kısa sürede alacağınız bu sonuçlar ile hem ekonomik bir tercih yapmış olacak hem de su tasarrufu yaparak çevreye katkıda bulunacaksınız.

HAYATI KOLAYLAŞTIRAN ÖZELLİKLER PROFILO ULTRAFRESH ÇAMAŞIR MAKİNESİNDE

Giysilere sinen istenmeyen kokuların giderilmesini havalandırma etkisiyle sağlayan Profilo UltraFresh çamaşır makinesi, geniş kapasitesi ve yüksek enerji tasarruflu kullanımının yanı sıra zengin program seçeneği ve opsiyonlarıyla da hayatı kolaylaştırır.

Yaza hazırlık yaparken yorganlarınızı yorgan yıkama programı kullanarak yıkayabilir, EkstraEkle özelliği sayesinde yıkama sırasında çamaşır makinesini durdurup kapağını açarak unutulmuş çamaşırını makineye ekleyebilirsiniz.

Acelesi olan ya da kısa sürede işlerini bitirip kendisine zaman ayırmak isteyenlerin tercihi Ekspres 15'/30' yıkama programları ise çamaşırını sadece 15 ya da 30 dakika gibi kısa bir zamanda yıkamanızı sağlar.

Sizi anlayan ve ihtiyaçlarınıza göre tasarlanmış özellikleriyle hayatınızı kolaylaştıran Profilo ürünleri, tüm Profilo yetkili satıcılarında sizi bekliyor.

BU BİR İLANDIR.

www.profilo.com

f /ProfiloEvAletleri

ig /profiloevaletleri

YouTube /ProfiloEvAletleri



PROFILO

dayanıklı ev aletleri

“Hükümet Yeni Bir Düzenleme Yapmalı”

MÜSİAD Perakende Sektör Kurulu Başkanı Adil Temizlerler ile Perakende Sektör Meclisi Başkanı Ali Gökhan Er: “AVM’lerdeki dükkan kiralari konusunda, hükümetin yeni bir düzenlemesi yapması gerektiğinin elzem olduğunu düşünüyoruz.”

MÜSİAD Perakende Sektör Kurulu Başkanı Adil Temizlerler ile Perakende Sektör Meclisi Başkanı Ali Gökhan Er, AVM kira şartlarına ilişkin ortak basın açıklaması yaptı.

Açıklamada şu hususlara dikkat çekildi: Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan’ın döviz ve faizle ilgili görüşlerini sonuna kadar destekliyoruz. Bu vesile ile AVM’lerdeki dükkan kiralari konusunda, hükümetin yeni bir düzenlemesi yapması gerektiğinin elzem olduğunu düşünüyoruz. Sektörün canlanması ve mevcut durumun düzeltilmesi adına, orta vadede “dövizle kiralama” yapılmasının kaldırılmasını öneriyoruz. Kısa vadede ise, döviz kurunun orantısız yükselmesine karşı belirli bir oranda sabitleme yapılması gerektiğini düşünüyoruz.

AVM yatırımcıları duyarsız kalıyor

Alişveriş Merkezleri, Türkiye’nin vazgeçilmez bir gerçeği konumunda yer alıyor. AVM’lerin hepsinde

kira işlemleri döviz üzerinden gerçekleştiriliyor. Dövizdeki öngörülemez yüksek dalgalanmalar ise işletmelere büyük bir darbe vuruyor. Kira giderlerindeki artış, şirketlerin doğrudan kar marjlarına yansarak zarar etmelerine yol açıyor. Bu noktada AVM yatırımcıları, “Döviz üzerinden borçlu olduklarını, bu nedenle kiracılara yönelik herhangi bir yapılandırma zarar edebileceklerini” belirterek, döviz üzerinden kira alınmaması konusunda duyarsız kalıyor.

AVM’lere karşı alternatif aranıyor

AVM’lerin özellikle Anadolu’da geleneksel perakendeyi zarara uğrattığı herkesin malumu. Başlangıçta özellikle istihdamın artmasına katkı sağlayan AVM’ler, şu anda işsizliğe yol açıyor. Türkiye’de ihtiyacın çok üstünde AVM yapıldı. Kötü yönetilen AVM’ler de bu durumu olumsuz hale getiren bir diğer etmen olarak nitelendirilebilir. Günümüzde birçok perakende firması, AVM’lere karşı alternatif arayışına girmeye başladı.



Dijitalleşmeyle Müşteriler Mağazada Daha Çok Kalıyor

Perakende sektöründe hızla artan dijitalleşme, tüketicilere keyifli ve mutlu bir deneyim yaşatırken, müşterilerin mağaza içindeki kalış sürelerini ise yüzde 30 artırıyor.

Dijitalleşmenin yaşamın her alanına yayılması, alışveriş alışkanlıklarını da hızla değiştiriyor. Perakende sektöründe, satış ve pazarlamada artık farklı hikâyelerin yenilikçi çözümlerle anlatıldığı sistemler ilgi çekiyor. Tüketicinin değişen satın alma alışkanlıkları, perakende sektöründeki şirketleri kızışan rekabette bir adım öne geçmeye zorluyor. Nitekim Accenture’un Dijitalleşme Endeksi çalışmasına göre perakende, 18 sektör arasında ilk sıralarda yer alıyor.

Sistem 9 Pazarlama Müdürü Harun R. Akol, dijital ekranların müşterilerin mağaza içindeki kalış süresini yüzde 30 artırıp, ödeme öncesi kuyruklarda bekleme süresinin kısaldığı algısı yarattığına dikkat çekti. Akol açıklamalarını şöyle sürdürdü: “Mağaza sahipleri, dijital ekranlarında dönen bilgi, haber, görsel ve videoları istediği gün ve istediği yere gönderip, yayın akışını yönetebiliyor. Bölgesel kampanyalarını da tek tuşla vitrinlerinde aktif hale getirebiliyor. Mağazalarındaki ‘dijital yayın ve bilgilendirme ekranlarına maruz kalan izleyenlerin yüzde 68’de ürün hakkında satın alma düşüncesi yokken ürüne yöneliyor. Tüketiciler



dijital ekranlara yansıtılan reklam ve bilginin yüzde 59’unu hatırlıyor. Dijital ekranlar, müşteri memnuniyetini ise yüzde 46 çoğaltırken, toplam satış hacminde ise yüzde 31,8’lik yükselişe neden oluyor.”

Satışlarda yüzde 25 artış

Dünyada “Digital Signage” olarak bilinen hizmeti Türkiye’de “Dijital Yayın ve Bilgilendirme Ekranları” adıyla yaygınlaştırdıklarını hatırlatan Akol, “Türkiye

ile beraber üç ülkedeki 21 perakende markasının 2 bini aşkın şubesindeki 15.000 den fazla dijital ekranı onlar adına yönetiyoruz. Dijital teknolojiler sayesinde tüketiciler sadece para harcama mantığıyla değil, keyifli bir deneyim yaşayarak alışveriş yapıyor. Hizmet verdiğimiz müşterilerimizin mağazalarındaki görsel kalitesi yüksek dijital ekranlarda tanıtılan ürünler satışları yüzde 25 artırdı.” diye konuştu.

PERAKENDE DOĞAMIZDA VAR!

Doğa neyi, nasıl yapacağını çok iyi bilir. Biz de 11 yıldır iyi bildiğimiz işi yapıyoruz. Siz işinize odaklanın perakendeyi bize bırakın!

“Rekabetçiliğimizi Artırarak Büyümeyi Sürdürüyoruz”

Koç Holding CEO’su Levent Çakıroğlu: “Ülkemizde ve küresel pazarlarda rekabetçiliğimizi artırarak büyümeyi sürdürüyoruz. 1,6 milyar TL’lik kombine yatırım gerçekleştirerek, son 5 senedeki toplam yatırım tutarımızı 35 milyar TL’nin üzerine çıkardık.”

Koç Holding, 2018 yılı ilk çeyrek finansal sonuçlarını değerlendiren Koç Holding CEO’su Levent Çakıroğlu; “Uzun vadeli değer yaratma hedefimiz ve küresel vizyonumuz çerçevesinde faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Yılın ilk çeyreğinde ülkemizin geleceğine olan inancımız, dirençli bilanço yapımız ve disiplinli risk yönetiminiz sayesinde faaliyetlerimize ve yatırımlarımıza kararlılıkla devam ettik. Ülkemizde ve küresel pazarlarda rekabetçiliğimizi artırarak büyümeyi sürdürüyoruz. Topluluk olarak dijital dönüşüm programımızın da katkısıyla her alanda rekabet gücümüzü ve etkinliğimizi sağlamlaştırıyoruz.” dedi.

“Yatırımlarımız finansal sonuçlarımıza katkı sağlamaya devam ediyor.”

Uzun yıllardır kararlılıkla sürdürülen yatırımların Koç Topluluğu’nun finansal sonuçlarına katkı sağlamaya

devam ettiğini vurgulayan Levent Çakıroğlu; “Yılın ilk çeyreğinde kombine yatırımlarımız, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 40 artarak 1,6 milyar TL’ye ulaştı. Böylelikle son 5 yılda 35 milyar TL’nin üzerinde yatırım gerçekleştirmiş olduk. Senenin geri kalanında da yatırımlarımızdaki bu ivme devam edecek.” dedi.

Koç Topluluğu’nun küresel vizyonu çerçevesinde yurt dışı büyümenin de kararlılıkla sürdürüldüğünü belirten Levent Çakıroğlu; “Otokoç Avis Budget Group ile birlikte, Yunanistan’daki Avis Budget operasyonlarının satın alımını gerçekleştirdi. Arçelik ise Hindistan’da 2019’un ikinci yarısında üretime geçmesi planlanan buzdolabı fabrikası için altyapı çalışmalarını hızlandırdı. Romanya’daki Endüstri 4.0 standartlarına sahip olacak ilk çamaşır makinesi fabrikasının bu sene içinde devreye alınması için de çalışmalarına devam ediyor.” şeklinde konuştu.



Arçelik’e “En İyi Mağaza Tasarımı Ödülü”

Arçelik, perakendede dünyanın en prestijli ödülllerinden kabul edilen World Retail Awards’ta (Dünya Perakende Ödülleri) çok önemli bir başarı elde etti. Arçelik İstinyePark Deneyim Mağazası, “En İyi Mağaza Tasarımı Ödülü”nü kazandı. Arçelik bu başarıyla mağaza tasarımı dalında ödüle layık görülen ilk Türk markası oldu.

Arçelik, pek çok alanda olduğu gibi mağaza tasarımı alanında da sektöre öncülük ettiğini prestijli bir ödülle ortaya koydu. Arçelik, en büyük deneyim ve yaşam alanına sahip İstinyePark mağazasıyla, bu yıl 10’uncusu Madrid’de düzenlenen World Retail Awards’ta (Dünya Perakende Ödülleri) 1200 metrekare altı kategoride “En İyi Mağaza Tasarımı Ödülü”nü kazandı. Pek çok dünya markasını geride bırakarak bu başarıyı elde eden Arçelik, 2007 yılından beri düzenlenen organizasyonda mağaza tasarımıyla ödüle layık görülen ilk Türk markası unvanını kazanırken, aynı zamanda 2018 World Retail Awards’ta ödül alan tek Türk markası da oldu. World Retail Awards, dünyada en iyi perakendecileri ve perakende uygulamalarını ödüllendiriyor. En İyi Mağaza Tasarımı kategorisinde; mağazanın markanın perakende gücüne sağladığı katkı, ticari başarısı, sergilediği yaratıcılık, alışveriş deneyimini en iyi şekilde yaşatması ve teknoloji kullanımını değerlendiriliyor. Ödül jürisi perakendecilik sektörünün önde gelen isimlerinden oluşuyor.



Dijital teknolojilerle donatıldı

1.080 metrekarelik alana kurulu olan Arçelik İstinyePark mağazası, interaktif müşteri deneyimine olanak sağlayan, yeni nesil perakendecilik trendlerine uygun dijital teknolojilerle donatıldı. Mağaza, ‘Ana Deneyimleme Adası’, ‘Etkinlik Mutfağı’ ve ‘TV Deneyimleme’ olmak üzere toplam 3 adet adaya sahip. Ürünlerle ilgili bilgilere hızla ulaşmayı sağlayan dijital ekranların yer aldığı mağazada, Arçelik ürünlerinin yanında, cep telefonu, tablet, dijital oyuncaklar gibi en yenilikçi elektronik ürünler de bulunuyor.



Arçelik İstinyePark mağazası ayrıca, konuk şefler ile yemek pişirmekten, özel fotoğrafçılık ve dijital sanat derslerine kadar atölyelere ev sahipliği yaparken, ücretsiz wifi hot-spot’larıyla birleştirilmiş bir mağaza uygulaması sunarak tüketicilere bir sonraki etkinlik için de bilgi aktarıyor.

blend.to.go ile Tüm Gün Enerjik ve Zinde!

Yepyeni King blend.to.go Kişisel Blender ile
her an her yerde daha fazla meyve ve
sebzenin tadını çıkarın.



2 farklı karıştırma şişesi



Tek tuşla çalışma



Paslanmaz çelik bıçak



Tutmayı kolaylaştıran
silikon halka

 king.com.tr

   /KingEvAletleri

 **king**

4
yıl
GARANTİ

Bosch, FlameSelect Teknolojili Ocakları Tanıttı

Bosch Ev Aletleri'nin mutfaklara soluk getiren yeni nesil ocakları, Hodja Paşa Venue'de düzenlenen bir şov ile basına tanıtıldı.

Bosch, ocak teknolojilerindeki dijitalleşmede devrimsel bir yeniliğe imza attı. Yeni nesil Bosch ocaklarda kullanılmaya başlanan rakipsiz FlameSelect teknolojisi, değişken gaz akışına sahip geleneksel gazlı ocakların aksine, sıcaklık ayarının seviyesini dilediğiniz gibi kontrol etmeye olanak sağlıyor.

Bosch'un rakipsiz FlameSelect teknoloji ocaklarının tanıtımı, 11 Nisan'da farklı atmosferiyle FlameSelect tanıtım şovuna da ilham veren Hodja Paşa Venue'de yapıldı. Düzenlenen toplantıda konuşan BSH Proje Satışlar Direktörü Alper Şengül; "Biz, teknolojinin günlük yaşamımızı kolaylaştırması için çalışıyoruz. Günlük ev işlerini tamamen ortadan kaldıramayız ama kolaylaştırabiliriz. İnsanların günlük işlerini daha kolay yapmalarına yardımcı olacak cihazlar geliştirerek onların yaşamlarına katkıda bulunabiliriz. Bosch Ev Aletleri olarak, nesillerdir tam da bunu yapıyoruz. Kullanıcılarımıza zaman kazandırıp, yaşam kalitelerini artırıyoruz. Yaşamın kolaylaşmasına katkı sağlıyoruz. Üstelik bunu çok da iyi yapıyoruz." dedi.

En kısık ve en yüksek seviye arasında 9 farklı alev yoğunluğu seçeneği sunan gazlı ocaklar, eski tip küçük, orta, büyük ocak devrini ortadan kaldırıyor ve yemeği en yüksek ateşten en kısık ateşe kadar



sadece tek bir ocak gözünde yaparak çok daha kolay pişirme sağlıyor. Böylelikle yemeğe, tencereye ve hatta yemeğin miktarına özel seçim yapılabilir. Serie 8 modellerde bulunan ve ocak gözünün alev seviyesi ile pişirme sonrası sıcaklığını gösteren dijital

gösterge, daha fazla konfor ve güvenlik sunuyor. Cam seramik ve paslanmaz çelik yüzey seçenekleri bulunan ürün, dayanıklı döküm ocak ızgaraları sayesinde pişirme süresince sarsılmıyor. Ocak ızgarası da bulaşık makinesinde yıkanabiliyor.

İhracattaki Artış, Simfer Fabrikası'nda Açıklandı

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükeşçi, Nisan ayı ihracat rakamlarını, Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'nde ısıtıcı, soğutucu, pişirici ve ankastre grubunda üretim yapan Simfer Fabrikası'nda, Simfer Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Usluoğlu'nun da katıldığı toplantıda açıkladı.



İhracat rakamları rekorlar kırmaya devam ediyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerine göre, Nisan ayında ihracat geçen yılın aynı ayına göre yüzde 15 artarak 13 milyar 549 milyon dolara yükseldi. Böylece ilk 3 ayda olduğu

gibi, Nisan ayında da aylık ihracat rekoru kırdı. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükeşçi, Nisan ayı ihracat rakamlarını Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'nde ısıtıcı, soğutucu, pişirici ve ankastre grubunda üretim yapan Simfer Fabrikası'nda açıkladı. AK Parti Kayseri Milletvekili Taner Yıldız, Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı Mustafa Çelik, TİM Başkanvekilleri Mustafa Çıkrıkçıoğlu ve Tahsin Öztiryaki, TİM Tekstil ve Hammaddeleri Sektör Konseyi Başkanı İsmail Güllü, AKAMİB Yönetim Kurulu Başkanı Refik Onur Kılıçer ile Simfer Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Usluoğlu'nun da katıldığı toplantıda konuşan Büyükeşçi; "Yılın ilk 4 ayında ihracatımız yüzde 10,4 artışla 54,7 milyar dolara ulaştı. Son 12 aylık ihracatımız ise, bir önceki yıla göre yüzde 10,7



artarak 161,1 milyar dolar oldu." şeklinde konuştu.

Son 7 aydır çift haneli yükseliyor

Son 12 aylık ihracatta 160 milyar doları aşmanın gururunu yaşadıklarının altını çizen Büyükeşçi; "Yıl sonuna kadar her ay çitayı daha da yükselteceğiz ve ihracat rakamında 170 milyar doların üzerine çıkacağız. TİM olarak 2016 Kasım ayından bu yana, yani 1,5 yıldır ihracatta artış açıklıyoruz. Son 7 aydır ise ihracatımızdaki artış çift haneli." diye konuştu.

Mutfakta Arzum Technoart Blender var.

2 kat performansı ve
6 bıçak gücüyle nefis
lezzetler var.



6 BİÇAK TEKNOLOJİSİ



TECHNOART



2017
İyi Tasarım Ödülü

arzum.com.tr | 0850 222 1 800

Arzum

Sen dokunursun değişir dünya

Vestel, Altın Effie Kazandı

Vestel, Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması 2018'den 'Sürdürülebilir Başarı' kategorisinde 'Altın', dayanıklı eşya/küçük ev aletleri kategorisinde 'Bronz Effie' ile döndü.

Vestel, pazarlama ve iletişim alanında dünyanın en zorlu ve itibarlı yarışması Effie Türkiye Reklam Etkinliği Yarışması'nda en prestijli ödülü olan 'Sürdürülebilir Başarı' kategorisinde, dayanıklı tüketim malları için yürüttüğü 'Gururla Yerli' kampanyasıyla Altın Effie, dayanıklı eşya/küçük ev aletleri kategorisinde ise Mix&Go için hazırlanan 'Küçük ev aletlerinden büyük gybet' kampanyasıyla Bronz Effie kazandı. Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği'nin Effie Worldwide Inc. iş birliğiyle düzenlediği yarışmada Vestel; 17 kişilik jüri tarafından ödüle layık bulundu. Effie Ödülleri 9 Mayıs akşamı düzenlenen törenle sahiplerine teslim edildi.

"Hassasiyeti, tüketiciye seslenirken de sürdürüyoruz"

Vestel Ticaret AŞ Genel Müdürü Ergün Güler; "Yarışmanın en önem verilen, en prestijli ve kazanılması en zor ödülü olan 'Sürdürülebilir Başarı' ödülü, en az 3 yıl sürdürülebilir olarak araştırma ve satış yolları ile etkisini kanıtlayabilen şirketlere veriliyor. Biz de Vestel olarak iletişimde sürekliliğin önemini farkındayız. Vestel olarak üretimde gösterdiğimiz hassasiyeti, tüketiciye seslenirken de sürdürüyoruz; tonumuzun direkt, dikkat çekici ve eğlenceli olmasına özen gösteriyoruz. Böylece hem kreatif iletişim



hem de pazardaki başarıları ödüllendiren en prestijli ödül programlarından biri olan Effie'den ödüllerle dönüyoruz." diye konuştu.

LG'ye Red Dot Tasarım Ödülleri'nden 21 Ödül

LG, ürünleriyle Red Dot Tasarım Ödülleri'nde bu yıl da büyük ilgi topladı. CineBeam Laser4K projektörü ile 'En İyinin En İyisi' ödülüne layık görülen LG, toplam 21 ödülün sahibi oldu.

LG Electronics (LG), aralarında "En İyinin En İyisi" ödülünün de bulunduğu toplam 21 ödülle Red Dot Tasarım Ödülleri'ne damga vurdu. Bu yıl 59 ülkeden 5.300 tasarımın değerlendirildiği yarışmada LG, CineBeam Laser 4K projektör ile program kapsamındaki en üst seviye olan "En İyinin En İyisi" ödülüne layık görüldü.

LG CineBeam Laser 4K projektör, I şeklindeki motoruyla zemine yerleştirildiğinde, duvara monte edil-

diğinde ya da tavana asıldığında bile mükemmel bir görüntü kalitesi sunuyor. Ürün, portatif yapısı, Auto Cord özelliği, estetik ve şık tasarımıyla dikkat çekiyor. LG ürünleri Red Dot jürisi tarafından 20 farklı ödüle daha layık görüldü. Ödül alan ürünler arasında LG Signature Kitchen Suite Buzdolabı, Code Zero R9 robot elektrikli süpürge ve hava temizleyici de yer alıyor. LG'nin Signature OLED TV'si, endüstri lideri Ultra Wide monitörleri, G6 ve V30 gibi akıllı telefonları,



Pra.L evde cilt bakım sistemi ve cep fotoğraf yazıcısı da daha önce Red Dot ödülü almıştı.

MediaMarkt, Türk Girişimcileri Avrupa'ya Gönderiyor

MediaMarkt Türkiye, girişim projesi "MediaMarkt Startup Challenge" ile geleceğin perakende deneyiminde fark yaratacak girişimlerini belirledi ve kazananı Avrupa pazarına tanıtmak için Münih'e gönderiyor.

MediaMarkt, Türkiye'de başlattığı "MediaMarkt Startup Challenge" projesiyle, perakendenin geleceğini son teknoloji ile şekillendirecek girişimcileri belirledi. Şirket, perakende sektöründe fark yaratacak, inovatif fikir ve uygulamaları hayata geçirmek üzere, Türkiye'deki girişimcilerle bir araya geldi. MediaMarkt'ın yanı sıra Tekzen ve Retailtech Hub tarafından desteklenen, Hackquarters tarafından yürütülen proje kapsamında kısa sürede alınan 60'ın üzerinde başvuru sonucunda belirlenen ilk 3 girişim şu şekilde oluştu:

BuyBuddy. Müşteri davranışlarını gerçek zamanlı

olarak kasada beklemeksizin ödemelerini gerçekleştirmelerini sağlayan bir IoT cihaz sunuyor.

Identify. Yüz tanıma ve takip teknolojilerini kullanarak pazar araştırmalarında çok daha iyi çözümler elde edilmesini sağlayan bir BI çözümü.

Pacer. Eğitim Yönetim Sistemi olan girişim, kurumsal etkileşimi en üst seviyeye çıkarmak için yeni nesil sosyal öğrenme platformu sunuyor.

"Çok önemli potansiyel var"

Türkiye'nin girişim ekosisteminde çok önemli bir potansiyel olduğuna dikkat çeken MediaMarkt Türkiye İcra Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım, "Türkiye'deki



bu potansiyeli ortaya çıkarmak için sektördeki tecrübemizi girişimcilerle paylaşarak, çözümlerini geliştirmelerini, daha iyi yatırım fırsatları yakalamalarını ve uluslararası platformlarda kendilerini göstermeleri için gereken desteği veriyoruz" dedi.



BORN INNOVATIVE

Geniş Ramazan sofralarında,
80 litre kapasitesiyle
Vanity Ankastre Fırın yanınızda.

HO HO HO
HOOVER
YENİLİĞİ SEVER



80 lt geniş iç hacim, Wi-Fi ile kontrol, tam dokunmatik kullanım ve et pişirme sensörü gibi üstün özelliklere sahip Vanity Ankastre Fırın, Ramazan sofralarını ileri pişirme teknolojisiyle tanıştıyor.

444 0 398 www.hoover.com.tr HooverTurkiye HooverTurkiye hoover_turkiye hooverturkiye



Mutfakta Arzum Dreamline Serisi Var

Arzum, evlerin en büyük yardımcılarını rüya gibi bir renk serisi olan “Dreamline” ile buluşturuyor.

Arzum, baharın gelişini ‘Dreamline’ serisi ile kutluyor. Özel bir davetle yeni serisinin tanıtımını yapan ve “yaza merhaba” diyen Arzum, davette çok satan Shake’N Take Kişisel Blender’ını unutmadi ve Rafet İnce ile eğlenceli bir Smoothie Workshop’u gerçekleştirdi.

“7 yıldır üst üste “Mutfakta Arzum Var” diyoruz”

Davete ev sahipliği yapan Arzum Pazarlama ve Ürün Geliştirme Direktörü Mehtap Yıldız Dreamline serisiyle ilgili; “Yenilikçi ve teknolojik ürünlerimizi kadınlarla buluşturmaya devam ediyoruz. 7 yıldır

Gıda Hazırlama kategorisinde 1 numarayız, ‘Mutfakta Arzum Var’ diyoruz. Yeni sunduğumuz Dreamline serimizle bu kez kadınlarımıza hem rüya gibi bir renk sunuyor hem de üstün teknolojiyle işlerini daha da kolaylaştırıyoruz” diye konuştu.

Arzum, rüya gibi bir renk serisi olan “Dreamline”i sunuyor. Rengi ve performansı ile dikkat çeken Dreamline serisi ürünleri ile içecek hazırlamak, doğramak, karıştırmak, pişirmek ve çırpma çok kolay. Yeni evleneceklerin, evini yenilemek isteyenlerin, tasarım ve renk tutkunlarının vazgeçilmez olacak Dreamline serisi; Tostçu Delux Izgara ve Tost Makinesi, Çaycı Lux



Çay Makinesi, OKKA Minio Türk Kahvesi makinesi ve Prostick 1500 Blender ürünlerinden oluşuyor.

Hotpoint Gıda İsrafını Azaltıyor

Hotpoint, Milano’da düzenlenen mutfak eşyaları fuarı Eurocucina’da gıda israfını önleyen yeni teknolojilerini sergiledi.

Hotpoint, 17-22 Nisan tarihlerinde Milano’da düzenlenen mutfak eşyaları fuarı Eurocucina’da gıda israfını önlemek üzere tasarlanmış yeni teknolojilerini ve ev aletlerini sergiledi.

Hotpoint’in Gıdaya Özen Gösterme Kültürü kapsamında ziyaretçilerle buluşan yenilikleri arasında yemekleri saklamayı ve hazırlamayı daha eğlenceli hale getiren akıllı ve birbirine bağlantılı ev aletlerinden, lezzetli ve taze gıdalar sunan fırına kadar birçok ev aleti bulunuyor.

Hotpoint’in 2019 Ankastre Koleksiyonu’nda sergilenen ürünlerde sınıfının en iyisi mutfak aletleri setinin yanı sıra fırın, mikrodalga fırın ve kompakt

kombi buharlı fırının sahip olduğu internet bağlantısı özelliği sayesinde, yemek ile olan ilişkimiz yeniden tanımlanıyor. Hotpoint standını ziyaret edenler, tarif seçip hazırlamaktan ideal bulaşık makinesi programını ayarlamaya ve kirli bulaşıkları yıkamaya kadar birçok özelliği barındıran ve kişiselleştirilmiş mutfak deneyimi yaşatan Hotpoint Home Net uygulamasını da ilk defa görme fırsatı buldu. 2019 Ankastre Koleksiyonu, aynı zamanda yeni bir induksiyonlu ocak, T-şeklinde davlumbaz ve yeni dikey davlumbazlara da ev sahipliği yaptı. Hotpoint’in buharda yemek pişirme deneyimini yaşatan buharlı fırın serisi ise yemeklere aynı lezzet kattı.



Profilo'dan Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası'na Destek

Profilo, 16-20 Mayıs tarihlerinde Marmaris’te yedincisi düzenlenen Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası’na destek verdi.

7. Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası’nda Profilo bu yıl, 16-18 Mayıs tarihlerindeki Profilo Kısa Kulvar Yüzme Şampiyonası ile 19 Mayıs’ta yapılacak 5000 metre Profilo Açık Su Yüzme Dayanıklılık Yarı Maratonu’nu destekledi.

“Yüzme sporu dayanıklılık kavramını fazlasıyla barındıran bir spor”

Uluslararası Arena Aquamasters Yüzme Şampiyonası’na bu yıl, bir kez daha destek vermekten mutlu olduklarını dile getiren Profilo Pazarlama Müdürü Burcu

Seçkin; “Yüzme sporunda kuvvet ve kondisyon kadar dayanıklı olmak da bir o kadar önemli. Biz de Profilo olarak aynı bakış açısı ve ‘Dayanıklılık’ iddiamız ile bu yıl da Aquamasters’in ve yüzme sporuna gönül vermiş sporcularımızın yanında olmaktan çok mutluyuz” dedi. Seçkin; “19 Mayıs Atatürk’ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı gibi önemli bir günde, dünya çapında yüzme tutkunlarının bir arada olduğu ve aynı amaç için gayret gösterdikleri bu organizasyonun bir parçası olarak böylece özel bir günü kutlamak bizim için çok onur verici.” şeklinde konuştu.



S SINGER
KENDİ
MODANI
YARAT!

S SINGER®

SINGER, ANNELERİ MUTLU ETMEYE YETER!

Her anneyi mutlu edecek bir
Singer dikiş makinası mutlaka var.



SINGER | Simple
SIMPLE 3223G

SINGER | Simple
SIMPLE 3223R

SINGER | Simple
SIMPLE 3223Y

DANIŞMA HATTI
0850 390 99 09

www.singer.com.tr

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



Makinenizin ömrünü
orijinal Singer iğnesi ve
yağıyla
uzatabilirsiniz.



Singer Dikiş Yardımcısı
HEMEN İNDİRİN

Mert Gürsoy, Samsung Electronics Türkiye'nin Başkan Yardımcısı Oldu

Samsung Electronics Türkiye Tüketici Elektronikleri Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Mert Gürsoy, Samsung Electronics Türkiye'nin Tüketici Elektronikleri Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı görevine atandı.

Lise öğrenimini Özel Saint Benoit Fransız Lisesi'nde ve lisans eğitimini ise Koç Üniversitesi İşletme bölümünden tamamlayan Gürsoy, 2000 yılında profesyonel yaşamına başladığı Vestel'de 15 sene boyunca her kademedeki çeşitli görevler üstlendi.

Sürdürülebilirlik odaklı yeni stratejiler oluşturdu

Samsung ailesine Aralık 2015 itibarıyla katılan Mert Gürsoy, Samsung Electronics'deki ilk görevine Tüketici Elektronikleri Satış ve Pazarlama Direktörü olarak başladı. Bu dönemde sürdürülebilirlik odaklı yeni

stratejiler oluşturarak marka değerinin artması için çalışmalar yürüten Gürsoy'un göreve gelmesi ile Samsung Türkiye MENA'da en iyi performansı gösteren ülke olurken, Avrupa'da ise birçok ülkeyi geride bırakarak 4'üncü sıraya yükseldi.

Samsung Electronics'in Türkiye'ye uygun stratejilerle ülkedeki bağlarını güçlendirmesi için çalışan Mert Gürsoy, birçok alanda uyguladığı yeni fikirlerle Samsung Electronics Türkiye ekibinin çok sayıda "Best Practice" ödülleri almasında önemli bir rol oynadı.



Cem Bialetti'den İzmit'te Yeni Fabrika

Avrupa firması İtalyan Bialetti S.p.A., Türkiye'deki yeni fabrikasını İzmit'te açtı.

Mutfak gereçleri ve kahve sektöründe faaliyet gösteren Avrupa firması İtalyan Bialetti S.p.A., Türkiye'deki yeni fabrikasını İzmit'te açtı. Açılış töreninde konuşan Cem Bialetti Genel Müdürü Bökehan Şahbaz, "Türkiye, 2017'de yüzde 7,4 gibi rekor bir seviyede büyüdü. Bizim de parçası olmaktan gurur duyduğumuz bu başarıyı ön görerek hayata geçirdiğimiz; çevre dostu, insan odaklı, güncel teknolojik donanımlara sahip ve AR-GE yatırımları üzerine birçok yeniliğe başvuracağımız yeni fabrika yatırımımızın açılışını yapıyoruz. Burada ürettiğimiz mutfak gereçleri yurt içinin yanı sıra ihracatla dünya'nın dört



bir yanına satılacak. "Made in Turkey" etiketiyle ihrac ettiğimiz her parçayla ülkemizin dış ticaret açığının

kapanmasındaki katkımız biraz daha artacak. Biz, Türkiye'ye güvenmeye, yatırımlarımızı sürdürmeye devam edeceğiz. Biliyoruz ki, Türkiye'de rekor oranlarla büyümeye devam edecek." diye konuştu.

İstihdamı artırmayı hedefliyor

Cem, yeni fabrikası ile üretim kapasitesini 10 milyon adet üzerine ulaştırmayı planlarken, ihrac ettiği ürün adedini ise yüzde 20 oranında artırmayı planlıyor. Aynı zamanda, yaklaşık 1200 kişiye direkt ve dolaylı iş gücü sağlayan Cem Bialetti, yeni fabrikası ile bu sayıyı da yüzde 10 artırmayı hedefliyor.

"Yüzde 50 Büyüme Hedefliyoruz"

Philips TV Türkiye Genel Müdürü Ünal Masalcı; "Philips TV olarak, 2018'de yeni modellerimizle pazar payını artırarak yüzde 50 büyüme hedefliyoruz." dedi.

Philips TV Türkiye Genel Müdürü Ünal Masalcı, mevcut satışları artırmak için ülke ekonomisine katkıda bulunacak farklı yöntemler geliştirdiklerine değinerek, "Philips TV olarak 2017'yi büyüyerek kapattık. Şimdi, 2018'de gelişen teknoloji ve tasarımın esas alınarak oluşturulduğu yeni modellerimizle pazar payını artırarak yüzde 50 büyüme hedefliyoruz. Bunu yaparken de ülkemizin yararını esas alarak üretimin büyük bir kısmını yerli üretime kaydırmaya odaklandık" dedi. 2018 yılında gelişmelerin devam edeceğini ifade eden Philips TV Türkiye

Genel Müdürü, "Bir sonraki hedefimiz ülkemizde üretilen ürünlerde ihracat adımı olacak. Bunun için çok çalışıyoruz." diye konuştu.

Yeni modeller tanıtıldı

Philips TV'nin Antalya'da düzenlediği yıllık değerlendirme toplantısına Philips TV Türkiye Ofisi ve tüm saha satış ekibinin yanı sıra, distribütörler de katıldı. Kick-off toplantısında geliştirilen teknoloji ve tasarımın esas alınarak oluşturulduğu yeni modellerin tanıtımı yapılırken, eğitimler ve iş ortaklarıyla söyleşiler gerçekleştirildi.



Üstün Dondurma Teknolojisi

İster
buzdolabı



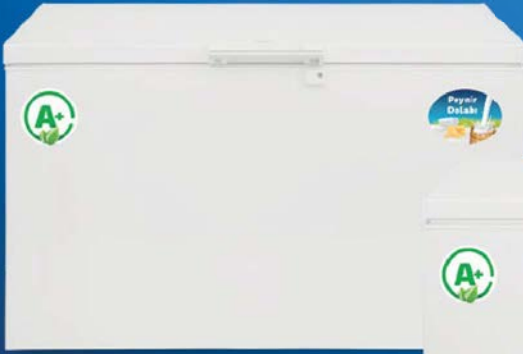
İster derin
dondurucu

Soğutucu 2+1 arada Dondurucu



FS 7303 NF A+ INX
7 Çekmeceli No-Frost
Dikey Derin Dondurucu

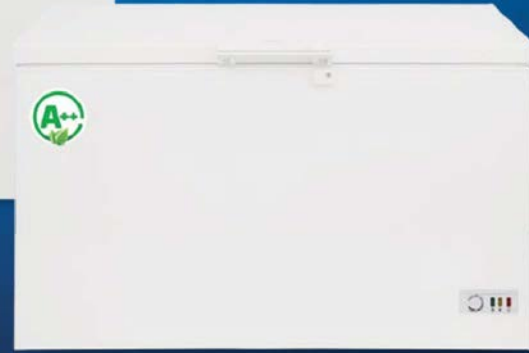
FS8407 ENF A+ D
8 Çekmece No-Frost
Dual Mode Dikey Derin Dondurucu



PS4421 A+
Dual Mode
Blok Kapak Peynir Dolabı



CS3320 A+
Kristal Serisi Dual Mode
Blok Kapak Derin Dondurucu



CS4340 A++
Kristal Serisi Dual Mode
Blok Kapak Derin Dondurucu



simfer

41
yıl



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

Hedef, Strateji, Plan ve Yayılımı Üzerine



Aşağıdaki ölçütleri uygulayan az sayıda şirket duydum ve gördüm:

- Bilimsel bir gelecek öngörüsü ortaya koyan
- Rakamsal hedeflerin dışında, bilinçli, stratejiyle ilişkili ve bilimsel “çalışan gelişimi” hedefleri belirleyen
- Gerçek bir stratejiye sahip
- Kaynaklarıyla hedeflerini örtüştüren ve iyi plan yapan
- Problemlerinin farkında olan ve ayrıca bunları itiraf edebilen
- Makinelerinden (hatta aktiflerinden) çok çalışanına güvenen
- Bölümler arası samimi mutabakatla, ortak hedefler belirleyen ve aynı yöne bakan
- Hedef ve stratejisini oluştururken, en alt kademeye kadar herkesin katkısını alan
- Stratejik hedeflerini en alt kademeye kadar indirebilen
- Yıl içinde, stratejik planını uygularken, sistematik düzeltici aksiyon alabilen
- Hedeften sapmalar olduğunda, bilimsel metotla problem çözen
- En alt kademededen yukarıya doğru, elde ettiği sonuçlarını birleştirerek ana hedeflerini tutturan
- Sonuç odağı kadar süreç odağına sahip
- Aktiflerine gösterdiği önemi çalışan ve müşterisine gösteren
- Yönetimi yalnız sanat ve zanaat ile değil, aynı zamanda bilimsel yapan
- Kararsızlıklar içinde, sürekli yeni bir metot arayışı yerine, bilinçli olarak, baştan belirlediği dönüşüm yolculuğunda sabırla ilerleyen

Bu unsurları hayata geçirmek

Aslında, bunları hayata geçirmek hiç zor değil. Metodunuz ve mentorunuz varsa, merak etmeyin. Başka türlü, şirketlerimizi nasıl büyütebiliriz ki? Siz, neler duydunuz ve gördünüz?



Yalın Dönüşüm



Hakan Akgül; hakan.akgul@lean.org.tr

goldmaster®
40.yıl

Rose Gold
koleksiyonu



Hayatını tek karede birleştirenlere
ihtişamlı çeyiz seti

goldmaster.com.tr @ f t goldmasterkea





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

Sürpriiz



İnsanlarımızın ve ülkemizin güzelliğinden her zaman bahsederim. Ülkem insanı, sıcakkanlı, aniden sinirlenebilen ancak çabuk sakinleşen bir yapıya sahip. Yani hayat bizim için her zaman sürprizlere gebe. Neden? Sağımız solumuz hiç belli olmuyor da ondan. Önce, hiç hesapta yokken bir takım gerekçelerle, 24 Haziran 2018 günü seçime gidiyoruz. Her açıdan sürpriz. Bakalım sonucu da sürpriz olacak mı?

Ee, bir ülkede seçim varsa, seçim vaatleri de kaçınılmaz olur. Bu kez, açıklanan 'torba kanun' tam bir sürpriz. Neler mi var?

- Öteden beri karşı çıkılan, emeklilere 2 maaş ya da 2 ikramiye var. Sürpriz.
- İmar barışı getirildi. Bütün kaçak yapılar tapulandırılacak. Bakalım, 2-B'ler ne olacak?

Büyük sürpriz.

- Vergi barışı yarasını yazmasam da olur. Bu kaçınıcı? Hemen hemen herkes ne olduğunu öğrendi.
- 30.03.2018 tarihi ve öncesi Vergi ve SGK borçları yapılandırılıyor.
- Matrah artırımını, stok affı, kasa affı, stok beyanı getirildi. Sürpriiz.

Bitmeyen sürprizler

Bitti mi sürprizler? Hayır.

Teşvikler gırla gidiyor.

Bağ-Kur prim borcu olanların sağlık hizmetlerinden yararlanamama durumu ortadan kaldırılıyor.

Ee, vallahi daha ne olsun ki, insanın her yıl seçim olsa diyesi geliyor.

Sürprizler bitti mi? Hayır.

Bir sürpriz de benden.

Değerli Dağıtım Kanalı Ailesi;

- Toplumsal huzuru ve iç barışı sağlamak için,
- Din, dil, ırk, cinsiyet ayrımı yapmaksızın; birlikte huzur içinde ve yurtseverlik temelinde yaşamak için,
- Beraber güçlü bir vatan dokusu oluşturarak, Türkiye'de yaşayan herkesi ve her kesimi yüceltmek için,
- Hak, hukuk, adalet ve demokrasi yolunda, ülkeme ve partime katkı ve destek vermek için, Cumhuriyet Halk Partisi İstanbul 1. Bölge'den Aday Adayıyım.

Destek ve dualarınızı bekliyorum; saygı ve sevgilerimi sunuyorum.





ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü
akajan@arzum.com

Alacak Yönetimi Nedir?



Alacakların planlı + hızlı + etkin tahsilatı = Alacak yönetimi, yasal süreç öncesinde uygulanır. Nakit akışı hızlanması, doğru bir alacak yönetimi ile sağlanır.

Alacakların tahsilatında yaşanan sorun ve gecikmelerin sonuçları şunlardır:

- Kar marjını daraltır ve öngörülemez kılar.
- Gelir-gider, bütçe dengelerini bozar.
- Kredi notlarını ve itibarı olumsuz yönde etkiler.
- Stres ve endişeye yol açarak, sağlıklı kararlar verilmesini önler.

Tahsilat ofisi

Alacaklı ve borçlu taraf arasındaki görüşmeleri sürdüren kişiler, firmaların kendi çalışanları, avukat veya hukuk büroları olduğu zaman; alacak yönetimi konusunda belirtilen nitelik ve yetkinliklere sahip olan uzmanların yaklaşımına göre, daha ‘uzaklaştırıcı’, ‘zorlaştırıcı’ ve ‘yıpratıcı’ olabiliyor. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak, 1960’lı yıllarda özellikle Amerika ve Avrupa’da Türkçedeki birebir karşılığı “tahsilat ofisi” (debt collection agency) olan kurumlar oluşturulmaya başlanmıştır. “Avukat” olmayan, ancak bilgili ve yetkin kişilerin istihdam edildiği ve alacaklı kurumları temsilen borçlularla görüşmeleri sürdüren bu ‘üçüncü tarafların’ müdahalesiyle, hem müşteri kaybı yaşanmadan hem de daha hızlı tahsilatların gerçekleştiği gözlemlenmiştir.

1970’lerin sonunda, yetersiz bankacılık düzenlemeleri nedeni ile Amerika’daki yarı banka niteliğindeki finansman şirketlerinde (Saving and Loan Companies) yaşanan finansal kriz sonrasında, tahsilat ofisleri aynı zamanda, “borçların yeniden yapılandırılması, indirim ve vade seçeneklerinin sunulması” gibi alternatif çözüm yollarını da içinde barındırmaya başladı.

1977 yılında Amerika’da bu tahsilat ofislerinin işleyişini düzenleyen Adil Borç Tahsilatı Uygulamaları Yasası (Fair Debt Collection Practices Act) çıktı. Böylece, alacak yönetimi konusunda danışmanlık hizmetleri veren kurumların hem sayısı hem de niteliği artmış, “alacak yönetim, borçların takibi ve tahsilatı” ayrı bir uzmanlık alanı olarak kabul görmeye başlamıştır.



Tahsilat kültüründeki unsurlar

Konu: Para = Hak edilen bedelin gecikmesi (Value)

- Organizasyon ve satış = “Tahsilatı yapılamamış satış, satış değil, hediye.”
- Tarafların pozisyonu = Karşılıklı empati kurabilmek.
- Tarafların muhatapları = Belirginlik, nitelikler.
- Talep etme = “Bugün, tamamını ödemeniz gerekiyor”
- Bilgilendirme, hatırlatma = Net, kısa ve özgün
- Tanımlar ve ifadeler = “Borçlu mu müşteri mi?”
- İtibar = İş sürekliliği (hizmet veya ürün).

Vadesi geçmiş ve tahsilatı hala gerçekleşmemiş alacakların takip edilmesi, ciddiye alınması gereken bir konudur. Müşteriyi kaybetmeden (ticarete süreklilik hedeflenerek) yasal takip öncesi ödemelerin gerçekleştirilmesi ve hızlandırılması amaçlanır. Doğru bileşenlerin bir araya getirilmesi ve etkin tahsilat tekniklerinin kullanılması, başarıyı artırır.

Alınabilecek tedbirler: Risk yönetimi

Araştırma ve istihbarat

- İş raporları
- Kredi raporları
- Risk raporları
- Yerinde ziyaret
- Basın taraması
- İtibar ve referans taraması

Tahsilat yönetiminde; ne kadar ödeme olduğu, tüm verilerle net olmalıdır (ne?). Verimliliğin artması, maliyetlerin düşmesi amaçlanmalıdır (neden?). Gelir-gider terazisindeki dengeler sarsılınca önemi artar (ne zaman?). Yazılı ve sözlü görüşmeler, doğru yürütülmelidir (nasıl?). Bilgilerin güncellenmesi ve kullanılması önemlidir (nereye?). Yetkin kişiler istihdam edilmelidir (kim?).

Tahsilatta insan faktörü = Müşteri tipleri

Borçlu tarafın psikolojisi

- A: Slow Payers/Ödeyen ama yavaş ödeyen müşteriler
- B: Dürüst, ama çaresiz müşteriler
- C: Sürekli taviz, indirim bekleyen müşteriler
- D: Credit Criminals/Kötü niyetli ve asla ödemeyecek müşteriler

Tahsilat yönetiminde sık yapılan hatalar ve telafisi

- Tahmin yürütmek = Sonuçlar ortada olunca, süreçlere ve sebeplere dair yargılama kolaylaşır. Aldanmamak lazım, araştırmaya ve anlamaya devam.
- Ümitsizliğe kapılmak = Çaresizlik hissedilir. Güç dengelerini hatırlamak lazım.
- Öfkelenmek = Çözümleri tıkır. Beynimizin işleyişine ve yetkinliklerimize perde çeker.
- Acele etmek = Hazırlıksız yakalanmaya davetiye çıkarır.
- Tehdit etmek = Sonuçlardan haberdar etmek lazım. Telifisi en zor olandır.





DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

Zaman Hırsızı



Her gün farkında olmadan onlarca karar alırız. Bazı kararlar, küçük ve rutin kararlardır. Bazen de çok önemli kararlar almak zorunda kalırız ve bu karara varmak için seçenekler arasında gider geliriz.

Hemen her konuda seçim için olan alternatiflerin çokluğu, hata yapma endişesi, mahcup düşme ya da başarısız olma korkusu, olduğumuz ile olunması gereken durum arasındaki araf halleri, insanı kararsızlığa sürükleyen nedenlerden sadece birkaç tanesidir.

Kimileri için herhangi bir konuda karar verip eyleme geçme çok kısa sürerken, kimileri için aynı konuda karar vermek anlamsızca uzun zaman alır. Bazıları da vardır ki karar verememe konusunda kararlıdır. Bazen hayatımızla ilgili bir değişiklik yapmayı isteriz. Spora başlasam mı? Kendime bir takım elbise alsam mı? Saçlarımın rengini değiştirsem mi? Bu hafta sonu maçı, statta mı yoksa arkadaşlarla ev de mi izlesem? Bazen ise almaya çalıştığımız kararlar, hayatımızın geri kalanını etkileyecek kadar büyüktür. Aldığım iş teklifini kabul etmeli miyim? İkinci bir çocuk yapmalı mıyız? Ev borcuna girsek mi? Bu ortaklığa “evet” demeli miyim? Evlenme teklifi etsem mi? vb.

Basit ve küçük konularda kararsızlık

Hayati konularda akıllıca bir karar vermek için düşünmek ve sonrasında karar verirken zorlanmak aslında normaldir ama çok basit ve küçük konularda anlamsızca, bir türlü karar verememek ve buna bağlı

olarak harekete geçememek, günümüzde birçok insanda görülen problemleri bir konu.

Mesela şu soruları yanıtlayabilir misiniz?

“İş ve özel ajandam, uzun zamandır yapılmayı bekleyen işlerle dolu.”

“Sadece canımın istediği işleri hızlı yapıyorum.”

“İşler üzerinde o kadar çok düşünürüm ki harekete geçemem.”

“Sabahları alarmı en az üç kere ertelerim.”

“İşlere zamanında başlayamadığım için içim sıkılır ve her şeyi ertelemek zorunda kalırım.”

Tanıdık geliyor mu?

Erteleme

Erteleme davranışı kısaca, yapmak istemediğimiz şeyler için sürekli bahaneler bulmaktır. Zaten o işi yapmayı istiyor olsak, hiçbir bahane bize engel olmaz. Yani erteleme en temel sebebi; o işi o anda yapmayı istemiyor oluşumuz ya da seçenekler hakkında detaylı analiz yapabileceğimiz olmamasıdır. Aslında, karar verememede de durum çok farklı değildir. Çünkü karar verilemediği için erteleme yaşanır. Harekete geçme konusunda, kararlı olmama hali erteleme bir adım öncesidir.

Ben kararsız kaldığımda SWOT analizi yaparım zihnimde. Seçenekler arasında artıları, eksileri, fırsatları ve riskleri adaletli şekilde mukayese ederim. Bu mukayese de tabii somut ve soyut olarak, maddeler

bir arada olur. Hele bunu kağıt üzerinde yapınca sonucu görmek yani hangi seçeneğin yapılması gerekliliği o kadar rahat ortaya çıkar ki, inanamazsınız. Zaman zaman danışarlarda hatta firma danışmanlıklarında bile bu yöntemi, hızlıca uyguladığımız çok olur.

Japonya’da ya da Çin’de hat sanatı, pirinç kağıdı üzerinde yapılır. Çok hassas, çok narin, bir çeşit kağıdın üzerinde. Eğer bir an, kararsız kalırsan hemen anlaşılır. Yüzyıllar boyunca, hat sanatçısının ne zaman kararsızlığa düştüğü, her zaman anlaşılmalıdır. Çünkü, mürekkep pirinç kağıdına yayılır ve yazıyı bozar. Pirinç kâğıt üzerinde aldatmak çok zordur.

Depresyon belirtilerinden biri: Karar verememe

Psikiyatrlar, depresyonun belirtilerinden birini de karar verememek olarak görüyorlar; “Depresyonu yaratan da; umutsuzluk, çaresizlik duygusu, kararsızlık, harekete geçememe durumu.” diyorlar.

Depresyondan kurtulmak da aynı yollardan geçiyor: Depresyondan kurtulma umudunu yaratan; kararlılık, çarenin kendi olduğu bilinci, harekete geçme, mücadele etme ve risk alma.

İradeli olmak

Mükemmeliyetçilik, kararsızlığın veya sürekli karar değiştirmenin en büyük etkenidir. Her seçimin iyi ve kötü tarafları vardır.

Önemli olan, vakit kaybetmeden fırsatları kaçırmamak, kararsızlık duygusunun yarattığı huzursuzluk hallerinden bir an önce sıyrılıp, alınan kararı hayata geçirme konusunda iradeli olabilmektir.

Şimdi biraz düşünün, kararınızı bekleyen kaç konu var?



► REGAL

HAMSİDEN
KİNOA SALATASINA
TÜM AİLENİN
YİYECEKLERİ SİĞSA
**KOKULARI DA
BİRBİRİNE
KARIŞMASA
DİYORSAN**

► **REGAL'LE
SÖZ SENDE**



ALİ KİRMAN
Eğitmen, Konuşmacı, Yazar

alikirman@alikirman.com
www.alikirman.com

Takımınız Ne Kadar Başarılı?



veriyor musunuz? Ortak sorumluluk bilinci oluşmuş mu? Yoksa herkes, sadece kendi hedefinin peşinde mi? Herkes, bu takımda olmaktan mutlu mu?

Yaratıcılık: Takımınız yeni stratejiler, yöntemler, üretebiliyor mu?

Takım arkadaşlarınız her fırsatta, gün be gün yapılan işlerle ilgili yeni yöntemler ortaya atıyorlar mı? Toplantılarda görüşlerini, geliştirici ve yapıcı eleştirilerini saklamak yerine rahatça paylaşıyorlar mı? Değişen durum ve gereksinimlere göre farklı görevler üstlenebiliyorlar mı? Herkes, deneyerek başarılı bir sonuç elde ettiği bir yöntemi, takım arkadaşlarıyla paylaşmak arzusu sergiliyor mu?

Zorluklarla mücadele gücü: Takımınız sorunlarla karşılaştığında nasıl davranıyor?

Takım gerek içeriden gelen (şirket politikaları, yapısal değişiklikler vb.) ve gerekse dışarıdan (pazar koşulları, müşteriler vb.) başarısını engelleyici bir durumla karşılaştığı zaman, suskun kalmak, geri çekilmek, moral bozukluğuna uğramak ve küsmek yerine, bu olumsuz durumu olumluya çevirmek için çaba harcıyor mu? Takım bireyleri olarak, çözümler üretip engelleri aşabiliyor musunuz?

Bu sorulara yanıtınızın “evet” ise başarılı bir takımla çalışmaktasınız.



Bireyi olduğunuz ya da yönetmekte olduğunuz takımınızı nasıl değerlendiriyorsunuz? Bunun yanıtını, aşağıdaki takım başarı kriterlerine göre bir değerlendirme yaparak alabilirsiniz.

İletişim: Takım bireyleri arasında iletişim nasıl?

Takım üyeleri bir araya geldikleri, toplantılar, yemek, eğlence vb. sosyal ortamlarda birbirleriyle rahatça konuşup sohbet edebiliyorlar mı? Suskun duruşlar, ilgisiz ve kopuk davranışlar var mı? Yoksa aralarında şakalaşmalar, kahkahalar, takılmalar gözlemliyor

musunuz? Takım arkadaşlarınızla birlikte olmaktan zevk alıyor musunuz? Arkadaşlarınızın yanında olduğunuz anlar keyifli geçiyor mu?

Takım çalışması: Takım bireyleri arasındaki dayanışma nasıl?

Takımınızda herkes, kendisinden beklenen görevin bilincinde mi? Görevler farklı olsa bile herkes birbirini tamamlayıcı davranış ve çaba içinde mi? Ortak hedefin yakalanması için bireysel katkılar yapılırken aynı zamanda, birbirlerinin başarısı için de aralarında dayanışma gözlemliyor musunuz? Birbirinize destek

*Mutfağınızın
yeni gözdesi*

KUMTEL
ANKASTRE
SETLER



www.kumtel.com

KUMTEL®



beyazadam@dagitimkanali.com.tr

Yeni Bir İvme Gerekliyor



Mart ayı iç pazar satış düşüş oranı yüzde 24 olmuş. İşlerinin dörtte birini kaybetmesine karşın, beyaz eşya sektörü halen ayakta. Son 6 aydır yaşanan bu düşüşle, ayakta kalmak sürdürülebilir olmaktan çıkabilir. Geçen yazımda uyardığım TURKBESD yöneticilerine bir kez daha sesleniyorum: “Ne yapın edin, bu işi çözün.”

Önümüz yaz. Okullar kapanacak, tatile çıkılacak, Ramazan ayı boyunca sokaklarda insan kalmayacak, sonrasında bayram tatiline çıkılacak. Üstüne bir de erkene alınan seçim takviminin, piyasanın dengesini olumsuz etkileyebileceği görüşündeyim. Seçim öncesi piyasayı hareketlendirmeyi düşünen hükümete, beyaz eşya sektörünün bu sıkıntılı durumunu hatırlatmakta fayda var. Aksi takdirde; mağazaların işlerinin aksama riskinin doğmasıyla, bayi çalışanlarının olumsuz etkilenmesi ve çek ödemelerinde sıkıntılar oluşması gibi sorunlar ortaya çıkabilir.

Bu sene, halen ısınmayan havalardan dolayı, klima ve derin dondurucu bağlantılarının da çok yüksek olacağını tahmin etmiyorum. Bu, ilave ciro kaybı anlamına geliyor. Bütün bu belirsizliklerin üstesinden gelmek kolay değil ama çözüm var ve fazla uzakta değil: ÖTV indirimi derhal başlamalı, sektöre “can suyu” gerekiyor.



TURKBESD • Beyaz Dünya • Mart 2018

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	2.196.295	2.400.661
Yüzde değişim	-%9	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Mart 2017
Adet / Yıl	5.879.173	6.011.283
Yüzde değişim	-%2	
	İÇ SATIŞ	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	558.037	734.474
Yüzde değişim	-%24	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Mart 2017
Adet / Yıl	1.464.194	1.814.956
Yüzde değişim	-%19	
	İHRACAT	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	1.583.757	1.450.327
Yüzde değişim	%9	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Mart 2017
Adet / Yıl	4.316.679	3.919.836
Yüzde değişim	%10	
	İTHALAT	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	31.568	95.933
Yüzde değişim	-%67	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Şubat 2017
Adet / Yıl	102.427	221.384
Yüzde değişim	-%54	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	2.492.035	2.694.144
Yüzde değişim	-%8	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Mart 2017
Adet / Yıl	6.663.123	6.752.449
Yüzde değişim	-%1	
	İÇ SATIŞ	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	659.261	860.956
Yüzde değişim	-%23	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Mart 2017
Adet / Yıl	1.694.174	2.098.831
Yüzde değişim	-%19	
	İHRACAT	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	1.774.997	1.624.928
Yüzde değişim	%9	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Mart 2017
Adet / Yıl	4.914.115	4.439.093
Yüzde değişim	%11	
	İTHALAT	
	Mart 2018	Mart 2017
Adet / Yıl	69.071	183.563
Yüzde değişim	-%62	
	Ocak - Mart 2018	Ocak - Mart 2017
Adet / Yıl	165.149	375.511
Yüzde değişim	-%56	

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.

Arzum Olimpia ile Zaman Var

Yüksek kaliteli, dayanıklı ve ileri teknoloji elektrikli süpürgeleriyle güven duyulan Arzum, kadınların hayatını kolaylaştırmaya çok tercih edilen Olimpia ailesini genişleterek devam ediyor. Yepyeni Arzum Olimpia Prime ve Arzum Olimpia Plus, yüzde 99.9'luk yüksek toz toplama performansına, 65 DB'lik* düşüş ses düzeyine, cyclone extreme teknolojisiyle ve HEPA 13 filtresine sahip. Sert yüzey temizliğindeki halı performansıyla da şaşırtan yeni Olimpia'lar, 2.2 litrelik toz haznesi özelliklerine sahip. Arzum Olimpia Prime ve Arzum Olimpia Plus, pratik, kolay kullanımlı ve şık tasarımıyla temizlikte titiz kadınların vazgeçilmezi olmaya aday.

Arzum Olimpia Plus

Arzum'un en yeni elektrikli süpürgesi Olimpia Plus, üstün teknolojisi ve verimli motoruyla yüksek performans sunuyor. Minimum çekiş ayarı düzeyinde sadece 65DB* sese sahip olan süpürge, turbo fırçası sayesinde halı temizliği performansını bambaşka bir boyuta taşıyor.

Arzum Olimpia Prime

Arzum Olimpia Prime, alerjen bünyeye sahip kişiler ve tozdan rahatsızlık duyanlar için ideal kullanım oluşturuyor. Sert zeminlerdeki A sınıfı performansını halı performansıyla da pekiştiren süpürge, mükemmel temizliği garantiliyor.



Arzum Technoart El Blender'ı ile İki Kat Daha Güçlü Performans

Arzum, yepyeni bir yardımcıyı daha mutfaklara taşıyor. Arzum Technoart El Blender'ı, patentli ve özel tasarımı 6 bıçağıyla normal blender'lara göre iki kat daha güçlü performans sunuyor. 6 bıçak teknolojisiyle gıdaları hızlı yakalayan, buz gibi sert gıdaların bile daha hızlı, homojen ve güç sarf etmeden parçalanmasını sağlayan Arzum Technoart, ergonomik tutuşu ile öne çıkıyor. Design Turkey 2017 'İyi Tasarım' ödülünün sahibi olan blender, ergonomik tasarımı sayesinde el yapısına kolayca uyum ve güvenli tutuş sunuyor. Sensible Touch teknolojisiyle de parmak yeri değiştirilmeden turbo ya da normal kullanım moduna geçişi kolaylaştıran hız ayarı yapılabilmesine ve tek elle kullanıma olanak sağlayan Arzum Technoart, kolay aksesuar çıkarma düğmesi ile size zaman kazandırıyor. Paslanmaz çelik blender ayağı ve çoklu bıçakları sayesinde ısıya dayanıklı olan Arzum Technoart, 1500 watt motor gücüyle aşağı yukarı hareket ettirmeden yiyecekleri kusursuz bir şekilde doğrayabiliyor. 900 ml. ölçü kapı haznesine de sahip olan Arzum Technoart ile artık mutfakta hiçbir şey güç olmuyor.



Hotpoint'ten Son Teknoloji Yeni Chef Plus Mikrodalga Fırın

Mutfakta zaman kazanmak isteyen fakat lezzetten de ödün vermeyenler için tasarlanmış olan yeni Chef Plus mikrodalga fırın; et, balık, hamur işi, kek gibi fırında pişen yemekleri yarı zamanda pişirerek mutfakta geçirilen süreyi azaltıyor. Sadece Hotpoint'e özel "dual çıtır pişirme" teknolojisi sayesinde Chef Plus içi sulu, dışı çıtır çıtır kızarmış bir rosbifi 32 dakikada,



altı üstü eşit pişmiş çıtır bir böreği 18 dakikada, mis gibi kabarmış güzel bir keki 8 dakikada pişirebilir. Üstelik ilave yağ eklemeyen 22 dakikada patates kızartırken, özel aparatları sayesinde buharda haşlama yaparak besinlerin değerini korur. Hotpoint'in yeni mikrodalga fırını Chef Plus 6 farklı mikrodalga güç seviyesi ve 27 litrelik geniş iç hacmine sahip. Hotpoint'in yeni Chef Plus mikrodalga fırını hava akımı teknolojisi ile haznesine dolan sıcak havayla geleneksel fırınlar gibi pişirir, 210 derece sıcaklığa 20 saniyeden az bir sürede ulaşarak pişirme süresini kısaltır. "jet buz çözme teknolojisi" ise ile donmuş yiyecekleri standart mikrodalga fırınlardan tam 7 kat daha hızlı çözerek Chef Plus'ın farkını ortaya koyuyor.

Hotpoint'ten Multi Cyclonic Elektrik Süpürgesi

Hotpoint, mükemmel temizlik ve maksimum enerji tasarrufu sağlayan yeni Multi Cyclonic elektrik süpürgesini satışa sundu.

Ultraviyole teknolojisine sahip süpürge, derindeki tozları ve evcil hayvan tüylerini bile temizleyen motorlu fırçası sayesinde halıları dipten döverek tam temizlik sağlıyor. Halıda, sert zeminde, toz toplama ve enerji seviyesinde A performans notu alan süpürgeler için kullanılan bir terim olan 4A'ya sahip süpürge, Hepa 14 filtresi ile kirli havayı yüzde 99.95 oranında filtreleyerek evin havasını temiz tutuyor.

Çocuklar uyurken bile temizlik imkanı

Sadece 68 desibel ses seviyesi sayesinde çocuklar uyurken bile rahatça temizlik yapma olanağı sağlayan Multi Cyclonic, enerji tasarrufuyla da evlerin vazgeçilmezi olacak.

İki litre toz tutabilme hacmine sahip ergonomik hazne ile biriken tozları tek tuşla hızlı ve kolayca boşaltabilen ürün, tutacak kısmında bulunan ve daha rahat hareket etme imkanı veren uzaktan kumandası ile de eğilmeden süpürgeyi emiş gücünü kolayca ayarlama, motorlu fırçayı aktive edebilme ya da bekleme moduna alma fırsatı tanıyor.





OTOMATİK KAPI VE KEPENK SİSTEMLERİ

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



Kalite ve Tecrübenin Ortak Noktası

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

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

www.rollsis.com

Beko'dan 5 Kat Daha Etkili Yıkayan Bulaşık Makineleri

Beko, makineden çıktığında hala lekeli kalan bulaşık derdine son veriyor. Beko, AquaIntense teknolojisi ile alt sepette bulunan ek püskürtme kolu sayesinde 5 kat daha etkili yıkama alanı sunan yeni bulaşık makinelerini tüketicinin beğenisine sunuyor. 8 Program ve üzeri bulaşık makinelerinde ve BM 6026 I model bulaşık makinesinde bu özellik bulunuyor.

Özel fonksiyonlarıyla zor lekeleri temizliyor

4 programlı ve A+ enerji sınıfında yer alan Beko BM 4004 Bulaşık Makinesi, normal kirli bulaşıkları 58 dakikada, az kirli bulaşıkları ise 30 dakikada yıkıyor.

5 programlı ve A++ enerji sınıfında yer alan Beko BM 5015 Bulaşık Makinesi ise kısa programlara ek olarak kendi sıcaklık ve su basıncı değerlerini kir sensörleri sayesinde belirleyen otomatik programa sahip.

Bulaşık makinelerinin 14 kişilik kapasitesi bulunuyor.

Kampanya

Seçili Beko bulaşık makinelerinde Mayıs ayına özel kampanya uygulanıyor. 4 programlı bulaşık makineleri 200 TL, 5 programlı bulaşık makineleri ise 250 TL indirimle Beko mağazalarında sizleri bekliyor.



Hoover Vanity Fırın, Ramazan Sofralarına Lezzet Katıyor

Hoover, üstün özelliklere ve yüksek kapasiteye sahip Vanity ankastre fırın ile Ramazan sofralarını ıleri pişirme teknolojisiyle buluşturuyor. Tamamen dokunmatik ön panel, Wi-Fi ile uzaktan kontrol, 80 litrelik yüksek kapasite, A enerji sınıfı gibi özelliklere sahip Vanity fırın, en kalabalık iftar sofraları için en lezzetli yemekleri aynı anda pişirebiliyor. Vanity fırının sahip olduğu et pişirme sensörü, etin sıcaklığının anlık olarak kontrol edilmesine ve istenilen düzeyde pişirilmesine olanak sağlıyor. Böylece, Ramazan sofralarının lezzeti taçlanıyor.

Yavaş kapanan fırın kapağı ise günlük kullanımlarda çarpmaları ve yıpranmaları önleyerek, daha güvenli ve sessiz kullanım sağlıyor. Wi-Fi ile internet bağlantısı sağlayarak mobil cihazlarla uzaktan kontrol edilebilen Vanity fırın, mutfakları geleceğin teknolojisi ile buluşturuyor. 9 farklı fonksiyonu ile ister iftarda ister sahurda, birbirinden farklı yemekler için mükemmel pişirme deneyimi sunan Vanity fırın, kapıya entegre LED aydınlatma, çocuk kilidi, teleskobik raf sistemi ve soğutucu fan gibi birçok faydalı özelliği ve şık tasarımı ile tüm dikkatleri üzerine topluyor.



Profilo'dan UltraFresh Çamaşır Makinesi

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, UltraFresh Çamaşır Makinesi'ni sundu. UltraFresh teknolojisi, yıkamaya gerek kalmadan havalandırma etkisi ile giysilerin üzerine sinen istenmeyen kokuların giderilmesini sağlıyor. İstenmeyen koku sinmiş giysilerin kolaylıkla kokulardan arındırılmasına olanak veren UltraFresh teknolojisi, su ve deterjana gerek kalmadan özellikle hassas kumaşların zarar görmesini engelliyor. Bu teknoloji sayesinde takım elbise, ceket, ipekli bluz gibi hassas giysiler, yıkanmasına gerek kalmadan üzerine sinen istenmeyen kokulardan 30 dakika gibi kısa sürede üstelik ev ortamında kolaylıkla arınıyor, hayata konfor katılıyor.

UltraFresh'in zengin programları da hayatı kolaylaştırır

Profilo UltraFresh çamaşır makinesi, 9 kg.'lık geniş kapasitesi ve yüksek enerji tasarruflu kullanımının yanı sıra zengin program seçeneği ve opsiyonlarıyla da hayatı kolaylaştırıyor. Yazı karşıladığımız şu günlerde yorganlar, yorgan yıkama programı kullanarak yıkanabilir, EkstraEkle özelliği sayesinde yıkama sırasında çamaşır makinesi durdurulup kapağı açılarak unutulmuş çamaşır makineye eklenebilir. Ekspres 15'/30' yıkama programları ile de çamaşır sadece, 15 ya da 30 dakika gibi kısa bir zamanda yıkanabilir.



Siemens EQ.9 connect Kahve Makinesi ile Kişiselleştirilmiş Kahve Deneyimi

Siemens Ev Aletleri, ileri teknolojileri yeni EQ.9 connect modelinde buluşturuyor. EQ.9 connect coffeePlaylist özelliği ile misafirlerin kahve tercihleri Home Connect uygulaması üzerinden tek seferde girildiğinde kahve makinesi sırasıyla isme özel listelenen tercihleri hazırlıyor. İleri teknolojiye sahip özellikleriyle kişiselleştirilmiş ve zenginleştirilmiş kahve dönemi başlatan Siemens Ev Aletleri'nin yeni EQ.9 connect TI909701HC tam otomatik espresso ve kahve makinesi, ev sahiplerini ve misafirlerini en özel lezzetlerle şımartıyor.

Kişisel dokunuş ile sofistike lezzetler

1500 Watt gücüne ve 19 bar basınca sahip yüksek performanslı EQ.9 serisinin yeni üyesi EQ.9 connect ile artık ister sade ister sütlü seçeneklerden arzuunuza göre aynı anda iki farklı kahve hazırlamak mümkün. Home Connect uygulaması ile kahve makinenize evde Wi-Fi, evin dışında da mobil data hattınız üzerinden ulaşip; favori kahvenizi dilediğiniz süt oranı, sertlik, demleme derecesi ve fincan boyunu seçerek, keyifle hazırlayabilirsiniz. Kahveseverleri cezbedecek coffeeWorld özelliği ise aralarında Australian Flat White, Spanish Café Cortado, Vienna Melange gibi uluslararası lezzetlerin bulunduğu 17 farklı kahve tarifini kullanıcılar ile buluşturarak, dünya çapında lezzetleri deneyimleme fırsatı sunuyor.





Et ve dönerin efsane lezzetiyle tanışmak için;

Ramazanda iftara bekliyoruz.



Dönerin 40 yıllık efsane ismi Celal Usta şimdi Gaziosmanpaşa'da. 200 m² si açık olmak üzere toplam 700 m²lik alanı, 253 araçlık otoparkı, kolay ulaşımı ve en önemlisi eşsiz lezzetli et ve döneri ile aynı anda 300 kişiye A sınıfı hizmet verebilen salonumuz lezzet düşkünlerinin vazgeçilmez mekanı oldu.

Ramazan ayında iftar davetlerinizi salonumuzda planlayın, Ramazan keyfini Dönerci Celal Usta'nın eşsiz tatlarına taçlandırın.



Gaziosmanpaşa ilçesinde sadece hijyenik ve teknik şartlarını üst seviyede tutarak insan sağlığına önem veren nitelikli ve temiz işyerlerine verilen Yeşil Flama sahibiyiz.

Gaziosmanpaşa (Avrupa TEM2 Konutları) Şubesi
Mevlana Mah. Hekimsuyu Cad. Avrupa Tem2 Konutları
D Blok No: 118 V1 Gaziosmanpaşa - İstanbul
Tel: +90 212 803 44 44 - 45 - 46
www.donercicelalusta.com



Dönerci
Celal Usta®

"nesilden nesile gelen et dönerin ustası"

GoldMaster'dan 2400 Watt Saç Kurutma Makinesi: Goldmaster Karayel

GoldMaster Karayel saç kurutma makinesi, 2400W motor gücüyle yüksek performans gösterirken, hassas sıcaklık ve hava akım kontrolü özellikleriyle kullanım kolaylığı sunuyor. Cool Shot fonksiyonu saçların daha iyi şekil almasını ve şeklinin sabit kalmasını sağlıyor. Aşırı ısınmaya karşı güvenlik koruması olan Karayel Saç Kurutma Makinesi, kullanım güvenliğini de ön planda tutuyor.

Karayel Saç Kurutma Makinesi, 2400W DC motor gücü ve katlanabilir gövdesi sayesinde pratik ve kolay kullanım sunuyor. Dolgunluğu ve bukleleri en üst düzeyde sunarak saçınıza daha da hacim katan difüzörü ve hassas şekillendirme sunan ince şekillendirici ucu sayesinde Karayel Saç Kurutma Makinesi ile her an bakımlı saçlara sahip olmak mümkün! Banyonuzda kolay saklamanız için asma kancası ve çıkarılabilir hava akım filtresi ile temizlenmesi kolay olan Karayel Saç Kurutma Makinesi günün her saatinde bakımlı olmak isteyenlerin vazgeçilmezi oluyor.



Goldmaster'dan Evleneceklere Özel Yepyeni Rose-Gold Koleksiyonu

Goldmaster, evlenecekler için özel olarak Rose-Gold koleksiyonunu tasarladı. İhtişamın büyüdü dünyasından ilham alınarak, tasarlanan ve kalitesiyle farklılaşan Rose-Gold koleksiyonu, çay makinesinden, blender setine, tost makinesinden, Türk kahvesi makinesine ve süpürgeye kadar evin tüm ihtiyaçlarını düşünerek üretildi. Göz alıcı rengi ve granit plakaları sayesinde ailenizle geçireceğiniz ilk kahvaltınızda birbirinden lezzetli tostlar yapacağınız Tostmix tost makinesi, yapışmayan plakaları sayesinde ısıyı eşit şekilde dağıtarak sevdiğiniz lezzetli kahvaltı sofraları hazırlamanıza yardımcı oluyor. Sadece tost yapmak ile kalmayıp yaz aylarının vazgeçilmezi ızgaralarınızı da rahatlıkla yapabilmemiz için Tostmix tost makinesinin gövdesi 180 derece açılacak şekilde tasarlandı. Bunun yanı sıra yerden tasarruf etmek için dikey pozisyonda tost makinenizi konumlandırarak tezgahınızda yer açabilirsiniz. 304 kalite sağlığa uygun paslanmaz çelikten üretilen elektrikli Fulya Çay Makinesi ile çay demlerken rahatlıkla misafirleriniz ile ilgilenebilecek ya da en sevdiğiniz dizinizi kaçırmadan izleyebileceksiniz. Hünkar Elektrikli Cezve ile 4 – 5 fincan geniş kapasitesiyle bol köpüklü enfes Türk kahveleri sizleri bekliyor.



Hanımların Ütüdeki Yeni Gücü: Singer'den Kazanlı Ütü

Singer, teknolojik birikimini kullanarak farklı alanlarda da hanımlara yardımcı oluyor. Singer, şimdi üstün kaliteyi yansıtan ütü modelleriyle de hanımların yanında. Singer'in SHG 2627 Kazanlı Ütü modeli de bunlardan biri. Singer, kazanlı ütü modeliyle hanımların kabusu olan ütüyü bir keyfe dönüştürmeyi başarıyor. Singer SHG 2627 Kazanlı Ütü ile ütü yapmak çok daha kolaylaşıyor. Ürün, refil su haznesi ile sınırsız su takviyesi ve kesintisiz buhar gücü sağlıyor. Hanımlar, Singer SHG 2627 Kazanlı Ütü'nün buhar düzenleyicisi ve seramik tabanı ile profesyonel sonuçlar elde ediyor. Buhar istasyonu ve kurutmanın yanı sıra dikey buhar özelliği de bulunan ürün, bu sayede askıdaki giysilerde, döşemelerde, perdelerde ve yatak eteklerinde de kullanılabilir. Ayrılabilir 800 ml su haznesi, Singer SHG 2627 Kazanlı Ütü'yü farklı kılıyor. Buhar düzenleyici ve buhar püskürtme fonksiyonları, hanımlara ütüde büyük kolaylık sağlıyor. Anti kireç seramik taban da ürünün kalitesini gözler önüne seriyor.



Avengers : Infinity War

Avengers : Infinity War, 2008'de Iron Man ile başlayan Marvel Sinematik Evreni'nin (MCU) 19. filmi. Filminden tam anlamıyla zevk almak için önceki 18 filmin hemen tamamını seyretmiş olmalısınız.

Açılış sahnesi zaten Thor : Ragnarok filminin bıraktığı yerden başlıyor. Evrenin aşırı kalabalık olduğunu düşünüp, Malthus'çuluğu soykırım ile birleştirerek evrenin yarısını öldürmekle bozmuş Thanos [evlere seza bir hareket yakalama motion captured Josh Brolin. Gerçeğini de Deadpool 2'de Cable olarak seyredebilirsiniz] Asgard'ın yok oluşundan kurtulanların gemisinde başlıyor katliamlarına. Metodu hastalıklı ve korkunç bir şekilde yanlış olsa da, bazı politikacılara inat; dünyanın başındaki gerçekten de en büyük bela, kontrolsüz nüfus artışı olduğu için insan Thanos'un çıkış noktasına garip bir şekilde sempati duymadan edemiyor. Bu durum filme de bir derinlik katıp, geliştiriyor. Film, Avengers değil adeta bir Thanos filmi. Deformatik anatomisi yüzünden, ailesinin bile reddettiği bir Titan olan Thanos'un (bu ayrıntı filmde yok, çizgi romandan aktarıyorum size) dürtü ve tutkuları filmin lokomotifini oluyor. 20-25 tane süper kahraman da cabası...

Sürpriz son

Çizgi romandan uyarlama film, 10 yıldır adım adım döşenen yolun sonundaki (devamı gelecek bir öyküde) hemen hemen tüm beklentileri

çok iyi bir şekilde karşılıyor. MCU hayranı ve takipçi iseniz, bu yazı biter bitmez sinemaya koşmalısınız. Film hakkında ayrıntılı konu (spoiler) vermeyen bu yazı dışında, hiçbir yorum okumayın, fragman seyretmeyin. Filmin özellikle sonu sürprizlerle dolu.

Değişik janr yönetmen ve yazım ekiplerinden gelen bu kadar çok kahramanı aynı potada eriterek; bu kadar iyi işleyen bir komedi-dram-aksiyon yapısı kurmak, her babayığdın harcı değil. Daha önce çok iyi iki MCU (Captain America) filmine imza atan Russo Kardeşler, bu çok zor işin altından başarıyla kalkmışlar.

Tüm zamanların en çok iş yapan çizgi roman uyarlaması

Savaş sahneleri muhteşem. Mutlaka 3D, hatta IMAX salonlarında seyredin. Çin ve Rusya dışında, tüm dünyada 1 numarada olan filmin, şimdiden tüm zamanların en çok iş yapan çizgi roman uyarlaması (şu anda 1.5 milyar USD ile The Avengers) olacağı kesin. Hatta zamanla, dünyada en çok iş yapan film de olabilir.

Filmin mizah tonunu beğenirseniz, yönetmen kardeşlerin TV işleri olan Community ve Arrested Development (ikisinin de son sezonu hariç) keşfedin.

SinemAdem iyi seyirler diler.



Altus Inverter Klimalarla Yaza Serin Girmek için Yeditepe'ye Gelin.

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



*+4 yıl ek garanti ücrete tabidir ve Arçelik Pazarlama A.Ş. yetkili servislerimiz aracılığıyla satılmaktadır.

**Ücretsiz keşif hizmeti için 444 0 888 no'lu çağrı merkezimizi arayabilirsiniz.

Hotpoint



₺1599

*TAVSİYE EDİLEN SATIŞ FİYATIDIR.

9 KG

**AKTİF KÖPÜK VE
10 KAZAN HAREKETİ
İLE LEKELERE VEDA,
KUMAŞLARA TAM KORUMA.**

1599 TL tavsiye edilen kampanyalı peşin fiyat olup, 105589 RSG 925 J TK kodlu ürün için ve kampanyaya katılan bayilerde geçerlidir. Kampanya, stoklarla sınırlıdır.



RSG 925 JTK