

Çepeçevre Soğutma 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

*Lea Anatolia Serisi ile
çayı renklerimizle harmanladık,
çay keyfine kültürümüzün renklerini kattık.*



*Lea
Anatolia
Serisi*



 king.com.tr

   /KingEvAletleri

 king

4
yıl
GARANTİ

%25'E

VARAN

EKSTRA İÇ HACİM



UED 480 A++

UED 380 A++

UED 280 A++



Geniş iç hacmiyle içi farklı, dışı aynı!

UGUR

Sevdikleriniz Uğruna

Çağrı Merkezi
444 84 87

ugur.com.tr

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

Yeni teknolojisi sayesinde UED 280, 380 ve 480 A++ Uğur yatay derin dondurucular aynı dış hacme sahipken, %25'e varan ekstra geniş iç hacmiyle sizlere daha fazla saklama alanı sunar.

Ey Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

DAĞITIMKANALI 20

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

229

Çepeçevre Soğutma Teknolojisi

simfer 4th

TEMMUZ 2018 • SAYI: 229

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

İÇİNDEKİLER



6 SÖYLEŞİ
“Güne, İyi Geçirmeye İlgili Bir İyi Niyetle Başlıyorum”



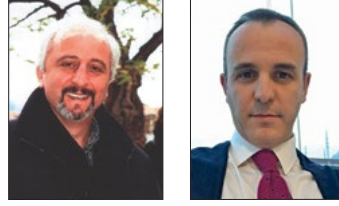
10 ÖZEL HABER
HEFİ Fuarı, Sektörün Geleceği için Umut Verdi



14 ÖZEL HABER
Dağıtım Kanalı Dergisi Ziyaretçi Akınına Uğradı



18 ÖZEL HABER
BEYPER, Üyeleri ve Sektör Temsilcileriyle İftar Yemeğinde



36 MAKALE
Bahri Olgun - Alpay Kajan

43



44 YENİ ÜRÜN
Hotpoint Katı Meyve Sıkacağı Yaz Sıcaklarına Ferahlık Getiriyor

48

REKLAM DİZİNİ

SİMFER	Ön Kapak	www.simfer.com.tr
KING	Ön Kapak İçi	www.king.com.tr
UĞUR	1	www.ugur.com.tr
ŞENOCAK	3	www.klimasan.com.tr
DAĞITIM KANALI	4	www.dagitimkanali.com
DELTA	5	www.deltasogutma.com.tr
HOOVER	9	www.hoover.com.tr
ARNICA	11	www.arnica.com.tr
ARZUM	15	www.arzum.com.tr
FANSET	19	www.fanset.com
ÇETİNTAŞ	21	www.cetintasbeyazesa.com.tr
FAKİR	23	www.fakir.com.tr
GOLDMASTER	25	www.goldmaster.com.tr
HTS	27	www.h-t-s.com.tr
REGAL	29	www.regal-tr.com
SİMFER	31	www.simfer.com.tr
YEDİTEPE	Arka Kapak İçi	www.yeditepepazarlama.com
VESTEL	Arka Kapak	www.vestel.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

7 Yıl garanti uygulaması 01.05.2018-31.08.2018 tarihleri arasında servis tarafından ev kullanımı için montajı yapılacak olan A+ ve A++ derin dondurucu ürünlerde geçerlidir.



Dergimizi online
ve ücretsiz okumak için
HEMEN

İNDİR



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsöylemez@dagitimkanali.net

Bir Fuarın Ardından

Türkiye'nin ilk beyaz eşya ana ve yan sanayi fuarı, Haziran ayında gerçekleşti. Atis Fuarçılık'ın düzenlediği fuar, birçok olumsuzluğa karşın, oldukça başarılı geçti. İstanbul Yeşilköy'de bulunan İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşen fuara, dünyanın dört bir tarafından ziyaretçi geldi. İki salonda gerçekleşen fuarın, yan sanayicilerin yoğun olduğu 9. Salon, fuar süresince sürekli hareket halindeydi ancak, ana sanayicilerin bulunduğu 10. Salon için aynı şeyi söylemek doğrusu yalan olur.

Bu ilk organizasyonda ne yazık ki; ana sanayi firmalarının yeterince fuara sahip çıkmadığı görüldü ancak, buna rağmen, yurt dışından gelen nitelikli ziyaretçi sayısı ve Türkiye ile iş yapma istekleri, fuarın gelecek senelere umut vermesine sebep oldu. Fuarın yaz tatilinin başı olan Haziran ayında yapılıyor olması, fuar tarihinin genel seçimlerle çakışması, sektörde ekonomik durgunluğun pik yaptığı bir döneme gelmesi vs. sebepler nedeni ile fuar, bu ilk denemesinde başarılı bir sınav vermesine karşın, özellikle ana sanayi katılımcılarına maksimum bir fayda sağlamadı. Bütün bu olumsuzluklara rağmen, özellikle, Ana sanayi katılımcıları, gelen yabancı ziyaretçilerin kalitesinden memnun kaldıklarını ifade ettiler.

Fuarda almış olduğumuz görüş ve önerileri, dergimizin Temmuz sayısında okuyabilirsiniz, gelecek sene bu fuarı, biraz daha büyütme umudu ile hepinize iyi okumalar dilerim.

Saygılarımla,

TAZELİĞİN, TEKNOLOJİNİN, EKONOMİNİN YENİ ADI

DELTA

Soğutma dünyasının en yenisi Delta;
çevre dostu, enerji tasarruflu teknolojisi ve arkasındaki
Uğur güvencesiyle tazeliğin yeni koruyucusu olmak için hazır.



DCF 280 D/S BK
Çift Fonksiyonlu Derin Dondurucu

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



DDF 98 V3
3 Çekmeceli Derin Dondurucu



DDF 185 V5
5 Çekmeceli Derin Dondurucu



DSS 19 LX
Sıcak / Soğuk Su Sebili



DCF 190 L



DCF 387 L



DCF 280 L



DCF 466 L



UĞUR ŞİRKETLER GRUBU

UĞUR

Yeni Sanayi Mahallesi
Devlet Karayolu Caddesi
No: 127/C Nazilli - AYDIN
Tel: 0.256 316 10 00 (pbx)
Faks : 0.256 316 10 31

ÇAĞRI MERKEZİ
444 75 25

DELTA

“Güne, İyi Geçirmeye İlgili Bir İyi Niyetle Başlıyorum”

Senur Elektrik Motorları Sanayi ve Ticaret A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer; “Resim sanatında çok iyi ustalarla çalışıyorum, bu ustalar, benim hocalarım ve onlardan sadece resim ya da çizgi öğrenmiyorum, onlardan felsefe öğreniyorum. İnsancıl olmaya, insani yönümü daha çok geliştirmeye çalışıyorum, her gün bir şey öğreniyorum. Erken kalkıyorum ve güne, iyi geçirmeye ilgili bir iyi niyetle başlıyorum. Alabileceğim maksimum öğretiyi alıp, günü tamamlamaya niyet ediyorum.” diyor.

SÖYLEŞİ: YILDIRIM SÖYLEMEZ



➔ Arnica markası ile bilinen Senur Elektrik Motorları Sanayi ve Ticaret A.Ş.’nin Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer; dahi bir mucit olan babası Hasan Akın’ın izinden giden başarılı bir yönetici. Lise yıllarından itibaren, şirketin her kademesinde bulunan ve bugün şirketin yönetim kurulu başkanlığı görevini yürüten Biçer; bilgi, deneyim ve yaratıcı kişiliğiyle, şirketin gelişimine katkı sağlayan önemli bir isim. Biçer, aynı zamanda Uzak Doğu Fırça Sanatı alanında Japon mührüne sahip sanatçı. Biçer’in sanatçı kişiliğinin yansımaları, şirketinde de yankı buluyor: Sanatın felsefi boyutunu şirketine taşıyor; insani değerleri ön plana çıkaran projeler üretiyor, ayrıca marka tasarım çalışmalarına çizgisel-renksel geniş bir perspektifte öncülük ediyor. Senur Akın Biçer; Boğaziçi Kimya Bölümü’nden mezun olduktan sonra, Uzak Doğu Fırça Sanatı’nda uzmanlaştı. Bu alanda, Uzak Doğu’da Workshoplara katılırken, İngiltere’de London Art School’da eğitimini aldı, hep daha iyisini başarma azmiyle, Japonya’da-ki Kaligrafi Cemiyeti Okulu’ndan sanat mührünü aldı. Bugün dördüncü üniversitesini uzaktan okuyor; York Üniversitesinde finans eğitimi alıyor, bu sırada yaşam, yönetim koçluğu alanında da uzmanlaşıyor. Renkli hayat hikâyesi ile iş dünyasının ilgi çekici

kişilerinden olan Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer ile iş hayatı ile sanatının kesiştiği noktaları ve Uzak Doğu Fırça Sanatı’nı konuştuk.

Babanızdan ilham aldınız mı?

Babam Hasan Akın, makine mühendisiydi, aslında çılgın bir mucitti. Çok meraklı, sıra dışı bir adamdı. Dolayısıyla, iş hayatı da böyle mucitlik yaparak geçti. Hatta dedem anlatırdı; daha yedi yaşındayken radyo yapmış. Mucitliği ile ilgili pek çok böyle hoş anekdot var.

Etkilendiğiniz başka bir anekdotu daha bizimle paylaşır mısınız?

Bir gün, babama bir markanın motorunun aynısından yapması için getirmişler. Babam incelemiş ve görmüş ki motorda problemler var; neticesinde makineye değişik bir aksam geliştirmiş. Babamın bu icadı üzerine, ona motoru getiren insanlar çok etkilenmişler, Amerika’dan gelen bir ekiple teklifte bulunmuşlar. Ülke vatandaşlığını da kapsayan çok iyi şartları içeren bir teklifmiş bu... Bizi ailecek Amerika’ya davet etmişler. Fakat babam; “Özgürlüğümü bırakamam.” deyip, Amerika’ya gitme teklifini reddetmiş. Babam bize de; “En önemli şey özgürlüktür, özgür düşünmezseniz yaratıcılığınızı ortaya koyamazsınız.” derdi.

Mucitliğinin yanında beğendiğiniz hangi yönleri vardı?

Babamın estetik yönü çok güçlüydü; Adana Ceyhan doğumluydu ve doğa aşığı bir insandı. Bu yönünün gelişmesinde, babaannemin etkisi vardı; çünkü çiçek, böcek, doğa aşkı babaannemde de vardı. Babam ayrıca, öğretici bir yapıdaydı. 3 boyutlu çizim programlarını önce kendisi öğrenir, sonra ekibine öğretirdi. Şirketimiz, aynı zamanda okul gibiydi...Birçok üst düzey görevdeki arkadaşımız, onun öğrencisidir.

Siz de öğrencisi oldunuz mu şirketinizin?

Tabii ki. Liseyi yeni bitirmiştim, üniversiteye henüz girmeden başladım çalışmaya. Babam, bana lehim yaptırırdı. Herkes, ona derdi ki; “Bu erkek işi, eli yaranır sonra leke iz kalır, genç kızdır, yapmasın.” ama ben yaptım. Çünkü babam, hiçbir zaman kız, erkek gibi ayrımcı bir tutumda bulunmadı. “Her şeyi yaparsın, merak etme, hata yapacaksın, hata yapmazsan problem olur.” derdi. Akabinde üretim hatlarına geçtim, montaj yapmaya başladım. Bizzat, üretimin içerisinde bulundum. İlk görevim, kalıp hanedeydi. Kesme kalıpları yapardık. Çok şey öğrendim, bu şekilde.

Peki, sanatla bağınızın gelişmesinde babanızın etkisi oldu mu?

Evet, babamın çok büyük bir payı var. Babam, ürünlerimizin tasarımını sanat olarak gördü ve kendisi tasarımlarıyla direkt ilgilenirdi. Şu anda, tasarım yapan üç boyutlu makineler mevcut; fakat henüz bu makinelerin olmadığı yıllarda, babamın çalışma stilini hatırlıyorum: Bu programlar henüz olmadığından, ürün kabuğunu ortaya koymadan önce tahtaları, ahşapları oyduyordu, bunu bir ahşap, marangoz ustasına yaptırırdı.

Daha sonra heykeltıraş ve ressamlarla çalışmaya başladı. Ressamımızla çalışırken heyecanla; “Öyle bir dış kabuk yapacağız ki bakalım, bunu kalıpcılar çıkarabilecek mi?” diye haykırdığını hatırlatırım. Bu çalışmalar, evde olduğu için biz de sürekli bir ressamla, heykeltıraş ile büyüdük. Evde sanat yapıyorduk ve biz o yıllarda henüz bunun farkında değildik. Babamın çocukluktan itibaren bizlere, “Bakmak ve görmek arasındaki farkı anlatması”, “Ne görüyorsun, ne hissediyorsun, burada ne var?” gibi sorularla farkındalığımızı tetikleyerek büyütmesinin



Senur Akın Biçer

de sanatla bağımızın oluşmasında, etkili olduğunu düşünüyorum.

Sanat üzerine ilk ne zaman eğitim aldınız?

Sanata hep ilğim vardı. İlk olarak, Boğaziçi Üniversitesi Kimya Bölümü'nde okurken resim ve seramik dersi aldım. Seramiği çok severdim, hem elimizde oynayıp hem bir şeyler oluşturmak çok keyif veriyordu, fakat üniversiteyi tamamlayıp, ağırlığı iş hayatına verince, sanata da ara verdim. Ta ki babamla Uzak Doğu gezileri başlayınca dek...

Uzak Doğu resim sanatıyla tanışmanız nasıl oldu?

İşimiz gereği, Çin'e, Tayvan'a ve Japonya'ya çok sık giderdik. Şu anda, hafta da 2-3 kere uçak var, fakat eskiden, bu kadar çok uçak yoktu. Dolayısıyla, her gittiğinizde, mutlaka 15 gün ülkede kalmanız gerekiyordu. Bu tarz seyahatlerde, bizim de birkaç günlük boşluğumuz oluşabiliyordu, ben de müzelere giderken Workshoplara rastladım.

Biz, işimiz gereği ürün tasarımında yaratıcı çizgiler yakalamaya çalışırız. Yakaladığınız bir ya da iki yaratıcı çizgi üzerine tasarım kurgusunu oluşturursunuz ve markanız o çizgi ile anılır. Çizgilerin öneminin ve gücünün farkında olan birisi olarak, Japon resim sanatındaki çizgiler beni çok etkiledi.

Hangi yönleri sizi etkiledi, Batı sanatıyla farklılıkları neler?

Avrupa'daki Batı Resmi ile Uzak Doğu'daki resim sanatı arasında dağlar kadar fark olduğunu gördüm, Avrupa'daki gibi tuvalin her yerini, her boşluğunu doldurmak yerine, Uzak Doğu'da kağıdın dörtte birinde anlatılmak istenilen çiziliyor. Uzak Doğu'da koca koca resimler, 2-3 darbeye yapılıyor. Eser yapılırken, koca kâğıtlara ortalama 10 kere dokunuluyor. Bu eserlerin Uzak Doğu'da yetenek, birikim ve mütihş bir planlama ile yapıldığını gördüm; bu resimler eskizle yapılmıyordu.

Uzak Doğu fırça sanatında ressam, neye bakmasını gerektiğini bilir. Karakteristik çizgisinin ne olduğunu düşünür, sonra bir planlama yapar ve kâğıda döker. Bunu da mürekkeple yapar. Mürekkep silinmez.

Batı resminde yanlış yaptığınızda, defalarca tiner vs. ile yağlı boyayı kaldırır, yeniden yaparsınız, ya da bir sulu boya resminde zor olmakla birlikte, su ile tampon yapıp boyayı kaldırırsınız ama Uzak Doğu Fırça Sanatı hata kabul etmiyor. Silinmez mürekkeple tek seferde, fırça darbeleriyle yapılıyor. Ayrıca, bu sanat beş dakikalık bir meditasyon zamanı gerektiriyor. Bu süreçte de taş mürekkep kullanılıyor.

Batı resminde sipariş üzerine resim yapılabilir; aileler resim siparişi verdiklerinde, ressamlar ailelerin güçlerini belirtmek için kitap, keman vs. gibi o dönemdeki sembollerini de kullanmak zorunda kalmışlardır. Kiliselerdeki dini amaçlı resimlerde de, insanları etkilemek üzere kurgulanan eserler mevcut. Ama Uzak Doğu resminin böyle bir amacı yok, önemli olan anı yakalamak. Uzak Doğu Fırça Sanatı, ruhumuza hitap ediyor.

Bu sanatın farklı isimleri var mı?

Uzak Doğu Fırça Sanatı'na "Sumie" deniliyor. Japonca bir kelime... "Sumi" mürekkep "E" de resim demek yani mürekkep resmi olarak da geçiyor. Bunun Çin'de farklı isimleri var. Ama genel olarak, Uzak Doğu Fırça Sanatı şeklinde ifade ediliyor.

Hobiden profesyonelliğe geçiş sürecinizi anlatır mısınız?

Uzak Doğu Resim Sanatı'nı öğrenmeye karar verdikten sonra, katıldığım Workshoplar yeterli gelmedi ve İngiltere'de London Art School'da Uzak Doğu sanatı üzerine, iki senelik eğitim aldım. Ödev teslim ettim, sınavlara girdim ve programı tamamlamayı başardım. Boğaziçi Üniversitesi Kimya Bölümü'nden sonra, ikinci eğitimim oldu ve bana çok keyif verdi. Sanatın teorisi ile pratiğini bir arada

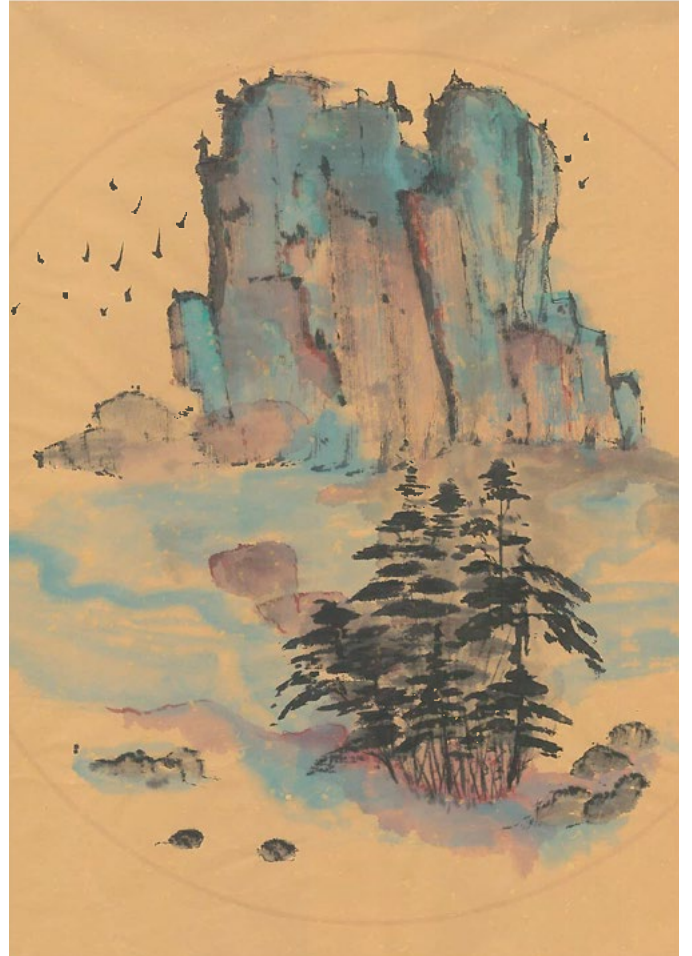
öğrenme imkânım oldu. Bu arada sergilere katıldım. Kendimle sürekli bir rekabet içindeydim ve "Nasıl daha iyisini yapabileceğimi?" düşünmekteydim. Derken, Türk Japon Kadınları Dostluk Derneği ile yolum keşişti. Dernek bünyesinde bir Japon hoca, Türkiye'de tanıtım amaçlı bir program başlattı ve bize "Japonya'da Kaligrafi Cemiyeti adında bir okulumuz var; uzaktan kayıt olmayı düşünür müsün?" diye sordu. Her ay, bir kitapçık gönderecekler ve bize not vereceklerdi. Tabii Japonca olduğu için, bu kitapçığı bize, hocamız çevirecekti. Ben de kayıt oldum ve altı senedir bu okula devam ediyorum; bu okulun sonu yok, istediğiniz kadar devam ediyorsunuz. Ama iki sene önce mührümü bana yolladılar. "Resmine artık, kendi mührünü basabilirsin." dediler ve bana bir isim verdiler.

Ustalık mührünüzle birlikte isminiz ne oldu? Bu ismi nasıl belirlediler?

Prosedürde isim almaya hak kazandığımı belirttiklerinde, okula mühür almak için başvurduğum; bunun üzerine Japonya'da bir grup, dört senedir yaptığım resimler üzerinde, üç ay çalıştı ve sonucunda Bayko ismini ve mührü gönderdiler. Bayko; "Yaratıcılığa sahip kişilik" demek. Aynı zamanda, "erik dalı" anlamına geliyor; bu ifade de kararlılık, sertlik anlamında kullanılıyor.

Uzak Doğu Fırça Sanatı konusunda ustalık mührüne sahip birisi olarak bu sanatı yaygınlaştırma yönünde çalışmalarınız var mı?

Evet, bu mührü aldıktan sonra dernekte ders vermeye başladım. Öğrencilerim var. Gelen istekler üzerine, Workshoplar düzenliyorum. 2015'te Japonya'dan





bir sergi daveti aldım. Onların tekniği ile Şahmeran figürünü çizip sergiledim. Şu ana kadar, 15 karma sergiye katıldım, bir kişisel sergim var.

Uzak Doğu Fırça Sanatı'nın özel bir tekniği var mı?

Resme başlamadan önce, mürekkepleri özel bir taş yardımıyla suyla eritiyoruz; bu işlem, tekrarlanan bir hareket gerektiriyor ve sizin zihninizin boşalmasını sağlıyor. Boşalmış bir zihinle de gerçekten siz neyi resmetmek istiyorsanız, onu bilişsel akış ile canlandırıyoruz. Bu akış ile engelsiz bir şekilde istediğinizi çizebiliyorsunuz; Japon ustalar, bunu bilimsel olarak böyle açıklıyorlar.

Ne tür figürler çiziyorsunuz?

Doğayı resmediyorum. Resimde mutlaka hayat enerjisini yansıtmak gerekiyor; yani sinek uçarken, kuş sineğe bağırırken vs...

Uzak Doğu Resim Sanatı'nın özel hayatınıza ve iş hayatınıza ne gibi katkıları oluyor sizce?

Resim sanatında çok iyi ustalarla çalışıyorum, bu ustalar, benim hocalarım ve onlardan sadece resim ya da çizgi öğrenmiyorum, onlardan felsefe öğreniyorum.

İnsancıl olmaya, insani yönümü daha çok geliştirmeye çalışıyorum, her gün bir şey öğreniyorum. Aslen Uygur Türkü olan "kedi ressamı" olarak bilinen Çinli bir ustam, arada bir Türkiye'ye gelir ve her

geldiğinde, ben kendisinden ders almaya çalışırım. Kendisinden öğrendiğim bir bakış açısı var: "Her şey iyi değil ama her şey pozitifdir, kötü bir şey yoktur; her şeyin bir sebebi var ve o sebebi anlamaya çalış." Erken kalkıyorum ve güne, iyi geçirmeye ilgili bir iyi niyetle başlıyorum. Alabileceğim maksimum öğretiyi alıp günü tamamlamaya niyet ediyorum, yoga yapıyorum.

İş hayatınıza somut katkılarından bahsedebilir misiniz?

İnsana değer veriyoruz ve insan kaynaklarını çok önemsiyoruz. Şirketimizde, çok güzel bir performans sistemi oluşturduk. Demokrasiyi işler vaziyete getirdik. İşten çıkarma yapılması istenildiği zaman, bir imza ile kimse işinden ayrılmıyor. Üç kişilik bir kurul oluşturduk, herkes olumsuz değerlendirme yapmışa ve somut göstergeler varsa, işten çıkmasına müsaade edilebiliyor. Uzun süredir şirketimizde olan bir çalışanımız disiplinsizlik gösteriyorsa; nedenine bakıyoruz, sorunu varsa, gerekirse üstesinden gelene kadar ücretsiz izin verilmesini kararlaştırıyoruz.

"Birlikte çalıştığımız insanlarla ne yapmalıyız, ekibime nasıl değer katabilirim, şirketimizi öğrenen bir organizasyona nasıl dönüştürebiliriz?" diye düşünüyorum. Bu doğrultuda, projeler hazırlıyorum, bir yandan kendimi geliştirmek üzere, çalışmalar da yapıyorum. Yaşam koçluğu eğitimi aldım ve sınavlara hazırlanıyorum. Yaşam koçluğunun ardından, yönetici koçluğu modülüne geçeceğim.

Bir yandan, dördüncü üniversitem olarak, York Üniversitesi'nde finans okuyorum. Üniversitenin Türkiye'de düzenlediği seminerler ile dersleri, bu alanda dünyada olan biten yenilikleri takip ediyorum.

Şu anda, yapmak isteyip de yapamadığınızı hissettiğiniz neler var?

Ben, herhangi bir şeyi öğretmeyi, bilgimi paylaşmayı, çok seviyorum. Gençlere bilgi aktarmak, hep hayalim oldu. Bu bildiklerimi belki bir Akademi çerçevesinde, ya da bir sanat merkezi vasıtasıyla aktarmak isterim.

Çocuklarınızın da dedesinin ve sizin yolunuzdan ilerleyeceğini düşünüyor musunuz?

Çocuklarım; Yasemin ve Oğuz'un bakımlarıyla bizzat ben ilgilendim. Babamla çok yakın, yan yana ikamet ederdik ve dolayısıyla, çocuklarım da dedeleriyle büyüdü, dedeleriyle çılgın projeler yaptılar. Örneğin, roket yaptılar, uçurdular ve mucitliği, yaratıcı işleri onlar da sevdiler.

Yasemin ve Oğuz, şirketlerin tüm tesislerini gezdiler. Her yere baktılar, önce yapamayacaklarını belirlediler, sonra ne yapacaklarına karar verdiler. Büyük çocuğumuz; kızım Yasemin, Kanada'da makina mühendisliği bölümünde 3. sınıfta okuyor. Bu sene, Kanada'da bilgisayar bölümünde yan dala başlayacak. Kardeşi; oğlum Oğuz da Endüstri 4.0 çağında, "Benim dijital kısmında çok kuvvetli olmam lazım." diyerek, Kanada'da bilgisayar mühendisliği okumaya karar verdi. Eğitim konusunda seçimlerini kendilerine bıraktık.





BORN INNOVATIVE

Yaşam tarzınıza uyan
yıkama teknolojisi.



Yapay zeka, AXI ile mutfaklarda.

Türkiye'de üretilen ve yapay zeka teknolojisine sahip, dünyanın ilk full otomatik bulaşık makinesi Hoover AXI, yaşam tarzınıza göre yıkama devrini başlatıyor.

444 0 398

www.hoover.com.tr

[HooverTürkiye](#)

[HooverTürkiye](#)

[hoover_turkiye](#)

[hooverturkiye](#)

AXI

HEFİ Fuarı, Sektörün Geleceği için Umut Verdi

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri ana ve yan sanayi alanında, Türkiye'nin dünya çapındaki yeri ve öneminin vurgulanması ve tanıtılması açısından önem taşıyan İstanbul Ev Elektronik Beyaz Eşya Ana ve Yan Sanayi Fuarı (HEFİ) gerçekleştirildi.

Ana sponsorluğunu Arçelik'in üstlendiği, Dağıtım Kanalı Dergisi'nin desteklediği, İstanbul Ev Elektronik Beyaz Eşya Ana ve Yan Sanayi Fuarı (HEFİ); İstanbul Fuar Merkezi'nde 20-23 Haziran tarihleri arasında gerçekleştirildi. Beyaz eşya sektörü ve küçük ev aletleri alanında, ana sanayi ve yan sanayi kollarında faaliyet gösteren firmaların katıldığı fuar, Türkiye'de ilk kez düzenlendi. Fuarın açılış konuşmasını yapan Atis Fuarçılık Yönetim Kurulu Başkanı Bilgin Aygül, HEFİ Fuarı'nın anlam, işlev ve öneminden söz etti.



Bilgin Aygül



30'un üstünde üye katılımı

Beyaz Eşya Yan Sanayiciler Derneği (BEYSAD) Yönetim Kurulu Üyesi Gökhan Turhan açılışta yaptığı konuşmada, beyaz eşya sektörünün öncü derneklerinden biri olarak BEYSAD'ın 30'un üstünde üyesiyle HEFİ Fuarı'na katıldığını söyledi. Bu durumun, BEYSAD'ın, beyaz eşya sektörünün ana sanayi ve yan sanayisinin fuar kapsamında buluşmasına ne kadar değer verdiğini gösterdiğini ifade eden Turhan, "Ana ve yan sanayinin bulunduğu bir uluslararası platform yaratmak, sektörümüze önemli katkılar sağlayacaktır. Atis Fuarçılık, Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği (TET) ve Ekonomi Bakanlığı'nın iş birliği ile bu organizasyonu gerçekleştirdik. Umut ediyorum ki; bu yaptığımız katkılar, fuarı önümüzdeki senelerde bir sektör buluşmasına dönüşeceğinin en önemli göstergesi olacaktır." şeklinde konuştu.



Gökhan Turhan



"HEFİ Fuarı'nın hedeflerimize katkı sağlayacağına inanıyoruz"

Elektrik ve Elektronik İhracatçıları Birliği (TET) Yönetim Kurulu Üyesi Atilla Eren de açılışta yaptığı konuşmada, yerli ve uluslararası birçok beyaz eşya üreticisinin faaliyet gösterdiği Türkiye'nin, Avrupa'nın beyaz eşya üretim merkezi konumunda olduğunu belirtti. Eren, tüketici elektroniği sektöründe de Avrupa Bölgesinin ana tedarikçilerinden biri konumunda bulunan Türkiye'nin buna karşın, Çin ve Güney Kore gibi ülkelerin etkisiyle, en büyük dış ticaret açığını bu sektörde verdiğini kaydetti.

Eren, "Her iki sektörümüzde de İhracatımızın yaklaşık yüzde 60'ını gerçekleştirdiğimiz ve ana pazarımız olan Avrupa bölgesinden daha fazla pay almayı hedefliyoruz. Aynı şekilde, Orta Doğu, Türk Cumhuriyetler ve gelişmekte olan Afrika bölgesine daha fazla yoğunlaşarak, ihracat potansiyelimizi artırmaya çalışıyoruz. Bu nedenle, hedeflerimize katkı sağlayacağına inandığımız 1. HEFİ Fuarı'na da Birlik olarak destek vermekten mutluyuz. HEFİ Fuarı'nın, önümüzdeki yıllarda, bölgenin en önemli etkinliklerinden biri olmasını temenni ediyoruz." diye konuştu.



Atilla Eren

Beyaz eşya ana ve yan sanayi alanında, Türkiye'nin dünya çapındaki yeri ve öneminin vurgulanması ve tanıtılması açısından önem taşıyan fuar; ağırlıklı olarak, beyaz eşya sektörü ve küçük ev aletleri alanına yönelik çalışmalar gerçekleştiren firma yetkilileri, toptancılar, bayiler ve perakendeciler, satın alma yetkilileri, üretim müdürleri, dağıtım ve pazarlama müdürleri, teknik yetkililer, AR-GE yöneticileri, mimarlar, endüstri mühendisleri, hizmet sektörü temsilcileri, dernek ve birlik yöneticileri, sektörel yayın kuruluşları temsilcileri ile ulusal ve uluslararası uzman ve profesyoneller ziyaret etti.

Fuarda, beyaz eşya ana sanayi ve yan sanayiye yönelik konuların ele alınacağı konferanslar da düzenlendi.

arnica™

Panna

BLENDER



arnica
Panna



1200 W

Arnica Panna, **Easytouch** çift kademeli turbo hız sistemi ile yenilenen **1200W** yüksek gücü buluşturuyor.

Tek bir tuşla,
istediğiniz hızda **doğrayın**,
parçalayın, karıştırın.

Mutfakta kendi mutluluğunuzu
kendiniz yaratın!



BAS

DÖNDÜREN

GÜÇ

3 yıl
garanti



HEFİ Fuarı Hakkında Ne Dediler?

Beyaz eşya sektörü ve küçük ev aletleri alanına yönelik faaliyet gösteren ana sanayi ve yan sanayi firmalarını; aynı çatı altında bir araya getiren HEFİ Fuarı'yla ilgili olarak, katılımcı firma temsilcilerinin ve uluslararası düzeydeki ziyaretçilerin görüşlerini aldık.



HTS Teknik Hizmetler Sanayi ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi Tansu Soydan:

“Önümüzdeki yıllarda çok önemli bir işleve sahip olacak”

Türkiye, elektrikli ev aletleri sektöründe, üretici olarak, ön sıralarda yer alan birkaç ülkeden biri. Bu çerçeveden bakıldığında; elektrikli ev aletleri sektöründeki ana sanayi ve yan sanayi kuruluşlarını içeren bir fuarın bugüne kadar gerçekleştirilmemiş olması garip bir durumdu. Elektrikli ev aletleri sektöründe faaliyet gösteren ana sanayi ve yan sanayi kuruluşlarını bir araya getirecek HEFİ Fuarı'nın gerçekleştirilmesi, Türkiye'nin bu konuda da oyun kurucu olması yönünden büyük önem taşıyor. HEFİ Fuarı, coğrafya ve sektör açısından buluşma noktası niteliğiyle, önümüzdeki yıllarda çok önemli bir işleve sahip olacak. Cumhurbaşkanlığı ve Mil-

letvekilliği seçiminin hemen öncesine gelmesi, bir şanssızlık olarak değerlendirilebilse de, az sayıdaki ziyaretçilerin neredeyse tamamının profesyonel olması çok önemli. HEFİ Fuarı'nın geleceği açısından, bu yılki performansı kriter olarak alınmamalı. Arçelik'in fuara sponsor olması ve katılımı da son derece olumlu bir etki yarattı.

HTS Teknik Hizmetler Sanayi ve Tic. A.Ş. Genel Müdürü Chiheb İsmail:

“Nokta atışı yapılmış oldu”

HEFİ Fuarı, Türkiye'de ilk kez elektrikli ev aletleri sektörünün, ana sanayi ve yan sanayi kuruluşlarını bir fuar çatısı altında bir araya getiriyor. İlk fuar olmasının da etkisiyle, çok az sayıda ziyaretçi gelmesine karşılık; HEFİ Fuarı'nın ziyaretçilerinin, sektörün uzmanları ve profesyonellerinden oluşmasıyla, nokta atışı yapılmış oldu.



Goldiran Customers Co. Parça Destek Müdürü Hosein Mokhtarian (İran):

“HEFİ Fuarı, çok iyi bir durumda”

Misafirperverliğiniz için teşekkür ederim. HEFİ Fuarı, çok iyi bir durumda. Fuara katılımcı olan kuruluşlar kaliteliydi. İleriye dönük ikili görüşmelerin, fuar tarihinden iki gün önce organize edilmesini ve bu doğrultuda, toplantı takvimi hazırlanmasını öneririm.



Katre Ankastre Ev Gereçleri Sanayi ve Ticaret LTD. Şirketi Bölge Satış Sorumlusu Kubilay Tek:

“Fuar beklentilerimizi karşılamadı”

HEFİ Fuarı takvim olarak, sıkıntılı bir döneme denk geldi. Fuar, hem Ramazan Bayramı'nın sonuna denk gelmesi hem de Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekilliği seçiminin öncesinde gerçekleşti. Katılmasını umduğumuz sektörün önde gelen firmalarının bu nedenle, fuarda yer alması ziyaretçilerin sayısının az olmasına yol açtı. Bu durum da katılımcı olarak beklentilerimizi karşılamadı. Bundan dolayı da fuarın çok da verimli geçtiğini söyleyemem.



Uğur Soğutma Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş. Bölge Satış Müdürü Mustafa Gürcü:

“Beyaz eşya, gıda ürünleriyle birlikte harmanlanmalı”

HEFİ Fuarı, Türkiye’de beyaz eşya sektörüne yönelik düzenlenen ilk fuar olma özelliğine sahip. Uğur Soğutma’nın yurt dışı satış kanalı ile ilgili olarak fuara katıldım. Fuarın ağırlığı beyaz eşya üzerine olunca, yan sanayi ve bununla endeksli gruplardan çok fazla katılım olmadığını gözlemliyorum. Bu açıdan, genel manada, fuarın küçük kaldığını söyleyebilirim. Az firma demek, az katılımcı, az ziyaretçi demek. Bu nedenle, çok yoğunluğumuz yok. Bununla birlikte, ileriye dönük olarak, beyaz eşya sektörü yan sanayisinin fuara daha fazla katılımının sağlanması durumunda, istifade oranı yükselebilir. Uğur Soğutma olarak, derin dondurucu kategorisinde beyaz eşyanın içerisinde yer alıyoruz. Türkiye, beyaz eşya sektöründe dünyada iyi noktada. Uğur Soğutma olarak biz ve rekabet içinde olduğumuz firmalar da Avrupa başta olmak üzere, dünyanın birçok kıtasında, Türk beyaz eşyasının satışını gerçekleştiriyor. Türkiye’nin beyaz eşya sektöründeki bu konumunu göz alırsak, HEFİ Fuarı’nın Türkiye’de beyaz eşya üzerine yoğunlaşabileceğini, ileriye dönük olarak da güzel sonuçlar elde edebileceğini düşünebiliriz. Ayrıca, fuar daha da büyüyebilir. Yurt dışında katıldığımız değişik gıda fuarlarında gördüğümüz gibi; beyaz eşyayı gıda sektörünün içerisinde bir ürün olarak değerlendirip, gıda ürünlerinin saklama alanı olarak gıda ürünleriyle birlikte bir harman oluşturulabilir. Bu harmanın içerisinde de daha büyük hollerde daha fazla katılımcı firma, bir heyecan, bir hareket katabilir şehre. HEFİ Fuarı da böyle bir yaklaşım ve uygulamayla düzenlenseydi, üç, dört tane ilave holle beraber daha canlı olabilirdi.



Fanset Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi Toptan Satış Müdürü Fahri Kanbur:

“Üç yıl içinde ses getirecek bir nitelik kazanacak”

HEFİ Fuarı, Türkiye’de elektrikli ev aletleri sektörünün ilk fuarı konumunda bulunuyor. Küçük ev aletleri kapsamında, Türkiye’de her yıl, 70-80 fuar düzenlenmesine karşın, elektrikli ev aletlerinin bütününe yönelik, bu kapsamda bir fuar gerçekleştirilmesi önemli bir eksikliği giderdi. Elektrikli ev aletleri sektöründe faaliyet gösteren büyük çaplı,

müşteri potansiyeli olan ana sanayi firmaların katılmaması fuarı olumsuz yönde etkiledi. Bu doğrultuda, hepimiz birbirimize bağlı olduğumuz için, biz de beklediğimiz verimi alamamış olduk. HEFİ Fuarı’na, elektrikli ev aletleri sektöründe faaliyet gösteren ana sanayi firmalarının çoğunlukla katılımını engelleyen etken, Türkiye’nin Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekiliği seçim sürecine girmesi oldu. Buna karşın, bazı büyük çaplı ana sanayi firmaları temsilcilerinin, “Keşke, biz de olsaydık!” dediklerine tanık olduk. Bu faktörler de göz önüne alındığında; HEFİ Fuarı’nın üç yıl içinde, ulusal ve uluslararası düzeyde ses getirecek bir nitelik kazanacağını düşünüyorum.



RAJAMEC CEO’su Mohamed Ragai (Mısır):

Fuar öncesi sırası ve sonrası verdiğiniz süper hizmetler için teşekkür ederim. Fuar verimli ve odaklanmış bir etkinlikti. Bazı önerilerim olacak: Fuarda, fırın ve pişiriciler baskındı. Diğer yan sanayi ürünlerinin de artmasında fayda var. Katılımcılar arasında, bir Türk bankasının da faydalı olacağını düşünüyorum. T.C. Ekonomi Bakanlığı, ilgili ticaret ve sanayi odalarının da olması gerekirdi. Ülkelerarası yatırımlar için iş adamları ve tedarikçileri kapsayan özel hazırlanmış bir alanın bulunması, proje çalışmaları için iyi olur.



BTECH Tedarik Zinciri Sektörü Satın Alma Müdürü Maie Farrag (Mısır):

Misafirperverlik ve cömertliğiniz için teşekkür ederiz. Etkinlik olarak, iyi organize edilmişti. Tedarikçi katılımı ve ortam gerçekten iyiydi. Ana sanayi katılımcılarının daha fazla olmasını öneririm.

LZBT household appliances CEO’su Roman Kazakov (Rusya):

LZBT fabrikası adına, ATİS Fuarıcılık ve tüm çalışanlara misafirperverlik ve ilginiz için çok teşekkür etmek isterim. İtiraf etmeliyim ki; bu kadar geniş çapta hedef kitlesi olan bir fuarla daha önce karşılaşmadım. Fuar fazla büyük olmasa da, potansiyel iş yapabileceğimiz çok sayıda yan sanayi üretici ile bir arada bağlantı kurduk. Fuar sayesinde, ülkelerimiz arasında birçok yeni iş birliğinin kurulacağını umuyorum. HEFİ Fuarı’nın sonucu olarak, belirli Türk üretici ve dağıtıcı firmaları ile iş görüşmelerimiz sürmektedir. Firmamız olarak, fuarı devamlı ziyaret etmek, ülkenizde ve beyaz eşya sektöründeki inovasyonları takip etmek isteriz. Organizatörlere başarılar dileriz. Katılımcı ve ziyaretçi kapsamını genişletmeye devam...

Dağıtım Kanalı Dergisi Ziyaretçi Akınına Uğradı

HEFİ Fuarı'nın düzenlenmesi fikrinin ortaya çıkma, gelişme ve somutlaşma aşamasında, Dağıtım Kanalı Dergisi Genel Yayın Yönetmeni Yıldırım Söylemez'in büyük emeği ve çabası oldu. Söylemez, Türkiye'deki beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründeki firmaların fuara katılmasını sağlama yönünde, ilk günden başlayarak yoğun uğraşı verdi. Dağıtım Kanalı Dergisi, Genel Yayın Yönetmeni Yıldırım Söylemez'i ve Dağıtım Kanalı Dergisi standını, sektör temsilcileri ve dostları aralıksız ziyaret etti.





TAZE TAZE hep yanında

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



SHAKE'N
TAKE



ARZUM

Sen dokunursun değişir dünya

arzum.com.tr | 0850 222 1 800



Sohbetimiz “Kahve” Üzerine...

Dergimizde bu sayımızdan itibaren, 600 yıldır insanların damaklarının vazgeçilmez bir lezzeti olarak öne çıkan kahvenin panoramasını sizlere sunacağız. Sizleri gündelik yaşamda ailemizle, dostlarımızla, iş çevremizle kurduğumuz iletişimimizin “olmazsa olmaz” içeceği kahvenin tarihi yolculuğuna çıkacağız. Kahvenin hazırlama tekniklerinden, kahvenin teknolojiyle ilişkisi sonucunda, evlerin temel unsurlarından biri olmaya başlayan kahve makinelerine kadar “kahveyle ilgili her şeyi” sayfamızda bulabilecekseniz. Buyurun başlayalım. Sohbetimiz “Kahve” üzerine...

Büyülü bir tütsü gibi insanları çeken; sohbeti ve lezzeti, 40 yıllık hatırları bir araya getiren kahve, kültürümüzün en temel öğelerinden biri. Osmanlı döneminde kahvehane, kiraathanelerde

insanlar toplanırdı, şimdi kafelerde buluşuyorlar. Hem kahveyle sohbet geleneğimiz zenginleşti, hem de kahveyi daha fazla sohbet konusu etmeye başladık.

Peki, bir atasözü gibi dilimize, benliğimize ve kültürümüze yerleşen, “Bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır” sözünün nasıl ortaya çıktığını biliyor musunuz? Bu konuyla ilgili olarak, Prof. Dr. Erkan Topuz’un İstanbul Ansiklopedisi’nde aktardığı hikaye şöyle:

Vaktiyle İstanbul’da Yemiş İskelesi’nde bir kahveci vardır...Kahvesine bir gün bir Yeniçeri gelir ve şöyle der;

- Hey arkadaş! Hep müşterilerine birer kahve yap, lakin şu kâfire yapma (Köşede oturan Rum gemi kaptanını işaret eder).

Kahveci herkese kahve yapar verir ve ardından

iki kahve alıp Rum’un yanına oturur.

"Biz de seninle içelim" der.

Yeniçeri; "Heey!.. Ben sana o kafire kahve yapma diye tembih etmedim mi?" diye çıkışınca kahveci "Kaptana yaptığım kahve senden değil, ocaktandır ağa!" cevabını verir.

Aradan zaman geçer. Sisam Adası’nda büyük bir isyan baş gösterir.

O zamanın Üsküdarlı kahvecisi de Yeniçeri ocağında kayıtlı asker olduğu için adaya sevk edilmiş ve esir düşmüştür.

Sisam’da asi Rumlar, ele geçirdikleri Türk esirleri bir meydana müzayedeye ile satar.

Yemiş İskelesi’nin kahvecisi de esirlerle birlikte o meydana satışa çıkarılır.

İstekliler kaç kişi ise karşlarına dizilip, bekleyişler. O sırada tepeden tırnağa silahlı bir Rum gelir.





İlk, bir paradan başlar. Bir anda beş paraya, on paraya kadar çıkar.

Sıra kahveciye gelince o silahlı adam yekden, "Beş kuruş!" diye bağırır. Artıran olmayınca da esiri alıp bir muhafız nezareti altında şehirden çıkarır. Kahveci, "Beni beş kuruşa aldığına göre kim bilir ne gibi işkencelerle öldürecek!?" diye düşünür. Issız bir yerde o silahlı Rum, "Korkma! Sen beni tanımadın ama ben seni tanıdım. Hani bir Yeniçeri bana hakaret ettiği zaman sen onu dinlemeyip bana kahve ikram eden Yemiş İskelesi'ndeki kahveci değil misin?" der ve kucaklaşırlar.

Bir fincan kahvenin hatırını orada görülür.

Vefanın, dostluğun ve insan severliğin çok güzel bir anlatımı olan bu hikayeden yola çıkarak; Dağıtım Kanalı Dergimizin her sayısında, kahveyle simgelediğimiz zenginlikleri, sayfalarımıza taşımak istedik...Geçmişten bugüne kahveyi sizler için inceleyecek, en güzel, aroması yüksek kahvelerin neler olduğu ve nasıl hazırlandığı konusunda görüşler alacağız. Kahvenin tarihi, kahvenin çeşitleri, yapım teknikleri, teknolojinin kahve dünyasına iyice uyarlanmasıyla, yaşamımızın yeni bir parçası olan kahve makineleriyle ilgili uzmanların değerlendirmeleriyle birlikte ayrıntılı bilgiler sunacağız. İlk dosyamızda, kahve konusunda çok uzun yıllar çalışmalar yapmış F. Kerim Avcı'nın kahvenin tarihiyle ilgili zengin bilgileri aktaran yazısını da sizlerle paylaşıyoruz.

600 Yıldır İnsanların Vazgeçemediği Lezzet: Kahve

Konuk Yazar: Fahrettin Kerim Avcı



Önceleri (konur + al) kumral, Osmanlı döneminde ise findıkî diyarduk, ala (ela) diyarduk, boz diyarduk. Ve son 600 senedir de kahve diyoruz bir renge.

Kahvenin keşfedilmesiyle, ilgili üç farklı hikaye anlatılır. Ancak, ilk olarak demleyip içen kişinin ise Sheik Abou'l Hasan Schadheli olduğu biliniyor. Hasan, ilk önce çok sert bulduğu çekirdeklerini kavurmuş, çekirdekler daha da sertleşince yumuşaması için suda kaynatmış ve kahveyi ilk tadan kişi olarak tarihe geçmiştir.

Sonrasında, insanın kendisini dinç ve enerji dolu hissetmesini sağlayan kahve, Yemenli sufiler tarafından gece boyunca dua edebilmeleri için kullanıldı.

İlk olarak, İslam coğrafyasında tanınan ve içilen kahve süre içinde entelektüelliğin de simgesi oldu. Bir dönem, alimler ve din adamları tarafından alkolden daha tehlikeli görülerek içilmesi yasaklanmaya çalışıldı. Hatta, 4. Murat zamanında içenler ölümle cezalandırırken, Avrupa'da da kahve içimine İngiltere Kralı 2. Charles da yasaklar getirdi.

Sonuçta, süre içerisinde tüm engellemelere rağmen, insanların beğenerek içmesi ve vazgeçilmez bulması ile 1700'lü yıllarda kahve artık, Avrupa'nın da vazgeçilmezi oldu.

Yemen'in Mocha sahilinden önce Mısır ve Kuzey Afrika'ya ulaşan kahve, Ortadoğu üzerinden Türklerle tanıştı. İşte kahvenin dönüm noktası da burada başlıyor. O dönem, yüksek ticaret hacmiyle

le dikkat çeken ve ülkelere gönderilen kahve, önce İtalya'ya, oradan da başta Avusturya, İngiltere, Fransa, Almanya ve Hollanda olmak üzere tüm Avrupa'ya yayıldı. 18. yüzyılda Amerika'ya ulaşan çekirdekler sonrasında, Asya ülkelerinde de yerini buldu.

Kahve, ilk önceleri tamamen ticari bir ürün olarak görülüyordu, Egzotik bulunan kahve çekirdeği, ilk zamanlarda çok pahalıydı ve sadece asil kitleye hitap ediyordu. Bu dönemde, aristokrat ve elit tabaka tarafından tercih edilen kahvenin tek özelliği ise onu içiyor olabilmektir. Geniş kitlelere ulaşmak için sanayi devrimini bekleyen kahve ilk önceleri fabrikalarda çalışan işçileri dinç tutmak verimlerini artırmak için kullanılırken, zamanla aslında keyif de veren bir içecek olduğu ve farklı aromatik tatlarla sahip olduğu görüldü.

Ancak, dünya genelinde 90'dan fazla ağaç türü olan kahve çekirdeğinin yetiştirildiği bölgeye, iklime, yüksekliklerin farklı olmasına göre her birine özgü ayrı tat ve aromasının olması, bu tat ve aroma çeşitliliğine bir de çekirdeklerin farklı kavrulup, farklı boyutlarda öğütülmesi ve çeşitli yöntemlerle demlenmesi de eklenince, insanlar tarafından vazgeçilmez oldu.

Günümüzde, yıllık 7 milyon tonluk üretime ulaşan kahve çekirdeğinin, dünya ticaret hacminde, petrolden sonra ikinci sırada olması ve içilen sudan çok tüketilmesi kahve ve sektörünün ne derece önemli olduğunu ortaya koyuyor.

BEYPER, Üyeleri ve Sektör Temsilcileriyle İftar Yemeğinde Buluştu

BEYPER Yönetim Kurulu tarafından verilen iftar yemeğinde, BEYPER Yönetim Kurulu, dernek üyeleri ile sektör temsilcileri bir araya gelerek, beyaz eşya sektöründeki gelişmeleri ele aldı.

Dayanıklı Tüketim ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği (BEYPER) Yönetim Kurulu, BEYPER Yönetim Kurulu Başkanı Ali Yıldız'ın sahibi olduğu Dönerci Celal Usta Gaziosmanpaşa Şubesi'nde 13 Haziran tarihinde iftar programı gerçekleştirdi.

İftar programına, BEYPER Yönetim Kurulu Başkanı Ali Yıldız, BEYPER Yönetim Kurulu ve dernek üyeleri ile LG Electronics Türkiye Tüketici Elektronikliği ve Beyaz Eşya Satış Direktörü Ergün Altay, Altus markasının toptan satışını gerçekleştiren Gürses Grup Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Gürses, Gürses Kurumsal A.Ş. Genel Müdürü Yılmaz Kıyar ile sektör temsilcileri katıldı.

İftar programında, Türkiye ekonomisinin genel durumu ve beyaz eşya sektöründeki gelişmeler ele alındı.



Sektördeki gelişmeler ele alındı

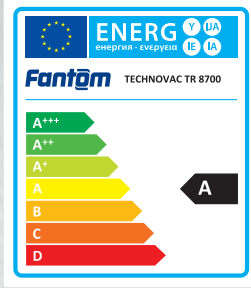
BEYPER Yönetim Kurulu Başkanı Ali Yıldız, iftar programıyla ilgili olarak, "İftar yemeğimiz, gayet neşeli, keyifli ve geri bildirim oluşturduğu bir ortamda gerçekleşti. BEYPER Yönetim Kurulu olarak, Gürses Grubu'nu ziyaret etmemiz kararlaştırıldı. Yemekte, piyasadaki sorunlar görüşülürken, dövizin artmasıyla birlikte beyaz eşya sektöründe oluşan olumsuz hava ele alındı. Ayrıca, yaz aylarındaki çeyiz satışlarının, klima ve derin dondurucudaki satış artışlarının, beyaz eşya sektöründe sektörde oluşan olumsuz havayı, olumluya çevireceği yönünde görüş birliğine varıldı. Gerçekleştirdiğimiz bu iftar yemeği; her zaman bir araya gelemediğimiz üye arkadaşlarımızla hasret gidermek ve bilgi paylaşımı yapmak açısından bizi olumlu motive etmiştir." şeklinde açıklama yaptı.



Fantöm

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”

YÜKSEK EMİŞ GÜCÜ



TECHNOVAC TR 8700



CYCLONIC
TORBASIZ TEMİZLİK



PRATİK KULLANIM



YÜKSEK EMİŞ GÜCÜ



Fanset Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Merkez Mahallesi S. 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



/fantomealetleri



/FantomEvAletler



/fantomealetleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomealetleri



TİM Başkanı İsmail Gülle: “Bu Ülke Zenginleşecekse, Bunu İhracatçılar Yapacak”

Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) 30 Haziran'da gerçekleştirilen 25. Olağan Genel Kurulu'nda Yönetim Kurulu Başkanlığına seçilen İsmail Gülle, “Bu ülkenin kişi başı geliri artacak, zenginleşecek ve yeni rekorlar kıracaksa bunu ihracatçılar yapacak. Biz de bu sorumluluk çerçevesinde çalıştık. Yeni dönemde de bu ciddiyetle çalışacağız.” diye konuştu.

TİM'de başkanlık devir teslim töreni, Dış Ticaret Kompleksi Ömer Halisdemir Konferans Salonu'nda gerçekleştirildi. TİM'in 30 Haziran'da yapılan 25. Olağan Genel Kurulu'nda delegelerin oyları ile TİM Yönetim Kurulu Başkanlığı'na seçilen İsmail Gülle, görevi Mehmet Büyükekşi'den devraldı.

TİM Başkanlığı'na seçilen İsmail Gülle, ihracatçıların çok önemli, vizyon ve misyonu olan bir aile olduğunu kaydetti. İhracat ailesinin bu ülke için çok büyük görevleri olduğunu belirten Gülle; “Bu ülkenin kişi başı geliri artacak, zenginleşecek ve yeni rekorlar kıracaksa bunu ihracatçılar yapacak. Biz de bu sorumluluk çerçevesinde çalıştık. Yeni dönemde de bu ciddiyetle çalışacağız.” diye konuştu.

İhracatçıların karşılaştığı sorunları bildiklerini ifade eden Gülle; “Bu yükü tek başına değil ihracatçılarla beraber taşımak üzere devraldım. Hepiniz bu işi en iyi bilirsiniz. Bana düşen görev koordinasyonu sağlamak ve ekip olarak çalışmak.” açıklaması yaptı.

“TİM seçiminde kimse kaybetmedi”

Ortaya koydukları çalışmalar ve hedeflerle delegenin yüreğine dokunduklarını, bu sayede TİM Başkanlığı görevine seçildiğini vurgulayan Gülle, seçimlerde kimsenin kaybetmediğine dikkat çekti. Gülle sözlerini şöyle sürdürdü: “Diğer başkan adaylarının hedef ve projelerini bir kenara atamayız. Biz bu seçime girerken kazanan ihracatçı olacak dedik. Kavganın, çekişmenin kimseye faydası yok. Cumhuriyetin 100. yılına yakışır işler yapacağız. Tarihi bir görev üstleneceğiz. Bunun bilinci içindeyiz. Ben en uzaktaki delegemin, en küçük ve en büyük ihracatçının yanında olacağım. Onları dinleyeceğim ve sesi olacağım. Bu enerjisi birbirimize vermemiz lazım.”

“Atıl enerjiyi harekete geçireceğiz”

“Nereden gelip, nereye gittiğini bilmeyen kişinin nerede olduğunun önemi yok.” diyen Gülle, TİM'de iletişim ve koordinasyonu ileriye taşıyacaklarını bildirdi. Gülle; “Hiç kimse kendini bu ailenin dışında hissetmesin. TİM Meclisi'ni çalıştıracacağız. Tüm delegelerimizi dinleyeceğiz. Onları bu ailenin büyüklüğünü ve gücünü hissettireceğiz. Onları paydaş yaparak atıl enerjiyi daha çok harekete geçireceğiz.” dedi. Bugüne kadar tüm TİM Başkanlarının önemli görev-



Mehmet Büyükekşi, İsmail Gülle'nin yakasına TİM rozeti taktı



İsmail Gülle

ler yaptığını ifade eden Gülle, kendilerinin de yeni dönemde bu başarıları daha ileriye taşıyacaklarını kaydetti. Bundan böyle, Türkiye'nin bütün sektörleri adına konuşacağını, tüm sektörlerle aynı mesafede olduğunu belirten Gülle, sözlerini şöyle tamamladı: “Bir sektöre diğerinden daha fazla zaman ayırma lüksümüz yok. 24 Haziran seçimleri ile yeni yönetim sistemi hayata geçti. Bu durum bizi de sorumlu yapıyor. TİM'i yeni sisteme uygun hale getirip, değiştirmeli ve geliştirmeliyiz. Böyle bir dönemde ihracat ailesinin beni yalnız bırakmayacağına inanıyorum. Biz makamı küçültecek, hizmeti büyüteceğiz. Bunu da birlikte yapacağız.”

“Gülle aldığı bayrağı daha ileriye götürecektir”

Törende konuşan TİM Eski Başkanı Mehmet Büyükekşi, meslek örgütleri ile ilgili çalışmaya ilk olarak 1991'de başladığını söyledi. Zaman içinde farklı dernek ve birliklerde görev yaptıktan sonra 2008-2018 yılları arasında 10 yıl boyunca TİM Başkanlığı görevini yürüttüğünü belirten Büyükekşi, gerçekleştirilen devir teslim törenini bir bayrak değişimi olarak gördüğünü söyledi. Büyükekşi; “TİM siyasi bir görüşe ait kurum değildir. Burası sektörel, mesleki ve ihracatçıların çıkarlarını sağlayan bir kurumdur. Önemli olan ihracatın ve ihracatçının kazanması.” dedi.

İsmail Gülle'nin aldığı bayrağı daha da ileriye götüreceğine inandığını kaydeden Büyükekşi, yeni dönemde ihracatın Türkiye açısından daha önemli hale geleceğini vurguladı. Büyükekşi; “Cari açığın ve yükselen enflasyonun panzehiri ihracat ve turizmdir. Bu alanlarda yapılacak çalışmalar artık daha önemli.” şeklinde konuştu.



Eski ve yeni başkan birbirlerine hediye takdiminde bulundu

Çetintaş
beyaz eşya • ısı • inşaat



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

Çetintaş
evii
a n k a s t r e

Birçok Kurum, Doğru Siber Güvenlik Önlemlerini Almıyor

Birçok kurum, endüstriyel süreçlerinin verimliliğini yeni bilişim teknolojileriyle artırmayı hedefliyor. Ancak, bağlantılı sistemlerin getirdiği risklerin farkında olsa da operasyonel teknolojilerinin güvenliğini artırmak için pratik adımlar atmıyor. Bu da fidye yazılımı ve zararlı yazılımlar gibi basit tehditlerin etkili olmasına neden oluyor.



Bilişim teknolojisi (BT) ve operasyonel teknolojilerin (OT) bir araya gelmesi, OT'nin dış ağlarla daha fazla bağlantı halinde olması ve Endüstriyel Nesnelerin İnterneti (IoT) cihazlarının yaygınlaşması, endüstriyel süreçlerin verimliliğinin artmasına yardımcı oluyor. Ancak, bu trendler beraberinde riskleri ve güvenlik açıklarını da getiriyor. Bu da kurumların kendilerini güvende hissetmemelerine neden oluyor.

Kaspersky Lab'ın 'Endüstriyel Siber Güvenliğin Durumu 2018' başlıklı raporuna göre, şirketlerin yüzde 77'si endüstriyel kontrol sistemleriyle ilgili bir siber güvenlik vakasının hedefi olabileceğine inanıyor. Kurumlar, BT ve OT/ICS ağlarındaki siber güvenlik yaklaşımlarında farklı davranıyor. Artan dijitalleşmeyle birlikte gelen risklerin farkında olsalar da operasyonel ağlarını korumak için doğru siber güvenlik önlemlerini almıyor. Endüstriyel şirketlerin yüzde 51'i son bir yıl içinde herhangi bir siber güvenlik vakasından etkilenmediğini iddia ediyor. Araştırmaya katılanların yarısının BT departmanında çalıştığı göz önünde bulundurulduğunda, elde edilen bulgular BT yöneticilerinin kendi endüstriyel kontrol sistemlerinde yaşanan vakalardan haberdar olmayabileceğini gösteriyor. Bunun da nedeni kurumun genel siber güvenliği için birleşmiş bir yaklaşım göstermemesi olabilir. BT ve OT siber güvenliği arasında daha iyi bir entegrasyon kurulması için imkan var. Kurumların yüzde 48'i, endüstriyel kontrol ağlarını ilgilendiren bir saldırı olduğunda bunu tespit edecek veya izle-

yecek önlemler almadıklarını itiraf ediyor.

Bu tür saldırıların; ürünlerin hasar görmesi, müşteri güveninin ve iş fırsatlarının kaybedilmesi, çevreye zarar verilmesi ve bir ya da birden çok tesiste üretimin durması gibi çok yıkıcı sonuçları olabiliyor. Geçtiğimiz 12 ay içinde en az bir ICS siber güvenliği vakası yaşayanların yüzde 20'si finansal zararın arttığını dile getiriyor. Bu da daha iyi siber güvenlik sistemlerine yatırım yapılmasını teşvik ediyor.

Risk algısı ve gerçekler: Çalışanların hataları nedeniyle yaşanan sızıntılar

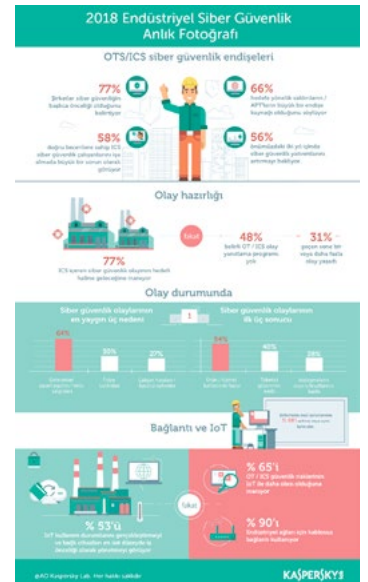
Gelişmiş BT güvenliğine özel olarak yapılan yatırımlar ve bu konudaki farkındalığa rağmen, endüstriyel kurumların OT sistemleri geleneksel ve toplu zararlı yazılım saldırılarına yakalanmaya devam ediyor. Hedefli saldırılar hakkında duyulan endişe artarken, şirketlerin yüzde 64'ünde son 12 ay içinde endüstriyel kontrol sistemlerine yönelik en az bir geleneksel zararlı yazılım veya virüs saldırısı yaşandığını belirtiyor. Şirketlerin yüzde 30'u fidye yazılım saldırısına uğrarken, yüzde 27'sinin endüstriyel kontrol sistemlerinde çalışanların yaptığı hatalar nedeniyle sızıntı yaşandı. Sektörü etkileyen hedefli saldırıların oranı, 2017'de yüzde 36 iken, 2018'de yüzde 16'da kaldı. Bu da hedefli saldırılarla ilgili endişelerin gerçeği yansıttığını ortaya koyuyor. Endüstriyel kontrol sistemlerini kullanan şirketler, halen zararlı yazılım ve fidye yazılımı gibi daha geleneksel tehditlerin kurbanı oluyor.

Gelecekte karşılaşılabilecek zorluklar: Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Bulut

Endüstriyel Nesnelerin İnterneti ve bulut tabanlı sistemlerin kullanılmaya başlanmasıyla ortaya endüstriyel şirketler için zorluk teşkil eden yeni bir güvenlik boyutu da eklendi. Şirketlerin yüzde 54'ü için, Nesnelerin İnterneti (IoT) ekosistemlerinin entegrasyonu ve bağlantı özellikleri ile ilişkili risklerin artması, önümüzdeki yılda büyük bir siber güvenlik sorunu oluşturacak. Bu riskleri yönetmek için alınacak önlemler de ayrı bir sorun teşkil ediyor.

Şirketlerin akıllı teknolojilere ve otomasyona daha fazla yatırım yapmasının yanı sıra endüstri 4.0'ın uygulanmaya başlanması, bağlantılı sistemler ve IoT trendinin artarak devam edeceğini gösteriyor. Bunlarla birlikte bulut bilişim kullanımı da artıyor. Endüstriyel kurumların yüzde 15'i SCADA kontrol sistemleri için bulut çözümlerini kullanırken, yüzde 25'lik bir kesim ise önümüzdeki 12 ay içinde bu çözümlere geçmeyi planlıyor. Kritik altyapıların üst düzey yönetimi için bulut bilişim kullanımına yönelik dikkate değer bir akım var.

Bu nedenle, siber güvenlik önlemlerinin de teknolojilere uyum sağlama hızına yetişmesi hayati önem taşıyor. Böylece yeni teknolojilerin kurumlara getirdiği avantajların birlikte gelen risklerin önüne geçmesi sağlanmalı. Şirketlerin operasyonel, finansal ve itibari zararlardan kaçınması için ICS vaka müdahale programlarını daha ciddiye alması gerekiyor. Şirketler yalnızca, belirli bir vaka müdahale programı geliştirip bağlı ve dağıtık endüstriyel ekosistemlerin karmaşık yapısını yönetebilecek özel bir siber güvenlik çözümü kullanarak hizmetlerini, ürünlerini, müşterilerini ve çevrelerini koruyabilirler.



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.

Sektörler Yıkıcı İnovasyonla Şekillenecek

Yıkıcı inovasyon, belirli düşünce kalıplarının dışına çıkılarak yeni kullanım alanlarının yaratılması, çığır açacak yeni ürün ve/veya hizmetlerin geliştirilmesi olarak da tanımlanabiliyor.



Yaratıcı yönlerini geliştirip daha inovatif fikirler üretmek isteyen pazarlama, yazılım, tasarım, mühendislik, mimarlık ve diğer iş kollarındaki tüm profesyoneller bu amaçlarını gerçekleştirmek için günümüzün hızlı değişen ve rekabetçi ortamında yeni ve etkili bir yol arayışı içinde. Bu arayış sırasında Design Thinking kullanılabilir

en etkili metodolojilerden birisi olarak anılıyor. Design Thinking workshop'larla hedef kitleler ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucu ortaya çıkan içgörülere dayanan çözümler, şirketleri yıkıcı inovasyona götürüyor. Yıkıcı inovasyonu hedefleyen workshop'larda ortaya çıkan, hedef kitlenin ihtiyaçlarını tam olarak karşılayabilecek ve hatta kullanmaktan vazgeçemeyecekleri çözümler oluyor. Bu çözümler ürün, teknoloji, mekan gibi fiziksel objeler olabileceği gibi, hizmet, süreç ve iş modeli gibi fiziksel olmayan konseptler de olabiliyor.

Belirli düşünce kalıplarının dışına çıkılarak yeni kullanım alanlarının yaratılması, çığır açacak yeni ürün

ve/veya hizmetlerin geliştirilmesi olarak da tanımlanabilecek yıkıcı inovasyon ile ilham verici sonuçlara ulaşmak mümkün.

İnsanı odağına alan Workshoplar yıkıcı inovatif çözümler sunuyor

Düzenlediği Design Thinking Workshoplarla kurumları yıkıcı inovasyona götürecek çözümler üretilmesine destek olan ArtBizTech, şirketlerin, insanı odağına alan, yaratıcı ve yenilikçi fikirler geliştirmesine destek oluyor. Workshop'larda Design Thinking, yani Tasarım Odaklı Düşünme metodolojisini kurumların taktiksel ve operasyonel seviyedeki inovasyon ihtiyaçlarına çözümler bulmak amacıyla kullanan ArtBizTech, ayrıca metodolojinin kurumun geneli tarafından özümsemesini de hedefliyor.

Yıkıcı inovasyonun son dönemde kurumlar için artan önemine dikkat çeken ArtBizTech Yönetici Ortağı Emrah Yayıcı; "Sanat ve inovasyon, birbirinden ayrı iki alan gibi görünse de aslında birbirlerine ilham veren iki tamamlayıcı disiplin. Sanat, inovasyon yapış şekillerine ilham olduğu gibi inovatif çözümler de sanatın bir parçası haline gelmeye başladı. Bu birliktelik, şirketlerin yıkıcı inovasyona gitmesini kolaylaştırıyor." diye konuştu.

Ekonomide Dijital Kimlik Dönemi Başladı

Dünya genelinde 5 milyardan fazla mobil kullanıcı için aşılması en önemli konu, ödemelerin yapıldığı kişilerin kimliklerinin doğruluğu oluyor. Bu soruna bir çözüm olarak, dijital kimlikler güvenilir bir yol olarak gözüküyor.



Kimlik oluşturma ve doğrulama için çeşitli ülkelerde kullanılmaya başlanan dijital kimlikler alışveriş, sağlık, eğitim ve finansal hizmetler gibi pek çok alanda fayda sağlayarak, güven çatısı altında kullanıcı deneyimini geliştiriyor. Mobil cihazlar üzerinden yapılan işlemlerin önemli bir kısmını oluşturan mobil ödeme yöntemleri, dijital kimlik kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, daha güvenli hale gelmeye başlıyor. Bilişim güvenliği alanındaki dağıtım ve çözümleriyle pazarda lider konumda

bulunan Komtera Teknoloji'nin güvenlik uzmanları, dijital kimliklerin online ödemelerde güvenli kimlik doğrulayıcısı olarak varlığını devam ettireceğini vurgularken, mobil platformlardaki güvenli ödeme hizmetlerinin yarattığı bu kimliklerin, geleneksel kimliklerin yerini alacağını düşünüyor.

Bir son kullanıcının, bir mobil cihaza bağlı olarak gerçekleştirdiği ve mal veya hizmet göndermesine ya da almasına olanak tanıyan kimlik doğrulama işlemlerine mobil kimlik adı veriliyor. Dijital ortama aktarılmış kullanıcı veya vatandaşlık bilgisi ya da finansal hesap verileri ile cihaz kimlik bilgileri kullanıcıların mobil kimliklerini oluşturuyor.

Ekonominin geleceğini mobil platformlar ve dijital kimlikler oluşturacak

Mobil platformların popülerleşmesi, yeni uygulamaların geliştirilmesi ve kullanıcıların güvenli ödeme sistemlerine karşı artan ihtiyacı nedeniyle dijital kimlikler, ekonomik büyümenin ana mekanizması olmayı sürdürecektir. Komtera Teknoloji güvenlik uzmanları, dijital kimliklerin neden geleceğin ekonomisini oluş-

turduğuna dair altı nedeni şöyle sıralıyor:

- Mobil cihazların etkisi dünya genelinde artıyor.
- Dijital bir kimlik, doğrulayıcı olarak kullanılabilir.
- Mobil cihazlar, birden fazla yerde kullanılabilir bir kullanıcı bilgisi oluşturuyor.
- Dijital kimlik şemaları şimdiden kullanılıyor ve gün geçtikçe gelişiyor.
- Mobil cihazlar, her gün biraz daha popüler bir servis platformuna dönüşüyor.
- Mobil cihazlar, her zaman basit bir kullanıma sahip olmasıyla öne çıkıyor.



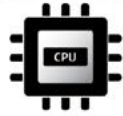
GoldMaster®
Tablet PC

Ofis, Tatil Fark Etmez F4 Tablet Affetmez!

Bluetooth™
F4
8" Tablet PC



8" EKRAN
1 GB RAM & 8 GB DAHİLİ HAFIZA



A64 Quad Core
İşlemci



1280x800
IPS ekran



1 gb ram



vga ön kamera
hd arka kamera



8 gb dahili
hafıza



Vestel, İhracatta Yine Şampiyon

Vestel, Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından hazırlanan Türkiye'nin en başarılı ihracatçı firmaları 2017 sıralamasında Elektrik Elektronik ve Hizmet sektöründe bir kez daha şampiyon oldu.

Vestel, sektöründeki ihracat şampiyonluğunu yine kimselere bırakmadı ve 20'nci kez Elektrik Elektronik ve Hizmet sektöründe birinciliği göğüsledi. 2017 yılında yaptığı 2 milyar 104 milyon dolarlık ihracatla Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından kendi sektöründe birinci seçilen Vestel, genel sıralamada da 7'nci oldu. 30 Haziran'da düzenlenen törende ihracat şampiyonluğu ödülünü Eski Başbakan Binali Yıldırım'ın elinden alan Zorlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Zorlu yaptığı değerlendirmede; "Zorlu Holding olarak tüm faaliyet alanlarımızda teknoloji ve inovasyona yaptığımız yatırımla katma değer yaratan ürün ve hizmetler sunuyor, gerçekleştirdiğimiz ihracatla ülkemizin ekonomisine katkı sağlıyoruz. Ortaya koyduğumuz bu vizyonunun en güçlü temsilcisi olan Vestel, Türkiye'den dünyanın 155 ülkesine teknoloji ihraç ediyor. Zorlu Grubu olarak, kurulduğumuz günden bu yana yaptığımız her işte her zaman liderliği hedefledik. Ne mutlu ki, yıllardır Türkiye'nin en başarılı ihracatçıları arasında yer alıp Vestel ile Elektrik Elektronik ve Hizmet sektöründe 20 yıldır aralıksız ihracat lideri olmanın haklı gururunu yaşıyoruz. Vestel; önümüzdeki dönemde de yenilikçi ürün, hizmet ve katma değerli servisleriyle



Türkiye'nin teknolojiye dünyaya açılan kapısı olmaya devam edecektir." şeklinde konuştu.

"Bu ödül doğru yolda olduğumuzun bir göstergesi"

Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan da konuyla ilgili olarak; "Vestel teknoloji açısından Türkiye sınırlarını aşmış bir değere sahip. Ar-Ge ve Ür-Ge çalışmalarına yaptığımız yatırımlarla

uluslararası standartlarda ürünler üretip, bu ürünlerimizi dünyanın dört bir yanına ulaştırıyoruz. Dünyanın dörtte üçüne yaptığımız ihracatla ülkemizin cari açığının kapatılmasına katkıda bulunmanın da gururunu yaşıyoruz. Üst üste 20 yıldır aldığımız bu ödül de doğru yolda olduğumuzun bir göstergesi. Bu motivasyonla ülkemiz için daha çok çalışıp, daha çok üreteceğiz." açıklamasını yaptı.

Venus'e "İz Bırakan", Vestel ile Las Vegas'a Gidiyor

'Venus'e İz Bırak' yarışmasında, telefonun sesini otomatik ayarlama imkanı sunan 'Self-Sound' projesi ile birinci olan Optimizers takımı Vestel'in davetlisi olarak, Ocak 2019'da Las Vegas'ta düzenlenen dünyanın en büyük tüketici elektroniği fuarı CES'e katılma şansı yakaladı.

Vestel'in genç fikirlere ve yeteneklere verdiği değer bir göstergesi olarak üniversite öğrencileri arasında başlattığı "Venus'e İz Bırak" yarışmasında dereceye girenler belli oldu. Şubat ayında başlayan yarışmaya donanım, yazılım, mobil aksesuar alanlarında geliştirme yapan 200'e yakın proje katıldı. Vestel ekibinin; uygulanabilirlik, tüketici faydası, özgünlük, yaratıcılık gibi kriterlere göre yaptığı değerlendirme sonucu finalde 10 proje yarıştı. 3 Temmuz 2018 tarihinde düzenlenen törende 9 kişilik jüri, dereceye giren 3 projeyi açıkladı. Birinci olan Optimizers takımı Ocak 2019'da Las Vegas CES Global Tüketici Elektroniği Fuarı'na, ikinci olan Felix takımı Nisan 2019'da Hong Kong Mobil Ürünler Fuarı'na, üçüncü olan Aeneas takımı ise Şubat 2019'da Barselona Mobil Dünya Kongresi'ne Vestel'in



davetlisi olarak katılma şansını elde etti. Birinci olan takıma ayrıca Vestel'de proje bazlı çalışma imkânı da sunuluyor.

Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan Erdoğan yarışmaya yönelik olarak; "Artık geleneksel hale gelen Venus'e İz Bırak yarışmamız bu yıl da büyük ilgi gördü. Yürüttüğümüz yetenek keşfi ve eğitimlerle

sadece Vestel'de değil, sektörde başarı hikayesi yazacak gençlerin adını duyacağız." diye konuştu.

Telefonun sesini otomatik ayarlayan projeleri ile CES'e gidecekler

Birinci olan proje Self-Sound, Koç Üniversitesi öğrencileri Ahmet Onur Daşdemir ve Tevfik Can Yüce'den oluşan Optimizers'a ait. Self-Sound telefonun sesini otomatik ayarlamaya yarıyor.

İkinci olan proje Venus GamePad, İzmir İleri Teknoloji Enstitüsü öğrencileri Ömer Gülen, Atakan Demirtaş ve Hasan Hüseyin Harman'dan oluşan Felix takımına ait. GamePad, telefon için bir oyun konsolu.

Üçüncü olan proje Vtouch ise yine İzmir İleri Teknoloji Enstitüsü öğrencileri Sezgin Sazlıoğulları ve Fatih Hamza'dan kurulu Aeneas takımına ait. Vtouch geliştirilmiş bir parmak izi sensörü.

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

Samsung, Türk Tüketicisinin Klima Kullanım Alışkanlarını Açıkladı

Klimanın odadaki görünümünün iyi olması, az yer kaplaması ve bulunduğu ortamı hızlı bir şekilde ısıtması/soğutması da ideal bir klimadan beklenen önemli özellikler olarak öne çıktı.

Samsung Electronics Türkiye'nin, yaz aylarının başlamasıyla hareketlenen klima pazarında tüketicilerin klima kullanım alışkanlıklarını ve klima satın alırken nelere dikkat ettiğini ortaya çıkarabilmek için araştırma şirketi Twentify'a yaptırdığı araştırmada ilginç sonuçlara ulaşıldı. Mayıs ayı içerisinde Türkiye genelinde yapılan araştırmaya katılanların yüzde 45'i ideal bir klimanın A++ enerji sınıflı olması gerektiğini ifade etti. Aynı zamanda klimanın odadaki görünümünün iyi olması, az yer kaplaması ve bulunduğu ortamı hızlı bir şekilde ısıtması/soğutması da ideal bir klimadan beklenen önemli özellikler olarak öne çıktı.

Satın alma kararını neler etkiliyor?

Araştırmada tüketicilerin satın alma kararlarında en etkili faktörler; uygun fiyatlı olması, ısıtma/soğutma süresinin kısa olması, enerji tasarruflu olması, dayanıklı olması, markasının klima konusunda uzman olması, havayı temizleme özelliğinin olması, filtresinin kolayca temizlenebilmesi, rahatsızlanmaları azaltacak özellikler buldurması ve akıllı telefonlarla kontrol edilebilmesi olarak sıralandı.



Klima çarpması kullanıcıları endişelendiriyor

Araştırma sonuçlarına göre klimalar için en çok aile fertlerinin bir arada olduğu salon ve oturma odaları tercih ediliyor. Kullanıcıların neredeyse yarısı çocuklarının rahatsızlanacağından endişelendikleri için çocuk odalarında klima kullanmıyor.

Samsung'un çarpma-klimasına büyük ilgi

Araştırma sonuçlarını yorumlayan Samsung Electronics Türkiye'nin Tüketici Elektronik Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Mert Gürsoy; "Rüzgârsız serinlik teknolojisine sahip Wind-Free klima modellerimiz ile klima çarpması sorununu ve bunun yarattığı rahatsızlıkları tamamen

ortadan kaldırdık. Üzerindeki 21 bin mikro delikten havayı dağıtarak ortamı rüzgâr oluşturmada serinleten Wind-Free klimalarımız, Hızlı Soğutma Sistemi ile kıyaslandığında enerji tüketimini yüzde 72'ye kadar düşürerek kullanıcıların enerji tasarrufu hassasiyetine de yanıt veriyor." şeklinde konuştu.

Samsung Yeni Deneyim Mağazasını Kanyon AVM'de Açtı

Samsung Electronics, en son model akıllı telefon, tablet, televizyon, beyaz eşya ve ankastre ürünlerini, İstanbul'un en gözde AVM'lerinden Kanyon'da açtığı yeni deneyim mağazasında tüketicilerin beğenisine sunuyor.

Samsung Electronics Türkiye, İstanbul'daki 66'ncı, Türkiye'deki 303'üncü mağazasını Kanyon AVM'de hizmete açtı. Geçtiğimiz yıl mobil ürünlere adanmış en büyük deneyim ve satış mağazasını İstanbul Anadolu Yakası'ndaki Emaar Square Mall'da açan Samsung Electronics Türkiye, ülke çapındaki yaygınlığını daha da artırma hedefiyle yatırımlarına devam ediyor. Galaxy S9+ ve Galaxy Note8 olmak üzere en son model Samsung mobil cihazlara, en yeni OLED serisi büyük ekran TV'lere, beyaz eşya ve ankastre ürünlerine kolayca erişilebilecek yeni Samsung deneyim ve satış mağazası, 105 metre karelik bir alana kurulmuş özel iç tasarımıyla ziyaretçilerin en son model Samsung ürünlerini

yakından deneyimlemelerine olanak sağlıyor.

Samsung Electronics Türkiye Tüketici Elektronik Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Mert Gürsoy; "Geçtiğimiz yıllarda Türkiye'ye yaptığımız yatırımlara yenilerini ekleyerek hız kesmeden yolumuza devam ediyoruz. Tüm Türkiye'de en kapsamlı şekilde varlık gösteren teknoloji firması olma hedefimiz doğrultusunda attığımız adımların en sonuncusu olan Kanyon AVM mağazamız



sayesinde, en çok ziyaret edilen noktalardan birinde daha tüketicilerimize temas etme şansı yakalayacağız." diye konuştu.

▶ REGAL



7 YIL GARANTİ*

**ÇÖL SICAKLIĞINDA
BİLE
SOĞUTSUN
DİYORSAN**



**▶ REGAL'LE
SÖZ SENDE**

Ücretsiz Keşif

Ücretsiz Montaj



ZORLU

*Ürün, RAC 5024 A++ Inverter Klimadır. 7 yıl garanti, 31 Temmuz tarihine kadar Regal Yetkili Satıcıları ve regal-tr.com'dan yapılan Regal klima satışlarında, kompresör garantisinde geçerlidir.

0850 222 4 789

regal-tr.com

Regal
Müşteri
Hizmetleri

LG ve BTS İş Birliği Yaptı

LG Electronics, BTS Value Pack ve LG G7^{ThinQ} BTS Smart Case ile LG kullanan BTS fanlarının, telefonlarını BTS temalarıyla özelleştirebileceğini ve kişiselleştirebileceklerini duyurdu.

LG Electronics (LG) geçtiğimiz aylarda Güney Kore pop müziğinin (K-Pop) sevilen grubu BTS ile bir dizi kampanya için bir araya geldiğini duyurmuştu. İş birliği kapsamında LG, BTS hayranlarını çok sevindirecek bir gelişmeyi daha paylaştı. Buna göre LG akıllı telefon kullanıcıları, LG Smart World aracılığıyla telefonlarına indirecekleri BTS Value Pack ile BTS'nin her bir üyesi için tasarlanmış temalardan istediğini telefonuna yükleyebilecek. Seçtikleri tema doğrultusunda BTS fanlarının telefonları ana ekran ve menüler de dahil olmak üzere tüm arayüzü tamamen değişecek. Bu özellik geçen yıldan beri piyasaya sürülen tüm LG akıllı telefonlar için geçerli olacak.

BTS Smart Case ile LG G7^{ThinQ} tamamen kullanıcı deneyimine göre kişiselleştirilebilecek

Buna ek olarak, LG G7^{ThinQ} BTS Smart Case ile BTS hayranları LG G7^{ThinQ} model telefonlarını sadece görüntü olarak değil, aynı zamanda kullanıcı deneyimini geliştirecek şekilde kişiselleştirebilecekler.

Yakın Alan İletişimi anlamına gelen NFC teknolojisi sayesinde dünyanın en popüler K-Pop grubu olan BTS temalı kişiselleştirmeler yapılabilecek.

LG G7^{ThinQ}, BTS Smart Case ile eşleştirildiğinde, BTS hayranları sekiz benzersiz temayı seçip indirebilecekler.

Temaların yedisi grubun yedi üyesine aitken, sekizincisi tüm gruba özel hazırlanmış bir tema olacak. Her bir tema, LG G7^{ThinQ}'nin kullanıcı arayüzünü benzersiz arka planlar, renk şemaları, hatta BTS üyelerinin farklı kişiliklerini temel alan ikon tasarımları ile değiştirebilecek.

LG Electronics Mobil İletişim Bölümü Pazarlamadan



Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Kim Su-young konuyla ilgili olarak; "Dünyanın dört bir yanındaki BTS hayranları BTS Value Pack ve LG G7^{ThinQ} BTS Smart Case ile telefonlarını yeni ve benzersiz şekillerde kişiselleştirebilecek. BTS'nin her bir üyesi için oluşturulan temalar ile hayranlar favori BTS üyesini telefonlarında taşıyabilecek." diye konuştu.

IFA Açılış Konuşmasında LG İmzası

Bu yıl, 31 Ağustos-5 Eylül tarihleri arasında gerçekleşecek İFA 2018'in açılış konuşmasını LG CEO'su Jo Seong-Jin ile Teknoloji Direktörü Dr. I.P. Park gerçekleştirecek. Jo Seong-Jin ve Dr. I.P. Park yapacakları konuşmada LG'nin yapay zeka stratejilerinden bahsedecek.

Avrupa'nın en büyük tüketici elektroniği fuarı olarak kabul edilen İFA, bu yıl 31 Ağustos-5 Eylül tarihleri arasında Messe Berlin'de gerçekleşecek. İFA 2018'in açılış konuşmasını ise LG Electronics (LG) CEO'su Jo Seong-Jin ile Teknoloji Direktörü Dr. I.P. Park gerçekleştirecek. CEO Jo Seong-Jin ve Teknoloji Direktörü Dr. I.P. Park, konuşmalarında LG'nin yapay zeka odaklı strateji ve vizyonlarını ana hatlarıyla açıklayacak. 31 Ağustos Cuma günü Messe Berlin'deki Salon 26B'de, "Akıllıca düşün, yapay zeka ile özgürce yaşa!" başlığıyla gerçekleşecek konuşma, her iki yöneticinin de ilk İFA açılış konuşması olma özelliği taşıyor.

Konuşmasında yapay zekaya vurgu yapacak olan CEO Jo, LG'nin yapay zeka stratejisinin, müşterilerinin hayatlarını 'açık platform, açık ortaklık ve açık bağlantı' felsefesine dayanarak nasıl değiştirdiklerini anlatacak. LG Teknoloji Direktörü Park ise bu teknolojinin buzdolapları, televizyonlar ve çamaşır makineleri gibi günlük ürünlerde nasıl hayata geçirildiğinden bahsederek, LG'nin yapay zeka stratejisinin tüketicilere sağladığı kontrol kolaylığı ve faydalarını anlatacak.



Jo Seong-Jin



Dr. I.P. Park

Konuyla ilgili açıklama yapan Messe Berlin Grup Başkan Yardımcısı ve İFA İcra Direktörü Jens Heithecker; "İFA, CEO'lar ve üst düzey yöneticilere ileri düşünce fikirleri ve stratejileri için küresel bir paylaşım platformu

sunuyor. Yapay zekâ alanında çok önemli bir küresel oyuncu olan LG CEO'su Sayın Jo ve CTO'su Dr. Park'ın bu Ağustos ayında İFA'da açılış konuşması yapacak olmasından son derece memnunuz." diye konuştu.

Çepeçevre Soğutma Teknolojisi



Simfer dondurucularda
Çepeçevre Soğutma
Teknolojisi sayesinde
raflar arası bölme yoktur.

Bu sayede istediğiniz
ebatta gıdalarınızı
4 mevsim güvenle
muhafaza edersiniz.



simfer

41
yıl

“Düğün Alışverişlerinde Net Bir Bütçe Belirlemeli”

İstanbul Bilişim Genel Müdür Levent Menteşe, “Düğün alışverişlerinde yapılan en büyük yanlış, plansız ilerlemektir, alışverişlerde yapılan en büyük yanlış, plansız ilerlemektir, bütçeyi belirlememek ya da doğru yönetmemek birçok probleme yol açabilir. Bu yüzden yapmanız gereken ilk şey, kendinize net bir bütçe belirlemek ve alışveriş listesi oluşturmak.”

İstanbul Bilişim’in Genel Müdür Levent Menteşe; “Çiftler genellikle havaların sıcak olduğu dönemlerde evlenmeyi tercih ediyor. Ramazan ayının Mayıs’ın ortalarına denk gelmesi ile birlikte ertelenen düğünlerin şimdilerde yapıldığını gözliyoruz. Kayıtlara göre 150 bin çift evlenmek için sıra bekliyor. Bu dönem, alışverişlerde yapılan en büyük yanlış, plansız ilerlemektir, bütçeyi belirlememek ya da doğru yönetmemek birçok probleme yol açabilir. Bu yüzden yapmanız gereken ilk şey, kendinize net bir bütçe belirlemek ve alışveriş listesi oluşturmak.” açıklamasında bulundu.

Öneriler

Menteşe, beyaz eşya satın alırken dikkat edilmesi gereken önerilerini sıraladı:

- Beyaz eşyalarınızı düğüne yakın bir tarihte almak yerine birkaç ay öncesinden hatta bir yıl öncesinden almayı tercih edin.
- Beyaz eşya alışverişi denilince ilk akla gelenler buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi ve fırındır.



Bunlar evimizin olmazsa olmaz ihtiyaçlarıdır.

- Televizyon alışverişinizi mümkün olduğunca taşınmanıza yakın bir tarihte yapın. En ileri görüntü teknolojiye sahip bir TV almak her zaman akıllı bir seçim olacaktır.
- Buzdolabı, bulaşık makinesi ve fırın renginin aynı

olmasına özen gösterin.

-Eğer yeriniz varsa, yeni evinize çamaşırınızın kısa sürede kurumasını sağlayacak kurutma makinalarından alabilirsiniz.

-Ürünlerinizi tercih ederken, geniş ve kullanışlı ürünler seçmeye özen gösterin.

-Evinize ısıtma/soğutma sistemi almayı düşünüyorsanız, taşınacağınız ev kesinleşmeden harekete geçmeyin.

-Marka seçiminde iyi bir ön araştırma yapın. Markayı belirlerken dayanıklılık, kullanılabilirlik, uzun ömürlü olma ve iyi bir teknik servise sahip olması gibi kriterleri göz önünde bulundurun.

-Küçük ev aletlerinin bazıları düğün hediyesi olarak da gelebilir. Ancak siz her ihtimale karşı ütü ve süpürge-nizi düğünden önce almayı eksik etmeyin.

-Küçük ev aletlerinin bazıları düğün hediyesi olarak da gelebilir. Ancak siz her ihtimale karşı ütü ve süpürge-nizi düğünden önce almayı eksik etmeyin.

Teknosa, Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ne İmza Attı

Teknosa CEO'su Bülent Gürçan, UN Global Compact ve UN Women'in ortak girişimi olan Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEPS) imzaladı.

Sabancı Holding iştiraklerinden Teknosa, kadınların tüm sektörlerde ve her düzeyde, ekonomik yaşamın içinde yer alabilmelerini sağlamak amacıyla güçlenmesini hedefleyen, özel sektörün küresel en önemli girişimlerinden biri olan Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (Women's Empowerment Principles-WEPS) imzaladı.

Teknosa CEO'su Bülent Gürçan'ın CEO Destek Beyanı'nı imzalamasıyla Teknosa, bu prensiplerin şirketin yönetiminden operasyonlarına, merkez çalışanlarından sahadaki satış ekiplerine ve topluma varana kadar her noktada değerlendirilmesi ve gerekli aksiyonların hayata geçirilmesi konusundaki niyetini ortaya koymuş oldu.

Teknosa, bu imza ile Kadının Güçlenmesi Prensipleri çerçevesinde toplumsal cinsiyet eşitliğini ilerletecek şirket politikaları oluşturmaya yönelik 7 ilkeye taahhüt veriyor.

Bu 7 ilke ise şöyle sıralanıyor:

1. Cinsiyet Eşitliği için Üst Düzey Kurumsal Liderlik

Sağlanması

2. Tüm Kadın ve Erkekler İçin Adil Davranılması, İnsan Haklarına ve Ayrımcı Yapıya İlgili Saygı Gösterilmesi, Bu İlkelerin Desteklenmesi
3. Tüm Kadın ve Erkekler İçin Sağlık, Güvenlik ve Refah Sağlanması
4. Kadınların Eğitim, Kurs ve Profesyonel Gelişim İmkanlarıyla Desteklenmesi
5. Kadınları Güçlendiren Girişimci Gelişimi, Tedarik Zinciri ve Pazarlama Yöntemlerinin Uygulanması
6. Toplumsal İnisyatifler ve Destekler Aracılığıyla Eşitliğin Teşvik Edilmesi
7. Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanması için Gelişimin Ölçülmesi ve Halka Açık Raporlanması

Teknosa, önümüzdeki dönemde 7 ilke çerçevesindeki çalışmalarını daha da ileriye taşımak için süreçlerini ve uygulamalarını gözden geçirecek.

Konuyla ilgili açıklama yapan Teknosa CEO'su Bülent Gürçan: “İçinde bulunduğumuz dijital çağın, toplum-



sal cinsiyet eşitliği için dönüm noktası olduğuna inanıyorum. Bu fırsatı çok iyi değerlendirmeliyiz. Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadının sosyal ve ekonomik yaşama katılımına dair bireysel ve kurumsal sorumluluklarımızın farkına varmamız lazım.” dedi.

BSH Bağlantılı Mutfak için Dijital İş Modelleri Arıyor

Avrupa'nın önde gelen beyaz eşya üreticisi BSH, girişimcilerin başarılı olmasına yardım eden küresel bir ağ şirketi Techstars ile iş birliği yaparak Donanım+ (Beyaz eşyanın bir adım ötesi) şirketi olma yolunda bir adım daha atıyor.

BSH ve Techstars, "Geleceğin Evine" dair çığır açıcı dijital fikirleri olan yeni girişimlere rehberlik sağlama odaklı bir hızlandırma programı başlatarak onlara endüstrinin uzmanlarından ve BSH'nin Home Connect ekosisteminden faydalanma şansı veriyor.

BSH, "Techstars'ın güç verdiği BSH Geleceğin Evi Hızlandırıcı" programını başlatmak için Techstars ile iş birliği yapıyor. BSH ve Techstars'ın geniş danışman, uzman ve yatırımcı ağına erişim sağlayarak odaklanmış bir rehberlik eşliğinde geleceğin evinin bağlantılı mutfağı hakkındaki fikirlerini hızla geliştirmek isteyen yenilikçi iş modellerine sahip genç şirketler için başvu-

ruklar, 23 Temmuz 2018'de açılıyor.

BSH Yönetim Kurulu Başkanı Karsten Ottenberg, konuyla ilgili şu ifadelerde bulundu: "BSH, bir Donanım+ (Beyaz eşyanın bir adım ötesi) şirketi olarak bağlantılı mutfak için dijital hizmetler alanında endüstri lideri olmaya kararlı. Bu planın başarısı, kaçınılmaz biçimde yeni dijital iş modellerinin büyüme fırsatlarını değerlendirmeye,



geliştirmeye ve artırmaya bağlı olacak. Bunu yapmak için henüz sahip olmadığımız dijital yetenekleri edinmemiz gerekiyor."

Siemens Ev Aletleri'nden Yeni Medya Sanatına Destek

Siemens Ev Aletleri, Contemporary Istanbul ile gerçekleştirdiği uzun soluklu iş birliği kapsamında sanata verdiği desteği sürdürüyor.



2013 yılından beri düzenlediği "Plugin" bölümü ile sanatseverleri yeni medya sanatı ile buluşturan Contemporary Istanbul ile Siemens Ev Aletleri uzun soluklu bir iş birliğine atım attı. Bu iş birliği ile Siemens Ev Aletleri, bu yıl da çağdaş sanat fuarının Plugin Yeni Medya Bölümü'nün destekçisi olmaya devam edecek.

Siemens'in, Plugin temasıyla ortak bir zeminde bulunduğunu söyleyen Siemens Ev Aletleri Pazarlama Müdürü Ayşe Özkaya; "Yeni medyanın özünde bulunan, estetiği teknolojiyle birleştirme motivasyonu, Siemens Ev Aletleri olarak bizim de hareket nokta-

mızı oluşturuyor. Bu ortak vizyon ile Contemporary Istanbul ile geçtiğimiz yıl başlayan iş birliğimizi daha da ileriye taşımak için kapsamını genişlettik." diye konuştu.

Dünyanın dört bir yanından eserler İstanbul'da olacak

20-23 Eylül 2018 tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi ve Lütüfî Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı'nda 13. kez gerçekleşecek olan Contemporary Istanbul, bölge galerilerinin yanı sıra Avrupa, Amerika ve Asya'nın en önemli galerilerini, sanatçıları ve koleksiyonerlerini de bir araya getirecek.

TP Vision ve Bowers & Wilkins'den Kusursuzluk Odaklı İş Birliği

Avrupa'nın önde gelen seçkin televizyon markası TP Vision ve efsanevi İngiliz ses mühendisliği şirketi Bowers & Wilkins, televizyon pazarında yeni görsel ve ses performansını belirleyen üstün ürünler oluşturmak üzere ortaklık gerçekleştirdi.

Philips TV'nin imtiyazlı lisans sahibi TP Vision ve Bowers&Wilkins arasında gerçekleştirilen ortaklık, iki şirketin dünya çapında bilinen teknolojilerini ve uzmanlığını bir araya getiriyor. TP Vision; ödül sahibi P5 işlemci yongasının Avrupa tasarımı ve Ambientlight teknolojisi başta olmak üzere televizyonlarının görüntü kalitesi açısından pazara liderlik etmesini sağlamak için sürekli kendini geliştirirken; Bowers & Wilkins, en iyi ses kalitesini elde edebilmek için şirket içi araştırma ve geliştirme konusuna odaklanıyor.

TP Vision Avrupa Pazarlama'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Martijn Smelt; " Philips High End TV'mizin benzersiz ve seçkin bir deneyim sunmasını sağlamak üzere dünyanın en iyi ses şirketi Bowers & Wilkins ile ortaklık kurmak bizim için büyük bir mutluluk ve gurur kaynağı." dedi.

Bowers & Wilkins Gelir'den Sorumlu Genel Müdürü Yardımcısı Richard Campbell ise "TP Vision'la gerçekleştirdiğimiz yeni ortaklık ürünlerdeki ses kalitesi ve performansa yeni bir soluk getiriyor." diye konuştu.



Klima Seçimi ve Kullanımında 5 Temel Püf Nokta

Mitsubishi Electric'ten klima seçimi ve kullanımının 5 temel püf noktası.

Mitsubishi Electric Türkiye Klima Sistemleri Ürün Müdürü Caner Güçer, doğru klima seçimi ve kullanımında dikkat edilmesi gerekenler hakkında bilgi verdi.

Mekana uygun klima kapasitesi doğru belirlenmeli

Mekanın ısıtma ve soğutma ihtiyacının doğru bir şekilde belirlenmesi önemli.

Keşif, montaj ve bakım uzmanlar tarafından yapılmalı

Mekanın ihtiyaçlarına uygun kapasite ve tipte bir klimanın belirlenmesi, doğru yere montajının yapılması ve zaman içerisinde düzenli bakımının uzman ekipler tarafından gerçekleştirilmesi gerekiyor.



Enerji verimliliği yüksek ileri teknoloji klimalar tercih edilmeli

Günümüzde akıllı yapay zekadan yalın program ve kontrol teknolojilerine birçok destek fonksiyona sahip klimalar enerji tasarrufunda büyük avantaj sağlıyor.

Gelişmiş filtre sistemleri sağlık için önemli

Bakteri, virüs, toz ve alerjenlerden uzak bir mekan için en yeni teknolojilerle geliştirilmiş filtreler avantaj sağlıyor.



Klimalarda bakım asla atlanmamalı

Klimaların uzun yıllar performansını koruyarak kullanılması için periyodik olarak yılda iki kez bakım yapılması gerekiyor.

Sanayi 4.0'a Uyumlu Yeni Nesil Otomasyon Platformu

Mitsubishi Electric'in 'Panolu Çözüm Platformu' sanayiye ve alt yapı projelerine kısa sürede devreye alma avantajı sunuyor.

Mitsubishi Electric, Sanayi 4.0'a uyumlu "Panolu Çözüm Platformu" ile yenilikçi otomasyon sistem çözümlerini tek çatı altında topluyor. Dış kabini Türkiye'de üretilen platform, endüstriyel tesislere ve alt yapı projelerine kısa sürede devreye alma imkanı sunuyor.

"Panolu Çözüm Platformu", içinde bulunan hazır çözüm parametreleri ve programları sayesinde ek donanım ihtiyacını da ortadan kaldırıyor.

Mitsubishi Electric'in Panolu Çözüm Platformu; EN 61439-1/2 tip test standartlarına uygun bara sistemleri ve aksesuarlarıyla donatılmış, montaj talimatlarına göre üretilmiş, kısa devre ve sıcaklık artışı

testlerinden geçmiş modüler bir tasarıma sahip. A800 serisi inverterleri ve F800 serisi inverterler ile güçlendirilmiş çözümler sunuyor. Avrupa Eko Tasarım Standardı'na göre yüzde 98'e varan oranda verimli olan platform, sabit miktatlı motor sürme özelliğiyle de ekstra enerji tasarrufu sağlıyor.

Mitsubishi Electric'in "Panolu Çözüm Platformu"; gerçek zamanlı veri izleme, USB'ye uzun dönem veri kaydı yapabilmeye, dahili önleyici bakım ve gelişmiş hata geçmişi takibi gibi özellikleriyle bakım maliyetlerini ve durma sürelerini azaltıyor. Gelişmiş enerji tasarrufu monitörü bulunan platform; hızlı ve kolay kurulum, devreye alma ve arıza teşhisine imkan tanıyor.



Protherm, ErP Yönetmeliği ile Başlayan Yeni Döneme Hazır

Vaillant Group bünyesinde faaliyet gösteren Protherm, yeni pazarlama stratejisi ve yüksek teknoloji ürünleri ile yoğunlaşmalı cihaz pazarına iddialı bir giriş yapmaya hazırlanıyor.

Vaillant Group markalarından Protherm, Ritz Carlton'da düzenlenen toplantıda markanın yeni pazarlama stratejisini paylaştı.

"Yoğuşmalı kombi ürünleriyle ErP'ye hazırız"

Toplantıda konuşan Vaillant Türkiye Satış ve Pazarlama Direktörü Erol Kayaoğlu, Protherm'in 1991 yılında Prag'da başlayan yolculuğu boyunca sayısız başarılarına imza attığını belirterek, markanın bugün Avrupa'da yılda 200 bin adetten fazla kombi üreten bir marka haline geldiğini söyledi. Protherm'in,

Türkiye'de yoğuşmalı kombi üretiminin zorunlu hale geldiği ErP (Energy Related Products) yönetmeliği ile başlayan yeni döneme hazır olduğunu vurgulayan Kayaoğlu; "ErP yönetmeliği ülkemizde de yürürlüğe girdi, yönetmelikle yoğuşmalı kombi üretimi zorunlu hale geldi. ErP yönetmeliğiyle birlikte 2018 yılında sektörde yüzde 10 civarında büyüme bekliyoruz. Bu büyümeye paralel olarak kombi pazarının da yıllık 1 milyon 100 bin adedi aşmasını öngörüyoruz. Biz de Protherm'in yoğuşmalı ürün gamı ile bu büyümeye




katkıda bulunmayı hedefliyoruz." diye konuştu.

2004 yılında Türkiye pazarına giren Protherm, dünyada aralarında İngiltere, İtalya ve Rusya'nın da bulunduğu 25'ten fazla ülkede satılıyor.

Karaca'dan Romanya'da İki Yeni Mağaza

Karaca, Romanya'da açılacak iki yeni mağaza ile yurt dışı yolculuğuna devam ediyor. Almanya ve Avusturya'nın da içinde bulunduğu 11 ülkede 21 mağazasıyla tüketicilerin yoğun ilgisi ile karşılaşan Karaca, şimdi de Romanyalılarla buluşmaya hazırlanıyor.


 Karaca, iki yeni mağazasıyla Romanyalılarla buluşuyor. 200 metrekare büyüklüğündeki Romanya Afimall mağazası; Karaca'nın mutfak, sofras, aksesuar ve ev tekstili kategorilerinden oluşan ürün gamını tüketiciyle buluşturuyor. Geniş ürün yelpazesini yurt dışında yaşayanların beğenisine sunan Karaca, küçük ev aletlerinden porselen mutfak gereçlerine, cam ürünlerden çelik grubuna kadar birçok

ürününü yeni mağazasında sergiliyor. Almanya, Azerbaycan, İran, Özbekistan, Lübnan, Kuveyt, Rusya, Kıbrıs, Libya, Suudi Arabistan ve Avusturya'da şubesi bulunan Karaca, 21 yurt dışı mağazası ile hizmet veriyor. Ağustos ayında Polonya'daki mağaza ile yurt dışı şube açılışlarını sürdüreceği Karaca, 2019'da da farklı ülkelerde tüketiciyle buluşmaya devam edecek.



Sürdürülebilir İş Ödülleri için Son Başvuru Tarihi 30 Temmuz

Sürdürülebilir İş Ödülleri başvuruları 30 Nisan'da başladı. Toplam 14 kategoride yapılacak başvurular, 30 Temmuz'a kadar devam edecek.

 Sürdürülebilir İş Ödülleri, Türkiye'de sürdürülebilirlik dönüşümünü teşvik etme amacıyla bu yıl beşinci kez düzenleniyor.

Sürdürülebilir İş Ödülleri başvuruları, <http://surdurulebilirisodulleri.com/2018> sitesi aracılığıyla yapılabiliyor. Ödüller için büyük ölçekli firmaların yanı sıra KOBİ, Start-Up, sosyal girişim ve yerel yönetimler de başvuru yapabiliyor.

Karbon ve Enerji Yönetimi, Su Yönetimi, Sosyal Etki, Sürdürülebilirlik İletişimi, İş birliği, Tedarik Zinciri Yönetimi, Atık Yönetimi, Çeşitlilik ve Dahil Etme,

Start-Up, Sürdürülebilirlik Raporu ve Sürdürülebilir İnovasyon kategorilerinde düzenlenen yarışmaya, bu yıl ilk kez, 'Yılın Sosyal Girişimi', 'Kadının Güçlendirilmesi' ve 'Çalışan Katılımı/Bağlılığı' kategorileri de eklendi. İş birliği kategorisi ise iki başlık olarak başvuruya açıldı. B2B İşbirliği başlığında, özel sektör kuruluşları arasında yapılan iş birlikleri ile B2NGO İşbirliği başlığında ise özel sektör kuruluşları ile sivil toplum kuruluşları arasında yapılan iş birlikleri değerlendirilmeye alınacak.


Sürdürülebilir İş Ödülleri için 30 Nisan'da başlayan başvuru süreci, 30 Temmuz'a kadar devam edecek.



Türkiye'nin alanında lider isimlerinden oluşan seçkin jüri üyeleri tarafından yapılacak değerlendirmenin ardından, yarışmanın kazananları ekim ayında düzenlenecek ödül töreninde açıklanacak.

“Kalıcı Tedbirler Alınması Elzem”

TÜMSİAD Genel Başkanı Yaşar Doğan, “Üreticilerimizin, iş adamlarımızın ve vatandaşlarımızın mağdur olmaması ve refah seviyesinin artırılması için kalıcı tedbirler alınması elzem.” dedi.

 Seçim sürecinin artık bittiğini ve yeni dönemde hayata geçirilecek yapısal reformlarla fiyat istikrarının sağlanmasının mümkün olduğunu söyleyen TÜMSİAD Genel Başkanı Yaşar Doğan, “Fiyatların genelinde bir artışın gerçekleştiği görülüyor. Fiyatların azaltılması ve bunun kalıcı hale getirilmesi için yeni meclisin hukuki düzenlemeler yapması gerekiyor. Üreticilerimizin, iş adamlarımızın ve vatandaşlarımızın mağdur olmaması ve refah seviyesinin artırılması için kalıcı tedbirler alınması elzem. Baz etkisinden dolayı yılsonuna doğru enflasyon artış oranının düşmesini bekliyoruz. Para politikasında gerçekleştirilen sıkı duruşun maliye politikaları ile de desteklenmesi

piyasalarda istenen istikrarı da sağlayacaktır. Enflasyonun düşürülmesi ve fiyat istikrarının sağlanması için politika yapıcıların gerekli tedbirleri alacağını ümit ediyoruz.” diye konuştu.

Hedef, yüzde 5'in altında enflasyon

“Enflasyon oranının düşürülmesi, reel sektöre daha sağlıklı finansman ve faiz koşullarına yol açılması anlamına gelir. Bu bilinçle de yeni hükümet sisteminde enflasyon problemine kökten neşter vuracak daha geniş perspektifli bir gayret oluşacağını düşünmekteyiz.” diyen Yaşar Doğan, temel hedef olarak, gerçek anlamda bir fiyat istikrarı için enflasyon oranının uzun vadede yüzde 5 seviyesinin altına çekilmesi gerektiğini vurguladı.





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

Veda Vakti

BAHRİ OLGUN
YMM. Bağımsız Denetçi

Veda Vakti

Değerli Dağıtım Kanalı Ailesi,
Bu sayıdan itibaren bu köşede yer almayacağım...
Kitap okuyup, kitap yazacağım...
Vakit buldukça gezeceğim...
Bugüne kadar bu derginin 228 sayısının 168'inde tam 14 yıl aralıksız sizlere seslenmişim. Sesimi ne kadar duydunuz ya da duyurabildim bilmem?
Yazdığım her şeyde samimi idim, içtenlikle yazdım.
Siyasi görüşlerim doğrultusunda değil, bilimin ışığında yazdım.
Sayfa komşularıyla dost olmaya çalıştım.
Ve tam 14 yıl boyunca tek bir kuruş menfaat elde etmeden yazdım.
Artık veda zamanı...
Sorumluluklarımı birer birer bırakıyorum, bırakmak istiyorum.
İçinde bulunduğumuz ülke, meslek ve ekonomik koşullar bunu zorunlu kılıyor.
İstanbul dışında bir yerlere (İzmir'e) yerleşmeyi planlıyorum, biraz bu işlerle ilgileneceğim. Bu şekilde eski sayfadaşım, dostum Metin Aztekin ile daha sık görüşme olanağı bulabileceğimi düşünüyorum.
Demokrasinin, Cumhuriyetin, Çağdaşlığın, Atatürk'ün yolundan yürüdüm.
Şimdi de aynı yolda biraz daha farklı işlerle meşgul olarak, ya da işleri biraz daha farklı yapıyor olarak yürüyeceğim.
Arkadaşınız-Abiniz-Hocanız olarak sizlere bir mail-bir telefon kaç yakın olduğumu bilmenizi isterim.
Sizleri özleyeceğim...
HOŞÇA KALIN...

Bana Müsade
Kendinize
iyi bakın

www.simgera.com
bahriolgun@yahoo.com - simgera_ymm@hotmail.com
0216 572 90 70 - 71



ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü

akajan@arzum.com

Ön Yargılı Yaklaşım ve Ön Yargısız Yaklaşım



Eğer okumadıysanız, Marilee G. Adams tarafından kaleme alınan “Soruların Gücü” isimli kitabı okumanızı öneriyorum.

Kitabın yazarı, sorduğumuz her türlü soruyu, iki temel soru tipine indiriyor:

- 1- Yargılayıcı sorular
- 2- Öğrenici sorular

Yargılayıcı sorular

Yargılayıcı sorular, bir şey öğrenmek için değil; karşımızdaki kişiyi (kendimizi veya bir başkasını) sıkıştırmak, suçlamak veya yönlendirmek amacıyla soruluyor. Soruda peşin hüküm var. Bu nedenle, doğal olarak bir tepkiyi, itirazı, ya da suçluluk duygusunu tetikliyor. Örneğin, “Yine mi geç geleceksin?” cümlesi masum bir soru biçiminde görünüyorsa da, aslında bir peşin yargı ve suçlama içermektedir. Satır aralarında şunlar var: “Daha önce de geç gelmiştin zaten. Hep böyle yapıyorsun. Biliyorum ki yine öyle yapacaksın.” Hüküm, baştan verilmiş. Böyle bir soruya, tarafsız bir yanıt vermek mümkün olmaz. Hemen bir savunma refleksi devreye girer. Kalkanlar konuşlanır. Büyük olasılıkla, bu suçlamayı savuşturmak için bir karşı saldırı başlatılır.

Öğrenici sorular

Oysa, öğrenici sorularda hiçbir peşin hüküm, hiçbir zorlama yoktur. Bunlar, gerçek anlamda yanıt almak isteyen, iş birliğine açık bir soru biçimine sahiptir. “Bu gece kaçta döneceksin?” sorusunda bir önyargı yok. Gerçekten bilgi almak üzere düzenlenmiş, tarafsız bir cümle. Herhangi bir kırgınlık veya suçlama içermiyor. Yanıtın da benzer şekilde, açık ve bilgilendirici özellikte olması kuvvetle mümkün. Muhatabımızın tepkisel yanıtlar vermemesi için sorularımız önyargı içermemelidir.

Mutlaka bir suçlu arayan tipik yargılayıcı soruların özünde aşağıdaki saldırgan ve suçlayıcı düşünceler yatar:

- Yanlış nerede?
- Kim yaptı? Bunun sorumlusu kim? Kimi suçlayabilirim?
- Haklı olduğumu nasıl kanıtlayabilirim?
- Kendi etki alanımı nasıl koruyabilirim?
- Nasıl olur da kaybederim?
- Nasıl olur da zarar görürüm?
- Bu insan neden bu kadar aptal ve sinir bozucu?
- Neden canımı sıkayım?



Bir suçlu aramak yerine çözüme ulaşmak isteyen öğrenici sorular ise aşağıdaki düşüncelerle şekillenir:

- Bu ne işe yarar?
- Sorumluluklarım neler?
- Gerçekler neler?
- Büyük resimde ne var?
- Seçeneklerim neler?
- Bu konuda ne yararlı olur?
- Ne öğrenebilirim?
- Diğer kişi ne düşünüyor, ne hissediyor, neye ihtiyaç duyuyor ve ne istiyor?
- Ne yapılabilir?

Yargılayıcı bakış açısının temel özelliklerini şöyle özetleyebiliriz:

- Yargılayıcı
- Suçlayıcı (Kendine ve başkalarına karşı)
- Tepkisel ve otomatik
- Her şeyi bilir
- İnatçı ve katı
- Ya bu/ya da şu diye düşünen
- Kendi haklılığından emin
- Değişiklikten korkan
- Yalnızca kişisel bakış açısına sahip
- Varsayımları savunur
- Olasılıkları pek dikkate almaz
- Temel ruh hali: Koruyucu, tutucu

Öğrenici bakış açısı ise dünyaya şöyle bakar:

- Öğrenici
- Kabullenici (Kendine ve başkalarına karşı)

- Uyumlu ve düşünceli
- Bilmemeye değer verir
- Esnek ve uyumlu
- Her ikisi de/ve diye düşünen
- Meraklı
- Değişikliğe değer veren
- Başkalarının bakış açısını değerlendirir
- Varsayımları sorgular
- Olasılıklara sınır koymaz
- Temel ruh hali: Meraklı, gelişmeye açık

Yargılayıcı ilişkileri şöyle özetlemek mümkün:

- Kazan-kaybet ilişkisi
- Başkalarından ayrı hisseder
- Farklılıklardan korkar
- Tartışır
- Kusur bulur
- Şunları dinler: Doğru/yanlış, kabul/itiraz, farklılıklar
- Geri bildirim reddetme olarak algılanır
- Saldırır ya da savunur

Öğrenici tipi ilişkiler ise şöyle özetlenebilir:

- Kazan-Kazan ilişkisi
- Başkalarıyla arasında bağ hisseder, empati kurar
- Farklılıklara değer verir
- Konuşur
- Eleştirir
- Şunları dinler: Gerçekler, anlamak için, ortak yanlar
- Geri bildirim değer verir
- Çözer ve yaratır

İki temel seçenek

Bütün bu ayrıntılar, sonuç itibarıyla sadece, iki temel seçeneğe bağlanıyor: Ön yargılı yaklaşım ve ön yargısız yaklaşım.

İç dünyamızda ön yargılarımızla ördüğümüz cam duvarlar, sonunda koruyuculuk özelliklerini kaybedip, bizi içlerine hapseden hapseden duvarlarına dönüşüyor. Hareket alanımız, özgürlük alanımız giderek daralıyor. Nefes almamız zorlaşıyor. En sonunda, başkalarıyla iletişim kuramaz hale geliyoruz. Başkalarının söylediklerini duymuyoruz. Çünkü, onların sesi cam duvarlarımızdan yankılanıp, dağılıyor. Bizim söylediklerimiz de öyle. Bizi başkaları duyamaz oluyor. Kendi sesimizi, sadece kendimiz dinliyoruz.



ÇETİN CİNEMRE
Servis Eğitim&Danışmanlık

cetinc@tmail.com
www.servisegitim.com
Tel: 0532 663 71 35

Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY)-4



Pazarı tanımadan, müşterilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini bilmeden üretilen bir malın, satış şansı yoktur. Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY) pazar ile ilgili zengin veri sağladığı için bu konuda değişik ve etkin çözümler sunar.

Öncelikle, MİY döngüsünü iyi anlamak gerekir. MİY, pazar araştırması ile başlar. Geleneksel ve çağdaş pazarlama yöntemleri ile bir şekilde, potansiyel müşterileri bulmak ve onlarla ilişki kurmak gerekir. Şirketin ürün yelpazesine göre, o ürünü kullanabilecek müşteri kitlesi kimlerden oluşmaktadır? Hangi ürün, hangi müşteri grubuna hitap etmektedir? Örneğin, küçük ev aletleri pazarında ev hanımları, müşteri potansiyelinin büyük kısmını oluşturur. Buzdolabı, televizyon gibi ürünlerin müşterileri ise birbirinden cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi açısından çok farklıdır. Bu ürünler, tüm müşteri gruplarının kullandığı ürünlerdir. Her evde bir buzdolabı ve televizyon vardır ama küçük ev aletlerinin tümü (tost makinası, ekmek kızartıcı, su ısıtıcı, mikser gibi) her evde yoktur. Öte yandan, pazarın büyüklüğü, geleceği ve pazardaki rakipler de iyi analiz edilmelidir. Pazar doymuş olabilir. Buna karşılık, pazar boşluğu olabilir. Bölgesel iklim koşulları da bazı ürünlerin pazarını büyütebilir veya küçültülebilir. Örneğin; klima pazarı Güneydoğu Anadolu, Akdeniz ve Ege bölgelerinde diğer bölgelere kıyasla daha büyüktür.

Hedef pazar bölümü

Pazar araştırması ile hedef pazar bölümü (müşteri grupları) seçilir ve onların ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak çözümlerin (ürün grupları) neler olabileceğine karar verilir. Ürünlerin hangi özellikleri taşıması gerektiği, müşterilerin üründen bekledikleri faydalar (ürünün hayatlarına yapacağı katkı) dikkate alınarak belirlenir. Fayda-özellik ilişkisi, bir kez kurulan bir ilişki değildir. Pazarın ihtiyaç ve beklentileri zamanla değişir, çeşitlenir. Değişen ihtiyaç ve beklentiler, ürün özelliklerinin de değişmesini gerekli kılar. Çamaşır yıkayan, kurutan ayrı makinalar yerine bu işlevlerin tek makinede birleştirilmesi gibi. Pazarı yeni çıkan bazı ürünler, başlangıçta tek işlevli (tek fayda) iken, zamanla birçok işlevi (çoklu fayda) yerine getirecek şekilde tasarlanmakta ve üretilmektedir. Cep telefonları buna güzel bir örnektir.

MİY döngüsünün 3. aşaması

MİY döngüsünün 3. aşaması satış sürecidir. MİY, satış sürecini salt satış olarak görmez. Mağazaya gelen her

müşteri, pazarlama çalışması ile kazanılan veya daha önce satın alan müşteri değildir. Bu durumda, MİY satış süreci ile başlar. Sadece malı satmaya odaklanmak yerine; müşteriye tanımaya, anlamaya çalışmak ve onunla sürekli, kalıcı ilişki kurmanın zeminini hazırlamak gerekir. Satış bağlanır veya bağlanmaz. Bu durum, MİY için sorun değildir. MİY için önemli olan ilk satış buluşmasında; müşteri ilişkisi için sağlam temel oluşturmak ve bunun aynı müşterinin tekrar satın almasını (müşteriyi büyütmek), ileride onun sayesinde başka müşteriler kazanmaya da katkı yapmasını sağlamaktır.

Satışın bağlanmamasını başarısızlık olarak görmemek ve moral bozmamak gerekir. İlk satış buluşmasında, satın almayan müşteri, MİY sayesinde sonraki buluşmada satın alabilir. Bazı müşteriler, pazarı dolaşır; marka, fiyat ve kalite araştırması yapar, ödeme seçeneklerini değerlendirir ve satın alma kararını ondan sonra verirler. Satın almadan mağazadan çıkan müşteriye, "kaybedilen müşteri" gözüyle bakmak büyük yanıldır. Birçok satıcının beyninde yerleşik, "Bir daha mı gelecek?" şeklindeki önyargıyı yıkmak gerekir. Evet, başarılı MİY uygulaması ile o müşteri tekrar gelebilir. Üstelik yanında başka müşteriler de getirebilir.

MİY döngüsünün 4. aşaması

MİY döngüsünün 4. aşaması, müşteri memnuniyetinin sağlanmasıdır. Memnuniyetin iki boyutu vardır: Satış süreci ile ilgili memnuniyet ve ürün ile ilgili memnuniyet. Birincisi, satıcının sorumluluğudur. O, müşterinin mağazadan olumlu izlenimle ayrılmasını sağlamak zorundadır. Müşteriye yaklaşımı (onu nasıl karşıladığı,

ağırladığı, selamlama şekli, güler yüzü vb.), kişisel bakımı, ürün bilgisi, teknik açıklaması, müşterinin izlenimini belirleyen etkenlerdir. Bu noktada, ünlü Çin atasözünü anımsatalım: Gülümsemesini bilmiyorsan, dükkan açma.

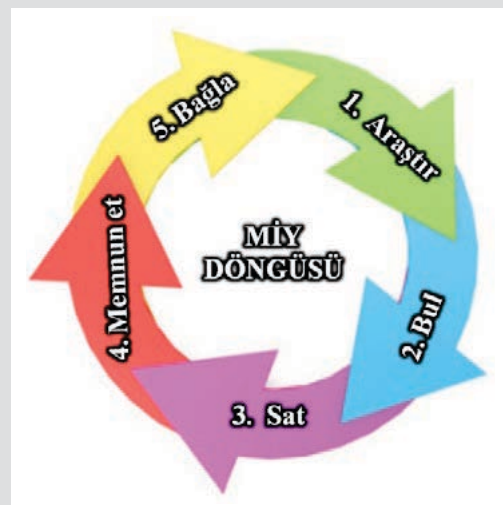
Ürün ile ilgili memnuniyet ise sadece üretici şirketin değil, aynı zamanda satıcının da sorumluluğudur. Müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğru analiz edilmeden, müşterinin üründen beklediği faydalar ile ürün özellikleri arasında ilişki kurulmadan bağlanan satış, yanlış satıştır. Bu bakımdan stok miktarı şişen ürünü satmaya çalışmak, bunu başarmak için müşterinin istediği ürünü kötülemek, üründe olmayan bir özelliğin var olduğunu söylemek, müşteriye yanlış yönlendirmek, kurulum gerektiren ürünler için yetkili servis ile görüşmeden müşteriye randevu vermek gibi davranışlar; satıcının dürüst olmadığını kanıtlar. Bu anlayıştaki bir satıcı, kendi ekmeği ile oynar.

Müşteri sadakati

Memnuniyetin sonraki satın alma deneyimlerinde de sürmesi, müşterinin bağlı hale gelmesini sağlayabilir. Bağlılık (sadakat) duygusu, memnuniyet duygusundan çok daha güçlüdür. İnsanlar bir yere, bir kişiye, bir ortama, bir markaya bağlandıkları zaman, onu kolay kolay terk etmezler. Ancak şu düşünce yanlıştır: "Müşteriyi memnun ettik. Bağlı hale de getirdik. Artık onunla fazla ilgilenmemize gerek yok. O müşteri cepte. Enerjimizi, yeni müşteriler kazanmaya harcayalım." Bu düşünce ile bağlı müşteriyi ihmal etmek, bağlılığın sona ermesine yol açabilir. Bu bakımdan, müşteri bağlılığını, sürekli bağlılık (ömür boyu bağlılık) şeklinde düşünmek yanıltıcıdır. Bir gün onlar da terk edebilir, rakip marka veya satıcının müşterisi olabilirler. Kaybedilen her müşteri, rakibin kazandığı müşteridir. Öte yandan, kaybedilen müşteriyi yeniden kazanmak çok zor ve maliyeti yüksek bir hedefdir. Aklın yolu, öncelikle kazanılan müşteriyi elde tutmak ve onu rakiplere kaptırmamaktır.

MİY'in nihai hedefi

Memnuniyetin, bağlılık aşamasına gelmesi, MİY'in en büyük ve nihai hedefidir. Bağlı müşteriler, daha çok satın alırlar. Satıcıya başka müşteriler kazandırır. Markanın ve satıcının/bayının reklamını gönüllü olarak yaparlar. Onlar, en değerli müşteri grubudurlar. Onlarla ilişkilerin sıcak tutulması çok önemlidir.





BÜLENT MATARACI
Satış Sonrası Hizmetler Derneği Başkanı

otoriter@bulentmataraci.com
0532 421 00 05

Tüketici İlçe Hakem Heyetleri



Değerli sektör temsilcilerimiz; her ay, sizlerle bu köşede, sektörün hemen her alanındaki deneyimlerimizi aktarmaya çalışıyorum.

Bu ayki konumuzu “hakem heyetlerinin işleyişleri ve karar mekanizmalarında birliktir deneyimlerimiz” olarak belirledik.

Sorun değil, çözümün parçası olun!

Yıllardır, sektörün marka yöneticilerinden İlçe Hakem Heyeti kararlarıyla ilgili hep serzeniş duyduk. Sorunun çözümü konusunda, hiçbir fikri ve eylemi olmayan satış sonrası hizmet yöneticilerimiz, sadece ve sadece şikayet etmişlerdir. Meslek bilinci ve dayanışmada, yetersiz kalan satış sonrası hizmet yöneticilerimiz, çözüm yerine mazeret üreterek, hizmet sektörünün statüsüne katkı sağlamada yeterli alanlar oluşturamamaktadır.

Sektörde 10. yıl

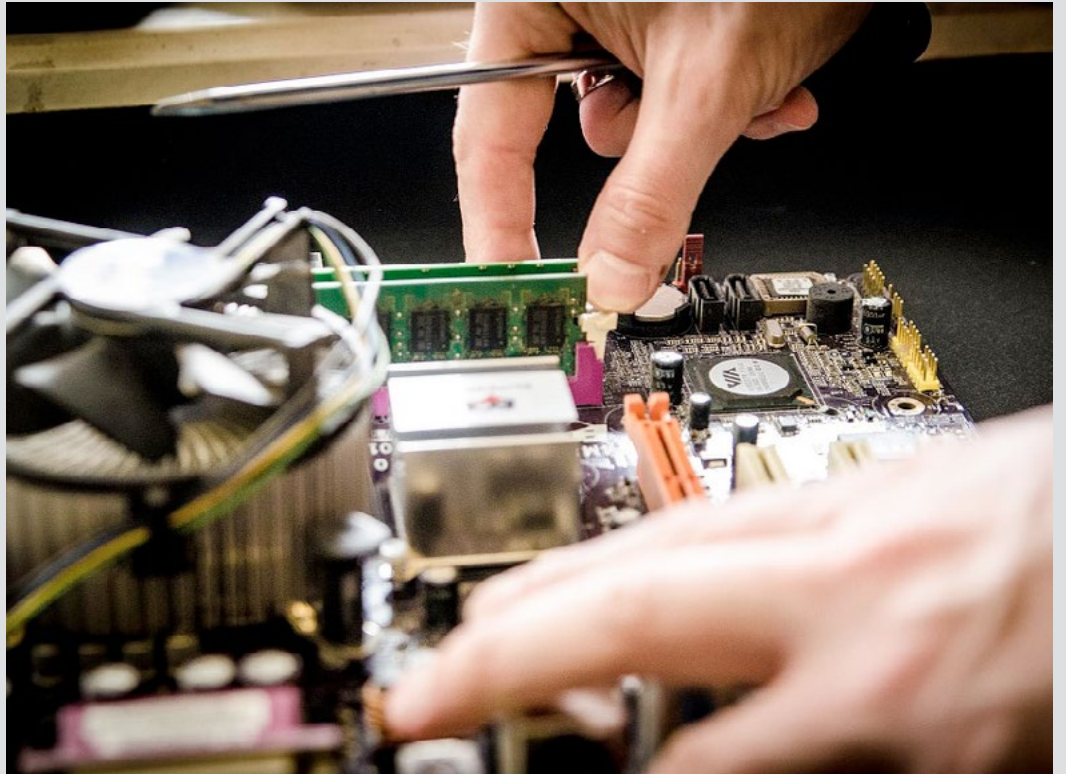
Sektörde hatalı yürüyen uygulamalarda, çözüme dair proje üretmenizi ve görev almanızı bekliyoruz. Satış sonrası hizmetler alanındaki sektör sorunlarına dair, 10.yılına tamamlayan dernek faaliyetlerimiz kapsamında; İstanbul’un 9 ilçe hakem heyetlerine birliktirlik katkısı sağlıyoruz. Sektör, marka ve tüketici lehine karar verebilecek uzmanlarımızın katkı ve katılımıyla, sektörümüze değer katmayı arzu ederiz. Kurumlar ile yakın ilişkiler yürüterek, markalarımızın hak ve hukukunun korunması adına yaptığımız bu çalışmalarda gördük ki; markalarımızın yasalara uyumlu çalışmada eksikleri oldukça fazla.

İlçe hakem heyetlerinde şikayet analizi

Pazar payı en büyük markalar dahil olmak üzere, hizmet kusurlarından doğan şikayet sıralaması şöyle:

Tüketici şikayetlerine ilgisizlik

- Memnuniyetsiz tüketicilerin taleplerine geri dönüşte ilgisizlik
- Yetersiz veya verimsiz hizmet (ayıplı hizmet) kusurlarına ilgisizlik
- Üründen memnuniyetsizliklerde çözümsüz yaklaşımlar
- Garanti uygulamalarında keyfi davranışlar



Hizmet kusurları

- Hizmetin belgelendirilerek, tüketici nüshasının verilmemesi
- Şikayete analitik çözümlerin sunulmaması
- Sorunun çözümünde ilgisizlik
- Tüketici hassasiyetine uyumsuz davranışlar
- Randevuya bağlı kalmama, geri bildirim yapmama

Sahte servis faktörleri

- İletişim ağlarıyla tüketiciyi yanıltan illegal uygulamalar
- Verimsiz hizmet, yan sanayi veya çıkma yedek parça
- Fahiş fiyatlar
- Evraksız hizmet ve tahsilatlar
- Aynı tüketiciye tekrar gitmeme

Markaların sorumluluğu

Değerli marka yöneticilerimiz; sektörümüzde illegal faaliyet gösteren yapıların markaya, sektöre ve tüketiciye verdiği zarardan sizler sorumlusunuz.

Kullanılmasına izin verdiğiniz, marka, logo, yazı ve renk karakterlerine aldanan tüketici, markaya, “sizlere” duyduğu güvenle, illegal yapıların tuzağına düşmekte, haklarının marka tarafından korunacağına inanmaktadırlar.

Bu konu, ihtisas alanımızda olup, konuyu AB Proje Desteği ile çözme konusunda ilk adım atılmış, 2018 yılı sonuna kadar teşvik değerlendirilmesi yapılacaktır.

Umarım, bu projede de (meslek edindirmede olduğu gibi) başarıya ulaşır, sektöre de tüketiciye de değer katar hale gelir.





DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

“Ayinesi İşidir Kişinin Lafa Bakılmaz” Denilse de Siz Lafa Bakın

Her şirket ya da markası öne çıkan kurum, bir futbol takımına benzer. "Kurumsal İtibar Yönetimi" de o takımdaki tüm oyuncuların belirlenen taktik çerçevesinde, hedefe doğru ilerlemesinin sağlanmasıdır. Eğer, bir spor takımı nasıl ki bunu başaramaz ve kötü sonuçlar alarak küme düşme tehlikesine girerse, kurumlar da bunu başaramazsa yaratmak istediklerinin aksine itibar kaybı ve iletişim kirliliği ile karşı karşıya kalabilirler.

Kurumsal itibar yönetimi deyince, bunu kurumun yönetiminden ve yöneticilerinden bağımsız düşünmek yanlış olacaktır. Günümüzde birçok marka sahibi, bilinirlik olarak markasının önünde yer alıyor, çok büyük kısmı ise eş değerde tanınıyor. Hatta sadece, şirketin yönetim kurulu başkanı değil, tüm aile bireylerinin tutum ve davranışları, markanın itibarını negatif veya pozitif olarak etkiliyor. Ülkemizde de bunun en çarpıcı örneklerini, “Gezi Olayları” sırasında gördük.

Şirket yöneticilerinin eşit mesafede olması

Zaman zaman görüyoruz ki, şirket sahipleri veya CEO’ları çıkıp siyasi görüşlerini, aleni şekilde belirtiyorlar. Sosyal medya aracılığı ile dakikalar içinde milyonlarca insan, bir anda bu görüşlerden haberdar olabiliyor. Halbuki, gerek müşteri kitlesi olarak gerek şirket çalışanlarına karşı, herkese aynı ve eşit mesafede olunması gerekir.

Taraf olmak demek, taraf oluşturulmasına sebep doğrudur. Bu durum, bizden olanlar ve bizden olmayanlar ikileminin yolunu açmaktan daha başka hiç bir işe yaramıyor ne yazık ki.

Şimdi, bunu okuyan şirket sahipleri veya temsilcileri şunu düşünebilirler: “Biz, birey olarak düşüncelerimizi özgürce söyleyemeyecek miyiz?” Mesele bunu söylemek değil.

Mesele her kesime, her görüşe gerçekten ve samimice eşit mesafede durabilmektir.”Bu zor mudur?” dersiniz “Zor değil ama gerekliliktir” görüşünde olduğumu söyleyebilirim. Aksi uygulamalarda neler olduğunu, marka satışına karşı yapılan boykotları farklı görüşte olan kitlelerin tepkilerini, sosyal medya adreslerinde rahatlıkla görebiliyoruz.

Ele alınması gereken konular

Marka temsilcilerinin sadece, görüş bildirmeleri değil, marka ya da kurumların konumlandırılması



için kurumsal kimliğinin şekillendirilmesi, kurum vizyonunun belirlenmesi, misyonunun net olarak anlaşıldığından emin olunması ve kriz iletişimi konusunda, alt yapının tesisi ile uygulama çalışmalarının hayata geçirilmesi dikkatle ele alınması gereken konulardır.

Bu bağlamda, operasyonel halkla ilişkiler yönetimi çerçevesinde, etkinlik yönetimi ilkelerinin belirlenmesi ve uygulama senaryolarının hazırlanması gerekir. Bu, diğer bir deyişle, yönetim kademesindeki kişilerin çok dikkatli olmaları gerektiği, kişisel görüş, doğaçlama demeç ve davranışlardan uzak durmaları demektir.

Yazınsal içeriklere bağlı kalınmalı

Kurum ya da markaların kendine has kültürleri de dikkate alınarak, üretilecek yazınsal içerikler (broşür, katalog, faaliyet raporu, özel proje dosyaları, tanıtım filmi, Web PR, e-bülten, kurum dergisi, konuşma metinleri, basın bültenleri, basın kitleri) önceden şekillendirilmelidir ve bunlara bağlı kalınmalıdır.

Kurumsal itibar yönetimi çok ehil ellerde, dikkatli bir şekilde inşa edilmesi gereken bir süreçtir; bazı

süreçlerin aksine, pek de yaratıcılığın para ettiği, kullanıldığı bir alan değildir. İstikrar ve sabırla izlenmesi gereken bir süreçtir.

Marka ve kurumlar için geleneksel halkla ilişkiler çalışmaları kapsamında, medya ilişkileri faaliyetlerinin de (basın bülteni, özel röportajlar, basın yemekleri, basın gezileri, özel haber çalışmaları, basın takibi ve raporlaması vb.) kendi iş hedefleri paralelinde ve belli bir politika çerçevesinde yürütülmesi büyük önem taşır.

İtibar

Aslında, itibar, tüm insanların diğer insanlar, markalar ve kuruluşlar hakkında zihninde canlanan olumlu ya da olumsuz değer yargılarını ifade eder. Kuruluşlar için itibar yönetimi, her geçen gün biraz daha önem kazanmaktadır. İtibarlı algılanmak isteyen tüm marka ve kurumlar, bu iş için belli bir sermaye ayırmanın yanı sıra, altyapılarını çok iyi bir şekilde planlamak ve tesis etmek zorundadır.

Kurumların olabilecek bir görüş ve/veya yaklaşım ortamında, nasıl davranılması gerektiği değerler, değerlerden kaynağını alan misyon ve bu iki kavramın gücü ile oluşan vizyon çizgisi ile yakından ilgilidir. Bu konuda, iyi planlanmış bir yol haritası ve bu yol haritasında istikrarlı ama gündemi ve beklentileri zaman zaman karşılayabilecek, kurumsallık kökünü kaybetmemiş, “akıllı durumsal” yaklaşımlar sergilenebilmelidir. Bu da iyi bir vizyon ve ön görüş sahibi bir liderlik sayesinde olur.

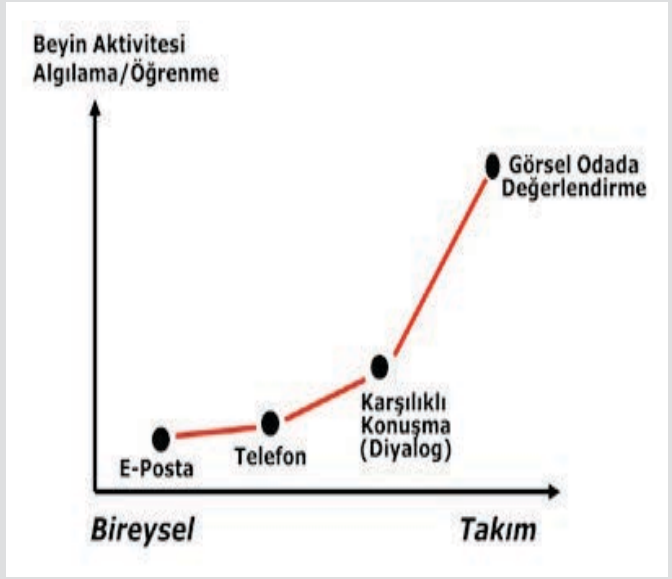
Sevgili patronlar ve marka temsilcileri, “Ayinesi işidir kişinin lafa bakılmaz” denilir ama siz lafa da bakın. Hem de çok dikkatlice bakın...





HAKAN AKGÜL
Yalın Enstitü YK Üyesi
Satış, Strateji, İnovasyon, Liderlik
hakan.akgul@lean.org.tr

Görsel Yönetim (Görsel Panolar) ile İyileştirmek - 2



Geçen sayımızda, makalenin giriş kısmında şöyle demiştik: “Görsel yönetim, sanayi firmalarının küçük bir kısmı hariç, hizmet sektörü de dahil olmak üzere pek bilinmiyor. Maalesef, şirketlerde insanlar “iş iyileştirmek” için bir araya gelip birbiriyle konuşmuyor, birbirine sormuyor, birbiriyle paylaşmıyor, ortak hedefleri yok, ortak öncelikleri yok. O zaman da, işin kalitesi düşüyor, işler gecikiyor, maliyet artıyor, motivasyon düşüyor.

Görsel yönetim, günlük yönetimin parçasıdır. Günlük yönetim, günlük işin içinde olanların işidir. Görsel yönetimin ana aracı görsel panolardır. İnsanlar, bu panolar önünde bir araya gelir, görür, anlar ve harekete geçer.”

Görsel düşünen kişi

Kaldığımız yerden devam edelim:

Görsel düşünebilen kişi, israfları gören ve bu israfa sebep olan veri eksikliğini fark edebilenidir. Görsel düşünen kişinin odağı iki sorudur: “Neyi bilmek istiyorum?” ve “Neyi paylaşmalıyım?”. Paylaşması gerekenleri panosundan aktarır, bilmek istediklerini ise bir “safarı”ye çıkmasına gerek kalmadan diğerlerinin panosundan öğrenebilmelidir.

Bilmek istediklerimize örnekler:

Şimdi ne yapmalıyım? Nasıl yapmalıyım? Ne zaman yapmalıyım? Ne zamana kadar yapmalıyım? Ne kadar yapmalıyım? Kime yapmalıyım? Kaç tane yapmalıyım? Nerede yapmalıyım? Kaç tane kaldı? Ne zaman hazır olacak? Bugün kim yok?

Paylaşmak istediklerimize örnekler:

Yaptıklarım nerede? Şu an ne yapıyorum? Nasıl yapıyorum? Ne zaman ona ihtiyacım var? Bunu kim yapacak? Kaç tanesi hazır halde? Bugün nerede olacağım? Bir sonra ne yapacağım? Ne zaman gelecek? Hangi düzeltmeleri yaptım?

Aksiyon almak

Performans göstergelerinin, anlık görünürlüğünün sağlanması çok kıymetlidir. Veriler, tüm ilgililere ve ilgili diğer bölümlere açık olmalıdır. Hedeften her tür sapma için hızla aksiyon almak kolaylaşır. Aksiyon almak, problem çözmektir.

Görsel yönetimin amacı

Görsel yönetimin asıl amacı, süreçleri iyileştirmek yani problem çözmek ve çalışanı geliştirmektir. Problem çözmek ise sebepleri ortaya çıkarmak ve yeni çözüm önerileri geliştirmektir. Her çözülen problem ile aslında müşteriye daha iyi değer sunmak için

standartlar biraz daha iyileştirilmiş olur.

Görsel yönetim panolarında birkaç farklı içerikte veri takibi olabilir ya da veri farklı panolara ayrılmış olabilir: Hedeften sapma takibi, süreç adımlarında hangi aşamada olduğumuzun takibi gibi.

Görsel yönetim ile birey ve takım performanslarını da izleyebilirsiniz. Böylece, performans ve motivasyon artar. Çalışanların yetkinlik eksikleri netleştirilip, geliştirilebilir.

Görsel panolar bölümlerin yerleştiği alanlar içinde bulunabileceği gibi, şirket verilerinin takip edildiği Japonca ve Obeya görsel odalarda da bulunabilir.

Görsel yönetimin katkısı

Görsel yönetim uygulamalarında, kullanılmayacak ve performansı iyileştirmeye katkısı olmayacak hiçbir verinin toplanması beklenmemelidir. Aksi durum, israftır.

Görsel yönetimin katkısıyla ilgili son söz: Algı ve öğrenmenin en yüksek olduğu ortam, takım halinde günlük yönetim panosu önünde yapılan toplantılardır (üstteki şekil).

Eposta ve telefon görüşmeleri ise bunun en alt seviyesi olarak tanımlanır. Uzun e-postalar yazmak ya da telefon görüşmeleri yapmanın yönetim açısından değerini de böylece ortaya koymuş olalım.



ALİ KİRMAN
Eğitmen, Konuşmacı, Yazar

alikirman@alikirman.com
www.alikirman.com

Motivasyonunuzu Yüksek Tutabilmek Kendi Elinizde



Motivasyon, size rutin yaşam aktivitelerinizi istekle ve coşkuyla yapmanızı sağlayan enerjiyi verir. Yaşama bağlanmanızı sağlar. Motivasyonu yüksek bir kişi, çevresindekilere de bunu hissettirir. Bulunduğu ortamlara, enerji ve neşe katar. Beyninizdeki düşünce merkezlerinde üretilen motivasyon duygusunu, bir taraftan dış etkenler, bulunduğunuz ortam ve karşılaştığınız çeşitli durumlar yaratabilirken, onu tamamen içinizde, zihninizde de oluşturabilirsiniz.

Hedef belirleme

Günlük yaşamınızda, motivasyonunuzu yüksek tutabilmek için biraz gayretle, kolayca yapabileceğiniz ve yaptıkça bir alışkanlığa dönüşerek, yaşam biçiminizde de değişimler sağlayabileceğiniz birçok şey var. Bunları, hemen uygulamaya başlayın ve olumlu etkilerini gördükçe, sürekli hale getirmeye çalışın: Her yeni güne başlarken, mutlaka bir hedefiniz olsun. Her yeni güne başlarken, o gün sizi hedefinize veya hedeflerinize yaklaştıracak gelişmeler olabileceğini düşünün. Bunun heyecanını yaşayın. O gün olmazsa, bir sonraki gün olacağıyla ilgili ümidinizi koruyun. Göreceksiniz; bu beklenti, motivasyonunuzu yüksek tutacak.

Teşekkür etmek, yardımlaşmak

Teşekkür etmeyi, bir alışkanlık edinin. Sizin için görevi de olsa, gönüllü olarak veya yardım için de olsa herhangi bir şey yapan herkese teşekkür edin. Bu davranışınızla, kendinizi mutlu hissederken, o kişileri de olumlu yönde etkileyeceksiniz. Her fırsatta, yardıma ihtiyaç duyan birisine yardım edin. Bu; yaşlı bir kişiye, bir çocuğa, bir sokak hayvanına, o anda yardıma gerek duyan herhangi bir canlıya yardım etmek olabilir.

Önemli not: İstanbul'da yaşıyorsanız, dikkatli olun!

Bedeni dinç tutmak

Düzenli spor yapın, yürüyün, koşun ve bisiklete binin. Bedeninizi düzenli çalıştırarak sağlığınıza korurken, kendinizi çok daha iyi ve enerjik hissedeceksiniz. Başkaları da bunu fark edecek ve bu durumdan dolayı, kendinizi takdir edecek ve motivasyonunuzun arttığını göreceksiniz.

Yeni şeyler öğrenmek

Her zaman, yeni bir şey öğrenmeye istekli olun. Bunun için, sözü değerli kişileri, uzmanları dinleyin, onlara sorular yöneltin. Merak edin, araştırın okuyun. Yeni şeyler öğrenmek, zihinsel olarak sizi besleyeceği için kendinizi iyi hissedeceksiniz ve motivasyonunuz yükselecek.

Olumlu kişilerle görüşmek

Zamanınızı, olumlu düşünen ve konuşan kişilerle geçirmeye gayret edinin. Olumlu kişiler, hedeflerinize ulaşma arzunuzu ve bunun için gösterdiğiniz çabaları takdir eder ve desteklerler. Siz de aynı davranışı, onlar için yapın. Bu kişilerle birlikte zaman geçirirken, motivasyonunuzun yukarıya tırmandığını hissedeceksiniz.

Olaylara hep olumsuz yönünden bakan, sürekli eleştiren, şikâyet eden kişilerden uzak durun. Bu tür televizyon programlarını izlemeyin, sosyal medya paylaşımlarını takip etmeyin. Böylece, en değerli varlığınız olan beyninizin zehirlenmesini önlemiş olacaksınız.

Ruhu besleyin

Hangi din, felsefe, inanç türü olursa olsun, inanmak ruhu besler. Ruhunuzu beslemeye zaman ayırın. Beslenen ruh mutlu ve istekli olacaktır.

Ve son olarak...

Bugününüz, ne kadar kötü geçmiş olursa olsun, yarının yeni fırsatlarla, olumlu gelişmelerle dolu olacağını unutmayın. İyimser bekleşinizi ve ümidinizi hiç kaybetmeyin. Ayrıca, başınıza gelen her terslik ve kötü olayı, bir uyarı ve ders olarak düşünün. Kalkıp yola devam ettiğiniz takdirde, "Arzuladıklarınıza ulaşmak üzere harekete geçmişsiniz." demektir. Göreceksiniz, bu davranışınız sayesinde, arzularınız gerçeğe dönüşecek.





beyazadam@dagitimkanali.com.tr

Zaman, Toparlanma Zamanı...

Artık düşen satışlara üzülmeyin yerine, aksiyon alma zamanı geldi. Bir süredir devam eden belirsizliklerden, yavaş yavaş silkinmek ve önlemler almak gerekiyor. Defalarca yazdım. Hurda indirimi otomotiv sanayiine can simidi olurken, beyaz eşya sektörüne canlılık henüz gelmedi. En azından seçim öncesi ataletini bir kenara atıp, bir şeyler yapma zamanı gelmedi mi? TURKBESD yöneticileri sözüm size: İsterseniz, düşük sarfiyatlı ürünler için teşvik, isterseniz eski ürünleri değişim için hurda teşviki, isterseniz ÖTV indirimi. Bence, üçü bir arada en güzeli. Seçim sonrasında, en azından tüketici güven endeksinin biraz daha yükseldiği şu günlerde, piyasayı hareketlendirmenin tam zamanı. İç piyasa, bir hayli zor günler geçirdi. Can suyu verilecekse, bugün verilmeli. Döviz hare-



ketleri, daralan piyasa seçim belirsizlikleri derken, neredeyse, bir yıldır bayiler kan ağlıyor.

Güzel gelişmeler

Bir taraftan, düşen satışlara çözüm ararken, Eskişehir'de güzel şeyler oluyor. Türkiye'nin beyaz eşya sektörü-

nün lokomotif şehri Eskişehir, bir yatırım daha çekti. Candy Hoover Group'un Türkiye'ye kazandırdığı bulaşık makinesi fabrikası, geçtiğimiz günlerde faaliyete girdi. Ülkemiz ihracatı için bir fırsat olan bu yatırımla, Eskişehir'de grup fabrika sayısı üçe çıktı. Ülkemizde pek de büyük pazar payı olmamasına rağmen, üretimlerini ülkemize taşıyan İtalyan şirketi, hem beyaz eşya yan sanayiine hem de ihracatımıza büyük katkılarda bulunmaya devam ediyor. Umarım, ülkemizdeki pazar payı da hak ettiği yeri bulur. Sadece, global gücüne ve markasına güvenerek, ülkemize yatırım yapmaksızın gelen markalara inat, CandyHoover 12 yıldır pazarımızda. Kendilerine teşekkür ediyoruz.

Bir teşekkür de MediaMarkt'a

Son zamanlarda, geleneksel dağıtım kanalları içerisinde yer almasa da bitmez tükenmez reklamlarıyla, tüketicinin ilgisini çeken başka bir firma daha var: MediaMarkt. Geleneksel kanal ile tatlı bir rekabet içerisinde olsa da tüketicide yarattığı farkındalık ile tüm dağıtım kanallarına faydalı olduğu kanısındayım. Kim yaparsa yapsın, tüketicici satın almaya yönlendiren en ufak bir reklam dahi sektör için bir kazançtır. Bir teşekkür de MediaMarkt'a.

Haydi Ankara'ya!

Bir kez daha uyarmakta fayda var: ÖTV desteği, hurda indirimi ve enerji tasarrufu için, haydi Ankara'ya!

TURKBESD - Beyaz Dünya - Mayıs 2018

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	2.256.958	2.215.712
Yüzde değişim	%2	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	10.219.216	10.587.317
Yüzde değişim	- %3	

	İÇ SATIŞ	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	692.337	627.339
Yüzde değişim	%10	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	2.691.088	3.154.891
Yüzde değişim	- %15	

	İHRACAT	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	1.687.894	1.591.498
Yüzde değişim	%6	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	7.432.650	6.894.010
Yüzde değişim	%8	

	İTHALAT	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	35.728	46.191
Yüzde değişim	- %23	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	176.633	361.508
Yüzde değişim	- %51	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	2.574.141	2.438.171
Yüzde değişim	%6	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	11.578.974	11.801.140
Yüzde değişim	- %2	

	İÇ SATIŞ	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	819.271	749.514
Yüzde değişim	%9	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	3.177.196	3.681.853
Yüzde değişim	- %14	

	İHRACAT	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	1.853.379	1.727.023
Yüzde değişim	%7	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	8.355.705	7.693.383
Yüzde değişim	%9	

	İTHALAT	
	Mayıs 2018	Mayıs 2017
Adet / Yıl	97.766	102.451
Yüzde değişim	- %5	
	Ocak - Mayıs 2018	Ocak - Mayıs 2017
Adet / Yıl	345.954	641.315
Yüzde değişim	- %46	

Evlerin Havası Siemens Klimalar ile Kontrol Ediliyor

Siemens, tasarruflu yeni nesil inverter split klima modelleri ile ferah bir yaz vaat ediyor. Wi-Fi kontrol özelliği de bulunan yeni nesil klimalar, A++ enerji sınıfı özellikleri ile de enerji tasarrufu sağlıyor. Kısa sürede ortamda istenilen iklimi yaratan Siemens klimalar, Wi-Fi bağlantısı özelliği ile uzaktan da kontrol edilebiliyor. Bu özellik sayesinde kullanıcı bulunduğu yerden klima ayarlarını yönetebiliyor. Cihazın açılıp kapanması, sıcaklık ayarlarının değiştirilmesi, ısıtma, soğutma, nem ve konum ayarları akıllı cihazlar üzerinden kontrol edilebiliyor.

Mevsimine göre konfor yaratıyor

Ortam ısınımsı ideal düzeyde tutan Siemens inverter split klimalar, yazın havayı soğuturken nem oranını da düşürüyor. Kişiyeye özel ideal iklim ortamı yaratan klimalar, kış aylarında da havayı kurutmadan ısıtmak ve ortam havasını temizlemek gibi temel işlevleri yerine getirmek üzere tasarlandı. Almanya merkezli bağımsız test kuruluşu TÜV tarafından test edilerek gerçek değerleri onaylanan ve "A++" enerji sınıfları için verilen TÜV Sertifikası almaya hak kazanan Siemens'in klima modellerinde, verimliliğin yanı sıra enerji tasarrufunu da en üst düzeyde koruyan ve ozon tabakasına zarar vermeyen R410A gazı kullanılıyor.



Siemens Soğutucularla ile Taptaze Bir Yaz

Siemens Ev Aletleri, yaz ayları ve sıcak havalarda sebze ve meyveleri Q500 XL ve XXL soğutucuları ile korumaya alıyor. Geniş iç hacmiyle yer bulmakta zorlananların imdadına yetişen IQ500 XL ve XXL soğutucular, üstün teknolojisi sayesinde sebze ve meyveleri ilk günkü lezzetinde koruyor.

İki kata kadar daha taze tutuyor

Siemens IQ500 serisi soğutucularda bulunan hyperFresh plus tazelik sistemi, yiyeceklerin kuru hava ile temasını en aza indiriyor ve çekmece içerisindeki nem oranının ayarlanabilir olması sayesinde de meyve ve sebzeleri 2 kata kadar daha uzun süre taze tutuyor. Et ve balık için birbirinden bağımsız ve daha fazla alana ihtiyaç duyulduğunda çıkarılabilen iki farklı çekmece ünitesi bulunan IQ500 serisi soğutucular, esnek iç kullanım imkanı yaratıyor. XXL soğutucularda, birbirinden ayrı nem kontrol ayarı bulunan 2 adet meyve/sebze çekmecesine ise geniş ailelere ihtiyaç duyulan alanı sunuyor. Buzdolabının içine ve dışına yerleştirilen sensörler de sürekli olarak sıcaklık ölçümü yaparak dalgalanmaları en aza indirip çok daha uzun süre tazeliği garantiliyor.



Bosch'tan Kahve Severlere Yepyeni Bir İkili

Bosch Ev Aletleri, kahve sevenlere yepyeni bir ikili sunuyor. Bosch'un yeni MKM6003 Kahve Değirmeni ile TKA6A043 ComfortLine Filtre Kahve Makinesi kolay ve pratik kullanımlarıyla dikkat çekiyor. MKM6003 kodlu Kahve Değirmeni 180 Watt güce ve 75 gr kapasiteye sahip. Paslanmaz çelik öğütme bıçağı ve haznesi olan ürünün sadece kapağı kapalıyken çalışan emniyet sistemi ve emniyet şalteri bulunuyor. Sessiz çalışması ve güçlü doğrama kabiliyeti ile benzerlerinden ayrılan MKM6003 Kahve Değirmeni ile kahve dışında ayrıca sevdiğiniz baharatları da kolayca ve güvenle öğütlebilir taze taze tüketebilirsiniz. TKA6A043 ComfortLine serisi Filtre Kahve Makinesi ise 1200 Watt gücünde ve aroma koruyucu özellikli, 10-15 fincan kapasiteli 1,25 litre cam sürahiye sahip. Damak zevkine uygun kahve aroması seçme olanağı sunan ürünün 20,40 ve 60 dakikalık sıcak tutma seçenekleri ve otomatik kapatma özelliği bulunuyor. Makinenin kullanımı kadar bakımı da oldukça rahat ve kolaydır. TKA6A043 Filtre Kahve Makinesine bol aromalı saf kahve tadını garanti etmek için, kireç temizleme programı, kireç temizleme için LED sinyal ve su sertliği seçebilme özelliklerini barındıran 3'lü kolay kireç temizleme sistemi entegre edilmiştir.



Bosch'tan PHD5781 BrilliantCare Business Saç Kurutma Makinesi

Bosch PHD5781 BrilliantCare Business Saç kurutma makinesinin özel tasarımı sayesinde az yer kaplaması, tatile çıkanlara ve çok sık seyahat edenlere evlerinde kullandıkları ve alışkın oldukları saç kurutma makinesini istedikleri her yere götürme olanağı veriyor. Yaz aylarında çıktıkları tatillerde ve seyahatlerde bile saçları için en iyisini ve en sağlıklıyı isteyenler için ideal sıcaklığı ve hızı ayarlayan "care" özelliğine sahip PHD5781 BrilliantCare Business Saç kurutma makinesi, 2000 Watt gücü ve turbo düğmesi sayesinde süper hızlı kurutma imkânı sunuyor. Boyalı saçlar için renk koruma seçeneğine sahip olan makinedeki çifte iyonizasyon özelliğinin sağladığı anti-statik etki ile saçlar daha kolay taranıyor, çok daha parlak ve pürüzsüz görünüyor. Seyahatlerde kullanıcıların yanında taşıyabilecekleri ve yazın yıpratıcı etkilerini saçlardan uzak tutmalarına olanak sağlayan PHD5781 BrilliantCare Business Saç kurutma makinesiyle tüm yaz güzel ve sağlıklı saçlarla geçirebilir.



Hotpoint Katı Meyve Sıkacağı Yaz Sıcaklarına Ferahlık Getiriyor

Hotpoint Ultimate Collection Slow Juicer katı meyve sıkacağı, çok yönlü özellikleri sayesinde kullanıcıların her gün yeni tarifler keşfetmesine ve daha sağlıklı bir hayat için yaratıcılığı serbest bırakmasına yardımcı oluyor.

Daha fazla meyve suyu, kaybolmayan besin değeri

Evlerde sağlıklı yiyecek ve içecekler hazırlanabilmesi için her zaman kullanıcının yanında olan Hotpoint, Slow Juicer ile yüksek performans ve kullanım kolaylığını bir araya getiriyor. Düşük hız sistemi ve soft sıkma teknolojisiyle gıdaların besin değerini kaybetmeksizin meyvelerden standart bir katı meyve sıkacağına kıyasla yaklaşık yüzde 35 daha fazla su elde edilebiliyor. Ayrıca Slow Juicer, dakikada 50'nin altında devir sayısı ile sıkma gücünü artırırken, çalışma esnasında çok daha az ses çıkmasını sağlıyor. 76 mm çapındaki geniş besleme ağız sayesinde pek çok meyve ve sebzeyi kesme ihtiyacını ortadan kaldıran Slow Juicer, rahatlıkla ayrılabilen ve yıkanabilen parçalarının yanı sıra, damlamayı önleyen başlığı ve az yer kaplayan kompakt yapısıyla dikkat çekiyor. Özel aparatıyla Slow Juicer, dondurulmuş meyvelerden, sıcak günlerde lezzetli, ferahlatıcı ve hafif sorbeler yapmak için de ideal bir seçim olarak öne çıkıyor.



Hotpoint'ten Yaz Aylarında Hayatı Kolaylaştıran Klimalar

Hotpoint, Smart Plus, Fresh Plus ve portatif yeni seri klima çözümleri sunuyor. Akıllı Inverter Motor



ve hassas ısı kontrolüyle enerjiyi verimli kullanan klimalar; Güç Tasarruf Modu ile istenen sıcaklığı koruyacak kadar çalışıyor ve otomatik olarak kapanarak yüzde 65'e varan enerji tasarrufu sağlıyor. Smart Plus Wifi klimaların uzaktan erişim özelliği ile kullanıcılar, tüm yazılımlarla uyumlu Hotpoint programını indirip klimadaki QR kodunu okutarak klimalarını ceplerine taşıyabiliyor. 4 yönlü hava akışı sunan özel tasarımıyla odadaki sıcak-soğuk havayı her alana eşit miktarda dağıtan klimalar, HD filtre ile normal filtrelerden yüzde 53 oranında daha fazla tozu hapsedme ve HEPA Filtre ile 24 saat içinde yüzde 99,9 oranında ortamı bakterilerden temizleme özelliğine sahip olmasıyla da özellikle astım, alerji gibi hastalıkları olan kullanıcılar için ideal bir seçim oluyor. Round U fonksiyonu ile kumandada bulunan özel sensör sayesinde klima ideal sıcaklığı ve nemi kişinin bulunduğu konuma göre tek tuşla ayarlayıp en ideal ortamı hazırlıyor. Uyku Modu ile klimalar, Loş Işık Fonksiyonu sayesinde uykunun bölünmemesi için LED ışıkları kapatıyor. Hotpoint portatif klimalar, elektriğin mevcut olduğu her yerde kullanılabilir ve detaylı bir montaj gerektirmiyor.

Profilo'dan 4K Ultra HD LED Smart TV'ler

Profilo, kullanıcıları yepyeni 4K Ultra HD LED Smart TV'ler ile buluşturuyor. 55 ve 65 inç yeni nesil LED TV'ler, benzersiz ekran ve görüntü özelliği sunuyor.

3840 x 2160 piksel ekran çözünürlüğü ve ultra gerçekçi renklerden oluşan renk skalasına sahip Profilo 4K Ultra HD LED Smart TV'ler, Full HD özellikli bir televizyona oranla dört kat daha fazla çözünürlüğe sahip. Profilo TV'ler ayrıca A enerji sınıfı ile de tasarruf sağlıyor.

İzlenen her anı daha gerçekçi yaşamının keyfinin çıkarılmasına imkan veren, kusursuz görüntü kalitesine sahip yeni Profilo 4K Ultra HD LED Smart TV'ler, tüm Profilo Yetkili Satıcıları'nda kullanıcıları bekliyor.



PROFILO
dayanıklı ev aletleri

Kendi Kendini Temizleyen Ankastre Fırınlar Profilo'da

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, yeni ankastre fırınlarında bulunan kolay temizleme özelliğiyle hayatınızı kolaylaştırmaya devam ediyor. Profilo Ankastre Fırınlarda bulunan kendi kendine temizleme özelliği, pişirme esnasında fırın içindeki sıcaklıkla yağ ve kir taneciklerini emerek fırınınızı temizlerken pişen yemek kokularının da önemli ölçüde azalmasını sağlıyor.

Geleneksel fırın temizleme yöntemleri Profilo ile son buluyor

Ecolyse teknolojisiyle sunulan kolay temizleme özelliği ile iç yüzeyi kendi kendine temizleyen yeni Profilo Ankastre Fırınları, geleneksel temizlik yöntemlerini rafa kaldırarak zamandan tasarruf sağlıyor. Katalitik temizleme sistemine göre daha uzun ömürlü ve daha pürüzsüz bir yüzeye sahip olan yeni Profilo Ankastre Fırınlar, cam dokunmatik ekranı, gömülebilir düğmeleri ve teleskobik raf özellikleriyle de kullanım kolaylığı sağlıyor.



PROFILO
dayanıklı ev aletleri

Fakir Nosso ile Lezzet Yolculuğu'na Hazır mısınız?

Mutfak tutkunları için hazırlanan Gourmet serisinin ilk ürünü çok amaçlı pişirici Fakir Nosso, evde pişirilen yemeklere sağlık ve lezzet katmak için tasarlandı. Fakir Nosso Çok Amaçlı Pişirici, Türk ve dünya mutfaklarının seçkin lezzetlerinden kızartmaya, tencere yemeklerinden fırınlama tekniklerine, kekten şerbetli tatlılara kadar tüm yemekleri sağlıklı, kolay ve çabuk bir şekilde sofralarınıza getiriyor. Homojen ısı dağıtım teknolojisiyle çalışan, yenilikçi pişirme sistemi Fakir Nosso, profesyonel performans garantisinin yanı sıra özel tasarımıyla da mutfağınızın başköşesindeki yerini alıyor. Yapmak istediğiniz yemeğin malzemelerini Fakir Nosso'ya koyup ısı ve süresini ayarladıktan sonra pişme esnasında yemeğin başında beklemenize gerek kalmıyor.



Lezzetten vazgeçmeden sağlıklı pişirmenin özgürlüğünü yaşayın Nosso Çok Amaçlı Pişirici, daha az yağ kullanarak enfes ve cıtır kızartmalar yapmanıza olanak sağlarken, kısa sürede pişirme özelliğiyle yiyeceklerin besin değerlerini kaybetmesini en aza indiriyor. Taze malzemelerde doğal olarak bulunan su-besin maddelerini koruyarak, yemeklerin yumuşak, sulu, renkli, aromalı kalmasını ve sağlıklı pişirilmesini sağlıyor.

Geleneksel ve modern tariflerden oluşturulan "Nosso ile Lezzetli Tarifler" kitabı da ürünün yanında tüketicilere sunuluyor.

Bu yıl 85. yaşını kutlayan Fakir Hausgeräte, geliştirdiği son teknoloji ürünleriyle nesillerdir hayatı kolaylaştırıyor.

Fakir Hausgeräte Vantilatörleriyle Yaz Mutluluğu

Yaz sıcaklarının kendini iyice hissettirmeye başladığı bugünlerde, Fakir Hausgeräte'nin TVL 90 S kule tipi ve yeni Thyra balon tipi vantilatörleri sıcak havayı dışarıda bırakarak kullanıcıların serinlemesine olanak sağlıyor. Fakir Hausgeräte vantilatörler, ev ya da iş yerlerinde klima bulunmayanlar veya klimaya alerjisi olanlar için sıcaklığın bunalıcı etkisini en aza indiriyor.



Yazın en çok serinleten modeli

Fakir'in efsaneleşen TVL 90 S kule tipi vantilatörü, 3 hız kademesiyle sıcak havalarda ideal serinliği mekanlara taşıyor. Uzaktan kumandalı TVL 90 S kule tipi vantilatör, ayarlanabilir rüzgar eğiminin yanı sıra 90 derecelik salınım özelliğiyle mekanın tümünde etkili olurken, taşınabilir sapı sayesinde her noktada pratik kullanım sağlıyor.

Modlara göre serinleten çözümler

Fakir'in yeni balon tipi vantilatörü Thyra, oda ısısına göre akıllı hız ve vücut ısısına göre akıllı salınım seçeneklerini barındıran üstün teknolojiyle tasarlandı. İnsan hareketine duyarlı olduğu için mekan içerisinde kişinin yönüne göre hareket edebiliyor. Normal, doğal esinti, uyku ve eko enerji olmak üzere 4 farklı rüzgar moduyla tercihinize göre serinleten çözümler sunuyor. Şık tasarımlı Thyra, 55 dB düşük ses seviyesi sayesinde sıcak havalarda sizi rahatsız etmeden görevini en iyi şekilde yapıyor.

Rengarenk Çeyiz Setleri Goldmaster'da

Goldmaster'ın renkli çeyiz setleri ile mutfaklar renkleniyor. Çeyiz setleri; çay makinesi, su ısıtıcısı, kahve makinesi, ızgara, doğrayıcı, dilimleyici, mikser, blender ve rende özelliklerine sahip. Günümüzün moda renklerinin mutfak dekorasyonunda da yakından takip edildiği dönemde, mutfak dolaplarının uyumluluğu kadar mutfak aletlerinin birbiri ile uyumu da çok önemli.

Bu çerçevede, Goldmaster renkli çeyiz setlerini kullanıcıların beğenisine sunuyor. Evlerde mutfakların olmazsa olmazı yardımcı dört adet elektrikli ürün grubundan oluşan Goldmaster'ın renkli çeyiz setleri; çay makinesi, tost makinesi, blender set ve elektrikli cezveden oluşuyor.

Goldmaster renkli çeyiz setleri ile çeyiz ve evin ihtiyaçları tamamlanırken, yalnızca mutfakların değil, kullanıcıların da içi ısınacak.



Goldmaster Zinde Filtre Makinesi ile Güne Zinde Başlangıç

Son zamanlarda sık sık duymaya başladığımız, "3. Nesil Kahve" ile birlikte hepimizin aklında, "Nedir bu filtre kahve?" sorusu canlanıyor. Filtre kahve; öğütülmüş kahve çekirdeklerinin, filtreden süzülen su ile yaklaşık 90-92 derece demlenmesi ve damıtılması yardımıyla elde edilen kahvedir.

Goldmaster Zinde Filtre Makinesi ile bu kadar kolay. Goldmaster Zinde Filtre Makinesi, yıkanabilir filtresi sayesinde, filtre kabı, filtre değişimi gerektirmiyor.

Goldmaster Zinde Filtre Kahve Makinesi'nin hem küçük hem de pratik olması ve iyi bir demleme sıcaklığı sunması sebebi ile eşe ve dosta önerilebilir; evde, ofiste istenilen her yerde mükemmel kahve keyfi yaşanabilir. Zinde Filtre Kahve Makinesi, sabahları muhteşem kahve kokusuyla daha içmeden kullanıcıları ayıltarak, güne zinde başlanmasını sağlıyor.

İstenilen sayıda kahve yapabilme imkânı ve tek tuşla misafirlere daima sıcak kahve keyfi sunma olanağı sağlayan Zinde Filtre Kahve Makinesi ile kahve 3 dakikada hazır olurken, zamandan da tasarruf ediliyor. Aynı zamanda kahveyi direkt fincanlarına servis ettiği için demlik bekleme ve temizleme derdi de ortadan kalkıyor. Kolay kullanımı, hızlı servisi ile kahve tutkunlarının favorisi olan Zinde Filtre Kahve makinesi ile 2'li porselen kupa da hediye veriliyor.



Arzum Windream Power ve Windart Eco ile Yaz Esintisi

Arzum, bu yaz ferahlığı Windream Power ve Windart Eco vantilatörlerle sunuyor. Arzum Windream Power uzaktan kumandalı ayaklı vantilatör, evin hangi köşesinde olunursa olursun tek bir komutla kumanda edilebiliyor, pervane hızı ve yönü değiştirilebiliyor. Çift pervane sistemi sayesinde daha güçlü hava akışı ve daha geniş alana etki eden Arzum Windream Power, "Normal", "Doğal" ve "Uyku" olmak üzere 3 kademeli hız ayarına sahip. 7,5 saate kadar zaman ayarlamalı özelliği ile gece uykusuna dalmanın en keyifli halinin sunan Arzum Windream Power, kullanıcıların istediği zaman kapanıyor. Yüksekliği ayarlanabilir standı, çıkarılabilir ön kafes ve pervanesi sayesinde kolay temizlik imkanı sunuyor.

Arzum Windart Eco Ayaklı Vantilatör

Yüzde 100 bakır motoru sayesinde daha uzun ömürlü kullanım sağlayan Arzum Windart Eco, azalmayan performansı ile serin bir yazın anahtarını sunuyor. 3 kademeli hız ayarı, sol-sağ salınım özelliği olan vantilatör 2 saate kadar zaman ayarlama özelliğine de sahip. Vantilatörler 150 telli koruma ızgarası ile parmaklarla pervaneler arasında güvenlik sağlayarak çocuklu ailelerin tercihi olacak.



LG Bulaşık Makineleri ile Mutfaklar Daha Akıllı, Daha Sağlıklı

LG'nin Inverter Direct Drive Motor özelliği, bulaşık makinelerindeki aşınmayla gürültü ve çalışma titreşimlerini önemli ölçüde azaltarak bulaşık makinesinin alan ve esnekliğinin artmasına olanak tanıyor. LG bulaşık makineleri, TrueSteam™ özelliği sayesinde narin bulaşıkların da en iyi şekilde temizlenmesini sağlıyor. Cam üzerindeki ruj gibi inatçı lekeler bile TrueSteam™ ile kırık ya da çizik olmadan kolayca temizleniyor. UV Sanitization (UV ışınları ile sterilizasyon) sayesinde makineye atılan çatal bıçaklarla tabaklardaki zararlı bakteri ve mikroplar derinlemesine temizlenerek gıda kaynaklı hastalıkların yayılma riski de önemli ölçüde azaltılıyor. LG, önümüzdeki dönemde yeni nesil bulaşık makinelerini piyasaya sunarak yenilikçi ve kapsamlı bulaşık yıkama çözümleri arayanlar için mükemmel bir seçenek olmaya hazırlanıyor. Farklı türde tencere, tava, tabak ve çatal bıçak takımlarını en az emek, su ve enerji kullanımıyla derinlemesine temizlemek için tasarlanan LG'nin yeni bulaşık makinelerinin tüketici ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılaması bekleniyor.



Kärcher ile Temizliği Egzersize Dönüştürün

Günlük, rutin işler kimi zaman düzenli yapılan bir spor kadar faydalı olabiliyor. Alman Koruyucu Sağlık ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi'nde görev yapan bilim adamı Patrick Berndt'in yaptığı bir araştırmaya göre, 80 kg ağırlığındaki bir kişi bir saat süreyle evini temizlediğinde yaklaşık 280 kalori yakıyor. Bu kalori değeri de kondisyon bisikletiyle yapılan 1 saatlik antrenmana eşit oluyor. Cam silme veya mola vermeden tek seferde zemin temizliği gibi aktiviteler yakılan kalori miktarını otomatik olarak artırıyor. Hatta haftada iki-üç saat yapılan temizlik genel dayanıklılığı artırmak için yeterli oluyor. Yapılan bir araştırmaya göre, dünya genelinde insanlar temizlik için haftada ortalama üç saatten fazla zaman harcıyor. Temizlik yaparak fit kalabilmek için en uygun ev aletlerinden bir tanesi de elektrikli süpürge. Patrick Berndt'e göre, elektrikli süpürge kullanmak neredeyse tüm kasları çalıştırıyor. Elbette ki temizlik sırasında bu aktiviteleri yapabilmek için hafif ve hareket sırasında tehlike oluşturmayan bir elektrikli süpürge gerekiyor. Kärcher'in üç kilodan daha hafif olan VC 5 Premium Kablosuz elektrikli süpürge, entegre bataryası sayesinde temizlik sırasında serbestçe tüm evde dolaşmaya imkan tanıyor. VC 5 Premium'un üç kademeli teleskopik hortumuyla tavadaki örümcek ağlarından koltukların altına kadar hızlı ve kolay bir şekilde temizlik yapılabilir. VC 5 Premium, güçlü emiş gücü ve tek şarjla 60 dakika çalışma süresiyle etkin temizlik sağlıyor.



Yeni Philips Viva Collection Sürähili Blender ile Sağlıklı Smoothie'ler

Philips, sağlıklı ve pratik içecekler hazırlamayı sevenlere, Philips HR3553/00 Viva Collection Sürähili Blenderi beğenilerine sunuyor. Philips, kolayca sağlıklı ve besleyici içecekler hazırlamanın yanı sıra, her an bu lezzeti doyasıya yaşamak isteyenleri fonksiyonel bir ürün ile tanıştıyor. Philips HR3553/00 Viva Collection Sürähili Blender, iki litre sürähisi sayesinde herkes için lezzetli smoothie'ler yapmanıza olanak tanırken, 600 ml'lik taşınabilir aparatı sayesinde ayrıca içeceklerini yanında taşımak isteyenler için pratik bir çözüm sunuyor. HR3553/00 Viva Collection Sürähili Blender, 700 watt güçlü motoru sayesinde meyve ve sebzeleri kolayca parçalayarak, harmanlanmasını sağlıyor. Böylelikle çok kısa bir süre içerisinde hazırladığınız sağlıklı içecekler ile her an enerjik ve zinde olmanızı sağlıyor. Kullanım kolaylığı sağlayan HR3553/00 Viva Collection Sürähili Blender'in başlıkları tek tuşla kolaylıkla çıkabiliyor ve makinede yıkanabiliyor.



İstenilen Nakış İşleniyor, Yazlık Kıyafetler Singer'le Yenileniyor

Yazlık kıyafetleri çok özel nakışlarla zevke göre yenilemenin ve renklendirmenin şimdi tam zamanı. Dikiş makinesinin mucidi Singer'in Legacy SE 300 modeli, 250 farklı dekoratif desen yapabiliyor, XXX. ve DST. uzantılı tüm nakışları işleyebiliyor. 6 farklı yazı karakterine ve 200 adet dahili nakış desenine sahip Legacy SE 300, ayrıca fotoğrafı çekilen her şeyin kumaşların üzerine aktarılmasını sağlıyor.

Singer Legacy SE 300 modeli, sık kullanılan desenlere direkt erişim, 2 font yazı karakteri, 4 adet hafıza ve her hafızaya 10 değişik dikiş dekoratif desen kaydedebilme, art arda desen kombinasyonu yapabilme, 3 adet StayBright™ LED lamba özelliğine sahip.

Singer Legacy SE 300 modeli, kesintisiz tek renk işleyebilme, 6 farklı yazı karakteri, 2 adet nakış kasnağı, USB ile nakış transferi, renk blokları arasında geçiş yapabilme, 90 derecelik açılarla deseni çevirebilme gibi özellikleri sayesinde hanımlar istedikleri tasarımı kolaylıkla yapabiliyor.

Singer Legacy SE 300 modeli ile hanımlar, istediği fotoğrafı kumaş üzerine işleme olanağı buluyor.

Dikiş dikerken yapılacaklar artık sadece hayal gücüyle sınırlı.

Kullanıcılar özel tasarımlar oluşturabilir, sevdiklerine de hoş sürprizler yapabilir.



Dikişte Pfaff Creative 4.5 Teknolojisi

Pfaff Creative 4.5 bilgisayarlı piko nakış makinesi, renkli ve yüksek çözünürlüklü dokunmatik ekrana sahip. Ekran kaydırma, ekran büyütme ve küçültme özellikleri de bulunuyor. Ekrandan 12 farklı dil seçimi yapabiliyor. IDT sistem ile hatasız dikiş, 9 mm genişliğinde zigzag yapabileme, 480'den fazla dikiş ve dekoratif desen, 48 mm genişliğinde maxi süsleme dikiş ve dekoratif desen, 5 adet yazı karakteri ve güncel yazı fontlarını yükleyebilme ürünün diğer özellikleri. Geniş ve aydınlık çalışma alanı yaratan ürün, ayarlanabilir LED ışıklarla çalışma alanı gölgelemelerini ortadan kaldırıyor.

Yüksek hafıza ile birçok seçenek

Pfaff Creative 4.5 bilgisayarlı piko nakış makinesi, yüksek hafızası ile desenleri, kombinasyonları ve özel tasarımları kaydedebiliyor. Art arda desen kombinasyonları ile yeni kombine dekoratif desenler oluşturabiliyor. 16 farklı modelde tek kademede otomatik ilik açabiliyor ve düğme dikebiliyor. Farklı desenlerle kırkyama, yama ve punteriz dikişler de onun işi. Ürün, ayrıca çift iğne ile yan yana paralel dikiş dikebiliyor (reçme dikişi) ve

patchwork programı ile kumaşlara aynı adımda dikiş gerçekleştirebiliyor. Sensörmatik ilik açabilme, desenleri özel yönlerle grafik tasarımıyla dizayn edebilme, 500 mm dikiş adımı kadar desen sıralama ve overlok dikiş seçenekleri ise fark yaratıyor.



Ant-Man And The Wasp

2015 yılındaki ilk Ant-Man (Karınca Adam) filmi, Marvel Cinematic Universe (MCU)'ün 3. safhasının kapanış filmi idi. Film, o zamanlar biraz kuşkulu bakılsa da, başrolü bir eldiven gibi üzerine geçirip bize aktaran Paul Rudd sayesinde, çok hoş bir sürpriz olmuştur.

Michael Douglas harika

Aslında, ilk Ant-Man olan Hank Pym rolündeki Michael Douglas, ilk filmde olduğu gibi burada da harika. Filmde olaylar, Ant-Man'ın "Captain America : Civil War" filminde Almanya'daki Demir Adam ve ekibi ile olan muhteşem bir showdown olan kavgasının, iki yıl sonrasında geçiyor. Ant-Man/Scott Lang, devlet tarafından iki yıl ev hapsine alınmış ve cezasının bitmesine üç gün kalmıştır. Bu sırada, Ant-Man ile bağlantıları yüzünden, Hank ve kızı Hope da adaletten kaçmaktadır. İlk Wasp olan Hank'in eşi Janet VanDyne'i hapsoldüğü kuantum aleminden kurtarmak için deneyler yapmaktadır. İlk denemelerinde, Janet ile Scott arasında, bir telepatik bağ kurulmasını sağlarlar ve olaylar gelişir. Daha sonra, bu teknolojinin çeşitli sebeplerle peşinde olan mafyanın (bence gereksiz klişe bir açılım olmuş senaryo adına), Ghost karakteri ile (çizgi roman evreninde aslında Iron Man'ın düşmanı olan erkek karakter burada kadın olarak evrilmiş) iş birliği içindeki Pym'in eski ortağı Goliath (L. Fishburne) da hikaye akışına dahil olurlar. Tabii filmin komedi unsurlarında başı çeken Scott'ın arkadaşı ve ortağı rolündeki eşsiz Michael Pena'yı da unutmamak lazım.

Sinemanın daha çok güçlü kadın karakterlere ihtiyacı var

Filmin en önemli artısı, yeni Wasp rolündeki Evangeline Lilly. O kadar iyi ki, istemeden bu franchise'in tek yumuşak karnını oluşturuyor: Madem Wasp/Hope Pym bu kadar hazır ve iyiydi, ilk filmde Scott'ı eğitmek için haftalarca neden uğraştılar? Film, tıpkı "Mad Max : Fury Road"un aslında bir "Furiosa" filmi olması gibi "The Wasp" filmi olmuş. İyi de olmuş. Sinemanın daha çok güçlü kadın karakterlere ihtiyacı var. Gerçi, bunu sağlamak için ilk filmdeki zeki ve becerikli Scott Lang karakterini, bayağı bir aptallaştırmaları filmin diğer küçük eksisi olmuş.

Aksiyon-mizah dengesi çok iyi

İlk filmin de yönetmeni olan ve o filme kadar sadece, mütevazı komedilerde başarılı sayılabilecek bir çizgi gösteren Peyton Reed, bu filmde de iyi bir iş çıkarmış. Araba takip ve kavga sahneleri, küçültme ve büyültme teknolojileri gösterisi çerçevesinde çok iyi çekilmiş. Filmin aksiyon-mizah dengesi de çok iyi. Filmin sonunda, her Marvel filminde olduğu gibi post-credit sahneleri var. Film biter bitmez koltuklarınızı terk etmeyiniz. Özellikle, ilk post credit sahnesi Avengers : Infinity War filmlerine göz kırpan (Ant-Man'ın Avengers : Infinity War Part 2 filminde yer alacağı biliniyor) ilginç bir sahne.

Mümkünse afiş ve fragmana bakmadan filme gidiniz

Son uyarı : Hollywood kurnaz ama zeki olmayan insanlardan oluştuğu için daha önce bir çok filmde (örn. Terminator Genisys filminde John Connor'ın robot olduğu gibi filmin en önemli sürprizini posterden vermeleri gibi) yaptıkları hataya düşüp, bu filmin de en önemli sürprizlerinden birini posterde ve fragmanlarda vermişler. Zor ama mümkünse afiş ve fragmana bakmadan filme gidiniz.

SineMadem iyi seyirler diler.



Altus Inverter Klimalarla Yazı Serin Geçirmek 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.

V HEPYENİ
Teknolojin hep yeni

**TELEFONUN DA
TELEVİZYONUN DA
HEP YENİ KALSIN!**

**Vestel'den devrim!
V Hepyeni abonelik sistemiyle artık
Vestel TV'leriniz ve Venus'leriniz hep yeni kalacak.
Siz de hemen V Hepyeni'ye abone olun,
uygun abonelik ücretleri ve ek avantajlarla yenilenin.**



**DUR
ABI**
YENİ GELECEK
DEVRI BİTTİ!



venus Z20

Ürün değişimi TV ürünleri için en erken sözleşme imza tarihinden 2 yıl sonra, Venus Z20 ürünü için en erken sözleşme imza tarihinden 18 ay sonra yapılabilmektedir. V Hepyeni seçili ürün grupları ve modellerde geçerlidir. V Hepyeni'ye sisteme kayıtlı Vestel Yetkili Satıcılarından dahil olunabilir. Görseller temsilidir. Vestel değişiklik yapma hakkını saklı tutar.

ZORLU

VESTEL