

243

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Eylül 2019 / Yıl: 21 / ISSN 1302 308X

Available on the
App Store

Available on
Google play

**PRATİK,
GÜÇLÜ VE ZAHMETSİZ
TEMİZLİK.**

arnica™

VESTA ET14450

TOZ TORBASIZ ELEKTRİKLİ SÜPÜRGE

BAGLESS VACUUM CLEANER



EKSTRA DAYANIKLI

U8

ULTRA
BARIYER
HORTUM

H13
HEPA 13

**CYCLONE
MAX**



Yaşam tarzınıza uyan
yapay zeka teknolojisi.



AXI çamaşır ve kurutma makineleri yapay zeka sayesinde alışkanlıklarınızı anlar size özel cevaplar verir. Üstün teknolojisi sayesinde AXI kurutma makinesi, AXI çamaşır makinesi ile Wi-Fi aracılığıyla iletişime geçerek, yıkanan çamaşırın türüne göre en uygun kurutma programını önerir. Ayrıca, yıkama ve kurutma programlarını özelleştirebilir, internet bağlantıları sayesinde makinelerinizi uygulamaları aracılığıyla uzaktan kontrol edebilirsiniz.

Gelin siz de güvenilir Hoover dünyasına adım atın, gerçek performansı ve rahatlığı yaşayın.

444 0 398 hoover.com.tr HooverTurkiye HooverTurkiye @hoover_turkiye hoverturkiye

Gücü Elinizde Tutun!



**81 ilde 1200 servis noktanız ile
Gücü Elinizde Tutun!**

**HTS satış sonrası hizmetler
operasyon gücünüzü artırır,
maliyetlerinizi azaltır...**

Ankastre ürünler, beyaz eşya, küçük ev aletleri ve elektronik eşyalar konusunda sağladığımız satış sonrası hizmetler ile firmanızın yanındayız. HTS olarak Tüm Türkiye'de uzman teknik kadromuz, teknolojik alt yapımız ve destek ağıımız sizin ve müşterilerinizin hizmetinde.

Müşterileriniz müşterilerimizdir...



www.h-t-s.com.tr

81
İL

1200
SERVİS

İçindekiler



EYLÜL 2019 • SAYI: 243

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

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

Yazı İşleri Müdürü
Kağan DEMİRGİL
haber@dagitimkanali.com.tr

Reklam ve Halkla İlişkiler Direktörü
Funda SÖYLEMEZ
funda.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Editör
Eren KILIÇ
Müge ÇİTOĞLU

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
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

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM
Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Tüm yayın hakları Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı'na aittir. Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel-sürelidir.

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.

Dağıtım Kanalı dergisi Basın Meslek İske ve Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

6 Söyleşi

Arnica
Yönetim Kurulu Başkanı
Senur Akın Biçer
Mucit Mühendis
Hasan Akın'ın
Lehim Yapan Kızı:
Senur Akın Biçer



10 Söyleşi

Teka Türkiye CCO
Kıvanç Işık
Teka olarak işimiz ve
ürünlerimize tutku
duyuyoruz



14 Kahve Kokusu

6. İstanbul Coffee
Festival Eylül'de
KüçükÇiftlik Park'ta

Arzum ve Anadolu
Kültürel Girişimcilik
iş birliği yaptı

Fakir Hausgeräte,
İstanbul Coffee Festival'e 4. kez katılıyor
Kahve neden mi pahalı?



20 Dosya

Kahve makineleri
küçük ev aletleri
sektöründe büyümeyi
tetikliyor



28 Dernek

Türkiye ekonomisi 2020 itibarıyla tekrar
büyüme trendine girecek

30 Söyleşi

Kaunos Antik Kenti
Kazı Başkanı
Prof. Dr. Cengiz Işık
Işıklar Ülkesi Likya'nın
en önemli kentlerinden
biri olan Kaunos'un
izinde...



32 Sektör Haberi



42 Makale

Didem Tınarlıoğlu



44 Deneyim Kanalı

Kärcher WV 1 Plus
Window Vac ile
lekelerden iz kalmıyor



46 Ürünler



Milli hedef belli olmuştur. Ona ulaşacak yolları bulmak zor değildir.
Denebilir ki, hiçbir şeye muhtaç değiliz.
Yalnız bir tek şeye çok ihtiyacımız vardır:

ÇALIŞKAN OLMAK!

K. Atatürk



7Yıl* Ücretsiz Garantiyi Şenocakla!



* 30 Eylül 2019'a kadar geçerlidir.

ŞENOCAK



senocak.com.tr



Dağıtım Kanalı



**Ev Aletleri
Sektöründeki
en güncel
haberleri
herkesten önce
öğrenmek için...**

ABONE OL



Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Kahve makineleri pazarı canlanıyor

Kahve, sahip olduğu eşsiz tadın yanında farklı kültürlerde ifade ettiği farklı anlamlar ile de çok sevilen bir içecek. Dünyada sudan sonra en çok tüketilen içeceklerin başında gelen kahve, son yıllarda popülerliğini iyice artırdı. Bunda hızla çoğalan ve sadece kahve türevi içecekler yapan mekanların payı büyük. Ancak bir o kadar da küçük ev aletleri sektörü üreticilerinin bu alandaki makinelere olan yatırımlarının artırması da sektörü canlandıran temel etkenlerden. Hızla artan ilgiyi karşılamak ve farklı ürünler sunabilmek adına üretilen inovatif makineler, sektör içerisindeki toplam paylarını da artırıyor. Biz de dergi olarak bu sayımızda bir **Dosya** konusu ile kahve makineleri pazarını inceledik. Sektörün önemli oyuncularından aldığımız görüşlerle zenginleşen bu yazımızı ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Bu sayımızla birlikte farklı bir röportaj dizisini daha hayata geçiriyoruz. Sektörümüze yön veren, uzun yıllardır çalışan ve sahip olduğu deneyimle geleceğe yönelik önemli adımlar atan isimlerin yaşamlarından ve çalışma hayatlarından aldıkları dersler, unutamadıkları anılar, hataları ve tecrübelerini sizlere aktarıyoruz. İlk konuğumuz **Arnica Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer**. Kendisine değerli görüşleri için çok teşekkür ederiz.

Eylül sayımızdaki diğer bir röportajımızı ise **Teka Türkiye CCO'su Kıvanç Işık** ile yaptık. Hem firma hem de sektör özelindeki sorularımızı detaylı şekilde yanıtlayan Işık'a da katkıları nedeniyle sonsuz teşekkürler...

Dergimiz, Eylül sayısında farklı sektör haberleri, ürünler, dernek ve araştırma bölümleri, köşe yazarları ile dopdolu.

Keyifli okumalar...



Balık sezonu açıldı!

Mevsiminde aldığınız deniz ürünlerini Uğur'da saklayın, besin değerlerini korurken aynı zamanda da tasarruf yapın.

 **UĞUR**

Sevdikleriniz Uğruna



UED 7266 DTK
A++ Antrasit



UED 7266 DTK
A++ Mor



UED 7266 DTK
A++ Beyaz



UED 280
A++

Mucit Mühendis Hasan Akın'ın Lehim Yapan Kızı: Senur Akın Biçer

Yazıyı hazırlayan: Doğan Selçuk

“Başkalarının hatalarından, tecrübelerinden ve bilgeliklerinden öğreniyoruz. Başkalarından öğrenmek kendi hayatlarımızda daha doğru kararlar vermemizi kolaylaştırıyor. Ülkemizin genç kuşaklarını köklü sanayicilerimizin tecrübeleriyle besleyerek, daha doğru kararlar vermelerini istiyoruz. Başarının sırları, liderliğe giden yol vb. didaktik metinlerin kalıcı olmadığını bildiğimizden tecrübeli sanayicilerimizin hikâyelerini sizlerle paylaşmayı diliyoruz.”

Nelerden ders almışlar, nerede hata yapmışlar, unutamadıkları iş anıları neler? Bunları kendilerine soralım dedik. İlham veya ders alınabilecek, komik veya trajikomik hikâyelerden oluşacak yazı dizimizi keyifle okumanızı dileriz.



Senur Akın Biçer
Arnica Yönetim Kurulu Başkanı

Bu ayki konuğumuz Arnica Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer. Senur Hanım ile bir araya gelerek hayatı, kariyeri ve Arnica markası hakkında keyifli bir röportaj gerçekleştirdik. Başarısının arkasında yatan sırları, iş hayatında yaşadığı deneyimleri, babasıyla yaşadıklarını, aile şirketine neler öğrendiğini, sanata olan ilgisi ve sosyal hayatının hareketliliği hakkında konuştuk. Dergimizin sayfalarına sığdırabildiğimiz kadarını şimdilik sizlerle paylaşacağız, çünkü Senur Hanım'ın enerjisi ve hikâyeleri dergi sayfalarına kesinlikle sığmaz.

Gerek iş gerekse de sanatsal çalışmalarınız sebebiyle dünyayı gezdiğiniz biliyoruz. Yurt dışında unutamadığınız bir iş seyahatiniz oldu mu?

1994 yılında özel izinle Çin'e gittik, çünkü o dönemler vize olmadığı için Hong Kong'a gidebiliyoruz, Çin'e ise vize almak zaten imkânsız. Rahmetli babamın da şöyle bir şıartı vardı; "Bir yere iş yapacağını adamın iş yaptığı yeri göreceksin. İş yapış şeklini yerinde göreceksin" Şatafatlı yemeklere götürebilirler, göz boyamaya çalışabilirler. Ancak içeride adamın bir sistemi vardır, onu görmek isterdi. Püf noktalarını söylerdi babam. Burası gibi bir yere girdiği zaman bu insanlar nasıl çalışıyor, belirli düzende mi vs. bunlara bakardı. Elektronik parça üreten bir fabrikaya gittik. Ürünümüzde kullanmak üzere elektronik parça satın alacağız. Babam fabrikayı gezmek istedi.

Öncelikle ulaşım çok ilginç oldu. Indiana Jones'daki gibi bir an yaşadık. Garip bir otobüsle, tavuklarla seyahat ettik. Bir kişi arkadan saçımı kesmeye başladı. Sanırım saçlarım kızıl renk olduğu için ilginç geldi ona. Bize eşlik eden kişi dön önüne bir daha yapmaz dedi, ancak saçı kesen başka şey de yapabilir diye tedirgin olduk. Toprak bir yoldan ilerledik ve yolun üzerinde billboard benzeri tabelalarda projelerin resimlerini gördük. Orada yapılması planlanan yollar, fabrikalar, yüksek binalar vs.



Babama "Bunlar, bu projeleri yapacaklarmış, ne kadar zamanda yaparlar?" dedim. "Muhtemelen 30-40 yılı bulur herhalde." dedi. Fabrikadaki çalışma şartları çok iyi değildi, bir disiplin var ama insanları böyle yığma şeklinde yatakhanelerde yatırıyorlar. Herkesin bir eyaletten bir eyalete seyahat etme özgürlüğünün olmadığı zamanlardan bahsediyoruz. Yemek olarak paslı bir varilden yeşilimsi sulu bir şey veriyorlardı. Üç haftada bir gün tatil günleri varmış. Ücretlerden bahsetmiyorum bile. Akşam çıkış yapmak zorundayız çünkü o şekilde izin alınmıştı bize.

Yıllar sonra 2000 ya da 2001 yılında önce babam gitti ve oradan beni arayarak, "Buraya gelmelisin. İnanılacak gibi değil, gördüğümüz yerler yapılmış. Gökdelenler var burada." dedi. Çin'in Guangzhou bölgesinden bahsediyoruz. Daha sonra oraya ben de gittim. Gelişimlerine, gelişim hızlarına inanamadım. Çok iyi organize olmuşlar ve devletten de yardım almışlar.

İş hayatınıza dair ilk tecrübelerinizde sizde yer eden anılarınızı anlatabilir misiniz?

Üniversitede okuyorum, billboardda bir duyuru vardı, tercüman aranıyor. Başvurup yapmaya karar verdim. Boğaziçi Üniversitesi'nde okuduğum

İşin mutfağında başladım, işin mutfağında piştim

için özgüvenim de epey yüksek. Görüşmeye gittim, önüme bir metin verdiler. Bakıyorum, bakıyorum ama hiçbir şey anlamıyorum. Kimya ya da matematik olsa çözerim ancak resmi bir dille yazıldığı için hiçbir şey anlamıyorum. Hayatımda ilk defa kendimi duvara toslamış hissettim. Düşünsenize daha 19 yaşındasınız. Bir hafta hayata küstüm. Tabii buradan dersler de çıkardım: Birincisi iyi bir okula girmek demek insanın gerçek hayattaki başarısını belirlemiyor. İkincisi, daha çok çalışacaksın ve çok yönlü olacaksın. 19 yaşında karar verdim, ben çok yönlü olacağım diye. Okuldaki öğrencilik hayatımda da farklı dersler aldım, ekonomi bölümünden dersler aldım. Üzerinden yıllar geçti. Senur'un ilk ihracatını yaparken önüme yine yabancı dilde metinler geldi.

Bir 40'lık konteynerde İsrail'e mutfak robotu vereceğiz. Bir yanda evrakları ayarlıyorum ama İsraili müşteriye de söylüyorum. Bizim ilk ihracatımız olduğu için bu konuda bize yardımcı



Bence imkânsız diye bir şey yoktur. Bugün imkânsıza inanmıyorum, çünkü mutlaka bir çözüm yolu vardır, bakmasını bilmiyorsunuzdur. Seçeneklerinizi ortaya koyamamışsınızdır.

olmasını istiyorum. Çünkü ihracatla ilgili ne hazırlamamız gerektiğini anlamak istiyorum. Buradaki bankalara soruyorum. Bankalar bile bilmiyordu. 1993 yılından bahsediyorum. Karşıdaki kişi de beni "Nakliye firmasını ben arıyorum ama sana da nakliye firmasının telefonunu veriyorum. Sabaha kadar her şeyi ayarlayın yoksa ambara gidemeyecek, gümrüğe gidemeyecek." diye uyarıyor. Muhtemel bazı problemleri de söylüyor. İlk defa ihracat yapacağız. Zaman zaman ufak tefek fason işleri veriyoruz. Nakliye firması bizi uyarıyor, "40'lık konteyner yolluyoruz ama mutlaka ölçülerinizi kontrol edin." diye. Bazen 10 cm bile çok şey fark ettiriyor. Evrak da ona göre hazırlanıyor tabii. Ben gerekirse 200 tane fazla olsun mantığındayım, bir sonraki sipariş olur. Yeter ki eksik olmasın diyorum. Ben gün içinde evraklarla uğraşırken üretimde kumanda şalteri ile ilgili problem varmış, onu çözmeye çalışıyorlarmış ve bunu bana henüz söylememişler. En son bana karşıdaki adamcağız "B/L göndermeyi unutma." dedi. B/L ne bilmiyorum.

Ben buradaki evraklar boğuşurken, saat 7-8 gibiydi, içeri geçtim, baktım ki bir sorun var. Sabah 8'de konteyner gelecek. Gece saat 10. Bizim kumanda şalterleri çalışmıyor. "Allah'ım ne yapacağız ne edeceğiz çalışmıyorsa, bir de söz verdik." diyorum. İlk ihracatımız olduğu için nasıl terliyoruz bilemezsiniz. Herkes heyecanlı. Baktık ki problem kumanda şalterlerinde, onların tek tek

sökülmesi lazım. 1.080 tane kumanda şalterinin tekrardan sökülmesi lazım. İçinde bir şey yanlış yapılmış, o dönemdeki üretim sorumlumuz, "Sorun bu. Bilyeleri ters koymuşlar." dedi. Oturacağız biz yapacağız. 1.080 tane ürün var. Ekip olarak 23 kişiyiz, nasıl unutturum. Hepsini tek tek açtık. Saat 5 oldu, bir yanda kumanda şalterlerini tamir ediyoruz, üretim bandına veriyoruz, ürün üretiliyor, kontrolleri yapıyor, yüzde yüz kontrolleri yapıyor. Saat 7 buçuk gibi konteyner geldi, olanları yükledik. Son 100 tane falan kalmıştı onlar da yüklenirken onları da ürettirdik. Sabaha kadar burada hep beraber şarkı türkü söyleyerek yetiştirdik.



Rahmetli babanızdan iş hayatına dair aldığınız dersleri dinleyebilir miyiz?

Babam makine mühendisi ve yaratıcı mucit adam. Kendi makinesini kendi yapıyordu, işi makine yapmak değildi ama üretimde kullanacağı makinaları kendisi yapmak zorundaydı. İthalatın çok da kolay olmadığı dönemlerdi. En iyi makinalara gider bakardı ve oturur kendi makinasını kendisi yapardı, bizim kendisinin yaptığı çok güzel motor hatlarımız var. Babam deneme yanılmayı bıkmadan usanmadan yapardı. Ondan öğrendiğim en önemli şey, bütün olasılıkları üşenmeden deneyeceksin, uzun vakit alıyor gibi gözükse de yılmadan mutlaka bir çözüm yolu var ya, imkânsız diye bir şey olmadığını hep bu şeylerde gördük.

Sanayicinin gerçekten imkânlarının kısıtlı olduğu bir dönemde, bir mıknaş lazım olmuş babama, bir ürün imalatı için. Piyasadan bir sürü hoparlör

toplamaş, içlerindeki mıknaşları toplayarak ürün yapmış kendisine. Yani o yüzden de çözümün nerede olduğunu bilemezsiniz, kimin aklına gelir ki hoparlörün içinde mıknaş var da onu topla, git 1.000 tane hoparlör al. Hepsini tek tek sök ve mıknaşlarını al. Bence imkânsız diye bir şey yoktur. Bugün imkânsıza inanmıyorum, çünkü mutlaka bir çözüm yolu vardır, bakmasını bilmiyorsunuzdur. Seçeneklerinizi ortaya koyamamışsınızdır.

14-15 yaşından itibaren fabrikada çalışmaya başladım. 18 yaşımı yani liseyi bitirdiğimde burada ilk işim kalıphanede kesme kalıbı yapmaktı. Sonra montajda çalıştım, bantta çalıştım. Mühendislik eğitimimi babamdan aldım diyebilirim. 18-20 yaşlarında kalıphaneye indiğimde oradaki ustalar beni reddettikleri için değil ama, "Bu kız çocuğu Hasan Bey, ne yapıyorsun, eli gözü yaralanacak sonra evlenemeyecek." dediklerini çok iyi hatırlıyorum.

Lehim yapıyoruz, babam lehim yaptırıyordu. Bir seferinde gerçekten hastanelik oldum. Sonra annem bu çocuğu öldürecek dedi babama. İlk çocuk benim, öğretilsin dedi babam. İşte böyle böyle öğrenecek, bir daha o kokuyu koklamaması gerektiğini bilir ve diğer insanların da koklamaması gerektiği yönünde önlem alır, o zihniyete sahip olur demişti. Bu çok önemli bir ders.

Hayatın her alanında çok yönlü olmak gerekiyor

Ortaokul yıllarıydım. Türkiye'de yüz yılını doldurmuş bir dikiş makinası markası babamdan motor yapmasını istemiş, pedallı o zaman yeni çıkarıyorlar bu motoru. Babam bakmış etmiş, tamam yaparım da bu motor sizin için çok uygun değil, siz bunun geri dönüşünü fazla alırsınız demiş. Amerikalı ekip gelmiş, onlara da babam "Yaparım bu işi ama bunu düzelterek yaparım, bu şekilde olursa, bunu bire bir yap dersiniz bu şekilde ben bunu yapmam çünkü benim başımı yakarsınız sonra." demiş. Adamlar gülüp peki yap bakalım demişler, meydan okumuşlar ona. O da yapmış gerçekten, düzeltilmiş ve ortaya bir buluş çıkmış aslında. Tabii bu durum firmanın hoşuna gitmiş ve babama iş teklif etmişler. Belli ki sen burada iyi bir mühendissin burada yerin var ama seni Amerika'ya alalım, sana bir yer verelim, senin idarende olsun, sana ailene sınırsız vize falan, böyle güzel bir paket sunmuşlar babama. Babam akşam geldi tabii geç saate kadar da çalışıyor. Eve geldiğinde beni uyandırıp, "Biliyor musun? Ne yaparsan yap, hayatta özgürlüğünden asla vazgeçme." dedi. "İnsanın özgürlüğü kadar değerli bir şey yok, ben özgür olmazsam bu buluşları yapamam, ben birisine bağlı olursam yaratıcı olamam." dedi.

arnica™



Arnica Inox serisi ile Evinize **Şıklık** Katın.

Arnica Inox Serisi



Arnica
Mila

Arnica
Master Cook

Arnica
Diamond

Arnica
Köpüklü

Arnica
Demli

3 yıl
garanti



Teka olarak müşteri deneyimi noktasında fark yaratmaya çalışıyoruz

“2018 yılında başlattığımız Ar-Ge yatırımlı 200 yeni ürünü bir araya getiren geniş çaplı bir ürün gamı yenilenmesi hayata geçirdik. Tasarım ve özellik bakımından iyileştiren yeni bir endüstriyel platform üzerinde odaklanarak son iki yıldır Ar-Ge’ye büyük miktarda yatırım yaparak Avrupa’da tasarlanan ve geliştirilen ürünlerimizi müşterilerimizin beğenisine sunduk.”



Kıvanç Işık
Teka Türkiye CCO



Bir Alman markası olan ve dünya ile Türkiye’de beyaz eşya sektörünün en önemli markalarından biri olan Teka’nın son dönemdeki çalışmalarından genel olarak bahseder misiniz?

2019 yılında Teka olarak yeni bir döneme, gelişim değişim sürecinde ilerliyoruz. Nisan itibarıyla logomuz ve yenilenmiş yüzümüzle, tüketicimizle temasımızı arttırdık. Bu süreçteki ilk amacımız; tüketicilerimizin ihtiyaçlarını karşılayarak, yıllardır inşa ettiğimiz marka algımızı daha da güçlendirerek; güvene dayalı, samimi bir ilişki yaratıp bunu geniş kitlelere ulaştırmaktı. Tüketicilerimizin mutfaklarına ruh katmak ve hayatı yaşamaya değer kılan anlamlı anlar yaratmak; süreçte ön planda tuttuğumuz vizyonumuz oldu.

Şirketin Türkiye’deki yapılanması nasıl? Nasıl bir ekip ve sistem ile müşterilerinize hizmet sunuyorsunuz?

90 yılı aşkın sektör deneyimimizle ankastre mutfak aletlerindeki uzmanlığımız ve banyo çözümleri konusunda da üretim ve pazarlama faaliyetlerini yürüten çok uluslu, tarihi Almanya’da başlayan, şu anda merkezi Madrid/İspanya’da olan Avrupa’nın öncü ve iddialı bir markasıyız.

Avrupa, Asya ve Amerika kıtalarında 57 ülkedeki iştişakımız ve 15 fabrikamız ile 116 ülkede faaliyet göstermekteyiz. Tüm dünyada 100 milyondan fazla kullanıcının evine hizmet sunuyoruz.

Türkiye’de ise 30 yılı aşkın sektör deneyimi ile Çerkezköy ve İzmir’deki üretimlerimizi iç pazar ve tüm dünya ülkelerine sunuyoruz.

400 aşkın çalışan sayımızla birlikte, müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılayacak hizmet ve servisi ön planda tutan bir misyon üstleniyoruz.

En büyük mutluluk kaynaklarımızdan biri de, işimiz ve ürünlerimize duyduğumuz tutku. Kullanıcılarımıza mümkün olan en iyi deneyimi sunabilmek için mutfak dünyasını yoğun bir şekilde yaşıyoruz. Uzmanlığımızla tasarladığımız mutfak cihazlarımız sayesinde, sevdikleriyle en benzersiz anları paylaşan kullanıcılarımızla aynı duygu paydasında buluşuyoruz. Bu konuda edindiğimiz güvenilirliğin sonsuz bir değer olduğuna inanıyoruz.

Türkiye’den farklı ülkelere de Teka ürünleri ihraç ediliyor. Hangi pazarlar ya da ülkeler ön plana çıkıyor?

TEKA Türkiye olarak; sadece iç pazarda değil, dünya çapında 18 ülkenin de sorumluluğunu üstleniyoruz. Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri (CIS), Körfez Ülkeleri (GCC) ve Orta Doğu ile Kuzey Afrika (MENA) bölgelerinde, bu pazarların dinamiğine göre stratejilerimizi oluştururken, küresel markamızın hedef uygun yerel çalışmalarına da odaklanıyoruz. Tüketicilerimiz için cihaz satmaktan öte benzersiz duyguları deneyimlemeyi ve yansıtmayı amaçlıyoruz.

Müşteri deneyimi noktasında fark yaratmaya, satış sonrasında da hizmetlerimizi geliştirerek memnuniyeti artırmak için sürekli çalışıyoruz.

“Kullanıcılarımıza mümkün olan en iyi deneyimi sunabilmek için mutfak dünyasını yoğun bir şekilde yaşıyoruz.”

Teka özellikle ankastre ürünler konusunda ciddi yatırımlar yapan, öncü bir şirket. Bu alandaki genel yaklaşımınız ve yatırımlarınızdan bahseder misiniz?

2018 yılında başlattığımız Ar-Ge yatırımlı 200 yeni ürünü bir araya getiren geniş çaplı bir ürün gamı yenilenmesi hayata geçirdik. Tasarım ve özellik bakımından iyileştiren yeni bir endüstriyel platform üzerinde odaklanarak son iki yıldır Ar-Ge’ye büyük miktarda yatırım yaparak Avrupa’da tasarlanan ve geliştirilen ürünlerimizi müşterilerimizin beğenisine sunduk.

Bu en yeni ürün yelpazesinde sunulan tüm fırın, ocak ve davlumbazlar özellikleri bakımından inovasyonda niteliksel bir sıçramayı temsil ediyor. Hassas kontrollü, kendini temizleyen, en düşük enerji tüketimi sağlayan ve kullanıcı dostu bir ürün serisi olarak kullanıcılarımıza benzersiz bir



deneyim sunuyoruz. DualClean kendi kendine fırın temizleme sistemi, yeni EcoPower motorlarının davlumbazlara dahil edilmesi ve MultiSlider dokunmatik kontroller gibi yeni işlevler yeni ürünlerimizdeki gelişmelerden sadece birkaçı oldu.

Düşük enerji tüketimi, inovasyon kolay temizlenebilme ve ergonomik kullanım sağlayan özellikler ile ön planda olan Easy, Total ve Maestro serilerimizle; müşterilerimize her ihtiyaca yönelik ürünler sunuyoruz.

Easy, sadeliği ve kolaylığı tercih edenlere. Total, ailesi için birden çok seçeneğe ihtiyacı olanlara. Maestro, herkes gibi olmak istemeyenlere.

Dijitalleşme ve endüstri 4.0 son dönemin en popüler konuları arasında. Sizin şirket olarak bu alanlara bakış açınız ve yaklaşımlarınız nasıldır?

Süreçlerimizin, farklı bakış açısı noktalarından daha iyi olması için Dijitalleşme ve Endüstri 4.0'a önem veriyoruz ve bu yönde projelerimiz devam ediyor. Örnek vermek gerekirse, pazarın ve müşterilerin ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilmek için tedarik ve üretim süreçlerimizi ERP (Kurumsal Kaynak Planlama) sistemimiz üzerinden entegre bir şekilde yürütüyoruz. Bu sistemi Endüstri 4.0 projemiz ile entegre etmek bir sonraki adımımız.

- Üretim tesislerimizde malzeme ve ürün hareketlerini Endüstri 4.0 kapsamında RFID teknolojilerinin takibi

“ Yeni servis hizmetimizle birlikte, doğru zamanda ve en uygun maliyetle uçtan uca hizmet verecek şekilde yatırımlarımızı arttırıyoruz. ”

- Süreçlerimize yönelik anlık verileri toplayıp değerlendirerek üretkenliğimizi ve verimliliğimizi arttırmak
- Müşteri talep ve siparişlerine en optimum sürede cevap verebilmek için stoklarımızı anlık takip edebilmek

Çalışanlarımızın yetkili olduğu operasyonlarda çalışma izni verecek sistemi kurgulayarak çalışan iş güvenliğini artırmak gibi farklı hedeflere yönelik projelerimiz mevcut.

Satış sonrası hizmet konusunda da farklı bir süreç izliyorsunuz. Son dönemde bu alanda şirket içerisinde bir değişiklik de yapıldı. Bu süreçten genel olarak bahseder misiniz?

Teka olarak, müşteri memnuniyetini her zaman

ön planda tutuyoruz. Bu amaç doğrultusunda, tüketicilerimize daha iyi hizmet verebilmek için Ağustos ayı itibarıyla, satış sonrası hizmetlerimiz yeni iş ortağımız tarafından yürütülmeye başlanmıştır.

Bu iş birliğindeki asıl odağımız iş ortaklarımız ve müşterilerimizin memnuniyeti olduğu için hizmet kalitemizi tüketici odaklı ve en optimum sürelerde hizmet verecek şekilde daha da arttırarak yolumuza devam ettiriyoruz.

Yeni servis yönetim programı entegrasyonu ile önümüzdeki dönemde montaj ve onarım bildirim taleplerini online olarak takip edebileceğiz, satış sonrası hizmetlerde, kolay erişim ve geri bildirimleri kolaylaştırmak amacıyla kapsamı geliştirilmiş yeni Çağrı Merkezi numaraları tanımladık.

Bu şekilde müşteri dostu servis anlayışımızı yaygınlaştırmayı amaçlıyoruz.

Kolay erişimin haricinde, müşterilerimizin aldığı hizmet ve servisi memnuniyetini ölçüp hızlı aksiyon almak amacıyla anket sistemimizi geliştirdik. Yeni dönemde müşterilerimizin uçtan uca deneyimlerini ölçmek için NPS'i (Net Promoter Score) kullanacağız.

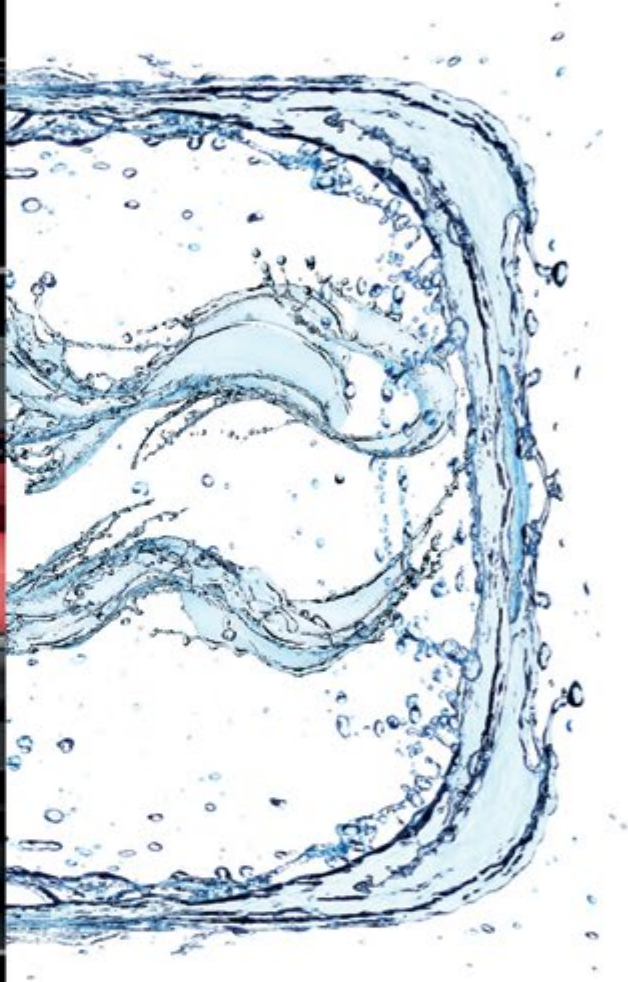
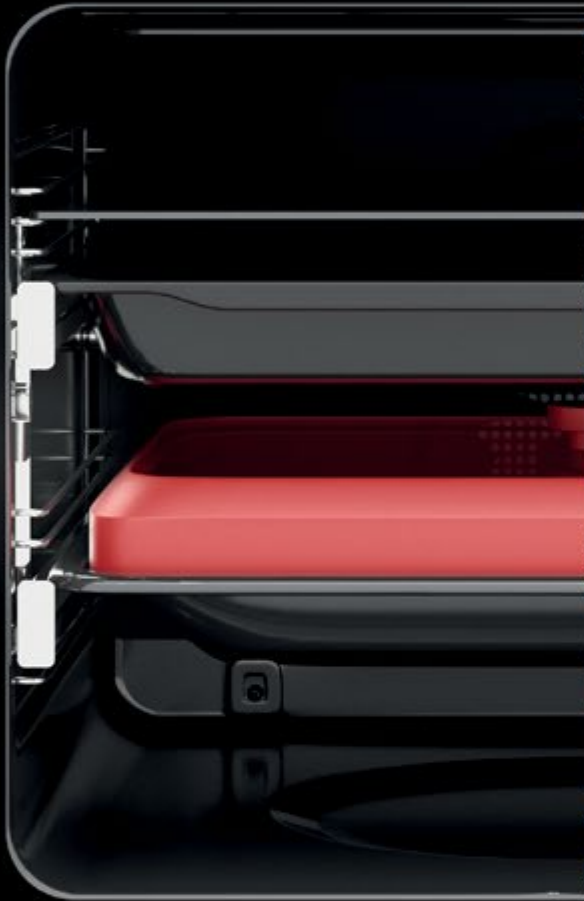
Yeni servis hizmetimizle birlikte, doğru zamanda ve en uygun maliyetle uçtan uca hizmet verecek şekilde yatırımlarımızı arttırıyoruz.



Siz yemeğin tadını çıkarırken **fırınınız kirleri aradan çıkarsın.**

TEKA iOven fırın, DualClean Sistemi sayesinde sizleri temizlik işinden kurtarıyor. Yemeğinizi hazırladıktan sonra tek yapmanız gereken, kendi kendini temizleme yöntemlerinden birini seçmek.

TEKA iOven fırın, hayatınızı kolaylaştıracak birçok özelliğiyle mutfağınızda yerini almayı bekliyor!



- Multifonksiyonel turbo fırın
- 5" renkli TFT ekran dokunmatik kontrol
- Kişisel pişirme asistanı; 50 programlı tarif
- 18 pişirme programı
- 70 litre kapasite
- SlowCook programı; düşük sıcaklıkta pişirme
- Drop Down maxi ızgara
- 1 derin, 1 sıg tepsi, 2 ızgara

Herkese göre bir TEKA var:

EASY

Sadelığı tercih edenlere

TOTAL

Ailesi için birden çok seçeneğe ihtiyacı olanlara

MAESTRO

Herkes gibi olmak istemeyenlere



Kahve Kokusu

6. İstanbul Coffee Festival Eylül'de KüçükÇiftlik Park'ta

Dream Sales Machine'in kahve sektöründe dünyaca tanınan etkinliği İstanbul Coffee Festival, 19-22 Eylül 2019 tarihleri arasında Axess ana sponsorluğunda KüçükÇiftlik Park'ta düzenlenecek. Onbinlerce kahveseveri ağırlayacak olan festivalin biletleri dsmbilet.com'da satışa sunuluyor.



Farklı aktiviteler, kahve ve müzik keyfi

Katılımcı markaların kendi alanlarında ziyaretçiler için hazırladığı çeşitli deneyimlerle zenginleşen İstanbul Coffee Festival, dört gün boyunca kahveseverler için bir oyun alanına dönüşecek. Onlarca müzisyenin vereceği konserler ve Coffee & More alanına konumlandırılacak deneyim alanlarıyla İstanbul Coffee Festival katılımcılara kahve ve müzik keyfini bir arada yaşatacak.

2018'de Mart ayında ilki gerçekleştirilen lifestyle kahve yarışması olan Barista Clash'in ikinci buluşması için başvurular ise Barista Clash Zone'da toplanacak. Kontenjanı sınırlı olan yarışmaya katılmak isteyen profesyonel ve amatör baristalar erken başvuru için festivale davet ediliyor.

Avrupa'nın en büyük iki kahve festivalinden biri konumunda olan İstanbul Coffee Festival, 6. yılında nitelikli kahvenin kaynaktan başlayan yolculuğunu kahvenin geçmişi ve günümüzün yeni nesil lezzetleri ile birlikte paylaşacak. 19-22 Eylül tarihleri arasında 4 gün boyunca sürecektir festival, kahvenin yarattığı duygular ve yaşam alanları üzerine kurgulandı.

2019 yılında da Axess ana sponsorluğunda gerçekleştirilecek olan İstanbul Coffee Festival'in programında en sevilen lokal kahve dükkanlarının yanı sıra dünyaca ünlü coffee shop'lar, kendi evinin baristası olmak isteyenler için çeşitli workshop ve seminerler, farklı aktivite alanlarında yeni deneyimler ve sevilen müzisyenlerin konserleri yer alıyor.

True Artisan Bar'da dünyaca ünlü coffee shop'lar

La Marzocco True Artisan Bar bu yıl dünyanın çeşitli ülkelerinden en iyi coffee shop'ları ağırlayacak. Festival katılımcıları Coffee & More alanında ünlü baristaların demlediği kahveleri deneyimleme şansı bulacak.



Kendi evinin baristaları yarışacak

Her yıl onlarca kahve profesyoneli kahveseverlerle buluşturan İstanbul Coffee Festival, bu yıl da eğitici ve eğlenceli içeriklerle dolu workshop ve seminer programına ev sahipliği yapıyor. Kahve meraklıları için workshop alanında demleme teknikleri, duyuşal tadım, kahveli içecekler, kahve yemek eşleşmeleri başlıkları altında atölye çalışmaları yapılacak, seminer ve panellerde merak edilen konular katılımcılarla paylaşılacak.



Arzum ve Anadolu Kültürel Girişimcilik iş birliği yaptı

500 yıllık kültürel miras Türk kahvesini OKKA markası ile dünyaya yaymaya devam eden ve bunu misyon edinen Arzum, Anadolu Kültürel Girişimcilik ile anlamlı bir iş birliğine imza attı. İstanbul silüetiyle ve saray kültüründen tanıdığımız latis deseniyle özel olarak tasarlanan Arzum OKKA Minio Türk kahvesi makinesi, Türkiye’de ilk kez ve sadece seçili Anadolu Kültürel Girişimcilik müze mağazalarında satışa sunuldu. Kavrulma derecesi, pişirilmesi, sunumuyla 5 asırlık bir hikayenin kahramanı olan, UNESCO’nun “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası” listesine giren Türk kahvesinin bu sayede müze ziyareti gerçekleştiren turistlerle tanıştırılması ve dünyaya taşınması hedefleniyor.



Fakir Hausgeräte, İstanbul Coffee Festival'e 4. kez katılıyor

Fakir Hausgeräte, bu yıl 6.'sı gerçekleştirilen ve Avrupa'nın en büyük kahve festivali unvanına sahip İstanbul Coffee Festival'de yerini alıyor.

19-22 Eylül 2019 tarihlerinde Küçükçiftlik Park'ta düzenlenecek festivalde kahve dükkanları, çekirdek kahve markaları, kahve makinesi üreticileri, kahve yanı lezzetler ve tasarım ürünleri yer alıyor.



Kaave Türk kahvesi makinesi ile kahve pazarında kendisine kalıcı bir yer edinen Fakir Hausgeräte, bu yıl İstanbul Coffee Festival'de hem evlere hem de HORECA sektörüne hitap eden Türk kahvesi makinesi Kaave Dual Pro ve tekli, su hazneli yeni Türk kahvesi makinesi Kaave Uno Pro ile misafirlerini ağırlayacak.

Stantta ayrıca Aroma Master, Aroma Solo, Coffee Rest, Babila gibi üstün teknolojili kahve makinelerinin yanı sıra Milky Art süt köpürtme makinesi, Aroma Signature ve Kaave Dual Grinda gibi kahve öğütme makineleri de yer alacak.

Baristaların usta ellerinden çıkan mis gibi aromalı kahveler, Fakir standını ziyaret eden misafirlerin damaklarında iz bırakacak. Festivalde ayrıca tadım ve ikramlar, barista show'lar, profesyonel eğitimler, konserler, özel tasarım ürünler, workshop ve seminerler yer alıyor.



MİLYONLARIN SEVGİLİSİ
ARÇELİK TELVE
YENİLENDİ



reddot award 2019
winner

TELVE'NİN MUCİDİ



 arcelik.com.tr
 444 0 888



İlkleri ve enleri Türk tüketicisiyle buluşturan Arçelik, Telve'yi yeniledi. Kahve tutkunlarının beğenisine sunulan Yeni Telve, şık tasarımıyla ve sahip olduğu indüksiyon teknolojisiyle vazgeçilmez Türk kahvesi lezzetini sunuyor.

Türkiye'nin ilk Türk kahvesi makinesini üreten Arçelik, Telve'yi yeniledi. Şık görünümüyle yeniden tasarlanan Telve, geleneksel Türk kahvesi kültürünü geleceğin teknolojisiyle buluşturmaya devam ediyor.

Yeni Telve, cezveyi her yönden ısıtan indüksiyon teknolojisiyle kahvenin en ideal süre ve sıcaklıkta pişmesini sağlıyor, paslanmaz çelik cezveleriyle tasarım ve dayanıklılığı bir arada sunuyor.

Arçelik'in patentli Cooksense® teknolojisi ile her fincanda bol köpüklü ve tam kıvamında Türk kahvesi lezzeti sunan Yeni Telve, dokunmatik kontrol paneliyle kullanım kolaylığı sağlanıyor.

Yeni Telve'yi 4 yıllık Ar-Ge çalışmasıyla geliştirdiklerini belirten Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, "Kültürümüzün çok önemli bir değeri olan Türk kahvesinin geleceği için önemli yatırımlar gerçekleştirdik ve 26 patent aldık. 2004 yılında piyasaya çıkardığımız Türkiye'nin ilk Türk kahvesi makinesi Telve ile büyük bir başarıya imza atarak sektöre damga vurduk. Ardından Telve yolculuğumuzu bir adım daha ileriye taşıyarak, otel, restoran, kafe, ofis gibi işletmeler için geliştirdiğimiz profesyonel Türk kahvesi makinesi Telve Pro ile sektörün önemli bir ihtiyacını karşıladık. Şimdi de yeni Telve ile şık bir tasarım eşliğinde çok daha lezzetli kahve keyfi sunmanın mutluluğunu yaşıyoruz" dedi.



Can **Dinçer**

Kahve Kokusu



Konuk Yazar: Fahrettin Kerim Avcı

Kahve neden mi pahalı?

Meyve olarak toplanıp bahçeden kilosu 1 dolar gibi rakamlara çıkan kahve çekirdekleri son tüketici olarak karşımıza neredeyse kilosu 1.000 lira gibi rakamlara gelebiliyor.

Eskiden dönem esnafları vardı. İlk aklıma gelenler bilardo salonları, video kaset kiralayan müzik mağazaları. Aslında küçük dükkanlardı bunlar. Hatta su istasyonları bile vardı. Her türlü hijyenden uzak pompayla su satarlardı. Bir ara pırlak gibi çoğalıp sonrada neredeyse bir gecede yok oldular.

Tabii ki birçoğu ihtiyaçtan dolayı hayatımızda yerini aldı. Teknolojik gelişime ayak uyduranlar ve işini düzgün yapanlar büyüyüp markalaştılar. Yok olanlar aslında biraz da yaratıcı olmayan ve kolay para kazanmayı tercih edenlerdi. Bir nevi kendi ayağına sıkıyordu bu.

Ne oldu peki? Pazar payı aynı kaldı ama pastadan pay almak isteyenler arttı, kar payı düştü. İşletme giderleri artınca kalite de düştü. Şimdi konumuz kahve, ne alaka diye düşünebilirsiniz.

Bu sıralar kahve sektöründe de aynı şeyler. “Param var abi naapiyim? 300-500 harcarız bir konseptli mekan açarız, tamam... Sonra kilosu ortalama 80 liradan aldığımız kahveyi 1.000 liradan çıkarız. Hele bir de tutturup franchise verdik mi oh değmeyin keyfime”

Kağıt üstünde bu kadar kolay ama işin aslı öyle değil. Her köşe başında işletmesi olan bir marka, piyasadan topladığı en kötü kahveleri yakma derecesinde kavurup sunarsa ve bizim dantel insanlarımız da gidip orada sıraya girince rekabet kızıdır. Bedava internet, garsonlar ne içersin diye başına gelmiyor. Hatta neredeyse seni yok varsayıyor. Ne desin adamlar; “Berbat kahvemi içer misin?” Yüzleri yok. Bence sonuçta pazarlama yöntemi, senden kahve parası alıp megabayt satıyor. Sonuçta kahve lüks tüketim sınıfına giren ama gelir düzeyi az olan insanların da tüketebildiği nadir ürünlerden birisi. Dalından fincana gelece kadar tam bir ustalık ve beceri isteyen bu sektörde ne yazık ki uyanıklar da var.

Demem o ki verdiğiniz paranın ne kadar karşılığını alabiliyorsunuz ya da nasıl alabilirsiniz?

Bir yerde okumuştum. Bir liraya kahve içebilecekken gidip aynı kahveye 10 lira verenler aslında o insanlarla aynı mekanda oturmak istemediklerinden fazladan 9 lira veriyorlar. Şimdi bu şekilde düşünen insanlara diyecek bir şeyim yok, para ve tercih onların. Sadece şunu söylemek istiyorum, bu tarz insanlar aslında içebilecekleri en kötü kahveyi içiyorlar. Aslında alanda satan da başka seçeneklerinin olmadığını biliyor.

Kahveyi çok fazla betimlemeye gerek yok, o bir aşk, bir tutkudur.

Tefal | KÖPÜKLÜM

Köpüklüm



Tefal Köpüklüm ile Muhabbeti Köpürtün!



İyi ki varsın
Tefal

Kahve makineleri küçük ev aletleri sektöründe büyümeyi tetikliyor

Türk kültürünün vazgeçilmez bir parçası olan kahve, tüm dünyada da sudan sonra en çok tüketilen içecekler arasında yer alıyor. Farklı tüketim biçimleri, kültürlerle ve toplumlara göre değişen alışkanlıkları ile de dünyada çok seviliyor. Özellikle son 4-5 yıldır değişik şekilde kahve hazırlayan makinelerin geliştirilmesi ile bu pazar oldukça canlandı. Bu ayki dosya konumuzda kahve makineleri pazarının geldiği son durumu değerlendiriyoruz.



Araştırma kuruluşu GfK' nın verilerine göre, küçük ev aletleri sektörü 2018 yılını dünyada ve Türkiye'de ciro sal büyüme ile kapattı. Küçük ev aletleri sektörünün büyüklüğü bu yılın ilk çeyreğinden geçen yıla nazaran yüzde 16 artarak 1,4 milyar liraya yükseldi. Dünya çapında ise 66 milyar dolarlık bir pazar payı büyüklüğüne ulaşan sektör, bir önceki yıla göre yüzde 7,4 büyüme gösterdi.

Günümüzde nesnelerin internetini içinde barındıran küçük ev aletleri, kişilerin yaşam kalitesini artıracak yenilikleri ile ilerleme gösterirken zaman zaman yaşanan ekonomik durgunluklardan diğer sektörlerle göre daha az etkileniyor. Bu durum küçük ev aletlerinin küresel olarak pozitif görünümünü sürdürmesini sağlıyor. Hızla gelişen teknoloji dünyasında nesnelerin

internetinin bir parçası olan küçük ev aletleri, inovatif ürünler ile pazarda büyümeye devam ediyor.

İnovatif ürünlerle pazar büyüyor

2019 yılı ilk çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre %16 oranında güçlü bir büyüme elde eden küçük ev aletleri, 1,4 milyar TL ciro seviyesine ulaştı. Yeni nesil Türk kahve makinelerinin ve filtre kahve makineleri gelişen teknoloji ile pratikleşen ürünler olarak büyümeyi tetiklemede büyük rol aldı.

Yapılan son araştırmalara göre, bu yıl küçük ev aletleri pazarı dünyada gelişen 3 ana akım olan "sağlıklı yaşam", "kolaylık" ve "dijitalleşme" ekseninde üretilecek yeni inovatif ürünlerle büyümeye devam edecek.

ÖTV indirimi ile tüketici teknoloji pazarı büyümeye devam ediyor

Türkiye tüketici teknolojisi pazarında 2019 yılının ilk çeyreği geride kalırken, 2018'in ilk çeyreğine göre %7,5'lik bir büyüme elde edildi. Kasım ayında başlayan ve 2019 ilk çeyreği boyunca devam eden ÖTV indiriminin etkisiyle büyük beyaz eşya sektörü yüksek büyüme oranı yakalarken, pazar büyümesini de sürüklemeyi başardı. Küçük ev aletleri de çift basamaklı

büyüme yakalayan diğer bir sektör olurken, diğer sektörlerde ise daralma yaşandı.

Pazarın en büyük yardımcısı Türk kahvesi makinesi oldu

Küreselleşen kahve zincirlerinin Türkiye'ye gelmesiyle büyümesi hızlanan kahve makinesi sektörü tüketimin de eve kayması ile kahve makineleri pazarının büyümesini sağladı. Bu pazarın itici gücü ise Türk kahvesi makinesi oldu. Türk kahve makineleri son beş yıldır her yıl ortalama yüzde 30-40 bandında büyüme göstermekte.



Türk kahvesi pazarı sektörü daha da ilerletiyor

Tüm dünyada 20 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşan kahve pazarında, makinelerin desteğiyle yeniden yükselişe geçen Türk kahvesi büyümeyi başardı. Anadolu'da 600 yıllık bir tarihi olan kahve pazarı, Türk kahvesi makineleri ile birlikte yeniden ayaklandı. Yüzde 20'lik büyüme rakamlarına ulaşan kahve pazarı, kişi başı 1 kilogramlık tüketim rakamlarını yakalarken, 600 grama ulaşan Türk kahvesi tüketimi ise yeni nesil kahve makineleri sayesinde hızla büyümeye devam ediyor.

Türkiye'de kahve makinesi sektörü Türk lirası bazında büyümeye devam etmekte. Geçen yıl yüzde 17 büyümeye görülürken yeni de sektör, ortalama kurlardaki değişikliklere bağlı olarak dolar bazında yüzde 8 küçülme gösterdi. Türkiye'de otomatik Türk kahvesi makineleri ve tam otomatik espresso makineleri ise en çok büyüyen segmentlerden biri oldu.

Türk kahvesi makine pazarında yıllara göre büyüme hızı

2012-2013	%35
2013-2014	%48
2014-2015	%28
2015-2016	%34
2016-2017	%34

Kaynak: GfK

kaave DUAL PRO

Türk Kahvesi Makinesi



SSSS
SEKİZ FİNCAN
TEK SEFERDE

Fakir Kaave Dual Pro
ile şimdi mutluluğunuz
DÖRT DÖRTLÜK!



LUMINASENSE
TECHNOLOGY

8 fincan kahveyi tek seferde sunan Kaave Dual Pro ile dört dörtlük kahve keyfi sizi bekliyor. Kaave Dual Pro, 2.3 litre su hazne kapasitesi, otomatik su alma özelliği, taşmayı önleyen Luminasense teknolojisi, küçük, orta, büyük alternatifli fincan boyu seçimi ve dokunmatik paneliyle sohbetlerinizin vazgeçilmezi olacak!



Makineleşme Türk kahvesi tüketimini oldukça yüksek oranlarda artırdı

Murat Kolbaşı – Arzum Yönetim Kurulu Başkanı

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Türk kahvesi bizim en önemli kültürel değerlerimizden biri, ülkemizde de en çok tercih edilen kahve türü. Eskiden sadece cezve ile ulaşılabilen ideal lezzet ve köpük artık makinelerde rahatlıkla yapılabilir hem de her fincanda aynı lezzeti alabilme garantisi ile... Türk kahvesinin dünya yolculuğundaki en büyük bariyeri de özellikle makineleşmeydi, bu konuda 100 yıl kadar bir gecikme yaşandığını düşünüyorum. Bu bariyerin aşılmasıyla hem Türkiye'de hem de yurt dışında Türk kahvesi tüketimi oldukça yüksek oranlarda arttı. Mesela biz Arzum OKKA ile dünyada bir ilke öncülük ettik ve işleri kolaylaştırdık. Arzum OKKA Ailemiz ile bugün dünyanın 35 ülkesinde farklı kültürleri Türk kahvesi kültürüyle buluşturuyoruz.

Özellikle zamanla yarışan, daha fazla konfora ve pratikliğe ihtiyacı olan büyük şehirlerde elektrikli cezve yerine OKKA gibi gelişmiş makinelere geçiş olduğunu söyleyebilirim. Şu anda da Türkiye pazarında 10 farklı markanın Türk kahvesi makinesi bulunmakta. Markalar her geçen gün ideal lezzet, kullanım kolaylığı ve tasarımla ilgili yeniliklerle tüketicilerin karşısına çıkıyor.

Türk kahvesinin yanı sıra diğer kahve makinelerine de olan ilgi yüksek Türkiye'de. Arzum olarak Türk kahvesi markamız OKKA dışında filtre kahve makinelerimiz de bulunmakta. Buradaki inovasyonlarımıza da hızla devam ediyoruz.

Pazarın cirosal ve adetsel olarak büyüklüğü nedir? Sizin pazar içerisindeki konumunuz nedir?

Şu anda Türkiye'de günde ortalama 1,02 fincan kahve içiliyor. Kişi başına tüketilen yıllık Türk kahvesi miktarı ise yaklaşık 600 gr. düzeyinde. Dünyada günde yaklaşık 2,2 milyar fincan kahve içilmesine rağmen Türk kahvesi, pazardan sadece yüzde 10 pay alabiliyor. Hedefimiz, Türk kahvesi tüketiminin yüzde 20 paya çıkması. Bizim gibi üreticilerin sundukları otomatik Türk Kahvesi makineleri ile beraber Türk kahvesinin yayılımının hızla artacağını düşünüyorum.

Arzum olarak her geçen gün teknolojik yenilikler ve dikkat çekici tasarımlarla yeni makinelerimizi tüketicilerimizle buluşturuyoruz. Yeni çıkan makinelerimizle geçen yıla oranla büyüme sağladık.

Şirket / Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürün gruplarınız / ürünleriniz nelerdir?

Türk kahvesi makinesi kategorimizde OKKA Ailemiz ve Mırza Türk kahve makinemiz bulunmakta. OKKA Ailemiz; Arzum OKKA, Arzum OKKA Grandio, Arzum OKKA Minio, Arzum OKKA Minio Duo ve Türk kahvesi çekirdeği öğütücümüz Arzum OKKA Beangourmet'den oluşuyor. Bu yıl OKKA markamızın 5. yılı. Bu yıla özel olarak tasarladığımız Swarovski taşı Arzum OKKA ve Gold serimiz yeniliklerimizden birkaçı. Filtre kahve makinesi kategorimizde de 2 ürünümüz var. Brewtime Filtre Kahve Makinesi ve Brew'N Take Kişisel Filtre Kahve Makinesi.

Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Daha çok fark edilmek ve dünyadaki her eve girebilmek için günden güne daha dikkat çeken tasarımlarla ve teknolojik yeniliklerle tüketicilerimizin karşısına çıkıyoruz. Bunun için de çok ciddi çalışmalarımız var.



Türk kahve makinesi pazarı büyüyecek

Sinan Bora – Goldmaster Genel Müdürü

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Öncelikli olarak içecek kategorisindeki (çay ve kahve makineleri) pazarın %50'sini oluşturan Türk kahve makinesinde değişimin geçen yıla oranla %4-5 bandında olduğunu görüyoruz. İçecek hazırlamadaki en önemli grup olduğundan birçok marka pazardan pay kapmak için mücadele etmekte.

Bunun yanında bu ürün filtre kahve makinelerinin de etkisini artırmaktadır. Sebebi ise geleneksel Türk kahvesine alternatif olan ve kolay hazırlanabilirliği ile ön plana çıkan özelliklerinin olması ve tüketicilerde artan farkındalık ile hazır kahve yerine çekirdekten kahve içme talebi ve bunun kolay yolla yapılabilmesi kahve makinelerin pazarının büyümesine sebep oluyor.

Espresso kahve makineleri ise hala pazarda küçük bir rol alıyor. Makinelerin pahalı olması ve buradaki hedef kitlenin zincir kahvelerde sosyalleşerek farklı kahveler tercih etmesi pazardaki büyümeyi engelliyor.

Pazarın ciroasal ve adetsel olarak büyüklüğü nedir? Sizin pazar içerisindeki konumunuz nedir?

Adetsel olarak yıllık 1,5 milyon adet seviyesinde olan pazarın cirosu 400 milyon TL olarak ölçümlenmektedir. Bunun 320 milyon TL'lik kısmını Türk kahve makinesi kategorisi almaktadır. 30 milyon TL'lik ve yaklaşık 200 bin adetlik pazarda filtre kahve makinesi pazarında ise adet olarak %20'lik bir dilimde aktif rol almaktayız.

Şirket / Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürün gruplarınız / ürünleriniz nelerdir?

Türk kahve makinesi için yeni geliştirdiğimiz modellerimiz ile uzmanlığımızı yansıtır tüketicilerin beğenisine sunmak için planlarımızı yaptık. 2020 başlarında yenilikçi ve özel tasarımcılarla çalıştığımız modellerimizi değerli tüketicilerimize sunmuş olacağız.

Filtre kahve makinesi grubunda inovatif davranıp, Avrupa tarzı demlikli büyük filtre



kahve makineleri yerine, gençler için daha kullanışlı, tek tuşla 3 dakikada iki fincan veya tek kupada taze kahve içebilecekleri modellerimiz ile tüketicimizin ihtiyaçlarına cevap vererek büyük beğeni topladık. Yeni modellerimiz de tüketicilerin yanlarında götürebileceği seyahat bardağı ile daha esnek kullanım sağlayarak büyümemizi artırdık.

Büyüyen pazara paralel olarak, pazar payımızı bu büyümenin daha üstünde artırarak yeni makineler geliştirmeye devam ediyoruz.

Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Türk kahve makinesi için yaptığımız taşma sensörü için Ar-Ge çalışmaları, filtre kahve makineleri için yeni özellikler içeren yazılım çalışmamız, daha iyi filtre kahve demlemesi

için yaptığımız damıtma sistemleri gibi örnekler verebiliriz.

Önümüzdeki dönemde kahve kategorisinde tüketicileri neler bekliyor?

Önümüzdeki dönemde trenleri ve tüketici beklentilerini incelediğimizde, elektriksiz cezvelerinin yerini otomatik kahve makinelerine bırakacak olması ve dünyada Türk kahvesinin bilinirliğinin artması sebebi ile Türk kahve makinesi pazarının büyüyeceğini öngörüyoruz. 3. dalga kahve akımının yavaş yavaş büyümesi sayesinde tüketici kahve çekirdeğindeki kavurma ve öğütme biçimini kendi ağız tadına göre belirleyip kahveyi tüketmeye gitmek isteyeceğinden filtre kahve makinesi kategorisinde benzer şekilde büyüyeceğini öngörüyoruz.

Miele

Miele Elektrikli Süpürgeleri her eve ve her ihtiyaca uygun

Özel yaşam alanları ve konutlar özel çözümler gerektirir.
Özel oda hijyeni talebinizi eksiksiz ve kusursuz şekilde
yerine getirmeyi amaçlayan Miele, bu amaç doğrultusunda
özel donanım seçenekleriyle birlikte çeşitli elektrikli
süpürge modelleri sunuyor.



*Bayilikler
Verilecektir*

GÜRSES
KURUMSAL

Gürses Plaza Birlik Mah. M. Akif İnan Cad.
No:4 K:2 Esenler / İstanbul
T +90 212 429 40 00 • www.gurseskurumsal.com.tr

www.miele.com.tr
www.shop.miele.com.tr

[f](#) [i](#) [v](#) / miele_turkiye

Altus

küçük ev aletleri
teknolojiden, tasarımdan,
performanstan

iyi anlar

444 0 888

Arçelik
Servis
Garantisi



altus.com.tr

✓ALTUS
iyi anlar



KAPIDAN
ALAN SERVİS

Tüm küçük ev aletleri ve
süpürge modellerinde
geçerlidir.



Birarada
mor set

GÜRSES
KURUMSAL

GÜRSES KURUMSAL A.Ş.

Birlik mah. M. Akif İnan Cad. No:4 Gürses Plaza K:2 Esenler / İstanbul

Tel: +90 212 429 40 00 • gurseskurumsal.com.tr



Arçelik
Servis Garantisi

444 0 888

altus.com.tr

f /altustr

✓ALTUS

Kahve makineleri kategorisi sürekli kendini yeniliyor

Galip Bağcı – Karaca Grup İcra Kurulu Üyesi

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Teknolojinin gelişmesi ve akıllı cihazlara her geçen gün yeni bir teknik özellik eklenmesi elbette ki günlük kullanımda önemli yer tutan elektronik kategorisine de hayatı kolaylaştırmaları yönünde yansıdı. Geçmişte Türk kahvesini bir cezvenin başında “aman taşmasın”, “ya köpüksüz olursa” endişeleri ile pişirirken bugün bir tuşa basıp arkamızı dönüp gidebiliyoruz. Su haznesi dahi kendi içerisinde bulunan kahve makineleri zamandan kazandırmakla birlikte kalabalık aile ve dost toplantılarında tek seferde çoklu kahve yapabilme özelliği ile büyük kolaylık sağlıyor. Yalnızca Türk kahvesi değil genel olarak tüm kahve makinelerinin artık aynı şekilde yoğun günlük tempoda kimi zaman hayat kurtarıcı olduğunu söyleyebiliriz. Filtre kahve makineleri, kapsül kahve makinaları da

koşturmacalı bir iş yaşamında hızlı kahve sunma özelliği ile ön plana çıkıyor. Kahve makineleri kategorisi teknolojinin yanı sıra tasarım olarak da sürekli kendini yeniliyor. Biz de Karaca olarak teknolojinin mutfakta hemen her aşamaya yansması için çalışmalarımızı sürdürüyor ve teknolojik ürünlerimizle yaşamlara değer katıyor; tasarımdaki iddiamızı da ürünlerimiz ile vurguluyoruz.

Pazarın cirosal ve adetsel olarak büyüklüğü nedir? Sizin pazar içerisindeki konumunuz nedir?

Sıcak içecek kategorisi her geçen gün büyüyen ve ürün çeşitliliği artan bir ürün kategorisi. Türkiye’deki yoğun çay tüketimi alışkanlıklarına ek olarak kahve tüketimi de hızlı şekilde artıyor ve çeşitleniyor. Buna bağlı olarak ayda 200.000 satış adedine ulaşabilen bir sıcak içecek sektörü var. Karaca olarak sektör hedeflerimiz doğrultusunda pazar payımızı

sürekli artırıyoruz ve gelecekte de artırmak üzere planlamalar yapıyoruz.

Şirket / Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürün gruplarınız / ürünleriniz nelerdir?

Karaca olarak kahve makineleri kategorimiz içerisinde elektrikli cezveler, Türk kahvesi makinesi, filtre kahve makinelerimiz bulunuyor. Karaca elektrikli cezvelerimiz çift taraflı dökme ağız, 360 derece dönebilen tabanı ve susuz çalışmayı önleyen güvenlik sistemi gibi özelliklerle ön plana çıkarken çelik versiyonu da tüketicilerin beğenisine sunuluyor.



Karaca Hatır Türk Kahve Makinesi 6 farklı renkteki şık tasarımının yanı sıra otomatik ısı ayarı, taşma önleyici sistem, otomatik kapanma ve tek seferde 5 fincan kahve hazırlayabilmesiyle kahve severlerin vazgeçilmezleri arasında...

Karaca Coffee Plus Çekirdek Öğütücü Filtre Kahve Makinesi iki programlı entegre kahve çekirdeği öğütme özelliği ile her zaman taze ve lezzetli kahve deneyimi sunuyor. Kullanıcı kahvesinin yoğunluğunu yumuşak veya sert olarak kendisi ayarlayabiliyor.

Cookplus, Nespresso, Grundig, Kitchenaid markalarına ait Türk Kahvesi, kapsül kahve makinaları, espresso, cappuccino ve filtre kahve makinaları da yine tüketicilerimize sunduğumuz zengin çeşitlilik içerisinde yer alıyor.

Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Değişen tüketici alışkanlıkları ve gelişen yeni ihtiyaçlar doğrultusunda sürekli olarak yürüttüğümüz odak grubu çalışmalarında, tüketicilerin yeni ihtiyaçlarını belirleyip; bu ihtiyaçlara çözüm getirebilecek teknik geliştirmeler ve yeni ürün çalışmaları yürütüyoruz. Bu teknik çalışmalardan uygulanabilir olanları koleksiyonumuza dahil ediyoruz.



Yatırımlar ve tüketicilerin kaliteli ürün beklentisi pazarı hızlı büyütüyor

Ege Pekınran – Groupe SEB Pazarlama Direktörü

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Gün geçtikçe gelişen ve büyüyen kahve pazarındaki gelişmeler TEFAL ailesi olarak bizi sevindirirken aynı zaman da heyecanlandırıyor. Ocak-Haziran döneminde içecek pazarı küçük ev aletleri (KEA) sektörünün üzerinde bir büyüme gösterdiğini görüyoruz. Tüm KEA pazarının büyümesinin yaklaşık %20'sini Türk kahve makineleri oluşturuyor. Bu gerçekten sektör için çok ciddi bir gelişme. Hem markaların yaptığı yatırımlar hem de tüketicilerin kaliteli ürün beklentisi pazarın hızlı büyümesindeki en büyük etken olduğunu gözlemliyoruz.

Pazarın cirosal ve adetsel olarak büyüklüğü nedir? Sizin pazar içerisindeki konumunuz nedir?

Son dönemde içecek pazarı, KEA pazarının süpürgeci sonradan en büyük kategorisi haline geldi. Tefal olarak bu büyümeye kayıtsız kalmadık ve 2019 yılında ilk otomatik Türk Kahve makinemiz olan Köpüklüm'ün lansmanını gerçekleştirdik. Tefal Köpüklüm kısa sürede, özellikle Tefal Shop'larda çok ciddi satış rakamları elde ederek pazardaki yerini aldı.

Şirket / Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürün gruplarınız / ürünleriniz nelerdir?

Groupe SEB olarak; Tefal, Krups ve WMF markalarımız ile Türk kahve makinesi, filtre kahve makinesi, tam otomatik espresso ve kapsül

makinelere ile tüketicilerin farklı ihtiyaçlarına cevap verebilen en geniş ürün gamına sahibiz.

2019 yılında gerçekleştirdiğimiz TEFAL Köpüklüm lansmanımız ile tüketicilerimize mükemmel ve dengeli Türk kahvesi sunduk. İster közde ister normal pişirme opsiyonlarına sahip olan Köpüklüm, şık ve benzersiz tasarımı ile kısa sürede mutfakların ve pazarın vazgeçilmezleri arasında yerini aldı.

2017 yılında Groupe SEB bünyesine katılan WMF markamız ile de tüketicilere yüksek kaliteli Alman tasarımı ile filtre kahve ve espresso makineleri sunuyoruz. Piyasadan farklı olarak KITCHENminis® serisi, tek ya da iki kişilik mutfaklar için kompakt tasarımıyla az yer kaplayıp enerji tasarrufu sağlarken bakır ve grafit gibi renk seçenekleriyle mutfaklara şıklık katıyor.

Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Son yıllarda içecek sektöründeki büyüme ve özellikle Türk kahve makinesinin gelişimi TEFAL olarak odağımızı bu kategoriye daha çok çevirmemizi sağladı. Yaklaşık 1,5 yıl gibi bir sürede Köpüklüm ürünümüzü sıfırdan tüketicilerimizin beğenisine sunduk.

Şimdi tüm odağımız; ürün gamımızı geliştirerek yeni ürünleri piyasaya sunmak. Tefal'ın yaratıcı DNA'sına uygun ürünleri en kısa sürede tüketicilerimiz ile buluşturmayı hedefliyoruz.



Önümüzdeki dönemde kahve kategorisinde tüketicileri neler bekliyor?

Türk kahvesinin gerçekten kendine özgü ve benzersiz bir tadı var. Öncelikler ne olursa olsun tüketicimizin en önemli beklentisi bu tadı elde etmek. İleriki dönemde geliştirilecek tüm ürünlerde yine ilk önceliğimiz “tat” olurken ikinci önceliğimiz ise; “tasarım” olacak.



Türk tüketiciler tarafından özellikle Türk kahve makinelerinin mutfak tezgahında konumlandırılması tasarımın öne plana çıkmasını sağlayan bir unsur oluyor. Ayrıca kullanım kolaylığı, temizleme kolaylığı ve geniş fincan kapasitesi de öne çıkan detaylar olarak tüketicilerin seçimlerini etkiliyor. Biz de tüm bu ayrıntıları dikkate alarak yeni ürün gamımızı geliştireceğiz.

Türkiye ekonomisi 2020 itibariyle tekrar büyüme trendine girecek

Beyaz eşya sektörünün önde gelen üreticileri Arçelik, Vestel, B/S/H, Candy Group, Demirdöküm ve Silverline'ı temsil eden Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği olarak memnuniyet verici bir gelişmeyi kamuoyu ile paylaşmak isteriz. TÜRKESD bundan böyle üretici olmayan firmaları da ekosistemine dahil ederek çalışma kapsamını genişletmeye hazırlanıyor ve önümüzdeki günlerde sektörümüz açısından olumlu bir adım olarak değerlendirdiğimiz bu konuya ilişkin detayları da aktaracağız.

Sektör olarak, Kasım 2018'de devreye giren ÖTV sıfırlanması uygulamasının Haziran ayında sona ermesinin ardından zorlu bir Temmuz ayı geçirdik. ÖTV muafiyetinin sona ermesi düğün ve klima satışlarını öne çekmişti. Bir önceki yıla kıyasla Haziran ayında 6 ana ürün grubunda yüzde 4 oranında artan iç satışlar, Temmuz ayında önceki sene aynı döneme göre yüzde 29 oranında daraldı. İlk 7 ay itibariyle ise yüzde 13'lük bir daralma söz konusu oldu.

Üretimimizin yüzde 74'ünü ihraç eden sektörümüzün, küresel ekonomideki yavaşlamanın da etkisi ile ihracat artış ivmesinin yavaşladığını görüyoruz. Türkiye Beyaz Eşya Sektörü, Temmuz ayında ihracatını bir önceki yıl Temmuz ayına göre yüzde 2 oranında artırırken, Ocak-Temmuz döneminde ihracat artış oranı yüzde 1 olarak gerçekleşti. Talepteki azalma ve önümüzdeki 2 çeyrekte de daralma beklentisi üretime de yansımakta olup, Ocak-Temmuz döneminde beyaz eşya üretimi yüzde 2 oranında daraldı.

Türkiye ekonomisinin 2020 itibariyle tekrar büyüme trendine gireceğini öngörüyoruz. Ülkemiz için önemli değer yaratan beyaz eşya sektörü, devletimizin de teşvikleriyle dünya ölçeğinde yüzümüzü ağırtmaya devam edecektir.

TÜRKESD Başkanı Can Dinçer

TPF'nin yeni Genel Koordinatörü Tuğba Camuzoğlu oldu

Perakende sektörünün en önemli ve en büyük çatı örgütü konumunda olan Türkiye Perakendeciler Federasyonu'nun (TPF) yeni Genel Koordinatörü belli oldu. İşte Siz İnsan Kaynakları ve Eğitim Danışmanlık Hizmetleri'nin kurucusu ve birçok markanın insan kaynakları danışmanı olarak görev alan Tuğba Camuzoğlu, TPF'nin yeni Genel Koordinatörü oldu.

Türkiye genelinde 14 Perakende Derneği (PERDER), 335 üye, 3 bin 882 satış noktası ile çalışmalarını sürdüren TPF'nin Genel Koordinatörlüğü'ne insan kaynakları sektöründe 21 yıllık tecrübesi ile birçok önemli başarıya imza atan Tuğba Camuzoğlu getirildi.

Tuğba Camuzoğlu; Bilkent Üniversitesi'nde İngilizce hazırlık sürecinden sonra, eğitimini Hessel College'de Turizm Otelcilik üzerine tamamladı. Profesyonel iş hayatına 1998 yılında Rumeli Holding'te başlayan Camuzoğlu, 2004 yılında Management Plus Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri'nde İnsan Kaynakları, Kalite ve Eğitim Proje Liderliğine getirilen Camuzoğlu, 2007 yılında



Galatasaray Spor Kulübü'ne transfer oldu. Kulübün 7 yıl İnsan Kaynakları Yöneticisi olan Tuğba Camuzoğlu, insan kaynakları politikaları, stratejiler ve süreç bazlı sistemlerinin oluşumu gibi birçok projeye liderlik etti. Camuzoğlu, 2014 yılında İşte Siz İnsan Kaynakları ve Eğitim Danışmanlık Hizmetlerini kurarak, İŞKUR başta olmak üzere birçok kurumun insan kaynakları ve eğitim danışmanlığını yürütüp, başarılı projelere imza attı. Uzun yıllar TPF'nin Türkiye genelindeki İK saha eğitimlerini de yürüten Camuzoğlu ayrıca mesleki birimini TV ekranlarında yaptığı programla paylaştı.

TÜRKESD Beyaz Dünya Temmuz 2019

Dört Ana Ürün			
		ÜRETİM	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		2.028.741	2.257.852
Yüzde değişim		-%10	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		14.037.726	14.348.941
Yüzde değişim		-%2	
		İÇ SATIŞ	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		459.658	666.046
Yüzde değişim		-%31	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		3.404.000	3.888.417
Yüzde değişim		-%12	
		İHRACAT	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		1.549.996	1.533.322
Yüzde değişim		%1	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		10.511.369	10.422.299
Yüzde değişim		%1	
		İTHALAT	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		8.414	23.971
Yüzde değişim		-%65	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		85.353	238.836
Yüzde değişim		-%64	
Altı Ana Ürün			
		ÜRETİM	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		2.336.645	2.619.579
Yüzde değişim		-%11	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		16.024.126	16.304.662
Yüzde değişim		-%2	
		İÇ SATIŞ	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		574.696	804.455
Yüzde değişim		-%29	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		4.078.469	4.667.594
Yüzde değişim		-%13	
		İHRACAT	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		1.749.814	1.712.392
Yüzde değişim		%2	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		11.860.901	11.690.318
Yüzde değişim		%1	
		İTHALAT	
		Temmuz 2019	Temmuz 2018
Adet / Yıl		34.886	61.359
Yüzde değişim		-%43	
		Ocak-Temmuz 2019	Ocak-Temmuz 2018
Adet / Yıl		290.465	494.402
Yüzde değişim		-%41	



Akıllıca düşün, kaliteli yaşa...

LG'nin üstün yapay zeka teknolojili ürünleriyle
hayata değer kat!



Işıklar Ülkesi Likya'nın en önemli kentlerinden biri olan Kaunos'un izinde...

Yazar: Yıldırım Söylemez

Antik çağın önemli tarihçesi Herodot'un, Kaunosluları Anadolu'nun yerli halkı olarak kabul etmesine rağmen çağımız bölge insanının Kaunos'a karşı bakışını sorduğumda, Cengiz Işık'ın adeta yarasına parmak bastım. Yaptığı açıklama şöyle oldu; "Günümüz insanının Kaunos hakkında ne düşündüğünü pek umursamıyorum, onlar ne düşünürse düşünsün kentin gerçek kurucuları yerli Anadolu insanıdır.

Kaunos'u kuranların yerli Anadolu insanı olduğu, onun yerel isminin farklılığı ile de belgelenmektedir.

Nisan ayından beri ikinci evim olarak benimsediğim Muğla'nın Dalyan beldesi doğa ve turizm güzellikleri yanında arkeolojik kalıntıları ile dünyanın birçok insanını adeta büyüleyen Türkiye'nin cennetten bir köşesi. Antik bir kentin yakınında oturmam nedeni ile olsa gerek bu şehrin tarihine olan merakım şehrin tarihini derinlemesine öğrenmeye ve oradaki harabelerin ne olduğunu anlamaya çalışmama sebep oldu. İzleyicilere tarih ve arkeolojiyi sevdirmeyi başaran film kahramanı Indiana Jones edası ile başladığım Kaunos Mezarları ve kalıntılarını öğrenme sevdam, satın aldığım Arkeoloji ve Mitoloji kitapları ile zirve yaptı diyebilirim. Evimden elimi uzatsam dokunacağım kadar yakın mesafede sayılabilen Kaunos Antik Kenti harabeleri ile ilgili malumatlarımı tamamladıktan sonra bu bölge ile ilgili en iyi bilgiyi birinci elden alabilmek için çalışmalarına başladım ve değerli dostum Mehmet Kurt'un yardımları ile Kaunos Antik Kenti Kazı Başkanı Prof. Dr. Cengiz Işık'a ulaştım. Yaklaşık bir aylık takipten sonra yılda sadece 2-2,5 ay kazı çalışması yapılabilen antik şehrin kazı başkanından randevu alabildim.

21 yıl önce başlayan dergicilik çalışmalarım ve burada elde ettiğim tecrübeler ışığında aldığım davetin hazzı ile Ağustos ayının ilk günlerinde çok değerli Cengiz Işık bey'in karşısında kendimi buldum.

Size ulaşmak ne kadar zormuş diye konuşmaya başladığımda esprili bir eda ile **"Eee koskoca profesöre ulaşıyorsun, işimiz gücümüz var"**

deyince, hem samimiyetinden dolayı hem de kazı çalışmaları zamanlarından kısarık bana vakit ayırması nedeni ile 1,5 saat boyunca antik kentin kapısında kendisini beklemenin sıkıntısını üzerimden bir anda atmış oldum.

Kaunos hakkında ne öğrenmek istersem sanki öğrenebileceğim gibi sohbete başladık. Ziyaretimizin nedenini dilim döndüğünce anlatmaya çalışırken **"İş insanlarının da arkeolojiye meraklı olduklarını ve arkeolojiyi özel sektör insanlarının da tahminimizden çok daha fazla sevdiği"** gibi bir yorum yaptım. Bu vesile ile 21 yıl boyunca beyaz eşya sektörüne yaptığım dergi ile buradaki okuyucu profilini de sohbete dahil etmiş oldum.

Prof. Dr. Cengiz Işık (Başkent üniversitesi) 1949 yılında Malatya doğmuş. Ankara Atatürk Lisesi'nden mezun olduğu 1969 yılının ardından, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Klasik Arkeoloji ve Çağdaş Anadolu Arkeolojisi Kürsüsü'nde Lisans, 1975 yılında da Yüksek Lisans eğitimi tamamlamış. Aynı Kürsü'de 1977 yılında Asistan olarak göreve başlamış ve 1981 yılında da Doktor unvanını almış.

Antalya Akdeniz Üniversitesi Klasik Arkeoloji Bölümü'nün kurucuları arasında yer alan Işık (1990), aynı yıl Doçent ve 1996 yılında da Profesörlüğe yükseltilmiş. Akademik yaşamı süresince, hocası Prof. Dr. Baki Öğün'ün yardımcısı olarak katıldığı kazı ve araştırmalar: Adilcevaz, Patnos, Haraba, Horis, Habib uşağı ve Kaunos. Kaunos'taki kazı, araştırma ve onarım çalışmalarını yürüten bilim heyetinin, 1999 yılından bu yana da başkanlığını üstlenmiştir.

Antik çağın önemli tarihçesi Herodot'un, Kaunosluları Anadolu'nun yerli halkı olarak kabul etmesine rağmen çağımız bölge



insanının Kaunos'a karşı bakışını sorduğumda, Cengiz Işık'ın adeta yarasına parmak bastım. Yaptığı açıklama şöyle oldu; "Günümüz insanının Kaunos hakkında ne düşündüğünü pek umursamıyorum, onlar ne düşünürse düşünsün kentin gerçek kurucuları yerli Anadolu insanıdır, çünkü dilleri, adet ve görenekleri yanında, kendilerine öz tanrıları ile komşularından ayrılmakta ve Anadolu'nun bir başka yerli halkı olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaunos'u kuranların yerli Anadolu insanı olduğu, arkeolojik buluntularla belgelenen onun yerel isminin farklılığı ile de ortaya konulmuştur. Bu bölgenin ilk ismi Kbid'dir. M.Ö. 4. yüzyılın sonlarına kadar kullanımda kalan bu ismin, daha M.Ö. 6. yüzyılda Kaunos olarak geçmesi, kentin Helenler tarafından kolonize edilmesinin hemen ardından olmuştur.

Kentin Hristiyanlık döneminde de uzun ve önemli bir tarihi geçmişi var. Kent, Geç Antik Dönem'den başlayarak Ortaçağ'ın içlerine kadar Doğu Roma ve Likya Kilisesi Eyaleti'ne bağlı kalmış. Hatta, iki Bişof yani Başpiskopos ile temsil ediliyormuş: Tarihsel belgelerde hem Basileios hem de Antipatros'tan Kaunoslular'ın Başpiskoposu olarak söz edilir. Bu dönemde



Bu isim değişikliği diğer Anadolu kentlerinde uyguladıkları gibi, yerli isminin değiştirilmiş olmasıyla açıklanabilir."

Cengiz Bey ile sohbetimiz esnasında onun sözlerinden birçok arkeolojik bölgede olduğu gibi, Işıklar Ülkesi Likya'nın en önemli kentlerinden biri olan Kaunos'un günümüz bölge insanı ile tam olarak kucaklaşmadığı hissettirdi.

Bölgenin özelliklerini Prof. Dr. Cengiz Işık bana kısaca şöyle özetledi; "M.Ö 6. yüzyıla kadar geri giden tarihi ile bu antik şehrin Türkiye'nin tarih zenginliğine çok büyük bir katkısı var. Özellikle çift dil ile yazılmış Stel'in (hem Karca hem de Grekçe yazılmış yazıtlar) tercüme edilmesi ile tarihin birçok karanlık sayfaları aydınlatılmıştır. Bu bölgede yapılan kazı çalışmaları sayesinde arkeoloji bilimine yönelik birçok ilkler ortaya çıkartılmış."

kent iki isimle anılmaktadır: Kaunos-Hagia yani Kutsal Kaunos.

Gittikçe bir köy hüviyetine giren Kaunos, ilk defa 13. yüzyılın üçüncü çeyreğinden itibaren bölgeye hâkim olan Uç Türkler'in, 15. yüzyılın başlarından itibaren ise Menteşoğulları'nın idaresine girmiş.

Yukarıda da belirttiğim gibi arkeoloji bilimi açısından bu kent ilklerle dolu bir yerdir, şöyle ki;

• "Çift dilli Stel"

- Kentin cadde ve sokaklarının rüzgâr yönüne göre planlanmasında kullanılan "Ölçüm Platformu"
- Gemicilere iyi yolculuklar ve tüccarlara bol kazançlar ihsan eden tanrıça Aphrodite Eleuteria'nın "Kutsal odası" ve sunağı

• Limanın karalaşmaya

başlaması nedeni ile çökme eğilimi gösteren ekonomiyi yeniden canlandırmak amacı ile alınmış yeni "gümrük nizamnamesi"

- Ana tanrıçanın yani Artemis Elauteria tanrıçasının bir ağaç gövdesi görüntüsünü çağrıştıran steline ev olan "kutsal kaya odası"
- Şehrin Baş Tanrısı Basieus Kaunos'un kutsal taşı "Baitylos"

• "Adak kumbarası"

- Son yıllarda gün yüzüne çıkarılan "Tuzla"
- Ve Günümüzün reklamcılık sektöründe çok kullanılan ama ilk kez Kaunos Antik şehrinde tiyatro sahnesinde kullanılmış antik çağın döner perde sistemi "periaktos"

Bu buluntuların hemen hepsi arkeoloji biliminin birer ilkidir.

Cengiz Bey bir solukta bunları anlatırken aklıma takılan sorular kafamda uçuşmaya başlamıştı bile ama soru sorarak zaman kaybetmemek adına hemen merak ettiğim bir diğer konuya geçtim. **"Rica etsem Bereket Tanrıçası Demeter'den kısaca söz eder misiniz?"** dediğimde, Cengiz bey bana yardımcı Yrd. Doç. Dr. Ufuk Çörtük'ü gösterdi ve Demeter'i onun anlatmasını rica etti. Ufuk bey zamanın az, hikâyenin uzun olması sebebi ile olacak ki bu konuyu bazı kaynaklardan takip etmemi ve bazı kitapları okumamı tavsiye etti. Ayrıca bana sohbet sonrası hem fotoğraf hem konu ile ilgili dokümanlar göndereceğini söyledi. Akabinde sohbetimiz yavaş yavaş sonlanmaya başladı.

Son olarak Cengiz Beyden fotoğraf makinem ile fotoğrafını çekmek istedim ancak kendisi cep telefonum ile sohbet esnasında birkaç tane çekilmesine izin verdi.

Bugüne kadar iş insanları ile yaptığım yüzlerce röportajların yanında konusu arkeoloji olan haber röportajı tamamlamaktan duyduğum mutluluk ile siz okurlarımız için çok farklı bir haber çıkarttım. Umarım iş dünyasının sıkıntı içinde olduğu şu günlerde sizlere katkı sağlayacak farklı bir pencere aralamış oldum.

Bu haber röportajımı Kaunos antik şehri giriş kapısında yer alan tanıtım yazısının son bölümündeki şu cümlelerle bitirmek isterim; "Kaunos, salt biz bilim adamları için değil, kültür sevdalısı insanların beklentilerine cevap verebilen bir çekim alanı yaratmaktadır kendisine. Tıpkı Mustafa Kemal Atatürk'ümüzün 125; Mevlana Celalettin Rumi'nin 800. doğum yıllarının, Periaktos'un da kullanılarak tiyatrodan kutlandığı günlerde olduğu gibi."



Teknolojiyle mesafe koyan perakendeci gerileyecek

KPMG Türkiye'nin sektör bazında Türkiye ekonomisinin ilk altı ayını değerlendirdiği Sektörel Bakış – İlk Yarı serisinin 'Perakende' raporu yayımlandı. Dünyada perakende sektörü küresel belirsizliklere rağmen sert inişler yaşamıyor. Türkiye'de ise tüketim kararlarının ötelendiği gözleniyor. 2019'un ikinci yarısındaki büyüme beklentisini fırsata çevirmenin tek yolu teknolojiyi iş modeline entegre etmek...

KPMG Türkiye Perakende ve Tüketici Ürünleri Sektör Lideri Emrah Akın, Türkiye'de iş gücü piyasasındaki zayıflık ve düşük tüketici güven endeksi nedeniyle perakende sektöründeki büyümenin geçen yılın altında kaldığını belirtti. Döviz kurlarındaki hareket ve yüksek faiz seviyesinin etkisiyle Türkiye'de tüketim kararlarının ötelendiğine dikkat çeken Akın, "Ancak istikrarlı nüfus artışı, TL'deki değer kaybı ve alışveriş turizmindeki yükseliş perakende sektöründe orta ve uzun vadede istikrarlı bir büyüme potansiyeli sunuyor. Ekonominin dengelenmesiyle 2019'un ikinci yarısında sektörün istikrarlı büyüme patikasına girmesi bekleniyor. Sınırlı büyüme döneminde maliyetleri yönetemeyen ve teknolojiyi iş modeline entegre edemeyen firmaların gerileyeceği öngörülmüyor." dedi.



Emrah Akın
KPMG Türkiye Perakende ve
Tüketici Ürünleri Sektör Lideri

KPMG Türkiye'nin hazırladığı Perakende Sektörel Bakış – İlk Yarı raporunda başlıklar şöyle:

■ Jeopolitik gerilimler, ticaret savaşları ve Brexit kaynaklı belirsizliklere rağmen gelişmiş ekonomilerdeki düşük işsizlik oranları perakende sektörünü destekliyor. Küresel ölçekte enflasyonist baskının sınırlı kalması ve düşük faiz ortamı da perakende sektöründe büyümenin çok sert yavaşlamasının önüne geçiyor.

■ Dünya perakende sektörünün 2018 yılında 25 trilyon dolar büyüklüğe ulaştığı hesaplanıyor. 2019 ilk beş ayına ilişkin öncü veriler, perakende satışların yıllık bazda ABD'de yüzde 3,6, Euro Bölgesi'nde yüzde 1,2, Japonya'da yüzde 1,4 ve Çin'de ise yüzde 8,6'lık büyüme kaydettiğini ortaya koyuyor.

■ Dünya perakende sektöründe yeni teknolojiler, pazarlama ve satış süreçlerini etkiliyor, firmalar maliyetleri azaltarak karlılığı sürdürme yoluna gidiyor.

■ Türkiye'de perakende satışlar reel olarak 2019 ilk çeyrekte yıllık bazda yüzde 5,3, Nisan ve Mayıs aylarında yıllık bazda sırasıyla yüzde 5,4 ve yüzde 3,4 oranında daraldı.

Philips TV'ye üçüncü kez EISA Ödülü

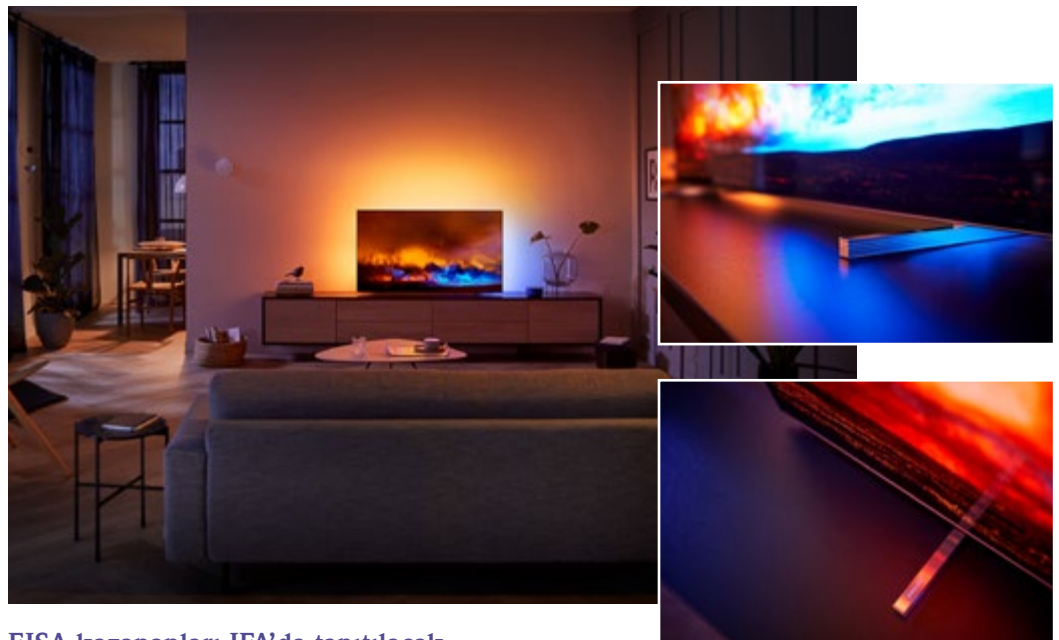
OLED 804 modeliyle, 2019-2020 EISA Ödülü sahibi olan Philips TV, üst üste üçüncü defa bu ödülü almaya hak kazandı.

Philips TV'ye tescilli, ve geliştirme çalışmalarının aralıksız sürdüğü P5 görüntü işleme teknolojisine sahip, yeni, üçüncü nesil, çift yönlü çipli P5 motorlu 55OLED804 modeli prestijli EISA jürisi tarafından 'Satın Alınabilecek En iyi OLED Televizyon' olarak oylandı.

Kusursuz bir performans sergiliyor

EISA jürisi konuyla ilgili "Philips TV, tüm OLED modellerinde bulunan görüntü uzmanlığı ve üst düzey tasarım anlayışını 55OLED804 modeliyle müşterilerine uygun fiyatta sunuyor. Markanın kalp atışlarının nedeni olan P5 motoru, gölge detayları ve renk işlemindeki iyileştirmeler sayesinde televizyon kusursuz bir performans sergiliyor." dedi.

Philips TV OLED 804 modeli 55(140 cm) ekran olarak Ağustos ayından itibaren satışa sunulacak.



EISA kazananları IFA'da tanıtılacak

35 yılı aşkın süredir 55 uzmanlık dergisi, teknik uzman ve bilirkişi tarafından oluşan teknoloji gurularının bir araya gelerek oyladığı EISA Ödülleri tüketici elektroniği dünyasında oldukça

seçkin bir ödül. EISA 2019-2020 kazananları; 6-9 Eylül tarihleri arasında dünyanın en büyük tüketici elektroniği fuarı olan Berlin IFA'da resmen tanıtılacak.

İŞTE

arzum

Sen dokunursun değişir dünya

SPORDA

OKULDA

HER ZAMAN, HER YERDE
SENİNLE!



Bosch, Termoteknik split klima alırken ve kullanırken dikkat edilmesi gereken ipuçlarını paylaştı

Isıtma, soğutma ve havalandırma sektörünün önde gelen firmalarından Bosch Termoteknik, doğru ve tasarruflu klima kullanımı için önerilerini açıkladı.

Konutlarda, iş yerlerinde ve yaşam alanlarında klima kullanımının birçok yararı bulunuyor. Klimatize edilmiş ortamlar, sağlıklı yaşam sağladığı gibi iş verimini de artırıyor. Genellikle soğutma fonksiyonuyla ön plana çıkan klimalar; iklimlendirme (klimatizasyon), kapalı mekanın havasını istenen sıcaklıkta ayarlama ve nem ve hava sirkülasyonu temizliği için de kullanılıyor.

Klima kullanırken tasarruf elde etmek için ipuçları

Klimanızı soğutma modunda çalıştırırken çok düşük sıcaklığa ayarlamayın ve üfleme hızını yüksek tutmayın. Düşürdüğünüz her bir derece, klimanın elektrik tüketimini %10 artıracaktır.



En yüksek konfor sıcaklığınızı seçin; Türkiye koşullarında önerilen sıcaklık 24-26°C'lerdedir. Aynı zamanda perde, jaluzi veya kepenklerinizi kapatarak güneş ısını kesebilir ve enerji

tasarrufu yapabilirsiniz. Klimanızın iç ve dış ünitelerinin hava giriş çıkışının kapanmamasına dikkat edin ve dış ünitesini binanın güneş almayan bölgesine konumlandırın. Nemli günlerde klimanızı nem alma modunda çalıştırmaya özen gösterin. Periyodik olarak temizlenen filtreler ve yetkili servisler tarafından yapılan periyodik bakımlar klimanızın ömrünü artıracaktır. Bunların haricinde klimanızın zamanlayıcısını kullanarak evde olmadığınız anlarda klimanızın otomatik olarak kapanmasını sağlayarak gereksiz kullanımlardan kaynaklanan harcamaları engelleyebilirsiniz. Bina yalıtımınızı gözden geçirerek tasarruf sağlayabilirsiniz.

Vestel'den altın gibi takılan ev aletleri

Vestel, gelenekselleşen takı törenine yeni bir boyut kazandırdı. Beyaz eşya, tüketici elektroniği ve küçük ev aletlerinin takı olarak hediye edilmesini sağlayan bu sıra dışı yenilikle evlenecek çiftlerin ev kurmaları daha da kolaylaşıyor.

Televizyon, buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, elektrikli süpürge, ütü ve el blender seti olmak üzere 7 farklı ürün takısından oluşan seçenekler, seçili Vestel mağazalarında satışa sunuluyor.

Vestel, beyaz eşya, tüketici elektroniği ve ev aletlerinin hediye edilmesini kolaylaştıran sıra dışı bir yeniliğe imza atıyor. Düğünlerde altın takma modasına yeni bir boyut kazandıran bu yenilikle Vestel, evlenecek çiftlerin ev kurmasını da kolaylaştırıyor.

Seçili Vestel mağazalarında satılan TV, buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, elektrikli süpürge, ütü ve el blender seti olmak üzere toplam 7 farklı ürün grubundaki altın formundaki ürün takısı düğünde ya da sonrasında yeni evli çiftlere hediye olarak verilebiliyor. Takıların arkalarına işlenen kodlarla Vestel mağazalarından ve vestel.com.tr'den ürünler kolaylıkla alınabiliyor. Takılar tıpkı bir hediye çeki gibi istenilen herhangi bir ürünün alımında kullanılabilir. Üstelik bu altınlar değerini kaybetmiyor.



Isınmanın dijital konforu.

MH-R 1800 Orbit Comfort

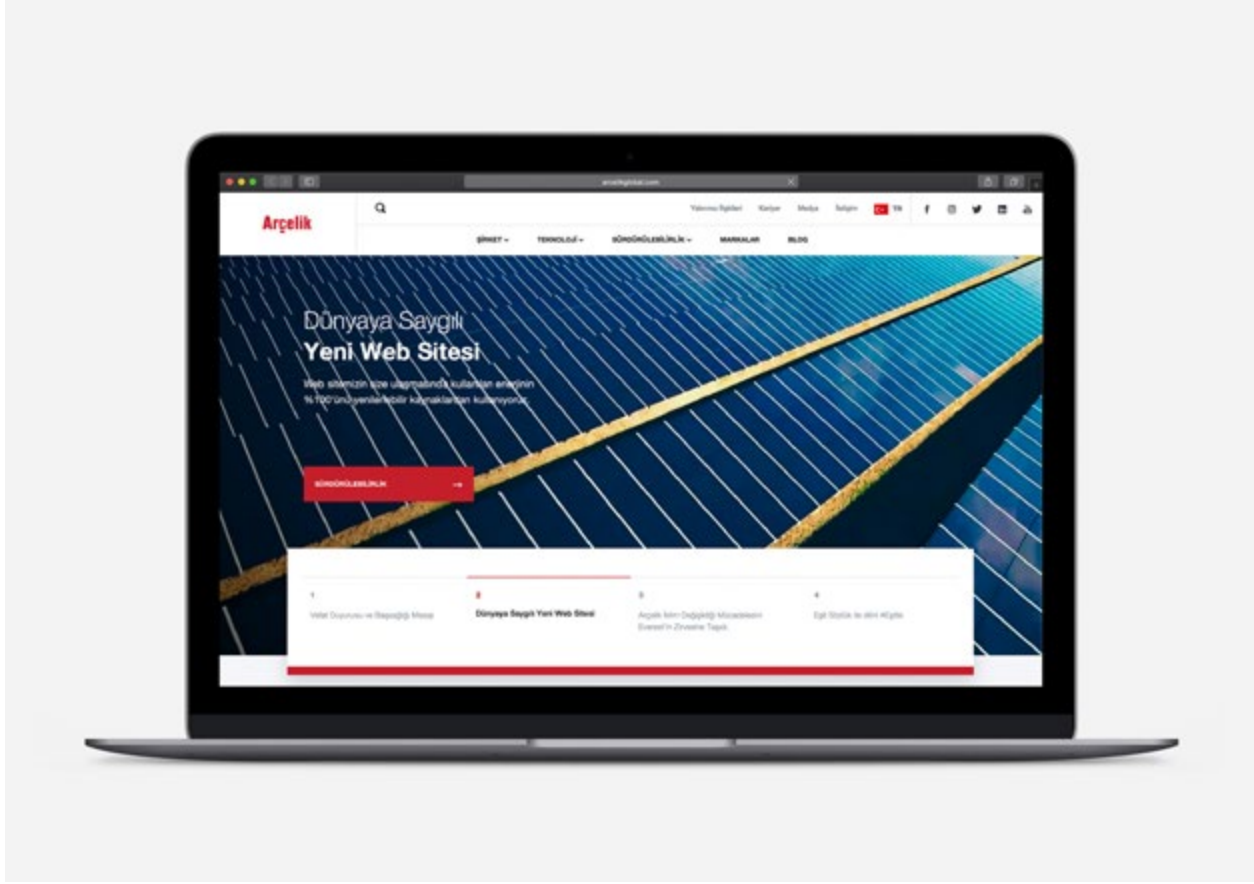


**1800
Watt**



KUMTEL®

Arçelik'ten 'Dünyaya Saygılı' Web Sitesi



çalışan sunucular üzerinden yayın yapıyor. Arçelik'in veri merkezindeki enerji tüketim verimliliği oranı (PUE ratio) 1,13'e yükseldi. Böylelikle alanındaki en mükemmel oran olan 1'e yaklaştı.

Arçelik'in sürdürülebilirlik başarıları

Bu yıl 11'inci Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayımlayan Arçelik, geliştirdiği çevreci ve yenilikçi teknolojilerle ekosistemin sürdürülebilirliğine önemli katkılar sağlıyor. Kendi kurduğu Atık Elektrikli ve Elektronik Eşya geri dönüşüm tesislerinden elde ettiği plastik malzemeleri kullanarak, geri dönüştürülmüş plastik oranı %90 olan elektrikli süpürge ile Avrupa'da ödül alan şirket, 15 milyon adet geri dönüştürülmüş PET şişeyi çamaşır makinesi kazanlarındaki plastiklerin

'Dünyaya saygılı, dünyada saygın' vizyonu doğrultusunda sürdürülebilirliği işinin kalbine koyan Arçelik, enerji verimliliği ve sera gazı salımlarının önlenmesi yolunda öncü bir adım daha attı. Şirket yüzde 100 güneş enerjisine bağlı sunucular üzerinden çalışan yeni kurumsal web sitesini yayına açtı.

Üretimden tasarıma kadar tüm faaliyetlerinde doğal kaynakların korunmasına, verimli kullanılmasına ve enerji verimliliğine öncelik veren, doğanın ve ekolojik sistemin korunması için projeler geliştiren Arçelik, web sitesini de çevre dostu hale getirdi. Arçelik'in kullanıcı dostu arayüze sahip yeni kurumsal web sitesi yüzde 100 güneş enerjisiyle

içinde kullandı. Su ekosistemlerine karışan mikrofiberlerin yüksek oranda filtrelenmesini sağlayan teknolojiyi geliştirdi. Deniz ve okyanuslardaki canlı yaşamını olumsuz etkileyen atık balık ağlarını yüksek performans gerektiren plastikler içerisinde değerlendirdi.

Pozitera'da önemli atama

Eskişehir Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi'ni bitirdikten sonra, Türk Sanayisinin armada kuruluşu Koç Holding / Arçelik'te "Mekanik Komponent Satınalma Uzmanı" olarak profesyonel hayata başlayan Göktaş Güre daha sonra önde gelen holdingler arasında olan Akkök Holding'e uzmanlık konusunda yönetici olarak transfer oldu.

Daha sonra yine bir Koç Holding kuruluşu olan Koçtaş Yapı Marketleri Grubu'nda Satınalma Yöneticisi olarak görev yaptı.

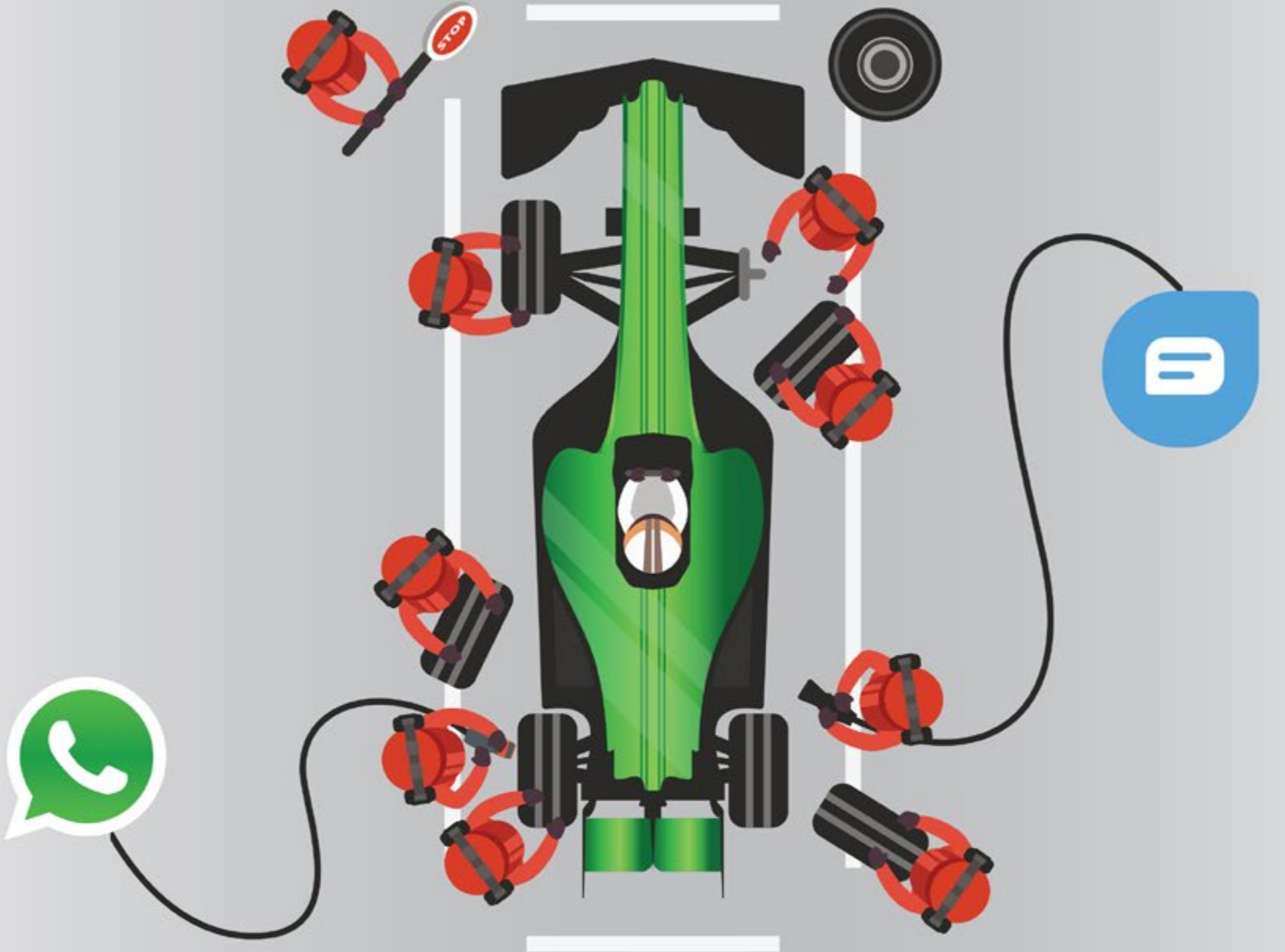
2007'den bu yana rekabetin yoğunlaşmasıyla Perakende Sektöründe büyük yerli küresel markaların yenilikçi açılımlarıyla çözüm ortağı

olan Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri Tic. A.Ş.'ye Kurumsal İlişkiler Yöneticisi olarak transfer olan Göktaş Güre kurum içindeki başarılı çalışmaları sebebiyle "Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri Tic. A.Ş. İş Geliştirme Müdürü" olarak atandı.

İyi derecede İngilizce bilen Göktaş Güre evli ve 1 kız çocuk babasıdır.



WhatsApp ile müşterilerinize ulaşmanın
en iyi yolu.



WhatsApp entegrasyonu ile
işinizi kontrol altına alın.

Yaz sıcakları geldi, sahibinden.com'da klimalara ilgi arttı

Yaz mevsimiyle birlikte yükselen, zaman zaman bunaltıcı seviyeye ulaşan hava sıcaklıkları doğal olarak klimalara olan ilgiyi de artırıyor. Geniş ürün çeşidi ve fiyat seçenekleriyle çok sayıda klima ilanını kullanıcıların beğenisine sunan sahibinden.com'un Temmuz ayı verilerine göre, geçen yılın aynı dönemine oranla İkinci El ve Sıfır Alışveriş kategorisinin altında yer alan Elektrikli Ev Aletleri alt kategorisindeki "klima" ilanlarına ilgi %132 oranında artış gösterdi.

İstanbul başı çekiyor

Ayda ortalama 45 milyondan fazla kullanıcıya hizmet veren sahibinden.com'un, Temmuz ayı verilerine göre klima ilanlarına en yoğun ilgi gösterilen ilk 3 şehir İstanbul, İzmir ve Antalya oldu. Temmuz ayı boyunca "klima" kelimesini en çok aratan ilk 5 şehir ise İstanbul, İzmir, Ankara, Antalya, Adana oldu.

Dikkat edilmesi gerekenler

sahibinden.com sıfır veya ikinci el klima tercih edecekler için hem enerji tasarrufu sağlayan hem de ekonomik kazanç sağlayan önerileri derledi. Buna göre:



- Klima seçiminde enerji verimliliğine dikkat edilmeli en az elektrik tüketen A ++ teknolojisine sahip, EER (Enerji tasarrufu oranı) değeri en yüksek olan klimalar tercih edilmeli.
- Klima takılacak odanın genişliği hesaplamalı ve uygun kapasitelere sahip klimalar alınmalı.
- Klimadan yüksek oranda verimlilik ve enerji tasarrufu sağlamak için ön planda

on – off özelliği olan inverter klima çeşitleri tercih edilmeli.

- Klimaların iç ünite filtrelerinin kendini temizleyebilme özelliğinin olmasına dikkat edilmeli.
- Elektrik kesintilerinin yoğun olarak yaşandığı düşünüldüğünde, hafıza özelliği olan klimalar alınmalı, elektrik

kesintisi sonrasında hafızasında kalan modda çalışmaya devam etmeli.

- Klima satın alırken yaşanılan bölgenin iklimi dikkate alınmalı. Kış koşullarının zorlu olduğu Doğu Anadolu'da ısıtma değerleri yüksek klimalar tercih edilirken, Akdeniz Bölgesinde soğutma kapasitesi yüksek klimalar tercih edilmeli.

Pozitera, geliştirdiği teknolojiyle perakende süreçlerinin canlı olarak izlenmesini sağlıyor

Pozitera, kendisine ait olan Perakende Takip Platformu (PTP) teknolojisiyle, satış ekiplerini ve pazarlama süreçlerini anında ve canlı olarak izleyebiliyor, gerekirse müdahale edilmesini sağlıyor.

Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri A.Ş. patenti kendisine ait yazılımı sayesinde ölçümlenebilir pazarlama faaliyetleri sunarak, perakende sektöründe yer alan markalara Perakende Takip Platformu (PTP) ile herkesten farklı ve bir o kadar da önemli bir katma değer sağlıyor.

Sahadan canlı yayın

Pozitera, ölçümlenebilir pazarlama faaliyetleri doğrultusunda PTP'nin teknolojik altyapısı sayesinde, markalar adına sahada yer alan satış ekibinin canlı takibini yapabiliyor ve gerekirse pazarlama süreçlerine anında müdahale edilebiliyor. PTP ile sistem içinde yer alan 6.500'e



yakın satış noktasında markaların satışları, stok seviyeleri, sipariş talepleri, satış ve sergilemeden aldıkları pay, sergileme alanları, rakip markaların fiyat, kampanya, etkinlik, yeni ürün bilgileri, mağaza yönetimi ve personel yorumları anında ve canlı olarak takip edilebiliyor. Pozitera PTP teknolojisiyle

doğru ve anında elde edilen bilgi kapsamında hızlı servis ve hızlı aksiyon ile markalara katma değer sağlıyor. Perakende sektörüne teknolojik yenilikler sunan Pozitera'nın özel yazılımı PTP, şirketlerin takip etmek istediği özel durumlarda da kurum içi bir çözüm olarak değerlendirilebiliyor.

Derin dondurucuda ekonominin yeni adı

DELTA

Gücümüzü Uğur'dan alıyor, kalite ve ekonomiyi bir arada sunarak müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutuyor, durmadan en iyisi için çalışıyoruz!

YENİ
ÜRÜN



www.deltasogutma.com.tr

Yeni Sanayi Mah.
Devlet Karayolu Cad.
No: 127/C Nazilli-Aydın

Tel: 0256 316 10 10 (pbx)
Faks: 0256 316 10 31

Uğur Soğutma balık sezonu öncesinde uyarılarını sıraladı

Uğur Soğutma, balık sezonunun açılmasıyla birlikte deniz ürünlerinin en bol ve en taze olduğu dönemde derin dondurucu kullanımının önemine dikkat çekiyor.

Balık sezonunun açılmasıyla tezgâhlardaki balık çeşitliliğini arttı ve sofralar taptaze deniz ürünleriyle şenlendi. En sevilen deniz ürünlerini mevsiminde hem en taze hem de en uygun fiyatla alıp Uğur derin dondurucularda saklayarak hem cebinizi koruyun hem de gıdalarınızı ilk günkü tazeliği ile muhafaza edin.

Uygun fiyatla aldığınız ve en lezzetli haliyle tüketebileceğiniz mevsim balıkları buzdolabında en fazla 1-2 gün saklanabiliyor. Oysa uygun yöntemlerle dondurucuda muhafaza edilen balıkları çok daha uzun süre saklayarak dilediğiniz zaman tüketebilirsiniz. Hemen tüketilmeyecekse hamsi, istavrit ve sardalya gibi küçük balıklar derin dondurucuda 3 aya kadar saklanabilir. Küçük balıkların (yumuşak olduğu için) kapalı bir kaptan



derin dondurucuda saklanması tercih edilmelidir. Büyük balıkları ise birbirine değmeyecek şekilde tek tek sardıktan sonra 2-3 adet balığı aynı buzdolabı poşetinin içine koyup havasını aldıktan sonra derin dondurucunuzda saklayabilirsiniz. Pişirileceği zaman öncesinde buzdolabında +1 C° / +4 C° sıcaklıkta çözülmesi beklenmeli, donmuş gıdalar kalorifer ve soba üzerinde kesinlikle ısıtılmamalıdır.



Vestel'le Trabzonspor arasında 9 Milyon Euro'luk anlaşma

1995-1999 yılları arasında Trabzonspor'a forma ana sponsoru olan Vestel ile Bordo-Mavililer yeniden buluştu.

Yıllık 3 milyon Euro'dan 3 yıl için yapılan anlaşmanın İstanbul'da düzenlenen imza töreninde konuşan Trabzonspor Başkanı Ahmet Ağaoğlu "Kökleri 20-21 yıl öncesine uzanan bu birlikteliği geleceğe taşımaktan büyük mutluluk duyduğumu" ifade etti. Vestel CEO'su Turan Erdoğan ise "Vestel kendi sektöründe aralıksız 21 yıldır ihracat lideri bir marka. Türkiye'nin teknolojiye dünyaya açılan yüzü. Trabzonspor da yıllarca Avrupa'da bayrağımızı en iyi şekilde temsil etti. Etmeye de devam ediyor. Bu birliktelikle Vestel ve Trabzonspor olarak uluslararası arenada ülkemizi en iyi şekilde temsil edeceğimize inanıyorum." ifadelerini kullandı.

Vestel, Türkiye'nin en köklü futbol kulüplerinden biri olan Trabzonspor'a forma sponsoru oldu. 1995-1999 yılları arasında da Bordo-Mavililere sponsor olan Vestel, 24 yıl sonra yeniden Trabzonspor'la iş birliği yaptı. İstanbul'da gerçekleştirilen imza törenine Trabzonspor Kulübü Başkanı Ahmet Ağaoğlu, Vestel CEO'su Turan Erdoğan katıldı.

Vestel ile yaptıkları iş birliğinin 3 yılı kapsadığını dile getiren Ağaoğlu bu anlaşmanın "Trabzonspor'un yükselişine hız katacağı" ifadesini kullandı. Ağaoğlu "Bir kulüp için, bir camia için forması, formasının renkleri kadar, formasının göğsünde taşıdığı isim de çok önemlidir. Bizim kulüp tarihimizde 'Vestel' isminin güzel bir haturası var. 1990'lı yılların ikinci yarısında, takımımızın başarılı bir grafik sergilediği, iddiasını sürdürüp hep yarışın içinde kaldığı, Avrupa kupalarına katıldığı ve Türkiye'de de kupa kaldırdığı bir dönemde, göğsümüzde Vestel markası vardı. Şimdi yine ve daha da yükselerek sadece ulusal değil uluslararası arenada da başarılar kazanacağımız bir dönemin perdesini aralıyoruz. İnanıyorum ki bu iş birliği, her iki tarafa da şans getirecektir. Ben şahsen, kökleri 20-21 yıl öncesine uzanan bu birlikteliği geleceğe taşımaktan büyük mutluluk duyuyorum." dedi.



Goldmaster

AKASYA
ÇAY MAKİNESİ

Estetik ve Teknoloji Bir Arada!

Geniş haznesi ile kalabalık misafirlerinizle her bardakta aynı tat ve sıcaklıkla çayınızı keyifle yudumlayın.

Damlatma
Yapmayan
Ağız
Tasarımı



AKASYA Çay Makinesi
GM-7344

- 2200W performans
- Su ısıtıcı olarak kullanım sağlayan kapak
- Paslanmaz çelik gizli rezistans
- Demlik kapasitesi: 1lt
- Çaydanlık kapasitesi: 2lt
- Susuz çalışma koruması





DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

Günümüzün en geçer akçesi

Günümüzün en geçer akçelerinden biri insan ilişkilerinde başarılı olmak diğer adıyla iletişim becerisi. Yani kendini doğru ifade etmek, karşındakini de etkin ve ilgili dinlemek. Sosyal ilişkilerde, iş dünyasında, dijital/geleneksel pazarlamada ve aile içinde iletişim becerisi yüksek olanlar daha başarılı ve mutluyken, iletişim sorunu olanlar ise çoğunlukla mutsuz ve başarısız oluyor.

İletişimi iyi olan insanların pozitif tutum, duygusal bağ kurma, yenilikçi olma ve akılda kalıcı hikâye anlatabilme gibi önemli becerileri vardır. Bu becerilere sahip insanların bir kısmı bu becerileri bir teknik olarak kullanır, bir kısmı öğrenir ve benimser, bir kısmı ise organik olarak kişiliğinde zaten barındırır.

İletişim becerisinin önemli parametrelerinden biri olan pozitif tutumda olmak demek her duruma ve her şeye iyimser yaklaşmak demek değildir. Batı'dan uzak toplumlar, ki buna biz Türkler de dahiliz, güler yüz ile naifliğin asık suratlı olmakla otoriter olmayı pek ayırt edemezler. Yakın dönemde bu ayrımı yapabilmeyin başarısını gösteren bir örnek yaşadık mesela hep beraber. 2019 İstanbul Belediye Başkanlığı Seçimleri. Bir insanın hem pozitif hem kararlı hem güler yüzlü hem de prensipli olabildiğine tanıklık etti İstanbullular. Buna benzer birçok örnek olmakla beraber başarılı sonuç elde etmiş başka bir çalışma örneği de sigaranın zararları ile ilgili yapılan bir araştırmada kanıtlandı. 2015 yılında bir grup araştırmacı tarafından yapılan araştırmada "Sigarayı bırakmazsanız ölürsünüz." şeklinde yapılandırılan kampanyaların başarısının daha düşük olduğu, fakat "Sigarayı bırakmak ömrünüzü uzatır." şeklinde lanse edilen kampanyaların daha yüksek başarıya eriştiği tespit edildi. Mesajın özü aynı kalsa da saldırgan ve tehdit eden bir dil kullanmak yerine yapıcı uyarı dil kullanmak çok daha pozitif etki bıraktığı tespit edildi.

Başarılı markalara, organizasyonlara ve liderlere baktığımızda onların da mantığa ulaşmanın değil, yüreğe dokunan yaklaşımlara odaklandıklarını görürsünüz.



İyi ve etkili iletişimin iyi örneklerinden biri Steve Jobs'ın Stanford Üniversitesi'ndeki mezuniyet konuşmasıdır. Jobs, hayatındaki hataları anlatarak duygusallığı, çok alıntılanan sözlerinden biri olan "Zamanınız kısıtlı, başkalarının hayatını yaşayarak onu ziyan etmeyin. Sözleriyle akılda kalıcılığı başaran bir iletişimcidir. TED, 2005 yılına kadar 50 konuşmacıyla yılda bir kez ve sadece 4 gün yapılan bir etkinlikti. Bugün 130'dan fazla ülkede, her gün beş TEDx etkinliği düzenleniyor ve TED.com günde 1,5 milyon kez izleniyor. Peki, nasıl oluyor da 18 dakikalık konuşmalar 60 dakikalık konuşmalardan daha etkili oluyor? Nedeni çok açık. İnsanlar, öğretici, paylaşımcı, hikâye odaklı, kendiyile dalga geçebilen pozitiflikte ve şaşırtıcı konuşmaları dinlemeye çok daha istekli ve meraklı.

Sabırlı olup hakkını yedirmeyen, tebessüm ederek fikrini savunabilen, içten olup ölçülü olabilen kaç insan tanırıyorsunuz? Bizim toplumumuzda yaş aldıkça anlayışlı olmanın, ihtiyarladıkça gülümsemenin doğru oranda artması gibi tuhaf bir durum söz konusudur. Bazı insanları şifir dinler gibi dinleriz, hiç sıkılmayız kimilerinin ise ne söylediğini anlamaz kimilerinin ise lafını bir an önce bitirse diye bekleriz. Kabul etsek de etmesek de hepimiz artık birer satıcıyız. Fikrimizi, imajımızı, bilgimizi, tecrübemizi, hizmetimizi, hatta en önemlisi sosyal ortamlarda kendimizi dinlettirmek bile bir satıştır. Satış ise bir iknâ sanatıdır. Bazen sahip

olduğumuz şey daha nitelikli olsa da, satamadığımızda birileri bizim önümüze geçer ve onu doğru aktaramadığımız için elenmiş, göz ardı edilmiş veya tercih edilmemiş oluruz.

O yüzden iletişimde dikkat edilmesi gereken bazı noktalar vardır. Önemli olan anlattığınız konuda bir ikna yani etkileme amacı var ise konunun ne olduğu değil, bu konunun karşınızdakine ne fayda sağlayacağıdır. İnsanlar birini dinlerken öncelikle "Neden bu fikri/ hizmeti/ ürünü satın alayım ya da bu anlattığı şeyin bana ne faydası var?" sorusunun yanıtını duymak ister. İletişimi zayıf olan insanların yaptığı en temel hata ne ve nasıl kısmına çok zaman ayırıp işin nedenini anlatmayı ya en sona bırakıyor olmaları ya da hiç anlatmıyor olmalarıdır. Bir başka nokta da anlatımı hikâye, örnek, alıntı söz, deyim, veri, rakam, görsel gibi unsurlarla duruma göre birini veya birkaçıyla içeriği renklendirebilmektir.

İletişiminizin iyi olup olmadığını anlamak için karşınızdakilerin sizden ne kadar etkilendiklerini, konuyu anlayıp anlamadıklarına odaklanmaktan çok, bu etkileşimin ne gibi olumlu sonuçlara sebebiyet verdiğini takip etmenizi tavsiye ederim. Yani sizi dinledikten sonra yaptıkları davranışlarını izleyin. Çünkü iletişimi iyi biri kendini dinletir, iletişimi olağanüstü olansa harekete geçirir.

Çooooookk tatlısın sen

Arzum Waffy Max



*Waffle dediğin kokusu
cezbedecek, tam pişecek, ağızda
eriyecek. Tüm bunların hepsini
Arzum Waffy Max Waffle Makinesi
sizin için lezzete dönüştürecek.*

WAFFY MAX



arzum

Sen dokunursun değişir dünya

arzum.com.tr | 0850 222 1 800

Kärcher WV 1 Plus Window Vac ile lekelerden iz kalmıyor

WV 1 Plus Window Vac ve mikrofiber bez ile sprey şişesi farklı yerlerde bulunan cam yüzeyleri büyük emek sarf etmeden çok daha kolay ve hızlı şekilde temizleyebiliyor.

Kärcher'in WV 1 Plus Window Vac cihazı camları eskisine oranla 3 katına kadar daha hızlı temizleyebiliyor. Üzerindeki özel aparatları sayesinde cam yüzeyleri iz bırakmadan temizleyebilen cihaz, sprey şişesi ve sileceğin uygun şekilde birleştirilmesi ile son derece verimli bir temizlik sunuyor. Geleneksel yöntemlerle karşılaştırıldığında el ile temizleme belirgin şekilde daha kolay ve eskiye kıyasla üç kat daha hızlıdır. Kullanışlı pil çalışması ve kompakt tasarım, evin içindeki tüm pürüzsüz yüzeyleri temizlerken maksimum esneklik sağlar.

Son derece düşük bir ağırlığa sahip olan WV 1 Plus Window Vac hafif yapısıyla kolların yorulmadan çok daha iş yapılmasına olanak veriyor. Düşük ağırlık nedeniyle camların alt kenarlarına da rahatlıkla ulaşılmasını ve temizlenmesini sağlıyor. Kompakt ve kullanışlı bir yapısı bulunan cihaz, düz yüzeylerin de hızlı şekilde temizlenmesine olanak veriyor. Görüş alanındaki LED ekranı ile enerji yönetimi kolaylaşıyor. Aç/kapa düğmesine entegre edilen LED ekran zamanı gelince pilin yeniden değişmesi gerektiğini gösteriyor.

Karcher wv 1 plus cam temizleyici üründe bulunmakta olan dört adet ekipman vardır, bunlar: Lityum iyon aküsü, Şarj aleti, mikro fiber özellikte bez ve şişesi, konsatre cam temizleyicidir.



Teknik Özellikleri

Emiş aparatı çalışma genişliği	250
Kirli su tankı kapasitesi (ml)	100
Batarya çalışma süresi (Asgari)	20
Akü şarj süresi (Asgari)	185
Dolu akü ile temizlenen alan Yaklaşık 55 m ² =	18 pencere
Güncel tip (V/Hz)	100 - 240 / 50 - 60
Akülü ağırlık (kg)	0,5
Boyutlar (U x G x Y) (mm)	130 x 250 x 275

Nerelerde kullanılabiliyor?

■ Tüm pürüzsüz yüzeyler ■ Camlar ■ Aynalar ■ Fayanslar ■ Cam masalar ■ Duşakabinler

En güzel yemekler *Simfer'de* pişer



Teleskobik Ray ile
Güvenli ve Kolay
Kullanım



3 Camlı
Soğuk Kapak
Sistemi



Katalitik
Temizleme

simfer

Kaave Dual Pro dört dörtlük kahve keyfi sunuyor



Çift hazneli olarak üretilen Kaave Dual Pro, tek tuşla 8 fincan kahveyi aynı anda yapabiliyor. Tekli 735 W, çift olarak ise 1470 W ısıtıcı gücüne sahip olan makine, kullanıcılarına tam kıvamında ve lezzetinde Türk kahveleri sunmak için tasarlandı. 2,3 litre kapasiteli, sökülebilir su tankı bulunan makine, uzun soluklu kullanımlarda hiçbir aksaklık yaşatmıyor. Ayrıca kendinden su alma özelliği sayesinde belirtilen fincan kadar suyu haznesinden kendisi alarak, sürekli su doldurma zahmetini ortadan kaldırıyor. Hafızasında üç farklı fincan boyutu ile sunulan cihaz, seçilen fincan boyutu kadar suyu haznesinden alabiliyor. Kaave Dual Pro, cezvede pişirme tekniği esas alınarak ve taşmayı önleyen patentli Limunasense teknolojisi ile tasarlandı. Ergonomik cezve ağız sayesinde her fincana eşit köpük dağıtabilen makine, bol köpüklü ve aromalı Türk kahveleri yapmaya olanak veriyor.

GoldMaster, TUTKU filtre kahve makinesi ile farklı bir deneyim sunuyor

GoldMaster, kahve tutkunları için özel tasarladığı yeni TUTKU filtre kahve makinesini beğenimize sunuyor. GoldMaster Tutku ile sıcak ve taze filtre kahvenizin keyfini çıkarın. Tutku Filtre Kahve Makinesi'nin özel tasarımı sayesinde, filtre kağıdına ve kahve kapsülüne ihtiyacınız yok. Çıkarılabilir ve yıkanabilir filtresi ile her an kullanıma hazır. Temizliği çok kolay. Ölçek kaşığı ile istediğiniz kıvamda, kendi tarzınızda taze kahvenizi yudumlayabilirsiniz.



GoldMaster tıraş makinelerini son teknoloji ile yeniledi



Profesyonel tıraş motoruna sahip, uzun süreli kullanım olanağı sağlayan GoldMaster erkek bakım setleri profesyonel kullanıma uygun ve istenilen modelin kolayca uygulanabilmesini sağlıyor. Saç kesme başlığı, sıfır kesme başlığı, vücut kılı başlığı, detay başlığı, burun/kulak kılı alma başlığı, saç ve sakal kesme tarağı (1.5-3-4.5-6-9-12mm) gibi sahip olduğu farklı kullanım özellikleriyle bir erkeğin saç ve sakal bakımıyla ilgili tüm ihtiyaçlarını karşılıyor.

Fantom

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”



KL 1000

İki Fonksiyonlu
Yüksek Emiş ve Üfleme



12 - 15 EYLÜL / SEPTEMBER 2019



Fantom **Fantom**
PROFESSIONAL

TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ
İSTANBUL-TURKEY

HALL 7 B-20

zuchex.com

30. ULUSLARARASI ZUCHEX EV VE MUTFAK
EŞYALARI FUARI

30TH INTERNATIONAL ZUCHEX HOME &
KITCHENWARES FAIR

RENK
ALTERNATİFİ



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



Arzum tüm öğrencileri kahvaltıya davet ediyor



Mutfakların en çok tercih edilen markası Arzum, okul kahvaltılarını lezzet katmaya hazırlanıyor. Tost makinesi kategorisinde Türkiye'nin en çok tercih edilen markalarından biri olan Arzum, okul kahvaltılarını lezzetlendirmeye hazır. Arzum Tostcu Neo Granite Izgara ve Tost Makinesi ve Tostcu Delux Izgara ve Tost Makinesi, kahvaltılarının en pratik ve lezzetli yemeği olan tost masalara taşıyor. Yiyecek kalınlığına göre ayarlanabilen üst gövdeleriyle gıdaları ezmeden pişiren tost makineleri, 5 katmanlı granit yüzeyleri ile dayanıklı, yapışmaz ve sağlıklı yemekler sunuyor. Kalabalık ailelere tek seferde 6 adet tost yapabilme imkânı sunan makinelerle güne çıtır çıtır bir başlangıç yapmaya hazır olun. Yapışmaz yüzeyleriyle annelere kolaylık sağlayan tost makineleri farklı tasarım özellikleriyle de dikkatleri üzerine çekiyor.

Etin ustası Fakir Rissole

1800 W gücündeki alüminyum döküm gövdeli Fakir Rissole et kıyma makinesi, 2 hız ayarı ve 5mm ve 8mm boyutunda iki farklı paslanmaz çelik kıyma diskisi ile istediğiniz kıyma kalınlığını ayarlamaya imkân veriyor. Yüksek kalitede paslanmaz çelik bıçakları ve döküm dişli sistemi etinizi usta işi kıyarak kusursuz performans gösteriyor. Fakir Rissole, lezzetli et yemekleri için kullanımının yanı sıra fonksiyonel aparatları sayesinde sucuk, sos ve lezzetli içli köfteler de yapabiliyor. Ayrıca salça hazırlık aparatı ile kış için yemeklerinize lezzet katacak kıvamlı ve lezzetli salçalar hazırlamanız mümkün. Tıkanmayı geri alma fonksiyonu ve temizlik için ayrılabilir parçaları kolay, uzun süreli kullanım sağlıyor. Kaymaz tabanı ile oluşabilecek olumsuz durumlara karşı rahat ve güvenle kullanılabilir.



Yapay zeka teknolojili Hoover AXI çamaşır ve kurutma makineleri

Yapay zeka teknolojisi ile farklı yaşam tarzlarına ve ihtiyaçlara yönelik kişisel çözümler sunan AXI serisinde yer alan kurutma makinesi, Wi-Fi aracılığıyla AXI çamaşır makinesi ile iletişime geçiyor ve yıkanan çamaşırın türüne göre en uygun kurutma programını öneriyor.



Minimalist bir tarza ve çekici bir tasarıma sahip AXI çamaşır makinesi, yapay zeka teknolojisi sayesinde alışkanlıklarınızı öğreniyor ve yıkama programlarını, yaşam tarzınıza göre özelleştirebiliyor. Wi-Fi ve NFC bağlantıları sayesinde, AXI'nin tüm fonksiyonları mobil cihazlarla uzaktan kontrol edilebiliyor. Care Dose otomatik deterjan dozaj sistemi ile, 21 yıkama boyunca çamaşırın türüne, miktarına ve yıkama programına göre en uygun deterjan dozajını kendi ayarlayabiliyor.

125 litrelik tambur hacmi sayesinde 11 kg'a kadar çamaşır kurutabilen AXI kurutma makinesi, bu özelliğiyle bir ilke imza atıyor. Özel olarak tasarlanan yeni tambur içi kollarıyla, çamaşırların daha hassas bir şekilde kurutulmasını sağlayan AXI, Wi-Fi bağlantısı sayesinde mobil cihazlarla uzaktan kontrol edilebiliyor. Kullanıcının sesini tanıyan ve alışkanlıklarını öğrenen AXI kurutma makinesi ile teknoloji kişiselleşiyor.



AEEE

SERTİFİKASINA SAHİP İŞLEME TESİSİDİR



Doğayı Koru

Her yıl doğaya atık olarak bırakılacak binlerce ürün yenilerek EFS garantisi ile kullanıma kazandırılıyor.



EFS Refurbished Ürün

EFS ürünleri, orjinal parçaları ile uzman teknisyenlerimiz tarafından yenilenir veya tamir edilir.



Cebini Koru

Yenilenmiş ve EFS garanti kapsamına alınmış ürünler %50'ye varan tasarruf etmenizi sağlar.

EFS REFURBISHED ÜRÜNLER,

Uzman EFS teknisyenleri tarafından orijinal parçalar ile yenilenir ve 1 yıla kadar EFS garantisi verilir. Her yıl binlerce ürünü kullanıma kazandıran bu çevreci duruşa siz de destek olabilirsiniz. EFS garantisi ile beraber büyük bir bütçe kazancı da sağlarsınız.



+90 (216) 520 12 00

www.efselektronik.com

PHILIPS

Performance

7304 serisi

The One Evinize yakışan



Bir konuda eşsiz olmak... Tek olmak... "En" olmak...
İngilizce'de "The One" kavramı çok dikkat çekici bir anlama sahip...
Tıpkı yeni Performans Serisi gibi...

İzlediğiniz her detayın harika görünmesini sağlayan, üstün görüntü kalitesine
ve güçlü sese sahip, size Ambilight ile eşsiz bir deneyim sunan,
dikkat çekici bir seri...



UltraHD



Perfect
Picture Engine

philips.com.tr/tv

Daha fazlasını
keşfetmek için
QR Kodu okutun

