

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

►REGAL

A+ ENERJİ SINIFI

BAYRAMDA
İÇİM RAHAT OLSUN,
YİYECEKLERİM
TAZE DURSUN
DIYORSAN

► **REGAL'LE**
SÖZ SENDE

GENİŞ İÇ HACİM

ENERJİ TASARRUFU

Ürün CDER 2102 A+ 6 çekmeceli derin dondurucudur.

ZORLU

0850 222 4 789

regal-tr.com

Regal
Müşteri
Hizmetleri

Küçük Ev Aletleri, Üreticileri ve İthalatçıları Sorumlulu- ğunuz var!



Atık Elektrikli ve Elektronik Eşyaların Kontrolü Yönetmeliği (AEEE) kapsamında toplama, işleme ve bertaraf etme amacı ile bir “Atık Yönetim Sistemi” kurma sorumluluğunuz var.

Yönetmelikten kaynaklanan yükümlülüklerinizin yerine getirilmesi ile ilgili küçük ev aletleri konusunda “Yetkilendirilmiş Kuruluş” olan AGİD kanuni yaptırımlardan korunma ve çözüm yolları için yanınızdadır.

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

DAĞITIMKANALI

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

Çepeçevre Soğutma Teknolojisi

Simfer dondurucularında Çepeçevre Soğutma Teknolojisi sayesinde rafat arası bölme yoktur. Bu sayede istediğiniz ebatta gıdalarınızı 4 mevsim güvenle muhafaza edersiniz.

simfer 4th

AĞUSTOS 2018 • SAYI: 230

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 ÖZEL HABER
“İç Satışta Yüzde 5 Küçülme Bekliyoruz”



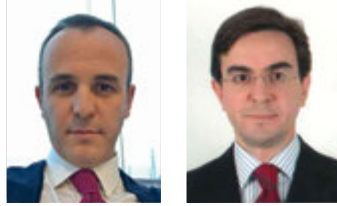
8 ÖZEL HABER
“Türkiye’de Ortaya Çıkarılmayı Bekleyen Muazzam Bir Potansiyel Var”



16 SEKTÖR HABERİ
Türkiye Dijital Dönüşümde Büyük Potansiyel Taşıyor



24 RÖPORTAJ
“Su Arıtma Cihazları Alanında, Güven Kavramı Çok Önemli”



36 MAKALE
Alpay Kajan - Hakan Akgül



44 YENİ ÜRÜN
Arçelik’ten Entegre Ankastre Ocak ve Davlumbaz

REKLAM DİZİNİ

SİMFER	Ön Kapak	www.simfer.com.tr
REGAL	Ön Kapak İçi	www.regal-tr.com
AGİD	1	www.agid.org.tr
ŞENOCAK	3	www.klimasan.com.tr
DAĞITIM KANALI	4	www.dagitimkanali.com
DELTA	5	www.deltasogutma.com.tr
KING	9	www.king.com.tr
GOLDMASTER	11	www.goldmaster.com.tr
ARNİCA	15	www.arnica.com.tr
HOOVER	17	www.hoover.com.tr
FAKİR	19	www.fakir.com.tr
VESTEL	21	www.vestel.com.tr
ROYAL GREEN	23	www.rosuaritma.com
SİMFER	27	www.simfer.com.tr
HTS	29	www.h-t-s.com.tr
AKUT	31	www.akut.org.tr
YEDİTEPE	Arka Kapak İçi	www.yeditepepazarlama.com
FANSET	Arka Kapak	www.fanset.com

SENOCAK

DERİN DONDURUCU & SOĞUTUCU



1915'ten beri HESAPLI TAZELİK

100 yılı aşkın tecrübemiz, yaygın servis ağıımız ve düşük enerji tüketimli, çevreye ve cebinize dost, sağlam ve yüksek kaliteli ürünlerden oluşan geniş ürün gamımız ile tüm soğutucu ve dondurucu ürün ihtiyaçlarınıza cevap verecek en uygun çözümleri üretiyoruz.



444 0 789

www.klimasan.com.tr

MADE IN
TURKEY

7 yıl garanti uygulaması 31 Ağustos 2018 tarihine kadar montajı yapılacak tüm A+ ve A++ Derin Dondurucularda evlerde kullanım şartıyla geçerlidir.



Dergimizi online
ve ücretsiz okumak için
HEMEN

İNDİR



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Yeni sürprizlerimiz



Merhaba Dağıtım Kanalı'nın sevgili okurları, Yeni sayımız ile yine karşınızdayız. Oldukça sıcak geçen ağustos ayının bu son günlerinde ekonominin de termometresi bir hayli ısınmış durumda. Döviz kurları ışık hızı ile yükselirken iş dünyasının dengesi sürekli bozuluyor. Ne iş insanları ne de sokakta yaşayan vatandaşlar olarak da bizler de bu gidişata karşı hiçbir şey yapamıyoruz. Neredeyse elimizden hiçbir şey gelmiyor. Olayları sadece uzaktan izlemek ve yorum yapmak durumunda kalıyoruz.

Tüm bu ortam içerisinde de perakendeciler, markaları için yatırımlarına ve çalışmalarına devam etmek durumundalar. Ancak burada yapılması gereken şey birçok sektörde olduğu gibi bizim sektörde de perakendecilerin tek ses olması ve çözüm önerilerini tek bir elden topluma sunabilmesi. Umuyorum bu zorlu günlerde bunun değeri çok iyi anlaşılacaktır.

Bu ay siz okurlarımıza iki önemli haberim var.

20-23 Haziran 2018 tarihleri arasında gerçekleşen Beyaz Eşya Ana ve Yan Sanayi Fuarı, bu yıl 14-17 Mart 2019 tarihlerinde, açılışı geçen yıl yapılan ve İstanbul Yenikapı'da bulunan Avrasya Kültür ve Sanat Merkezi'nde yapılacak. Bu sektörümüz için çok güzel bir gelişme. Bugünlerde ihracatımızın artmasının önemini konuşurken bu fuar, markalarımız için adeta "can simidi" olacak. Bu yeni fuar merkezinde, sektörümüzde bulunan perakendeciler ile bir zirve düzenleyebilirsek sanırım bu organizasyonu önümüzdeki yıllarda hep birlikte önemli yerlere taşıyabiliriz.

İkinci önemli haberim ise derginiz Dağıtım Kanalı'ndan.

Yıllardan beri sizlerle olmaktan ve zevkle hizmet etmekten gurur duyuyoruz.

20 yıl önce başlayan yolculuğumuza hiç ara vermeden keyifle devam ediyorum. Bu dönemde 230 sayı boyunca yazılarımla bir nebze de olsa sektöre yön verdiğim ne mutlu bana. Türkiye'nin ekonomisine yön veren Beyaz eşya sektöründe daha fazla hizmet etmeye devam edeceğim. Bu amaçla önümüzdeki sayıdan itibaren kendi içimizde bir kan değişikliğine gidiyoruz. Yeni anlaşmaya vardığımız dijital bir ajans ile birlikte bundan sonra sizlere daha etkili bir şekilde ulaşacak ve yeni bir çehre ile yolumuza devam edeceğiz. Dergimizin hem içinde hem de dışında bazı değişikliklere gidiyoruz. Eylül sayımızdan itibaren yeni sürprizlerimizle karşınızda olacağız. Detayları önümüzdeki dönemde tekrar sizlerle paylaşacağız.

Yine dolu bir sayı ile karşınızdayız...
Keyifli okumalar.

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

“İç Satışta Yüzde 5 Küçülme Bekliyoruz”

TÜRKBESED Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Güler; “2018 yılında ihracatta yüzde 6,4 büyüme beklentimizi koruyoruz. İç satışta ise yüzde 5 küçülme bekliyoruz. Bu verileri kapsayan toplam pazar hacminde yüzde 3,1 oranında büyüme olacağını öngörüyoruz. Adetsel olarak beklentimiz ise iç satışta yaklaşık 7 milyon, ihracatta 19,5 milyon adete ulaşmaktır.” dedi.



İç satış 530.000 adet civarında

2017’de 630.000 adet ortalama iç satış gerçekleştiğini ancak, bu yıl ilk 6 ayda henüz ortalama 530.000 seviyelerinde olduğunu belirten Güler; “Teknolojik gelişmeler sektörün omurgasını oluşturmaya başladı. Rekabet gücü, maliyet avantajından ziyade teknolojik başarıya dayanıyor. Bu durum mevcut istihdam yapısının ciddi şekilde gözden geçirilmesini de gerekli kılıyor. Zira, bizim ekosistemimiz aynı zamanda bizim müşterimizdir. Müşterilerimizin alım gücünü yitirmesi asla istemediğimiz gibi sosyal anlamda hiç kimsenin olumsuzluk yaşamasını da dilemeyiz.” şeklinde açıklamada bulundu.

Türk sanayisine yapılan katkı

Türkiye’de satılan beyaz eşyanın yüzde 95’inin Türkiye’de üretildiğini söyleyen Güler, Türk sanayisine yapılan katkının dış ticaret rakamları ile gözler önüne serildiğini belirtti. Güler; “Beyaz eşya sektörü net ihracat fazlası veren bir sektördür. Ülkemizin cari açığına yapılan katkı ortadadır. 2018 ilk 6 ayda yukarı giden tek rakam ihracattır. Burada en büyük ihracat pazarımız olan Avrupa Birliğinde, tüketici güven endeksinin yüksek seyretmesinin önemli etkisi olduğunu düşünüyoruz.” dedi.

Güler, sözlerini şöyle sürdürdü: “Üretim rakamı ise negatif seyretmektedir. 2018 itibarıyla dayanıklı tüketim malları sanayi üretim endeksi, genel sanayi üretim endeksinin 10-12 puan altında seyretmektedir. Bu durum orta vadede istihdam açısından endişe vericidir.”

“Gelişimi Garanti Altında Olan Bir Sektör Olarak Görülmemeli”

Beyaz eşyanın enflasyon üzerinde yüzde 1,5-2 puan gibi bir etkisi olduğu, tüketici enflasyonunun endeksinin yüzde 15 ancak, üretici enflasyon endeksinin yüzde 23 seviyelerinde bulunduğunu belirten Güler, bu durumun kısa bir süre sonra tüketici enflasyonunu artırıcı etki yapacağı, beyaz eşya kaynaklı enflasyon artışının sektör tarafından hiç arzu edilmediğini ifade etti. Güler; “Bu durumda, iç pazar verilerinde düzelme değil daha da bozulma beklenebilir. Bir de, yüzde 30 seviyesinde olan ithal enflasyon endeksinin de dikkate alınmalıdır. Beyaz eşya sektörü, başta çelik sac olmak üzere çeşitli hammaddeleri ithal etmektedir. Dolayısıyla, büyük oranda döviz kuru ve kredi maliyetlerindeki artış sebebiyle oluşan ithal

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESED)’in 20.07.2018 tarihinde düzenlediği basın toplantısında konuşan TÜRKBESED Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Güler, sektörün buzdolabı, çamaşır makinası, bulaşık makinası ve fırından oluşan dört beyaz eşyada, 2018’in ilk yarısında ihracattaki yüzde 5,4 büyümeye karşın, iç satışlardaki yüzde 15 daralma sebebiyle toplamda yüzde 1’e yakın oranda küçülme olduğunu belirtti. Güler, üretim rakamlarının da küçülme gösterdiğini vurguladı. Türk Beyaz Eşya Sanayi’nin dört ana üründe 2018 beklentileri ile ilgili revizyona gitme gereği duyulduğunu belirten Güler; “2018 yılında ihracatta yüzde 6,4 büyüme beklentimizi koruyoruz. İç satışta ise yüzde 5 küçülme bekliyoruz. Bu verileri kapsayan toplam pazar hacminde yüzde 3,1 oranında büyüme olacağını öngörüyoruz. Adetsel olarak beklentimiz ise iç satışta yaklaşık 7 milyon, ihracatta 19,5 milyon adete ulaşmaktır.” diye konuştu.

İç piyasadaki daralma uluslararası rekabet gücümüzü etkileyecektir...

“Büyükölçekli olarak 30 Milyar TL’lik bir sektör olan beyaz eşya sektörünün cirosunun yüzde 75’inin ihracat kaynaklı olduğu ve dünyada 100’ü aşkın

ülkeye çoğunluğu AB pazarı olmak üzere ihracat yapıldığını” vurgulayan Güler şöyle konuştu: “Doğrudan istihdamın 60.000 kişi olduğunu, ancak sektör olarak geniş bir ekosisteme sahip olduklarını, 500 tane KOBİ büyüklüğünde yan sanayi ve 15.000 tane perakende satış noktaları bulunduğunu, 3500 tane satış sonrası hizmet yerine getiren servis ağı bulunduğunu, dolayısıyla istihdamda 600.000 kişi civarında çok büyük bir rakamdan söz ediyoruz.”

Çin’den sonra üretim kapasitesi olarak dünyada en büyük ikinci beyaz eşya sektörü olduklarını söyleyen Güler; “Böylelikle Avrupa birliğindeki pek çok büyük ülkeyi geride bırakmış oluyoruz. Sektörümüzün büyüklüğü sadece üretim kapasitesinden meydana gelmiyor; ARGE, patent, uluslararası marka yönetimi, tedarik zinciri yönetimi anlamında da Türkiye ortalamasının üzerindeyiz. Ancak, Türkiye’nin bu avantajlı durumunun devam etmesi garanti bir durum değildir. Gerek gelişen teknolojinin bir parçası olmak için yapılan sanayi 4.0 yatırımları, gerekse dünyadaki ticari konjonktür kaynaklı girdi maliyetlerinde sürekli artış baskısı, uluslararası rekabet gücümüzün azalması endişesi oluşturmaktadır.” diye konuştu.

enflasyonu, önümüzdeki günlerde fiyatlar üzerinde baskı oluşturmaya devam edebilir. Bunların sonucunda, talep daralması yaşanması olasıdır. Ancak bu iki yönlü bir bıçaktır. Talep ister istemez üretim birim maliyetlerini etkilemektedir. Üretim birim maliyetleri ise sektörün en önemli gücü olan ihracat rekabeti açısından bizi çok yakından ilgilendirmektedir. Tüm bu bulgular bizi, beyaz eşya sektörünün ihracat gücüne rağmen, gelişimi garanti altında olan bir sektör olarak görmemesi gerektiği sonucuna getirmektedir.” diyerek görüşlerini ifade etti.

“Ticaret savaşlarını avantaja dönüştürebiliriz”

Dünyada korumacı politikaların bu politikaları uygulayan ülkeler için iyi sonuçlar doğurmayacağını belirten TÜRKESD Başkan Yardımcısı Fatih Özkadı, “Türkiye ticaret savaşlarında korumacılık dalgasına kapılmamalıdır. Makro ekonominin faydası aslında her bir vatandaşın faydası demektir. Türk sanayi bir süredir çeşitli vergi ve sınırlandırmaların kısılcındadır. Girdi maliyetleri sürekli olarak artmaktadır. Döviz kuru zaten bir maliyet artışı ve bir anlamda ticaret bariyeri oluştururken, ilave vergiler ile hammadde ve ara malı temini iyice pahalı hale gelmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere, birim maliyetlerdeki artış ihracat rekabetinde sektörü zor durumda bırakacaktır. Cari fazla veren bir sektör, ülke ekonomisine sağladığı bu avantajı yavaş yavaş kaybedecektir.” şeklinde konuştu.

Özkadı sözlerine; “Oysa ki, ticaret savaşlarının paydaşı olmak yerine yararlanıcısı olmak mümkündür. ABD’nin yassı çelik korunma önlemi soruşturması kapsamında getirilen ilave vergi ve bunun tepkisel olarak yayılması izlenmesi gereken bir yol değildir. Zira, ABD’de iç fiyatların korumacı politikalarla

dolayı çok yükselmesi, bu pazara ihracat yapan Türkiye gibi nispeten küçük ticari ortaklar için bir avantaj oluşturmıştır. Yüksek vergiler sebebiyle yükselen iç fiyatın ithalatı hala cazip kılması sebebiyle örneğin Türk demir-çelik sektörü için bir ihracat avantajı oluşmuştur.” diyerek devam etti.

Özkadı; “Konuya biraz daha geniş açıdan bakacak olursak, korumacı politikalar sonucunda ihracatçı ülkelerde oluşacak arz fazlasının düşük fiyatlarla Türkiye’ye ithaline imkan vererek, beyaz eşya sektöründeki girdi maliyetleri ve dolayısıyla ürün birim maliyeti düşürülerek ihracatta daha da rekabetçi hale gelinebilir.” şeklinde açıklamasını sürdürdü.

“Beyaz eşya sektörü, yerli çelik sac sektörünün kısıtları ile ithalatta gümrük vergileri arasına sıkışmıştır”

“Yassı ve paslanmaz çelikteki gelişmeleri TÜRKESD ve sektör olarak yakından takip ediyoruz” diyen Özkadı; “Türkiye’de kaliteli çelik sac ürünleri bulunmakla birlikte, üretim hatlarının talep esnekliğine göre değiştirilmesinin çok maliyetli olması sebebiyle, talep eden sektör olarak biz bu maliyete katlanmak zorunda kalıyoruz. Bu ekonominin gerçeklerine uygun olmadığı için de, Türk beyaz eşya sektörü olarak ihtiyaç duyduğumuz teknik spesifikasyonlarda ve kalitede ve de uzun vadeli öngörülebilir fiyatlar ile yassı çelik-paslanmaz çelik ithalatı yapma gereği duyuyoruz.” şeklinde konuştu.

Bu durumun, sanayi üretiminin doğal bir sonucu olduğu, üretim hatlarının birçok sanayi dalı için kolay değiştirilebilir olmadığını ifade eden Özkadı; “Bu haliyle, sektör ya fire maliyetlerine ya da yüksek gümrük vergilerine ve ilave mali yükümlülük baskısına katlanmak zorunda kalmaktadır.” diye konuştu.

Özkadı, ithal edilen sıcak/soğuk sac ve paslanmaz çelikte yüzde 9-15 verginin bulunmasından dolayı, beyaz eşya firmalarının Uzakdoğulu rakipleri karşısında ciddi bir haksız rekabete uğramakta olduğunu vurgulayarak; “Güney Kore’li beyaz eşya üreticileri, Türkiye’ye gerçekleştirdikleri ithalatlarında çamaşır makinesi için yüzde 0,7 gümrük vergisi ödemekte; buzdolabı, bulaşık makinesi ve kurutucular için gümrük vergisi ödememektedir. Türkiye ile Güney Kore arasında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA) kapsamında gümrük vergileri sıfırlanmaktadır.” diyerek sözlerini tamamladı.

“Özel servislerin tüketici ve ürün güvenliği açısından sorumluluğu büyüktür”

TÜRKESD Başkan Yardımcısı İhsan Kara da özel servislerin sebep olabileceği tüketici mağduriyetine dikkat çekerek, “Tüketicilerimiz bir ürünle ilgili herhangi bir sorun yaşadıklarında, müracaat edecekleri servisi mutlaka firmamızın web siteleri üzerinden bulsunlar.” dedi.

Kara; “Özel servislerin ürün ve tüketici güvenliğini tehlikeye sokabilecek hizmet ve uygulamaları sonucu ortaya çıkan mağduriyetleri nedeni ile biz üreticiler sorumlu tutuluyoruz ancak tüketicinin mağduriyetini gidermek ne yazık ki mümkün olamıyor. Özel servisin ne işlem yaptığını, nasıl malzeme kullandığını kontrol edemiyoruz ve oluşan hasarı geriye döndürmek mümkün olmuyor. Tüketiciler servislerin yetkili olup olmadığı konusunda bilgi sahibi oldukları sürece, yetkili veya özel servis tercihlerini özgürce yapacaklardır. Ancak, firmaların kendi web siteleri dışında temin edilen servis bilgisi tüketiciciyi yanıltmaktadır.” açıklamasında bulundu. Kara, konu ile ilgili olarak, ilgili Bakanlıkla temas halinde bulunduklarını da ifade etti.

TÜRKESD - Beyaz Dünya - Haziran 2018

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	1.871.873	1.982.989
Yüzde değişim	-%6	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	12.091.089	12.570.306
Yüzde değişim	-%4	
İÇ SATIŞ		
	Haziran 2018	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	531.283	634.601
Yüzde değişim	-%16	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	3.222.371	3.789.492
Yüzde değişim	-%15	
İHRACAT		
	Haziran 2018	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	1.456.327	1.543.355
Yüzde değişim	-%6	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	8.888.977	8.437.365
Yüzde değişim	%5	
İTHALAT		
	Haziran 2018	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	38.232	41.620
Yüzde değişim	-%8	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	214.865	403.128
Yüzde değişim	-%47	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	2.106.109	2.193.416
Yüzde değişim	-%4	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	13.685.083	13.994.556
Yüzde değişim	-%2	
İÇ SATIŞ		
	Haziran 2018	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	685.943	748.914
Yüzde değişim	-%8	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	3.863.139	4.430.767
Yüzde değişim	-%13	
İHRACAT		
	Haziran 2018	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	1.622.221	1.675.144
Yüzde değişim	-%3	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	9.977.926	9.368.527
Yüzde değişim	%7	
İTHALAT		
	Haziran 2018	
	Haziran 2018	Haziran 2017
Adet / Yıl	87.089	71.598
Yüzde değişim	%22	
	Ocak - Haziran 2018	
	Ocak - Haziran 2018	Ocak - Haziran 2017
Adet / Yıl	433.043	712.913
Yüzde değişim	-%39	

“Türkiye’de Ortaya Çıkarılmayı Bekleyen Muazzam Bir Potansiyel Var”

Hotpoint’in Temmuz ayında Bodrum’da düzenlediği geleneksel konsey toplantısında konuşan Whirlpool Ortadoğu ve Afrika Bölgeleri’nden Sorumlu Bölge Direktörü Mohamad Ali El-Yassir; “Whirlpool olarak Türkiye’de ortaya çıkarılmayı bekleyen muazzam bir potansiyelin olduğunu biliyoruz ve bu pazarda kazanmaya oynuyoruz. Bu sebeple, organizasyonumuz bu potansiyelin başarıya dönüşmesi için sonuna kadar hak ettiği desteği görecektir. Manisa’daki fabrikamıza, ürünlerimize, markamıza yatırım yapmaya hız kesmeden devam ediyoruz.” dedi.



Whirlpool Corporation Türkiye bünyesinde Mayıs 2017’den bu yana Küçük Ev Aletleri ve Klima Satış ve Pazarlama Müdürü olarak görev yapan Aylin Alpay, şirketin yeni pazarlama direktörü olarak atandı. Temmuz 2018 itibarıyla yeni görevine başlayan Alpay, tüm pazarlama operasyonlarının sorumluluğunu üstlenecek. Özkan Yıldırım da Whirlpool Corporation Türkiye’nin yeni satış direktörü görevine getirildi. Temmuz 2018 itibarıyla Whirlpool Corporation Türkiye Satış Direktörü olarak atanan Özkan Yıldırım, şirketin tüm satış süreçlerinin ve ekibinin yönetiminden sorumlu olacak.

Whirlpool Corporation Türkiye Yönetimi’ndeki bu değişimlerin ardından, Whirlpool Corporation bünyesinde faaliyet gösteren Hotpoint, Temmuz ayında Bodrum’da düzenlediği geleneksel konsey toplantısında iş ortaklarıyla bir araya geldi. “Hız Kesmeden Tam Yol İleri” konseptiyle gerçekleşen buluşmada, mevcut başarılar ile gelecek vizyon ve hedefleri paylaşılırken, Hotpoint ürün gamındaki yenilikler de iş ortaklarına tanıtıldı. Etkinlikte konuşan Whirlpool Ortadoğu ve Afrika Bölgeleri’nden Sorumlu Bölge Direktörü Mohamad Ali El-Yassir, “Whirlpool olarak Türkiye’de ortaya

çıkarılmayı bekleyen muazzam bir potansiyelin olduğunu biliyoruz ve bu pazarda kazanmaya oynuyoruz. Bu sebeple organizasyonumuz bu potansiyelin başarıya dönüşmesi için sonuna kadar hak ettiği desteği görecektir. Manisa’daki fabrikamıza, ürünlerimize, markamıza yatırım yapmaya hız kesmeden devam ediyoruz. Sizlerle böylesine güçlü bir duygusal bağa sahip olmak ise bizim en büyük hazinemiz. Bir aile olarak, sağlam temellerimiz üzerine inşa ettiğimiz karşılıklı güven duygusuyla daha da parlak bir geleceğe doğru ilerleyeceğiz.” dedi.

Mutfaklar Lezzet Serisi ile buluşuyor

Tost, Çay, Kahve Makinesi ve Blender Seti'nden oluşan Lezzet Serisi, kırmızıdan vazgeçemeyenlerin favorisi.



**4'ü 1
ARADA
AVANTAJ
PAKETİ**

BlendMasterPRO Komple Blender Seti

1700 Watt

1,5 lt doğrama haznesi

600 ml ölçü kabı

Çok amaçlı 2 farklı dilimleme ve rendeleme diski
Paslanmaz çelik ısıya dayanıklı, 4 bıçaklı blender ucu
Paslanmaz çelik çırpıcı

Lea Çay Makinesi

Otomatik kapanma ve sürekli sıcak tutma
sağlayan çift rezistans sistemi ile enerji tasarrufu
Susuz çalışmayı önleyen emniyet sistemi
Paslanmaz çelik 1.8 litre kettle
Paslanmaz çelik 1.2 litre demlik
Paslanmaz çelik filtre

Allaturca Türk Kahvesi Makinesi

300 ml kapasite (4 fincan)
Çift taraflı akıtma ağız ile sağ ve sol el kullanımına uygun
360° dönebilen kablolu taban
Kolay temizlenebilir paslanmaz çelik gövde

GrillMax Izgara ve Tost Makinesi

Çıkarılabilir ve bulaşık makinesinde yıkanabilir plakalar
6 tost kapasitesi
180° ızgara
Hızlı pişirme için yüksek performans
Ayarlanabilir ısı kontrol düğmesi



king.com.tr

/KingEvAletleri

king

4
yıl
GARANTİ



Ürün deneyim alanı iş ortaklarından büyük ilgi gördü

Ürün lansmanlarıyla başlayan etkinliğin yıldızları olarak, Türkiye'ye özel üretilen, 623lt kapasiteli, Active Oxygen ve Dual Cooling teknolojilerine sahip 84cm genişliğindeki buzdolabı, Gentle Steam Buharlı Fırın ve Hotpoint'in Türkiye'deki tüketicilere sunduğu ilk 4 kapılı buzdolabı olan 677lt kapasiteli Active Ouattro öne çıktı. Küçük ev aletleri ve wi-fi klimaların da sergilendiği ürün deneyim alanı iş ortaklarından büyük ilgi görürken, Hotpoint mağazaları için en fazla talebin geldiği ürünlerde geniş hacimli buzdolapları dikkat çekti. Tanıtım sunumlarının ardından, Hotpoint ürünleriyle özel olarak tasarlanan mutfak alanına geçen misafirler, Hotpoint şefi Burak Zafer Sırmaçekici ile ekmek ve kek hazırlayıp pişirerek Gentle Steam Buharlı Fırın ve Chef Plus mikrodalga fırının sunduğu lezzet yolculuğunu deneyimleme şansı yakaladı.

Buluşmanın ikinci gününde yakın dönem planları konuşulurken, satış, pazarlama, satış sonrası hiz-

metler ve lojistik departmanları iş ortaklarının talep ve beklentilerini dinledi. Birlik, beraberlik ve takım çalışmasının vurgulandığı etkinlik daha sonra yelken eğitimi ve dönüş yolunda kazanan ekip için düzenlenen madalya töreni ile devam etti.

"Whirlpool'un gücünü sizlerin ve tüketicilerimizin daha çok hissetmesini sağlayacağız"

Gelecek dönemde Whirlpool değerlerini iş yapış biçimlerine daha da çok yansıtacaklarını ifade eden Whirlpool Corporation Türkiye Pazarlama Direktörü Aylin Alpay, "Whirlpool'un gücünü hem siz değerli iş ortaklarımızın hem de tüketicilerimizin daha çok hissetmesini sağlayacağız. Markamıza ve ürünlerimize yaptığımız yatırımlar her geçen gün artarak sürüyor. Geçmiş toplantılarımızda sözünü vermiş olduğumuz gibi, ürün gamımızı beklentileriniz doğrultusunda genişletiyor ve güçlendiriyoruz. Önümüzdeki dönemlerde de sizin için var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz çünkü siz güçlüyseniz biz güçlüyüz." dedi.



Aylin Alpay kimdir?

Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olan Aylin Alpay, profesyonel kariyerine 2003 yılında Beko'da Uluslararası Satış Müdürü olarak başladı. Alpay kariyeri süresince Samsung Electronics Türkiye'de Ürün Müdürü, Metro Toptancı Market'te Kategori Müdürü ve Sony'de Grup Satış ve Pazarlama Müdürü pozisyonlarında görev aldı.



Özkan Yıldırım kimdir?

Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü mezunu olan Özkan Yıldırım, kariyerine 1992'de Tatiş Holding'in satış departmanında Samsung markalı ev elektroniği ürünleri için iş geliştirmeden sorumlu müdür olarak başladı. Yıldırım'ın çalışma hayatı daha sonra Profilo'da devam etti ve ardından General Electric'de Marmara Bölge Müdürü olarak görev yaptı. Temmuz 2018 itibarıyla başladığı yeni pozisyonundan önce Whirlpool Corporation Türkiye'de şirketin satış organizasyonunda farklı kanalların yöneticiliğini üstlenen Özkan Yıldırım, en son Geleneksel Kanal Satış Direktörlüğü görevini yürütüyordu.





Kurban
sofralarının
lezzeti

Kıymax'ın Marifeti

%100 bakır, 2000W kilitli
motoru ile yüksek
performanslı GoldMaster
Kıymax Kıyma Makinesi,
damak tadına düşkünlerin
vazgeçilmezi.



Kıymax | GM-7243
Kıyma Makinesi

Dilediğiniz etleri hiç zorlanmadan çekebilirsiniz. Metal parçalar sayesinde herhangi bir dişli sıyırması gibi problemlerle karşılaşmadan makinenizi uzun ömürlü kullanabilirsiniz.

goldmaster.com.tr @ goldmasterworld



Dişli sıyırmanın önüne
geçen metal dişli seti

Kahve Kokusu

Kahve Makineleri Çıktı, Kahveyi Seven Çoğaldı

Bildiğiniz gibi Dağıtım Kanalı Dergisi'nde Temmuz sayımızdan itibaren, "Kahve Dosyası" hazırlıyoruz. Bu dosyamızda, kahvenin tarihiyle ilgili bilgi ve görüşler, kahvenin çeşitleri, hazırlama ve sunum teknikleri, kahve adabı gibi konular uzmanların değerlendirmeleri eşliğinde yer alacak. Kahve denildiğinde; gündelik yaşamımızın bir parçası haline gelen kahve makinelerini de tüm yönleriyle ele almaya çalışacağız. Türkiye'de kahve makineleri pazarı, kahve severlerin makine seçiminde dikkate aldıkları özellikler, kahve makinelerinin teknik özellikleri gibi konuları da işleyeceğiz. Bu kapsamda, size kahve makinesi üreticisi kuruluşlardan olan Arzum'un Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı ile Siemens Ev Aletleri'nin Pazarlama Müdürü Ayşe Özkaya'nın kahve makinesi, kahve kültürü ve kahve tüketiminin özellikleri, kahve makinesi pazarı ve kahve tüketiminin yaygınlaşmasının nedenleri konularındaki bilgi, görüş ve değerlendirmelerini aktarıyoruz.

7 Milyar İnsan, Her Yıl 400 Milyar Fincan Kahve Tüketiyor

Konuk Yazar: Fahrettin Kerim Avcı



iyi bir kahve içmenin, iki yolu vardır. Kötü kahve ile iyi kahve yapmanın arasındaki fark eskiden deneyimlerdi. Şimdi ise yerini bilim aldı. Kahve, dünya çapında sudan sonra tercih edilen en popüler içecek.

Evet, 7 milyar insan, her yıl 400 milyar fincan kahve tüketiyor.

Nasıl oluyor da sadece su ve kahve çekirdeğini bir şekilde birbirine karıştırılması, bu kadar çok tercih ediliyor.

Görünüşte sadece iki bileşen var, Kahve çekirdeği ve su. Bu ikiliyle bir şey yapmak istersek, bu şey ne kadar kötü olabilir ki. İnanın tahmin bile edemezsiniz.

Aslında iyi bir kahve içmenin bilinen iki yolu var. Birinci yolu tercih edecek olursanız, gidip bir kafe de oturup kahvenizi yudumlayabilirsiniz. Ki bu yöntem size her seferinde iyi bir kahve içeceğinize garantisini vermez.

Diğer seçenek ise biraz zordur. Bilim ister, sabır ister, deneyim ister. biraz kimyadan, biraz fizikten anlamamız gerekir. Mesela Newton'un Gravitasyon (1) kanununu mutlaka bilmeniz gerekir. Sonuç ise mükemmeldir. İnanılmaz hoş kokulu tatlara ulaşabilirsiniz. Efsaneler yaratabilirsiniz. İşte tamda bu yüzden insanlar sadece bir günde yaklaşık 1 milyar 100 milyon fincan kahve içip, dünyanın ikinci büyük ticaret hacmine sahip olan kahvesiz yapamıyor.

Kahvenin ilk keşfinden sonra, o kadar çok şey değişti ki. Günümüzde birinci nesil, ikinci nesil ve üçüncü nesil olarak bu süreçler sınıflandırıldı.

Bu süreçlerin ne anlama geldiğini en basit olarak şu şekilde açıklanabilir.

Birinci nesilde Kahvenin tadı ve özellikleri keşfedildi. Kahveyi her eve sokmak için tasarlanmış bir pazarlama yöntemi ve tamamen kar amacı gütmeye üzerine kurulmuş bir sistemdi. Amaç sunumun ve tadının nasıl olduğu değil, ürünü satmaktı. Kahvenin kafein özelliği ve ticari emtia olması hakim unsurdur. İlk olarak 18. Asırda başlayıp, 1970'lere kadar sürdü. Tek tip üretim ve tüketim ön plana çıkmıştı amaç paket, paket satmaktı. Bu süreçte teknolojik gelişmelerin nedeniyle iki önemli gelişme oldu. Vakumlu ambalajlama ve hazır kahvenin (2) keşfi böylece endüstrisinin büyümesini ve geniş çevrelere yayılmasını sağladı. Ülkemizde Kuru Kahveci Mehmet Efendi, Yurt dışında da Folgers, Maxwell House ve Nestle Nescafe gibi firmalar, hazır kahve alanında başı çeken öncüler olmuştur.

İkinci nesil ise markalaşma olarak karşımıza çıkıyor. Bu dönemin başlangıcı Starbucks firmasının kurulmasıyla 1971 yılında Seattle, Washington'da başladı denebilir. Bugün dünyanın 72 farklı ülkesinde 23 bin farklı lokasyonda hizmet veriyor. Bu dönem Gloria Jeans, Lavazza, Segafredo, Illy, Caffee Nero gibi birçok kahve zincirini de yarattı. Bu firmalar tüketim çılgınlığına yetişebilmek için otomasyonlaşıp pazarladığı kahveyle ilgili her söz hakkına sahip oldu. Yapım sürecine, içeriğine hatta içine kattığı şurubuna, sütüne karar verdi. Sunduğu ürünlerde içtiğimiz kahvenin ne kahvesi olduğunu, nasıl demlendiğini bilmeden tüketir olduk. Aslında bu mekânlar çok geniş bir kitleye hızlı tüketim olanağı verirken bir şekilde damak tadı çeşitliliğini de geliştirmeye başladı.

Bu dönemin başarısının arkasında da iki temel unsur ön plana çıktı. Kahvenin tüketimden çok, keyif aracı ve insanların sosyalleşmesini sağlıyor olması gösterilebilir.

Üçüncü nesil kahve kavramını ise, ilk olarak 2002 yılında Wrecking Ball Coffee Roasters'ın sahibi Trish Rothgeb tarafından "Third Wave Coffee" olarak adlandırıldı. Amerika'dan başlayan bu akım, sırasıyla Kanada, Avustralya ve oradan Avrupa'ya yayıldı. Bu yeni dönemde kahve butikleşti. İçine biraz bilim, bolca sanat katılıp kişiye özel damak tatlarına ulaşılabildi. Artık kahve, ürün/hizmet olmaktan çıkıp, onun gerçek tadına varmak isteyen bir tüketiciyle buluştu. Böylece insanlar bizzat üretim aşamasına dahil oldu. Kahve keyfini işyerine ve evine taşıdı. Peki neydi bu kahvenin gerçek karakterini kazandıran farklılıklar. Demleme donanımlarının (3) makineler tarafından değil manüel olarak yapabilmeye tercihi, Nitelikli yöresel kahveye ulaşmanın kolaylığı, kavurma ve öğütme seçeneklerinin farklılığı. Bu unsurlar, aynı zamanda kişiye özel kahve deneyimi yaşayabilmenin de önünü açtı. Artık kahveye gönül veren insanlar, kafein, asidite, yağ, tat ve kıvam unsurlarına hakim olabildi.

Bir sonraki yazımızda sizlere üçüncü nesil ekipman ve donanımlarını aynı zamanda üreten ve geliştiren bir kişi olarak anlatmaya çalışacağım. Daha sonra da demleme yöntemlerini ve yöresel kahve tatlarından bahsedeceğim...

- (1) Newton'un yerçekimi kanununu
- (2) instant coffee, Filtre kahvenin dehidrasyonu ile elde edilen içime hazır kahve
- (3) Cold drip, Vacuum, siphon, chemex, V60 ve aeropress v.b.



“ Makinalaşma ile Sadece Türkiye’de Değil, Global Pazarda da Türk Kahvesinin Tüketimi Arttı ”

Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı

Türkiye’de kahve, gündelik yaşamın paylaşılan anlarının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiş durumda. Kahveye söz konusu talep ve eğilimin artmasında, kahve makinelerinin rolü nedir?

Türk kahvesi başta olmak üzere tüm kahve türleri vazgeçilmez bir unsur oldu hayatımızda. Bunda makineleşmenin çok büyük etkisi var. Tüketicilerin talep ve eğilimleri her geçen gün artıyor. Bununla birlikte restoranlarda karşımıza en az 3-4 çeşit kahve seçenekleri çıkıyor; her sokakta birbirinden farklı özgün tatlar sunan kahveciler bulunmakta. Evlerde ya da iş yerlerinde kahvesini yapmak isteyenler kendi kahve makinelerini alıyorlar. Türk kahvesi özelinde baktığımızda eskiden sadece cezve ile ocak üzerinde pişirilebilen Türk kahvesi artık her ortamda zahmetsiz bir şekilde pişirilebiliyor. Türkiye’de şu an yıllık kişi başı 500 gr yani 72 fincan Türk kahvesi içiliyor. Türkiye’de kahve tüketen 15 yaş üzeri nüfus 49 milyon.

Türk kahvesinin dünyaya yayılımındaki en önemli bariyer makinalaşmaydı. Makinalaşma ile sadece Türkiye’de değil, global pazarda da Türk kahvesinin tüketimi arttı. Türk kahvesi, 2013 yılında UNESCO tarafından "somut olmayan kültürel miras" olarak tescillendi. Bu tarihi adım ile birlikte Türk kahvesinin global pazarlara açılmasında makinalaşma ile birlikte önemli bir avantaj sağlandı.

Kahve severlerin damak tadını zenginleştiren pişimi, aroması, görsel sunumu gibi hangi unsurlar, kahve makinenizi ön plana çıkarıyor?

Türk kahvesi günlük koşuşturma arasında bir keyif, yavaşlama anı olarak görülüyor. Bu anlamda Türk kahvesi makinasında müşterilerimize en iyi lezzeti sunmak bu anlamda en ayırıcı etkiyi yaratmada önem kazanıyor. Özellikle Türk kahvesi sevenler bol köpüklü ve ideal kıvamı yakalayabilecek en doğru ürünü seçmeye özen gösteriyor. Devamında ise bu lezzetli pişirmeyi en pratik şekilde yapmak ve kullanım kolaylığı geliyor. Bu noktada makinenin kapasitesi, temizleme kolaylığı gibi faktörler öne çıkıyor. Diğer yandan mutfağımızın vazgeçilmezi olacak bu makinelerin tasarımı ve şıklığı da olmazsa olmazlar. Biz de bu kriterlerin tümüne sahip makinalarımızla tüketicilerimize OKKA’lı Türk kahvesi lezzeti sunuyoruz.

Türkiye’de kahve makinesi pazarından söz eder misiniz, bu pazarda sizin markanızın yeri ve konumu nedir?

Elektrikli cezve, bizim pazarda liderliğini yaptığımız ve tüketici nezdinde klasik cezvelerin yerini alan önemli

bir kategori. Türk kahvesi makinesi kategorisinde, elektrikli cezvelerimiz ‘Cezveli’ ve ‘Mırra’, otomatik makineler tarafında ise Arzum OKKA ve Arzum OKKA Minio ile yer alıyoruz. Pazarın yaklaşık yüzde 17’sine sahibiz ve OKKA Minio ile bu payın yüzde 20’ler seviyesine ulaşacağını düşünüyoruz. Hedefimiz, ürün gamımızı inovasyonlar ile güçlendirip, çeşitlendirerek pazar liderliğine ulaşmak.

Pazarda en çok ilgi gören kahve makinesi çeşidinizin teknik özellikleri ve üstün yönlerinden bahseder misiniz?

Türk kahvesi makinaları alanında sunduğumuz tüm ürünlerin kullanım alanına ve bütçelerine göre kendi kitleleri bulunmakta. Ancak, 2014 yılında pazara sunduğumuz tam otomatik Türk kahvesi makinası Arzum OKKA ve devamında aynı aile içerisinde pazara sunduğumuz Arzum OKKA Minio en çok ilgi gören ürünlerimiz diyebiliriz.

Tasarımında, teknoloji ile geleneksel çizgilerin bir arada yer aldığı Arzum OKKA’da patente konu olan yeni teknolojiler kullandık ve birçok prestijli ödülün sahibi olduk. Yavaş pişirme seçeneği sayesinde közde pişirilmiş Türk kahvesi tadını yakalayarak benzersiz bir kahve keyfi yaşatan makinemiz, kahveyi doğrudan fincana servis ediyor, kendi kendini yıkıyor ve rakım ayarı yaparak Türk kahvesinin her noktada en ideal sıcaklıkta pişmesini sağlıyor.

OKKA Minio da birçok prestijli ödülün sahibi ürünü-

müz. Taşma önleme sistemine sahip Arzum OKKA Minio, ağır ateşte, ideal kıvamda pişmiş, bol köpüklü Türk kahvesini keyifli sohbetlere taşıyor. 4 fincan kapasiteli Arzum OKKA Minio, kompakt tasarımı ve dreamline, nar, mürdüm, papatya, mercan, marin, mürdüm, siyah, beyaz renkleriyle tüm mutfaklara uyum sağlıyor. Arzum OKKA Minio aynı zamanda patentli yıkanabilir cezvesiyle kullanım kolaylığı sunuyor.

Zaman içinde genişlettiğimiz Arzum OKKA ailemizle dünyanın 35 ülkesine ihracat gerçekleştiriyoruz. Türkiye’deki Starbucks ve Caribou Coffee’nin bütün şubelerinde Türk kahvesi servisi makinamız Arzum OKKA ile yapılmakta. Starbucks’ın Ortadoğu’daki şubelerinde de yer almak için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. OKKA ürünümüz Amerika’da ticari alanda kullanım anlamında önemli bir sertifika olan NSF (National Sanitation Foundation) sertifikasını alan ilk ve tek Türk kahvesi makinası. Amerika’nın ardından şu an Çin pazarı için de çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Kahve makinenizin üstün özelliklerini, yönlerini tanıtmak için kahve tadımları yaptırıyor musunuz, reklam ve pazarlama faaliyetlerinizi anlatır mısınız?

Evet, bu konuda oldukça ciddi çalışmalarımız var. Uluslararası birçok fuarda hem standlarımızdaki ikramlarla hem de konuşmacı olarak yer aldığımız panellerde bir yandan Türk kahvesinin tanıtımını yaparken bir yandan da makinalarımızın özelliklerini anlatıyoruz.



“ Türkiye’de kahve tüketimi artıyor ve kahve kültürü yaygınlaşmaya devam ediyor ”

Siemens Ev Aletleri Pazarlama Müdürü Ayşe Özkaya:

Türkiye’de kahve, gündelik yaşamın paylaşılan anlarının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiş durumda. Kahveye söz konusu talep ve eğilimin artmasında, kahve makinelerinin rolü nedir?

Kahve yüz yıllardır sevilerek tüketilen içeceklerin başında geliyor. Son yıllarda önce uluslararası kahve zincirlerinin pazara girip farklı kahve türlerini sevdirmesi; ardından da üçüncü nesil olarak adlandırılan butik kahvecilerin yaygınlaşması, bu keyifli içeceği ülkemizde de hiç olmadığı kadar popülerleştirdi. Kahveye dair bilgi ve kültür yaygınlaştıkça tüketicilerin kahve ile arasındaki bağ güçlendi ve kahveye dair beklentileri de değişmeye başladı. Kahve kültürünün yaygınlaşması ve kahve tutkunlarının artması, Siemens tam otomatik kahve makinelerine olan ilgiyi daha da artırdı. Kaliteli, kendisine özel yoğunluk ve tatta bol aromalı kahveye dilediği her an ulaşabilme isteğiyle hareket eden kitleye en büyük kolaylığı tam Otomatik Espresso ve Kahve makinelerimiz sağlamış oldu. Siemens Ev Aletleri olarak en önem verdiğimiz konulardan birisi kullanıcılarımızın beklentileri doğrultusunda ürünlerimizin tasarımını ve teknolojisini geliştirmek. Hem yenilikçiliği, hem teknolojik üstünlüğü hem de tasarım konusunda tüketicilerimizin beklentilerini karşılayacak özellikleri ürünlerimizde bir arada sunuyoruz. Geçtiğimiz aylarda farklı kahve deneyimini yaşamak isteyenler ya da favori kahvesinden hiç vazgeçmeyenler için birbirinden farklı teknolojileri bir araya getiren yeni tam otomatik kahve makinelerimizi satışa sunduk. EQ kahve makineleri ile kullanıcılar süt oranı, sertlik, demleme derecesi ve fincan boyunu seçerek kişiselleştirilmiş lezzetler hazırlayabiliyorlar. Üstelik wi-fi ya da mobil data hat üzerinden cihazınıza uzaktan ulaşmanızı sağlayan Home Connect özelliği olan ‘EQ. 9 connect’ modeli ile sabah kahvenizi uyanıldığınızda, yatağınızda keyif yaparken hazırlayabilme imkanına sahip olabiliyorsunuz.

Kahve severlerin damak tadını zenginleştiren pişimi, aroması, görsel sunumu gibi hangi unsurlar, kahve makinenizi ön plana çıkarıyor?

EQ serisi Tam Otomatik Kahve Makinelerimiz taptaze çekirdekleri öğütürerek, bu çekirdekleri özel sensoFlow teknolojisi sayesinde ideal ısıda demleyip, tıpkı bir baristanın elinden çıkmışçasına, kısa bir sürede istenen yoğunluk, sıcaklık ve boyutta servis ederek mükemmel aroma ve lezzete sahip kahve deneyimini tutkunlarına sunuyor.

Özellikle yeni EQ.9 connect modeli, sunduğu mükemmel lezzet,kolay kullanımlı ,teknolojik özellikleri ve uzaktan erişim imkanı sunan Home Connect uygulamasından kontrol edilebilmesi ile hem kahve hem

teknoloji meraklılarının ilgisini çekiyor. EQ. 9 connect, wifi bağlantılı Home Connect modelimizde bulunan coffeeWorld özelliği aralarında Australian Flat White, Spanish Café Cortado, Vienna Melange gibi uluslararası lezzetlerin bulunduğu 17 farklı kahveyi, kahve tutkunlarına hazırlama imkanı sunarak, dünya lezzetlerini evlerine getiriyor.

Türkiye’de kahve makinesi pazarından söz eder misiniz, bu pazarda sizin markanızın yeri ve konumu nedir?

Az önce de belirttiğimiz gibi Türkiye’de kahve tüketimi artıyor ve kahve kültürü yaygınlaşmaya devam ediyor. Geçtiğimiz yıllarda en hızlı büyüme gösteren kategorilerden birisi genelde sıcak içecek hazırlama kategorisi özelde ise kahve makinesi pazarı oldu. Kahveye olan ilgi ve kaliteli kahve arayışı arttıkça markamıza ve ürünlerimize olan ilgi de artmaya devam ediyor. Siemens Ev Aletleri ürün gamında; ankastre tam otomatik kahve makinelerinden, EQ serisi solo kahve makinelerine, en sade ve kompakt modelden, wifi üzerinden erişim imkanı sunan üstün teknolojiye sahip modellerle,her segmentten kahve severin beklentisine cevap verecek çeşitlilikte makine bulunduğu için pazarda büyüme trendini sürdürüyor.

Pazarda en çok ilgi gören kahve makinesi çeşidinizin teknik özellikleri ve üstün yönlerinden bahsedermisiniz?

En çok ilgi gören kahve makinemiz EQ3, hem kompakt tasarımı hem de sunduğu kahve çeşitleri ile bu yıl en çok satış yaptığımız modelimiz. Kahve dünyasına ilk adımı atacaklar için önerdiğimiz modelimiz EQ3, herkesin temel beklentilerini karşılayacak bir model. EQ.3 kahveseverlerin beklentilerini karşılayacak sade ama yenilikçi özelliklere sahip. oneTouch fonksiyonu ile Cappuccino, Espresso, Latte veya Americano tek bir dokunuş ile hızlıca hazırlanıyor . sensoFlow System sayesinde EQ tam otomatik kahve makineleri, suyu her zaman doğru sıcaklıkta ısıtıyor ve bu ısıyı demlenme işlemi boyunca koruyor. Böylece profesyonel kahve deneyimini garantiliyor. Seramik öğütücüsü sayesinde her bir demleme sırasında kahveyi anında öğütüp demliyor. Kahve makinelerinde temizlik en çok düşünülen kriterlerden, Siemens makinelerinde bulunan kireç temizleme özelliği sayesinde temizlik zahmet olmaktan çıkıyor.

Kahve makinenizin üstün özelliklerini, yönlerini tanıtmak için kahve tadımları yaptırıyor musunuz, reklam ve pazarlama faaliyetlerinizi anlatır mısınız?

Siemens Ev Aletleri olarak kahve makinelerimizi tanımak, ürünlerimizi denemek isteyen tüketicilerimizi

yetkili satıcılarımıza yönlendiriyoruz. Yetkili satıcılarımızda oluşturulan coffee corner alanlarında Siemens solo ve ankastre full otomatik kahve makineleri ayrı bir alanda sergileniyor, dileyen tüketicilerimize en sevdikleri kahve lezzetleri ikram ediyor ve keyifle ağırlanarak, ürünlerimiz hakkında bilgi sahibi olabiliyorlar. Home Connect özelliği sayesinde kullanıcıların uzaktan bağlanarak akıllı telefon veya tablet üzerinden çalıştırabilecekleri EQ.9 connect full otomatik kahve makinesi ile de müşterilerimize tablet üzerinden kahve ikram edilebiliyor.

Kahve makineleri ancak deneyimlendiği zaman farkı ortaya çıkıyor. Biz de gerek mağazalarımızdaki deneyim alanlarında gerekse katıldığımız etkinliklerde kullanıcılarımıza makinelerimizi deneyimleterek, hem cihazlarımızın sunduğu kahvenin lezzetini hem de cihazlarımızın teknolojik özellikleri ve kullanım kolaylıklarını görmelerine yardımcı oluyoruz. Bunun haricinde bu sene 3’üncü defa İstanbul Kahve Festivali’nde kahve tutkunları ile buluşacağız.

Kahve severlere kahve makinesi seçiminde önerileriniz var mı, nelerdir?

Tüketicilerimize bir makine almadan önce ihtiyaçlarını doğru tespit etmelerini tavsiye ediyoruz. Eğer bu konuda zorlanırlarsa yetkili satıcılarımızdan yardım alabilirler. İhtiyacı doğru bir şekilde belirledikten sonra bakılması gereken en önemli konulardan biri kahvenin en önemli aroma ve lezzet unsuru olan taze çekirdek kullanımıdır. Bu yaklaşımla, tercih edilecek makinenin kahve çekirdeğini anlık, kendisi öğüten teknolojiye sahip olması önemli. Son olarak kahvenin her zaman saf ve mis aromasını koruması makinenin bakımıyla doğrudan bağlantılıdır. Kullanıcıların her zaman sık ve detaylı bakım yapmaları zor olduğundan mümkünse tercih edilecek makinenin otomatik süt ve kireç temizleme sistemlerine sahip olması bu yükü hafifletecektir.



arnica™

MEAT CHEF

ET KIYMA MAKİNESİ

Kendi kıymanızı **kendiniz** hazırlayın.

YENİ

hazır değil
ev yapımı!

YENİ

Çelik Dişler

Reset tuşu

Motor Koruma Şalteri

Salça yapabilme

Kıyma yapabilme

İçli köfte aparatı

Sosis-sucuk aparatı

Paslanmaz çelik kırıcı silindir

arnica
MEAT CHEF

3 yıl
garanti

Türkiye Dijital Dönüşümde Büyük Potansiyel Taşıyor

Nielsen'in hızlı tüketim ürünleri perakende ve alışverişçi trendleri konusunda gerçekleştirdiği araştırmaya göre Türkiye, dijital dönüşümü çok daha kapsamlı biçimde yaşamaya aday.



Nielsen'in hızlı tüketim ürünleri perakende ve alışverişçi trendleri konusunda gerçekleştirdiği araştırma, online alışveriş, e-ticaret ve tüketicinin online alışveriş alışkanlıkları hakkında da değerli bilgiler ortaya koydu. Araştırma ayrıca dijital dönüşümüne uyum sağlamada Türkiye'nin potansiyelini de gözler önüne serdi.

Türk alışverişçisi online ve mobilde dünya ortalamasının üzerinde

Nielsen Genel Müdürü Didem Şekerel Erdoğan, Türk alışverişçisinin araştırmaya göre global ortalamanın çok üzerinde bir online ve mobil profile sahip görüldüğünü söyledi. Didem Şekerel Erdoğan; "Global nüfusun internet kullanım oranı yüzde 53 iken, Türkiye'de bu oran yüzde 67. Yine aktif sosyal medya kullanımı dünya ortalamasında yüzde 42 iken, Türkiye'de yüzde 63. Aynı şekilde, Türkiye mobilde de dünya ortalamasının üzerinde. Cep telefonu kullanıcısı oranı dünya genelinde yüzde 68 iken, Türkiye'de yüzde 90. Bunun sonucu olarak da cepten aktif sosyal medya kullanımı oranımız (yüzde 54), dünya ortalamasına (yüzde 39) göre oldukça farklılaşmakta. Kullanıcı sayısı olarak bakıldığında, Türkiye'deki sosyal medya penetrasyonunun global ortalamadan daha yüksek olduğunu biliyoruz. Nitekim, ana sosyal medya platformlarındaki kullanıcı sayısı sıralamamız, dünya nüfus sıralamasındaki yerimizin çok üzerinde. Dünya nüfus sıralamasında Türkiye 18. sırada yer alırken, örneğin Facebook kullanıcı sayısı sıralamasında 9. sırada, Instagram kullanıcıları sırasında ise 5. sırada yer almaktayız. Yalnızca kullanıcı sayısı değil, aynı zamanda sosyal medyada geçirilen ortalama süre de oldukça yüksek. Türk tüketicisi sosyal medyada, ABD ve Çin'le kıyaslandığında yaklaşık yüzde

50 daha fazla zaman geçirmekte. Dolayısıyla, Türkiye, dijital dönüşümü çok daha kapsamlı biçimde yaşamaya aday bir ülke." dedi.

Online ile birlikte karşımızda yeni bir alışverişçi profili çıkıyor

Didem Şekerel Erdoğan; "Tüm bu gelişmeler, karşımıza yeni bir alışverişçi profili çıkarıyor. Bu, bilinen geleneksel alışverişçiyle temelde aynı motivasyonlarla hareket eden, ancak daha güçlü bir konumda olan bir alışverişçi modeli..." şeklinde konuştu. Araştırmaya göre bu yeni alışverişçi modeli, fırsat ve yeniliklerden anında haberdar olma, ürün ve hizmetler hakkında başka kullanıcıların yorumlarına ulaşabilme şansına sahip. Anında fiyat karşılaştırması yapabiliyor, mağazaya gitmeden stoklardan haberdar olabiliyor...

Gıda perakendesinin geleceği e-ticaret ve modern kanallarda

Nielsen Perakende Hizmetleri Lideri Tamer Gülsaç, gelecek projeksiyonlarına bakıldığında, gıda perakendesinde iki kanalın öne çıkmasının beklendiğini ve bunların da e-ticaret ile modern kanal olduğunu söyledi. Gülsaç; "Global ölçekte toplam perakendenin yüzde 9'unu yapmakta olan e-ticaretin, 2020'de bu ağırlığını yüzde 12'ye çıkaracağı öngörülüyor. Hızlı tüketim ürünlerinin de içinde yer aldığı Türkiye perakende pazarında e-ticaret payı global ortalamasının altında. E-ticaret açısından Türkiye, ekonomik olarak da paralellikler gösterdiği Rusya ve Brezilya ile benzer bir yapıya sahip. TÜBİSAD verilerine göre 2017 yılında Türkiye'de online perakendenin toplam perakende içindeki payı yüzde 4,1 olarak gerçekleşti. Öte yandan bu alanda Çin, ABD ve İngiltere başı çekiyor." dedi.

Online alışverişte gıda dışı ürünler tercih ediliyor

Online alışverişe konu olan hızlı tüketim ürünleri kategorilerine bakıldığında, mevcut durumda daha çok gıda dışı kategorilerin online olarak alışverişe konu olduğu görülüyor. Nielsen Müşteri Hizmetleri Direktörü Yankı Yalçın, bebek bakım ürünleri, ev temizlik ürünleri, kişisel bakım ürünleri ve evcil hayvan ürünlerinin online kanalda ön plana çıkmasını beklediklerini söyledi. Yalçın; "Üstelik bu, sadece Türkiye'ye özgü bir durum da değil. Online alışverişin ciddi bir paya ulaştığı Güney Kore'ye bakılacak olursa orada da bebek bakım ürünleri, deterjan gibi kategorilerin öne çıktığı görülüyor. ABD'de de yine bebek ürünleri, evcil hayvan ürünleri, sporcu beslenme takviyeleri gibi kategorilerin ilk sıralarda yer aldığı göze çarpıyor. Hem global alışverişçi hem de Türk alışverişçisi için gıda kategorilerinde ilk seçenek online kanal değil. Özellikle taze gıdada, mağaza içinde yaşanan deneyim, önemini korumaya devam ediyor." şeklinde konuştu.





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

Döviz Kuru Belirsizliklerine Karşı Yapay Zekalı Bütçeleme Yöntemleri Geliştirilmeli

Türkiye'nin ilk yazılım hizmeti danışmanlığı firmalarından Ereteam'ın CEO'su Kutlay Şimşek, piyasaların belirsiz seyrine karşı alınabilecek en akıllıca yöntemin yapay zeka destekli yazılımlar olduğunu belirtiyor.



nem içerisindeyiz. Kurun politik birtakım sebeplerin etkisiyle olması gereken değer üstünde olduğunu gözliyoruz. Piyasaların bu denli hareketli olduğu bir süreçte şirketlerin bütçeleme ve nakit akım projeksiyonlarını dinamikleştirerek altyapıda olması gerek. Çünkü kur değişkenlik arz ettiğinde finansal enstrümanların kullanılabilmesi, bunların şirketler tarafından planlanabilmesi, öngörülebilmesi çok önemli bir konu. Özellikle kura bağımlı işyerlerinde döviz kurunda gözlenen belirsizlik bu firmalar adına bütçe planlamalarını zorlaştırıyor. Firmaların hangi kuru baz alacakları, kur değişimlerini nasıl tolere edecekleri ve nakit akım dengesini nasıl kuracakları önemli soruların başında geliyor. Bunları doğru yapabilmeleri için aslında yapay zeka destekli yazılımlara ihtiyaç var. Elleri böyle akıllı araçların ve altyapıların olması öngörülebilirliği artırarak verimliliği en üst noktaya taşıyor." dedi.

"Bir Sonraki Yılın Bütçesini Garanti Altına Alın"

Ağustos ayıyla birlikte şirketlerin bir sonraki yılın bütçelerini yapmaya başladıklarını hatırlatan Kutlay Şimşek; "Belirsiz süreçlerde öngörü sağlayan yazılım çözümleri devam eden kur hareketliliğine karşı alınabilecek en akıllıca çözüm. Bu böyle kaotik bir dönemde çok önemli bir öngörü sağlarken firmaların daha fazla rahat etmelerini destekliyor. Bu teknolojiler kur değişimi yaşandığında da kolaylıkla aslında nakit akım ve gelir gider projeksiyonlarını kısa, orta ve uzun vadeli bir şekilde ayarlayabiliyor. Piyasalarda yaşanan belirsizliğin bir miktar süreceğini de düşünürsek şu anda dönem; işletmelerin yapacakları en doğru kararın finansal bilişim yatırımları olduğu görüyoruz. Şimdiden bir sonraki yılın bütçesini garantiye alın." diye konuştu.



Döviz kurunda meydana gelen değişimler hem yurtiçi hem de yurt dışı yatırım ve tüketim kararlarını etkileyerek reel ve finansal sektör üzerinden ekonomiyi bir bütün olarak etkilemektedir. Yaşanan bu hareketliliğin ekonomi üzerindeki ağırlığı düşünüldüğünde döviz kurunda meydana gelen oynaklıklar ekonomiyi bütün olarak etkileyecek kapasitededir. Bu sebeple döviz kurunun oynaklığının analiz edilmesi ortaya çıkabilecek risklerin önceden öngörülmesi ve önlem alınması açısından son derece önemlidir.

Özellikle son dönemlerde finans dünyası için öngörülebilirlik sağlayan yapay zeka destekli yazılımlar firmaların verimliliğini artırırken döviz kurunun belirsiz olduğu zamanlarda değerli bir kazanç kaynağı haline dönüşüyor. Sürdürülebilir başarı yakalamak isteyen tüm firmalar piyasalarda yaşanan kur belirsizliklerine rağmen artık bu teknolojiler sayesinde plan, bütçeleme ve tahminler yapıyor. Böylelikle büyük veriyi analiz edip sonuçlarını finansal öngörüler eş-

liğinde stratejiye dönüştüren bu firmalar, bütçelerini çok daha etkili yönetiyor.

Döviz kuruna bağlı olarak piyasalarda yaşanan volatilité karşısında kriz senaryolarının giderek yaygınlaştığı söyleyen Ereteam'ın CEO'su Kutlay Şimşek, bu tarz süreçlerde finansal öngörülerin hayat kurtarıcı olduğunu belirtiyor.

Kutlay Şimşek, "Yapay zeka ile kurumlar büyüyen veri havuzlarından istifade edebildiklerinde, resmi düzenlemeleri daha iyi karşılayabilir, kârlarını artırabilir, müşteri deneyimini ve daha fazlasını geliştirebilir dahası perakende finansal hizmetleri çeşitlendirerek doğru bütçeleme yapabilir." açıklamasında bulundu.

"Bütçe Hedeflerinde Büyük Verimlilik Elde Ediliyor"

Büyük veri ile birlikte yapay zeka uygulamalarının finansal öngörülerde devrim yarattığını belirten Ereteam'ın CEO'su Kutlay Şimşek; "Kurların çok hareketli ve sürekli yükselme eğiliminde olduğu bir dö-



PERFORMANSI RANGER

Sevdiklerine toz kondurmaz!



Toz Torbasız Elektrikli Süpürge

Yusuf Kökten, OTORİTER TV Programı'nda Sektöre ve Geleceğe Işık Tutuyor

38 yıllık sektör deneyimiyle, Yusuf Kökten, OTORİTER TV Programında, sektöre ve geleceğe ışık tutuyor. Kökten ile derinlemesine yaptığımız söyleşide; distribütör firma olarak bayilere sağladıkları avantajları, "kazan kazan" temeli üzerine kurdukları sistemi, sundukları fırsatları ve bayilere destek sağlamaları hakkında konuştuk.

Koç Grubu ile çalışmanın avantajlarını sorduğumuzda Kökten, "Uzun yıllar sektör deneyimi ve gerçek profesyonellik anlayışını bildiğimiz için Koç Grubu'nu tercih ediyoruz." derken, Kökten, Koç Grubu'nun sağladığı kurallar ve prensipleri ise şöyle sıraladı: "Hukuk alanında bayilere destekleri, çevreye duyarlılık, bayi sorunlarına odaklı çalışmalar, yenilikçilik, kurumsallık, mali işlerin yönetimine katkı, eksik veya hatalı giden işletmelere sorun büyümeyen müdahale, ticari varlığın sürdürülmesi gibi avantajlar."

Koç Grubu'nun organizasyonlara olan bağımlılığını, Profilo Grubu'nda da görmek mümkün. Kökten, "Satış ve pazarlamanın piyasaya etkilerini; "Pazarlamanın piyasa koşullarına uygun, fiyat ve ödeme koşullarını olgunlaştırması, satışın ise ürünün nihai noktaya ulaştırılması olarak" özetliyor.

Kökten, geleneksel/bayi yapılarını, internet satışları ve zincir mağazalar ne şekilde etkilediği konusunda şu açıklamayı yapıyor: "Gün geçtikçe, alışveriş alanları değişmektedir. Az karlılıkla yapılan ticarete bayiler zamanla zorlanacaklar, bu durumda ana fir-

maların bayileri korumaları gerektiğini düşünüyoruz. Daha güçlü bayiler varlıklarını sürdürebilecekler."

Kökten, yeni girişimcilere tavsiyelerini ise; "Bayilerin sektörü iyi analiz etmeleri, belli bilgi birikimle bu sektöre girmelerini tavsiye ederiz. Kendilerini sürekli geliştirmeli, yenilikçi olmaları, farklı uygulamalar ve mevsimsel analizler yaparak ilerlemeliler. Stok ve satış ağlarını iyi planlamak gerekir, başarı hikayelerini takip etsinler." şeklinde yapıyor.

Ödüllü Program Ev Aletleri TV Programı, OTORİTER tecrübelerini paylaşan meslektaşları günün anısına, "Meslek Dayanışma Onur Ödülü" ile taçlandırıyor.



"Dövizin Ateşi Ne Yazık ki Sönmüyor"

AYD Başkanı Hulusi Belgü: "Ülkemiz zor bir dönemden geçiyor ve dövizin ateşi ne yazık ki sönmüyor, yaşanan bu olumsuz gelişmelere rağmen perakende sektörü el birliği çalışıp, istihdam kaybına sebep olmayacak önlemleri alacaktır."

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği ile Akademetre Research tarafından ortaklaşa oluşturulan AVM Endeksi'nin Haziran ayı sonuçları açıklandı. Her ay düzenli olarak yayınlanan verilere göre ciro endeksi 2018 Haziran döneminde bir önceki yılın aynı ayı ile karşılaştırıldığında ve enflasyondan arındırılmadan incelendiğinde yüzde 23,3 artış kaydederek 291 puana ulaştı.

Ciro endeksi geçtiğimiz yılın ikinci çeyreği ile karşılaştırıldığında ise yüzde 18,6 artış kaydederek 2018 ikinci çeyrek döneminde 261 puan oldu. Ziyaret sayısı endeksi ise geçtiğimiz yıla oranla yüzde 10'luk bir artış kaydetti.

AVM'lerde kiralanabilir alan (m²) başına düşen cirolar Haziran 2018'de İstanbul'da 1.252 TL, Anadolu'da 1.015 TL olarak gerçekleşti. Türkiye geneli metrekare verimliliği ise Haziran 2018'de 1.110 TL'ye yükseldi.

Metrekare başına düşen cirolarda, ikinci çeyrekte bir önceki yılın aynı dönemi ile karşılaştırıldığında ve enflasyondan arındırılmadan incelendiğinde yüzde 18,7'lik bir artış yaşandı. 2018 yılı ikinci çeyrekte metrekare verimliliği 996 TL oldu.

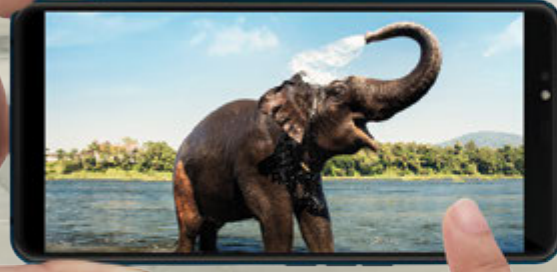
AVM Endeksi Haziran 2018 ve ikinci çeyrek sonuçlarını değerlendiren AYD Başkanı Hulusi Belgü: "Ülkemiz zor bir dönemden geçiyor ve dövizin ateşi ne yazık ki sönmüyor, yaşanan bu olumsuz gelişmelere rağmen perakende sektörü el birliği çalışıp, istihdam kaybına sebep olmayacak önlemleri alacaktır. Endeks verilerimiz gösteriyor ki; hem Haziran ayında hem de çeyrek bazlı değerlendirmelerde büyük ölçüde artış gösterdi ve bu artışların her ikisinin de enflasyon üzerinde olması sektörümüz için umut vericidir. Uzunca bir süredir düşük seyreden ziyaretçi sayıları ise Haziran ayında yeniden yükselişe geçti ve yüzde 10'luk artış



yaşandı. Önümüzdeki dönemde hem bayramın olması, hem de okulların açılması perakende sektörünün yukarı hareketli ivmesinin devam etmesini sağlayacaktır." yorumlarında bulundu.



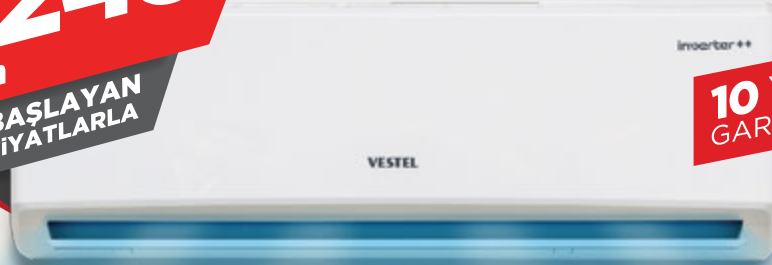
**SERİNLEMEK İÇİN
BÖYLE İMKANLARINIZ
YOKSA...**



**VESTEL'DE EVİNİZİ
İSTEDİĞİNİZ YERDEN SERİNLETEN
Wi-Fi'LI KLİMALAR VAR!**

VESTEL KLİMALAR
2.249
TL'den
BAŞLAYAN
FİYATLARLA

**10 YIL
GARANTİ**



Çözüm Odaklı Yaklaşım: Tasarım Odaklı Düşünme

Tasarım odaklı düşünme (Design Thinking) metodolojisi ile iş hayatında yenilikçi çözümler bulmak mümkün.

İnovasyona farklı bir açıdan yaklaşarak ürün odaklı değil insan odaklı bir strateji benimseyen inovasyon danışmanlık firması ArtBizTech, tasarım odaklı düşünme yaklaşımıyla kurumlara yenilikçi çözümler üretmeleri konusunda destek oluyor.

Yaratıcı yönlerini geliştirip daha inovatif fikirler üretmek isteyen profesyoneller, bu amaçlarını gerçekleştirmek üzere günümüzün hızlı değişen ve rekabetçi iş ortamında yeni ve etkili bir yol arayışı içindeler. Geçmişin ürün odaklı yaklaşımı günümüzde artık kendisine yer bulamıyor. Yalnızca teknolojide değil diğer tüm alanlarda da insan odaklı çözümler ön plana çıkıyor; çözümleri üreten şirketlerin de artık odak noktalarını ürünlerden insanlara kaydırması kaçınılmaz oluyor. İnsanlar artık ürün değil, ürünün sağlayacağı hizmeti satın alıyor.

Tasarım odaklı düşünme (design thinking) metodolojisinin önemi de tam bu noktada ortaya çıkıyor. Tasarım odaklı düşünme, tasarımcıların yaklaşımlarını stratejik, taktiksel ve operasyonel seviyedeki inovasyon ihtiyacına çözümler bulmak amacıyla kullanıyor ve odağına insanı alıyor. Metodoloji, herhangi bir birime ya da gruba özel olmaksızın, problemlerine insan odaklı çözümler bulmak isteyen, yenilikçi ve yaratıcı çözümlere ihtiyacı olan herkes tarafından kullanılabilir.



Endüstriyel Kurumların Dörtte Biri Siber Güvenlik Vakası Yaşıyor

Çalışanların yaptığı hatalar, şirketlerin kendilerini siber tehditlere karşı korumasını zorlaştırmaya devam ediyor. Kaspersky Lab'in ICS Anketine göre, endüstriyel kurumların dörtte biri çalışan hatası veya istenmeyen faaliyetleri nedeniyle son 12 ay içinde en az bir siber güvenlik vakası yaşamış.

Kaspersky Siber Güvenlik Farkındalığı Platformu ile BT yönetim ekibi, çalışanların öğrenim sürecini gerçek zamanlı olarak takip edebiliyor. Çeşitli siber güvenlik farkındalığı profillerine uygun özel çalışmalarla, tüm kullanıcılar eğitime dahil olabiliyor ve gerçekten ihtiyaç duydukları becerileri edinebiliyor. Platform yalnızca bilgi sunmakla kalmıyor aynı zamanda çalışanların yeni davranış biçimleri geliştirmesine de yardımcı oluyor. İnteraktif eğitim ve simülasyonlardan meydana gelen her bir öğrenim çalışması bölümünün ardından kullanıcılara yaptıkları yanlışlıkları öğrenmeleri için bir hata raporu sunuluyor. Katılımcılara sunulan bir diğer avantaj ise eğitimin çok fazla zaman almaması. Katılımcılar ayrıca eğitim programlarını kendi ihtiyaçlarına göre değiştirebiliyor.

Donau Chemie Group, çalışanlarına siber güvenlik eğitimi vermek için Kaspersky Siber Güvenlik Farkındalığı Platformu'nu seçti.

Donau Chemie IT Müdürü Christian Lang, "Kaspersky Siber Güvenlik Farkındalığı Platformu ile, Donau Chemie Group'un tüm çalışanlarının siber güvenlik düzeyini artırmaları için gereken becerileri edineceğinden eminim. Kimlik avı testlerinde yüzde 2'nin altında bir tıklama oranına sahibiz. Şimdi siber güvenlik farkındalığında bir sonraki düzeye geçmek ve çalışanlarımızın becerilerini geliştirmek için daha gelişmiş testler uygulamayı düşünebiliriz." dedi. Kaspersky Lab Güvenlik Eğitim Programları Müdürü Vyacheslav Borilin, "Siber tehditlerin giderek daha karmaşık hale gelmesiyle BT uzmanlarının da siber güvenlikten anlaması bekleniyor. BT ekipleri şirketleri

için ilk savunma hattı olduklarını bilmeli ve iş başında karşılaştıkları her tür siber tehditten kaçınabilmeli. Farklı çalışan gruplarına yönelik özel eğitim programları sunan Kaspersky Lab, güvenilir bir siber güvenlik ortağı. Her şirketin özel taleplerine uyum sağlayabilen ve kolayca ayarlanabilen güvenlik çözümleri sunuyoruz. Sonuçta ise herkes bilgi güvenliği konusunda kendisini güvende hissediyor." diye konuştu.





PICASSO
SU ARITMA
SAĞLIK
GÜVEN
KONFOR



Seçkin Avm & Beyaz Eşya Mağazalarında

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

rosuaritma.com

444 18 22

**ROYAL
GREEN**

“Su Arıtma Cihazları Alanında, Güven Kavramı Çok Önemli”

Royal Green Su Arıtma Sistemleri San. Tic. Ltd. Şti. Firma Sahibi Ümit Atmaca; “Su arıtma cihazları alanında, güven kavramı çok önemli. Markamızı araştırıp bize yöneliyor tüketiciler. Biz de karşılıklı güven adına beyaz eşya mağazasındaki satışlarımızda 15 gün koşulsuz iade şartıyla ürünlerimizin satışını yapıyoruz.” diyor.



Temeli, 2004 yılına dayanan Royal Green Su Arıtma Sistemleri San. Tic. Ltd. Şti, su arıtma sistemleri üzerine uzmanlaşan, bu alanda çalışmalarını sürdüren bir firma. Ürün yelpazesi; evlerde kullanılan su arıtma cihazlarından evlerde ya da firmalarda kullanılan arıtmalı su sebillerine, dairelerin girişlerindeki genel su arıtma sistemlerinden sektör bazlı su arıtma uygulamalarına dek uzanıyor. Su arıtma sistemlerinin montaj ve satış sonrası hizmetlerini de gerçekleştiren firma, farklı

sektörlere yönelik farklı çözümler de üretebiliyor. Yani bir çiftliğin ya da bir demir firmasının farklı niteliklerde suya ihtiyacı olduğunda, bu ihtiyaçlara uygun çözümler sunuyor. Royal Green Su Arıtma Sistemleri San. Tic. Ltd. Şti. Firma Sahibi Ümit Atmaca ile Türkiye’de tüketicilerin içme ve kullanım suyu tüketim alışkanlıkları, tüketicilerin içme suyu konusundaki bilinçlilik düzeyi ile su arıtma sistemleri pazarının konumuyla ilgili görüştük.

Ürün gamınızdan bahseder misiniz?

İthalatını gerçekleştirdiğimiz ürünlerin Türkiye’de montajını yaparak, kendi markamızla cihazlarımızı üretiyoruz. ISO 9001, CE, Water Quality, TSE gibi kalite standart belgelerine sahibiz.

Ürünleriniz nerelerde kullanılıyor?

Kurumsal firmalara ürünlerimizi sunuyoruz; çeşitli havalimanlarında, bankalarda, otellerde, üniversite-lerde, kafe zincirlerinde birçok kurum ve kuruluşta

ürünlerimiz kullanılıyor. E-ticaret üzerinden de tüketicilere ürünlerimizi ulaştırıyoruz. Ayrıca, beyaz eşya ve küçük ev aletlerinin satıldığı birçok mağazada da ürünlerimiz tüketicilerle buluşuyor.

Satış sonrası hizmet veriyor musunuz?

Ürün yelpazemizin tamamı, satış sonrası hizmeti kaplıyor. İstanbul'da kendi ekibimizle, Türkiye genelinde de hizmet satın aldığımız servisler aracılığıyla, satış sonrası hizmet veriyoruz. 77 kent içerisinde, birçoğu birden fazla olmak üzere servisimiz bulunuyor. Bu cihazların yedek filtreleri ve yedek parçalarını da temin ediyoruz. Aynı zamanda, Belçika, Azerbaycan ve Kıbrıs'ta servis noktalarımız var.

Su arıtma cihazlarında satış sonrası hizmetin önemi nedir?

Bütün müşterilerin ürün ve satış bilgilerini kaydediyoruz. Belirli periyodlarla ürünün filtre bakımlarının da yapılması gerektiği için, satış sonrası hizmet yeterlilikle ilgili takiplerimizi yapıyoruz. Filtre değişim zamanlarında, müşterilerimizi arayarak kendilerini bilgilendiriyoruz. Ayrıca, ürünlerin belirli sürelerde bakımlarının yapılması gerekiyor. Hem tüzel hem bireysel müşterilerimize yönelik aynı sorumlulukla hareket ediyoruz. Bu şekilde, müşteri memnuniyetini de sağlıyoruz. Müşterilerimizden de gönüllü satıcılar ortaya çıkabiliyor.

İnternet siteniz etkin mi?

İnternet sitemizde, ürünlerimizin tüm özellikleri bulunuyor. Ürünün ölçüleri, nereye monte edileceğine ilişkin temsili fotoğrafları, kullanıcının kendisinin montajı yapmayı tercih etmesi durumunda, ürün montajı videoları bulunuyor. "En Çok Sorulan Sorular" gibi tüketicilerin tüm merak ettiği soruların cevapları da yine video formatında web sitemizde bulunuyor. İnsanlar bilgi alıyorlar. Sitemiz, internet alışverişlerine uygun olarak çok güvenli bir sisteme sahip. Bizim en büyük alanımız web sitemiz. Ayrıca, çağrı merkezimizle de hizmet vermekteyiz.

Türkiye'de tüketici nezdinde su arıtma cihazlarına yaklaşım nasıl?

Su arıtma cihazları alanında, güven kavramı çok önemli. Markamızı araştırıp, bize yöneliyor tüketiciler. Biz de karşılıklı güven adına, beyaz eşya mağazalarında, "15 Gün Koşulsuz İade Şartıyla" ürünlerimizin satışını yapıyoruz. Web sitemizden yapılan satışlarımızda ise Türkiye'nin neresinde olursa olsun, ürünü gönderiyoruz, montajını yaptırıyoruz. Tüketiciler önce ürünü kullanıyor. Onaylamaları durumunda ürünümüzün ücretini alıyorlar. Biz, tamamen sorgulayan müşteriye ürün satıyoruz. Sorgulamayanlar, zaten daha uygun fiyatlarda kendileri başka internet sitelerinden cihaz alabiliyorlar.

Türkiye'de tüketicilerde su arıtma sistemlerine karşı var olan ön yargıyı ortadan kaldırmak için nasıl bir yöntem izliyorsunuz?

Biz, Türkiye'de tüketicilerde su arıtma sistemlerine yönelik var olan ön yargıyı, icraatlarımızla kırmaya çalışıyoruz. Tüketicilerimize, TÜBİTAK'tan aldığımız "Su Analiz Raporu"muz gösteriyoruz. Cihazımızın



tüm parçaları, Amerika'da NSF Dünya Gıda Hijyen Örgütü tarafından onaylı. Kalite belgeleri ile hareket ediyoruz, kullanıcılar NSF'in sitesinden cihaz parçalarının kalite onaylarını kontrol edebiliyorlar. Özellikle filtrelerimiz bulunuyor. Bu filtrelerimiz suyu alkalize ediyor. PH değerini yükseltiyor. Mineral değerini artırıyor. Amerika'dan FDA belgesi var. Güvene dayalı olarak, her gün büyüyor su arıtma cihazı pazarı.

Başka ülkelerdeki su arıtma cihazı pazarlarında durum nedir, bahseder misiniz?

Su arıtma cihazı teknolojisini icat eden ülke Amerika. su arıtma cihazı teknolojisi Amerika'dan çıkıyor. Bugün, Amerika'da evinde su arıtma cihazı olmayan yok. Almanya'da yeni yeni gelişiyor. Çin ve Tayvan gibi Uzak Doğu ülkelerinde de su arıtma cihazı pazarı

güçlü. Gelişmekte olan ülkeler ve Orta Doğu'da su arıtma cihazları yaygın olarak kullanılıyor. Dünyada su arıtma pazarları gelişiyor.

Küçük ev aletleri sektörü pazarı kapsamında, su arıtma sektörünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Gelişime çok açık bir sektör... Bugün, Türkiye'de su arıtma cihazı üzerine çalışan kişi sayısı yaklaşık 3 bindir fakat, merdiven altı üretim çok fazla. Su arıtma cihazı üzerine uzmanlaşan, bu sektöre yeteri kadar önem veren firmalar çok fazla yok Türkiye'de. Pazarın yüzde 5'lik profesyonel kısmı, pazarın yüzde 95'ine hakim. Su arıtma cihazları sektöründe kalite ve standartlar kapsamında yeni normlar ve denetimler gelmeli. Bu alanda, daha hassas denetlemeler olmalı. Yalnızca, vergi levhası ile su arıtma cihazı satışı yapılmamalı.

“Makineleşemeyen Ülkeler Dışa Bağımlı Kalmak Zorundadırlar”

Takım Tezgahları Sanayici ve İşadamları Derneği (TİAD) Başkanı Hakan Aydoğdu; “Üretimi güçlü ülkeler ekonomik olarak güçlü ülkelerdir ve ekonomik dalgalanmalardan az etkilenir. Bir yerden başlamak gerekli. Hükümetin verdiği teşvikler, özellikle, makine-teçhizat teşviği çok önemli. Zira makineleşemeyen ülkeler dışa bağımlı kalmak zorundadırlar. Uzun vadede çok olumlu sonuçlar vereceğine inanıyoruz.” diye konuştu.



Cumhurbaşkanlığı Kabinesi’nin açıkladığı ‘100 günlük Eylem Planı’ çerçevesinde KOBİ’lerin üretim gücünü artırmak adına bir dizi proje yer alıyor. Yerli üretim için teknoloji ve imalat sektörlerinin ön plana çıkarıldığı icraat planında, makine ve teçhizat destek programı da bulunuyor. Bu kapsamda yaklaşık 1.000 işletmeye 100 milyon liraya kadar makine-teçhizat desteği verilmesi planlanıyor. Ancak verilen bu teşviklerin faydalı olabilmesi için KOBİ’ye zamanında ulaşması gerekiyor. Takım Tezgahları Sanayici ve İşadamları Derneği (TİAD) Başkanı Hakan Aydoğdu, Başkan Recep Tayyip Erdoğan tarafından açıklanan ‘100 günlük icraat programı’ kapsamında makine ve teçhizat kullanımına ayrı bir bölüm ayrılmasının memnuniyet verici olduğunu söyledi.

Üretim ekonomisi şart

Türkiye’nin ekonomik krizlere daha dirençli olabilmesi için üretim gücünün artırılması gerektiğini söyleyen Hakan Aydoğdu; “Üretimi güçlü ülkeler ekonomik olarak güçlü ülkelerdir ve ekonomik dalgalanmalardan az etkilenir. Bir yerden başlamak gerekli. Hükümetin verdiği teşvikler, özellikle, makine-teçhizat teşviği çok önemli. Zira makineleşemeyen ülkeler dışa bağımlı kalmak zorundadırlar. Uzun vadede çok olumlu sonuçlar vereceğine inanıyoruz.” diye konuştu.

Uzun bekleme süresi sorun oluyor

Geçmişte verilen teşvik programlarında bazı sıkıntılar yaşandığını ifade eden Aydoğdu “Bu İcraat Programında bunların yaşanmamasını temenni ediyoruz. Yaşanan en büyük sıkıntı; proje yazıldıktan sonra, yetkili mercilerce tarafından bunun çok uzun süre incelenmesi ve sonuçlanmasıydı. Bu esnada ekonomide oluşan negatif durumlar karşısında firmaların projeleri kabul edilmiş olsa bile dövizdeki artış sebebi ile firmaların çoğu bu projeleri yapmaktan vazgeçti. Bir projeyi sunup aylar sonra teşvik çıkması şirketlerin dengelerini bozdu. Böylece o teşvikte bir işe yaramadı. Teşviklerde yaşanan bürokrasi süreci, şirketleri zor durumda bıraktı” dedi.

Dövizdeki artışa ek bütçe çözümü

Yapılacak teknolojik yatırımların yüzde 65’inin ithal ürünlerden, yüzde 35’inin de yerli ürünlerden tedarik edildiğini belirten Aydoğdu “Dolayısıyla hem ithal hem yerli makine üreticisi teşvik kapsamında TL olarak 6 ay veya 1 sene boyunca sabit fiyat veremiyor. Makine yatırım teşviklerinde işlem uzayacaksa reel fiyatlamalar göz önüne alınmalı ya da dövizdeki artış proje sonunda ek bütçe ile tamamlanabilir olmalı ki bu yatırımlar gerçekçi olabilsin.” açıklamasını yaptı.

E-ihracatın 7 Altın Kuralı

230’dan fazla ülkeye yönelik e-ihracat çözümleri sunan B2CDirect’in CEO’su Yusuf İbili, e-ihracatta 7 altın kural bulunduğunu ama lojistik konusunun en kilit noktada durduğunu belirtiyor.

Gelişen ve yaygınlaşan internet altyapısı hizmetlerinin büyümesiyle ve tüketicilerin sınır ötesi e-ticarete giderek daha fazla yönelmesi neticesinde, e-ihracat günümüzde müşteri potansiyelini artırmak isteyen firmalar için yadsınmaz bir alternatif haline geldi. Diğer yandan e-ihracat her ölçekteki firma için pazar çeşitliliği de sağlıyor. Üstelik bireysel girişimcilerin için de daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşmak anlamında faydaları bulunuyor.

E-ihracat yapmak isteyenlerin başarılı olabilmeleri için dikkat etmeleri gereken bazı hususlar bulunduğunu söyleyen Türkiye’nin e-ihracat uzmanı B2CDirect’in CEO’su Yusuf İbili, “E-ihracat yalnızca bir ürün kargolama süreci değil, bunun çok daha ötesi... E-ihracatın nasıl yapılması gerektiğini gerçek anlamda bilmeyen şirketler ve bireyler hem pazar, hem zaman, hem de müşteri kaybediyorlar,” diyerek bu konuda 7 altın kural olduğuna dikkat çekiyor. Yusuf İbili e-ihracatın altın kurallarını şöyle sıralıyor:

- 1- E-ihracata verimli başlamak için detaylı fizibilite şart
- 2- İç pazardaki başarıya göre hareket edin, dışarıda yönünüzü doğru tespit edin
- 3- Satış yapacağınız her ülkenin pazarını iyi tanıyın, böylece kalıcı olun.
- 4- Teslimat sürelerinde gerçekçi olun ki, müşteri kaybetmeyin.
- 5- Müşterinizle aynı dili konuşun, daha çok müşteri kazanın
- 6- Fiyat deyip geçmeyin; ayrıntılı düşünerek ve yerelleşerek başarıya koşun
- 7- Lojistik her şeydir. Bunu unutmayın...



Çepeçevre Soğutma Teknolojisi

İster
buzdolabı



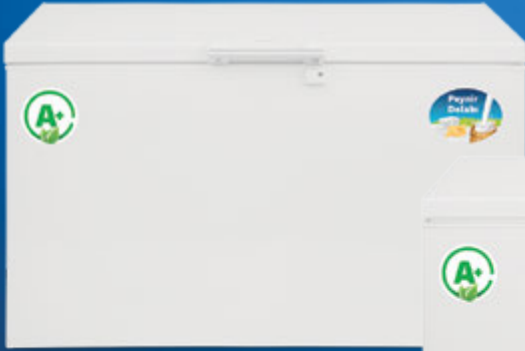
İster derin
dondurucu

Soğutucu 2+1 arada Dondurucu

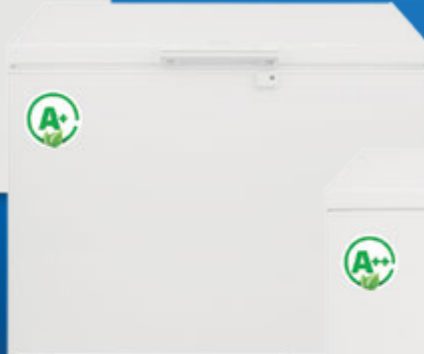


FS 7303 NF A+ INX
7 Çekmeceli No-Frost
Dikey Derin Dondurucu

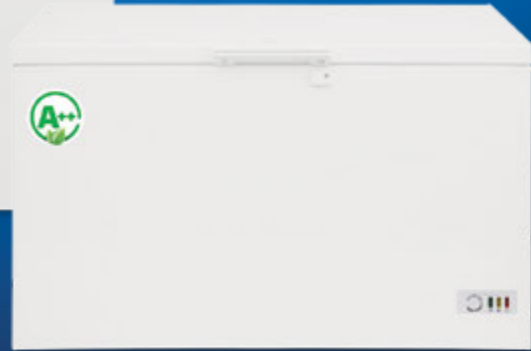
FS8407 ENF A+ D
8 Çekmece No-Frost
Dual Mode Dikey Derin Dondurucu



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

Ali Y. Koç, İngiliz Sanayi Konfederasyonu'nda Türkiye'yi Temsil Edecek

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, dünyanın en etkili iş örgütleri arasında gösterilen İngiliz Sanayi Konfederasyonu'nda (Confederation of British Industry-CBI) Türkiye'yi temsil edecek.



Bünyesindeki 140 ticaret kuruluşu ve 190 bin işletmede sağladığı 7 milyon istihdamla Birleşik Krallık'ın özel sektörü buluşturan en etkili iş örgütü olarak bilinen İngiliz Sanayi Konfederasyonu'nda (CBI) ülkemizi Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç temsil edecek. Ali Y. Koç, İngiliz Sanayi Konfederasyonu'nda yeni kurulan Uluslararası Ticaret ve Yatırım Konseyi'nden gelen davet üzerine birliğe katıldı. İngiliz hükümetiyle birlikte ticaret ve yatırım üzerine yeni politikalar geliştirerek dünya genelinde ilişkileri güçlendirmeyi hedefleyen Konsey, çeşitli bölge ve sektörlerde yer alan farklı ölçeklerdeki İngiliz şirketlerinden ve önemli yabancı yatırımcılar arasından oluşan 25 üst düzey yöneticiyi bir araya getiriyor. Airbus'ın Kıdemli Başkan Yardımcısı Katherineine Bennett'in başkanlığı edeceği Konsey, yılda iki defa bir araya gelecek.

Ali Y. Koç: “Bu platformda ülkemizi temsil edecek olmaktan ötürü gurur duyuyorum.”

Dünyanın en etkili iş örgütleri arasında gösterilen İngiliz Sanayi Konfederasyonu'nda yer almaktan mutluluk duyduğunu belirten Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, Birleşik Krallık'ın ülkemizin en önemli ticari ortaklarından biri oldu-

ğuna dikkat çekerken, “Bu platformda ülkemizi temsil edecek olmaktan ötürü gurur duyuyorum. Türkiye'nin en büyük ikinci ihracat pazarı olan İngiltere, ülkemizin dış ticaretinde fazla verdiği ve ihracatını devamlı artırdığı ender ülkeler arasında yer alıyor. Ayrıca ülkemizde, 3 binden fazla İngiliz şirketi faaliyet gösteriyor. 2018'in ilk çeyreğinde toplam ticaret hacmimiz İngiltere ile 5 milyar dolar seviyesini yakalamış durumda. Konsey'in yürüteceği çalışmalarla da hem ticari ilişkilerimizin daha da güçleneceğine, hem de yeni fırsatlar yakalayabileceğimize inanıyorum” dedi.

Carolyn Fairbairn: “Konsey, Avrupa'da büyüme fırsatlarından daha fazla şirketin faydalanmasını teşvik edecek.”

CBI CEO'su Carolyn Fairbairn ise “Birleşik Krallık ile uluslararası dostları ve partnerleri arasındaki ticaret; ülke ve hatta dünya genelinde yeni işler yaratma, üretkenliği ve refahı artırmanın temelidir. CBI bünyesinde Ticaret ve Yatırım Konseyi kurulması, Birleşik Krallık'ın ihracat performansını ve uluslararası piyasalarda Britanya yatırımlarını geliştirecektir. Avrupa'da büyüme fırsatlarından daha fazla şirketin faydalanmasını teşvik edecektir” dedi.

Dijital Pazarlamada KOÇ ve WPP Güç Birliği: “Ingage”

WPP ile Koç Topluluğu Şirketleri'nden Zer'in dijital pazarlama sektöründeki tecrübelerini birleştiren “Ingage”, strateji odaklı hizmetleri ile dijital pazarlama alanında iddialı bir oyuncu olacak.

Kuruluşundan bu yana Koç Topluluğu şirketleri adına medya satın alma ve pazarlama faaliyetlerinde bulunan Zer ile Türkiye'de ve dünyada pazarlama iletişiminin lider oyuncusu WPP, dijital pazarlama alanında deneyim ve uzmanlıklarını birleştirdi. Koç Topluluğu ile WPP'nin eşit ortaklığında kurulan “Ingage”, dijital pazarlama alanında strateji odaklı hizmet verecek. Ingage, ülkemizde liderliği hedeflerken, bölgesel anlamda da büyümeye odaklanacak.

Bugüne kadar Zer bünyesinde strateji odaklı uzmanlık ve teknoloji kullanımı ile hızla büyüyen dijital pazarlama hizmetleri Ingage ile bir adım öteye taşınacak. Ingage, WPP'nin dünyadaki lider ve uzman yetkinliklerini kullanarak, dijital pazarlamanın hizmet alanlarını genişletmeyi ve yeni müşteriler kazanarak bölgesel fırsatları değerlendirmeyi de hedefleyecek.

“Portföyümüzü bu yeni ortaklık ile güçlendirerek, artırmayı hedefliyoruz”

Zer Genel Müdürü Aykut Özuner, yaptığı açıklamada Ingage'in dijital alanda büyümeyi ve müşterilerine farklı çözümler sunmayı hedeflediğini belirtti. Aykut Özuner, şunları söyledi; “Koç Topluluğu olarak, Zer ile dijital pazarlama hizmeti verdiğimiz mevcut müşteriler portföyümüzü bu yeni ortaklık ile güçlendirerek, artırmayı hedefliyoruz. Ingage, sahip olduğu sektörel uzmanlığı ile perakende, dayanıklı tüketim, otomotiv, finans, yerel iletişim ve e-ticaret alanlarındaki deneyimlerini derinleştirmeye devam edecek.” Yaratılacak en büyük farkın özellikle sunulacak hizmetlerin çeşitliliği ile sağlanacağını altını çizen Özuner, Ingage ile Türkiye 'de dijital pazarlama disiplinin gelişmesine de sektörel bir katkı sağlayacaklarını söyledi.

WPP adına görüşlerini aktaran Türkiye Ülke Müdürü

Demet İkiler ise; “WPP, Türkiye'deki yatırımlarına hız kesmeden devam ediyor. Bugüne kadar gerçekleştirdiği başarılı çalışmalar ile dijital pazarlama alanında önemli bir oyuncu olarak adından söz ettiren Zer'in yerel piyasadaki gücü ile WPP'nin küresel deneyimlerini bir araya getirdik.” diye konuştu.



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

Arçelik Derin Dondurucularda Yaz Fırsatı

Arçelik, teknolojik üstünlüğü ile yiyecekleri uzun süre taze tutan ürünlerini yaz fırsatı ile sunuyor.



Arçelik, şık tasarımlarını yaratıcı çözümlerle buluşturmaya devam ediyor. Tüm ihtiyaçlarınıza karşılık veren Arçelik, teknolojik üstünlüğü ile yiyecekleri uzun süre taze tutan ürünlerini yaz fırsatı ile sunuyor.

Dondurucuya ihtiyaç duyduğunuzda tek tuşa basarak derin dondurucu, soğutucuya ihtiyaç duyduğunuzda ise yine tek tuşla soğutucuya dönüşen derin dondurucular, Arçelik mağazalarında tüketicilerin beğenisine sunuluyor.

Arçelik 2071 DY joker özellikli dikey derin dondurucu, 290 litrelik iç hacmi, 5 çekmece ve 2 kapaklı bölmesiyle geniş bir kullanım alanı sunuyor. Daha verimli ve dengeli soğutma konusunda uzman olan

“No Frost” dondurucu, A+ enerji sınıfında bulunuyor ve dokunmatik ekranı sayesinde kolay kullanım imkânına sahip.

Arçelik 2181 DY derin dondurucu ise 312 litrelik hacmi ve 8 çekmecesini ile daha büyük ihtiyaçlara karşılık verebiliyor. Üstten kapaklı joker özellikli, 215 litrelik 2215 Joker A+ ve 102 litrelik 2020 NY ise yiyecek saklama çekmeceleri ve dondurucu bölme seperatörleri ile dikkat çekiyor. A+ enerji sınıfında yer alan ürünlerin ayarlanabilir termostatları bulunuyor.



Arçelik'in Akıllı Fabrikasına Avrupa Yatırım Bankası'ndan Destek

Arçelik, Romanya'daki iştiraki Arctic çatısı altında inşa edilen çamaşır makinesi fabrikası için Avrupa Yatırım Bankası'yla (AYB) 68 milyon Euro'luk kredi anlaşması imzaladı.



Arçelik, global büyümesini hızlandırma ve rekabet gücünü artırma hedefiyle yaptığı yatırımlar kapsamında önemli bir anlaşmaya imza attı. Şirket, Romanya'daki iştiraki Arctic çatısı altında inşa edilen çamaşır makinesi fabrikası için Avrupa Birliği'nin finans kurumu Avrupa Yatırım Bankası (AYB) ile 68 milyon Euro'luk kredi anlaşmasına vardı. Kredi, Avrupa İçin Yatırım Planı kapsamında Avrupa Stratejik Yatırımlar Fonu'ndan sağlanacak.

Arçelik'in Endüstri 4.0 standartlarında üretim yapacak ilk akıllı fabrikası olacak tesis, Avrupa'nın da

önemli bir beyaz eşya üretim merkezi olacak. Fabrikada Nesnelerin İnterneti'nden robotik teknolojisine, birbiriyle bağlantılı cihazlardan gelişmiş otomasyon sistemlerine kadar birçok akıllı teknoloji kullanılacak.

"Arçelik'in finansal gücüne duyulan güvenin bir göstergesi"

Arçelik Finansman ve Mali İşlerden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Polat Şen, "Şirketimiz, global büyümesini destekleyen yatırımlarını emin adımlarla sürdürüyor. Romanya'da Endüstri 4.0 prensiplerine uyumlu olarak kurduğumuz yeni fabrika Avrupa'nın

önemli bir beyaz eşya üretim merkezi haline gelecek. Avrupa Birliği'nin büyümesini hedefleyen Avrupa Yatırım Bankası'nın sağladığı bu önemli finansman desteği, Arçelik'in global büyüme hikayesine ve finansal gücüne duyulan güvenin de bir göstergesi. Yeni üretim tesisimiz sayesinde bölge başka yabancı yatırımlar için de cazibe merkezi haline gelecek" dedi.

Arçelik, 2017 yılında inşasına başladığı fabrikaya toplamda 135 milyon Euro yatırım yapmayı planlıyor. Romanya'nın Dambovit kentindeki Ulmi bölgesinde inşa edilen fabrikada yılda 2.2 milyon adet çamaşır makinesi üretilecek. Toplamda 1400 kişiye istihdam sağlayacak fabrikanın 2019 yılında açılması planlanıyor.

Arçelik'in Romanya'daki mevcut fabrikası 3000 kişiye istihdam sağlıyor. Kıta Avrupası'nın en büyük buzdolabı ve soğutucu üretim tesisi konumunda bulunuyor. Arctic, Romanya beyaz eşya pazarında açık ara liderliğini sürdürürken, şirketin üretiminin yüzde 85'i, ağırlıklı Avrupa ülkeleri olmak üzere 80'den fazla ülkeye ihraç ediliyor.

17 AĞUSTOS'U ASLA UNUTMAYACAĞIZ.

O GÜN GELECEĞİ DE KURTARDIK

Bülent ve Elif'i enkazdan kurtardığımızda yirmi bir yaşındaydılar. Yıllar sonra, AKUT gönüllüsüken tanışıp evlenerek geleceğe bir can kattılar.

Onlar, umudumuz olmaya devam ediyor.



**GÜNÜ DEĞİL GELECEĞİ KURTARMAK İÇİN
SEN DE AKUT'A DESTEK OL!**

#AKUTHayatKurtarir



Gelecek 17 Ağustos'lar için şimdiden önlem al,
karekodu okutarak bağış yap ya da
"AKUT" yaz, 2930'a gönder,
bir can da sen kurtar!

SEARCH & RESCUE ASSOCIATION
AKUT
ARAMA KURTARMA
DERNEĞİ

Her bir SMS için bağış bedeli 10 TL'dir. Gönderilen her kısa mesaj, 1 standart SMS olarak ücretlendirilir.
Bu kampanya, tüm GSM operatörleri için geçerlidir.

akut.org.tr

[AKUT_Dernegi](#)

[AKUT](#)

[AKUTDerneği](#)

[akut](#)

AKUT
22. Yıl



Hotpoint ve Jamie Oliver'dan “Unutulmuş Gıdalara Taze Fikirler”

Hotpoint ve Jamie Oliver, küresel bir sorun olan gıda israfına yönelik farkındalığı artırmayı hedefleyen yeni “Unutulmuş Gıdalara Taze Fikirler” kampanyasını duyurdu.



“Unutulmuş Gıdalara Taze Fikirler” kampanyası ile Hotpoint ve Jamie Oliver, bireylerin ve toplumların gıda israfını azaltmada nasıl etkin bir rol oynayabileceğine ışık tutmak için çalışacak.

“Taze Fikirler”, Akıllı Teknoloji ve Akıllı Alışkanlıklar Demek

Hotpoint ve Jamie Oliver, evlerde gerçekleşen gıda israfına yönelik işbirliklerini ilk olarak Nisan

2018'deki EuroCucina'da duyurdu. Bu etkinlikte Hotpoint standındaki yenilikçi ev aletleri ve etkileşimli faaliyetlerle katılımcılara, günlük yaşantıların gıda tercihleri konusunda daha bilinçli bir yaklaşım belirlemeyi aşılayan “Gıdaya Özen Gösterme Kültürü” vizyonu tanıtıldı. Yeni kampanyayla Hotpoint ve Jamie Oliver gıda israfı farkındalığını artırmak için işbirliklerini sürdürüyor ve tüketicilere satın alma sürecinden başlayarak hazırlamaya, saklamaya ve geri

dönüşüme dek günlük gıda serüvenlerinde “kenarda unutilan” gıdaların küçük değişikliklerle nasıl lezzetli yemeklere dönüşebileceğini gösteriyor. Teknolojinin daha akıllıca kullanılması da artan gıdalarla yemek yapmayı kolaylaştırabiliyor.

Pazarlama Direktörü Aylin Alpay, “Tüketiciler gıda israfını engelleyecek veya azaltacak ürünler arayışında ve işte bu da Hotpoint'in temel bir rol üstlendiği alan. Jamie Oliver ile güçlerimizi birleştirerek bu soruna odaklanmak ve gıda serüvenimizin her adımında daha duyarlı ve yaratıcı hale gelmenin gıda israfını nasıl azaltabileceğini göstermek istiyoruz. Yaşamın her anında onlara eşlik eden ürünler ve elde kalan, artan gıdalara yeni bir soluk kazandıracak doğru teknolojiler ile tüketicileri desteklemeyi hedefliyoruz. Biliyoruz ki inovasyon, gıda israfının azaltılmasında kilit rol oynayabilir,” dedi.

Kampanyanın elçisi olarak yorumda bulunan Jamie Oliver, “Gıda israfı hepimizin karşılaştığı gündelik bir sorun ve çöpe attığımız gıdaların büyük bir kısmını çoğu zaman küçük bir bilgi ile lezzetli şeylere dönüştürebileceğimizin farkında olmuyoruz. Halbuki bunu yapmamız yalnızca çevreyi değil aynı zamanda bütçemizi de olumlu etkiler.”

Toplum, Tasarım ve İnovasyon: Televizyonun 80. Yılı Kutlanıyor

Philips TV, ilk televizyonun görücüye çıktığı günden itibaren 80. yılını kutluyor

Philips & Co., 1899 yılında Eindhoven, Hollanda'da kuruldu. Elektrikli ampul ve röntgenin geliştirilmesiyle elde ettiği başarının ardından, radyo ve televizyon alanındaki denemelerinin ilk adımını attı. 1938 yılında televizyon devrimi başladı. TV kullanıcıları; siyah beyazdan renkliye, küçük kare ekrandan geniş ekrana ve sadece birkaç butondan sınırsız bağlantıya uzanan teknolojiyi evlerine soktular.

Televizyonlar, tarihte yeni bir sayfa açarak binlerce kişinin evlerinden izlediği Ay'da yürüyüş gibi efsanevi anlara tanıklık etmelerini sağladığından, aileler artık dünyayı değiştiren olayları yakalama fırsatı buldu. Zaman geçtikçe ve dünya savaşlarının yarattığı anılar kabus haline geldiğinde, Philips tarafından 1960'ların başında söz verildiği üzere televizyon “görüntü ve sesin gerçekliğini” sunmayı hedefledi.

Yıllar geçtikçe ekranlar genişledi, boyutlar küçüldü. Taşınabilir televizyon artık bir hayal olmaktan çıktı. Teknoloji, oturma odalarının dışına taşındı. 1980'lerde televizyon artık lüks bir nesne olmaktan çıktı ve



Philips, 1984 yılında 100 milyonuncu televizyonu ürettiğini duyurdu.

1990'larda televizyonun görünümü tamamen değişti ve katot ışınlu tüple birlikte Philips ilk düz ekran televizyonunu 1997'de görücüye çıkardı. Sonunda televizyon artık sadece bir performans nesnesi olmaktan çıkarak görünümüne ve tasarımına odaklanma dönemi başladı. Televizyon artık sadece işlevsel bir makine değildi. Şıklığın, tasarımın göstergesiydi. Peki bugün “televizyon” denince...

Bugün televizyonlar, evlere ve oturma odalarına bir karakter vererek alanları değiştirebiliyor. 2018 yılında



yeni Philips OLED 973 ve 7503 benzeri ürünler, müşterilere anahtar kelimelerin “şıklık”, “tarz”, “incecik” ve “sürdürülebilirlik” olduğu çok daha minimal bir tasarım sunuyor.

Televizyonlar “akıllandı”

Artık tasarım ve tarz, teknoloji ve inovasyonla işbirliği içerisinde. Philips, 2009 yılında bugün kullandığımız Akıllı TV fenomeninin ve HD online yayının zeminin hazırlayan internete bağlı televizyonu tanıttı. Modern televizyonlardan beklenen talepleri doğru çözümlerle yerine getirmeyi hedefleyen Philips; 2018 yılında yeni görüntü işlemcisi P5 Perfect Picture Engine'yi tanıttı.

Bosch ve Daimler, Otonom Sürüş için İş Birliği Yapıyor

Daimler'in genel araç ve mobilite uzmanlığı ile dünyanın en büyük tedarikçilerinden biri olan Bosch'un sistem ve donanım uzmanlığını birleştiren otonom ve sürücüsüz sürüş projesi hız kazandı.

Bosch ve Daimler, şehir içi ortamlarda tamamen otonom ve sürücüsüz sürüş konusunda, Nisan 2017'den bu yana devam ettirdikleri iş birliğiyle şehirlerde trafik akışını iyileştirmeyi, yollarda emniyeti artırmayı ve trafiğin gelecekteki durumu için önemli bir yapı taşı sağlamayı hedefliyor.

Bu amaçla yollara çıkacak ilk test filosu için pilot bölge olarak Kaliforniya'yı seçen iki şirket, 2019 yılının ikinci yarısında müşterilerine, bu şehirdeki seçili güzergahlarda otonom araçlarla servis aracı hizmeti verecek. Daimler Mobility Services'in, bu test filosunun ve uygulama tabanlı mobilite servisinin operatörü olması öngörülmüyor. Pilot proje, mobilitenin geleceğini şekillendirmek üzere araç paylaşımı (car2go), araç kiralama (mytaxi) ve çok modlu taşımacılık (moovel) gibi mobilite servislerinin birbirlerine akıllı bir şekilde nasıl bağlanabileceğini gösterecek. Buna ek olarak Bosch ve Daimler, Amerikalı teknoloji şirketi Nvidia'nın, kontrol ünitesi ağının bir parçası olarak projenin yapay zeka platformu sağlayıcısı olmasına karar verdi.

Bosch ve Daimler aynı felsefeyi paylaşıyor
Tamamen otonom ve sürücüsüz araçlara yönelik bir

sürüş sisteminin ortaklaşa geliştirilebilmesi için iki iş ortağı şirket, pazara olgun ve emniyetli inovasyonlar sunmak üzere onlarca yıldır sahip oldukları otomotiv uzmanlığına güveniyor.

Daimler AG Otonom Sürüş Başkanı Dr. Michale Hafner, "Emniyet bizim en büyük önceliğimiz ve seri üretime başlamadan önce geliştirmeye en çok odaklandığımız nokta. Hızlı olmaktansa özenli olmak bizim için daha önemli" dedi.

Robert Bosch GmbH Otonom Sürüş İş Birimi Kıdemli Başkan Yardımcısı Dr. Stephan Hönl de "Otonom sürüşün seri üretime hazır bir seviyeye getirilmesi, tıpkı bir dekatlon benziyor. Bir veya iki alanda iyi olmak



yetmiyor. Şirketlerin yanında tüm alanlarda toplumun da uzmanlaşması gerekiyor. Ancak bu şekilde yollara ve şehre otonom sürüşü emniyetli bir şekilde getirme konusunda başarılı oluruz" diye konuştu.

"Bosch Sağlıklı Yaşam Etkinlikleri" Swissôtel The Bosphorus'da

Bosch, sağlıklı beslenmeye öncelik verenlere sunduğu sağlıklı beslenmeyi kolaylaştıran pratik kullanımlı yeni ürünleri SilentMixx ve Mixx2Go solo blenderları ve Yavaş/Soğuk Sıkım Meyve Sıkacağı VitaExtract ile hazırlanan sağlıklı ikramlıklarıyla bir dizi etkinlikte yer alıyor.

Bosch Ev Aletleri, yaz aylarında sağlıklı beslenmeye özen gösterenlerin hayatını kolaylaştıran pratik ürünleriyle desteklediği "Bosch Sağlıklı Yaşam Etkinlikleri"ni başlattı.

Bosch, sağlıklı, pratik ve lezzetli karışımlar hazırlamayı çok daha kolaylaştıran yeni ürünleri MES M731M – VitaExtract Yavaş/Soğuk Sıkım Meyve Sıkacağı, MMB 65G5M – SilentMixx, taşıma şişesi dahil MMB M7G3M – Mixx2Go siyah ve MMB M4G6K – Mixx2Go pembe renkli solo blenderlarıyla katıldığı bir dizi etkinlikte kurduğu stantlarda katılımcılara sağlıklı ikramlar sunuyor.

"Bosch Sağlıklı Yaşam Etkinlikleri"nin ilki, 26 Temmuz'da Swissôtel The Bosphorus, İstanbul içerisindeki Sultan Park'ta düzenlenen Yoga etkinliği oldu. Etkinlik serisi, 15 Ağustos Çarşamba günü saat 19.00'da yine Sultan Park'ta P5 etkinliği ile sürdü. 5 Eylül Çarşamba saat 19.00'da Swiss Living terasında



Meditasyon, 12 Eylül Çarşamba saat 19.00'ta Sultan Park'ta Pilates ve 14-15-16 Eylül'de Swissôtel The Bosphorus, İstanbul tenis kortlarında düzenlenecek Tenis Turnuvası ile devam edecek.

Bosch ayrıca, sağlıklı beslenmeyi kolaylaştıran yeni pratik kullanımlı ürünleriyle yapılan sağlıklı ikramlıkları, 10 Eylül'de Sultan Park'ta yapılacak Açık Hava Sineması etkinliklerinde de katılımcılara sunacak.

Ödeal, Profilo İş Birliği

'Cepte POS' uygulaması ile Türkiye'de ilk kez işletmelere cep telefonları üzerinden tahsilat yapma kolaylığı sağlayan Ödeal; 'Ödeal POS' ve 'Ödeal Yazar Kasa POS' ürünleriyle, istikrarlı büyümesini sürdürüyor.

2014 yılında hayata geçirdiği 'Cepte POS' uygulamasıyla aylık kotalar ve sabit maliyetler nedeniyle POS yatırımı yapmak istemeyen KOBİ'ler, küçük işletmeler ve bireysel girişimcilere can suyu olan Ödeal, sürdürülebilir büyüme yolculuğuna inovatif yaklaşımla devam ediyor.

"Start-up"tan, sektörün güçlü oyunculuğuna uzanan yolculuk...

Konuyla ilgili bir açıklama yapan Ödeal Kurucu Ortağı Fevzi Güngör, bir start-up"tan, sektörün önemli oyuncularından birisi haline geldikleri dört yıllık Ödeal yolculuğunu 3 fazda özetleyerek, şunları söyledi: "Yol-

culuğumuz, 2014 yılı Eylül ayında 'Ödeal Cepte POS' ile başladı. Bu sayede, yalnızca büyük kurumlar değil, küçük esnaf ve kendi hesabına çalışanlar da herhangi bir sabit maliyete katlanmak zorunda olmaksızın kredi kartı ve banka kartından tahsilat yapabilmeye başladılar. Burada çok ciddi bir sıkıntıyı çözdük. İkinci fazda ise, zaman içinde gelen talepler doğrultusunda, Profilo iş birliği ile 'Ödeal POS' adını verdiğimiz, Türkiye'nin masatüstü yazar kasalara bağlanma özelliğine sahip ilk ve tek POS cihazını çıkardık. Üçüncü faza ise bu sene geçtik ve yine Profilo ortaklığıyla 'Ödeal Yazarkasa POS' ürününü piyasaya sürdük." dedi.



Siemens Ev Aletleri ile Şeflerin Hayatına Yolculuk

Siemens Ev Aletleri, gastronomi dünyasının trend yaratan ünlü şeflerin mutfağın ötesindeki ilham veren yaşamlarına konuk olduğu "Chef Talks" söyleşi serisini özel bir etkinlik ile tanıttı.



Siemens Ev Aletleri'nin Tadım Atölyesi iş birliği ile ünlü şeflerin bilinmeyen yaşamlarına konuk olduğu dijital projesi "Siemens Ev Aletleri ile Chef Talks", Ulus 29'da ünlü şeflerin ve özel davetlilerin katılımıyla düzenlenen etkinlikte tanıtıldı. Etkinlikte D.ream Mutfak Direktörü ünlü İtalyan Şef Fabio Brambilla, Oscar töreninde yarattığı lezzetlerle dikkat çeken Spago Restaurant Şefi Cihan Kıpçak ve gastronomi uzmanı Şef İnci Özay Hatipoğlu ile başlayan söyleşi serisinin videoları ilk kez davetliler ile paylaşıldı.

Tadım Atölyesi kurucusu Atakan Aya'nın moderatörlüğünde gerçekleştirilen röportaj serisinde gast-

ronomi dünyasının trend yaratan Türk ve yabancı şefleri, profesyonel yaşamlarının yanı sıra ilgi alanları ve ilham kaynakları hakkında da bilgiler paylaşıyor. Video röportajlarda fonksiyonellikleri ve teknolojileri ile öne çıkan Siemens ürünleri de şeflere günlük yaşamlarında yoğun tempolarında ve keyifli anlarında eşlik ediyor.

Etkinlikte konuşan Siemens Ev Aletleri Pazarlama Müdürü Ayşe Özkaya; "Tüketicilerimizin, marka özümümüzü oluşturan "heyecan verici olasılıklar"ın dünyasını deneyimlemeleri ve ilham almaları için hayat dokunan şeflerle birlikte "Chef Talks" projesini hayata geçirmekten mutluluk duyuyoruz" dedi.

2018'in Ürün Şampiyonları'nda Singer ve Pfaff Altın Listede Yer Aldı

Ürün şampiyonları, ServiceValue GmbH ve Die Welt iş birliğinde Almanya'da gerçekleştirilen bir araştırma ile belli oldu. Singer, 2 bin 246 marka içinden 27'inci, Pfaff ise 52. sıradan listeye girerek altın sıralamanın içinde yer aldı.

Almanya'nın ürün ve marka bazında en saygın araştırmaları arasında yer alan "Ürün Şampiyonları" sıralaması sonuçlandı. ServiceValue GmbH ve Die Welt, müşterilerine ilham veren markaları araştırarak ürün kalitesi, marka kimliği ve fiyatlandırma açısından şampiyon olan markaları seçti. Gerçekleştirilen ankete 179 sektörden 2 bin 246 şirket dahil edilirken 800 binden fazla insan oy kullandı. Dereceye girenler ise "Ürün Fayda Tablosu" (PBS) temelinde incelendi. Değerlendirmeler sonucunda listede 1'den 200'e kadar olan markalar altın sıralamada kabul edildi. Singer, tüm markalar içine 27. sırada, dikiş makineleri

kategorisinde ise 1. sırada yer alarak hem altın sıralamaya girdi hem de rakiplerine büyük bir fark attı. Pfaff markası ise genel sıralamada 52. basamakta, dikiş makineleri kategorisinde de 2. sırada yer alarak altın sıralamaya girdi ve Singer'i takip etti.

Singer Türkiye Genel Müdürü Sinem Kınran Parlak, Almanya'da "Ürün Şampiyonları" listesinde yer almaktan dolayı duydukları memnuniyeti dile getirdi.



Vestel Bayisi And Beyaz Eşya'dan Büyük Başarı

Vestel'in ezber bozan uygulaması V Hepyeni, bayileri de hareketlendirdi. İstanbul bayisi And Beyaz Eşya, 6 ayda 30 müşterisini V Hepyeni aboneliği ile TV ve Venus Z20 sahibi yaptı.

Vestel'in perakende sektöründe ezber bozan uygulaması V Hepyeni, Vestel bayilerine hareketlilik getirdi. Bu yıl başından itibaren uygulanmaya başlanan V Hepyeni aboneliği ile TV alanlar 24 ay, cep telefonu alanlar da 18 ay sonra ürünü yeni modeliyle değiştirebiliyorlar.

Çok yeni bir uygulama olmasına rağmen Vestel'in İstanbul'da 10 yıllık bayisi olan And Beyaz Eşya, 6 ay içinde V Hepyeni aboneliği ile 28 adet LCD TV'nin satışını gerçekleştirdi. And Beyaz Eşya, V Hepyeni'nin Mayıs ayında cep telefonunda da uygulanmasıyla birlikte müşterilerini Venus Z20 sahibi yaptı. And Beyaz

Eşya, 6 ay içinde 30 müşterisini V Hepyeni aboneliği yaparak büyük bir başarıya imza attı.

And Beyaz Eşya'nın sahibi Nedim Soy, "Türkiye'nin teknoloji devi Vestel'in Ocak ayında başlattığı V Hepyeni uygulaması sektörün kurallarını adeta yeniden yazdı. Yılbaşından bu yana 30 müşterimizi V Hepyeni aboneliği ile TV ve cep telefonu sahibi yaptık. Müşterilerimiz V Hepyeni'nin avantajlı dünyasında yer almaktan son derece memnun. Diğer ürün gruplarında da benzer uygulamalar olmasını heyecanla bekliyoruz." dedi.



Vestel Avrupa Çevre Ödülleri'nde Türkiye'yi Temsil Edecek

Vestel, kendi tasarladığı 'atık boya geri kazanım ve kullanım sistemi' ile Avrupa Çevre Ödülleri kapsamında Türkiye'yi temsil edecek.

Vestel, Avrupa Birliği Çevre Ödülleri kapsamında ikinci kez Türkiye'yi temsil edecek. 1990 yılından bu yana 2 yılda bir düzenlenen ödül kapsamında Vestel, 'süreç inovasyonu' kategorisinde üst üste finale kalan ilk ve tek şirket oldu. 2016 yılında da aynı kategoride yarışan Vestel, 'nano krom kaplama' sistemi ile ikincilik ödülüne layık görülmüştü. Bu yıl 14 Kasım'da Viyana'da düzenlenecek törende Vestel, atık boya geri kazanım ve kullanım sistemleri ile finalde Almanya, İngiltere, İspanya, Avusturya, Macaristan'dan rakipleri ile yarışacak.

Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı Turan

Erdoğan, "Avrupa Birliği Çevre Ödülleri gibi şeffaf, tarafsız ve prestijli bir organizasyonda ikinci kez ülkemizi temsil edecek olmaktan büyük gurur duyuyoruz" diye konuştu.

3 patentli atık boya geri kazanım sistemi

Vestel'in geliştirdiği 'Atık Boya Geri Kazanım ve Kullanım Sistemi' sayesinde, işletmede kullanılan atık boya partikülleri geri kazanılıp tekrar kullanıma hazır hale getiriliyor. Vestel, bu sistemdeki tüm kimyasal

formülasyonları ve makineleri tasarladı. 'Atık Boya Geri Kazanım ve Kullanım Sistemi', 3 adet patent alınarak tescillendi.



Vestel'e Plus X Award'dan "En Yenilikçi Marka" Ödülü

Vestel, dünyanın en prestijli teknoloji ve tasarım yarışması Plus X Award'da 6 farklı ürünü ile 18 ödül aldı. Yarışmada tüketici elektroniği kategorisinde en fazla ödülü alan Vestel "En Yenilikçi Marka" seçildi.

Dünyanın en prestijli yarışmalarından biri olan Plus X Award'da, teknoloji dünyasına kattığı yeniliklerin yanı sıra tasarım alanında da dikkatleri üzerine çeken Vestel, 6 ürünü ile 18 ödül sayısına ulaşarak tüketici elektroniği kategorisinde en çok ödüllü alan marka oldu.

İnovatif teknolojilerin ödüllendirildiği ve dünyanın farklı ülkelerinden çok sayıda markanın aday gösterildiği yarışmada; yenilik, tasarım, yüksek kalite, kullanım kolaylığı,

işlevsellik, ergonomi ve ekoloji kriterlerine göre ürünlerinin yenilikçiliğini ön plana çıkaran markalar onurlandırılıyor. Her kategoride en çok ödül sayısına ulaşan markalar Plus X'in en prestijli ve en büyük ödüllü olan 'En Yenilikçi Marka' ödülüne layık görülüyor. 15 yıldır düzenlenen ve her yıl teknoloji, spor ve yaşam alanlarında dünyanın önde gelen markalarının yarıştığı Plus X Award'da şirketlerin inovatif yaklaşımları cesaretlendirilerek gelişimleri ve inovasyon alanında rekabet güçlerini artırmaları destekleniyor.



LG ile Buzdolaplarını Yenileyenlere, Kahve Makinesi Hediye

LG Electronics, başlattığı kampanya kapsamında eski buzdolabını getirenlere, LG InstaView Door-in-Door™ buzdolabı 1000 TL indirimle sunulurken, Arzum Kahve Makinesi de hediye edilecek.

LG Electronics (LG), buzdolaplarını yenilemek isteyenler için çok avantajlı bir değişim kampanyası başlattı. Kampanya kapsamında markası, modeli ne olursa olsun eski buzdolaplarını getirenler, LG GR-X24FTKHL.ASBPLTK veya GC-Q247CSBV.ANSPLTK model InstaView Door-in-Door™ buzdolabını 1000 TL indirimle alabilecek. Kampanyaya katılanlara ayrıca bu indirimle ek olarak Arzum Kahve Makinesi de hediye edilecek.

23 Temmuz-31 Ağustos 2018 tarihleri arasında geçerli olacak kampanya, İstanbul, Bursa, Ankara, İzmir,

Antalya, Adana, Kayseri, Konya, Samsun ve Mersin illerindeki LG Premium Shop, Teknosa ve MediaMarkt mağazalarında geçerli olacak. Diğer illerde indirim ve kahve makinesi hediyesi eski ürün teslim alınmadan yapılacak.

Kampanyadan yararlanmak isteyen kullanıcıların satın aldığı buzdolabının kurulumunu LG yetkili servisine yaptırdıktan sonra 31 Ağustos Cuma gününe kadar www.lgileinstaview.com adresindeki online formu doldurması, forma buzdolabı faturası ve servis belgesinin fotoğraflarını yüklemesi yeterli olacak.



LG Electronics'ten Rekor

LG Electronics için ilk yarıyıl pek çok rekora sahne oldu: En yüksek global ciro ve işletme karı gerçekleşirken ilk kez satışlar 27 Milyar doların üzerine çıktı.

LG Electronics Inc. (LG), 2018'in ikinci çeyreğinde global konsolide satışların 13,9 milyar dolara ve işletme karının da 715,1 milyon dolara ulaştığını açıkladı. İkinci çeyrekteki satışları yüzde 3,2 artarken işletme karı da geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16,1 arttı. Ev aletleri ve iklimlendirme çözümlerinin yanı sıra ev eğlence sistemlerindeki güçlü karlılık araç parçaları ve mobil iletişimdeki işletme zararlarını dengeledi.

2018 ilk yarıyıl satışları ve işletme karı tüm zamanların en yükseği olarak gerçekleşti. Ciro, 2017'nin ilk yarısının yüzde 3,2 üstünde 28 milyar dolar olurken işletme gelirleri de yüzde 18,5'lik artışla 1,7 milyar dolar seviyesine ulaştı. Pazarın durumu, rekabet ve uluslararası ticaret ortamının belirsizliklerine rağmen LG, ikinci yarıyla fiyat rekabeti ve karlı büyümeye odaklanarak giriyor.



Samsung QLED TV ile Burn-in Sorununa Elveda

Testlab'ın TV uzmanları, Samsung QLED TV ekranlarında en ufak bir problemle karşılaşılmadığını bildirdi.

Almanya merkezli ünlü video dergisi Testlab'ın TV uzmanları Samsung QLED TV'yi 72 saatlik stres testinden geçirdi. Uzun süreli kullanımlarda bile Samsung QLED TV ekranlarında en ufak bir problemle karşılaşılmadığını onayladı.

Almanya'nın ünlü teknoloji dergisi Samsung QLED TV'lerinde burn-in (ekran yanması) probleminin yaşanmadığını onayladı. Küresel bir test laboratuvarı olan "connect Testlab" işbirliği ile gerçekleştirilen testin sonuçları 2018 model Samsung QLED TV serisi televizyonların hiçbirinde burn-in (ekran yanması) ve görüntü yapışması sorununun yaşanmadığını ve dolayısıyla QLED TV'lerin halihazırda pazardaki en dayanıklı ekranlarına sahip olduğunu kanıtladı.

Ölçümler Samsung QLED TV'lerin bu ağır test koşullarından olumsuz etkilenmediğini ortaya

koydu. QLED TV'lerin burn-in veya görüntü yapışmasına yol açan kanal logosu gibi görüntü öğelerinden etkilenmiyor.

Samsung QLED TV üstün kaliteyi amaçlayan diğer pek çok modern TV markası arasında öne çıkan bir ürün. Potansiyel görüntü etkilerinin veya kalıcı hasarların görülmediği güçlü görsel yetenekleri garanti ediyor.

Test uzmanları; "Hayalet görüntülere karşı hassas olan ve yılları bulan kullanım ömrü süresince bu tür bir riskleri almak istemeyen herkes Samsung QLED veya LCD ile kendisini güvende hissedecek." diyor.



ŞENOCAK'tan A++ Dual Derin Dondurucu

ŞENOCAK, A+, A+ Dual ve A++ derin dondurucular portföyünü A++ Dual derin dondurucuyu ekledi.

1915 yılından beri derin dondurucu ve ticari tip soğutucu dolap sektörünün en önemli firmalarından biri olan ŞENOCAK, ürünlerine yenilerini eklemeye devam ediyor.

Ticari soğutucu ile ilgili Avrupa'nın en büyük entegre tesisi olan Manisa'daki fabrikasında üretimini yaparak en uygun fiyatlarla tüketicilerin beğenisine sunan ŞENOCAK, A+, A+ Dual ve A++ derin donduruculara şimdi de A++ Dual derin dondurucuları dahil etti.

A++ enerji seviyesi ile oldukça ekonomik bir kullanım sağlayan ürün Dual özelliği ile istenildiğinde soğutucu, istenildiğinde ise derin dondurucu olarak kullanılabilir.

150 lt den 500 lt'ye kadar çeşitli hacim ve özelliklerde 20 den fazla modeli ile oldukça geniş bir derin dondurucu ürün gamına sahip olan firma bu yeni modellerin de ilavesiyle ihtiyaçlar doğrultusunda en alternatifli çözümleri sunabiliyor.

200, 300 ve 400 lt olarak 3 farklı hacimde üretilen A++ Dual dolaplar, diğer ev tipi derin dondurucularında da olduğu gibi, Şenocak yetkili servislerince tüm Türkiye çapında ücretsiz olarak evlere montajı yapılmakta.

Üstelik şimdi 31 Ağustos tarihine kadar montajı yapılacak bu ürünlere 5 yerine tam 7 yıl garanti imkanı ile sahip olunabiliyor.



Fakir Hausgeräte Cevahir AVM Mağazası Açıldı

Fakir Hausgeräte, mağaza ağını genişletmeye devam ediyor.

Fakir Hausgeräte, yeni açılan mağazalarıyla ürünlerini daha geniş kitlelere ulaştırırken milyonlarca evde hayatı kolaylaştırmaya devam ediyor. Bu yıl 85. Yılı kutlayan markanın tüm Türkiye'de 7000'den fazla mağazası bulunuyor. Fakir Hausgeräte'nin Cevahir AVM'de açılan yeni mağazasında elektrikli süpürgelerden mutfak grubu küçük ev aletlerine, ısıtıcılardan ütülere, hava temizleyicilerden nem alma cihazlarına ve sıcak içecek gurubundan kişisel bakım ürünlerine kadar ürün gamında yer alan tüm ürünler tüketicilerle buluşuyor.



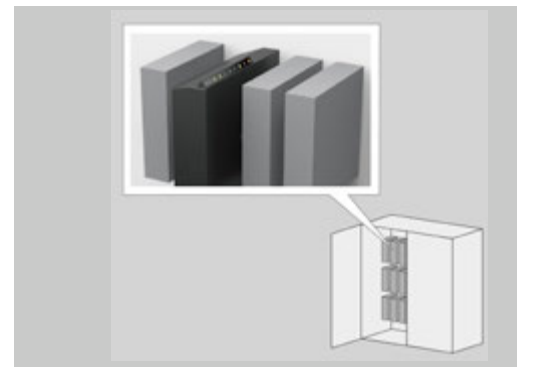
Mitsubishi Electric'e "Best of the Best" Tasarım Ödülü

Red Dot 2018'de üç ürün ödülü daha kazanan Mitsubishi Electric, art arda dört yıl ödül listesinde yer almış oldu.

Mitsubishi Electric, çevre şartlarına dayanıklı bir IoT (Nesnelerin İnterneti) iletişim ağı olan XS-5R/XS-5T ile dünyanın en önemli üç tasarım ödülünden biri olan Red Dot ödüllerinin Ürün Tasarımı kategorisinde "Best of the Best" ödülüne layık görüldü. Böylelikle, Mitsubishi Electric, uluslararası tasarım dalında ilk kez aldığı "Best of the Best" ödülüyle art arda dört yıl Red Dot Tasarım Ödülü kazanmış oldu. 59 ülkede faaliyet gösteren şirket ve tasarımcılar tarafından 6 bin 300'ün üzerinde başvurunun yapıldığı Red Dot 2018'de Mitsubishi Electric'in iklimlendirme sistemleri alanından da üç

ürünü ödüllendirildi. Markanın Enviro-ME serisi ev tipi kliması, MLZ-KP/MLZ-RX/MLZ-GX/MLZ-HX tek yönlü tavana monteli kaset tipi klima serisi ve PUHZ-AA serisi havadan suya ısı pompalı dış ünite ürünleri Uluslararası Ürün Tasarımı 2018 ödüllerini kazanan teknolojiler arasında yerini aldı.

Mitsubishi Electric İletişim Ağı XS-5R/XS-5T; çoklu sahalarda uzaktan izleme, arıza tahmini, entegre yönetim faaliyetleri ve diğer IoT çözümleri için kullanılan bir cihaz.





ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü
akajan@arzum.com

“Bir Defa Kaybolmaktansa İki Defa Sormak Daha İyidir”

Türkiye’de yürürlükte olan Hayvan Hakları Kanunu’na göre hayvanlar hissedilen varlıklar olarak kabul edilmiyor; “mal ve eşya” olarak değerlendiriliyor. Dolayısı ile hayvana uygulanan şiddet bir eşyaya zarar verme olarak kabul ediliyor ve buna hapis cezası verilmiyor. Bir hayvanı “eşya” olarak görmek fikri nasıl çıkmış? Bu soru kafamı kurcalıyor.

John Wooden, UCLA basketbol takımı 88 kere üst üste maç kazanarak, on defa şampiyon yapan efsanevi bir koç. Koçun başarısı üzerine araştırma yapan Prof. Ronald Gallimore ve Prof. Roland Tharp, bu başarıyı koçun geri bildirim konusundaki ustalığıyla açıklamışlardır.

“Westwood Büyücüsü” olarak ünlenen Koç Wooden’in yaptığı en önemli şey, her oyuncuya, kısa, kolay anlaşılır, yerinde ve tam zamanında geri bildirimler vermektir. Koç Wooden, “Bir zafiyeti ya da tatsız bir gerçeği dile getirmekten kaçınmamak gerekir; ama aynı zamanda öğrencinize, bunu çözebilmesi için yardım etmek gerekir.” demişti

Yaptığımız iş ister büyük ister küçük ister önemli isterse önemsiz olsun, hepimiz sarf ettiğimiz çabanın görülmesini, fark edilmesini isteriz. Çoğu durumda insan, yaptığı işi kendisi değerlendiremez. Ne kadar başarılı olduğunu bilemez; başkalarının görüşüne muhtaçtır. Geri bildirimde bulunmak, işi yapan insanı dikkate almak, onun emeğine saygı duymak, ona değer vermek demektir. Geri bildirimde bulunmak insan ilişkilerinin tutkalıdır. Etkili bir geri bildirim, herkes için mükemmel bir gelişim aracıdır. Doğru zamanda, doğru bir tonla yapılan, içi dolu, tarafsız bir geri bildirim, değişim ve dönüşüm sağlar.

Homo Sapiens

“Verimliliği, kaliteyi ve performansı nasıl artıracığınızı bulmak mı istiyorsunuz? Onları işi yapanlara sorun.” Harvard Business Review

“Bir defa kaybolmaktansa iki defa sormak daha iyidir.” D. Langlois

Her soru bize bir keşif değeri taşır. Her soru bize hayat için değerli “anımlar üretme” güç ve kapasitesi taşır. Her konuda, her zaman sorularınız olsun. Sorularınız varsa, yaşıyorsunuz demektir. Soru sor-

mak, size istediğiniz tüm cevapları getirecektir. Soru sormak, size iş hayatınızda “cevapların bilgeliğiyle” hareket etme esnekliği kazandıracaktır. Soru sormak, iş hayatındaki riskleri görmenizi ve belki de risklerle hiç karşılaşmadan fırsatlara ulaşmanıza yardım edecektir. Marilee G. Adams “Soruların Gücü” kitabın der ki: “Sorularını değiştir. Hayatın değişsin.” Sorular hayatımıza enerji taşır. Güzelliklerin keşfinde onlar harika bir dosttur. İnsan olarak gen köklerimiz aynı. Her birimizin bio-kimyasal natürümüz “HomoSapiens” olarak tanımlı.

Dünya üzerindeki trajedimiz ve/veya ilahi komediyamız da aynı. Fark sadece detaylarda ve sadece detaylarda farklılaşan düşünce biçimlerimizde. Fark, duygusal ve dürtüsel “arayışlarımız ve tercihlerimizde saklı” Der ki Mevlâna “Neyi arıyorsan O’sun sen!”

Kendimizi bu zorlu evrende keşfetme yolculuğunda, birimizin diğerinden hiçbir farkı yok. Neyi arıyorsanız siz O’sunuz!

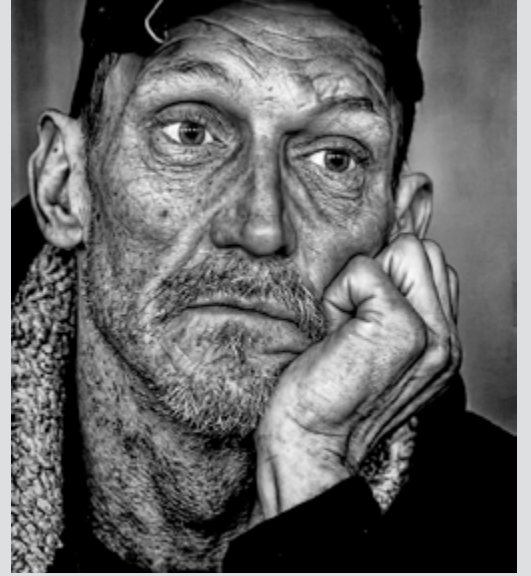
“Sorun çözüyorum”

Sıcaklar bastırıyor bir yandan, bir yandan İstanbul’un beton yükseltileri arasında bir oraya bir buraya hareket halindeyim. Ne mi yapıyorum? Hepinizin yaptığını “sorun çözüyorum” veya çözmeye çalışıyorum diyelim, bu daha dürüstçe olur. Yıllardır sorun çözüyorum ve her çözüm beraberinde başka bir sorunu ortaya çıkarıyor. Bu devinim hiç bitmeyecek ... Şimdi biraz rahatladık, oh be bu işte bitti derken; sayfa komşum Bahri ağabeyin mesajını okuyorum. “Bana müsaade” diyor. “Yazmayacağım” diyor. Haydaaaa! Oldu mu şimdi. Olmadı! Hayat denen bu eksik tamamlama oyununda, kıymetli yazılarla birçok eksikimizi tamamlamaya çalıştım. Yüreğine sağlık.

Sinop en sorunlu kent olacak

Sinop için “Güneşin denizde doğup, denizde battığı tek il” de denir. Musluk suyunu gönül rahatlığıyla içer, gezi tekneleri tarihi cezaevinin önünden geçerken mutlaka “Aldırma gönül aldırma” türküsünü çalar, sahile yanaşacağı zaman da “İzmir marşı” hep birlikte söylenir. Sinoplular memleketleri için “Mutlu insanlar şehri” diyor.

Sinop önümüzdeki dönemin her halde en sorunlu



kenti olacak. Bunun sesleri, Türkiye’nin en Kuzey ucu olan İnceburun’dan geldi. Ormanlar yok ediliyor. Yurt dışında gelen ekipler zaman zaman karavamlarda çalışıyor. O cennet yöreye nükleer santral yapılması için çalışmalar yürütülüyor. Sinop il merkezine 14 kilometre uzaklıkta kurulması planlanan nükleer santralin orman talanıyla başlayan görüntüleri gerçekten yürek yakıyor.

Dövizin TL karşısında yükselişinin duracağı yok anlaşılan! “Taş devri, taş bittiği için sona ermedi” bu sözün sahibi kıymetli hocamız Deniz Gökçe... Taş bitmedi yerine metal kullanılmaya başlandı. Eğilelim, bükülelim demiyorum. Değişelim diyorum, değiştirelim diyorum.

Kısaca...

- Ödünç alan borçlu; ödünçü veren alacaktır
- Borç ile alacağın cebirsel toplamı daima sıfırdır.
- Borçlar ve alacaklar birlikte artar
- Borçlu ödeme zorluğunda ise, alacaklının da tahsilat sorunu vardır
- Borç yığdın kamçısıysa, çok borç alan dayak arsız olur
- Borç ödenemiyorsa kabahatin büyük kısmı veren-dedir.
- Faiz, alacaklının; enflasyon, borçlunun dostudur.



HAKAN AKGÜL

Yalın Enstitü YK Üyesi
Satış, Strateji, İnovasyon, Liderlik

hakan.akgul@lean.org.tr

Takım Oyuncusu Olmanın Bireye ve Şirkete Katkısı



Şirketlerde iyileştirme projelerindeki takımlar hakkında yazdığımız makalenin üzerinden çok süre geçmedi. <https://lean.org.tr/takim-olabilen-calisanlar-karli-sirketler/>

Konuya bir kez daha, başka bir açıdan dokunmanın faydası olacağını fark ettim. Şirketlerde çeşitli sebeplerle takımlar kurulur.

Genelde, yaygın olanı özel bir proje için insanların biraraya gelmesidir. Ancak bizim takım çalışmasından kastımız, şirket kültürüne yerleşmiş ve süreklilik arzeden problem çözme takımlarıdır.

Takım çalışmasının faydaları

Takımlarla daha verimli ve etkin olunacağı, daha iyi sonuç alınacağı ifade edilir.

Acaba neden?

İşte bir kaç madde:

- İnsanların güçlü ve zayıf yönleri var; takım içinde birbirlerini tamamlarlar ve sinerji doğar.
 - İnsanlar zamanla takım içinde öğrenir, gelişir ve paylaşır.
 - Biraraya gelen çalışanlar kendileri arasında ve şirketin farklı bölümleri arasındaki önyargıları zaman içinde yok eder. Bu durum toplam verimliliği artırmakta etkili olacaktır.
 - İnsanların kendini "yalnız" hissetmesini önler.
 - Yeni şeyler denerken ve zor problemlerle uğraşırken takım bireye cesaret verir.
 - Takım sunumları üst yönetim ve uzman kademe arasında diyalog ve tanışma sağlar.
 - Yeni liderlerin ortaya çıkmasını ve belirlenmesini kolaylaştırır.
 - "Kenarda duran" çalışanlar oyuna dahil olabilir.
- Takım olmak, takım olarak başarılı olmak kolay değildir.

- Üst yönetim konuya önem vermeyebilir.
- Şirket kültürü, engellerden biri olabilir.
- Yalın Yönetimin ana prensibi olan "İnsana Saygı" unsuru şirkette var olmayabilir.
- Her takım ilk kurulduğunda genellikle hem motivasyon hem de performansta düşüş yaşar.
- Kargaşa içinde devam eden rutin işler sebebiyle, çalışanlar, takım çalışması yapmak için zaman bulamayabilir.
- vb.

Vazgeçmek, konfor alanına dönmek için sebep çoktur. Şirket kültüründe takım çalışmasını yaygınlaştırmak, takımları sonuç hale getirmek için hem bir kaç liderin hem de bir grup çalışanın kararlılığına ve emeğine ihtiyaç vardır.

Takımınızla beraber problem çözmeye hazır mısınız?



DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

Oyun mu Oynuyoruz Burada?

Dünya çok ciddi bir dijital dönüşüm içerisinde. Perde açılırken senaryonun değiştiği bir dünyada yaşıyoruz. Bilgi her yirmi dokuz saatte ikiye katlanıyor. Y ve Z kuşakları okumaktan ziyade görsel öğretinin çok daha etkili olduğu nesiller olarak öne çıkıyor. Dolayısıyla verinin logaritmik olarak artışı, eğitim sürecinde yepyeni tekniklerin uygulanmasının ve gereksinimlerin nedeni.

Oyun; tüm toplumlarda her yaş gurubu için duyulduğunda gülümseten, herkesin içini pır pır ettiren, motive etme gücü yüksek ve fonetik olarak da son derece yakışıklı bir kelimedir.

Oyun çok küçük yaşlarımızda hayatımıza “Aç bakayım ağzını uçak geliyor.” denerek bizi uçak pisti olduğumuza inandırılmayla başlamadı mı? Hangimiz bu ve daha nice oyunlara kanarak büyümedik ki?

Oyunlaştırma ise oyunla çok karıştırılan, işin içinde ciddiyetsizlik ve sadece eğlence olduğu yanlış olan bir kavram. Oysa ki bu, tamamen yanlış ve ön yargılı bir yaklaşımdır.

Bir kere en basit oyunda bile, birlikte takım olabilmek, strateji üretebilmek, takımadaş olup olmadığının görebilmek ve kaybetmenin olgunluğunu gösterebilmek gibi hiçbir başka kurguda olmayan inanılmaz değerler öğretirler vardır.

Oyunun, böyle ciddiyetin karşısı ve otoritenin buz kırıcısı misali algılanmasının sebepleri geçmişten gelen deyimler ve bizi azarlamaya yönelik söylemlerdir.

- Ciddi bir şey bu oyun değil!
- Evladım oyun mu oynuyoruz burada?
- Yemeğinle oynama da ye.
- Buğday ile koyun gerisi oyun!

Ama diğer taraftan “Yenilen pehlivan güreşe doymaz. “gibi çok da güzel ve kendimizi geliştirmeye yönelik harika bir atasözümüz de vardır ki, oyununun insanları nasıl motive edebileceği, içimizdeki mücadeleci tarafları ortaya çıkarabileceği, rekabeti kuvvetli motivasyonla kızıştırabileceği ve sürdürülebilir hikayeler yaratabileceği konusunda bize ipuçları verir.

Oyunlaştırma, oyun değildir

Peki, oyunlaştırma (Gamification) tam olarak nedir? Oyunlaştırma, her şeyden önce “oyun” değildir. Ancak oyunlarda kullanılan ödüllendirme sistemleri ve rekabet unsurlarını, dijital oyun tasarım tekniklerini de kulla-

narak iş dünyası başta olmak üzere oyun dışı unsurlara dahil edip, onları etkileşimli ve cazip hale getirmektir. Oyun ve oyunlaştırma keyif ve kişisel haz noktasında aynı duyguyu veren ama amaçları itibarıyla birbirinden tamamen farklı iki kavram. Oyunlaştırma oyun oynama duygusunu harekete geçirmedeki motivasyonu kullanma amacıyla yapılmış bilinçli bir kurgudur. En genel anlamı ile oyun tasarımı tekniklerini oyun dışı alanlara taşımaktır. Oyunlaştırmanın çok uzun olmayan süresi ve hedefi eğlenceden daha çok bir iş niteliği kazandırma ve/veya ortaya çıkarmadır.

Google Trends araştırması yapıldığında bu kavramın 2010 yılında dünyada duyulmaya başlandığını ve sonrasında her yıl artan bir ivmeyle kullanılmaya devam edildiğini görüyoruz.

Bir süredir, geleneksel motivasyon unsurlarının günümüz dünyasında geçerliliğinin kalmadığı, yayınlanan iş dünyası ve kişisel gelişim kitaplarında vurgulanıyor.

Yepyeni bir iş aracı

Herhangi bir unsuru oyunlaştırmak, ona karşı olan algıyı değiştirerek içsel bir tetikleme yaratıyor ve bu da onu daha cazip hale getiriyor. Oyunlarda kullanılan seviye, rütbe, ödül gibi motive edici ve rekabete yöneltici unsurlar; oyunla ilgisi olmayan internet siteleri, sosyal medya, yazılım ve iş dünyası alanlarında ve eğitimlerinde artık sıkça uygulanıyor.

Oyunlaştırma, şirketiniz için belirlediğiniz hedeflere ulaşmanızda yol gösterici, yepyeni bir iş aracıdır. Küçük işletmeler, daha çok bu teknolojiyi büyük işletmelerin kullanabileceklerini düşündükleri için oyunlaştırmadan uzun süredir çekiniyorlardı. Halbuki oyunlaştırma, küçük işletmelerin büyük markalarla rekabet etmelerine izin veren yenilikçi programlar oluşturmak için kolayca uygulayabilecekleri bir araç.

Oyunlaştırmadan önce oyunların neden motive edici olduklarını analiz etmek gerekir. Oyunların neden motive edici özellikleri olduğunu 4 ana grupta toplayabiliriz:

1. Başarı duygusu
2. Rekabet
3. Eğlence
4. Kontrollülük

Bu özellikleri saydıktan sonra, oyunların bu özelliklerini iş hayatına veya başka alanlara uygulayarak katılımcıların başarıya motivasyonlarını artırmanın nasıl

gerçekleşeceğini iyi kurgulamak gerekiyor.

Yeni nesil, yani Z jenerasyonu olarak adlandırılan son nesil, dijital yerli olarak dünyaya geldi. Oyun oynayarak büyüyen, 8-10 yaşlarında cep telefonu kullanmaya başlayan, özgürlüğüne düşkün bir nesil şu an iş dünyasının içinde ve kariyer basamaklarını yavaş yavaş çıkıyorlar. Y jenerasyonu ise yaratıcılığını ortaya koymaktan hoşlanan, uygulayarak öğrenmeye yatkın bir nesil olarak, onların yöneticisi pozisyonundalar. Şimdi, bu iki jenerasyon bir arada öğrenmek, çalışmak, takım olmak ve en önemlisi şirket hedeflerine birlikte aynı motivasyonla koşmak durumundalar. Bu nedenle şirketlerin, artık son iki jenerasyonun ortak noktası olan oyunlaştırmayı, bir iş davranışını öğretirken ve yeni bir sistemi aktarırken eğitimlerde kullanmaları kaçınılmaz bir yöntem olarak karşımıza çıkmakta.

Oyunlaştırma herkesin favorisi

Yaşı, ait olduğu jenerasyonu ve konumu ne olursa olsun oyunlaştırma herkesin favorisi oluyor her geçen gün. Herkes oyun sever. Meşhur biz söz var. “Yaşlandığımız için oyun oynamayı bırakmıyoruz oyun oynamayı bıraktığımız için yaşılanıyoruz”. Bu gerçekten yola çıkarak biz de son bir yıldır eğitimlerimizi oyunlaştırma şeklinde uyguluyoruz. Eğitimlerde molaya çıkmak istemeyen, eğitim bitince üzülen katılımcıları ve geri dönüşleri görmek her geçen gün bu konuda aldığımız kararın doğruluğunu teyit ediyor. Tabii, eğitim verimlilik raporlarında bunun olumlu sonuçlarını görmek de muhteşem.

Oyun artık hayatımızın çok farklı alanlarında da karşımıza çıkacak. Dünyada insanların %25 i oyun oynuyor. Türkiye de bu oran yüzde 28. Akıllı telefonu olup hiç oyun indirmemiş insan var mı? Bir sorun etrafınıza derim. Ülkemizde henüz yok ama dünyada artık açık havada da oyun hayatın önemli bir parçası haline dönüşüyor. Örneğin, Almanya’ da yayaaların kırmızı ışıkta karşıdaki yaya ile Ping-Pong oynayabildiğini biliyor muydunuz? Amaç kırmızı ışıkta beklerken bu sürenin daha keyifli ve katlanabilir hâle dönüşmesi.

Oyunlaştırmanın günlük hayatımızın içine işlediği birçok başka konu var. Sosyal medyada da çokça yer alan ve dikkat çeken piyano basamaklarını mutlaka görmüşsünüzdür. Her basamağa yerleştirilmiş notalar sayesinde insanlar kendi melodilerini basamaklarda inip çıkarak çalabiliyorlar. Sporu eğlenceli ve çekici hâle getirmek için çok güzel bir başka örnek.



GÖKÇE ÖZKARAR GRADWOHL

Uzman Klinik Psikolog
Çınar Danışmanlık

gokce.ozkarar@yahoo.com
www.cinarpsikoterapi.com

WISC 4 Zeka Testi ve Flynn Etkisi



Ruhsal yaşantılar; somut bir şekilde ölçülemeyen soyut olgular değildir. “Psikometri” denilen bilim dalı, psikolojik hayatı ölçüp değerlendirebilmemizi sağlamaktadır. Objektif psikometrik ölçme araçları kullanarak zekâ, gelişim, nörolojik, okul yeterliliği, dikkat ve hafıza gibi alanlarda çocuğun geliştirilmesi gereken ihtiyaçlarını belirlemek ve bu doğrultuda çalışmalar planlamak mümkündür. Ayrıca, psikolojik iç dünyayı, kişilik yapılanmalarını, sosyal-duygusal problemleri ve ruhsal çatışmaları aydınlatan projektif testler de gerekli görüldüğünde bu ölçümlere eklenebilmektedir.

Günümüz ebeveynlerinin ve eğitim kurumlarının, psikometrik araçlardan özellikle Zeka Testlerine merakı giderek artsa da, zeka testleri alanındaki güncel gelişmeler konusunda farkındalık henüz yetersizdir. Bu da bazı eski ve eksik uygulamaların yanılsamalara yol açmasına sebep olmaktadır. 1970’lerden kalma WISC-R Zeka testinin 21. Yüzyıl çocuklarına uygulanması, “Flynn etkisi” kaynaklı istatistiksel sapmaya yol açmaktadır. “Flynn etkisi”

bir zeka testinden alınan puanların yıllar içinde nesiller arasında düzenli olarak artışına bağlıdır: Zihinsel evrim gereği her nesil bir önceki nesilden daha yüksek zekaya sahiptir. WISC-R Zeka Testini kullanmak artık sağlıklı bulunmadığı için, WISC testinin son sürümü olan ve 2013 yılında Türkçe’ye kazandırılan WISC-4 testinin uygulanması gerekmektedir. WISC-4, Wechsler Çocuklar için Zeka Ölçeğinin son sürümüdür. 21. Yüzyıl çocuğuna uygulanan eski WISC-R testi ile yeni WISC 4 testi sonuçları arasında 5-20 puan aralığında (ortalama 10 puanlık) fark bulunduğu bilimsel olarak tespit edilmiştir; ki bu fark tüm teşhisi değiştirebilecek ciddiyettedir. Ailelerin, sağlık ve eğitim kurumlarının bu konudaki farkındalığının artması ve uzmanların gerekli etik güncellemeleri yapması gerekmektedir.

Bireyin tüm zihinsel becerilerini analiz etmeyi amaçlıyor

WISC 4; 6 yaş 0 ay ile 16 yaş 11 ay arasındaki çocuklara ve ergenlere uygulanmaktadır. Kullanım amaçları şöyle özetlenebilir: Bireyin tüm zihinsel becerilerini analiz etmek, bilişsel işlevleri arasında

zayıf ve güçlü yönlerini, akademik yönden geliştirilmesi gereken veya yatkınlığı olan alanları saptamak, üstün zeka veya zihinsel geriliğin varlığını saptayarak bireye uygun özel eğitim programını planlamak, özel öğrenme güçlüğü ve dikkat eksikliği gibi alanlarda tanı konmasına yardımcı olmak vb. WISC-4 toplam sonucu genel bilişsel yeteneği gösterirken, alt testler 4 farklı zihinsel beceri kümesini ölçmektedir: Sözel Kavrama, Algısal Akıl Yürütme, Çalışma Belleği, İşleme Hızı. Türkiye’de bu testi yalnızca Türk Psikologlar Derneği (TPD) tarafından gerçekleştirilen eğitim ve süpervizyon sonrasında WISC-4 uygulayıcı sertifikasını almaya hak kazanan psikologlar uygulayabilmektedir. TPD, eski sürüm WISC-R testi eğitimini ve sertifikasını artık vermemektedir.

Eğitim kurumları içinde Zeka Testinin hızla talep edilen bir uygulamaya dönüşmesi, yanında bir sakıncayı daha getirmektedir: “Duygusal Zeka”nın göz ardı edilmesi ve değerlendirilmemesi. Duygusal zekadan mahrum kuru bir yüksek IQ, ruhsal sağlık ve sosyal ilişkiler adına risklidir. Çocuklarımızın empati yeteneğini ve sosyal becerilerini geliştirmek, mutlu bir geleceğe sahip olmaları açısından hayati önemdedir. Toplumun giderek artan mükemmeliyetçi taleplerine karşı, çocuklarımızın duygusal hayatlarına önem vermek ve –varsa– yaşadıkları ruhsal sıkıntılara kulak vermek; onların zeka puanlarını bilmekten daha önceliklidir. “Mutsuz bir zeka” kadar sakıncalı ne olabilir ki?





ALİ KİRMAN
Eğitmen, Konuşmacı, Yazar

alikirman@alikirman.com
www.alikirman.com

Satışta Duygular Nasıl Kullanılır?



Satış sırasında duyguların önemi tartışılmaz. Bu nedenle satış profesyonellerinin, müşterilerine verdikleri mesajları mantıksal bir zemine oturturken aynı zamanda, duygulara da dokunmaları gerekir. Peki, bu duygular hangileridir?

Geoffrey James yaptığı araştırmada, satışta özellikle müşterilerin karar aşamasında şu duyguları yaşayabildiğini öne sürüyor:

- Kazanma Hırsı
- Kaybetme Korkusu
- Başkalarını Düşünme
- Kıskançlık
- Onur Duyma
- Utanç Duyma

Bunlardan hangisi üzerinde odaklanmak gerektiği o müşterinin kişiliğine, içinde bulunduğu ticari ve mali duruma, pazardaki konumuna ve satış profesyonelinin mesajına bağlı olarak değişebiliyor.

Kazanma Hırsı

Yaşamımızı, bu duygumuzu kabartan kampanya, indirim, fırsat vb. aktiviteler yönlendiriyor.

Satışta yapılması gereken şunlardır: Müşterinin 'kazançları' üzerinde yoğunlaşmak. Ona net olarak bunu göstermek. Başkalarının nasıl kazandığından örnekler vermek.

Kaybetme Korkusu

Bu, kararlarımızı etkileyen güçlü bir duygudur. Kazanma hırsından daha güçlüdür zira araştırmalar olumsuz başlıklı makalelerin olumlulara oranla okuyucuların çok daha ilgisini çektiğini öne sürüyor. Satışta yapılması gereken: Müşterinin olası kayıpları üzerinde yoğunlaşmak. Bunun mali portresini çizmek. Aynı zamanda kişisel olarak nasıl olumsuz etkilenebileceğini göstermek ve bu duruma düşenlerden örnekler sunmak.

Başkalarını Düşünme

Araştırmalar tüketiciye, yapacağı basit bir alışverişle bir başkasına yardım sağlayan kampanyaların çok başarılı olduğunu gösteriyor. Satışta müşterilerin satın alma kararlar kendi dışındakilere de fayda sağlayabilir. Satışta yapılması gereken şunlardır: Müşteriye vereceği bu kararla, kendi çalışanlarına şirketinin geleceğine, ülkesine, bulunduğu iş koluna, pazarına, tedarikçilerine ve müşterilerine ne kazanç sunduğunu açıklamak.

Kıskançlık

Rakiplerinin ne yaptığından haberi olmayan bir şirketin işini sürdürebilmesi mümkün olamaz.

Satışta yapılması gereken şunlardır: Eğer rakiplerle çalışılıyorsa bunu özellikle belirtmek. Rakiplerle elde edilen başarılı sonuçları göstermek ve sektördeki gelişmelerden söz etmek.

Onur Duyma

Bu duygu sanıldığından çok daha güçlü motivatördür. Satın alma kararını verecek kişi veya kişileri içinde bulundukları çevrenin nasıl değerlendireceğiyle ilgilidir. Bu değerlendirme bir takdir olursa bu o kişilerin onur duygusunu körükler.

Satışta yapılması gereken şunlardır: Verilecek kararla elde edilecek sonucun şirketleri içinde onlara kazandıracığı kişisel itibarı ön plana çıkartmak ve bunu örneklerle desteklemektir.

Utanç Duyma

Kimse bu duyguyu yaşamak istemez. Hele müşteriler asla kendilerini aptal hissetmelerine yol açacak bir satın alma kararı vermek istemezler.

Satışta yapılması gereken şunlardır: Geçmişte yapılan hataları ve sonuçlarını hatırlatmak. Müşteriye gelecekle ilgili kara bir tablo çizmek ve bunu vereceği kararla nasıl önleyebileceğini açıklamak. Hatalı bir kararın kimi ve nasıl etkileyeceğini açıklamak.



ÇETİN CİNEMRE
Servis Eğitim&Danışmanlık

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

Tolerans



Tolerans Latince bir kelimedir. Sözlük anlamları tahammül etmek, alttan almak, dayanmak, katlanmak, hazmetmektir. Rahatsız edici bir olay, durum veya davranışa tahammül etme gücüdür. Ayrıca birine kolaylık göstermek, yardımcı olmak, ayrıcalık tanımak, esnek davranmak anlamlarını da taşır.

Tolerans, hoşgörü demek değildir. Onun tam tersidir. Toleransta çevreden gelen, kişinin kendince onaylamadığı olumsuz bir etki vardır. Örneğin; biri tarafından azarlanmak, suçlanmak, hakarete veya haksızlığa uğramak gibi. Bunlar hoş görülemez. Hoş görülmeyen şeylere tahammül edilir; ama bu her şeye, her zaman tahammül edilmesi gerektiği anlamına gelmemelidir. Hayatta öyle davranışlar, olay veya durumlar ile karşılaşırız ki bunlara karşılık verme (tepki gösterme) veya tavır alma ihtiyacını hissederiz. Örneğin; aldatılmak, kandırılmak, kullanılmak, hor görülmek çok rahatsız edici davranışlardır. Bunlara verilecek karşılık kişiden kişiye değişir. Biri bu davranışları onur ve gurur sorunu yapabilir. En azından karşı tarafa davranışından duyduğu rahatsızlığı söyler veya söylemese bile belli eder. Başka biri tartışmaya girebilir veya kavgaya girişebilir. Bu, şu gerçeği kanıtlar: Aynı olay, durum veya davranış farklı insanlarda farklı etkiler yaratır.

Tolerans olgun insan olmanın gereklerinden biridir. Özellikle iş hayatında son derece önemlidir. Yöneticilerin birlikte çalıştıkları kişilere ve onların hatalarına tolerans göstermesi gereklidir. Aynı şekilde ebeveynler de çocukların hatalarına tolerans göstermelidir. Demokrasi de toleransa dayalı bir yönetim şeklidir. Farklı siyasi görüşler hoş karşılanmasa da, onların ifade edilmesine katlanılır.

Rockfeller'in yaklaşımı

Amerikalı Ünlü İş İnsanı Rockfeller, dünya savaşında tahrip olan Paris'teki ünlü Versaille Sarayı'nın onarımı için 20 milyon dolar bağışlar. İşe başlanır. Aradan aylar geçer. Günün birinde Rockfeller kimseye haber vermeden çalışmalarını izlemek için Paris'e gider. Sarayın kapısına gelir ve içeri girmek ister. Ancak kapıdaki güvenlik görevlisi onu içeri sokmaz. Rockfeller hiç itiraz etmez ve otele döner. Ertesi gün ilgililer olayı duyar. Etekleri tutuşur. Otele giderek Rockfeller'den özür dilerler. Sonra kendisini niçin tanıtmadığını sorarlar. Rockfeller, "Bunu benden nasıl beklersiniz?" şeklinde karşılık verir.

Bir holdingin ortaklarından olan iş adamı, holdinge bağlı bir fabrikaya gider. Ziyaretten kimsenin haberi yoktur. Kapıdaki güvenlik görevlisi, iş adamını içeri almaz. Olayı öğrenen fabrika yöneticileri, kendisinden özür diler ve birkaç gün sonra bekçinin tazminat-sız çıkışını verirler. Bunu duyan iş adamı; yöneticileri azarlar. Bekçinin görevine iade edilmesini ve ona bir maaş ikramiye verilmesini ister.

Buna benzer bir olay ülkemizde olsa; örneğin, yetkili ve etkili bir kişi (bir genel müdür veya bakan) kimseye haber vermeden kendisine bağlı bir kuruluşa gittiğinde içeri alınmasa; kapıdaki görevli bir yana, o kuruluşun yöneticisi de cezalandırılır.

Diyelim ki trafik polisi, trafik suçu işleyen bir sürücüye ceza kesecektir. Sürücü "Sen benim kim olduğumu biliyor musun? Ben falanca kişiyim. Bu cezayı kesersen, ben de senin biletini keserim" der. Memur görevini yapmakta ısrar eder ve cezayı keserse, gerçekten sürülebilir. Bu gibi korkular yüzünden, memurlar görevlerini yapmakta zorlanırlar.

Namuslu

Maalesef Türkiye'de görevini yapan; takdir edilmek şöyle dursun, bazen cezalandırılır. Görevini yapmak, devletin ve milletin çıkarlarını korumak yerine birilerine yaranmak, onların çıkarına hizmet etmek çok daha geçerli özelliklerdir. Şener Şen'in "Namuslu" filmi buna güzel bir örnektir.

Sporda yenilgiyi toleransla karşılamak gerekir. Ancak özellikle futbol maçlarından sonra yenilgiyi hazmedemeyen fanatik kişilerin çıkardıkları olaylar bilinmektedir. Taraftarı olduğu takımın maçı kaybetmesini içine sindiremeyen ve maçtan sonra etrafa saldıran bu kişiler sporu, spor olmaktan çıkarmış; kendi ilkel benliklerinin tatmin aracı yapmışlardır. Özellikle futbol maçlarını yöneten hakemlerin tolerans gücü çok fazla olmalıdır. Binlerce seyirciden gelen tepkiler altında maç yönetmek kolay iş değildir. Hakem seyircilerin kendisine yönelik ağır sözlerini onur ve gurur sorunu yaparsa, yani kişiselleştirirse maçı yönetemez. Profesyonel hakem, tolerans sahibidir. Kötü tezahüratı toleransla karşılar. Seyircinin kendisine değil, aslında başka şeylere kızdığını, bu yüzden maça psikolojisi bozuk olarak geldiğini düşünür. Tuttuğu takımın aleyhine vereceği bir kararın patlavı yerine geçeceğini ve tribündeki bombayı patlatacağını bilir. Bu sonuca kendisini önceden hazırlar.



Ayrıcalık

Toleransın diğer anlamı birine ayrıcalık, kolaylık göstermek; esnek davranmak; bazen sistemin veya kuralların dışına çıkmak demektir. Bu bağlamda şunlar yapılabilir: Örneğin; bazı müşteriler satın aldıkları ürünün bir saat içinde kurulmasını ister. Oysa müşterinin çağrı merkezini arayarak randevu alması gereklidir. Randevu aldığı halde adresinde bulunmayan müşteriler olabilir. Teknisyen eve gider, kapıya not bırakır. Müşteri eve döner ve aynı gün tekrar servis ister. İkinci servis olanaklı ise aynı gün içinde, değilse bir gün sonrası için verilir. İki servis ücreti alınması gerekirken tek ücret alınır. Bu örnekte tolerans, esnek davranmak anlamına gelir.

Genelde insanlarımızın toleransı zayıftır. Bizi rahatsız eden olay, durum veya davranışlara tepki gösterir; bazen de tepkilerimizde ölçüyü kaçıırız. Bu anlamda tepkisel (tartışmacı, kavgacı) bir kültürümüz olduğu söylenebilir. Olumlu veya olumsuz duygularımızı zirvede yaşayan bir milletiz. Ayrıca bazı yanlış değer yargılarımız vardır. Örneğin, tepki göstermemek toplumda olgunluk olarak değil; zayıflık, pasiflik, korkaklık olarak algılanmaktadır.

Yaş ilerledikçe karşılaşılan olumsuz olaylar, durumlar, davranışlar deneyim birikimi sağlar. Kişi daha geniş açı ile yorum yapabilir. O zaman tepkisiz kalma ile tepki göstermenin sonuçlarını öngörebilir. Tepki gösterecekse bunun dozunu ayarlayabilir. Toleransın zayıf olduğu yaşlar, gençlik yaşlarıdır. Gençlikte kendini ezdirmeme duygusu çok güçlüdür. Ebeveynler de çocuklarına kendilerini ezdirmemeleri, haklarını savunmaları gerektiğini özellikle tembih ederler.

Arçelik'ten Entegre Ankastre Ocak ve Davlumbaz

Arçelik, mutfağında kendisi için en iyisini isteyenlere özel olarak Entegre Ankastre Ocak ve Davlumbaz'ı tasarladı. Pişen yemeklerin kokusundan eser bırakmayarak sevdiklerine sürpriz yapmak isteyenlerin en büyük yardımcısı olan Arçelik Davlumbaz'ın 10 farklı güç kademe sayısı, 10 katmanlı alüminyum yağ filtresi, ısıya dayanıklı döküm ızgarası ve 5 yıl ömürlü karbon filtresi bulunuyor. 72 dBA'lık maksimum ses seviyesi, kendi kendine otomatik çalışma modu, zaman ayarı ve filtre doluluk uyarısı ile varlığını unutturuyor. 2+2'li flexi induksiyonlu ocak, daha fazla hız, daha fazla hassasiyet ve daha fazla verim vad ediyor.



Arçelik'ten Yine Bir İlk: Karbon Fiber Buzdolabı

Türkiye'nin ilk buzdolabını üreten teknoloji lideri Arçelik, uzay, havacılık ve motor sporları gibi yüksek teknolojinin birçok alanında kullanılan dünyanın en hafif ve dayanıklı bileşenlerinden karbon fiberi zamanının ötesinde bir tasarımla beyaz eşya sektörü ile buluşturdu. Arçelik, nano-teknoloji kullanılarak üretilen ve çelikten 4.5 kat daha hafif olmasına rağmen 3 kat daha sağlam olan karbon fiber dış kaplamaya sahip Diamond buzdolabını 25 yıl garanti ile satışa sundu.

Üzerinde elektronik display bulunan ahşap kapı sapı ile şıklığı ve konforu bir arada sunan buzdolabı 720 litrelik geniş hacme sahip. Diamond, üstün 'Koku Giderme Teknolojisi' ile buzdolabındaki kötü koku oluşumunu, zararlı gaz veya kimyasal madde üretmeksizin yüzde 90'a kadar engelliyor. 'Cool Plus' teknolojisi kullanılan ürün, 'FullFresh+', mavi ışık teknolojisi ve kahvaltılık 0° bölmesiyle tüm yiyecekleriniz için tazelik vad ediyor. Dondurucu kısmı altta bulunan Diamond'ın, yan duvar, tavan ve arka kapak çevresinde LED aydınlatma ve otomatik buz makinesi bulunuyor. A++ enerji seviyesinde bulunan ürün 370kWh yıllık enerji tüketimi ile tasarruf sağlarken, 41 Db ses seviyesi ile çalıştığını hissettirmiyor. Diamond buzdolapları 25 yıl garanti ile Arçelik mağazalarında tüketicilerin beğenisine sunuluyor ve Arçelik yetkili servislerinde VIP teknik servis hizmeti veriliyor.



Arzum ile Tatilde de Bakımlı ve Göz Alıcı Saçlar

Tek bir şekillendiriciyle saçlarınızda mükemmel dalgalar yaratmaya hazır olun. Arzum Bellissima Beach Waves wag maşası çift taraflı kullanımı sayesinde ister küçük ve doğal, ister geniş dalgalar elde etmenizi sağlayacak. Her saç tipine uygun 3 farklı sıcaklık ayarı ve seramik kaplamalı şekillendirici plakaları ile saçları yıpratmadan şekillendiren maşa sizi, saçlarınızı tatilde de özgürce şekillendirmenin tadını çıkarmaya ve denizin dalgalarını saçlarınızda hissetmeye davet ediyor.



Arzum süperstar ile tatilin yıldızı olmak çok kolay

Arzum Superstar saç düzleştirici fırça, saçlarınıza tatilin en zahmetsiz bakımını sağlıyor. Saçları tararken kolayca düzleştiren ve iyon teknolojisi sayesinde elektriklenmeyen saçlar sunan fırça ile yaz gecelerine hazırlanmanız çok kolay olacak. Seramik kaplı dişleriyle saçın dokusuna zarar vermeyen ve saçın doğal hacmini koruyan Arzum Superstar ile tatilin yıldızı olmaya hazır olun.

Arzum Hairstar Mini Katlanabilir Saç Kurutma Makinası

Arzum Hairstar Mini Katlanabilir Saç Kurutma Makinası, tatilin kurtarıcısı olmaya hazır. Katlanabilir sapı ile tatil bavulunda az yer kaplayan saç kurutma makinası, 1200W'lık gücü ve 0,77 kg'lık ağırlığıyla da dikkat çekiyor.

Arzum Tripper ile Tatilde Göz Alıcı Kıyafetler

Arzum Tripper Seyahat Ütüsü, tatil bavulunda çok çabuk buruşan kıyafetlere yer açıyor ve tatilseverlerin istedikleri her kıyafeti yanlarına almalarına fırsat veriyor. Yüksek ütüleme performanslı Arzum Tripper, seramik tabanı ile seyahatlerde de pratik ve etkili ütü deneyimi yaşıyor. Katlanabilir sapı ve ultra hafifliği sayesinde tatil bavullarında kendine kolaylıkla yer bulabilen Arzum Tripper, çift voltaj özelliği sayesinde yurt dışı seyahatlerinizde de size kolaylıkla eşlik edebiliyor.



Beko Derin Dondurucularla Ne Varsa Taze Kalsın

Beko, her ihtiyaca uygun farklı boyut ve hacimlerdeki derin dondurucularını tüketicilerle buluşturuyor. Boyutlarını uygun alanınıza göre seçebileceğiniz Beko derin dondurucular dondurup saklıyor, ne varsa taze kalıyor.

Sezonunda meyve sebze, et ve balıkları topluca alıp bütün bir sene boyunca ilk günkü tazeliğiyle tüketmek isteyenlere uygun seçenekler sunan Beko, enerji verimli ürünleriyle cebinizi de düşünüyor. İki seçenekli kapak açılma yönüyle farklı alanlara konumlandırılabilen Beko dikey derin dondurucular; hızlı dondurucu bölmesi ile zaman kazandırırken, çekmeceleri ile kullanım kolaylığı sağlıyor.



Bosch'tan Sağlıklı Beslenme İçin Yeni Pratik Kullanımlı Ürünler

Bosch Ev Aletleri, sağlıklı beslenme kararı alanların hayatını kolaylaştıran pratik ürünler sunuyor. Bosch, sağlıklı, pratik ve lezzetli karışımlar hazırlamayı çok daha kolaylaştıran yeni ürünleri MES M731M – VitaExtract Yavaş/Soğuk Sıkım Meyve Sıkacağı, MMB 65G5M – SilentMixx, taşıma şişesi dahil MMB M7G3M – Mixx2Go siyah ve MMB M4G6K – Mixx2Go pembe renkli solo blenderlarıyla farklı beklentileri karşılayacak bir yelpaze sunuyor.

VitaExtract Yavaş/Soğuk Sıkım Meyve Sıkacağı

2018 Reddot Tasarım ödüllü, MES M731M kodlu VitaExtract'ın soğuk sıkma teknolojisi, yavaş ve ısı üretmeyen çalışma prensibi sayesinde meyve ve sebzelerin vitamin kayıplarını önüyor ve hazırlanan karışımlardan maksimum fayda alınmasını sağlıyor.

SilentMixx ödüllü tasarımıyla göz kamaştırıyor

Bosch'un sağlıklı beslenmeyi kolaylaştıran bir başka uzmanı ise 2016 Reddot tasarım ödüllü MMB 65G5M – SilentMixx solo blender. SilentMixx, günün her saatinde özgürce, kimseyi rahatsız etmeden pürüzsüz ve lezziz smoothieler yapmak isteyenler için tasarlandı.

Mixx2Go Kompakt Blender

Bosch'un hem iF tasarım ödülü hem de Reddot tasarım ödülüyle tescillenen göz alıcı kompakt solo blenderi MMB M7G3M kodlu – Mixx2Go ile karıştırılıyor ve birbirinden sağlıklı karışımlar hazırlanıyor.



Bosch XXL Buzdolaplarında Tazelik ve Geniş İç Hacim Bir Arada

Bosch Ev Aletleri'nin, sınıfının en büyük net iç hacimli Bosch XXL buzdolapları, VitaFresh plus tazelik sistemi sayesinde yiyecek ve içecekleri çok daha geniş bir alanda 2 kata kadar daha uzun süre taze tutarken, konfor, performans ve güvenliği bir arada sunuyor.

Bosch'un Serie 6 XXL NoFrost Alttan Dondurucu buzdolaplarından KGN86AI42N'nın soğutucu bölümü 479 litrelik net hacme, dondurucu bölümü ise 140 litre net hacme sahip. NoFrost özelliği, buz oluşmasına karşı mükemmel koruma sağlarken, Fan destekli MultiAirflow (Çoklu Hava Akışı) sistemi ise tüm soğutma ve dondurma alanı seviyelerinde yumuşak ve dengeli soğuk hava akımlarının oluşmasını sağlıyor. Mükemmel saklama koşulları sunan FreshSense ile gıdalar ideal tazeliğini koruyor. EcoMode özelliği ise tek tuşa dokunarak tasarruf etme olanağı veriyor. Buz haznesine hızlı ve kolay su doldurulmasına olanak veren "Buzmatik" fonksiyonu buz yapmanın en kolay yolunu sunuyor. Buzdolabının BigBox çekmecesini dondurulmuş gıdalar için geniş bir saklama alanına sahip. SuperFreezing özelliği, dondurucuya yeni gıda eklendiğinde dondurulmuş gıdaların buzunun çözülmesini engelliyor ve yeni gıdaları da daha hızlı donduruyor. Ayrıca SuperCooling fonksiyonu da etkinleştirildiğinde, henüz satın alınıp dolaba yerleştirilen gıdaları daha hızlı soğutuyor.



Bayram Sofraları Profilo Kıyma Makinesinden Çıkan Lezzetlerle Zenginleşiyor

Profilo, KM1550 kıyma makinesi ile bayram sofralarını kendi makinelerinde hazırladıkları lezzetlerle donatmak isteyenlere, en pratik çözümü sunuyor. Sadece köfte değil, hijyen ve sağlık nedeniyle dışarıda tüketmeyi tercih etmediğimiz, özellikle çocuklarımızın favorisi sosis, sucuk gibi lezzetler de kıyma makinesinin kendi özel aksesuarları sayesinde en güvenli şekilde hazırlanabiliyor. Kullanıcılar, dakikada 2,3 kg et işleyebilen, kendisi küçük mahareti büyük, oldukça güçlü KM1550'yi tezgahından hiç ayırmak istemeyecek. Ayrıca, kıyma makinesinin dahili aksesuarları arasında yer alan doğrama, kesme, rendeleme ve dilimlemeden oluşan dört farklı kesme diski ile de meyve ve sebzelerden de hızlı ve pratik bir şekilde harika menüler yaratılabiliyor.

Kurban bayramı öncesi kampanyalı KM1550 Kıyma Makinesi

Profilo bu ay KM1550 model kıyma makinesine sahip olmak isteyenlere özel indirim kampanyası sunuyor. Temmuz ve ağustos ayları boyunca geçerli olacak bu özel kampanya ile kurban bayramında evlerinde sağlıklı ve hijyenik olarak et ürünlerini hazırlamak isteyenler KM1550 Kıyma Makinesi'ne çok daha cazip fiyatlarla sahip olabiliyor.



Profilo'dan Enerji Tasarruflu Klimalar

Profilo'nun A+ ve A++ enerji sınıfı klimaları, yaz sıcaklarına ekonomik ve konforlu çözüm sunarken, ekstra özellikleri ile de evlerin havasını ferahlatıyor. Soğuk katalizör filtreleme özelliği ile uçucu organik ve insan sağlığına uygun olmayan maddeleri yok ederek sağlıklı bir hava sunuyor.

Ev ekonomisine katkı sağlayan, çevreye duyarlı Profilo klimalar...

Almanya merkezli bağımsız test kuruluşu TÜV (Teknik Gözetim Birliği) tarafından test edilerek onaylanan ve yeni enerji yönetmeliğine uygun A+ ve A++ enerji sınıfları için verilen TÜV Sertifikası almaya hak kazanan Profilo klimalarda, verimliliğin yanı sıra enerji tasarrufunu da en üst düzeyde koruyan, ozon ve çevre dostu R410A gazı kullanılıyor.

Hayata konfor katıyor...

Ortam ısını ideal düzeyde tutma özelliğine sahip Profilo klimalar, hayatı kolaylaştıran bir çok farklı özelliği ile yaşam alanına konfor katıyor. Çıkarıp yıkanabilen ön filtreleri sayesinde insan sağlığına uygun olmayan maddeleri barındırmayan yapısı ve kolay temizlenebilme özelliği ile ortam havasının ilk temizliğini de sağlıyor. Zaman ayarı, uyku konumu, iki yönlü hava üfleme tekniği ve turbo özelliği gibi birçok farklı fonksiyonu ile Profilo klimalar yaşama konfor katmaya devam ediyor.



LG, InstaView Door-In-Door™ ile ‘İki Tıkla’ Enerji Kaybının Önüne Geçiyor

LG Electronics (LG), InstaView Door-in-Door™ buzdolabının ‘tıklama’ özelliğine vurgu yapan bir video yayınladı. Bir ailenin, günlük hayattan bir dizi hikayesini anlatan videoda ‘tıklama’



ile günlük yaşamdaki olası problemlerin nasıl önlenebileceği eğlenceli bir dille anlatılıyor. Evde, ofiste ve dışarıda çekilen bölümler, bir kapıyı açmadan önce tıklatmanın birçok şeyi değiştirebileceği, kişinin sosyal hayatını, itibarını ve mahremiyetini koruyabileceği, günlük hayattan kesitlerle anlatılırken, LG InstaView Door-in-Door™ buzdolabının tıklama özelliğine de dikkat çekiliyor. Kullanıcıların buzdolabı kapısına iki kez tıklayarak içerisindekilerini görmelerini sağlayan LG, InstaView Door-In-Door™ buzdolabı ile ‘iki tıkla’ enerji kaybının önüne geçiyor.

Tek tıkla tüm gıdalar görüntülenebiliyor

LG InstaView Door-in-Door™ buzdolabı, camının üzerine iki kez tıkladıklarında buzdolabının kapısını açmaya gerek kalmadan içerisinde yer alanlara bakmalarını sağlıyor. Bunun yanı sıra, geniş Door-in-Door™ bölümü tüketicilerin hızlıca erişmek istedikleri aparatif ve içecekleri kolayca saklamalarına olanak tanırken, aynı zamanda soğuk hava kaybını yüzde 41'e kadar azaltıp, gıdaların daha uzun süre taze kalmasını sağlıyor.

Baştan Ayağa Kusursuz Bakım için Philips MG7720

Philips, kendini şımartmak ve yoğun iş temposu arasında hayatlarını kolaylaştırmak isteyenler için Erkek Bakım Seti MG7720'yi kullanıcılarının beğenisine sunuyor. Erkeklerin her zaman istedikleri şekilli sakal görünümüne fonksiyonel ve kapsamlı bir çözüm sunan Philips, MG7720 ile saç, sakal ve vücut tüylerinde güvenli bakım imkanı sağlıyor.

Kendiliğinden bilen ve paslanmaz çelikten üretilen Erkek Bakım Seti MG7720, uçları yuvarlatılmış bıçakları ve tarakları ile tahrişsiz ve hassas bir bakımı mümkün kılıyor. Erkek Bakım Seti MG7720, iki kat daha fazla bıçak içeren DualCut teknolojisiyle maksimum hassasiyet sunuyor. Sakal düzelticinin çelik bıçakları birbirine hafifçe sürterek çalıştıkça daha keskin hale geliyor, böylelikle bıçaklar 5 yıl kullanımın ardından bile ilk günkü gibi bir performans sağlıyor.

Pürüzsüz bir dokunuş için yanak ve çenedeki küçük tüyleri bile almanıza olanak tanıyan traş başlığı, hassas düzelticisi ile tarzını sakallıya ortaya koymak isteyen erkeklerle ince detaylar ve kıvrımlar oluşturmada yardımcı oluyor. Hassas tarak kusursuz görünüm için kaş ve favorileri nazik bir şekilde taramayı



sağlarken, 9, 12 ve 16 milimetrelilik 3 farklı tarak başlığı bulunan saç tarağı farklı saç stilleri oluşturmaya ve saçları düzeltmeye de yardımcı oluyor.

Ailenin Yeni Eğlencesi Samsung Galaxy Tab A 10.5

Samsung Electronics, aile bireylerini hem evde hem de yolculuklarda eğlendirecek, gelişmiş ses ve görüntü özellikleriyle dikkat çeken yeni Samsung Galaxy Tab A 10.5" tabletini piyasaya sürdü. Samsung'un SmartThings gibi ilave bağlanabilirlik özellikleri sayesinde Galaxy Tab A 10.5" ile evinizdeki diğer elektronik eşyaları kontrol etmek her zamankinden daha kolay hale geliyor.

Aile bireyleri daha incelen çerçeve ile benzersiz bir ekran-gövde oranına kavuşan 10.5 inç ekranlı Galaxy Tab A 10.5" tabletle film izleyebilecek, müzik dinleyebilecek veya internette gezinebilecek. Tablet her bir köşesinde yer alan Dolby Atmos® destekli

dört adet hoparlörü sayesinde mobil eğlence deneyimi kullanıcıyı tam anlamıyla çevreleyecek.

Samsung Galaxy Tab A 10.5" ebeveynlere içeriği yönetme ve Çocuk Modu ile kullanım özellikleri sunuyor.

Çocuk Modu'un içeriğinde çocuklara özel bir arayıcı, kullanım süresini sınırlama imkanı ve çocuklara özel Galaxy Uygulamaları ile Toca Hair Salon 3 ve BRIO World-Railway gibi toplamda sekiz adet ücretsiz uygulama bulunuyor. Ayrıca, Çoklu Kullanıcı Modu sayesinde aynı cihaz üzerinde çocuk için ayrı, ebeveynler için ayrı hesaplar oluşturabiliyor.

Samsung Galaxy Tab A 10.5" modelinin Daima Açık Ekran özellikli Daily Board; saat, takvim, hava durumu ve dijital fotoğraf kütüphanesi gibi bilgileri evin merkezine getiriyor. Kullanıcılar, Galaxy Tab A 10.5" modelindeki SmartThings[3] desteği sayesinde ev eğlence ortamını kolayca yönetebiliyor.



Kalabalık Yaz Sofraları Siemens ile Parlıyor

Siemens iQ700 serisi, yaz aylarında kurulan keyifli soflara ısıltısıyla imzasını atıyor. Siemens Ev Aletleri'nin “brilliantShine” özelliğine sahip SN278I06TT ve SN578S06TT bulaşık makineleri ile en hassas bulaşıklar bile çizilmeden temizleniyor ve eşsiz parlaklığını koruyor. brilliantShine özelliğine sahip Siemens SN278I06TT ve SN578S06TT bulaşık makineleri; ‘bardak 40 derece’ programı, su sertliğini otomatik olarak ayarlayan geliştirilmiş cam koruma sistemi ve bulaşıkları koruyarak kurutan Shine&Dry ve Zeolith teknolojileri ile bardakların çizilmesini önüyor.

Siemens Ev Aletleri'nin SN278I06TT ve SN578S06TT ankastre bulaşık makinelerinde bulunan “machine care” özelliği de makinedeki koku ve bakteri oluşturabilecek yağ ve kireç kalıntılarını temizliyor, bulaşık makinesinin bakımını yapıyor ve ömrünü uzatıyor. Hatırlatma özelliği de bulunan bulaşık makineleri kullanım sıklığına bağlı olarak temizlik zamanı geldiğine dair uyarıda bulunuyor.

Hayatı kolaylaştıran detaylar

Siemens, SN578S06TT bulaşık makinesinin varioSpeed Plus özelliği sayesinde 3 kat hızlı yıkama yapmaya ve zamandan tasarruf etmeye olanak tanıyor. A+++ enerji sınıfı ve Home Connect teknolojisine sahip olan Siemens SN578S06TT model bulaşık makinesi, uygun yıkama programı seçme ve yıkamayı başlatma olanağı sunuyor. Tab Counter seçeneği ile de makineniz parlattı veya deterjanının bitmek üzere olduğunu anlık bildirimlerle hatırlatıyor.



3'ü 1 Arada Çözüm: DemirDöküm MaxiAir

 DemirDöküm, yeni ürün grubu MaxiAir ile enerji israfının önüne geçecek.

Dünyanın 50 ülkesinde yüzbinlerce aileye ısı konforu sunan DemirDöküm, ısı pompası alanına MaxiAir ürün grubuyla giriş yaptı. Havadaki ısı enerjisini minimum elektrik enerjisi ile harmanlayan MaxiAir, ısıtma, soğutma ve sıcak su ihtiyacını tek cihazda karşılayacak. 1 birim elektrik enerjisi ile 4,5 birim ısı enerjisini kaynaktan alarak ısıtma ya da soğutma sistemine aktaran ve maksimum çevre dostu ısıtma/soğutma imkanı sunan MaxiAir, çevreye zararlı gaz ve atık gaz salımını tarihe karıştırıyor.



Her mevsim yüksek verim

Inverter DC teknolojisi sayesinde kışın düşük, yazın yüksek sıcaklıkta en ideal ısı konforunu minimum enerji tüketimi ile sunan MaxiAir, doğalgazın olmadığı il ve ilçelerde sunduğu konfor ile iklimlendirmede yeni bir dönem başlatacak. Mevcut binalar ve mevcut sistemlerin dönüşümünde kullanılabilecek şekilde tasarlanan MaxiAir, kompakt boyutlardaki iç ve dış ünitelerinin tasarımı ile yer sorununu da ortadan kaldırıyor, dar alanlara kolay montaj imkanı sunuyor. Bina otomasyon sistemlerine bağlanılarak tek noktadan yönetilebilen ürün, farklı ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak 8kW ve 16 kW kapasite seçenekleriyle satışa sunuldu.

Fakir Hausgeräte'den Akıllı Nem Alma Cihazları

 Sıcaklıkların nem ile birleşip etkisini iyice hissettirdiği bugünlerde gerek kendiniz gerekse hasta, yaşlı ve bebekler için ferah ortamlar yaratabileceğiniz nem alma cihazları yaz aylarının daha keyifli ve sağlıklı geçirmenize yardımcı oluyor.

Akıllı Nem Alma Cihazı: Fakir Drywell

Fakir Drywell Nem Alma Cihazı, 20 litre nem alma kapasitesi ile bulunduğunuz ortamın havasını ideal hale getiriyor. Ayrıca, ön filtresiyle toz ve kirliliğe yol açan partikülleri havadan arındırıp sağlıklı nefes almayı sağlıyor. Üstün Alman teknolojisiyle tasarlanan Drywell Nem Alma Cihazının iki kademeli fan hız ayarı ile istediğiniz hızda çalışmasını sağlarken, yüzde5 – yüzde 80 aralığında nem alma seçeneklerini kullanabilirsiniz. Oda sıcaklığı ve nem miktarını gösteren LCD ekranıyla sizi bilgilendiren Fakir Drywell ile nem kontrolü elinizde...

Vigor Plus ile kaliteli havalar

Fakir Vigor Plus İyonik Hava Temizleyici, 70 metrekarelik etki alanı ile yaşam alanlarının her köşesine ferahlık getiriyor. Toz ve koku sensörleri ile otomatik hava kalitesi kontrolüne olanak veren Fakir Vigor Plus, 5 farklı çalışma moduyla ve uzaktan kumandasıyla kontrolü size bırakıyor. Güçlü filtreleme özelliği ile mikro organizmaların oluşmasını engelleyen Vigor Plus; HEPA, TiO2, karbon, ön ve plazma filtreleri sayesinde yazı sağlıklı yaşamınızı sağlar.



Hotpoint'ten Spirilizatörlü Multi Blender ile Yaratıcı Bir Dokunuş

 Yeni Hotpoint Spirilizatörlü Multi Blender, hayal gücünü genişletecek sebze ve meyve tabakları hazırlanmasına yardımcı oluyor. Blender kiti ile doğrayıp, karıştırıp, ezerek lezzetli çorbalar ve soslar hazırlamak daha da pratik hale geliyor. Spirilizatörlü Multi Blender, üzerindeki 4 farklı kesim seçeneği ile kullanıcılara en sevdikleri meyve ve sebzeleri çeşitli renkli şeritlere veya dilimlere dönüştürme imkanı verirken, sofralara sağlıklı ve güzel salatalar sunuyor.

Tek cihaz, çok fonksiyon

Kullanıcıların mutfaktaki beklentilerine ve konforuna özen gösteren Hotpoint, farklı ihtiyaçlara cevap veren çeşitli aksesuarları, Spirilizatörlü Multi Blenderinbenzersiz çelik aksesuar bölmesinde buluşturuyor. Genişliğiyle öne çıkan doğrayıcı haznesi ve 6 farklı hız seçeneğinin yanı sıra doğrama, rendeleme, dilimleme, çırpma, el blenderi ve spirilizatör fonksiyonlarıyla dikkat çeken Hotpoint multi blender, tüm lezzetlere hareket getiriyor.



Hotpoint'ten Bayram Hazırlığını Şenlendiren Derin Dondurucular

 Hotpoint'in dört mevsim tazelik vadeden sandık tipi ve dikey derin dondurucuları, geniş hacmi ve hayatı kolaylaştıran tasarımlarıyla kullanıcıları bayramda yiyecekleri muhafaza etme derdinden kurtarıyor. Kurban Bayramı'nın olmazsa olmazı derin dondurucular, Hotpoint'in kampanyasıyla 899 TL'den başlayan cazip fiyatlarla sunuluyor. Tamamı A+ ve A++ enerji sınıfı derin dondurucular, sebze, meyve ve kurban etlerinin tazeliğini aylarca güvenle koruyor. Geniş ürün gamıyla çeşitli büyüklükteki alanlar ve farklı ihtiyaçlara uyum sağlayan Hotpoint derin donduruculardaki Buz Kontrol Sistemi ve No frost teknolojileri buzlanma ve karlanmaya engel oluyor. Hızlı dondurma fonksiyonu da gıdaların besin değerlerinin korunmasına yardımcı oluyor. 395 litreye varan hacme sahip sandık tipi Hotpoint derin dondurucular, gıdaları organize etme konusunda sağladığı rahatlıkla dikkat çekiyor. Hotpoint dikey dondurucular ise 3 çekmecedan 7 çekmeceye kadar 340 litreye varan hacim sunuyor ve elektronik kontrol paneli ile daha hassas sıcaklık ayarı yaparak gıdaların daha sağlıklı saklanması garantiliyor. Geniş hacimli çekmeceler sayesinde mükemmel kapasite yaratan Hotpoint, sebzeden meyveye ve balıktan ete her türlü gıdayı büyük miktarlarda saklamayı pratik ve kolay hale getiriyor.



Goldmaster'dan Linda Epilasyon Aleti

Yaz ayında giyilenler ayak bakımı yapılmasını ve bacakların sürekli pürüzsüz olmasını zorunlu kılıyor. Tüm bunlar için gereken tek şey, biraz vakit ayırmak ve doğru bir ürün seçmek. Linda Epilasyon Aleti, Türkiye'de bir ilk olarak epilasyon cihazının ayak törpülemesine de imkan sağlıyor. Çıkarılabilir başlığı ile istenirse pürüzsüz bacaklar için epilasyon yapılabilir, istenirse de ayak bakımının önemli bir rutini yerine getiriliyor. 12,5 mm ekstra uzun 18 cımbız ile kusursuz bir epilasyona olanak tanıyan Linda Epilasyon Aleti iki farklı hızda çalışabiliyor. Şarjlı olması sayesinde pratik bir kullanıma da sahip olan ürün, temizleme fırçası ile kolayca temizlenebiliyor. Linda Epilasyon Aleti pembe ve mor renk seçeneklerine sahip.



Tarzın Kusursuzlaştırılması için 10'u 1 Arada King MaxiCare

10 fonksiyonlu yepyeni King MaxiCare, saç kesme, bıyık kesme, burun/kulak tüyü alma, tıraş, vücut tüyü alma ve hassas düzeltici başlıkları ile tarzınızı baştan aşağı yaratmaya imkan tanıyor. Kablolu ve kablosuz kullanılabilen King MaxiCare, lityum iyon pili sayesinde daha hızlı şarj oluyor; daha uzun kullanım imkanı sağlıyor. Özel geliştirilmiş çift fonksiyonlu tıraş başlığı aynı zamanda vücut tüyü alma başlığı olarak da kullanılabilir. 4 kademeli saç kesme tarağı (3,6,9,12 mm), 16 kademeli sakal ve bıyık kesme tarağı (3-18 mm) ve su geçirmez tasarımıyla King MaxiCare üstün şekillendirme sağlıyor.



Sensormatic'ten Servis Yönetim Sistemi

Sensormatic tarafından geliştirilen ve sektörde bir ilk olan Servis Yönetim Sistemi, satış sonrası teknik destek hizmetlerinin nasıl güçlendirilebileceğine örnek teşkil ediyor. Çağrı Merkezi ya da çevrimiçi kanallar üzerinden gelen taleplerin yönetildiği sistem, işe uygun teknik uzman seçimini kolaylaştırıyor. Servis çağrısı sisteme işlendiği andan itibaren tüm detayları ilgili ekipler tarafından izlenebiliyor ve teknik yöneticiler işe uygun teknik uzmanı anında atayabiliyor. Bu sayede müdahale ve sorunu çözme hızı artırılmış oluyor.

İlgili teknik personel hizmet vereceği alana ulaştığında GPS destekli mobil uygulama üzerinden check-in gerçekleştiriyor. Bu sayede çağrı ile alana varış arasında geçen süre, yani müdahale süresi hesaplanabiliyor. İş bitiminde ise check-out yapan teknik uzmanın sorunu ne kadar sürede çözüme kavuşturduğu ölçümlenebiliyor. Alınan hizmetin hızını ve kalitesini tek bir rapor üzerinde görebilen firmalar, müşteri memnuniyet oranlarının tespiti için de kullanılan sistem sayesinde aldığı hizmeti puanlayabiliyor. Hizmeti alan firma yetkilisine her adımda online bilgi akışı sağlayan sistem sayesinde hizmetin içeriği, süreci, ilgilisi, müdahale süreleri ve sorunun çözüme kavuşturulma hızı net şekilde takip edilebiliyor ve raporlanabiliyor.



SineMadem

Adem Y. Tavukçuoğlu



Mission Impossible : Fallout

Mission Impossible, 1960'larda ve 80'lerde iki kez TV'de yayınlanan başarılı bir casusluk dizisidir. Tom Cruise, bu ekipten Ethan Hunt karakterini 1996'daki ilk filminden bu yana (Brian DePalma'nın yönettiği, serinin hala en iyi filmi) altıncı kez canlandırıyor. 55 yaşında ama 40'larında gösteriyor tabii.

Dur duraksız aksiyonuyla, başarılı (mantık hatalarını görmezden gelebilen aksiyon filmi hayranlarındansanız) senaryo ve oyunculuklarıyla yılın belki de en sağlam aksiyon eğlenceliği. Serinin de en iyi 2. Halkası olmuş. Bir önceki başarılı filmin senarist ve yönetmeni Christopher McQuarrie bu filmde de çok iyi bir iş çıkarmış.

Filmden daha iyi keyif almak için özellikle bir önceki film başta olmak üzere serinin önceki filmlerini de izlemiş olmanız lazım.

Yanlış bir karar

Film, Ethan Hunt'ın ekip arkadaşı ile dünyanın kaderi arasında verdiği yanlış bir kararla başlıyor. Bu kararın sonucu olarak ekibe CIA'den bir katılımı kabullenmek zorunda kalıyor (Henry Cavill). Sonrası doludizgin, zincirlerinden boşanmış, zaman zaman inanılmaz saçmalıkta, eğlenceli aksiyon. Espriler de yerli yerinde kullanılmış.

Filmin zayıf noktaları, (eğer benim kadar titizseniz) mantık hataları ve daha da önemlisi kolay tahmin edilebilir twistler.

Sonu açık

Filmin sonu açık bırakılmış. 60'lı yaşlarına kadar Ethan Hunt olan bir Tom Cruise görebiliriz. Zannımca serinin önceki iki filminde "Acaba Tom Cruise'un yerini alabilir mi?" diye getirilen ondan 8 yaş küçük Jeremy Renner bu filmde artık yok. Demek ki, Tom Cruise yapımcılığını da yaptığı seriyi başkasının taşıyamacağı hakkında doğru bir karar vermiş. Tom Cruise'un minimum dublör kullanımı yaptığı belli olacak açılarda çekimler yapılmış. Gerçekten de bu konuda hakkını vermek lazım bu yeteneği yakışıklılığı ölçüsünde olamayan aktörün.

Not : Justice League filminde Superman'in bıyığını silmek için yapılan başarısız CGI efektinin sebebi bu filmidir. Henry Cavill, J.League ek çekimleri için çağrıldı sırada bu filmi çekiyor olduğundan, kontrat gereği bıyıklarını kesememişti.

SinemAdem iyi seyirler diler.



*Hangi mevsim olursa olsun
Altus derin dondurucuyla
tazelik daim olsun.*



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



PROCYCLE

yeni geri dönüşüm sistemleri



Waste stream
Atık sınıflandırma



Fantom

PROFESSIONAL



PROJESİNİ
DESTEKLİYORUZ



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



/fantomevaletleri



/FantomEvAletler



/fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomevaletleri

Danışma Hattı
0800 219 02 79
Türkiye genelinde
400 Adet Teknik Servis