

250.
SAYI

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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

arzum
OKKA

OKKA'LI
BİR TÜRK KAHVESİ DENEYİMİ,
AFİYET OLSUN!

arzum
OKKA
GRANDIO



arzum
OKKA
MINIO DUO



arzum
OKKA



arzum
OKKA
MINIO



arzum
OKKA
MINIO PRO

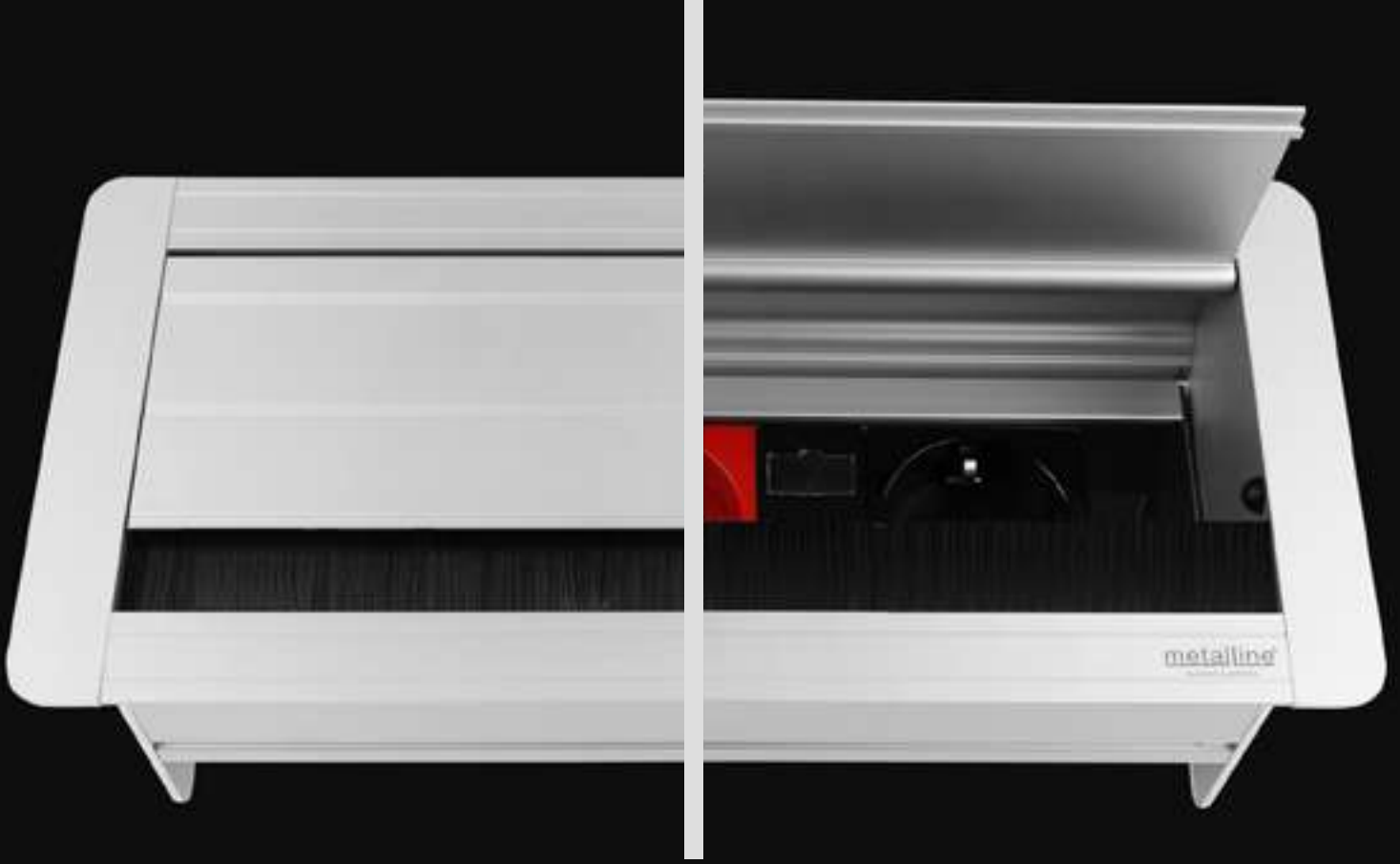


arzum
OKKA
HANGOURMET



metalline®

Electromechanic Systems



Hayatınızı Kolaylaştırmak İçin “TASARLIYORUZ”



Özel
Üretim



Ücretsiz
Kargo



2 Yıl
Ürün Garanti

PRİZ VE KAPAK SİSTEMLERİ

Metalline ; özgün tasarım, sürdürülebilir yenilik ve kaliteli üretim anlayışı doğrultusunda geliştirdiği Masaüstü Priz Sistemleri ile geleceğin ofis ortamlarını tasarlar ve üretir. Masa Üstü Priz kutusu teknolojilerine ihtiyaç duyduğunuz tüm alanlarda özel üretim çözümlerinizi de ortağınız olmaya devam ediyor.

+90 (216) 520 12 00
+90 (216) 658 02 07

www.metalline.com.tr



kaa'e UNO PRO
Türk Kahvesi Makinesi

Keyfi gelenekten
TEKNOLOJİSİ GELECEKTEN

Alıştığımız cezve lezzeti; Fakir'in üstün teknolojisiyle gelişti, kolaylaştı ve güzelleşti.



Tek tuşla
kolay kontrol



Çalışma
esnasında
aydınlatmalı
pişirme yuvası



Işıklı uyarı
sistemi /
Sesli uyarı
sistemi



Kolay
temizlenebilir
cezve



Kablo saklama
yuvası

S-M-L Fincan boyutuna ayarlama
Su haznesinden
otomatik su alma

LUMINASENSE
TECHNOLOGY

Köpüğün yükselmesini algılayan ve
taşmayı önleyen "Luminasense" teknolojisi



TEK SEFERDE
4!
FİNCAN

250.
SAYI



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

April 2020 / Nisan 2020 / Yıl 22 / ISSN 1302 308X



NİSAN 2020 • SAYI: 250

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
Tolga Han 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-sürelili 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 Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6

Söyleşi

Arzum Satış Direktörü

Serhan Giray

Arzum'da Ar-Ge, inovasyon ve tasarımı merkezimize alıyoruz



10

Kahve Kokusu

Arzum Brewtime Delux Filtre Kahve Makinesi'ni tanıttı

Dream Sales Machine'de önemli atama

Koronavirüsün sektöre yaşattığı kaybı sektör belirleyecek



12

Söyleşi

Philips Kişisel Sağlık Ortadoğu ve Türkiye Genel Müdürü

Milena Elmasoğlu

Philips kişisel sağlık çözümleri ile tüketicilerinin yanında



14

Sektör Haberi



30

Söyleşi

Fakir Hausgeräte Türkiye Genel Müdür Yardımcısı

Erdoğan Kalkan

Dijital uygulamaları hayata geçirmek firmalar için artık bir zorunluluk



32

Dosya

Koronavirüs perakende sektörünü nasıl etkiledi?



37

Makale

Didem Tınarlıoğlu



38

Fuar

IFA 2020: Türkiye, IFA Global piyasalarında önemli bir oyuncu olarak öne çıkıyor



39

Bayi

Beko, Bursa'da yeni mağaza açtı



40

Araştırma

AVM Perakende Ciro Endeksi, Ocak ayında yüzde 27,3 arttı

Kadınların yüzde 88'i her gün AVM'ye gidiyor



42

Değerlendirme



43

Dernek

AVM'lerde Corona önlemleri



44

Ürünler



48

Sinemadem

BLOODSHOT
Durdurulamaz Güç



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



Alırken de Satarken de Şenocakla!

Şenocak olarak 1915 yılından beri müşterilerimize kazanç sağlamanın haklı gururunu yaşıyoruz. 2020 yılında da geniş ürün gamımızla müşterilerimize ve iş ortaklarımıza kazandırmaya devam ediyoruz.
Alırken de satarken de...



ŞENOCAK



senocak.com.tr



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

Koronavirüs tehdidine karşı HEP BİRLİKTEYİZ...

Dünya 2020 yılına biraz talihsiz başladı. Arka arkaya depremler, seller, yangınlar gibi doğal afetlerin yanında insanoğlunun kendi eliyle yarattığı birçok sorun da eklendi. Savaşlar, ekonomik sıkıntılar, buhranlar derken bir de son yılların büyük sağlık tehdidi çıkageldi. Çin'den başlayarak tüm dünyaya yayılan ve toplum sağlığını tehdit eder boyuta yükselen Koronavirüs, hepimizi tedirgin etmeyi sürdürüyor. Virüsün en büyük etkisi kuşkusuz sağlığımız üzerinde ancak gün geçtikçe ekonomide yarattığı değişimleri ve olumsuz sonuçları da görüyoruz. Birçok yer kepenk kapatıyor, sektörler daralıyor ve satışlar neredeyse durma noktasına geliyor. Tüm bu olumsuz dalga doğal olarak perakendecileri ve beyaz eşyacıları da yakından etkiliyor. Sektör zor günler geçiyor ancak bir yandan üreticiler, bayiler gibi sektör paydaşları bu zor günleri ayakta ve sağlam geçirebilmek için güzel adımlar atıyor. Borç erteleme, kira erteleme vb. uygulamalar sektörün topyekün bu savaştan galip çıkmasını sağlayacak önemli ve güzel gelişmeler. Devletin de desteği ile koronavirüsün getirdiği sıkıntıları hep birlikte aşacağımıza inancımız tam. Daha önce geçirdiğimiz sıkıntılı zamanlardan aldığımız derslerle şimdi önümüzdeki iyi günlere bakma vaktidir...

Sektörün tek dergisi olan Dağıtım Kanalı olarak bu sayımızda da, koronavirüs tehdidi ile evlerimize kapanmış da olsak sizlere dolu bir sayı hazırladık. Değerli görüşleri ile bu sayıda söyleşi bölümlerimize yer alan yöneticilerimize teşekkür ediyoruz. Koronavirüsün yarattığı etkileri dosyamızda işledik. Sektör paydaşlarına yönelttiğimiz anketimizden ilgin. Sonuçlar çıktı. Yine dernekler başta olmak üzere firmaların bu alanda aldıkları önlemleri ve konuyla ilgili açıklamalarını da ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Keyifli okumalar...



Derin dondurucuda ekonominin yeni adı



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



DCF 190 L D/S



DCF 280 L D/S



DCF 387 L D/S



DCF 466 L D/S



UĞUR ŞİRKETLER GRUBU



444 75 25



deltasogutma.com.tr



/deltasogutma



Serhan Giray
Arzum Satış Direktörü

Arzum'da Ar-Ge, inovasyon ve tasarımı merkezimize alıyoruz

“Çay ve Türk kahvesi her zaman Türk mutfağının vazgeçilmezi oldu. Çay makinelerinin satışında herhangi bir düşüş olmadığını söyleyebiliriz. Değişen şey kahve makinelerine olan talep. Türk kahvesini artık cezve yerine makineyle mutfaklarına sokuyor tüketiciler. Diğer kahve türleri de hayatlarımıza girdi. Tüketiciler bu lezzetlere kendi evinde ulaşmak istiyor. Konforu evlerine taşıyorlar kısaca...”

Salgın sebebiyle sağlığa olumlu katkı veren ürünlere ilgi arttı. Böyle bir süreçten sonra sağlık sektörüne uygun ürünler üretmeyi düşünüyor musunuz?

Bizim son 5-6 yıldır oldukça odaklandığımız bir nokta bu. Ar-Ge'mizde buna yönelik birçok çalışma gerçekleştiriyoruz. Sağlıklı yaşam adına çok satan onlarca ürünümüz var. Tüketicilerimiz de uzun süredir sağlıklı beslenmeye özenle yaklaşıyor. Örneğin Shake'n Take Kişisel Blender'ımız çok tercih edilen ürünlerimizden. Bu blender ile detoks içeceklerinden sağlıklı kokteyllere kadar birçok ürünü evde 3-4 dakika içinde hazırlayabilmeniz mümkün. Aynı zamanda hazırladığınız içeceğinizi taşınabilir hazne sayesinde dilediğiniz her an ve her yere taşıyabiliyorsunuz.

Bu kategoride ürettiğimiz en yeni ürünümüz de elektrikli modern sefer tasımız. 2020'de bir sefer taşıyla işe gideceğiniz hiç aklınıza gelir miydi? Gelmezdi elbette... Tüketicilerimizin beslenme alışkanlıklarını takip ettiğimizde karşımıza hep şu sorun çıktı: “Bugün dışarıda ne yiyeceğiz?”. Ev dışında çok sık sorulan ‘bugün ne yese?’ sorusuna Foodie Elektrikli Modern Sefer Taşı ile yanıt verdik. Sağlıklı ev yemekleri dilenen her yere taşınır, düzenli ve sağlıklı beslenme rutinine devam edilebilir diye elektrikli modern bir sefer taşı tasarladık. Yemeklerinizi

ısıtabilir, hatta buharda pişirebilir, vakumlu kapaklar sayesinde de uzun süreli tazelik sağlayabilirsiniz. Hatta, yumurtayı dışarıda haşlamak ve pirinç pilavı pişirmek de mümkün. Bu ürünümüzü tüketicilerimizle buluşturduğumuz anda yüksek bir talep gördük.

Arzum markası küçük ev aletleri pazarından aldığı paylar ile son yıllarda istikrarlı büyümesini sürdürüyor. Başarınızın hikâyesini bizimle paylaşır mısınız?

Türkiye'nin öncü elektrikli ev aletleri markalarından biri olarak, gıda hazırlama toplamı, blender, saç kurutma, saç şekillendirme ve tost makineleri kategorilerinde liderliğimizi sürdürüyoruz. 2019 yılında adette yüzde 12'lik pay ile birinci marka konumumuzu koruduk.

Seçeneklerin çoğaldığı, tüketicilerin farkındalığının arttığı bu dönemde farklılaşmak ve talepleri karşılamak önemli. Aynı zamanda tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını tam ve doğru olarak tespit edebilmek başarıyı oldukça etkileyen bir faktör. Buradaki en önemli noktalardan biri de gizlenmiş istek ve ihtiyaçları tespit edebilmek. Tasarımları inovatif ve yenilikçi çözümlerle besleyen firmaların daha başarılı olduğunu biliyoruz. Müşterine değer veren bir marka olarak bizim temel stratejilerimiz ve



dolayısıyla ana yatırım alanımız da bu yönde. Ar-Ge, inovasyon ve tasarımı merkezimize alıyoruz. Yeni dönemde de aynı şekilde devam edeceğiz.

İstikrarlı büyümamızde diğer önemli faktör satış kanal yapılanmamız. 2017 yılında yeni satış kanal yapısına geçtik. Farklı satış kanallarının iş yapış şekilleri ve beklentileri farklı oluyor. Yeni satış yapılanmamız bu ihtiyaçlara cevap verecek şekilde organize edildi.

Diğer taraftan dijitalleşmenin ve verinin bu kadar önemli olduğu dönemde son tüketiciye yaptığımız satışları ve iş ortaklarımızın stoklarını anlık veri akışı ile takip ediyor ve analiz ediyoruz. Geliştirdiğimiz bu tür sistemler, bize çok hızlı karar alma ve

gittiğimiz yoldaki engelleri önceden görme fırsatı sağlıyor.

Başarımız sadece ürün bazlı değil elbette... Biz, müşterilerimize her zaman samimi ve çözüm odaklı hizmet deneyimi yaşatmayı amaçlıyoruz. Arzum kullanıcıları, tüketicilerin yorumlarının ve şikayetlerinin yer aldığı popüler sitelerde bile küçük ev aletleri sektöründe, müşteri memnuniyet düzeyi ve teşekkür oranında bizi lider konuma getirdiler. Tüketicilerimize sunduğumuz hizmetin hızı ve kalitesi bizim için çok önemli, bu anlamda alanında lider firmalar ile ilerlemeyi tercih ediyoruz. Müşterilerimizle teknolojinin imkan sağladığı tüm kanallardan iletişim kurmaktayız. Her zaman yanlarında olduğumuzu hissettiriyoruz.

Küçük ev aletleri kategorisinde elektrik süpürgesi ve sıcak içecek makinası alt kategorileri pazarda 1 ve 2.'liği sürdürüyor. Arzum olarak bu iki kategoriye değerlendirebilir misiniz? Yerinizden memnun musunuz, gelecekteki planlarınız nelerdir?

Bildiğiniz gibi süpürge kategorisi KEA içerisinde en yüksek paya sahip. Sıcak içecek kategorisi Türk Kahvesi makinelerinin etkisiyle 2. sıraya yükseldi. Arzum olarak öncelikle Okka markası ile sıcak içecek kategorisinde hem pazar payı, hem satış artışı, olarak güçlü pozisyonumuzu koruyoruz. Olimpia Süpürgelerimiz ile de temizlik kategorisinde pazar payımızı arttırıyoruz. Her iki kategoride odaklandığımız ürün grupları içerisinde.

Sıcak içecek makine ana kategorisinde çay makinesi alt kategorisi geçtiğimiz yıl ciro bazında kahve makineleri kategorisini geçerken bu yıl aynı dönemlere baktığımızda kahve makinesinin bariz üstünlüğünü görüyoruz. Bu durum size göre neden böyle oldu?

Çay ve Türk kahvesi her zaman Türk mutfağının vazgeçilmezi oldu. Çay makinelerinin satışında herhangi bir düşüş olmadığını söyleyebiliriz. Değişen şey kahve makinelerine olan talep. Türk kahvesini artık cezve yerine makineyle mutfaklarına sokuyor tüketiciler. Diğer kahve türleri de hayatlarımıza girdi. Tüketiciler bu lezzetlere kendi evinde ulaşmak istiyor. Konforu evlerine taşıyorlar kısaca...

“ Ütü de evlerin olmazsa olmazlarından. Pazardaki hacmi değişmedi. Tüketiciler hayatlarına yenilikler kattı ve bu yenilikler şu an o kategorilere üstünlük sağlıyor. ”

Ütünün pazardaki üstünlüğünü sıcak içecek makinasının kaptırdığını görüyoruz. Sizce gelecekte pazardaki payı yükselecek bu tür sürpriz ürünler mevcut mu? Bunlar neler olabilir?

Ütü de evlerin olmazsa olmazlarından. Pazardaki hacmi değişmedi. Bir önceki soruda da ifade ettiğim gibi tüketiciler



hayatlarına yenilikler kattı ve bu yenilikler şu an o kategorilere üstünlük sağlıyor. Gelecekte de, sağlıklı beslenmeye yönelik ürün grupları kendi payını giderek artıracak diyebiliriz.

Sıcak içecek makinası grubunda Arzum olarak önümüzdeki dönemlerde filtre kahve ve espresso makinası gibi yeni ürünlere girmeyi düşünüyor musunuz?

Filtre kahve makinesi kategorimizde de üç ürünümüz var; Brewtime Filtre Kahve Makinesi, Brew'N Take Kişisel Filtre Kahve Makinesi, sadece arzum.com.tr'de ve yetkili online sitelerde satışta olan Arzum Brewtime Deluxe Filtre Kahve Makinesi.

Gıda hazırlama kategorisinde liderliğinizi sürdürüyorsunuz. Bu başarınızı neye bağlıyorsunuz?

Teknolojik gelişmelerin yaşandığı ve yaşam formlarının hızla değiştiği bir dönemde tüm sektörlerdeki gibi küçük ev aletleri sektöründe de eşik atlama ve değişim sürecindeyiz. Aslında bu gelişmelerin çoğu tüketici beklentileri ve ihtiyaçları yönünde. Birçok neden var; yaşam alanları ürünleri daha küçük ve fonksiyonel olmaya doğru itiyor. Bununla birlikte tüketiciler, küçülen ürünlerden aynı performans beklentileri içindeler. Ya da sağlıklı beslenmeyi tercih

“**Teknolojik gelişmelerin yaşandığı ve yaşam formlarının hızla değiştiği bir dönemde tüm sektörlerdeki gibi küçük ev aletleri sektöründe de eşik atlama ve değişim sürecindeyiz.**”

eden tüketiciler mutfaklarına bu tip besinleri kolaylıkla hazırlayabilecekleri ürünleri dahil ediyor. Bu tip gelişmeler tasarımcılar ve üreticileri, maliyet hedefleri çerçevesinde, daha küçük ve verimli tasarıma, komponent seçimine yöneltiyor. Tasarımıyla şık ve fonksiyonel ürün beklentisi var tüketicinin. Bir de tabii ki zamandan kazandıracak her şey çok önemli! 2019 bizim için; bu beklentileri karşılamaya yönelik Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarıyla geçti. Birbirinden farklı ürünleri de tüketicilerimizle buluşturduk. Buna ek olarak; farklı tüketici kitlelerine ve pazarlarına yönelme, yeni iş birlikleri gibi yöntemlerle heyecanı, tutkuyu ve ilgiyi daima diri tutmaya özen gösterdik. 2019 özellikle marka iş birliği çalışmalarımızla fark yarattığımız bir yıl oldu. Arzum'un köklü geçmişini ve yenilikçi

kişiliğini, Beymen Club'ın fark yaratan tarzı ile birleştirdik. Arzum x Beymen Club Koleksiyonu ile Türkiye'de bir ilke imza atarak modayı elektrikli ev aletleri ile buluşturduk. Tüketicilerimizin mutfaklarına özel bir koleksiyon sunmuş olduk. Bu yıl da çok özel koleksiyonlar sunacağız.



Arzum, Brewtime Delux Filtre Kahve Makinesi'ni tanıttı

Arzum, en yeni üyesi 1,5 litre geniş kapasiteli Brewtime Delux Filtre Kahve Makinesi'ni tanıttı. Modern tasarımı Arzum Brewtime Delux Filtre Kahve Makinesi'nin 1,5 litre geniş kapasiteli cam sürahi ile yaklaşık 12-14 fincana kadar filtre kahve pişirilebilir. 24 saat zaman ayarlama özelliği ile Arzum Brewtime Delux, 45 dakikaya kadar sıcak tutabilen ısıtıcı tabanı ile filtre kahvenin en sıcak halini sunuyor. Dokunmatik ekrana sahip olan Arzum Brewtime Delux, aroma özelliği ile tek bir dokunuşla filtre kahvenizin aroma seviyesini ayarlama imkanı sağlıyor.

Damlatma önleyici sistemi ile pratik bir kullanıcı deneyimi yaşıyor.

Arzum Brewtime Delux, kolay çıkarılabilir ve yıkanabilir filtresi sayesinde kolay bir kullanım sunuyor. Kıvamında hazırlanmış filtre kahveler için özel kahve ölçü kaşığı kullanarak ayarlama yapılabilir. Arzum ailesinin en yeni üyesi Brewtime Delux Filtre Kahve Makinesi, arzum.com.tr ve yetkili online sitelerde satışta.



Dream Sales Machine'de önemli atama

Sektörün deneyimli isimlerinden Zafer Çeçen, İstanbul Coffee Festival (İCF), Ankara Coffee Festival (ACF), İstanbul Comics & Art Festival (İCAF), Reformist, Barista Clash gibi organizasyonları hayata geçiren Dream Sales Machine kadrosuna katıldı. Çeçen, Dream Sales Machine'de Direktör olarak görev yapacak.

1978 doğumlu Zafer Çeçen, Yıldız Teknik Üniversitesi'nde Elektrik Mühendisliği'nden mezun oldu. İş hayatına 1998 yılında atılan Çeçen, kariyeri boyunca festivaller, yaratıcı kurumsal etkinlikler, venue yönetimi alanlarında çok önemli pozisyonlarda bulundu. Son üç yıldır Zorlu Performans Sanatları Merkezi'nde Operasyon Müdürü olarak görev yapan Çeçen, artık çalışmalarına Dream Sales Machine bünyesinde devam edecek.

Zafer Çeçen

Koronavirüsün sektöre yaşattığı kaybı sektör belirleyecek

İstanbul Coffee Festival [İCF], Ankara Coffee Festival [ACF], İstanbulComicsand Art Festival [İCAF] ve Reformist gibi festival ve etkinlik organizasyonlarının yaratıcısı olarak Türkiye’de ilklere imza atan Dream Sales Machine, yaşanan koronavirüs krizini değerlendirdi.



İlker Akar
Dream Sales Machine Yönetici Ortağı



Dream Sales Machine Yönetici Ortağı İlker Akar, koronavirüsün sektörlere etkilerini ve olası senaryoları değerlendirdi. Akar, koronavirüsün küresel bir salgın ilan edilmesinin ardından tüm dünyada kısa orta ve uzun vadede yaratacağı ekonomik sonuçlarının olacağını açıklarken, “İlk etkiler turizm ve seyahat sektörlerinden görülüyor. 2020 yılında sadece havayolu taşımacılık firmalarında 115 milyar doların üzerinde kayıplar tahmin ediliyor. Bunun dışında turizm sektöründe yer alan firmaların; konaklama, transfer ve buna bağlı yan sektörlerin; yaşanan seyahat engelleri ve buna bağlı iptal/ertelemelerden ciddi kayıplar yaşayacağı tahmin ediliyor.” dedi.

“Net etkileri yıl sonu göreceğiz”

Akar, sözlerini şöyle sürdürdü: “2018 yılında dünyada 1.4 milyar kişi seyahat etmiş toplamda da 1.4 milyon dolar harcama yapılmış. Bu da kişi başı 1.000 dolarlık bir harcamaya denk gelmektedir. Türkiye’nin bu toplamdan aldığı pay; 2018 yılında yaklaşık kişi başı 556 dolar olmuştur. Bu yıl sonunda gerçekleşecek rakamlar bize yaşananların ülkemiz turizm ve kongre sektörüne etkilerini net olarak gösterecektir.”

“Kayıpların boyutunu sektör belirleyecektir”

“Bu kadar rakamsal veriden sonra içinde bulunduğumuz etkinlik, festivaller sektöründe son dönemde yaşanan seyahat engelleri, karantina uygulamaları, iptal ve ertelemeler sonucunda şu an bir hasar belirleme çalışması yapılamamakla birlikte bu yaşananların ne kadar süreceği; ortaya çıkacak olan kayıpların boyutunu belirleyecektir.”



“Özel bir kriz senaryosu yok”

“Bu şartlara karşı geliştirilmiş özel bir kriz senaryosu olmamakla birlikte, sürekli değişen dünya gündemi ve Türkiye’nin içinde bulunduğu coğrafya ve 1990’ların ortasından bu yana yaklaşık 5 yılda bir yaşanan ekonomik türbülanslar ve küresel ekonomik daralma, özel bir senaryoya ihtiyaç duymadan, sürekli yeni iş planları ve satış stratejileri geliştirme ve finansman yaratma konusunda iş hayatını zorlamaktadır. Umuyoruz, daha fazla kayıplar yaşanmadan bu salgın krize çare bulunur ve hem dünya insanları hem de ekonomik şartlar daha iyi noktalara gelir.”

Philips kişisel sağlık çözümleri ile tüketicilerinin yanında

“Günümüzün hızlı gelişen ve değişen dünyasında tüketici odaklılık her zamankinden daha önemli. Tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını ve tüketim alışkanlıklarını anlamak, çok hızlı ve proaktif bir şekilde aksiyon almak gerekiyor. Biz de kullanıcılarımızı dinliyor, isteklerine yanıt verecek ürün ve hizmetlerimiz ile hayatlarını iyileştirmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.”



Milena Elmasoğlu
Philips Kişisel Sağlık
Ortadoğu ve Türkiye
Genel Müdürü

bakımı, ağız ve diş bakımı ürünlerinin yanı sıra Philips Avent markamız ile anne-bebek sağlığında çözümler sunuyoruz. Philips olarak, kullanıcıların ihtiyaçlarını ve sorunlarını doğru şekilde anlayabildiğimiz takdirde onlara daha iyi yardımcı olabileceğimizi biliyoruz. Bu kapsamda 2019 yılında IPSOS iş birliğinde ikincisini gerçekleştirdiğimiz Türkiye Sağlık Trendleri Araştırması'na göre, araştırmaya katılanların yüzde 33'ü elektrikli süpürgeyi sağlıklı özdeşleştirirken, yüzde 71'i ev temizliğinin sağlığını olumlu yönde etkilediğini düşünüyor. Araştırmaya katılanların yüzde 74'ü ise evde soluduğu havanın temiz olmasına dikkat ediyor. Yine aynı araştırmanın sonuçlarına baktığımızda, yemek yeme alışkanlıklarını, sağlıklı yaşam kavramı ile özdeşleştiren katılımcıların yüzde 70'i ev yemeği tüketmeyi tercih ettiğini söylerken, yüzde 57'si her gün taze, meyve/sebze suyu içmeye özen gösteriyor.

Ar-Ge, Philips'in diğer önemli yatırımlar yaptığı bir alan. 100'den fazla ülkede 80 binin üzerinde (HealthTech) çalışanınız var. Özellikle Türkiye'de bu alandaki çalışmalarınız nelerdir?

Anne karnından başlayarak, yaşamları boyunca bireylerin daha sağlıklı ve daha kaliteli bir hayat sürdürebilmeleri için gereken koşulları oluşturmaya katkıda bulunuyoruz. Bu doğrultuda geliştirdiğimiz inovatif ürün ve hizmetlerimiz ile müşterilerimizin her zaman yanında olan bir şirketiz. Dünyada 100'den fazla ülkede 80 bin (HealthTech) çalışanımız var. Bugün 7 kıtada 60 Ar-Ge merkezine sahibiz.

Uzun yıllardır hem süpürge hem ütü hem de kişisel bakım ürünleri kategorisinde Türkiye pazarında sürdürdüğünüz liderliğinizi neye borçlusunuz?

Philips olarak, dünyada 129, Türkiye'de ise 90 yıldır faaliyet gösteriyoruz; tüm trendleri ve kullanıcı iç görülerini yakından takip ediyoruz. Bir ülkede 90 yıl var olmak, onun bütün geçmişine tanıklık etmek ve onu çok iyi tanımak demek. Türkiye'de hemen hemen her hanede bir Philips ürünü bulunuyor. Philips ile Türkiye'nin birçok noktasında inovatif çözümlerimizi tüketicilerle buluşturuyoruz.

Günümüzün hızlı gelişen ve değişen dünyasında tüketici odaklılık her zamankinden daha önemli. Tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını ve tüketim alışkanlıklarını anlamak, çok hızlı ve proaktif bir şekilde aksiyon almak gerekiyor. Biz de kullanıcılarımızı dinliyor, isteklerine yanıt verecek ürün ve hizmetlerimiz ile hayatlarını iyileştirmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. 2019 verilerine göre yüzde 20'lik pazar payımızla Philips Kişisel Sağlık ile Türkiye'deki küçük ev aletlerinde pazar lideriyiz. Philips Kişisel Sağlık İş Birimi olarak, sağlıklı ve kaliteli yaşamı destekleyen küçük ev aletleri (mutfak aletleri, elektrik süpürgesi, ütü) kadın ve erkek

Kişisel sağlık alanında da önemli projeleriniz bulunuyor. Bunlardan kısaca bahseder misiniz? Özellikle sosyal sorumluluk anlamında bu projelere nasıl yaklaşıyorsunuz?

Philips Türkiye bünyesinde bulunan küçük ev aletlerinden elektrik süpürgesiyle ilgili çok önemli bulduğumuz bir projemiz var. Philips olarak, ev içerisindeki tozlu havanın ve alerjenlerin, solunum yolları vasıtasıyla sağlığa olumsuz etkisinin altını çizmek, evlerimizde daha temiz ve sağlıklı bir hava için **‘Sağlığınıza Toz Kondurmayın’** kampanyamızı hayata geçirdik. Bu projede amacımız ev içerisindeki temiz havanın sağlığa olumlu etkisini gündeme taşırken, olumsuz (yorgunluk, hassasiyet, alerji) etkilerini de en aza indirmek için neler yapılabileceği konusunda bilinç yaratmaktır. Torbasız süpürge kategorisinde, en yüksek vakum gücüne* sahip yeni **MarathonUltimate** serimiz, projemizin ana kahramanı.

Yeni **Marathon Ultimate** Serisi, ev tozları, polen ve hayvan tüyleri dahil olmak üzere en ince tozları bile yüzde 99.9 oranında hapsederek, ev içinde sağladığı temiz hava ile daha kaliteli bir yaşam alanı sunuyor. Alerji rahatsızlığı olan kişiler için ortamda alerjenleri temizleyen, engelleyen ve azaltan ürünlere verilen İngiliz Alerji Federasyonu (British Allergy Foundation-BAF) sertifikasına sahip.

Tüm bunların yanı sıra pratik, her an elinizin altında ve tozlarla savaşta baş yardımcınız olacak yeni teknoloji ürünlerimizi de tüketicilerimizle buluşturmaya devam ediyoruz. Maksimum kolaylık sağlayan kablolu süpürge Philips SpeedPro Max, 360 derece çekim gücü ile tüm yönlerden çekiş sağlarken tek geçişte daha fazla tozu toplayarak, kullanıcılarına daha sağlıklı bir yaşam alanı sunuyor. Powerblade dijital motoru ve üçlü filtreleme sistemi sayesinde güçlü toz çekişi için yüksek hava akışı sağlayan SpeedPro Max, alçak mobilyalar da dahil ulaşılması en zor köşelere bile erişim imkânı sunuyor.

“Sağlığınıza Toz Kondurmayın” uzun soluklu ve kapsamlı bir proje, pazarlama planlarımıza AVM etkinliğimiz ve sosyal medya yatırımlarımız ile başlattık. İlerleyen günlerde alanında uzman kişilerle ve derneklerle farkındalığı arttırmayı amaçlayan projelerimiz olacak.

Diğer yandan Philips Avent olarak birçok projemiz bulunuyor. Örneğin doğum izninden iş hayatına yeni dönen annelerimiz için kurguladığımız Süt Saatim projemiz var. İş hayatında çalışan anneler, doğum izninin ardından çalışma hayatına döndüğünde psikolojik olarak zorlanabiliyor. Bu önemli dönemde, annelerin ihtiyaç duyduğu en önemli destek bebeklerini anne sütü ile yeterince besleyebileceğini bilmek ve hijyenik, konforlu, mahremiyeti olan bir ortamda süt sağabilmek. Philips Avent olarak bu bilinçle yola çıkarak doğum izninden dönen



annelerimize bu konuda destek sağlamak amacıyla **‘Philips Avent Süt Saatim Projesi’**ni gerçekleştirdik.



Philips Avent Süt Saatim Projesi, 2015 yılının Emzirme Haftası'nda başladı ve 5 yıldır devam ediyor. Projemiz çerçevesinde, Süt Saatim Projesi'ne başvuran şirketlere, kuracakları süt sağma odaları konusunda hijyen, mahremiyet ve konfor standartları çerçevesinde danışmanlık hizmeti sağlıyoruz. Şu ana kadar 224 şirkette 22 binin üzerinde kadına ulaşmayı başardık. Philips Türkiye olarak son derece inanarak hayata geçirdiğimiz Süt Saatim Projesi'ni Ortadoğu'da da uygulamaya başladık. Bu projemiz ile Ekim 2018'de Sürdürülebilirlik Akademisi tarafından **‘Kadının Güçlendirilmesi’** alanında ödülüne layık görüldük. Projenin daha çok kadına ulaşılabilmesi için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Prematüre bebekleri destekleyen çok önemli bir projemiz var. Türkiye'de her yıl doğumların yüzde 10'u prematüre olarak gerçekleşiyor ve yılda 140 bin bebek prematüre doğuyor. Biz de bu gerçekten yola çıkarak, Prematüre bebek aile danışmanı İnci Candemir ile prematüre bebek ailelerine destek olmak amacıyla **‘Prematüre Bebek Destek Projesi’**ni hayata geçirdik. Bugüne kadar uzmanlar ve sağlık profesyonelleriyle birlikte 500 yeni doğan yoğun bakım hemşiresine ve 2 bin aileye prematüre bebek bakımı ile ilgili eğitimler vererek bilinçlendirme çalışmaları yaptık. Birçok hastanede emzirme odalarını iyileştirerek prematüre bebek sahibi ailelere özel alanlar sağladık. **‘Prematüre Bebek Destek Projesi Minik Kahramanlar’**

özelinde prematüre bebek aile danışmanı İnci Candemir ile hastanelerdeki ihtiyaçları gidermek, sağlık profesyonellerinin daha mutlu çalışmasına katkıda bulunmak, prematüre bebek ve ebeveynlerin yanında olmak için çalışıyoruz. Bu doğrultuda 2020 yılında da desteğimizin kapsamını büyütmeyi hedefliyoruz.

Satış-pazarlama stratejiniz neye dayanmaktadır?

Türkiye'de faaliyet gösterdiğimiz 90 yıl boyunca Türkiye'nin gelişimine, değişimine tanıklık ettik. Yaptığımız araştırmalar sayesinde Türk tüketicimizi iyi tanıyor, onların alışkanlıklarını biliyoruz. Bu araştırmalardan elde ettiğimiz veriler ile ürünlerimizi, hizmetlerimizi ve projelerimizi geliştiriyoruz.

Günümüzün hızlı gelişen ve değişen dünyasında tüketici odaklılık her zamankinden daha da önemli. Tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını ve mecra tüketim alışkanlıklarını anlamak, hızlı ve proaktif bir şekilde aksiyon almak gerekiyor. Doğru tüketiciye, doğru noktada, doğru ve kişiselleştirilmiş mesajlarla ulaşmak ve iki yönlü iletişim kurmanın çok önemli olduğunu düşünüyoruz.

Milena Elmasoğlu

Marmara Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü'nden mezun oldum. Philips'e 1998 yılında katıldım. Philips Tüketici Ürünleri Bölümü'nde Pazarlama Müdürlüğü, Yeni Kanallar Satış Müdürlüğü ve Servis Müdürlüğü pozisyonlarında farklı ekiplerde ve projelerde yer aldım. Ardından 6 Sigma Uluslararası Proje Yöneticiliği, Philips Ortadoğu ve Türkiye Müşteri Hizmetleri ve Ticari Pazarlama Direktörü olarak görev aldım. Son olarak, Philips Türkiye Kişisel Sağlık Ürünleri Genel Müdürlüğü görevini sürdürdüm. 22 yıldır Philips Ailesi'nin bir ferdiyim ve şu anda Philips Kişisel Sağlık Ürünleri Orta Doğu ve Türkiye Genel Müdürü olarak görevime devam ediyorum.

IF Design'dan Electrolux'e 2 ödöl

Electrolux, IF Design Awards Ödülleri'nde yenilikçi ürünleri Pure Q9 2'si 1 arada şarjlı dikey süpürge ve Pure D8.2 sessiz toz torbalı elektrikli süpürge ile 2020 IF Tasarım Ödülü'ne layık görüldü.

Tasarım alanında dünyanın en prestijli yarışmalarından biri olan IF Design Awards'ın kazananları belli oldu. Electrolux, ev bakım ürünleri Pure Q9 ve Pure D8.2 ile Tasarım Ödülü'nün sahibi oldu.

Sessiz bir temizlik deneyimi

Electrolux'ün ödül aldığı ürünlerden Pure Q9, temizlik ortamına yepyeni bir yaklaşım getiriyor. Daha sessiz temizlik deneyimini yaşamak isteyenler için üstün performans özelliklerini bir araya getiren Pure Q9 zahmetsiz kullanımı, 5 kademeli hava filtresi, maksimum ses yalıtımı ve şık tasarımı ile ön plana çıkıyor.

Çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlıyor

Yalnızca 57dB ses şiddetiyle şimdiye kadar Electrolux'ün ürettiği en sessiz elektrik

süpürgesi özelliğini taşıyan Pure D8.2 akıllı temizlik teknolojisi ile zemin türünü otomatik olarak tespit edip emiş gücünü otomatik ayarlayarak parkeden halıya sorunsuz ve kesintisiz geçiş sağlıyor. Yüzde 55 geri dönüştürülmüş malzemeden üretilen Pure D8.2 çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlıyor.

Berlin'de sergilenecek

1953 yılından bu yana düzenli olarak gerçekleştirilen, dünyanın dört bir yanından her yıl binlerce başvurunun yapıldığı IF Design Awards tasarımın en iyilerini ödüllendiriyor. Bu yıl ödül kazanan markaların tasarımları 2 - 10 Mayıs tarihlerinde Berlin'de sergilenecek.

Tüketicilerine sunduğu yüksek performanslı ve ileri teknoloji ürünler ile temizlikte çağ atlatan Electrolux, inovatif ürünleri ile farklı ödüller almayı sürdürüyor.



LEKEYİ GÖZÜNDEN TANIYAN BİR ÇAMAŞIR MAKİNESİ ARIYORSAN

►REGAL'LE
SÖZ SENDE



ÖZELLİKLER

- 10 kg Yıkama
- 1200 Devir
- 12 dk. Hızlı Yıkama
- LCD Ekran
- 22 Farklı Leke Seçimi

PERFORMANS VE KONFOR

- Kireç Zırhı Teknolojisi

PROGRAM VE FONKSİYONLAR

- Yorgan Yıkama Programı
- Alerji Uzmanı Programı
- Leke Seviyesi Algılama
- Zaman Erteleme Özelliği (Gecikmeli Başlat)
- Kolay Ütüleme Özelliği
- Devir ve Sıcaklık Seçimi

Enerji Karnesi



Enerji Seviyesi	A+++-%10
Yıllık Su Tüketimi (lt/yıllık)	12600
Yıllık Enerji Tüketimi (kWh/yıllık)	213
Ses Seviyesi (yıkama/sıkma)	58/76 dB

0850 222 4 789

regal-tr.com

Regal
Müşteri
Hizmetleri

LG, 2020'de öne çıkacak teknoloji trendlerini açıkladı



Yapay zeka ve güçlü proses süreci, insanların yaşam, çalışma ve oyun alışkanlıklarını farklılaştıracak

Son on yılda yaşanan hızlı yenilikler, yeni yılın başlamasıyla birlikte, 2020 ve sonrası için önemli bir etki yaratmaya başladı. Gelecek, Yapay Zeka (AI) ile entegre akıllı ürünlerden daha hızlı ağırlara kadar birçok farklı alanda tüketicilere yeni deneyimler getirecek. Yapay zeka uzun zamandır teknolojinin 'geleceği' olmuş durumda, ancak 2020, LG'nin yapay zekayı ilerletmek için sadece kendi çerçevesiyle değil, farklı alanlarda da adımını attığı yıl olacağı söyleniyor.

Yeni yapay zeka formları görecek

LG, Tüketici Elektroniği Fuarı (CES) 2020 sırasında duyurduğu üzere AI'nın LG'nin ürün ekosistemine uyumu için bir yol haritası sunuyor. Oluşturulan bu yaklaşım, ev ve iş yaşamını iyileştirmek için giderek daha gelişmiş cihazların kullanılmasına yardımcı olacağı söyleniyor.

Bunu, LG'nin yeni nesil R9 robot süpürgesi gibi, görevlerini gerçekleştirebilmek için ortamdan veri toplayan ve bu verilerle, 4 cihazların kullanımının alışkanlıklarını öğrenmesini sağlayan, böylelikle kişiselleştirme yapabilen ürünler izliyor. İleri dönemde yapay zeka, son kullanıcıların ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak amacıyla, belirli davranış ve eğilimlerin nedenini algılamak için kullanılacak. Gelecekte,

deneysel öğrenme ile hipotezler yaratan ve ürünlerin çalışma şeklini iyileştiren yapay zeka formları görebileceğiz.

ThinQ sıradan görevleri yükünü azaltacak

Nesnelerin İnterneti'ni AI'ya bağlayarak, farklı teknolojilerin, ürünlerin ve hizmetlerin Akıllı Ev'le uyum içerisinde çalıştığını göreceğiz. ThinQ, sıradan görevlerin yükünü azaltarak, kullanıcılara, zevk aldıkları şeyleri yapmak için daha fazla zaman kalmasını sağlayacak.

Kenneth Research'e göre, küresel akıllı ev piyasasının 2016 yılında 55,65 milyar ABD doları değerinde olduğu ve 2025 yılına kadar 174,24 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin ediliyor. Beklenen bu büyümedeki en önemli bir faktör, tüketicilerin farklı akıllı ev platformlarında kullanabileceği ürünler arasındaki standartlaşma olacak.

Tüm bunların gerçekleşmesi, 5G ve Wi-Fi 6'nın yaygınlaşmasıyla olacak. Böylelikle, cihazların birbirleriyle kayıt hızında bağlantı kurmasına, veri ve işleme sürecine daha da güçlü bağlanabilecek ağlar kurulmasına olanak tanınacak. 5G, akıllı ev teknolojisinin daha az güç kullanırken tellerden ve kablolardan arındırılmasını sağlayacağı söyleniyor.

Son teknoloji ürünler ile yaşam kolaylaşıyor

Daha güçlü teknoloji kullanan bu zeka çemberi, LG'nin soyunma odası aynası gibi



akıllı cihazlarında giderek daha fazla yer almaya başladı. Bu ürün, sanal kıyafetleri karıştırmak ve eşleştirmek üzere kullanıcıların vücudunu 3D kamera ile tarıyor.

Mutfak için LG'nin akıllı ev bahçe sistemi LG ThinQ buzdolabına takılabilir ve gerektiğinde tohumlara ısı ve su sağlamak için ortamı otomatik olarak ayarlıyor.

Ev eğlencesi için LG'nin 8K OLED ve NanoCell televizyonları, LG'nin gelişmiş 3. jenerasyon (Alpha) 9 AI işlemcisi sayesinde görüntüleme ve dinleme deneyimlerinde gelişmiş bir olarak sağlıyor. İşlemciler, film, oyun ve spor da dahil olmak üzere farklı bağlantı türleri için bir dizi yeni özellik sunmanın yanı sıra, resim ve ses kalitesini iyileştirmek için derin öğrenme algoritmalarına olanak tanıyacak.

“İhracatın Yıldızları” ödülleri sahiplerini buldu

Türkiye İhracatçılar Meclisi önderliğinde, Dünya Gazetesi ve DHL Express iş birliği ile Akbank ana sponsorluğunda ve Turkcell'in iletişim sponsorluğunda düzenlenen “İhracatın Yıldızları” yarışmasında 22 firma ödül kazandı. İhracatın Yıldızı Büyük Ödülü'nün sahibi Arçelik oldu.



Hizmet İhracatı Şampiyonu kategorisinde THY Teknik ödüle layık görülürken, e-ihracat Şampiyonu Gülsha Kozmetik olarak belirlendi. Turquality Şampiyonu E-MAK Makine, Girişimcilik Şampiyonu ise Bilgin Çiçekçilik seçildi.

En Çevreci Şampiyon kategorisinde kazanan Zorlu Holding Tekstil olurken, Üniversite-Sanayi İşbirliği Şampiyonu olarak Hidromek, Ar-Ge Merkezi İnovasyon Şampiyonu olarak Elkon Beton ödüllendirildi. En Uzun Süreli İhracat Artışı ödülüne ise Tusaş Türk Havacılık ve Uzak layık görüldü.

Tersan Tersanesi, Begüm Yat-Doğulu Turizm, Robo Automation & Engineering ve Taze Kuru Gıda ise Özel Ödül kazanan şirketler oldu.

İhracatın yıldızlarına özel destekler

İhracatın Yıldızları'nda ödül alan firmalar, etkinliği düzenleyen ve sponsorluk desteği veren kuruluşlardan da ayrıca ödüller kazanıyor. Hızlı hava taşımacılığı lideri DHL Express, üretici-ihracatçı şirketler bazında dereceye giren firmalara yurt dışına indirimli gönderi hakkı sunuyor. DünyaGazetesi'nin tüm kazananlara 1 yıllık ücretsiz abonelik hakkı verdiği yarışmada; Akbank tarafından Akbank Wings Business Kart avantajları ile birlikte her kategoride ödüle

İhracatın geliştirilmesini ve ülke ekonomisindeki payının artırılmasını teşvik etmek amacıyla bu yıl 18'inci kez düzenlenen “İhracatın Yıldızları” yarışmasının ödül töreni, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımıyla gerçekleştirildi.

Üretimde dışa bağımlılığı azaltarak Türkiye'de katma değer ve istihdam yaratan gizli kahramanların belirlendiği yarışmaya 513 firma başvuruda bulundu. İlham verici hikayeleriyle dikkat çeken 22 firma 13 farklı kategoride ödüle layık görüldü.

İhracatın Yıldızları yarışmasında “İhracatın Yıldızı Büyük Ödülü”nü Arçelik kazandı. Nominal olarak ihracatını bir önceki yıla göre en fazla artıran firmaların ödüllendirildiği “İhracat Performans” kategorisinde ilk sırayı Tosçelik Profil alırken, onu Ram Dış Ticaret ve Türkiye Petrol Rafinerileri izledi.

Türkiye'den ilk kez ihraç edilen ürünlere imza atan firmaların belirlendiği “Özgün Ürün



Şampiyonu” kategorisinde ilk üç Onko-Koçsel İlaç, Doğsan Tıbbi Malzeme ve Bentaş Bentonit olarak sıralandı. En fazla ülkeye ihracat yaparak ve ihraç ürünlerine çeşitlilik katarak ödül kazanan “Sınır Tanımayan Şampiyonlar” sırasıyla LC Waikiki, Türk Traktör ve Kocaer Haddecilik oldu.

değer bulunan firma, kurum ve kuruluşlara, yurt içi ve yurt dışı seyahatlerinde kullanılmak üzere, birinciye 150.000 mil puan, ikinciye 85.000 mil puan, üçüncüye 45.000 mil puan armağan ediliyor.

Arzum Operasyonlar Direktörü Arif Emre Ünal, The Stevie Awards 2020'de Jüri Başkanı Oldu

Türkiye'nin elektrikli ev aletleri markası Arzum, The Stevie Awards'da jüri başkanlığını üstlendi. Arzum İcra Kurulu Üyesi ve Operasyonlar Direktörü Arif Emre Ünal, 28 Şubat Cuma günü Las Vegas'ta düzenlenen The Stevie Awards for Sales & Customer Service 2020'de jüri başkanı oldu. Caesars Palace'da gerçekleşen galada tüm kategorideki finalistler 150'den fazla profesyonel tarafından puanlandı ve ödülleri kavuştu.

Jüri başkanı olmaktan duyduğu mutluluğu ifade eden Arzum İcra Kurulu Üyesi ve Operasyonlar Direktörü Arif Emre Ünal şu sözleri ekledi; "Dünyanın en prestijli iş ödülleri arasında yer alan The Stevie Awards'da geçtiğimiz yıl Satış Sonrası Hizmetler yapımız ile 'Müşteri Hizmetleri Başarısı' kategorisinde Altın ödülün sahibi olmuştuk. Bu yıl ise jüri başkanlığını üstlendik. Böylesi prestijli bir yarışmada dünyanın birçok farklı ülkesinde yapılan projeleri değerlendirmek ve en iyi örnekleri seçerek ödüllendirmek bizler için gurur verici. Şirket stratejimizin önemli hedeflerinden birisi olan müşteri memnuniyetini ve hizmet seviyemizi en üst seviyeye çekmek için dünyayı yakından takip ederek daha fazla çalışmaya devam ediyoruz."



Mitsubishi Electric Turkey Klima Sistemleri Üretim A.Ş.'ye ihracat ödülü



Mitsubishi Electric Turkey Klima Sistemleri Üretim A.Ş., Ege İhracatçı Birlikleri tarafından düzenlenen İhracatın Yıldızları Ödül Töreni'nde iklimlendirme sektöründeki 841 firma içinden 2019 yılında en fazla ihracat gerçekleştiren firma oldu.

Ev tipi klimaların geliştirilmesi ve üretimi için Manisa'da kurduğu fabrikasında 2017 yılı sonunda üretime başlayan firma, Mitsubishi Electric'in Sanayi 4.0'a yanıtı olan e-F@ctory konsepti ile tasarlanan tesiste yüksek teknolojlili ve çevreye dost ürünler

üretiyor. Türkiye'nin jeopolitik konumu, genç nüfusu ve büyüme potansiyeli ile güçlü bir ülke olduğunun altını çizen Mitsubishi Electric Turkey Klima Sistemleri Üretim A.Ş. Başkanı Katsu Wada, ihracattaki başarılarının yanı sıra iç piyasaya ve istihdama da katkı sağlayarak Türk halkı için yatırım yaptıklarını söyledi.



AZ YER KAPLAR ÇOK İŞ YAPAR

Çıkarılabilir sap ile ocaktan fırına, buzdolabından sofraya dilediğiniz yerde kullanabilirsiniz.



TEK
SAP İLE



PIŞIRIN



FIRINLAYIN



SERVİS EDİN



SOĞUTUN



SAKLAYIN

LG, 2020 Serisi Premium TV'leri satışta...

LG Electronics (LG) aralarında GX Gallery OLED serisi ve Gerçek 8K ZX modelinin yer aldığı 14 yeni OLED modelini de içeren 2020 TV serisinin piyasaya sürüldüğünü duyurdu.



İlk olarak Güney Kore ve ABD'de bu ay itibariyle satışa sunulacak LG 2020 TV modelleri Mayıs ayı itibariyle de Türkiye'de satışta olacak.

LG'nin 2020 model Premium TV'lerinin sofistike tasarımları ve sergilendiği alanlarla mükemmel uyum sağlaması tüketicilerin beğenisini kazanacak özelliklerin başında geliyor. LG, 2020 OLED TV serisinde en derin siyahlar, en gerçekçi renkler ve sonsuz kontrast sunan bağımsız OLED piksel teknolojisini sunmaya devam ediyor. Yeni TV'lerin çarpıcı formları ise, LG'nin rakipsiz OLED teknolojisinin sunduğu görüntü kalitesi kadar nefes kesici.

LG'nin sıra dışı tasarıma olan bağlılığını kanıtlayan üç yeni GX Gallery OLED modeli (55, 65 ve 77 inç) arka aydınlatma gerektirmeyen benzersiz OLED görüntü teknolojisini minimalist bir tarzla birlikte sunuyor. Bu tarzla, televizyonun görüntü kalitesinin ultra ince bir forma entegre edilmesi sağlanıyor. Bu noktada da, yeni seride bulunan 65 inç'lik modelin sadece 20 mm inceliğinde olduğunun altını çizmek gerekiyor. Böylelikle TV, galerilerdeki sanat eserleri gibi duvara asılabilir.

Benzersiz ayrıntı ve netlikte görüntüler üreten LG OLED ZX Gerçek 8K modelleri (88 OLED ZX ve 77 OLED ZX modelleri) 4K'nın dört katı ve Full HD'nin 16 katı ekran çözünürlüğü



sunuyor. Gerçek bir 8K deneyimini garanti eden LG TV'ler, Tüketici Teknoloji Derneği tarafından tanımlanan 8K Ultra HD TV'ler için açıklanan endüstri tanımını fazlasıyla karşılıyor ve CTA 8K Ultra HD logosunu kullanmaya hak kazanan ilk 8K TV modelleri arasında yer alıyor.

LG ayrıca, tüketicilerin favorisi C ve B OLED serisinin yeni üyeleri 77, 65 ve 55 inç CX ve BX modellerini de satışa sunuyor. 4K Ultra HD çözünürlükte LG OLED'in karşılaştırılmaz görüntü kalitesini içeren bu seriye önümüzdeki aylarda ilk kez satışa sunulacak 48 inç boyutundaki CX OLED TV modeli de eklenecek. LG'nin satışa sunduğu Premium TV serisinde ayrıca CTA 8K UHD logosunu taşıyan yedi adet Gerçek 8K NanoCell TV modeli (Nano99, Nano97, Nano95) de bulunuyor.



LG 2020 OLED ve 8K NanoCell TV'lerin çoğunda yeni 3. nesil (Alpha 9) AI İşlemci bulunuyor. Şirketin üçüncü nesil işlemcisi, yeni TV'lerde görüntü ve ses kalitesini daha da artırmak için ek işlem gücü ve gelişmiş derin öğrenme algoritmaları kullanıyor ve bir önceki versiyonun özelliklerini katlayarak devam ettiriyor. 3. Jenerasyon Alpha 9 işlemci, geliştirilen yeni özelliklerle izleyicilerin filmleri, spor karşılaşmaları, oyunları ve diğer içerik türlerini daha gerçekçi bir şekilde izlemelerini sağlıyor.

Goldmaster

MAXFILTER TEKNOLOJİ İLE

HER YER

TERTEMİZ

5 yıl
ücretsiz
garanti
★★★★★



DİNAMİK
Elektrikli Süpürge

Arzum'dan satranç ustası kadınlara destek

Arzum Türkiye Kadınlar Satranç Şampiyonası, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde nefes kesen bir finale sona erdi. IM Ekaterina Atalık, kupayı alarak Türkiye Şampiyonu oldu.

Arzum, Türkiye Satranç Federasyonu (TSF) tarafından gerçekleştirilen Türkiye Kadınlar Satranç Şampiyonası'nın sponsorluğunu üstlendi. 1-8 Mart tarihleri arasında Ankara'da düzenlenen 2020 Arzum Türkiye Kadınlar Satranç Şampiyonası'nda Uluslararası Usta Ekaterina Atalık şampiyon oldu. Kadına değer veren Arzum, bu sponsorluğu 12 yıldır devam ettirerek sürdürülebilir kılıyor. Ülkenin dört bir yanından ve KKTC'den yaklaşık 73 sporcunun katıldığı şampiyonada yarışmayı, Nelli Aleksanyan Çadır ikinci olurken, Safiye Öykü İnce ise üçüncü olarak tamamladı.



Pozitera ve Signify'dan iş birliği

Akıllı aydınlatma sistemlerinin öncü markası Signify, perakendede özel açılımlar sunan, sektöründe birçok ulusal ve uluslararası firmaya hizmet veren Pozitera ile iş birliği yaptı. Dünya genelinde yaklaşık 32 bin çalışanıyla 70'ten fazla ülkede, küresel olarak daha aydınlık yaşamlar sunmayı hedefleyen Signify, Pozitera ile gerçekleştireceği Türkiye genelindeki operasyonlarıyla aydınlatma ürünleri konusunda tüketicilere daha hızlı ulaşmayı hedefliyor.

Pozitera, 2007'den bu yana, alanlarında lider ulusal ve uluslararası birçok markanın, Türkiye genelinde tüketiciye tanıtımı ve ürünlerinin özelliklerinin doğru bilgilendirilmesi üzerine hizmetler sunuyor. "Perakende Digital" sistemiyle günlük takiplerini sahadan canlı yayınla anında müşterilerine ulaştırıyor. 100'ü aşkın saha yöneticisi, 1000

eğitilmiş mağaza çalışanı ve merkez yönetiminin gücüyle Pozitera, ürünlerinin tüketici tarafından Türkiye genelinde çok doğru bilinmesini, algılanmasını ve tanınmasını sağlıyor.

Signify Türkiye Pazarlama Müdürü Aylin Alpay iş birliğine dair yaptığı açıklamada: "Sektörünün lideri olan Pozitera ile de Türkiye'deki operasyonel süreçlerimizi, alanında uzman ekiplerle geliştirmeyi ve müşterilerimize daha kolay ulaşmayı planlıyoruz." dedi. Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Birol Şengel ise "Dünyamızı aydınlatan Signify'a Türkiye genelinde perakende geliştirme hizmeti vermekten gurur duyuyoruz." açıklamasında bulundu.





Hoover Vanity ankastre fırının kapasitesi ve üstün teknolojisi, eşsiz pişirme deneyimi sunar.



• 80 lt geniş iç hacim • 5 rafta aynı anda yemek pişirme • Wi-Fi ile kontrol • Et pişirme sensörü • A enerji verimlilik sınıfı

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

SAMSUNG

Kristal netliğinde görüntü ile
izledikleriniz hafızanızda daha uzun kalsın



Evde teknolojinin keyfini
Samsung beyaz eşyalarla çıkarın



GÜRSES
KURUMSAL

 /gurseskurumsal

 /gurseskurumsal

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

Altus
derin dondurucular
her mevsim tazelikten,
sağlıktan, lezzetten
iyi anlar



GÜRSES
KURUMSAL

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



/ gurseskurumsal



/ gurseskurumsal



444 0 888

altus.com.tr



Samsung Electronics Türkiye'nin Kurumsal İletişim ve Pazarlama İletişimi Liderliği'ne Sibel Hür atandı

2014 yılından bu yana Samsung Electronics Türkiye'de Kurumsal İletişim Departmanı'ndan yöneticilik yapan Sibel Hür, mart ayı itibarıyla Samsung Electronics Türkiye'de yeni Kurumsal İletişim ve Pazarlama İletişimi Lideri olarak atandı.

2006 yılında Bilgi Üniversitesi Karşılaştırmalı Edebiyat Bölümü'nden mezun olan Sibel Hür, MBA programını Bilgi Üniversitesi'nde tamamladı. Kurumsal iletişim alanında yaklaşık 15 yıllık tecrübe sahibi olan Hür, önde gelen birçok şirketin kurumsal departmanında önemli görevler üstlendi. Profesyonel iş hayatına 2005 yılında Siemens'te başlayan Hür, 2011 ve 2014 yılları arasında Yıldız Holding'de iletişim departmanında yöneticilik yaptı. 2013 yılında Yıldız Holding'de Kurumsal İletişim Müdürü olarak göreve getirilen Hür, 2014 yılında Samsung Electronics Türkiye'ye iç iletişim müdürü olarak katıldı. 2016 yılından bu yana Samsung Electronics Türkiye'de kurumsal iletişim müdürü olarak görev yapan Hür, 2020 yılının Mart ayından itibaren artık kurumsal iletişim ve pazarlama iletişimi lideri olarak görevine devam edecek.



Simfer, Sikayetvar.com'un Müşteri Memnuniyeti Karnesi'nde birinci oldu

Simfer, Sikayetvar.com'un 2019 yılı karnesinde Beyaz Eşya, Ankastre Ürünler Kategorisi'nde müşteri memnuniyeti oranı ile birinci oldu. Simfer, Sikayetvar.com karnesinde 3 yıl üst üste Yüksek Memnuniyet ve Teşekkür Oranı ile başarı gösterdi. Tüm zamanların da birincilik ödülünü almaya hak kazanan şirket, Beyaz Eşya, Ankastre Ürünler Kategorisi'ndeki başarısı ile dikkat çekti.



Dünyanın en kabarık ekmeğini yapabilir misiniz?

Belki dünyanın en kabarık ekmeğini yapamayabilirsiniz ama 80 litre iç hacme sahip **Aile Boyu Simfer XXL** ankastre fırın ile tüm ailenin beğeneceği lezzetli sofralar hazırlayabilirsiniz.



Aile boyu

XXL 80 lt
Fırın Hacmi

simfer



Philips TV & Sound, 7 farklı ürünle 7 Red Dot Ödülü aldı

TP Vision, Avrupalı tasarımı, üstün el işçiliği ve malzeme kalitesi sayesinde 7 farklı ürünüyle 7 Red Dot Ödülü almaya hak kazandı.

Bu yıl, dünya çapındaki markaların tasarım inovasyonunu ölçen uluslararası kusursuzluk sertifikası Red Dot ödülü için 50 farklı kategoriden, 5.500'den fazla ürün yarıştı. Tasarımlar, 40 profesyonel jüri üyesi tarafından 'inovasyon derecesi, fonksiyonellik, form kalitesi, ekolojik uyumluluk ve dayanıklılık' başlıkları altında oylandı.

Philips OLED855 TV

Görüntü ve ses kalitesi standardını belirleyen en yeni OLED855 TV, eşsiz, cesur ve minimal stand mimarisıyla üstün görüntü kalitesini deneyimletmek amacıyla tasarlandı. OLED855, modern evlere yakışacak ve izleyicisine ayrıcalıklı ve üst düzey kalitede bir izleme deneyimi yaşatmak amacıyla birinci sınıf malzemeler ve kaplamalardan üretildi.

Philips Fidelio X3 & L3 Kulaklıklar

Seçkin(Premium) Fidelio markasının geri dönüşü Fidelio X3 model kablolu kulak üstü kulaklık ve IFA'da piyasaya sürülecek olan Fidelio L3 kablosuz kulak üstü kulaklıklarla oldu. İki ürün de kullanıcılarına en üst düzey ses



Philips Bluetooth Hoparlör Serisi

Dikey veya yatay olarak kullanılabilen, dikdörtgen tasarımlı, dokunmatik hoparlörler

metal bitişli ve elde kolayca taşınabilen özellikte.



deneyimi yaşatmak için tasarlandı. Benzersiz performans ve üst düzey tasarıma sahip X3 ve L3, Fidelio markasının orijinal üst düzey performanslı kulaklıklarının eskiden gelen tasarım mimarisini yeniden yorumlayan iki ürün. Hafif çelik çerçevesi, Kvadrat malzemeleri ve Muirhead derisiyle Philips TV & Sound'ın Avrupa tasarım dilini birebir yansıtıyor.

Philips TAT8505 TWS Aktif Gürültü Önleyici Kulaklık

Önümüzdeki dönemde piyasaya sürülecek olan TAT8505, siyah renkli, kompakt ve ergonomik. Ürünün şarj aleti ve yedek pili de adeta mücevher gibi kullanıcılarına sunuluyor.



Goldmaster “Evde Kal Türkiye” dedi

Yeni nesil teknolojileri küçük ev aletlerine entegre ederek hayatı kolaylaştırmayı misyon edinen GoldMaster, Koronavirüs sebebiyle evde geçirilen günler için farklı çözümler sunuyor.

Dünyayı alarma geçiren ve küresel bir salgına dönüşen Covid-19 yüzünden herkes evde kalıyor. Salgının en riskli olduğu günlerde GoldMaster ise “Evde Kal Türkiye! Biz yanınızdayız.” kampanyasını başlattı. Goldmaster sunduğu farklı ürünlerle evde geçirilen zamanların daha kaliteli olması için çalışıyor.

Mutfakta yardımcınız bir şef kadar iyi...

Artık evinizin şefi olmak izin vaktiniz olduğuna göre işe GoldMaster Elenamax Mutfak Robotu'na güvenerek işe başlayabilirsiniz. Beş fonksiyonu bir arada sunan Elenamax, doğrama, blender, mikser, dilimleme ve rendeleme özellikleri sayesinde sizin, yani şefinin işini bir hayli kolaylaştırıyor. Bin watt'lık yüksek motor gücü sayesinde yüksek performans sağlayan Elenamax, mutfakta dağınıklığı önleyen kompakt tasarımıyla olası karışıklıkların önüne geçiyor. Yeni nesil özellikleri sayesinde sessizce çalışan ürün, bir buçuk litrelik haznesiyle en sevdiğiniz yemekleri bolca hazırlamanızı sağlıyor.

Damlatmayan çaydanlık ile çay içmek lezzetli ve güvenli

Kültürümüzün en önemli parçalarından biri olan çay, evde vakit geçirdiğimiz şu günlerde en özel keyfimize dönüşüyor. Hayatı kolaylaştırma felsefesiyle hareket

eden GoldMaster, çay içme deneyimini özel kılmak amacıyla tasarladığı damlatma yapmayan Akasya Çay Makinesi ile çay severlere konforlu bir kullanım sunuyor. 2 bin 200 watt'lık yüksek performanslı gücü sayesinde çay veya sıcak su ihtiyacınızı çok kısa sürede karşılamaya yardımcı olan ürün, ısıyı ideal sıcaklıkta tutarak zaman ve enerji tasarrufu sağlıyor. Bir litrelik dem, 2 litrelik su ısıtıcı kapasitesi ile tek seferde yüksek miktarda çay demlemenizi veya su ısıtmanızı sağlayan Akasya, gizli rezistansı ve susuz çalışma koruması ile de güvenli bir kullanım sunuyor. Otomatik kapanma emniyet özelliği sayesinde çay keyfini güvenli kılan Akasya Çay Makinesi, 360 derece dönebilen tabanı ve kablosuz kullanım özelliği ile de hem kullanım kolaylığı hem düzenli bir görünüm sağlıyor.

Tüm toz ve kiri tek seferde süpürün

Bugünlerde hijyen her zamankinden çok daha önemli. Eskimiş, performansını düşmüş, süpürgelerinizi yenilemenin de tam zamanı! Tam da bu amaçla GoldMaster, Eva Elektrik Süpürgesi'ni tavsiye ediyor.

800 watt'lık güçle desteklenen gelişmiş motoruyla helezonik hava akımı oluşturan cihaz, yüksek emiş gücü ile derinlemesine temizlik sağlıyor. Üç litrelik toz haznesi ile tek seferde tüm evi temizleme imkanı sunan Eva Elektrik Süpürgesi, ayrıca çift hepa filtre

ile dışarıya çıkan havanın temizlenmesini sağlıyor, geliştirilmiş filtreleri sayesinde ise odadaki kırıntı, döküntü ve tozu hapsederek alerjiyi tetikleyen etkenleri azaltıyor.



Dijital uygulamaları hayata geçirmek firmalar için artık bir zorunluluk

“Küçük ev aletleri pazarı, dünyada gelişen 3 ana akım olan “Dijitalleşme”, “Sağlıklı Yaşam”, “Kolaylık” ekseninde üretilen inovatif ürünlerle büyüyor ve önümüzdeki yıllarda da yine bu ekseninde büyümeye devam edecek.”

Dijitalleşme süreci küçük ev aletleri ve beyaz eşya sektörünü nasıl etkiliyor?

2000’li yıllarla birlikte başlayan dijitalleşme 20 yıl gibi kısa bir sürede hızına yetişmek için fazlaca efor sarf edilmesi gereken bir konu haline aldı. Küçük ev aletleri pazarı, dünyada gelişen 3 ana akım olan “Dijitalleşme”, “Sağlıklı Yaşam”, “Kolaylık” ekseninde üretilen inovatif ürünlerle büyüyor ve önümüzdeki yıllarda da yine bu ekseninde büyümeye devam edecek. Hızlı gelişen teknoloji dünyasında insanların yaşam kalitelerini artıracak inovatif ürünler her zamankinden daha büyük bir ilgi ve merakla beklenir oldu. Tüketici, almak istediği ürünün özelliklerini detaylı olarak incelerken tüm seçeneklere şans veriyor ve bu da küçük ev aletleri sektöründe rekabeti artırıyor. Zaman kavramının çok değerli olduğu günümüzde, işini kolaylaştıracak ve sağlığına iyi gelecek ürünlere yönelen tüketici artık ne almak istediğini net olarak biliyor.

Özellikle sağlıklı yaşam trendinin büyük oranda yaygınlaşması, bu yönde yapılan yatırımlar, artan ürün çeşitliliği ve yeni fikirler pazarı günden güne büyümekte. Fakir Hausgeräte olarak hem tüketiciyi yakından tanımamız hem de Ar-Ge gücümüz sayesinde inovatif ürünlerimizle pazarda önemli bir konuma sahibiz. Dünyanın en yeni trendlerini ürünlerimize yansıtmak adına Ar-Ge departmanımız ile insanların hayatını kolaylaştıracak yeni teknolojiler ve ürünler geliştirmeye yönelik sürekli olarak önemli çalışmalara imza atıyoruz.

Siz marka olarak dijitalleşmeyle ilgili ne tür çalışmalar yapıyorsunuz? Dijitalleşmeyi çalışmalarınızda nasıl kullanıyorsunuz?

Dijitalleşmenin her alana girmesi ve yeni teknolojilerin kullanılmasıyla beraber geleneksel perakendecilerin, günümüz rekabet piyasasında pay kapmak ve sürekli değişen tüketici ihtiyaçlarına hızla cevap vermek adına iş süreçlerini iyileştirmek zorunda kaldığı bir dönemden geçiyoruz.

Dijital teknoloji; iş süreçleri, operasyonlar ve çalışanların çalışma şekline kaynaklanan müşteri deneyimlerine, sunulan ürün ve hizmetlere kadar bir perakende satış kurumuna her açıdan rahatlık, kolaylık, özelleştirme ve otomasyon sağlayan bağlayıcı dokudur.

Teknik dönüşüm açısından bilişim gücü, depodan mağaza katına kadar neredeyse tüm perakende işlevlerini dijitalleştirerek satıcılara zamanın onda birinde müşterileri ve kurum süreçleri hakkında 10 kat daha fazla öngörü sağlamaktadır. İşlemleri optimize etmenin amacı, perakendecilerin yalnızca olaylara tepki vermekten gerçek zamanlı olarak, hatta önceden yanıt vermeye geçiş yapmasını sağlamaktır.

Dijital satış kanallarının, geleneksel bayi satışlarını nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz?

Perakende çok kanallı ve çok yönlü bir sektör. Akıllı perakende dönemini yaşadığımız şu günlerde her bir adımın hesaplanarak atılması

gerekiyor. Müşteriler fiziksel mağazaya gerek duymadan alışveriş yapıyor, artık her tüketici kendine özgü bir marka deneyimi yaşamak istiyor. Böyle bir ortamda perakendeciler ellerindeki büyük veriyi değere dönüştürerek değişime hızlı yanıt verebilmeyi hedeflemelidir. Yeni tüketim alışkanlıklarıyla şekillenen geleceğin şirketleri birbiriyle bağlantılı, çevik ve veriyle şekillenen perakende deneyimleri sunmalıdır.

Perakendeciler, stokta yer alması gereken bir ürünü bulamayan bir mağaza yetkilisi gibi mağaza içi sorunlara daha az tolerans gösteren müşterilere hizmet verirken atılan yanlış adımlar için yüksek bir bedel ödemektedir. Günümüzde online olarak ürün arayan müşteriler, mağazaya ulaştıktan sonra daha fazla amaca yönelik harcama yapan kişilerdir. Ne istediklerini bilirler, bunu hızlı ve sorunsuz olarak almak isterler. Eğer, yardıma ihtiyaçları olursa da bilgili, teknik donanımlı personelin çözüm sunmasını beklerler. Gerçek zamanlı ürün, müşteri, stok ve sipariş ayrıntılarına erişim veren mobil iş gücü cihazları en yeni teknoloji araçlarıyla çalışanlarının müşteri hizmetlerini kalitesini ve hızını artırmaya yardımcı olan dijital uygulamaları hayata geçirmek, firmalar için artık bir zorunluluk.



Erdoğan Kalkan
Fakir Hausgeräte Türkiye
Genel Müdür Yardımcısı

LUXELL®

Mutfağınızdaki dijital konfor

***Yeni Vitroseramik Elektrikli ve Gazlı
Ankastre Ocak Serisi***



V6 22PYF



V6 31PYF



www.luxell.com.tr #luxellturkiye

Koronavirüs perakende sektörünü nasıl etkiledi?

Yüzyılın krizi olarak adlandırılan KOVİD -19 Salgını, tüm Dünyayı etkilediği gibi ülkemizi de etkiledi ve tabi ki sektörümüzü de derinden yaraladı. Son yıllarda perakendecilik sektörünün üzerinde dolaşan kara bulutlar daha kaybolmamışken Korona salgını ile sektördeki sıkıntılar içinden çıkılmaz bir hal almaya başladı.



Türk ekonomisinin temel taşı sayılan sektörlerin başında gelen perakende sektörü, özellikle bazı AVM'lerin kapılarına kilit vurması ile birlikte bir anda can çekişir hale geldi. Beyaz eşya perakendecileri de bu krizden bir hayli etkilendi. Kimsenin mal almak için gelmediği yada gelemediği beyaz eşya mağazaları bu kaos günlerinde, hükümetin çare olarak gösterdiği **"Ekonomik İstikrar Kalkınma Programından"** ilk açıklamalara bakıldığında kendilerine göre pek fazla bir şey bulamadılar.

Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan Koronavirüs dünyayı etkisi altına almaya devam ediyor. Çin gibi dünya ekonomisine büyük bir katkısı bulunan bir ülkede virüsün

ortaya çıkmasından sonra virüsün ekonomiyi nasıl etkileyeceği konusu gündemde yer almaya başladı.

Salgının en fazla etkileneceği yerin hizmet sektörü olduğu vurgulanıyor. Çin ekonomisinde hizmet sektörü büyük oranlardadır. Bu sebeple iş gücünün en yüksek seviyede kullanıldığı hizmet sektörünün çok fazla etkileneceği söyleniyor. Birçok elektrikli cihazın üretildiği yerin Çin olduğu düşünüldüğünde elektronik cihaz üretiminin bu gidişattan etkileneceği vurgulanıyor.

Ekonomide trilyonluk zarar

Çin bugün günümüzde küresel ekonominin

%30'una yon vermektedir. Çin'de başlayan bu virüsün ekonomik etkileri de hızla ortaya çıkmaya başladı. Salgının küresel ekonomiye etkinin 1,1 trilyon dolar olacağı tahmin ediliyor. IMF (International Monetary Fund) ise Çin'in büyüme oranını %5,6'ya düşürdü.

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Standart & Poor's (S&P), korona virüsün Asya-Pasifik piyasalarından yaklaşık 211 milyar dolar silebileceğini bildirdi. S&P'den yapılan açıklamada Avustralya, Hong Kong, Singapur, Japonya, Güney Kore ve Tayland'ın bu yıl ya resesyona ya da resesyona çok düşük bir büyüme göstereceğini bildirdi.

"Covid-19 ne kadar yayılırsa Asya-Pasifik'teki



ekonomiler üzerindeki ekonomik yansımalar da o kadar uzun sürecek.” ifadelerinin geçtiği açıklamada gerçekleşecek ekonomik zararların hane halkı, şirketler, bankalar ve hükümetler tarafından üstlenileceği hatırlatıldı.

KOVID-19 salgını Türkiye’de ilk çıktığı günlerden itibaren alınan her tedbir, sokaktaki insana yönelik olduğu için dolayısı ile sokaktan gücünü alan perakendeciler de önce sağlık dedi ve kendi istekleri ile geçici de olsa tedbir amacı ile mağazalarının kapılarına bir bir kilit vurmaya başladı. Sırası ile önce AVM’ler ardından elektronik marketler ve devamında büyük markalar hem mağaza kapatmaya gitti hem de eleman çıkartmaya yöneldiler. Sınırlı sayıda açık kalan AVM’ler ise kendi istekleri ile açık duran mağazalardan hem kira hem de ortak alan giderleri konusunda mağaza sahipleri ile fikir ayrılığına düştüler. Bu manada Birleşmiş Markalar Derneği (BMD) Başkanı Sinan Öncel, salgın tehdidi ortadan kalkana kadar AVM yönetimlerinin kira ve genel gider almayacaklarını çok net bir şekilde ilan etmelerini, ayrıca bankalardan da çek

borçluları için kredi kolaylığı istediklerini bildirdi. Virüs salgınının boyutları her geçen gün arttıkça hem perakendeciler için hem de diğer sektörler için devletin aldığı önlemler paketi arka arkaya gelmeye devam etti, özellikle maliye bakanlığının vergileri öteleme kararı ve bankaların “kredi geri ödemeleri”

konusunda aldığı doğru kararlar, iş dünyası için bir ilaç olmaya başladı.

Beyaz eşya sektörünün Türkiye ekonomisine sağladığı katkı çok fazla. Doğrudan 60 bin, dolaylı olarak 600 bin kişiye istihdam sağlayan dev bir ekosistemi içindeyiz. Dolayısı ile sistemin tüm kesimlerine gözümüz gibi bakmalı ve ona sahip çıkmalıyız. Bu ekosistemin içinde beyaz eşya bayilerinin önemi çok büyük, tabelalı ve tabelasız bayilerine göz attığımızda Türkiye’de ortalama 15 bine yakın beyaz eşya bayisi olduğunu görüyoruz.

Beyaz eşya bayileri sektör için “iyi ve yararlı bakteri” anlamına gelen **probiyotikler** gibidirler. Yani “Bayiler markasız, markalar da bayisiz yapamazlar”. Tam bu noktada perakendecilere yönelik, markalardan güzel haberler gelmeye başladı. Sektörün önde gelen üretici firmalarından biri, bayilerine nisan ayı borçlarının %50’sini 3 ay faizsiz diğer %50’sini de %1 vade farkıyla ileri bir tarihe erteleyeceği bilgisini verdi. Bu ve buna benzer koruyucu tedbirler sektörün korona virüs salgını ile aldığı darbeye bir süre daha yıkılmadan ayakta kalması için güç verecek. Ancak bu lanet salgın hastalık tehlikesi geçtikten sonra sektör topyekûn olarak, enerji fakiri olan ülkemizin enerji ihtiyacına katkı sağlaması bağlamında devletten, evdeki eski beyaz eşyalarımızı enerji verimliliği +++ olan cihazlar ile değiştirmesi için KDV ve ÖTV indirimini istemelidirler.



Bu zor günleri en az zararla atlatabilmek için “Türkiye Beyaz Eşya Sektörü” olarak elimizden geleni yapmaya hazırız



Tüm dünyanın COVID-19 ile mücadele ettiği şu günlerde biz de Türkiye beyaz eşya sektörünü temsil eden firmalar olarak tüketicilerimizi de mağdur etmeyecek şekilde azami önlemlerimizi almaktayız. TÜRKBEŞD üyeleri uzaktan çalışabilecek personelini evden çalışma düzenine geçirmiş olup, üretimde ise sosyal mesafeyi koruyacak şekilde vardiya düzenlemeleri yaparak fabrika yoğunluklarını azaltmış, tüm yüzeylerde hijyen artırılmış, yemek ve ulaşımda bir dizi düzenlemeye gitmiştir.

Tüketicilerimizin arızalanan ürünlerinin onarımı için yetkili servis çalışanlarımız da sosyal mesafe ve gerekli hijyen kurallarına uyarak hizmetlerini sürdürmektedir. Çalışanlarımızın ve tüketicilerimizin sağlığı her şeyden önce gelmektedir. Tüm bu önlemleri alırken doğrudan 60.000, dolaylı 600.000 kişiye istihdam sağlayan bir sektör olarak iş risklerimizi de en aza indirmeye çalışıyoruz. Sektörümüz yılın ilk iki ayında iyi bir performans sergileyerek bir önceki yıla kıyasla iç satışlarını yüzde 10, ihracatını yüzde 7 oranında artırmıştır. Şubat ayında iç

satışlarımız Şubat 2019 ile karşılaştırıldığında yüzde 12 oranında artmıştır. Bununla birlikte pandeminin etkilerinin ana pazarımız olan Avrupa'da daha erken görülmeye başlanması nedeniyle ihracatta ufak da olsa bir düşüş yaşanmıştır. Önümüzdeki dönemde hem iç talep hem de ihracatta daralma kaçınılmazdır.

Bu zor günleri en az zararla atlatabilmek için Türkiye Beyaz Eşya sektörü olarak elimizden geleni yapmaya hazırız. Geri Kazanım Katılım Payı (GEKAP) beyanname dönemlerinin 2020 yılında 6 aylık olarak uygulanması yönünde yayınlanan yeni düzenleme, sektörümüz açısından son derece kıymetli olup, içinden geçtiğimiz bu zor dönemde beyaz eşya dahil pek çok sektör üzerinde maliyet baskısı oluşturan söz konusu uygulamanın 2020 yılı için kaldırılmasının kritik olacağını değerlendiriyoruz. İlave olarak, iç talepte daralmanın etkilerini giderebilmek için ÖTV'nin sıfırlanması istihdama büyük katkı sağlayan sağlayan bayi ve servislere kira desteği verilmesi, mavi yaka çalışanlar için olası üretim durmasına karşın özel bir teşvik paketi tanımlanmasını içeren önlemlerin çok

önemli olduğunu değerlendirmekteyiz.

Ülkemizde birlik ve dayanışma ruhu ile bu zor günlerin üstesinden gelebileceğimize inanıyoruz.

TÜRKBEŞD Başkanı Can Dinçer



Can Dinçer
TÜRKBEŞD Başkanı

Mağaza ve depomuzu dezenfekte ettirdik

Halil Dönmez

Dönmezsoy DTM İstanbul Gaziosmanpaşa Arçelik Bayi

Arçelik Mağaza ve mobilya kısmının bulunduğu bölümün tamamını, depolarla birlikte dezenfekte yaptırarak. Çalışanlarımızın tümünün maskeleri ve eldivenleri var yine çalışanlarımızdan yaş grubu riskli olanlarını izne çıkarttık. Personelin tamamının 2 gün çalış 2 gün dinlen şeklinde dönüşümlü olarak mesai yapmasını sağladık. Sabah temizlikleri anti bakteriyel deterjan ve çamaşır suları ile tertipli şekilde yapılıyor, günün her saati hizmetli çalışanımız sirkeli ve deterjan içeren su ile ürünleri ve masaları temiz tutuyor. Mağazamızda çalışma günü içinde TV'ler de virüslü haber içeren yayınları açmayı yasakladık

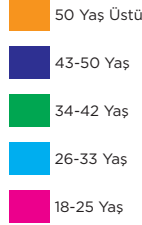
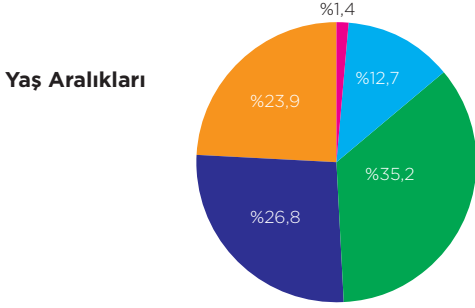
ancak D-Smart TV yayınları sürekli açık tutuluyor. Sağlık çalışanlarına moral motivasyonunu diri tutmak ve çalışanlara statü kazandırmak amacıyla kar gözetmeksizin cam yazısıyla ciddi indirim sağlayan pankart astık. Müşterilerimiz için mağazanın belli yerlerine kolonya ve dezenfektanlar konuldu. Çay bardakları ve yemek tabaklarını kullan-arak olarak değiştirdik. Tüketicilere bağışıklık artırıcı karabiber, ada çayı, zencefil, zerdeçal, limon, tarçın ve bal ile tatlandırarak bitkisel çay ikramına başladık. Her gün 2 saat ara ile işyerimizin kapıları açılarak havalandırılıyor.



Koronavirüs beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünü nasıl etkiledi?

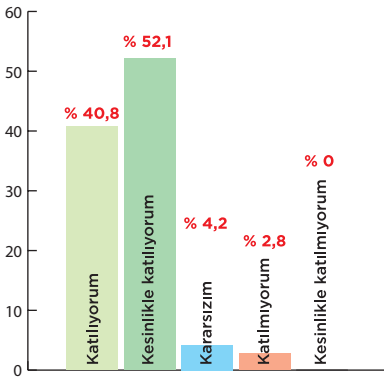
Dağıtım Kanalı Dergisi Online Anket Sonuçları

Ankete toplamda 71 kişi katılım göstermiştir. Katılımcıları yüzde 98,6'sını 70 kişilik katılımla erkekler oluşturmaktadır. Geriye kalan yüzde 1,4'lik dilim ise 1 kadın katılımcıyı ifade etmektedir.

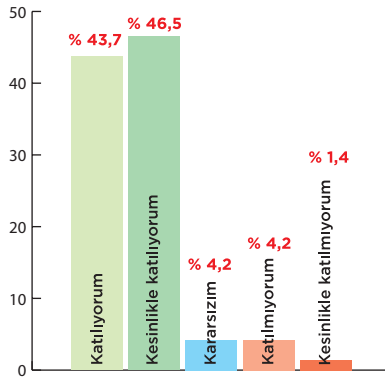


Sorular

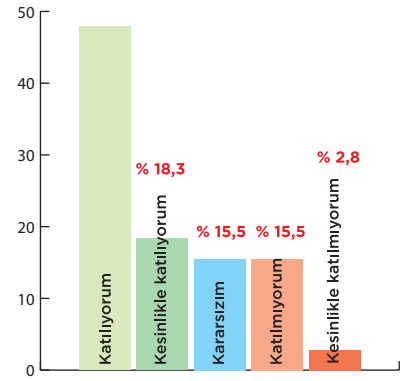
1. Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel bir salgın ilan edilen COVID-19 (Koronavirüs) sektörü olumsuz yönde etkiledi.



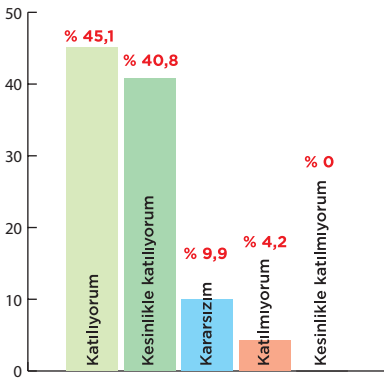
2. Koronavirüs nedeniyle mağaza satışları düşüş yaşadı.



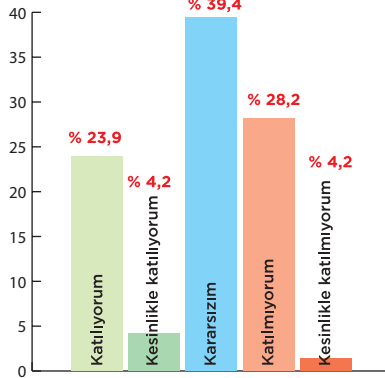
3. Koronavirüs nedeniyle e-ticaret büyük bir ivme yakaladı ve geleneksel satış yöntemlerinin önüne geçti.



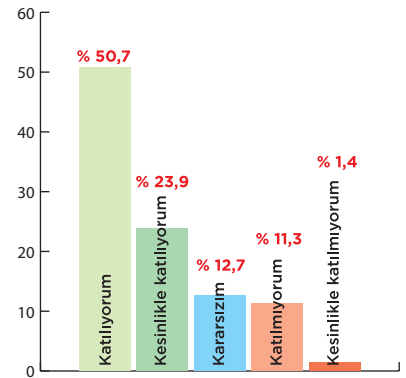
4. Yaşanan virüs nedeniyle üretimde aksamalar yaşıyor, ithalat ve ihracatta düşüşler yaşanacak.



5. Sektördeki bu olağanüstü sürecin kısa süre sonra normale döneceğini düşünüyorum.



6. Bayi olarak müşterilerimizin ve personelimizin sağlığını korumak için gerekli tüm önlemleri alıyoruz.





DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

Yaşadıklarımızdan öğrendiğimiz şeyler var



Şu son yaşadığımız olayları düşündüğümüzde aslında tek iyi şey bize neler öğrettiği olacaktır herhalde. 2020'ye girdiğimiz ilk günlerden itibaren depremler, çığ felaketi, kayıp verdiğimiz şehitlerimiz, havalimanındaki facia ve İstanbul depreminin 20 yıl sonra tekrar kendini hatırlatması-hoş hiç unutmamalıydık. Son olarak koronavirüs salgınına yaşadığımız şu son günlerde tüm dünyanın gündemi de dengesi de bir anda değişiverdi.

Bilimsel açıklamalara göre 21 gün boyunca uyguladığınız bir davranış alışkanlığı dönüşebiliyor. Ama gördük ki insanın öncelikleri değişince alışkanlıkları da, davranışları da, bakış açısı da bir anda değişebiliyormuş. Düne kadar tamah etmediğimiz konular şimdilerde topyekûn değişiverdi. Elbet insan evladı bu olaylarla da başa çıkabilecek ve bu günler umarım ki bir an önce geçecektir. Önemli olan ise bundan sonrası. Bundan sonra, herkesin elinde var olanın daha fazla değerini bilmesi ve hayat mücadelesinin içine hayat sevincini de hayata dair tutkusunu da artırmak için kendini yenilemesi, daha doğrusu önce silkelenmesi gerekir. Bu yaşadığımız olaylar bize biraz da sunuları öğretmedi mi?

- Sağlığın her şeyin başı olduğunu,
- Şükretmemiz gereken ne kadar çok şey olduğunu,
- Bilimin ne kadar önemli olduğunu,

- Gençliğin ne büyük bir ayrıcalık olduğunu,
- Bilginin önemini,
- Dünyanın fani olduğunu,
- İnsan evladının ne kadar çaresiz olabileceğini,
- Ailemizin ve sevdiklerimizin kıymetini,
- Teknolojinin ne büyük nimet olduğunu,
- Kolektif bilincin öneminin bireysel bilinçten üstün olduğunu öğrenmiş olmadık mı?

Doyumsuzluk ve tatminsizlik gibi nedeni çoğu zaman sağlam bir temele dayanmayan duygu durumlarından şimdilerde bambaşka mücadelelerin içinde buluverdik kendimizi. Öncelik olarak gördüğümüz şeylerin değişmesi ile algımız da bir anda değişti. Bu olaylar olana kadar birçoğumuz tükenmişlik sendromuydu, pazartesi sendromuydu bir sürü saçma sapan konuyu dert edinirken biraz fazla şımarmamış mıydık?

Doğada birçok gizli mesaj vardır aslında. Yorumlamayı doğru yapabilirsek doğanın bize fısıldadığını duyabiliriz. Buna dair bir örnek paylaşmak isterim sizlerle. Istakozlar denizlerde ve okyanuslarda yaşayan en enteresan deniz canlılarından biridir. Çok uzun süre yaşayabilirler ve yaşadıkları sürece büyümeye devam edip devasa boyutlara ulaşabilirler. Sizce istakozların genç ve diri kalmasının sırrı ne olabilir?

Istakozlar özünde yumuşak ve pelte kıvamında bir vücuda sahiptirler. Bu halleri ile kırılması

son derece zor olan ve hiç genişlemeyen kabuklarının içinde yaşarlar. Bu sert kabuğun içinde nasıl büyürler sorusunun cevabını bulmak için istakozun gizemli dünyasını aralamak gerekiyor.

Istakoz büyümeye devam ettiği zaman içinde yaşadığı kabuğu dar gelmeye ve istakozu sıkırmaya başlar. Bu aşamada kendini yoğun baskı ve stres altında hisseden istakoz bir kaya dibine çekilerek kabuğunu kırmak için amansız bir mücadele verir. Uzun çabalar sonrası kabuğunu kırar ve bir süre sonra yeni büyük kabuğu oluşur. Doğal olarak büyümeye ve gelişmeye devam eden istakozun yeni kabuğu da bir süre sonra dar gelmeye ve istakozu tekrar strese sokmaya başlar. Istakoz yine bir kaya dibi bularak zor da olsa kabuğunu kırarak içinden çıkar ve yeni bir kabuk daha oluşur. Istakoz hayatta kaldığı süre boyunca bu durum tekrar tekrar yaşanır. Istakozun yenilenmesi, gelişimi kendini rahatsız ve stres altında hissetmesiyle başlar. Ve değişim bu noktalarda devam eder. Istakozun gelişmesi için gereken tek uyarıcı kabuğun daralması ile gelen rahatsızlık hissidir. Istakozun yaşam serüvenindeki kıssadan hisse; sıkıntı ve stres anları gelişime yönelik bir uyarandır.

Bu yaşananlara rağmen pembe bir tablo çizme ya da kişisel gelişimcilerin de önerdiği gibi her şeye pozitif tarafından bakalım deme gibi bir görüşü savunmuyorum. Demek istediğim şu ki; stresli durumlar bazen gelişimin veya yeni oluşumun uyarıcısı olabilir. İnsan evladı da umarım tüm bu yaşananlardan sonra öncelikle önem vermesi gereken konuları daha doğru sıralayabilir ve yaşam dengesini daha akılcı parametreler üzerine kurgular. Ve tüm bu yaşananlardan sonra dünya aslında bir anda her şeyimizin tehdit altında olduğu gerçeğinden uzaklaşmadan daha barışçıl, daha uzlaşmacı ve daha bilinçli olarak yaşamdan tat alabilmenin yollarını bulabilmeli.

Tıpkı Ataol Behramoğlu'nun 80 yıl öncesinden söylediği gibi;

"Yaşadıklarımızdan öğrendiğim bir şey var. Çünkü ömür dediğimiz şey, hayata sunulmuş bir armağandır. Ve hayat, sunulmuş bir armağandır insana"

IFA 2020: Türkiye, IFA Global piyasalarında önemli bir oyuncu olarak öne çıkıyor

Türkiye, binlerce elektronik üretim tesisi ve düzinelerce büyük Ar-Ge merkezi ile IFA Global Market'te ve IFA'da kilit bir oyuncu olarak ortaya çıkıyor.



Önde gelen Türk firmalarının geçmiş yıllarda IFA'daki kilit notlarını takiben, bu yıl ilk kez bir dizi Türk üreticinin toplam 180 metrekarelik bir alanda IFA Global Pazarları'na katılması önemli bir adım olarak ifade ediliyor.

STATION-Berlin'deki IFA Global Markets, OEM'ler (Orijinal Ekipman Üreticisi), ODM'ler (Orijinal Tasarım Üreticisi), tedarikçiler, bileşen üreticileri ve dünyanın her yerinden keşfedilmemiş markalar için IFA'nın merkezi uluslararası tedarik platformu. 2020'de IFA Global Markets beşinci yılını kutlayacak.

B2B pazarı Avrupa'daki tüketici ve ev elektroniği ve dijital ürünler için en önemli kaynak platformu haline geldi. İmalat, üretim, ithalat, dağıtım, satın alma ve ticaret sektörlerinden gelen ticari ziyaretçiler, dünyanın dört bir yanından gelen etkinlik için Berlin'e gidiyor.

2016-2019 yılları arasında IFA Global Markets'deki katılımcı ve kiralanılan alan sayısı iki kattan fazla arttı. Geçen yıl 780 katılımcı katılım gösterdi.

Türkiye - elektrikte yükselen bir yıldız

Türkiye, Avrupa ve MENA'yı birbirine bağlayan bir merkez olarak jeostratejik bir konumdan faydalaniyor. Tüketici elektroniği ve cihazları, ülkenin elektronik üretim endüstrisindeki açık ara en önemli alt sektörü oluşturmaktadır.



Bu yılki IFA Global Pazarları'na katılan Türk şirketleri şunlar;

- Eminçelik Elektrikli Cihazlar AS,
- Namsan Metal Trade Industry Co
- Sarıkaya Home Appliance Ltd.
- ADF Built-in Appliances
- Elleti

Beko, Bursa'da yeni mağaza açtı

Mağaza açılışlarına tüm hızı ile devam eden Beko, yeni mağazasını Şekerciler A.Ş. olarak Bursa Nilüfer'de hizmete sundu.



8 Mart 2020 tarihinde açılışı yapılan mağazanın kurdele kesme törenine Beko Türkiye Satış Direktörü Arel Atakol'un yanı sıra Bursa İl Müftüsü, Bursa İç Mimarlar Odası yetkilileri, Bursa Büyükşehir Belediyesi Başkan Vekili, Bursa Müsiad Başkanı ve Beyper yetkilileri katıldı.

Şekerciler A.Ş. adına dergimize konuşan ve aynı zamanda Beyper üyesi Ümit Şekerci, açılışla ilgili olarak kısaca şunları söyledi. "Şekerciler A.Ş.1987 yılında Salih Şekerci ve Songül Şekerci tarafından kuruldu. Beyaz eşya ve mobilya sektöründe faaliyet gösteren ve ortalama 68 bin müşteri portföyüne sahip, yerelde ismini güzel işlerde andıran bir firmayız. Ümit Şekerci olarak firmaya 17 yıl önce katıldım. İlk defa Koç Grubu ile çalışıyoruz. Beko yetkilileri mağazamızı gerçekten beğendi. En önemlisi Bursa'da metrekaresiz olarak en büyük Beko mağazası olduk. Aslında beyaz eşya sektörünü bırakma niyetimiz vardı, Beko yöneticilerinden



Levent İncecik ile görüştük. Koç Grubu ile ilk defa çalışıyoruz, Levent Bey bizi markaya ısındırdı. Mağazanın proje çizimini yapan mimarlarından ürün eğitimi veren eğitmenlere, mağaza teşhir düzeni yapan arkadaşlara kadar altını çizerek söylemek istiyorum gerçekten bizlere tam bir iş ortağı gibi davrandılar. Koç Grubu'nun işe bakış açısı ve vizyonu bu şekilde. Bizi tekrar sektöre ısındırdıkları için kendilerine teşekkür ederim."



AVM Perakende Ciro Endeksi, Ocak ayında yüzde 27,3 arttı

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği ile Akademetre Research tarafından ortaklaşa oluşturulan AVM Perakende Ciro Endeksi'nin ocak ayı sonuçları açıklandı.

Her ay düzenli olarak yayınlanan verilere göre ciro endeksi Ocak 2020 döneminde bir önceki yılın aynı ayı ile karşılaştırıldığında ve enflasyondan arındırılmadan incelendiğinde yüzde 27,3 oranında artış kaydederek 340 puana ulaştı.

AVM'lerde kiralanabilir alan metrekare başına düşen cirolar Ocak 2020'de İstanbul'da 1.617 TL, Anadolu'da 1.083 TL olarak gerçekleşirken Türkiye geneli metrekare verimliliği ise Ocak 2020'de 1.297 TL oldu.

Metrekare verimliliğinde en yüksek artış teknoloji kategorisinde...

Teknoloji kategorisi metrekare verimliliği geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre enflasyondan arındırılmadan yüzde 44,4'lük artış kaydetti.

Geçtiğimiz yılın Ocak ayı ile karşılaştırıldığında AVM'lerdeki ayakkabı kategorisi metrekare verimliliği yüzde 28,9, hipermarket kategorisi metrekare verimliliği yüzde 26,6, giyim kategorisi metrekare verimliliği yüzde 26,2, diğer alanlar kategorisi metrekare verimliliği yüzde 23,0 ve yiyecek-içecek kategorisi metrekare verimliliği ise yüzde 16,1 artış göstermiştir.

Ziyaret sayısı endeksi

Ocak 2020 verileri bir önceki yılın aynı ayı ile karşılaştırıldığında ziyaret sayısı endeksinde yüzde 1,9'luk bir azalış olduğu gözlemlendi.

Ocak ayı endeksi ile ilgili olarak AYD tarafından yapılan açıklamada şu bilgiler yer aldı: "Geçtiğimiz yılın son aylarında başlayan toparlanma sürecinin güzel rakamlarla devam ettiğini görüyoruz. Endeks, ocak ayında yüzde 27,3 oranında artış gösterdi. Bu oran ocak ayı enflasyon oranının 15 puan üzerinde. Yine ocak ayında tüm kategoriler enflasyon oranının üzerinde artış göstermiştir. Kategoriler bazında teknoloji kategorisinin yüzde 44,4 artış ile öne çıkmasında sömestr tatili ve karne hediyelerinin etkili olduğunu düşünüyoruz. Ziyaretçi sayısında küçük oranda düşüş olsa da verimlilik ve karlılığımızın yüksek olması sevindirici."



Kadınların yüzde 88'i her gün AVM'ye gidiyor

Tüketicilerin alışveriş merkezlerine ilgi ve yaklaşımlarını mercek altına alan uluslararası araştırma şirketi 4Service'in anketinden çarpıcı sonuçlar çıktı.



25 – 50 yaş arası 315'i kadın 552 tüketici ile yapılan ankete göre, kadınların yüzde 88,2'si "hemen hemen her gün", erkeklerin yüzde 57,5'i "haftada bir" kez AVM ziyareti yapıyor. AVM'lere yüzde 29,7 ile en çok "sinema" için gidiliyor. AVM'lerden alışveriş yapmayı cazip kılan en önemli ilk üç unsur yüzde 30,8 ile kampanyalar-çekilişler, yüzde 19,1 ile ürün çeşitliliği, yüzde 15,4 ile hizmet kalitesi. Tüketicilerin yüzde 78,2'si "AVM'lerin olumsuz yanları da var" diyor ve bunun başında yüzde 31,5 ile "şehri betonlaştırması"nı sayıyor.

En çok sinema için AVM'ye gidiliyor

Uluslararası araştırma şirketi 4Service'in Türkiye çapında 25 – 50 yaş arası 315'i kadın 552 tüketici ile gerçekleştirdiği ankete göre, AVM'lere yüzde 29,7 ile en çok "sinema" için gidiliyor. Bunu yüzde 27,9 ile yeme-içme, yüzde 18,8 ile spor, yüzde 13,2 ile mağaza alışverişi ve yüzde 10,3 ile market alışverişi izliyor. "Otoparkı ücretli olan bir AVM'ye gider misiniz?" sorusuna "belki gidebilirim" diyenler yüzde 62,6 ile başı çekerken, kesinlikle gitmeyeceğini söyleyenler ise yüzde 26,4.

Eve – işe yakın AVM tercih ediliyor

"Sürekli gittiğim bir AVM var, çoğunlukla buradan alışveriş yapıyorum." diyenler yüzde 61,7'lik bir kesimken, "Sürekli gittiğim bir AVM yok, değişik AVM'lerden alışveriş yapıyorum." diyenler yüzde 38,2 oranında. Sürekli aynı AVM'ye gidenlere "Sizi sürekli aynı AVM'ye gitmeye teşvik eden ana unsur nedir?" diye sorulduğunda ise, katılımcıların yüzde 42,5'i "evine ya da işine yakın olması"nı gerekçe gösteriyor. Bunu yüzde 21,7 ile sunulan "atmosfer", yüzde 17,7 ile "arananların kolay bulunabilmesi" takip ediyor.

Kadınlar çoğunlukla her gün AVM'de

Tüketicilerin AVM'leri ziyaret sıklığı yapılan ankette şöyle tespit ediliyor: Kadınların yüzde 88,2'si hemen hemen her gün, erkeklerin yüzde 57,5'i haftada bir kez AVM'ye gidiyor. Buna karşın "Aşağıdakilerden hangisinden alışveriş yapmak sizin için daha cazip?" sorusuna verilen yanıtlarda yüzde 36 ile "çarşı" başı çekerken, yüzde 24,6 ile "AVM" ikinci sırada geliyor. "Pazar" yüzde 18,6,



"İnternet" yüzde 14,3, "market" yüzde 6,5 oranında tercih ediliyor. AVM'yi ilk tercihi olarak belirtenlere sorulan "AVM'lerden alışveriş yapmayı cazip kılan en önemli ilk üç unsur hangileri?" sorusuna verilen yanıtlarda ise; yüzde 30,8 ile kampanyalar-çekilişler, yüzde 19,1 ile ürün çeşitliliği, yüzde 15,4 ile hizmet kalitesi öne çıkıyor.

Türkiye’de perakendeciler Koronavirüs için ne yapmalı?

Yeni nesil araştırma ve perakende teknolojileri kurumu REM People’a göre Türkiye’de perakendecilere önemli görevler düşüyor. Perakendeciler müşterileri sağlıklı tutarken tedarik zincirini de sağlam hale getirebilirler.



Çin’in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve dünyaya yayılan Covid-19 (Koronavirüs) nedeniyle hayatını kaybedenlerin sayısı artarken ülke ekonomileri de sallanıyor. 2020 yılında dünyada ekonomik büyümenin salgın nedeniyle yüzde 1.5’e düşmesi bekleniyor. Artan seyahat yasakları da perakende sektöründe büyümenin çok daha fazla etkileneceğini gösteriyor.

Yeni nesil araştırma ve perakende teknolojileri şirketi REM People’a göre bu salgında perakendecilere önemli görevler düşüyor. REM People Kurucu Ortağı ve CEO’su Bülent Peker, perakendecilerin dünya ve Türkiye’de iki önemli görevinin ‘müşterileri ve tedarik zincirini sağlıklı tutmak’ olduğunu söylüyor. REM People’a göre perakendede yapılması gerekenler şöyle:

Çalışanlar için sağlık eğitimi:

Çalışanlar hastalık konusunda bilinçlendirilmeli. Hasta çalışanlar iyileşene kadavrelerinde kalmaya teşvik edilmeli. Çünkü Coronavirus’ta belirtiler 14 gün sonra ortaya çıkıyor.

El dezenfektanı kullanılmalı:

El dezenfektanı dağıtıcıları her mağazada kullanılabilir hale getirilmeli. Bu basit jest, bir halk sağlığı ürünüdür ve sadece perakende mağazasını gezerken müşterilerin rahat etmesine yardımcı olabilir.

Bilgilendirme tabelaları asılmalı:

Dünya Sağlık Örgütü veya Sağlık Bakanlığı gibi kuruluşlardan gelen ücretsiz malzemelerden yararlanarak bilgilendirme tabelaları asılmalı.

Tedarik zinciri çeşitlendirilmeli:

Çin merkezli tedarik zincirlerinin sonuçları, dünyanın her yerindeki işletmeler tarafından hissediliyor ve stok sorunları yaşanıyor. Perakendeciler tedarikçilerini çeşitlendirerek riski azaltarak stoklarını ve dolayısıyla satışlarını dengeleyebilir.

Online satışa yönlendirilmeli:

Virüsün yayıldığı durumlarda mağazalar tüketicilerin bir kısmını online satışa yönlendirebilir. Sanal mağazaya özel

kampanyalarla tüketicilerin sorun yaşamadan alışveriş yapması sağlanır.

Mağaza içi dezenfeksiyon yapılmalı:

Mağaza içerisinde belirli aralıklarla insanların temas ettiği noktalarda dezenfeksiyon çalışmaları yapılmalı. Havalandırma sistemlerinin de çalışıyor durumda olması ve düzenli bakımlarının yapılması önemli.



AVM'lerde Koronavirüs önlemleri

Çin'de ortaya çıkan ve tüm dünyaya yayılan son olarak Türkiye'de de görülen Koronavirüse karşı önlemler sıkılaştırılıyor.



Türkiye'de koronavirüs vakasının görülmesinin ardından halkın yoğun olarak bulunduğu yerlerde sıkı önlemler alınmaya başlandı. AVM'lerde de önlemler en üst seviyeye çıkarıldı. Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği Başkanı Prof. Dr. Hüseyin Altaş, AVM'lerde Koronavirüs önlemlerinin ciddi şekilde artırıldığını, AVM yatırımcıları olarak toplum sağlığını çok önemsediklerini söyledi.

“Hiçbir şey insan sağlığından önemli değil”

Altaş, “Biz AVM yatırımcıları olarak hiçbir şeyi insan sağlığından daha önemli görmüyoruz. Dünyanın ve ülkemizin içinde bulunduğu süreçte ülkemiz için elimizden ne gelirse yapmaya, devletin ilgili birimleri ile uyum içinde çalışmaya hazırız. Dezenfekte işlemlerimizi arttırdık. İnsanların dokunduğu ne kadar yer varsa özel olarak müdahale ediyoruz. Merdivenlerden tuvaletlere kadar her yer didik didik özel dezenfeksiyon ürünleri ile detaylı bir şekilde temizleniyor. AVM çalışanları ile ziyaretçilerini de koronavirüs ve önlemlerle ilgili bilgilendirmeye özen gösteriyoruz.” dedi.

“Süreci panik yapmadan toplumsal dayanışma ile sürdüreceğiz”

Gerekli önlemlerin alınmasının yanı sıra, toplumun tüm kesimlerini sakin ama tedbirli olmaya davet eden Altaş, “Biz de üzerimize düşeni yapıyor, tüm tedbirlerimizi alıyoruz” dedi. Tedbirin elden bırakılmaması gerektiğinin altını çizen Altaş, AVM'lerin birçok farklı mağazası ile toplumun ihtiyaçları için hazır olduğunu dile getirdi. Altaş, “AVM'ler sadece vakit geçirip sosyalleştirmiş, birtakım ihtiyaçlarımızı karşıladığımız mekanlar değil, aynı zamanda toplumsal



Prof. Dr. Hüseyin Altaş
Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği Başkanı

ihtiyaçlarımızı karşılamak adına da büyük sorumlulukları olan mekanlar. Biz bu sorumluluğumuzun farkındayız. Her zaman olduğu gibi, bu süreçte de sorumluluk alıyoruz. Devletimiz ve toplumumuzla uyum ve iş birliği içinde sürece katkı sunmak istiyoruz. AVM'lerde eczanelerimiz, marketlerimiz, mağazalarımız toplumun bu süreçteki tüm ihtiyaçları için hizmet vermeye devam edecek. Panik yapmadan toplumsal dayanışma ile süreci götüreceğiz.” dedi.

TÜRKBESD Beyaz Dünya Şubat 2020

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	1.905.106	1.903.792
Yüzde değişim	%0	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	3.530.803	3.478.630
Yüzde değişim	%1	
İÇ SATIŞ		
	Şubat 2020	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	504.362	447.653
Yüzde değişim	%13	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	882.133	812.329
Yüzde değişim	%9	
İHRACAT		
	Şubat 2020	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	1.361.591	1.455.838
Yüzde değişim	-%6	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	2.777.321	2.679.619
Yüzde değişim	%4	
İTHALAT		
	Şubat 2020	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	17.059	16.837
Yüzde değişim	%1	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	24.200	21.132
Yüzde değişim	%15	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	2.265.324	2.145.959
Yüzde değişim	%6	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	4.229.372	3.979.873
Yüzde değişim	%6	
İÇ SATIŞ		
	Şubat 2020	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	558.666	498.090
Yüzde değişim	%12	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	975.746	890.954
Yüzde değişim	%10	
İHRACAT		
	Şubat 2020	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	1.629.770	1.671.757
Yüzde değişim	-%3	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	3.334.756	3.115.239
Yüzde değişim	%7	
İTHALAT		
	Şubat 2020	
	Şubat 2020	Şubat 2019
Adet / Yıl	39.005	39.469
Yüzde değişim	-%1	
	Ocak-Şubat 2020	
	Ocak-Şubat 2020	Ocak-Şubat 2019
Adet / Yıl	62.372	52.740
Yüzde değişim	%18	

Arzum'dan saçlara bahar ışıltısı

Arzum, evde saçlarınıza profesyonel bir bakım sağlıyor. Şık ve fonksiyonel tasarımlarıyla saçlarınızın her anına güzellik katmayı hedefleyen Arzum, en yeni ürünleri olan Volume Pro Hava Üfleme Saç Şekillendirici ve Bellissima Glossy Saç Düzleştirici ile saçlarınızı özgürce şekillendirmenize imkan sunuyor.

Üfleme saç şekillendirici ile parlak saçlar

İyon teknolojisi sayesinde elektriklenmeyi önleyen Arzum Volume Pro Hava Üfleme Saç Şekillendirici ile, saçlarınızı parlaklığını kaybetmeden kolayca şekillendirebilirsiniz.

1200 watt gücü ile saçınızı hızlıca kuruturken aynı zamanda şekillendirme imkanı da sunuyor.

Üfleme saç şekillendirici ile ışıltılı düz saçlar

Arzum Bellissima Glossy Saç Düzleştirici ile Işıltılı Düz Saçlara Kavuşun
Düz ve ışıltılı saçlardan vazgeçemeyenlerin bu bahar ilk tercihi Arzum Bellissima Glossy Saç Düzleştirici olacak. Aktif plaka teknolojisi sayesinde saçlara eşit basınç uygulayan ve daha etkin düzeltirme sağlayan düzeltirici, kusursuz düz saçlara imza atmaya hazır.

Seramik kaplama plakaları sayesinde zarar vermeden şekillendiren Bellissima Glossy, kuru ve mat saçlarda ışıltı etkisi yaratıyor.



Sağlıklı yemeklerin durağı: Philips Airfryer XXL

Philips, Airfryer XXL ile yağlı ve sağlıksız pişirme yöntemlerini rafa kaldırıyor. Fazla yağ içerdiği için yemekten çekindiğiniz tüm yemekleri yiyebilmenize imkân sağlayan Airfryer XXL, mutfaklara sağlık getiriyor. Philips Airfryer XXL, patentli Rapid Air hızlı hava teknolojisi ile dışı çıtır çıtır, içi ise yumuşak yiyecekler hazırlamanıza yardımcı olurken, sadece hava kullanıldığı için normal fritöze kıyasla daha sağlıklı besinler hazırlamanızı sağlıyor. Böylelikle çok az ya da hiç yağ kullanımı olmadan hazırlanan yiyecekler, sağlıklı bir beslenme düzenine geçmeyi de kolaylaştırıyor.



Siemens akıllı çamaşır ve kurutma makineleri alışkanlıkları değiştiriyor

Siemens Ev Aletleri, geleceğin ev yaşamını şekillendirecek teknolojiler geliştirmeye devam ediyor. Siemens Ev Aletleri'nin yeni iQ700 serisi 10 kg kapasiteli WM14XM80TR ve WM14XM8XTR çamaşır makineleri powerSpeed 59' programıyla hızlı ve etkin yıkama sonucu sunarken, 9 kg kapasiteli yeni WT47XK80TR ve WT47XK8XTR kurutma makineleri akıllı özellikleri ile çamaşır kurutma alışkanlıklarını değiştirmeye yöneliyor.

59 dakikada* maksimum performans iQ700 serisi WM14XM80TR ve WM14XM8XTR çamaşır makinelerinde bulunan yeni powerSpeed 59' ile çamaşırlar eşit şekilde ıslanıyor, makine düşük enerji ile daha hızlı bir şekilde ısınarak etkili ve verimli yıkama sağlıyor. PowerSpeed 59' programı çamaşır makinesinin içinde yer alan "sirkülasyon sistemi" teknolojisi makine içerisine su pompalayarak suyun ve su içindeki deterjanın çamaşırlara daha hızlı ve etkili nüfus etmesini

sağlıyor. Böylece lekelerde de kesin temizlik elde ediyor.

Yenilikçi kurutma sistemleri ile evlerin akıllı yardımcısı Siemens Ev Aletleri'nin iQ700 serisi yeni WT47XK80TR ve WT47XK8XTR model kurutma makineleri, kullanıcılarının kendisine daha fazla zaman ayırmasına yardımcı olacak akıllı kurutma teknolojileri sunuyor. Pazarda ilk olan yeni intelligentClean filtre sistemi ile 20 kurutma işleminden sonra 1 kere filtre temizliği yapmak yeterli olurken, yeni intelligentDry (Akıllı Kurutma) teknolojisi sayesinde kurutma programı seçimi yapmaya gerek kalmıyor. HomeConnect özellikli çamaşır makinesinde yıkanan çamaşırları

kurutma makinesine aktarılan çamaşırlar için 'intelligentDry' programı seçildiğinde, otomatik olarak çamaşır makinesinde yıkanan programa en uygun şekilde kurutma işlemini başlatıyor.



Yeni nesil teknoloji, Goldmaster Minto ile tazeliğe dönüşüyor

Goldmaster'ın yeni ürünü olan Minto Kahve ve Baharat Öğütücü ile trendi yakalamak çok kolay. Kahve çekirdeği, baharat ve kuruyemiş öğütebilen, 70gr. Hazne kapasitesine sahip Minto; kolay dolum yapmanızı sağlayacak, çıkarılabilir paslanmaz çelik hazne ile pratik kullanım imkanı sunuyor. 2-12 bardak kahve miktarı için öğütme seçeneğine sahip Minto ile istenen şekilde öğütme yapılabilir.



Hoover, Vanity serisi ankastre fırınlar ile yüksek performanslı pişirme deneyimi sunuyor

Hoover Vanity serisi ankastre fırınlar 80 lt iç hacmi, üstün pişirme teknolojisi, akıllı bağlantıları ve kullanım kolaylığı sayesinde mutfaklara üst düzey pişirme performansı getiriyor.

Vanity ankastre fırın, standart ebatlarda 80 lt geniş iç hacmiyle aynı anda 5 rafta pişirme olanağı sağlıyor. Üstün pişirme performansı ile göz dolduran Hoover Vanity, çeşit çeşit yemekleri aynı anda pişirme imkanı sunuyor. Vanity'de bulunan et pişirme sensörü, eti istenilen düzeyde pişirmeye yarıyor. Hoover Vanity aynı zamanda, yavaş kapanan kapısıyla günlük kullanımda daha güvenli bir kullanım sağlıyor. Teleskopik raf sayesinde, tepsiler ve ızgaralar güvenli ve kolay şekilde fırına yerleştirilebiliyor. Wi-Fi ile evde yokken bile fırını uzaktan kontrol edebilme kolaylığı yanında, kapak içine entegre edilmiş led aydınlatmalar sayesinde pişirme işlemi daha detaylı ve mükemmel görünürlük sağlıyor.



Braun uzun süre pürüzsüz cilt sunuyor



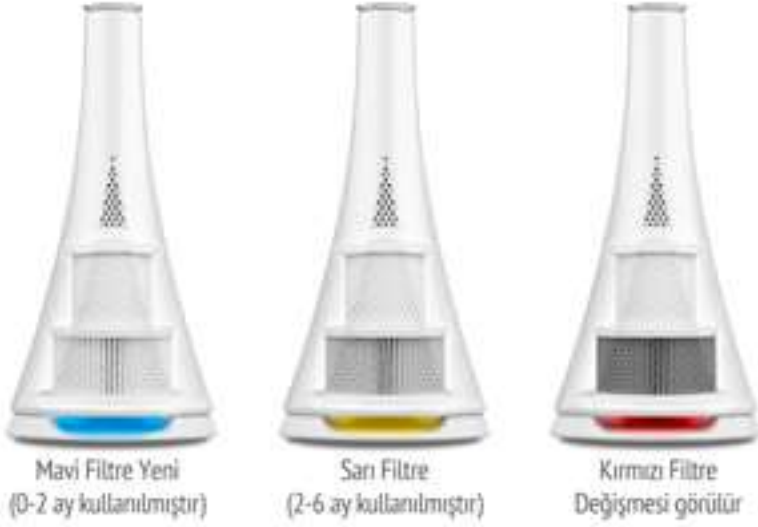
Evde şimdiye kadar geliştirilmiş en güvenli, en hızlı ve en etkin IPL deneyimini sunan ve bir önceki modeline göre 2 kat daha hızlı olan Silk expert Pro 5, her iki bacağınızda 5 dakikadan daha kısa süreli seanslar ile hayalini kurduğunuz uzun süreli pürüzsüzlüğe kavuşmanıza yardımcı olacak.

Braun'un SensoAdapt™ teknolojisi, karmaşık cilt eşleştirme grafiklerine gerek duymadan, ısı yoğunluğunu doğru seviyeye adapte etmek için sürekli olarak cildi okur ve evinizin konforunda uzun süreli pürüzsüzlüğe kavuşmanın neredeyse acısız yolunu sunar.

1 cihazda 5 Çözüm: Braun Silk épil 9 Güzellik Seti Beş parçadan oluşan bir paket içerisinde salon standardındaki sonuçları evde yapılan işlemlere taşıyan Braun Silk-épil 9 Güzellik Seti ile hem yüz, hem de birçok zaman ihmal edilen vücut bakımınızı kolaylıkla gerçekleştirebilir. Braun Silk-épil 9 SensoSmart™ akıllı sensörleri sayesinde daha etkin bir epilasyon için basıncı ayarlamaları için kullanıcıları uyararak kırmızı ışıklı sinyaller kullanıyor.



Medisana, Hava Temizleme Cihazı ile havayı arındırıyor



Medisana, her solukta sağlıklı havayı içinize çekmenizi sağlıyor. Yılların kendini geliştiren Medisana Hava Temizleme Cihazı, 3M anti alerjik, anti bakteriyel, aktif karbon filtresiyle odadaki tüm bakteri ve virüsleri etkisizleştiriyor. Hava içerisindeki küçük partiküller, polen, toz, koku partikülü ve bakteriler özel filtresi sayesinde arındırılarak temizleniyor.

Hava kalitesini üst noktaya taşıyan Medisana Hava Temizleme Cihazı, 7/24 kesintisiz temiz hava konforu sağlıyor. Ultra enerji tasarruflu dijital motoru sayesinde hem daha az elektrik tüketiyor hem de doğaya ve geleceğimize sahip çıkıyor. Powerbank ile çalışabilme özelliği ile her an her yere taşınabiliyor. Patentli LED gösterge ışığı sayesinde filtrelerin zamanında ve kolay değiştirilmesini



sağlıyor. LED göstergenin renkleri filtrenin kirlilik derecesini ve filtrenin değiştirilmesi gerekmediği gösteriyor. Gündüz modundan gece moduna otomatik olarak geçen Medisana Air, ultra sessiz çalışma özelliği sayesinde gece gündüz kesintisiz temiz hava sağlayabiliyor.

Doğal yaşam trendi Silverline Strong'ta...

Silverline'nın ödüllü duvar tipi davlumbazı Strong, havalandırma fonksiyonunu gizleyen tasarımı ve doğal malzeme kullanımı ile doğal yaşam trendine uyum sağlıyor. Ceracor (porselen levha) ve Corian malzemeler ile farklı doku ve bitişlerde tamamlanan tasarım, kesintisiz yüzey oluşturarak doğallığın mutfaklarda yer almasını sağlıyor.

Açılı ön yüzeye sade ikonlar ile yerleştirilmiş kontrol paneli, panelin altına ustalıkla gizlenmiş gün ışığı led aydınlatması ve havalandırma fonksiyonu ile Strong, mutfağın doğal bir parçası olarak duruş sergiliyor. Oxidooil (petrol kahvesi) ve luxurycement (çimento grisi) iki farklı renk seçeneği, kolay temizlenebilen ve çizilmeyen pürüzsüz yüzeyi ile sadelikten yana gidiyor. A sınıfı enerji seviyesi ile çevreye duyarlı motor teknolojisine sahip davlumbaz, sessiz ve güçlü çekiş performansı ile tasarım ve işlevselliği buluşturuyor.



LG, Artcool Klima ile doğal ve temiz hava sunuyor

LG Artcool Klimalar, kesintisiz kavisli ve ince tasarımı, sezgisel ekranı ve ön panelindeki dayanıklı ayna cam ile sık bir tasarım sunuyor. Tasarımının yanı sıra, enerji verimliliği ile de dikkat çeken LG Artcool Klimalarda bulunan 3 milyondan fazla iyon sayesinde kullanıcılara temiz ve doğal bir hava sunuyor.

LG Artcool Klimalarda bulunan LG inverter kompresör, enerji tasarrufu, hızlı soğutma ve gürültüsüz çalışma özellikleri sunarken klimaların daha uzun ömürlü olmasını da sağlıyor. LG Inverter Kompresör, istenilen sıcaklık seviyesini korumak için kompresörün hızını sürekli olarak ayarlayarak geleneksel kompresörlere göre daha fazla enerji tasarrufu sağlıyor. Ayrıca,

LG Inverter Kompresör sayesinde, hava daha uzağa ve daha hızlı yayılıyor. Optimize edilmiş hava çıkışı tasarımı, odayı daha çabuk soğutan güçlü bir hava akışı sağlıyor. 6 kademeli dikey kanatçık yönü ise, kullanıcıların havayı istedikleri yöne vermelerine imkan tanırken, 4 yöne salınma fonksiyonu havayı etkili şekilde farklı yönlerde üflüyor. LG Artcool klimalarda bulunan inverter kompresörün 10 yıllık garantisi, TÜV Rheinland (Uzun Süreli Hızlandırılmış Güvenirlik Testi ve Yüksek Marjinal Test) tarafından da onaylanmış durumda.



Miele Triflex 3in1 Dik Süpürge mükemmel çekiş gücü ve esneklik sunuyor

Miele Triflex, yenilikçi 3in1 özelliği mükemmel çekiş gücünün yanı sıra olağanüstü esneklik sunuyor. 3in1 kolay ergonomik tasarımı, kolay kullanımı, tüm yüzeylere uyum sağlayabilen XXL elektronik fırçası ve tüm yüzeylerde olağanüstü çekiş gücü sağlayan Vortex teknolojisi sayesinde ile anında kısa sürede derinlemesine temizlik kolaylığını getiriyor.

Miele Triflex 3in1 Dik Süpürge, diğer tüm Miele Süpürgeleri gibi Gürses Kurumsal tarafından da tüketicilere sunuluyor.



Silverline'in 2'si 1 arada çözümü Flow-in ve Supreme



Silverline, 2'si 1 arada pişirme deneyimi sunarak mutfaklarda yer tasarrufu sağlıyor. Ergonomik yapısı, esnek ve kapsamlı pişirme deneyimi sağlayan tasarımı ile Supreme, teknolojiyi odağına alan tasarımı ile Flow-in, davlumbaz ve ocağı tek bir yüzeyde birleştiriyor.

Önemli bir yaşam alanı haline gelen mutfaklar, sık tasarımlı, fonksiyonel ürünlerle tamamlanarak keyifle zaman geçirilen alanlar haline geldi. Mutfağa entegre ürünler, daha geniş alanlar sunuyor ve hayatı kolaylaştırıyor. Entegre ocaklara sahip tezgah üstü davlumbaz çözümleri de sundukları 2'si 1 arada pişirme deneyimi sayesinde mutfaklarda yer tasarrufu sağlıyor. Silverline Ankastre'nin hibrit tasarımları Flow-in ve Supreme



modelleri ocak ve davlumbazı tek yüzeyde buluşturarak mutfaklara fonksiyonel çözümler sunuyor.

Goldmaster'dan en Klass Filtre Kahve Makinesi...

Goldmaster'ın yepyeni ürünü Klass Filtre Kahve Makinesi, hem kendinize hem de sevdiklerinize en güzel hediye! Teknoloji ve şıklığı bir arada sunan Klass Filtre Kahve Makinesi ile kahveleriniz hızlı ve çok lezzetli. Dekoratif tasarımı ile dikkat çeken Klass, filtre kahve severlerin yeni gözdesi olup mutfaklarda yerini almak için hazır! Çıkarılabilir ve kolay temizlenebilir filtre yapısı ile uzun ömürlü kullanım sağlar. Öğütücü hazne ile ister kahve çekirdeğini öğütülebiliyor ister öğütülmüş kahve kullanılabiliyor. 24 saat programlama özelliği de bulunuyor.





BLOODSHOT Durdurulamaz Güç

Bloodshot, Amerikan Valiant Comics şirketinin 1992 tarihinde çıkarttığı yeni nesil bir süper kahramanın hikayesini beyazperdeye aktarıyor.

Büyük bütçeli aksiyon filmlerinin olmazsa olmazı CGI görüntülerine ve özel efektlere boğulmuş film aslında Vin Diesel'in de kaslı yapısının varlığıyla 90'ların eski tarz aksiyon filmlerine öykünüyor. Ancak, sonuç sıradan ve başarısız.

Marvel'in çizgi roman uyarlamaları için yükselttiği çitanın çok aşağılarında dolaşan, sonu tahmin edilebilir, sıradan bir (eğlendirmeyen) eğlencelik.

Konusu, ölen bir askerin nanoteknoloji ile dirilti olarak, büyük güçlerle donatılması. Tanıdık, değil mi?

Zannımca, 1992'de aynı yılın başlarında vizyona çıkmış olan J.C.VanDamme ve D.Lundgren'li Roland Emmerich'in çıkış filmi "Universal Soldier (Evrenin Askerleri)"dan etkilenerek (!) yaratılan çizgi romanın ruhunu beyazperdeye aktaramamışlar.

Bu konsept, 90'lara uygun olabilirdi ama günümüz aksiyon sineması için çok klişe ve yavan bir hikaye olarak kalıyor. Karizması bol, yeteneği az Vin Diesel (53) bile filmi kurtaramıyor. Hollywood'un altın çağında jönlere 53 yaşına gelince dede rollerine çıkmaya başladıklarını düşününce, insan "breh, breh" diyor şimdilerde.

Seyreder seyretmez aklınızdan çıkıp filmlerden. Vin Diesel bir de modaya uyup süper kahramanı oynayayım demiş olabilir. Sanki "Fast & Furious" serisindeki aksiyon (paraşütsüz araba ile gökdelenden atlama, birkaç yüz metreden suya atlama vs. gibi % 100 ölümle sonuçlanacak) sahneleri süper kahramanlık değilmiş gibi (!)

Filmin en kötü yönü ise kopyacılığı bile becerememesi. Yukarıda yazdığım gibi bence en büyük ilham kaynağı "Universal Soldier" filmi olsa da, başka ödünç fikirler de var bence:

- Hafızası kendine oyunlar oynayan eski kanun koruyucusu (Robocop),
- Öldürüldükten sonra yeniden diriltilen ve intikam peşindeki eski komando (Spawn),
- Anında iyileşme gücü (Wolverine) ve
- (Kısmen aktörlüğü de benzediği için) robotik tavırlı varlık (Terminator) olmaya çalışmış Bloodshot ama olamamış.

Uzun zamandır seyrettiğim en klişe süper kahraman filmi idi. Eğlendiremedi bile bu başımızdaki salgın belasından dolayı kafa dağıtmak için seyrettiğim bu film de.

Sinemalardan ve kapalı alanlardan uzak durun bir süre.

SinemaDem iyi seyirler dileyemiyor.
www.sinemaDem.com



arnica™

PRATİK, GÜÇLÜ VE ZAHMETSİZ TEMİZLİK.

VESTA ET14450

TOZ TORBASIZ ELEKTRIKLI SÜPÜRGE
DUSTLESS VACUUM CLEANER



UĞUR

DERİN DERİN

DONDURUR!



UĞUR
"Tazeliğin Güvencesi"



444 84 87



ugur.com.tr



/ugursogutma