

249

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Mart 2020 / Yıl: 22 / ISSN 1302 308X

4 TEPsİ 4 YEMEK TEKNOLOJİsİ

Yemeklerinizi, kokuları birbirine karışmadan pişirin.



VESTEL
Ankaastro





4 TEPsi 4 YEMEK TEKNOLOJISI

Yemeklerinizi, kokuları birbirine karışmadan pişirin.



VESTEL
Ankaströ 4

VESTEL

MART 2020 • SAYI: 249

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
Tolgahan ÖZTÜRK

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-sürelî yayındır.

Kaynak göstermek kaydıyla alıntı yapılabilir. Reklam ve uzman yazıları firmaların kendi sorumluluğundadır.

Bu dergide yayımlanan herhangi bir haber veya yazar görüşü, reklam alanları hariç hiç bir şekilde reklam olarak kabul edilemez. Bu yüzden firmalar arasında doğacak ihtilaflardan Dağıtım Kanalı dergisi sorumluluk kabul etmez.

Dağıtım Kanalı dergisi Basın Meslek İlke ve Etiklerine uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6

Söyleşi

Vestel Ticaret A.Ş. Online & Kurumsal Genel Müdür Yardımcısı
Eyüp Güler

Vestel olarak en önemli gündem maddelerimizden biri dijitalleşme...



10

Kahve Kokusu

Kahve Dünyası
Lüleburgaz'daki ikinci Kahve Dünyası "Algötür Mağazasını" Ata Corner'da açtı

Arzum OKKA, Ambiente Fuarı'nda yerini aldı

Tüketiciler "Türk Kahvesi"nde buluştu



12

Söyleşi

Seren Dayanıklı Tüketim Yönetim Kurulu Üyesi
Selim Gizer

"Birlikte güçlüyüz"



17

Sektör Haberi



34

Söyleşi

LG Electronics Türkiye Tüketici Elektronik Satış ve Pazarlama Direktörü
Ergün Altay

LG'de inovatif ürünler yaratma ve sektöre öncülük etme vizyonu bir arada bulunuyor



37

Dernek

Maliyet yükünü azaltabilmek için ÖTV muafiyeti talebini yineliyoruz



38

Makale

Çetin Cinemre



39

Dernek

Makine birim fiyatları yeniden artıyor

Plastik sektörü 2020'ye moralli başladı



40

Araştırma

AVM Perakende Ciro Endeksi açıklandı

TAMPF, Perakende Ciro Endeksi 2019 sonuçlarını sundu



42

Dernek

BEYPER yeni üyelerini kabul etti



44

Ürünler



47

Araştırma

Z kuşağından çok beklenti, az marka sadakati



48

Ajanda

Sinemadem

Birds of Prey
Yırtıcı Kuşlar



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!

B. Atatürk





Dağıtım Kanalı

Aboneyim abone Dergilerim elimde



Dergimize
abone olmak
şimdi çok kolay,
gündemi yakından
takip etmek için
ABONE OL



Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Kadınlar olmadan “ASLA”

Bir kez daha 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'ne yaklaşıyoruz. Hemen her yerde kadınlara yönelik hassasiyet içeren, onları kutlayan, değerli olduklarını söyleyen mesajlar, açıklamalar göreceğiz. Her yıl farklı etkinliklerle bugün kutlanıyor. Ülkemiz başta olmak üzere tüm dünyada kadınlara olan bu bakış açısı devam ettiği sürece böyle bir günü kutlamanın bir anlamı var mı? Kadınlar ailede, toplumda, iş hayatında onlarca farklı rol üstleniyorlar. Sahip oldukları unvanların ise hesabı yok. Tüm bunları düşününce kadınların olmadığı bir dünya hayal bile edilemiyor. Şimdi bir kez daha, 8 Mart Dünya Kadınlar günü vesilesiyle kadınlara olan bakış açımızı düşünmenin ve değiştirmenin vaktidir... Çünkü kadınlar olmadan “Asla”...

Mart 2020 sayımızda sektörümüzün çok önemli firmalarından değerli yöneticiler fikirlerini bizlerle paylaştılar. **Vestel Ticaret A.Ş. Online & Kurumsal Genel Müdür Yardımcısı Eyüp Güler** kapak söyleşimizde şirketin dijitalleşme çalışmalarına yönelik güncel gelişmeleri aktardı. **Seren Dayanıklı Tüketim Yönetim Kurulu Üyesi Selim Gizer**, Şenocak bayi toplantısına dair izlenimlerini söyleşimizde bizlere sundu. Aynı organizasyonla ilgili bayi röportajlarımızı da keyifle okuyacaksınız.

Bu sayımızda yer alan röportajlardan bir diğeri **LG Electronics Türkiye Tüketici Elektronik Satış ve Pazarlama Direktörü Ergün Altay**'a ait. Altay şirket hakkındaki son gelişmeleri ve özellikle satış-pazarlama alanındaki stratejileri dergimize anlattı. Kendisine değerli görüşlerinden dolayı çok teşekkür ediyoruz.

DT ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği (BEYPER) 27 Şubat 2020 tarihinde düzenlediği bir organizasyonla yeni üyelerini kabul etti. Farklı lokasyonlarda faaliyetlerini sürdüren 87 Arçelik bayi BEYPER üyesi oldu ve sertifikalarını aldı. Düzenlenen organizasyona derneğin yönetim kurulu üyeleri ve bayilerin yanı sıra beyaz eşya sektörünün önemli firmalarının üst düzey yöneticileri de katıldı. Biz de Dağıtım Kanalı dergisi olarak organizasyonda yerimizi aldık. Haberin detaylarını **Dernek** sayfalarımızda okuyabilirsiniz.



Eyüp Güler

Vestel Ticaret A.Ş.
Online & Kurumsal Genel Müdür Yardımcısı

Vestel olarak en önemli gündem maddelerimizden biri dijitalleşme...

“Perakende sektörünü şekillendiren iki dinamiğin olduğunu söyleyebiliriz: müşteri talepleri ve müşteri davranışları. İş yapış şekillerimizi müşterilerin talepleri yönlendiriyor. Müşterisini anlayan, dinleyen ve kendini bu yönde dönüştüren, geliştiren şirketler başarıyı yakalıyor.”

Türkiye'nin en büyük beyaz eşya ve TV üreticilerinden Vestel'in son dönemlerdeki çalışmaları hakkında genel olarak bilgi verebilir misiniz?

Dünya bir dönüşüm içerisinde, dijital bir ekonomik devrim yaşıyor. Büyük şirketlerin de rekabette var olabilmeleri için bu dönüşüme hazırlıklı olmaları gerekiyor. Vestel sadece bir beyaz eşya ve TV üreticisi değil, bir teknoloji şirketi. Bugün teknoloji şirketleri hem değerlerini hem iş modellerini hem de faaliyet alanlarını değiştirerek başarıya ulaşıyor. Eskiden ürünün en hızlı çıkaran kazanıyordu ama işler artık değişti. Artık yarattığınız iş modeli önemli. Bu anlayış ile ürünlerimizi ve üretim süreçlerimizi dijitalleştirmenin/akıllandırmanın yanı sıra yeni iş modelleri de geliştirerek şirketimizin değerini artırmaya devam ediyoruz.

Vestel olarak kendimizi Endüstri 4.0'ın en büyük sahiplenicisi olarak görüyoruz. Bu dönüşümü Türkiye'de ilk gerçekleştiren fabrikanın Vestel City olması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Uzun yıllardır yatırım yaptığımız bu dönüşümde önemli ölçüde yol kat ettik. Karanlık üretim, robot-insan iş birliği, robot-robot iş birliği gibi birçok uygulamamız bulunuyor. Uzun vadede Vestel'in gelecek vizyonuna bakıldığında da Endüstri 4.0 kavramı ile 'Mobilité' ve 'Bağlanabilirlik' teknolojileri, Ar-Ge çalışmalarının da önemli bir ayağını oluşturuyor. Tüketicilerimizin hayatını kolaylaştırmak, zaman kazanmalarını sağlayacak her türlü teknolojiyi ürünlerimize entegre ediyoruz.

Üretim ve yönetim faaliyetlerinde, sürekli iyileştirmeyle verimlilik elde etmeyi sağlayan Toplam Üretken Bakım (TPM) felsefesini ve araçlarını sistemlerimize entegre ettik ve bu uygulamalarımızla Japonya'dan ödül kazandık. Japon Fabrika Bakım Enstitüsü (JIPM-Japan Institute of Plant Maintenance) tarafından ilk olarak 2014 yılında "TPM Mükemmellik Ödülü"nü almaya hak kazanmış, 2017 yılında da ikinci aşama olan "TPM Süreklilik Ödülü"nü almıştık. TPM faaliyetlerimizi 2011 yılından bu yana sürdürüyoruz. Son olarak "TPM Özel Ödülü"ne layık görüldük. Böylelikle Vestel Beyaz Eşya, 7 ayrı fabrikada 7 ayrı ürün ailesi ile aynı anda bu ödülü alan dünyadaki ilk ve tek şirket oldu.

Yalnızca yeni teknolojiler geliştirmekle kalmıyoruz. Perakende sektöründe iş yapma biçimini değiştirecek platformlar da geliştirdik. Geçtiğimiz yıl lanse ettiğimiz V Hepyeni platformumuz ve V Taksit uygulamalarımız 25 bin aboneye ulaştı. Her geçen gün tüketicimize sunduğumuz katma değeri artıran hamleler gerçekleştirdiğimiz V Hepyeni'de yakın zamanda spor ve sağlık ekosistemimiz VFit uygulamamız da hizmetinizde olacak. Mağazalarımızdaki trafiği artırma amacıyla hayata geçirdiğimiz, tüketicilerimizden oldukça olumlu geri dönüşler aldığımız Kafe Vesto'larımızın sayısı artmaya devam ediyor. Son olarak yeni nesil tüketicilerin ihtiyaçlarına yanıt verecek yeni nesil dijital mağazalarımız Vestel Ekspres'in ilkinde Kadıköy'de açtık.

Dijitalleşme ve inovasyon denildiğinde akla gelen ilk markalardan biri Vestel. Şirketin dijitalleşme yolundaki çalışmaları nasıl gidiyor?

Vestel olarak dijitalleşme en önemli gündem maddelerimizden biri, uzun yıllardır bu alana yatırım yapıyoruz. Ürünlerimizden üretim süreçlerimize, mağazalarımızdan satış sonrası hizmetlerimize kadar dijital bir dönüşümün içerisindeyiz. Vestel City'de Endüstri 4.0 dönüşümünün yaklaşık yüzde 80'ini tamamladık. Türkiye'de bu alanda öncüyüz, çok ciddi ilerleme kaydettik. Hem rekabet avantajı sağlamak hem de müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak açısından dijitalleşme büyük önem taşıyor.

Türkiye'deki perakende çalışmalarını genel olarak değerlendirebilir misiniz? Dünya ile kıyaslandığında ne durumdayız, neler yapılabilir ya da yapılmalı?

Elektronik ve dayanıklı tüketim malları sektörleri dinamik ve büyüyen yapısıyla Türkiye'nin lokomotif sektörlerinden biri. Ülkemizin coğrafi konumu, genç nüfusu, modern alışveriş platformlarının çoğalması ve teknolojiye yeni gelişmeler sektörümüze önemli fırsatlar sunuyor. Bu paralelde perakende sektörü tek haneli rakamlara da inye büyümesini sürdürüyor, dijitalleşmenin etkisiyle daha da büyüyecek. 2020'nin hem perakende hem de diğer sektörler açısından daha olumlu geçeceğini öngörüyoruz.



Perakende sektörünü şekillendiren iki dinamiğin olduğunu söyleyebiliriz: müşteri talepleri ve müşteri davranışları. İş yapış şekillerimizi müşterilerin talepleri yönlendiriyor. Müşterisini anlayan, dinleyen ve kendini bu yönde dönüştüren, geliştiren şirketler başarıyı yakalıyor. Türkiye'nin dijitalleşme hızı, e-ticaretin yaygınlaşması ve yerli üreticilerin artık çok daha fazla tercih edilmesi gibi ciddi avantajlara sahibiz.

“**Müşterisini anlayan, dinleyen ve kendini bu yönde dönüştüren, geliştiren şirketler başarıyı yakalıyor.**”

Vestel, çok farklı alanlardaki etkin çalışmaları ile öncü roller de üstleniyor. İçerisinde bulunduğunuz sektörde başarılı bir marka olabilmek için hangi adımların atılması gerekiyor?

Vestel olarak müşterilerimizi iyi dinliyoruz, onların talepleri doğrultusunda modeller geliştiriyor, sürekli kendimizi güncelliyoruz. Müşteri davranışlarını iyi okuyan, talepleri zamanında alıp bu talepler doğrultusunda faaliyetlerine yön veren firmalar başarılı oluyor. Perakende sektörü aktörlerinin

toplumun yapısındaki değişimleri izlemesi ve hızlı davranması gerekiyor. Artık gündemimiz akıllı cihazlar, birbiriyle iletişim kuran teknolojiler, deneyim mağazaları, akıllı mağazalar. Vestel olarak değişime öncülük etmeyi misyon ediniyoruz. Bu nedenle yatırımlarımızın odağına dijitalleşmeyi aldık. Tüketici alışkanlıklarının değişmesi, tüketicinin artık tek bir kanaldan değil birçok kanaldan bilgiye hızla ulaşarak karar mekanizmalarını yönetmesi, değişen alışveriş davranışları gibi faktörler bizi buna yönlendiriyor. Bu bilinçle perakende sektörüne yenilikler getirmeye devam ediyoruz. En son Şubat ayında dijital teşhir uygulamasını hayata geçirdiğimiz 'Vestel Ekspres' mağaza konseptini müşterilerimizin hizmetine sunduk. Vestel Ekspres mağazalarında dijital ekranlar üzerinden alışveriş deneyimi ve hızlı teslimat gibi avantajlar sunuyoruz. Tüketici alışkanlıklarının değişmesi, tüketicinin bilgiye artık tek bir kanaldan değil birçok kanaldan hızla ulaşarak karar mekanizmalarını yönetmesi, değişen alışveriş davranışları gibi faktörler bizi farklı adımlar atmaya yönlendiriyor. Vestel Ekspres mağazaları da bu vizyonumuzun sonucu olarak doğdu. Dijital teşhir uygulamasının hayata geçirildiği küçük metrekareli mağaza konsepti 'Vestel Ekspres'lerin ilki Kadıköy Sahrayıcedit'te açıldı. İkincisi Kızıltoprak'ta, üçüncüsü ise Suadiye'de açılacak. Hızla Türkiye'nin dört bir yanındaki işlek caddelere yaymayı planladığımız Vestel Ekspres konsepti, müşteriye istediği ürünü anında bulma,

hızlı karşılaştırma imkânı ve aynı gün teslimat seçeneğiyle zamandan tasarruf sağlıyor. Vestel Ekspres konsepti bir diğer deyişle online satın alma deneyimini fiziksel perakendeye buluşturuyor. Vestel olarak, Ekspres mağazalarımızda yeni nesil perakendeciliğe özel dijital uygulamalar geliştirip tüketiciyle buluşturmayı planlıyoruz.

Perakendeciliğin geleceğinde e-ticaret önemli bir yer tutacak. Sizin de bu alanda ciddi çalışmalarınız var. Önümüzdeki dönem için bu alanda nasıl bir yol izleyeceksiniz?

E-ticaretin gelişmesi fırsatları beraberinde getiriyor. Bizim gibi sektörde öncü bir teknoloji şirketinin e-ticaret yapmaması düşünülemez. Sonuç olarak baktığımızda müşteri her yerde, biz de Vestel olarak müşterilerimizin olduğu her alanda varlık gösteriyoruz. Vestel.com.tr'nin yanı sıra N11, Hepsiburada.com gibi e-ticaret sitelerinde açtığımız kurumsal Vestel mağazalarından da bayilerimizle yüzde 100 entegre bir şekilde satış yapıyoruz. Böylece Türkiye'nin neresinden olursa olsun, ister Kayseri'den, ister Kars'tan tüketicimizin siparişini aynı gün veya en geç ertesi gün bulunduğu bölgeye en yakın bayimizden temin ediyoruz. Aslında bu modeli 10 yıldır uyguluyoruz ancak son yıllarda artan online alışveriş alışkanlığı buna hız kazandırdı ve bizi rakiplerimizden ayırttırdı.

249. sayımızın tamamını okumak için..

<https://www.dijitalbasin.com/Read/275/dagitim-kanali>

