

Sektör
Dünyanın lider beyaz eşya
üreticisi Haier Group

6

Kahve Kokusu
İCF İstanbul'a buram buram
kahve kokusu yayacak

12

Fuar
Zuchex Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı'nı
bu yıl hibrit fuar olarak kurguladık

28

Fuar
IFA 2020'de sağlık ve
güvenlik birinci öncelik

30

254

www.dagitimkanali.com.tr



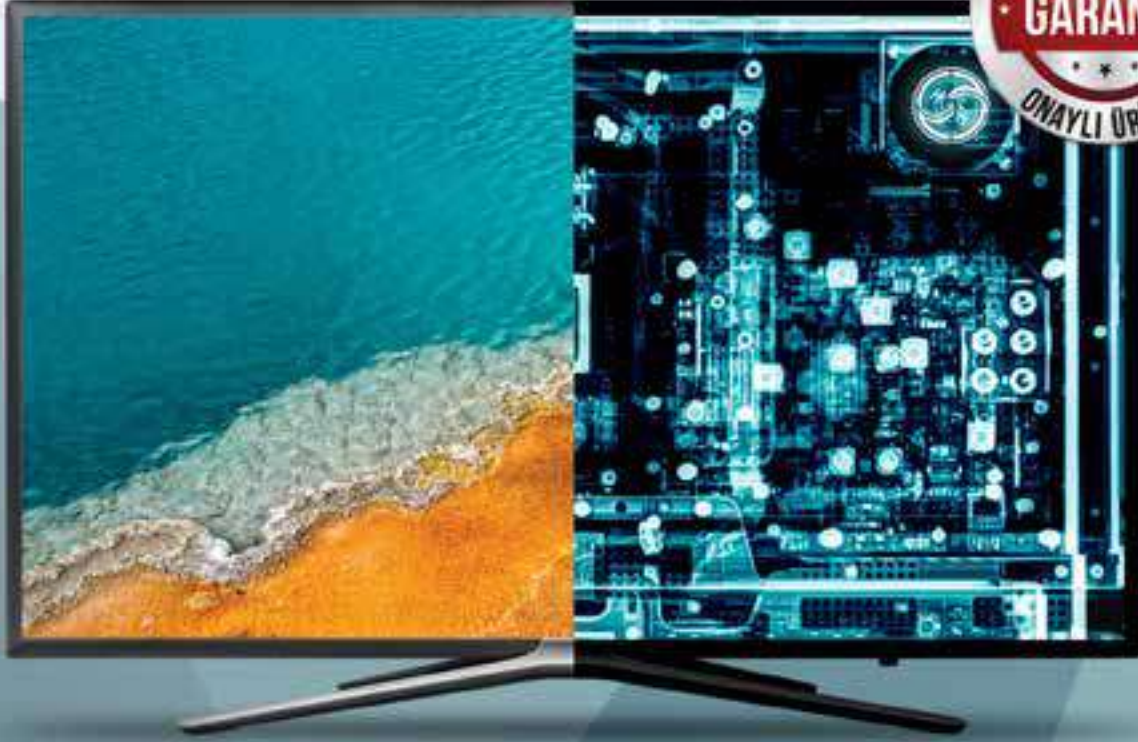
Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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

Yaşam tarzınıza uyan teknolojiler.





Doğayı Koru

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



EFS Refurbished Ürün

EFS ürünleri orijinal yedek parçaları ile uzman teknisyenlerimiz tarafından yenilenir veya tamir edilir.



Cebini Koru

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



EFS REFURBISHED ÜRÜNLER,

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



kaave DUAL PRO

Türk Kahvesi Makinesi



SSS
SEKİZ FİNCAN
TEK SEFERDE

Fakir Kaave Dual Pro
ile şimdi mutluluğunuz
DÖRT DÖRTLÜK!



LUMINASENSE
TECHNOLOGY

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





AĞUSTOS 2020 • SAYI: 254

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
Aybüke ÇAVUŞ

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
San Ofset Matbaacılık
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50
Kağıthane / İstanbul
Tel: (0212) 289 24 24

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM
Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

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

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

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

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



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6 Sektör

Dünyanın lider beyaz eşya üreticisi Haier Group



10 Kahve Kokusu

Dream Sales Machine Başkanı
Alper Sesli
İCF İstanbul'a buram buram kahve kokusu yayacak



12 Söyleşi

Luxell Pazarlama Müdürü
Bülent Denктаş
Luxell olarak kaliteli ürün ve hizmet önceliğimiz...



14 Sektör Haberi

26 Araştırma

Perakende sektöründe tüketici davranışlarındaki değişim kalıcı olabilir



27 Sektör Haberi

Arçelik Satınalma Direktörü
Hakan Kozan
Arçelik ve tedarikçileri arasında güçlü dayanışma



28 Fuar

Tarsus Turkey Fuar Direktörü
Ebru Causey
Zuchex Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı'nı bu yıl hibrit fuar olarak kurguladık



30 Fuar

IFA 2020'de sağlık ve güvenlik birinci öncelik



32 Sektör

Samsung'un Türkiye'deki ilk klima mağazası açıldı



36 Konuk Yazar

Yönetim Danışmanı
Yazar
Devrim ERSÖZ
Yeni nesil pazarlamanın şifreleri



39 Dernek

Türkbesd Haziran 2020 raporunu kamuoyu ile paylaştı



40 Makale

Didem Tınarlioğlu
Ayşegül Celap



41 Teknoloji

LG, 2020 TV serisini satışa sunuyor



43 Ürünler

48 Sinemadem

En İyi Doktor Filmleri



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!

Ali Kemal



7 Yıl* Ücretsiz Garantiyi Şenocakla!



*Garanti kapsamına ilişkin detaylı bilgiye Türkiye'nin her yerinden 444 0 789 numaralı telefondan ulaşabilirsiniz.

ŞENOCAK

444 0789
senocak.com.tr



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Yazın sıcak günlerinde dopdolu bir sayı ile karşınızdayız...

Kahve festivalleri yaklaşıyor. Her yıl binlerce kahve severi bir araya getiren İstanbul ve Ankara Coffee Festival, bu yıl da tüm sağlık kuralları gözetilerek düzenlenecek. Etkinliklerle ilgili bilgileri almak için mikrofonumuzu **Dream Sales Machine Başkanı Alper Sesli**'ye uzattık.

EY-Parthenon ve Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu tarafından hazırlanan perakende Sektörü Araştırması'nın sonuçlarına göre; üst düzey yöneticiler perakende sektörünün 2020 yılında ortalama %30 daralacağını öngörüyor. Araştırma sonuçları perakende sektörü yöneticilerinin pandeminin etkisiyle tüketici davranışlarında en çok konum ve kanala yönelik tercihlerdeki değişimlerin kalıcı olacağını öngördüklerini ortaya koyuyor. Ayrıntılar **Araştırma** sayfamızda...

Yerli ev ve mutfak eşyaları sektörü, 10-13 Eylül tarihlerinde Tüyap Beylikdüzü'nde 31.'si gerçekleştirilecek Zuchex fuarında buluşacak. Bu yıl ilk kez hibrit fuar olarak düzenlenecek etkinlikle ilgili sorularımızı **Tarsus Turkey Fuar Direktörü Ebru Causey** yanıtladı.

HTS Teknik Hizmetler, Özbekistan'da kurulan ve son yılların en büyük sanayi projesi olarak kabul edilen "Texnopark"ın tüm satış sonrası servis ve müşteri deneyimi çalışmalarını üstlendi. Firmayı tebrik ediyoruz.

Bu sayıda Konuk Yazar bölümümüzde **Yönetim Danışmanı ve Yazar Devrim Ersöz** var. Ersöz dergimiz için kaleme aldığı yazısında yeni nesil pazarlamanın şifrelerini okuyucularımız ile paylaştı.

TÜRKBESD verilerine göre yılın ilk beş ayında yıllık bazda, sektörün altı ürünündeki üretimi yüzde 21 artışla 9 milyon 213 bin adede, iç satışları yüzde 2.0 artışla 2 milyon 834 bin adede, ihracatı da yüzde 17 artışla 6 milyon 984 bin adede yükseldi. Dernek online bir basın toplantısı ile verileri açıkladı. Detaylar ve güncel sektörel veriler ilerleyen sayfalarda...

Keyifli okumalar...



EVİNİZDE MEVSİMLERİ DONDURUN!

ÖZEL İNDİRİM



UED 5218
DTK A++



UED 7266
DTK A++



UED 380
A++



UED 5170
DTK A++



UED 6261
DTK NF A++

Peşin fiyatına 12 ay taksit fırsatıyla!

Her mevsimin tazeliğini koruyan Uğur derin dondurucular, **7 yıl garanti** imkanıyla karşınızda!



444 84 87

ugur.com.tr



/ugursogutma

UGUR
"Tazeliğin Güvenesi"



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

ABONE OL



Dünyanın lider beyaz eşya üreticisi Haier Group

Tüketici ihtiyaçlarına yenilikçi teknolojilere sahip ürün gruplarıyla cevap veren ev aletleri sektöründe dünyanın en büyük üreticilerinden biri olan Haier, 1984 yılında Çin'in Qingdao şehrinde kuruldu ve 1993'te Şangay Borsası'nda işlem görmeye başladı. Küresel bir Fortune 500 şirketi olan Haier Group; Haier, GE Appliances, Fisher & Paykel, AQUA, Casarte, Leader, Candy ve Hoover gibi birçok küresel güçlü markaya sahiptir. Haier'in küresel liderlik ünvanının temelinde coğrafi stratejiler, güçlü markalar ve sınıfında lider inovatif ürünler yer almaktadır.

Küresel bir pazar araştırma kuruluşu olan Euromonitor'a göre Haier, 2019 yılında küresel satışlar baz alındığında dünyanın en büyük ev aletleri markasıdır. Dünya çapında 122 adet üretim tesisi ve 70.000 çalışanı bulunan Haier, yaklaşık 160 ülkede tüketicileriyle buluşmaktadır. 2019 yılı başında Avrupa pazarında büyüme hedefi ile İtalyan Candy Hoover Group'u bünyesine katmış olan Haier, tüketicileriyle yeni coğrafyalarda buluşmaya devam etmektedir.

2019 yılında Haier Group bünyesine katılan Candy Hoover'in temelleri, 1945 yılında İtalya'da Fumagalli ailesi tarafından atıldı. İleri teknolojili, yüksek performanslı ve çevre dostu ürünlere sahip olan Candy Hoover Group, Avrupa'da solo ve ankastre gruplarında küçük ve büyük ev aletleri pazarının önde gelen firmalarından biridir. Candy Hoover Group'un Candy, Hoover ve Rosieres olmak üzere üç uluslararası markasının yanında birçok yerel markası da bulunmaktadır.

Haier Group'un Türkiye'deki çoklu marka stratejisi

Dünyanın dört bir yanında çoklu marka stratejisiyle rekabet eden Haier, Avrupa'dan sonra şimdi de Türkiye pazarında çoklu marka stratejisini kurmak için hazırlanmaktadır. Haier Group'un çoklu marka

stratejisinin temelinde, farklı ihtiyaç gruplarının önceliklerini ve ihtiyaçlarını eksiksiz karşılama isteği yer almaktadır. Haier Group, Türkiye'de 10 yıldan fazla zamandır operasyonlarını sürdürdüğü Hoover

markasının yanı sıra, en son teknolojilerle donatılmış premium ürünleri bulunan Haier ve İtalyan zarafetine sahip, kullanım kolaylığı yüksek Candy markasıyla konumunu daha da sağlamlaştırmaktadır.



Haier Europe

CANDY



Haier

Haier: Premium ürün deneyimi

Premium ürün tasarımı, IoT odaklı ürünleri ve tüketici deneyimini ana odağı haline getirerek faaliyet gösterdiği pazarlarda Haier, büyük fark yaratan öncü bir marka konumuna gelmiştir. Premium tüketici ihtiyaçlarını kusursuz şekilde karşılayabilmek adına Haier, sunmuş olduğu geniş soğutucu, yıkayıcı ve pişirici ürün gamıyla tüketicileriyle buluşmaktadır.

Tek kapılı buzdolabından 5 kapılıya, 60 cm genişlikten 1 m genişliğe varan çok çeşitli buzdolabı ürün yelpazesi sunan Haier, 2016 yılında Frescher Techs teknolojisi altyapısını ürünlerine entegre etmiştir. Haier, 2018'de yiyeceklerin tazeliğini koruyup daha iyi saklanması için optimum çözümler sunacak şekilde tasarladığı Iconic Black ve Iconic Glass serilerini tanıtarak beklentilerin üstüne



çıkıştır. Frescher Techs özeliği ile entegre olan bu yeni soğutucu serisiyle Haier, tüketicilerinin yüksek performans ve yüksek estetik beklentilerini fazlasıyla karşılamaktadır.

Haier buzdolaplarında bulunan Instaswitch Freezer özeliği, ihtiyaca göre dondurucu bölme sıcaklığını -26°C ile 0°C arasında değiştirebilmektedir. Haier, geniş buzdolabı ürün seçeneklerinin yanı sıra şarap soğutucu grubunda da öncü konumda yer almaktadır.

Haier, soğutucu ve yıkayıcı ürün gruplarında bulunan patentli ABT Treatment (Antibacterial Treatment) teknolojisiyle, günümüz tüketicisini, önceliği sağlıklı yaşam olan ürünleriyle buluştururken, bakteri oluşumunu engelleyen bu teknolojiyle tüketicisinin hijyen beklentisini en üst düzeyde karşılamaktadır. Ayrıca, rekortmen kapasiteli Super Drum ve Duo Dry kurutmalı



çamaşır makineleriyle 15 KG yıkama ve 9 KG kurutma kapasitesine varan geniş kapasite rahatlığı sağlamaktadır. Haier'in özel Steam Treatment fonksiyonu, kıyafetlere sağladığı buharlı bakımla, profesyonel bakımı evlere taşımaktadır. Ayrıca patentli i-Refresh ve i-Refresh Pro teknolojileriyle, temizlik esnasında kullanılan UV ışınları sayesinde kıyafetleri derinlemesine temizlerken, kırışık ve kokudan uzak yeni gibi görünen çamaşırlar sunmaktadır.



Haier

Süpürgenin mucidi ve beyaz eşya uzmanı Hoover

Süpürgenin mucidi Hoover, geliştirdiği ileri teknoloji, yüksek performanslı ve enerji tasarruflu ürünleri sayesinde 112 yıldır tüketicileriyle buluşmaktadır. Hoover, Candy Group bünyesine katıldığı 1995 yılından beri farklı ürün gruplarıyla, Avrupa pazarında hizmet vermektedir.

Hoover, maksimum kapasiteli ve akıllı bağlantılı ürünleriyle, tüketici güvenliğini odak noktasına alırken, güçlü yıkayıcı, pişirici, soğutucu ve elektrikli süpürge ürün gruplarıyla tüketicisinin yaşam tarzına uyan kaliteli ve ileri teknoloji ürünler sunmaktadır.

Evinde konfor ve şıklık arayan şehirli teknoloji tutkunlarının tercihi Hoover, tüketicilerine vermiş olduğu performans ve güven sözünü geniş ve ileri teknoloji ürün gamıyla yerine getirmektedir. Hoover'ın güçlü yıkayıcı ailesinde bulunan çamaşır makineleri, kurutmalı çamaşır makineleri ve kurutma makineleri, akıllı bağlantıları sayesinde uzaktan yönetilebilmekte ve sunduğu hijyen programlarıyla fark yaratmaktadır.

Hoover çamaşır makinelerinin sunduğu 9 KG'dan 13 KG'a kadar rekortmen kapasiteler sayesinde tüm çamaşırlar rahatlıkla yıkanmaktadır. Hoover çamaşır makinelerinde bulunan KG sensörü sayesinde makineler, harcanacak ideal su ve deterjan miktarını belirleyip tasarruf sağlamaktadır. A+++ (-%50'ye varan) yüksek enerji verimlilik seviyesinde çok az enerji harcayan Hoover çamaşır makineleri, inverter motoru sayesinde de oldukça sessiz çalışmaktadır. Akıllı bağlantılarıyla, kullanıcılarının alışkanlıklarını anlayıp, her ihtiyaca göre program önerileri sunan Hoover çamaşır makineleri, kullanım ve bakım önerilerinde de bulunmaktadır.

Farklı kurutma teknolojileriyle donatılmış Hoover kurutma makineleri, çamaşırları toz, duman, egzoz, gün ışığı gibi dış etkilere maruz bırakmadan maksimum hijyenle kurutmaktadır. Isı pompalı, yoğuşmalı ve hibrit ürün seçenekleri, farklı ihtiyaçlara ve farklı önceliklere sahip tüketicilere, beklentilerinin ötesinde kurutma deneyimi yaşatmaktadır. Geniş ürün gamıyla farklılaşan Hoover, 8 KG'dan 11 KG'a kadar kurutma kapasitesi seçeneği sunmaktadır.

Hoover kurutma makineleri 30 dakikadan başlayan hızlı kurutma seçenekleriyle zaman tasarrufu sağlarken, kurutma programlarında bulunan dolap kuruluğu, askı kuruluğu, ütü kuruluğu gibi istenilen farklı kuruluk seviyesinin seçilebilmesiyle tüketicilerin hayatını kolaylaştırmaktadır. Alerji problemi olan tüketiciler, Hoover kurutma makinelerinin ev tozu ve akarlarını azaltmasıyla hem de özel antialerji programıyla daha iyi ve sağlıklı hissetmektedir.

Hoover, sunmuş olduğu güçlü yıkayıcı ve pişirici ürün gruplarının yanı sıra Türkiye pazarında toz torbasız ve dikey şarjlı elektrikli süpürge kategorileriyle de tüketicileriyle buluşmaktadır. Hoover, 2020 sonunda daha yüksek enerji verimliliğine sahip, daha yüksek performanslı ve kullanıcı dostu yeni yıkayıcı grubu ürün serilerini tüketicilerin beğenisine sunacaktır.



İtalyan Candy

70 yılı aşkın tecrübesiyle Avrupa'nın önde gelen İtalyan beyaz eşya markası Candy, akıllı internet bağlantısı, sade ve şık tasarımlı ürünleriyle kullanım kolaylığı sağlamaktadır. Candy, yıkayıcı, pişirici ve soğutucu ürün gruplarıyla, ailesi ve sevdikleriyle daha fazla zaman geçirmek isteyen tüketicilerin hayatını kolaylaştırmaktadır.

İtalyan çizgisini 70 yıldır tüketicisinin hayatına taşıyan Candy, beyaz eşya endüstrisinde Avrupa'nın önde gelen ve güvenilir markası konumundadır. Uzun yıllar süren deneyimi sonucunda Candy, tüketicinin günlük yaşamını kolaylaştırmak için tasarladığı ergonomik ve akıllı yenilikleri sayesinde birçok başarıya imza atmıştır. Candy, 2014 yılında mobil uygulama aracılığıyla uzaktan yönetilen 'simply-Fi' teknolojisini geliştirip ürünlerine bu uzaktan kontrol edebilme özelliğini entegre etmiştir.

Candy, Avrupa'da edindiği başarısını, Türkiye pazarına da taşımaktadır. Türkiye'de solo yıkayıcı ürün gruplarından sonra, şimdi de pişirici ürün gruplarını tüketicisinin beğenisine sunmaktadır. İtalyan şıklığı, kullanıcı dostu arayüzü ve ergonomik tasarımının yanı sıra erişilebilir fiyatlarıyla Candy, Türkiye pazarında da hızla tüketicisinin güvenini kazanmaktadır.

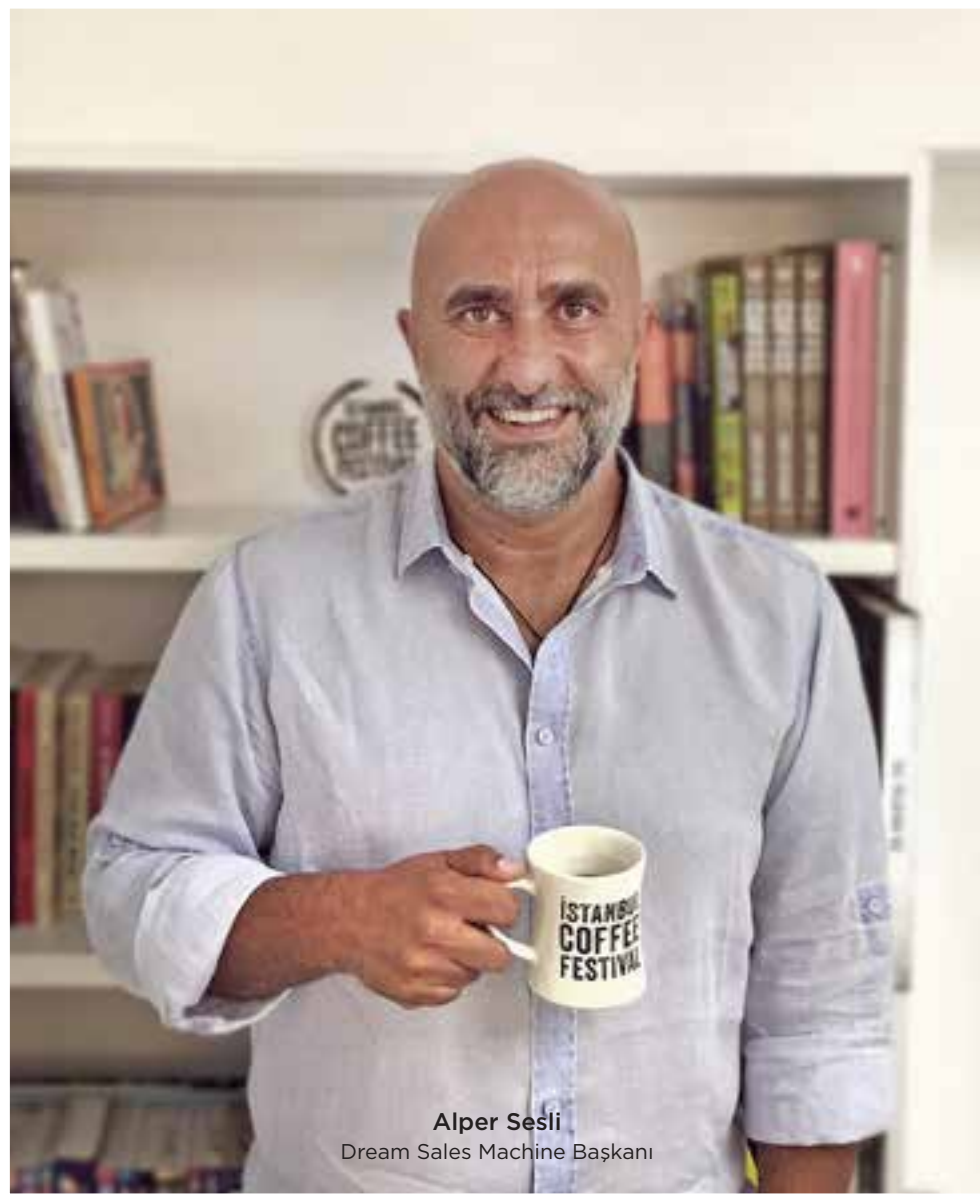
Yıkayıcı ürün gamında bulunan Rapido serisi, sunmuş olduğu hızlı yıkama ve kurutma programlarıyla günümüzde zamanla yarışan tüketicinin en önemli yardımcısıdır. Brava bulaşık makinesi serisi, sadece 39 dakikada A sınıfı bulaşık yıkama performansı sunarak, tüketicisinin zaman ve hijyen yönünden beklentilerini karşılamaktadır.

Candy, tüketicisi için akıllı fikirler, çözümler ve kullanımı kolay ürünler sunmaktadır.



İCF İstanbul'a buram buram kahve kokusu yayacak

“İCF bir deneyim etkinliği ve aynı kültür anlamında takipçilerin bir araya geldiği ciddi bir sosyalleşme platformu. Geçmiş yıllarda kapalı alanlarda gerçekleşen atölye, seminer vb. seyircili etkinliklerimizin bütünü canlı yayına çıkıyor olacak. Böylece festivale gelemeyenler kahve konusunda inanılmaz workshoplara imza atıyor olacaklar.”



Alper Sesli
Dream Sales Machine Başkanı

Her yıl özellikle de genç kuşak tarafından yoğun bir ilgi gören ve kahve sektörüne büyük bir katkı sağlayan Coffee Festival bu yıl düzenlenecek mi?

İçinde bulunduğumuz küresel ölçekteki pandemi koşulları nedeniyle kültür, sanat, müzik, eğlence endüstrilerinin en değerli 3 sezonundan 2'si (İlkbahar ve Yaz) kaybedilmiş durumda. Yerküre üzerinde birçok etkinliğin fiziksel olarak yapılamamasına ve/veya 2021'e ertelenmesine neden oldu. Biz de bu süreçten oldukça fazla etkilendik. Tüm bunlara rağmen bu yıl kahve festivalini hayata geçireceğiz. Tabii ki yeni düzenlemeler ve TC. Sağlık Bakanlığı ve Bilim Kurulu yönergelerine sadık bir şekilde ve getirmiş olduğu kurallara uyarak.

Mevcut projelerimiz olan İstanbul ve Ankara Kahve Festivalleri için çalışmalarımızı titiz bir şekilde sürdürüyoruz. Bu yıl İstanbul Coffee Festivali'ni hem daha büyük bir alana taşıyoruz hem de daha az katılımcı ile yapıyoruz. İstanbul Coffee Festivali, Eylül ayında bu yıl ilk kez ve böylesi zorlu bir dönemde bize ve endüstriye kollarını açan Tepe Nautilus sponsorluğunda Tepe Nautilus yanında, Ankara'da ise yine Bilkent Station'da gerçekleştirilecek.

Festival online'dan takip edilebilecek mi?

Kahve Festivali'ni tamamen dijitalle taşımak mümkün değil. İCF bir deneyim etkinliği ve aynı kültür anlamında takipçilerin bir araya geldiği ciddi bir sosyalleşme platformu. Geçmiş yıllarda kapalı alanlarda gerçekleşen atölye, seminer vb. seyircili etkinliklerimizin bütünü canlı yayına çıkıyor olacak. Böylece festivale gelemeyenler kahve konusunda inanılmaz workshoplara katılıyor olacaklar.



Bu yıl pandemiden ötürü festivale dair ne tip uygulamalarınız olacak? Sağlık ve hijyen konularında ne gibi önlemler alacaksınız?

T.C. Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu'nun 09 Temmuz 2020 "Covid-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi"nde 63. madde ışığında açık hava organizasyonları ile ilgili tüm şartlara uyabilir durumdayız.

Aynı Çalışma Rehberi'nde 31. maddesinde kahve dükkanları için öngörülen referansların hepsi de bizim için markaların stant içi iletişim referanslarını içeriyor.

Bu bağlamda dijital ödeme ve dijital bilet zaten sahip olduğumuz avantajlar idi. Hijyen, mesafe kuralları, maske dahil onlarca maddeyi ise tek tek çalıştık ve an itibarıyla hazırız.

Bu yıl açılış ilk sabah seansımız ise 50+ yaş kahve severlere ait özel bir seans olacak. 50 yaş altı almayacağız açılış seansına. Ayrıca bu yıl harika gençlik biletleri uygulamamız olacak (15-25 yaş arası tüm gençlere). Bunun dışında sağlık endüstrisi çalışanlarına gençlik indirimlerinin bütünü minik bir teşekkür olarak onlara da sağlıyor olacağız. Seminer ve atölye çalışmalarını ise festival alanından canlı olarak Instagram, Youtube, Facebook kanallarımızdan ücretsiz olarak yayınlayacağız ve festivallere gelemeyen tüm



kahve severlere açıyor olacağız. Bu alanlardan doğan alan kazanımları ile 3.000 metrekareye yakın büyümüş bir alan ile toplamda 10.000 metrekare yaklaşan bir alana yayılmış olacağız.

Festival öncesi girişlerde yığılma olmaması ve sosyal mesafe kuralının ihmal edilmemesi için ne gibi önlemler alacaksınız?

Konuk kabulü muhtemelen AVM standartlarında ve kabullerinde gerçekleşecek. Kapı güvenliğinde gerektiği anlarda yapılan elle aramanın artık bu süreçte yapılmaması doğru olduğundan farklı güvenlik protokolleri uygulanacak. Ayakta ve açık havada olan etkinlikler için belirlenen detaylar sonrasında seyirci alanında yapılandırma yapacağız. Konuk kabulünde ateş ölçer, dezenfektasyon uygunluğu olan kapılar, elle arama yapılmaması doğru olduğundan farklı güvenlik protokolleri uygulanacak. 1. ve 2. hedef gruplar ve yaşlı takipçilerimiz için komple etkinlik içinde ayrı bir etkinlik kurgusu üzerinde çalışıyoruz. Kısacası 4 ayaklı dostlarımız da olmak üzere tüm başlıklar titiz bir şekilde çalışılmakta. Bu çalışmalarda toplu taşımadan havalimanlarına, oteller, restoranlar ve AVM'ler ciddi bir referans bizim için.

Pandemi sürecinden etkinlik sektörü nasıl etkilendi?

Aslında bunu konuşabilmek için çok erken bir noktadayız. Birçok ülke için 2020 son çeyrek ve sonbaharı da kaybedilmiş durumda. Yerküre üzerinde yaklaşık 1 Trilyon USD'in üzerinde gelir, binlerce sektör işsiz, kapanan şirketler ile kültür, sanat ve eğlence endüstrisi korkunç olarak tanımlanabilecek bir darbe yedi. Doğal olarak paydaşı olan festivaller de bu bağlamda payını aldı. Örneğin bu yıl için önemli müzik festivallerinden GLASTONBURY Müzik Festivali'nin 50. yılı idi ve biletim vardı. 51. yılında 50. yılını kutlayacak muhtemelen Glastonbury. Dünya turneleri ve dev konser iptalleri ise bu iklimde nasıl döner gerçekten bilmiyorum.

Pandemi probleminin çok gündem yitirdiği ya da yok olduğu günler gelirse, işte tam da bu ışıktaki sektörün corona öncesi havasına gelmesi için iyimser olarak 2022'ye doğru bir yaklaşım olacaktır. Bu nedenle de sektör sert darbeyi yedi ve bunun sınavı aslında şimdiden sonra verilecek ciddi ve zorlu bir dönem.

Eğlence, kültür, sanat ve hizmet endüstrisinde olanlar için 2023'den önce heyecanlı ve cesur projelere imza atılması kolay olmayacaktır. Normalleşme için pandemi ve yarattığı korku ikliminin öncelikle normalleşmesi gerekmektedir. Sektörün bu durumdan bağımsız bir normalleşme konuşması mümkün değil.

Festival öncesinde katılımcılara ve firmalara herhangi bir mesajınız var mıdır?

Kahve severlerin ve dünyanın en önemli kahve festivallerinden birisi olmuş ve başında İstanbul'umuzun o değerli ismini taşıyan İstanbul Kahve Festivali, kahve severler ile tekrar ve yeniden İstanbul'a buram buram kahve kokusu yayacak. Kulaklarımızın pası silinecek, maskelerimizden anlaşılmasa da gözlerimiz gülecek.

Katılımcı markalar ise takipçileri ve onlarla tanışmayı heyecanla bekleyen kahve severler ile buluşmak için çok heyecanlılar. Bu kadar zor bir dönemde birkaç çekilen desteğin yerini onlarcası olacak ve festival bu gücü zor günler geçiren kahve endüstrisine birebir aktarıyor olacak. Birlikten gücün doğacağına, kahve sevgimizin bizi diri tutacağına inanıyoruz ve bunu daha önce de gördük.



Luxell olarak kaliteli ürün ve hizmet önceliğimiz...

“Önümüzdeki dönem için kısa vadeli planlarımız içerisinde, ürün gruplarımız arasında yer alan ankastre grubu, solo fırınlar, setüstü ocaklar, mini fırınlar ve küçük ev aletleri kategorisindeki ürünlerimize yenilikler katarak ilerlemeyi hedefliyoruz.”



Bülent Denктаş
Luxell Pazarlama Müdürü

Firmamızın 70'li yıllardan bugüne kadarki pişirme ve sezonsal ürünlerdeki deneyimleri ciddi bir birikim. Bu birikimi tüketiciye en faydalı şekilde ulaştırmanın sorumluluğunu duyuyoruz. Bunun için durmadan yeni fikirler üretiyor ve Ar-Ge çalışmaları yapıyoruz. Profesyonel bir laboratuvar test sürecimiz bulunuyor. Üretim hattımızda teknolojik altyapıya önem veriyoruz ve bu konuda yatırımlarımız süreklilik arz ediyor.

Üretmek hassas bir iş. Doğru ürün, doğru fiyat, doğru hizmet kavramlarının senkronize bir biçimde gelişim göstermesi öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Ürünlerimizin konumlandırmasını ve satış noktalarındaki sunumları için pazarlama kararlarını verirken maksimum tüketici faydası gözetilmektedir. Ayrıca satış sonrası hizmetlerimizde titizlik prensibi ile hareket ediyoruz.

Açık ve net bir ifade ile “tüketicimiz ne istiyor” sorusunun cevabını bilmek ve çalışmalarınızı bu beklentiye cevap verecek şekilde planlamak sizi firma olarak doğruya götürecektir. Ürünleriniz ve hizmetleriniz bu cevaba göre şekillenmelidir. Çünkü yaptığımız işin odak noktasında tüketicilerimiz bulunmaktadır.

Yenilenmek süreklilik göstermelidir. Bu düsturla hareket ederek bu yıl ürün kategorilerimize birçok yeni ürün dahil ettik. Yıl içinde vitroseramik ankastre ocak serimizi, 3 gaz+1 elektrik ve 2 gaz+2 elektrik gözlü ocaklarımızı, domino gazlı ve elektrikli ocak çeşitlerimizi pazara sunduk. Buna paralelde önümüzdeki kısa süreç içinde Luxell ürün ailesine birçok yeni model katmayı planlıyoruz.

Ankastre ürün kategorimize yılın ikinci yarısında dahil olan antrasit renkli cam ankastre setler ile ankastre grubumuzun gücünü arttırdık. Kuvvetli pişirme özelliği sunan WOK serisi ankastre ocaklarımız tüketici talebi yüksek olan ürünlerimiz arasına girdi.

Yine bu yıl 70 litre tezgah üstü fırınımız ile mutfaklara profesyonel çözümler sunmayı hedefledik. Tezgah üstü fırınlar içinde 70 litre oldukça geniş bir iç hacim ve bu özelliği ile mini fırın pazarına yeni bir soluk kazandırıyor. Bizler, bu ve bunun gibi fark yaratan ürünleri pazara sunarken tüketici ihtiyaçlarını dikkate alarak planlamaya dahil ediyoruz.

Bu ürünümüz iç piyasada olduğu kadar ihracat kanallarımızda da talep gören bir ürün olarak yerini aldı.

Luxell markalı yeni elektrikli ısıtıcı modellerimiz ile kış sezonuna merhaba diyeceğiz. Özellikle konvektör pazarında bu kış önemli bir oyuncu olacak modellerimiz ile tüketicilerimizin karşısına çıkacağız. Ayrıca fanlı ısıtıcıda bir klasik olan modelimizin yenilenmiş haliyle şıklık ve güvenliği bir arada tüketicilerimize ulaştırmış olacağız.

Daha birçok yeni ürün ve yenilikler kısa vade planlarımız arasında bulunmaktadır. Fabrikamızın tüm birimlerinde çalışan takım arkadaşlarımız ile üretmeye devam ediyoruz.



Yaygın bir servis ağına sahibiz. Türkiye genelinde birçok noktada merkez servislerimiz mevcut. Satış sonrası vereceğiniz hizmet çok önemli ve ciddi bir iştir. Bu bilinç ve tavizsiz bir disiplin ile hareket ediyoruz. Servislerimize belirli periyotlarda eğitimler düzenliyoruz. Ayrıca müşteri memnuniyeti anketleri ile durumumuzun kontrolünü sağlıyoruz. Satış sonrası hizmetler, bir firmanın toplam kalite yansımasıdır diyebiliriz. Kapasitemiz büyüdükçe her birimin de eş zamanlı büyümesi kaçınılmaz oluyor.

Satış sonrası hizmetler birimimiz de sürekli artan hacim ile birlikte eş zamanlı olarak gelişmesini sürdürmektedir. Çağrı merkezi hizmetlerimizdeki başarılarımızı 2019 yılında verilen sertifikalar ile tescilledik ve yaptığımız çalışmaların karşılığı olarak aldığımız bu belgeler tabi ki onur verici oluyor. Burada bizleri asıl gururlandıran tüketicimizden aldığımız tek bir teşekkür sözcüğüdür.

İşimiz ve gelecek için heyecan duyuyoruz...

Heyecanlıyız, umutluyuz, üretiyoruz ve mutluyuz. Ülkemiz için üretiyoruz bilinci ile her bir çalışmamızın aidiyet hissetmesi mükemmel. Bu yıl tüm dünya ile birlikte alışık olmadığımız durumlar ile karşı karşıya kaldık. Ama bir an dahi içimizdeki enerji bitmedi. Umudumuz her daim yerinde kaldı.

Evet bir şeyler değişti, önemli olan bu değişime ayak uydurabilmektir. Üretim tekniklerimizi, hizmet anlayışınızı ve işleyişlerimizi güncelleyerek sektöre ve ülkemize hizmet vermeye devam ediyor ve yeni oluşumlar için heyecan duyuyoruz.



Samsung müşteri deneyimini farklı bir boyuta taşıyor

Zaman içerisinde gelişen trendler, teknolojik gelişmeler ve tüketici ihtiyaçları ile beraber Samsung Müşteri Hizmetleri de yenilikçi uygulamalarını geliştirmeye devam ediyor.

Samsung, müşteri hizmetleri alanında sunduğu yeniliklerle de farklılaşmaya devam ediyor. Müşterilerine sadece satış sonrası değil, satış öncesinde de müşteri destek uzmanları ile yardımcı olan Samsung, online satış mağazası üzerinden anlık olarak hizmet sağlıyor.

Kullanıcıların her zaman yanında

2018 yılından itibaren sunulan bu hizmet, özellikle Covid-19 sürecinde tüketiciler tarafından daha yoğun bir şekilde tercih ediliyor. Sosyal izolasyon ve sokağa çıkma yasakları sebebiyle evlerde daha çok zaman geçirmeye başlanılan ve mağazaların geçici olarak kapalı olduğu dönemde, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarında da önemli değişiklikler oldu. Online satış kanallarına olan talebin artması, Samsung e-promotör ekibinin de işlem hacimlerine yansıdı. Mağazalarda çalışan promotörleri online tarafa artış olduğu için e-promotör olarak konumlandıran Samsung bu sayede müşterilerin ihtiyaçlarını daha hızlı bir şekilde karşılama başarısı da gösterdi.

Samsung'un sunduğu e-promotör hizmeti herhangi bir online alışveriş tecrübesinden çok daha farklılaştırılmış bir şekilde tasarlandı. Bu hizmet sayesinde shop.samsung.com adresine giren tüketiciler, Samsung ürünlerini incelerken soru ve destek taleplerinden, satın alma süreçlerine hatta ürünlerin adreslerine teslim edilmesine kadar e-promotör ekiplerinden yardım alabiliyor. Fiziksel mağaza içinde alınan hizmet gibi bütün satış destek çözümlerinden yararlanabilen tüketiciler, e-promotör ekibi ile birlikte işlemlerini adım adım gerçekleştirebiliyor.

Bir deneyime dönüşüyor

Tüketiciler e-promotörlerin yardımıyla, yazışarak veya telefon ile görüşme yaparak ihtiyaçlarına çözüm bulabiliyor. Müşteriler ürün satın almaya karar verdiklerinde de güvenli sesli yanıt sistemi üzerinden veya web sayfasından satın alımı gerçekleştirirken, arka plandaki tüm koordinasyon ve takip e-promotör ekiplerince yapılıyor. Farklılaşmış ve uçtan uca tasarlanmış olan bu süreçler sayesinde müşterilerin online alışverişleri işlem olmaktan çıkarak bir deneyime dönüşüyor.

Çağın gerekliliklerine cevap veriyor

Çağın getirdiği değişikliklere uygun çözümleri kullanıcıları ile buluşturan Samsung, değişen ihtiyaçlara göre çeşitli geliştirmeler yapıyor. Uzun yıllardır hizmette olan "İşitme Engelliler" için sunulan video görüşme hizmetini Covid-19 döneminde bütün tüketicilerin kullanımı için geliştiren

Samsung, tüketicilerin kendi cep telefonları aracılığıyla evlerindeki beyaz eşya ve elektronik eşyaları için destek uzmanları tarafından kapsamlı



hizmet alabiliyor. Sunulan hizmet sayesinde kullanıcılar sorunlarına çözüm bulurken, müşteri taleplerinin de yüzde 80'i servis ziyaretine gerek olmadan çözüme kavuşturuluyor. Müşterilerden alınan geri bildirimler, sunulan hizmetten memnun kalındığı sonucunu gösteriyor.

Arzum'a yeni CFO atandı

Arzum'un CFO'luğuna Arda Altınok atandı. Altınok, tüm finansal süreçlerin yönetimine liderlik edecek.

Yeni Arzum CFO'su Arda Altınok, mezun olduğu Hacettepe Üniversitesi İktisat bölümünün ardından kariyerine Deloitte'da başladı. Türkiye ve USA'de çeşitli kademelerde deneyim kazanan Altınok, üst düzey yöneticilik görevlerinde de bulundu. 2014 yılından bu yana Doğuş Hospitality Group'da Finans Direktörü olarak görev almış olan Arda Altınok, Arzum'un tüm finansal süreçlerinin yönetimine liderlik edecek.

Arda Altınok, Deloitte Türkiye ve USA/New York'daki tecrübelerinde birçok büyük ve farklı sektörlerde şirketin uluslararası denetim standartlarına göre denetim süreçlerinin yürütülmesine, finansal raporlama, bütçe ve planlama süreçlerine liderlik etti. Doğuş Hospitality Group'da ise tüm otel grubunun finans süreçlerine liderlik etti; bütçe ve planlama, muhasebe, nakit yönetimi ve idari işler birimlerini yönetti. Türkiye ve yurtdışındaki tüm finansal süreçlerin başındaki kişi olarak merkezi finansal yönetimi sağladı.



Arda Altınok
Arzum CFO'su

REGAL'LE HAVANIZ HEP GÜZEL OLSUN!

Regal Temiz Hava Teknolojisi, özel filtresi sayesinde buzdolabı içindeki havayı temizler, böylece sebze ve meyvelerin tazelik süresini uzatır, koku oluşumlarını engeller.

TEMİZHAVA TEKNOLOJİSİ



REGAL

Simfer, ilk “500 Büyük Sanayi Kuruluşu” arasında 314. sırada

İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) ‘Türkiye’nin ilk 500 Büyük Sanayi Kuruluşu’ araştırmasının 2019 yılı sonuçları açıklandı.

2014 yılından beri Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşları arasında yer alan Simfer 2018 yılında 350. sıradaydı. Simfer, yükselişini 2019 yılında da sürdürerek 314. sıraya yükseldi.

Simfer Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Ustaoglu “Bugün, 1977’den beri yaptığımız yatırımların ve Ar-Ge çalışmalarının sonuçlarını yaşıyoruz. Her geçen gün istikrarla büyüyörüz. Çalışanlarımızın emeği ve tüketicilerimizin desteğiyle Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu listesinde 314. olmanın gururunu yaşıyoruz. Bu gurur bizimle birlikte tüm çalışanlarımızın.” dedi.

Simfer

Kuruluşundan bu yana bir aile şirketi olan Simfer, 1977’de Türkiye’nin ilk entegre katı yakıt sobası üretimi ile faaliyete başlamıştır. 1997 yılında pişirici grubu ürünlerinin üretimine geçerek faaliyet alanını genişletmiştir.

Teknoloji odaklı bir felsefeye sahip olan ve yeni iş fırsatlarını sürekli değerlendirmenin önemli olduğuna inanan Simfer, 2015 yılında soğutucu fabrikasını açarak 3 farklı üretim tesisi ile toplam 250.000 metrekare üretim alanına sahip olup, çalışan sayısını 2000’den fazlaya çıkarmıştır.



Simfer, 150’den fazla ülkeye ihracat yapan Türkiye’nin önde gelen beyaz eşya üreticilerinden biridir ve Türkiye’de 6 milyon adet yıllık üretim kapasitesine sahiptir.

Simfer, tesis ve Ar-Ge alanında yaptığı önemli yatırımlar ile patentli ürünlerini geliştirmeye devam ederken; Dünyanın farklı yemek kültürlerine göre tasarlanmış yüksek kaliteli, fonksiyonel ve kullanışlı tasarım ürünleri sunarak; mutfağın her evin kalbi olduğuna inanmakta ve evlerin kalbine dokunmaya devam etmektedir.

Ürün Gamı:

- Ankastre Ürünler (Fırın, Ocak, Davlumbaz, Mikrodalga, Bulaşık Makineleri, Kuzineler)
- Fırınlr (Solo, Midi, Mini)
- Ocak (Set üstü)
- Mikrodalga
- Su Sebili
- Aspiratör
- Klima
- İç Mekan Isıtıcıları
- Dış Mekan Isıtıcıları
- Hava Soğutucular (Serinleticiler)
- Derin Dondurucular
- Ticari Dondurucu ve Soğutucular

DemirDöküm WhatsApp Hattı ile tüm hizmetlerini tek tıkla ulaşılabilir yaptı

Covid-19 pandemisiyle birlikte WhatsApp uygulamasıyla müşterilerine “EvdeKal” diyerek keşif destek ve görüntülü keşif hizmeti vererek büyük beğeni toplayan DemirDöküm, tüketici dostu hizmet kalitesini genişletti. DemirDöküm müşterileri, pandemi sonrasında da dilerlerse çağrı merkezini arayarak dilerlerse Whatsapp Hattı üzerinden tek tıkla tüm taleplerini iletebilecekler.

Türkiye’nin ısıtma sektöründe en iyi müşteri deneyimini yaşatan firması DemirDöküm, müşterilerinin hayatını dijital hizmetlerle kolaylaştırmaya devam ediyor. DemirDöküm, Covid-19 pandemisindeki sosyal izolasyon sürecinde müşterilerinin hayatını kolaylaştırmak ve tüm ihtiyaçlarını karşılamak için hayata geçirdiği Whatsapp Hattı uygulamasının içeriğini genişletti.

DemirDöküm müşterileri artık dilerlerse DemirDöküm Müşteri İletişim Merkezi numarası olan 0850 222 1 833 ile tek tuşla WhatsApp Hattı üzerinden de DemirDöküm’e 7 gün 24 saat ulaşabilecekler. DemirDöküm WhatsApp Hattı; müşterilerine servis talebinden, yetkili satıcı bilgisine, arıza bildiriminden, keşif talebine ve daha birçok bilgiye saniyeler içerisinde ulaşma imkanı sunuyor.



AYD’den AVM’lerdeki havalandırma sistemleri hakkında açıklama

Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği, Covid-19 döneminde AVM’lerin havalandırma sistemlerine dair bir açıklama yaptı.



Bilindiği üzere Covid-19 salgını ile mücadele için alınan tedbirler kapsamında, İçişleri Bakanlığı genelgesi doğrultusunda, AVM’lerin havalandırma sisteminde kesinlikle iç ortam havası kullanılmaması, havalandırma işleminin %100 dış ortam havası ile sağlanması ve merkezi havalandırma sistemleri dışında klima sistemlerinin kullanılmaması kararlaştırılmıştır. Bu nedenle de perakende mağaza alanlarında soğutma yapmak mümkün olamamaktadır. Yüksek sıcaklıkların etkili olduğu yaz mevsiminde, bu mahallerde çalışan mağaza personelinin mevcut düzenleme gereğince soğutma yapılamamasına bağlı olarak sağlık sorunları yaşadığı saptanmıştır. Dahası, bu uygulama ziyaretçiler için de son derece konforsuz bir ortam yaratmaktadır.

Tüm Türkiye’de, Covid-19 salgını ile mücadele kapsamında hizmet veremeyen alışveriş merkezleri ve perakendeciler, bilindiği üzere 11 Mayıs’tan itibaren kademeli olarak kapılarını yeniden ziyaretçilerine açmaya başladı. Yeniden açılışlarla birlikte ziyaretçi sayılarında belli bir düzelve eğilimi gözlemlenmişken havaların ısınması ve artan sıcaklıklar

nedeniyle alınan tedbirler kapsamında klimaların açılmaması tekrar bir durgunluk yaşanmasına neden olmakta ve organize perakende sektöründe ziyaretçi ve perakendede satış kayıplarını beraberinde getirmektedir.

Avrupa ve ABD örneklerine bakıldığında da diğer ülkelerde havalandırma ve klima sistemlerinin işletilmesine yönelik zorunlu kısıtlayıcı bir tedbir bulunmadığı görülmektedir. Konuyla ilgili teknik otorite olarak kabul edilen ASHRAE (American Society of Heating Refrigerating and Air Conditioning Engineers) kurumu da yayınladığı deklarasyonunda, iklimlendirilmemiş alanların insanlarda termal strese neden olduğuna, bunun da bağışıklığı olumsuz etkileyeceğine işaret etmiş ve iklimlendirme sistemlerinin devre dışı bırakılmasının virüsün bulaşmasını azaltmak için önerilen bir önlem olmadığına vurgu yapmıştır.

Merkezi olmayan soğutma sistemlerinin oluşturacağı ifade edilen riskin, periyodu arttırılmış bakım, onarım ve hijyenik temizlik kriterleri ile bertaraf edilebileceği kanaatini taşımaktayız. ‘Yeni normal’e geçiş sürecinde, alışveriş merkezleri ile perakende noktalarında gerek çalışanların ve ziyaretçilerin sağlığı ve konforu gerekse de ticari faaliyetlerin devamlılığı adına, söz konusu uygulamanın kamuoyu otoriteleri tarafından yeniden gözden geçirilerek değerlendirilmesi organize perakendeye destek olunması açısından büyük önem taşımaktadır.

Arçelik ve kamu bankalarından anlamlı iş birliği

Arçelik, salgının ekonomik etkilerine karşı koyabilmek için de çalışmalarını sürdürüyor. Ziraat Bankası, VakıfBank ve Halkbank ile iş birliğine imza atan Arçelik, kamu bankalarının hazırladığı sosyal hayatı destek kredi uygulamasına Türkiye'nin 81 ilindeki tüm Arçelik ve Beko bayileri ile katıldı.

Koronavirüs salgınının başladığı ilk günden itibaren çalışanlarının, müşterilerinin, tüm paydaşlarının ve toplumun sağlığı için önemli adımlar atan Arçelik, şimdi de salgının ekonomi üzerindeki etkileri ile mücadeleyle destek oluyor. Kamu bankalarının normalleşme sürecine geçiş ve sosyal hayatın canlanması için hayata geçirdiği düşük faizli Sosyal Hayatı Destek Kredisi uygulamasına Ziraat Bankası, VakıfBank ve Halkbank iş birliği ile katılan Arçelik, müşterilerine birçok imkan sunacak.

“Bayilerimizin işlerini canlandıracak”

Son yıllarda beyaz eşya sektörünün en hareketli olduğu dönemin Haziran ve Eylül ayları arasına denk geldiğini belirten Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, “Yaz aylarının gelmesi ile birlikte düğün alışverişlerinin başlaması, konut sektöründeki hareketlenmeler, Kurban Bayramı ve artan sıcaklar birçok ürün grubunda satışları artıran faktörlerin başında geliyor. Kredi ihtiyacının yüksek olduğu bu dönemde Ziraat Bankası,

VakıfBank ve Halkbank ile yaptığımız iş birlikleriyle müşterilerimize 12, 36 ve 60 aylık ödeme kolaylıkları sağlayacağız. Türkiye genelindeki tüm Arçelik ve Beko bayilerimizle katılacağımız bu uygulama, müşterilerimizin finansman ihtiyacını karşılarken kredi tutarını nakit tahsil edecek bayilerimizin işlerini canlandırarak.” ifadelerini kullandı.

60 aya kadar vade imkanı sağlıyor

Arçelik ve kamu bankaları arasındaki anlaşma 01 Temmuz 2020 tarihinden itibaren devreye girdi. Buna göre Türkiye'nin dört bir yanındaki Arçelik ve Beko bayilerinde satılan Arçelik, Beko, Grundig, Leisure, Flavel markalı beyaz eşya, küçük ev aletleri, iklimlendirme aletleri, ankastre ve televizyon ürünlerinin tamamı anlaşmaya dahil olacak. 3.000 liradan başlayan ve 30.000 liraya kadar alınabilen krediler, aylık %0,55 faiz oranıyla azami 6 ayı ödemesiz olmak üzere 60 aya kadar vade ile kullanılabilir.



Can Dinçer
Arçelik Türkiye Genel Müdürü

TP Vision ve Bowers & Wilkins markaları iş birliği yaptı

Premium televizyon ve ses markası Philips TV & Sound'un lisanslı sahibi olan TP Vision; efsanevi ses mühendisliği şirketi İngiliz menşeli Bowers & Wilkins'le olan başarılı ortaklığını uzatma kararı aldığını açıkladı.

İlk olarak 2018 yılının Haziran ayında ilan edilen ortaklık, 2020 yılının ikinci yarısında piyasaya sürülecek olan yeni model OLED + ve küçük ekranlı LCD modellerinde de devam edecek. TP Vision ve Bowers & Wilkins iş birliği kapsamında bugüne kadar piyasaya sürülen üç farklı Ambilight'lı OLED +; tüketicilerden, sektör öncülerinden ve medyadan aldığı pozitif bildirimlerle son 18 ayda Avrupa'da gerçekleştirilen farklı etkinliklerde 95 adet ödül kazandı.

65" Philips OLED+984 modeli; TV pazarında performans ve tasarım özellikleriyle yeni bir referans noktası oluşturarak diğer tüm premium TV markaları tarafından ulaşılması gereken kalite standardı haline geldi.

TP Vision ve Bowers & Wilkins iş birliği; her iki markanın da kendi içlerinde sürekli olarak



geliştirmekte olduğu teknoloji kapasitesi, ürün geliştirme uzmanlığı ve üretim kabiliyeti sayesinde oldukça başarılı bir şekilde devam

ediyor. Her iki markanın da Avrupa'da üretim ve mühendislik tesislerinin bulunması iş birliğini daha verimli ve etkin hale getiriyor.

“Tüketiciciyi iyi motive etmeliyiz”

Birol Şengel; “Tüketicilerimizde izolasyon ve sonrasında temel ihtiyaçlar dışında haklı bir tasarruf eğilimi ve talep azalması görüyoruz. Ülkemiz ve insanlarımızın geleceği için daha yaratıcı, daha verimli çalışarak, tüketiciyi iyi motive etmeliyiz. Tüketicinin yeni normalden beklentisi artık evde kalmamak.”



Pozitera'nın ülkenin tamamına yayılan büyük bir aile olarak, çok çalışmaya, üretmeye ve sorumluluk almaya hazır olduğunu belirten Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı Birol Şengel “Büyük umutlarla başladığımız bu yılın 2. çeyreğinde yaşadığımız tüm olumsuzluklara rağmen bu yılı kaybetmemeye kararlıyız. Ülkemiz ve insanlarımızın geleceği için daha yaratıcı,

daha verimli çalışarak, tüketiciyi iyi motive etmeliyiz. Biz ülkenin tamamına yayılan büyük bir aile olarak, çok çalışmaya, üretmeye ve sorumluluk almaya hazırız. Araştırmalar gösteriyor ki; insanlar kendi başının çaresine bakmak amacıyla yaratıcı yerel çözümler üretmeye çalışacak. Pek çok mikro girişim ortaya çıkacak. Ülkemizin ekonomisini ayakta tutabilmek ve daha ileri taşıyabilmek için bu atılımları hem maddi hem manevi olarak elimizden geldiğince desteklemeliyiz. Teknolojik altyapı kurmaları için gereken vizyon desteğini ve teknik yardımları esirgememeliyiz.” dedi.

Tüketici güvenlik önlemleri hakkında öneriler duymak istiyor

Tüketici araştırmalarını çok yakından takip ettiklerini ifade eden Şengel “Bugünler evde kal iletişimi yaptığımız günlerden bile daha önemli. Hem tüketicinin ve ülkemizin

ekonomik geleceğini korumak, hem de birlikte çalıştığımız markalarımızın süreçten daha sağlam çıkmasını destekleyebilmek için doğru adımlar atmak temel amacımız. Tüketici davranışlarına göre, tüketicinin yeni normalden beklentisi artık evde kalmamak. Kendilerini pandemi karşısında verdikleri savaşı kazanmış hissetmek istiyorlar. Markalardan evde kalma söylemleri yerine, yeni normali koruyacak güvenlik önlemleri hakkında öneriler duymak istiyorlar. Beklentiler arasında en çok, alışveriş yapıp sosyalleşebilecekleri alanların hijyen önlemlerinin garanti edilmiş olması ihtiyacı var.” dedi.

Fiziksel ilişki kurmak isteyen tüketiciler mevcut

Şengel; “Tüketici, markalardan promosyon ve indirimlerle destek vermesini bekliyor. Önümüzdeki iyileşme günlerinde tüketiciyi ihtiyaç duyduğu tasarruf konusunda desteklemek, yerel mağazalarda alışveriş arttıracak kampanya fırsatları yaratıp hem alıcıyı hem satıcıyı korumak bizlere düşen önemli görevler arasında.” dedi.

Vestel'den istihdama büyük katkı

Yaklaşık 17 bin kişilik istihdam kapasitesiyle ülkenin öncü sanayi kuruluşlarından Vestel'den istihdama yeni ve büyük bir katkı geliyor. Vestel, Manisa'daki üretim fabrikalarına 603 yeni işçi alımı yapacak.

Vestel'in Manisa Vestel City'deki fabrikalarında görevlendirilmek üzere 603 işçi istihdam edilecek. Temmuz ayı sonunda tamamlanması planlanan yeni alımlarla, şirketin istihdam kapasitesinde yüzde 4'e yakın büyümeye sağlanacak.

İstihdam kapasitelerinin artırılması kritik önem taşıyor

Üretim ve istihdamda sürdürülebilirliği sağlamanın önemine dikkat çeken Vestel CEO'su Turan Erdoğan, “Vestel'de görev yapmak üzere Temmuz sonuna kadar mavi yaka çalışan kadromuza 603 kişi daha eklenecek. Vestel olarak her alanda olduğu gibi üretim ve istihdamda sürdürülebilirlik de en önemli gündem maddelerimizden birini oluşturuyor. Özellikle içinde bulunduğumuz bu zorlu süreçte istihdam kapasitelerinin korunması hatta artırılması kritik önem taşıyor. Neredeyse tüm dünyayı etkisi altına alarak, küresel ekonomide sarsıntılara neden olan pandemi sürecini ülke olarak başarılı bir şekilde yönetmeye devam ediyoruz. Süreç sona erdiğinde ekonomimizin güçlü kalması için biz ve bizim gibi şirketlerin daha çok üretmesi ve çalışması gerekiyor.” dedi.



Turan Erdoğan
Vestel CEO'su

“Hayalindeki Mutfağı Tasarla” yarışmasının kazananları belli oldu

Siemens Ev Aletleri’nin, geleceğin yaşam alanlarını tasarlama vizyonu doğrultusunda Home Art dergisi iş birliği ile düzenlediği “Hayalindeki Mutfağı Tasarla” proje yarışmasının kazananları online olarak düzenlenen ödül töreni ile açıklandı.

Siemens Ev Aletleri’nin Home Art dergisi iş birliği ile üniversite öğrencilerine yönelik düzenlediği “Hayalindeki Mutfağı Tasarla” proje yarışmasının sonuçları jüri üyelerinin ve öğrencilerin katılımıyla gerçekleşen online ödül töreninde açıklandı.

Öğrencilerin Siemens Ev Aletleri’nin ankastre ve solo ürünleriyle geleceğin yaşam alanlarını tasarladığı yarışmanın birincileri, görme engelli kişilerin mutfakta yemek pişirmesini kolaylaştıracak ‘Engelleri Aşan’ mutfak projesiyle Esra Adak ve Abdurrahim Erdiril oldu. Yarışmanın ikincilik ödülünü ise esneklik kavramı ile mutfak ve ofisi bir araya getiren projesiyle Emre Suadiye aldı.

Yarışma sonucunda birinciye Siemens EQ.9 connect, ikinciye ise Siemens EQ.9 Full Otomatik Espresso ve Kahve Makinesi hediye edildi.

Jüri üyelerini Serter Karataban, Emre Özgüder, Emre Evrenos, Hakan Kütahya, Özlem Yalım, Eda Tahmaz, Jale Kulin, Gülen Yıldız Üçler gibi mimarlar ve iç mimarların yanı sıra BSH Türkiye Pazarlama Direktörü Hilal Eksel Merter, Siemens Ev Aletleri Pazarlama Müdürü Ekin Sarfati, BSH Marka Pazarlama PR ve Event Müdürü Demet Kaptanoğlu ve Home Art Dergisi Yayın Yönetmeni Yasemin Savcı’nın oluşturduğu yarışmada kazananlar yüzlerce başvuru arasından değerlendirme sonucunda belirlendi.

Siemens Ev Aletleri, gençlere yönelik gerçekleştirdiği projeler ile kullanıcıların hayat kalitelerini artıracak teknoloji ve tasarımları öğrencilerin gözünden yorumlanması sağlayarak, geleceğin yaşamına ilham verecek bir platform oluşturmayı hedefliyor.



Vestel, Türkiye’nin uluslararası sürdürülebilirlik derecelendirmesi alan TL cinsinden ilk yeşil tahvil ihracını gerçekleştirdi

Vestel Şirketler Grubu, Zorlu Grubu’nun sürdürülebilirlik yaklaşımı Akıllı Hayat 2030 yolculuğunda önemli bir adım atarak; Türkiye’nin uluslararası bir derecelendirme kuruluşu tarafından onaylı TL cinsinden ilk yeşil tahvil ihracını Garanti BBVA aracılığı ile gerçekleştirdi. Yeşil tahvil aracılığıyla elde edilen gelirler, Vestel’in sürdürülebilirlik ve yeşil teknoloji yatırımlarında kullanılacak.

Sürdürülebilir büyüme ve dünya kaynaklarının korunması amacıyla uluslararası tahvil piyasalarına ihraç edilen yeşil tahvillerden elde edilen gelirler, yenilenebilir enerji kaynakları, yeşil teknoloji, çevreci ürünlerin geliştirilmesi gibi alanlarda kullanılıyor. Türkiye’nin öncü sanayi kuruluşlarından Vestel Şirketler Grubu, Türkiye’de gelirlerin tamamının doğa dostu yatırımlara harcanacak bu ihracı uluslararası derecelendirme olarak TL cinsinden gerçekleştiren ilk marka oldu. Uluslararası Sermaye Piyasaları Birliği’nin (International Capital Market Association-ICMA) Yeşil Tahvil Prensipleri’ne uygunluk açısından yapılan değerlendirme sonucunda en yüksek puanı alan ihraç; 100,5 milyon TL tutarında, 1 yıl ve 2 yıl vadeli iki alternatifle yatırımcılara sunuldu. Garanti BBVA aracılığıyla gerçekleştirilen yeşil tahvil ihracıyla Vestel, sürdürülebilir ürün kategorilerindeki satışları, Ar-Ge harcamalarını ve girişimcilik ile inovasyon çalışmalarını 2022 yılına kadar yüzde 50 oranında artırma

hedefine katkı sağlamayı hedefliyor.

Tüketicilerine daha iyi bir yaşam sunmak, gelecek nesillere daha yaşanılabilir bir dünya bırakmak amacıyla teknoloji ürettiklerini ifade eden **Vestel CEO’su Turan Erdoğan**, “Zorlu Grubu’nun Birleşmiş Milletler’in 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları’nı rehber edindiği Akıllı Hayat 2030 sürdürülebilirlik vizyonunu, Vestel olarak benimsiyor; iş stratejilerimizin merkezine koyuyoruz. Bu stratejiye paralel ortak tanımlı hedeflerle Vestel Şirketler Grubu olarak, geçmiş deneyimimiz ve sektörümüze özgü dinamikler çerçevesinde bu vizyonu hayata geçiriyoruz. Sürdürülebilirliğin en önemli kaldıraçının aslında finansman olduğunun bilincindeyiz. Bu sebeple, yeşil tahvil gibi finansal araçların kullanılmasına öncü olmaktan gurur duyuyoruz.

Sürdürülebilirliği müşteriler, çalışanlarımız ve faaliyet gösterdiğimiz topluluklar dahil tüm

paydaşlarımız için ortak değer yaratmamızı sağlayan bir iş modeli olarak tanımlıyor; tüm yatırımlarımızı sürdürülebilirlik ekseninde gerçekleştiriyoruz. Yeşil Tahvil ile koyduğumuz 2022 hedeflerini de Akıllı Hayat 2030 vizyonu çerçevesinde gerçekleştirdik. İhraç kapsamında elde ettiğimiz kaynağı su kaynaklarının korunması, karbon azaltımı, enerji verimliliği ve atıkların azaltılması gibi alanlara katkı sağlayan ARGE çalışmalarımız ve çevre dostu teknoloji yatırımlarımız için kullanacağız. Uluslararası bir derecelendirme kuruluşu tarafından onaylı TL cinsinden Yeşil Tahvil ihracı ile Türkiye’de bir ilke imza attık. Mevcut durumda bu alanda uluslararası arenada en itibarlı bağımsız bir yatırım ve sürdürülebilirlik derecelendirme kuruluşlarından biri tarafından değerlendirilerek en yüksek puanı aldık ve ‘Yeşil Tahvil Prensipleri’ne uygunluğumuz onaylandı. Bu yaklaşımın sektörümüzde de ivme yaratmasını ve sürdürülebilirlik eksenindeki çalışmaların artmasını diliyoruz.” şeklinde konuştu.

Şıklığı, ev temizliğiyle buluşturan
yüksek emiş gücüne sahip;

Yeni ET14442

MILA TREND

Toz Torbasız Elektrikli Süpürge



3 yıl
garanti

Televizyonunuzu temizlerken gözden kaçırılmaması gereken noktalar...

Koronavirüs döneminde evlerin hijyenini sağlamak herkes için öncelikli konuların başında geliyor. Bu dönemde evdeki eşyaları temizlerken özellikle elektronik cihazlar konusunda dikkat edilmesi gereken noktalar bulunuyor. Televizyonları temizlerken görüntü kalitesi ve hijyenini sağlamak için bazı adımların takip edilmesi önem taşıyor.



Türkiye'de evlerin temizliği her zaman ön planda gelen konulardan biri olmuştur. Bütün dünyayı etkisi altına alan pandemi süreci ile birlikte evlerin hijyeni daha da önemli bir konu haline geldi. Evlerdeki eşyalar dikkatle temizlenirken, bazı eşyaları temizlemenin de püf noktaları bulunuyor. Bu ürünlerin başında ise televizyonlar geliyor. Televizyon temizliği yaparken dikkat edilmesi gereken ipuçları Samsung tarafından kullanıcılar için derlendi.

İşte dikkat etmeniz gereken noktalar

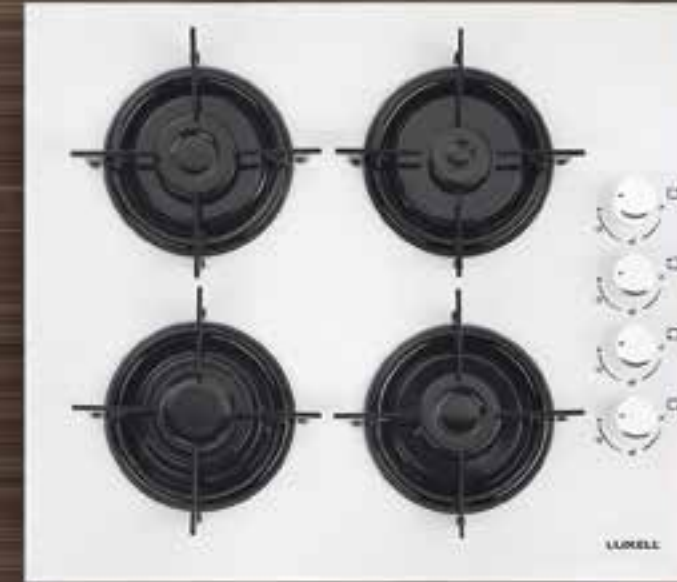
Televizyonları temizlerken hem çerçevenin hem de ekranın genel temizliği için yumuşak, temiz, tiftiksiz ve kuru bir bez kullanmak gerekiyor. Birçok Samsung televizyon ile bu amaçla kullanabilmek için mikro fiber bez de geliyor. Samsung QLED TV'nin sağladığı kaliteli görüntü ve üstün özelliklerinden

faydalanırken daha pürüzsüz bir görüntü elde etmek için temizliğe de önem verilmesi gerekiyor. Görüntü kalitesi ve TV'lerin hijyenini artırmak için aşağıdaki adımları takip edebilirsiniz:

- Televizyonunuzu temizlerken kesinlikle, balmumu ya da kimyasal maddeler kullanmamalısınız.
- Televizyonun gövdesini ya da ekranın yüzeyini temizlerken hafif nemlendirilmiş yumuşak bir bez kullanın.
- Temizleyiciyi direkt olarak ürünün yüzeyine sıkmayın. Aksi halde televizyonun yapısında solma ve bozulma, ekranın yüzeyinde de soyulma meydana gelebilir.
- Ürünü, yumuşak bir bez kullanarak ve sadece bir monitör temizleyicisi ile

temizleyin. Eğer TV temizleyicisinden başka bir temizleyici kullanmanız gerekirse su ile 1:10 oranında seyreltin.

- Ürünü temizlerken mutlaka fişini çekin. Aksi halde elektrik şoku veya yangın meydana gelebilir.
- Ürünü temizlerken, elektrik kablosunu çekin ve kuru bir bezle yavaşça temizleyin.
- Ürünün gövdesi kolayca çizilebildiğinden, sadece belirtilen türde bezler kullanın.
- TV temizliği için talimatlarda belirtilmediği sürece su kullanmamaya özen gösterin.
- Eğer talimatlarda belirtiliyorsa ürünü temizlerken suyu doğrudan ürünün yüzeyine ana gövdesinin üzerine spreyle sıkmayın.
- Ürünün içine su girmedikçe ve ürünün ıslak kalmadığından emin olun.



%40

'a varan

Enerji

Tasarruflu

3'lü

Ankastre

Setler



LUXELL®

Pişirmek ustalık ister

Etkili ve yetkili

Toptan ve perakende beyaz eşya tecrübemiz, güçlü alt yapımız ve yepyeni işbirliklerimiz ile sektörün dinamiklerini belirliyoruz.

Kalitesini tüm sektöre kanıtlamış markaların dağıtım faaliyetlerini ustalıkla yönetmeye devam ediyor ve onları en iyi şekilde temsil etmenin haklı gururunu yaşıyoruz.

f / gurseskurumsal

ig / gurseskurumsal

WhatsApp Hattı: 0532 413 43 63

Gürses Kurumsal A.Ş.
Gürses Plaza Birlik Mah. M. Akif İnan Cad.
No: 4 K: 2 Esenler / İstanbul
T: +90 212 429 40 00 pbx Mail: info@gurseskurumsal.com.tr
www.gurseskurumsal.com.tr

GÜRSES
KURUMSAL

Altus
geniş ürün yelpazesiyle
her evin ihtiyacını

iyi anlar

✓ **ALTUS**

Arçelik
Servis
Garantisi



altus.com.tr
444 0 888



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

ig / gurseskurumsal

f / gurseskurumsal



444 0 888

altus.com.tr

f / altustr



Perakende sektöründe tüketici davranışlarındaki değişim kalıcı olabilir

EY-Parthenon ve Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu tarafından hazırlanan Perakende Sektörü Araştırması'nın sonuçlarına göre; üst düzey yöneticiler perakende sektörünün 2020 yılında ortalama %30 daralacağını öngörüyor. Araştırma sonuçları perakende sektörü yöneticilerinin pandeminin etkisiyle tüketici davranışlarında en çok konum ve kanala yönelik tercihlerdeki değişimlerin kalıcı olacağını öngördüklerini ortaya koyuyor. Yöneticilerin %90'ı dijitale kayışın kalıcı olacağını, yaklaşık %70'i ise mağaza ve AVM'lerdeki hijyen talebinin uzun vadede de devam edeceğini ifade ediyor.

Çok uluslu strateji danışmanlık şirketi EY-Parthenon ve Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) iş birliğiyle gerçekleştirilen Perakende Sektörü Araştırması'nın sonuçları açıklandı. Türkiye'de sektörün önde gelen şirketlerinin üst düzey yöneticileri ile yapılan anketler sonucu oluşturulan araştırma; sektörün Covid-19 salgını öncesi performansı ve salgının ciroya etkileri, normalleşme ve ciro beklentileri, gelecek öngörüler, sektörü bekleyen riskler ve bu risklere karşı alınması gereken aksiyonları mercek altına alıyor. Araştırmaya katılan şirketlerin faaliyet gösterdikleri ana sektörler; restoran (yeme-içme), AVM, gıda-dışı perakende ve gıda perakendesii/market sektörlerinden oluşuyor.

Yatırım yılı 2020'de cirolar sert düştü

Araştırma sonuçlarına göre; 2020 yılı Türkiye perakende sektörü için iyi bir yıl olacağının işaretlerini veriyordu ve sektörün yaklaşık %81'i salgından önce 2020 yılı başında enflasyon oranında ya da üzerinde büyüme gösteriyordu. Araştırmaya katılan yöneticilerin yaklaşık %70'i şirketlerinin 2020 yılına yeni mağaza açarak veya yeni operasyonlara başlayarak girdiklerini belirtiyor. Ancak salgın etkilerinin görülmeye başladığı Mart ve Nisan ayları için yöneticilerin %84'ü şirketlerinde ciro düşüşü yaşandığını ve cirolarının ortalama %77 düştüğünü ifade ediyor.

Sektörün ortalama %30 daralması bekleniyor

Perakende sektörü yöneticilerinin %16'sı karantina önlemlerinin ortadan kalkmasının yılın son çeyrek dönemine veya daha ilerisine kalabileceğini öngörüyor. Bununla birlikte yöneticilerin %75'i tüketici davranışlarında normalleşmenin salgının sona ermesinin ardından en az 3 ay sonra gerçekleşebileceğini düşünüyor. Araştırma sonuçları; gıda perakendecileri haricinde tüm perakendecilerin sektörün 2020 içerisinde daralacağını beklediklerini ortaya koyuyor. Yöneticiler tüm yıl için sektördeki daralmanın ortalama %30 seviyesinde gerçekleşeceğini tahmin ederken, sektörde istihdamdaki daralmanın %17 ile sınırlı kalacağını öngörüyor.



Hane halkı harcama kapasitelerindeki düşüş sektör için en büyük riskler arasında

Perakende sektörü yöneticileri; talep ve tüketici davranışlarındaki değişimi, finansman ve likidite sıkıntılarını ve tedarik zinciri-lojistik sorunlarını gelecek 6-12 aylık dönemde sektör için yüksek risk barındıran alanların başında görüyor.

Araştırmaya katılan yöneticilerin %90'ı sektörü bekleyen en büyük riskler arasında makro gelişmeler sebebiyle işsizlik ve gelir kayıplarının oluşması ve hanelerin harcama

kapasitelerinin düşmesinin öne çıktığını ifade ediyor.

Modern fiziksel perakendeden uzaklaşmayacak

Araştırma sonuçları perakende sektörü yöneticilerinin pandeminin etkisiyle tüketici davranışlarında en çok konum ve kanala yönelik tercihlerdeki değişimlerin kalıcı olacağını öngördüklerini ortaya koyuyor. Yöneticilerin %90'ı dijitale kayışın kalıcı olacağını, yaklaşık %70'i ise mağaza ve AVM'lerdeki hijyen talebinin uzun vadede de devam edeceğini ifade ediyor.

Arçelik ve tedarikçileri arasında güçlü dayanışma

Arçelik Satınalma Direktörü Hakan Kozan, salgın süresince yaptığı çalışmalarla toplumun ve tüm paydaşlarının yanında olan Arçelik'in, tedarikçileri ile yaptığı güçlü dayanışmayı anlattı.



Hakan Kozan
Arçelik Satınalma Direktörü

Çinli tedarikçilerimizle iletişimimiz artık eskisinden daha kuvvetli

Salgının başlaması ile birlikte Çin'de bulunan 600 tedarikçimize İngilizce ve Türkçe olarak "Kalbimiz sizinle, iyileşeceğiz" mesajı gönderdik ve medikal maske sıkıntısı yaşadıklarını öğrendiğimizde bu kez Arçelik olarak biz onların tedarikçisi olduk. Hızlıca faaliyete geçerek 500 bin adet üzerinde maskeyi kendilerine ulaştırdık. Ticari bir yaklaşımın ötesinde insani değerleri ön plana çıkaran ve zor zamanda iş ortaklarımızın yanında olduğumuzu gösteren yaklaşımımız, üretime yeniden başlayabildiklerinde sevkiyatlarında önceliği bizim siparişlerimize vererek üretimimizin aksamamasına katkıda bulundular. Mart ayında bu kez Türkiye'de salgının yükselişe geçmesiyle birlikte bizi duyulandıran başka bir konu da bu kez onların bize bedelsiz olarak maske göndermesi oldu.

Türkiye'deki tedarikçilerimizle anlık olarak iletişimdeyiz

Türkiye'de bulunan 200'ün üzerindeki tedarikçimizle salgının ilk günlerinden itibaren kurduğumuz WhatsApp grupları üzerinden haberleşmeye başladık. Bu sayede tedarikçilerimizdeki ve fabrikalarımızdaki tüm gelişmelerden anında haberdar olarak adımlarımızı bu bilgiler ışığında attık; riskleri birlikte değerlendirdik ve deneyimlerimizi paylaştık. İhtiyaç belirten yerli tedarikçilerimize 20 bin üzerinde uygun fiyatlı maske sağladık.

Ayrıca Türkiye'de görülen ilk vaka ile birlikte fabrikalarda alınan önlemlerimizi tedarikçilerimiz için kurduğumuz portal üzerinden paylaştık. Tedarikçilerimizle güç birliği yaptığımız başka bir konu da tedarik zincirimizi korumak adına emniyet stokları oluşturmaktı. Bu sayede üretimimizde hiçbir aksama yaşanmadı.

Düzenlediğimiz geniş katılımlı webinar ile tecrübelerimizi paylaştık

Türkiye'deki tedarikçilerimize işletmelerinde alabilecekleri önlemleri ve yeni normal hakkındaki görüşlerimizi aktardığımız bir webinar düzenledik. Alanında uzman isimlerin tecrübelerini aktardığı bu etkinliğimizden 500'ün üzerinde katılımcı faydalandı. Ayrıca seminerimizin kaydını tedarikçi portalımıza da yükleyerek katılmayanların ulaşabilmesini sağladık.

TSE COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi için teknik destek sağlıyoruz

Arçelik olarak Türk Standartları Enstitüsü'nün (TSE) belirlediği enfeksiyon önleme ve kontrol prosedürlerini eksiksiz bir şekilde yerine getirdik ve geçtiğimiz detaylı denetimler sonucunda, tüm işletmelerimizde TSE COVID-19 Güvenli Üretim Belgesi almaya hak kazandık. Bu belgeyi almak isteyen tüm tedarikçilerimize teknik destek veriyoruz.

Zuchex Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı'ni bu yıl hibrit fuar olarak kurguladık

“Zuchex'te her zaman olduğu gibi yine fuar alanında katılımcı firma standlarında ziyaretçilerimize ev sahipliği yaparken, bir taraftan da ilk defa Zuchex'te uygulayacağımız “Online B2B” programıyla, yurt içi ve yurt dışından satın almacıları, dijital ortamda katılımcı firmalarla buluşturacağız.”

Bu yıl yepyeni bir konsept ile karşımıza çıktınız. “Türkiye'nin İlk Hibrit Fuarı” temasıyla yola çıktığınız 31. Uluslararası Zuchex Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı'nda beklentileriniz nelerdir?

Gösterdiği ihracat başarısıyla yıllardır dış ticaret fazlası veren yerli ev ve mutfak eşyaları sektörü, 10-13 Eylül tarihlerinde Tüyap Beylikdüzü'nde 31.sini gerçekleştireceğimiz Zuchex fuarında buluşacak. Bölgesinin lider, dünyanın üç büyüğünden biri olan Zuchex, T.C. Ticaret Bakanlığı, KOSGEB, İMMİB (İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri) ve ZÜCDER (Züccacıyeciler Derneği) destekleriyle, bu yıl 10 salonda toplam 75 bin metrekareye yakın kapalı alanda gerçekleşecek. Fuarımız, bu yıl öncekilere göre biraz daha farklı olacak. Zuchex'i bu yıl hibrit fuar olarak kurguladık. Yani her zaman olduğu gibi yine fuar alanında katılımcı firma standlarında ziyaretçilerimize ev sahipliği yaparken, bir taraftan da ilk defa Zuchex'te uygulayacağımız “Online B2B” programıyla, yurt içi ve yurt dışından satın almacıları, dijital ortamda katılımcı firmalarla buluşturacağız.

Tüm dünyada etkinlikler ve fuarlar online olarak yapılmaya başlandı. Fuar öncesinde gerçekleştirdiğiniz dijital çalışmalardan bahsedermisiniz?

Zuchex'i ziyaret etmek isteyip de gelemeyen satın almacıların, “Online B2B” programımız sayesinde fuara katılan firmalar ile önceden randevulaşarak fuar sırasında online toplantılar yapabilmelerini ve ürünleri yerinde görebilmelerini sağlayacağız. Geride bıraktığımız son 2 fuarda, çoğunluğunu zincir perakende firmaları ve satın alma heyetlerinin oluşturduğu 60 binden fazla profesyonele ev sahipliği yaptık. Hibrit fuar konsepti altında, sahip olduğumuz bu satın almacı portföyünü, Temmuz ayı ile birlikte katılımcı firmalarımızın kullanımına açtık. Eylül ayındaki fuar sırasında önceden belirlenen online randevularla katılımcı firmalarla satın almacıları dijital ortamda bir araya getireceğiz. Böylece aralarında dünya perakende devlerinin de olduğu binlerce satın almacı ile başta Türkiye'nin dünya markaları olmak üzere



Ebru Causey
Tarsus Turkey Fuar Direktörü

yüzlerce yerli üretici firmaya hem dijital ortamda hem de fuar alanında yeni ticaret fırsatları yaratacağız.

Bu yıl B2B görüşmeleri online olsa da fuar ziyaretçi de kabul edecek. Bu noktada ne gibi önlemler aldınız? Fuar alanının ve katılımcıların hijyeni konusundaki çalışmalarınız nelerdir?

Tarsus Turkey; katılımcılarının ve ziyaretçilerinin güvenliğini her zaman ön planda tutan bir şirket olarak konuyla ilgili ulusal ve uluslararası sağlık otoritelerini takip ederek gerekli önlemleri almaktadır.

Tüm bu konular Bakanlığın yönergeleri doğrultusunda belirleniyor. Ayrıca ek olarak Covid-19 sonrası küresel çapta etkinlikleri yeniden başlatmak için nasıl çalışılacağını ve herkesin güvende kalmasını sağlamak üzere hangi uygulamaları hayata geçirmemiz gerektiğini gözden geçirdik. SISO, IAEE, UFI ve AEO gibi sektörel kuruluşlar tarafından üretilen operasyonel yönergelerle dayanarak

TRUST TARSUS çerçevesini geliştirdik. Tarsus Turkey olarak tüm çalışmalarımızı ve planlamalarımızı “TRUST TARSUS” programı kapsamında hem katılımcı firmalarımız, hem ziyaretçilerimiz hem de çalışanlarımız için en uygun şekilde yapıyoruz. Bununla birlikte artan hijyen ve dezenfeksiyon programları konusunda TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi ile de yakın bir çalışma yürütüyoruz, Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığının ve Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) talimatlarını yakından takip ediyoruz.



Tüm uygun sağlık önlemlerinin alındığından ve devlet tavsiyelerinin yanı sıra Dünya Sağlık Örgütü'nün tavsiyelerinin yakından takip edildiğinden emin olmak için uyum içinde çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Bu yıl katılımcı sayısının düşeceğini düşünüyor musunuz? Bu noktada hangi adımları atacaksınız?

Ev ve mutfak eşyaları sektöründe ticaretin pik yaptığı iki ana dönem var. Bunlardan birisi ilkbahar, diğeri de sonbahar dönemi. İlkbahar döneminde güncel durum nedeniyle dünya genelinde gerçekleşemeyen etkinlikler ve fuarların tamamı Eylül sonrası döneme kaydı ve dolayısıyla hem yurt içindeki hem de dünya genelindeki büyük satın almacılar da satın alma kararlarını bu süreçte sonbahar dönemine ötelemek durumunda kaldı. Diğer taraftan pek çok firma, her şeye rağmen üretimlerine devam ederek stok yaptı. Yeni normal döneme girmemizle birlikte ticaretin olmazsa olmazı fuarlar da sonbaharla birlikte sektörel ticareti yeniden hareketlendirecek birinci adres olacak. Eylül ayında kapılarını açacak olan Zuchex, alanında 2020 yılının en büyük fuarı. Tüm dünyanın ev ve mutfak eşyaları ticaretinin gerçekleşeceği nokta diyebiliriz. Sadece Türkiye'den değil, tüm



olan katılım yoğunluğu ve ilgi de bunu kanıtıyor. Dolayısıyla bu yılki fuarın katılımcı sayısında bir düşüş söz konusu değil.

Yeni normal süreç ile birlikte yeni kurallar da hayatımıza girdi. Bu yıl gerçekleştirilecek olan fuarı önceki yıllara göre farklı kılan nedir?

Bu virüsün belirli bir süre daha hayatlarımızın bir parçası olacağı gerçeğini göz önünde bulundurarak ve buna yönelik gerekli aksiyonlarımızı alarak işlerimizi sürdürmeye devam edeceğiz. Zuchex için bu yıl en önemli farklılık Hibrit fuar kurgusu. İlk kez uygulayacağımız Online B2B programı ile Zuchex, hem fuar alanında yüz yüze görüşmelerin yapıldığı hem de dijital ortamda ticaretin döndüğü büyük bir ticaret platformu haline gelecek. Bununla birlikte yeni normal sürecin beraberinde getirdiği hijyen, mesafe ve maske kuralı da hem katılımcı firmalarımız hem ziyaretçilerimiz hem de bizler için farklı bir fuar deneyimi yaşatacak.

31. Uluslararası Zuchex Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı öncesinde katılımcılara ve firmalara herhangi bir mesajınız var mıdır?

Zuchex katılımcısı firmalar, yeni iş bağlantıları kurabilecekleri gibi mevcut bağlantılarını da güçlendirerek koruma fırsatı yakalayacak. Bu yıl ilk kez uygulayacağımız Online B2B programı da katılımcı firmalarımıza önemli bir katma değer yaratacak. Ayrıca katılımcılarımız, sektörlerinin en iyi firmalarıyla bir arada bulunarak marka bilinirliklerini artırıp, marka değerlerini yükseltebilecekler. 2021 koleksiyonlarını, ürünlerini, tasarımlarını, teknolojilerini sektörün dünyadaki en büyük 3 buluşma adresinden birisi olan Zuchex'te hedef kitlelerine doğrudan, kolayca tanıtabilecekler. Fuarı ziyaret eden potansiyel alıcılara hem fuar alanında yüz yüze hem de dijital ortamda birebir bağlantılar kurarak pazarlarını genişletip, yeni satış anlaşmaları gerçekleştirebilecekler. Türkiye ve dünya pazarlarında yeni partnerler seçme fırsatı bulabilecekler. Aynı zamanda mevcut bayilik, yetkili satıcılık ve franchising ilişkilerini de geliştirebilecekler. Özetle Zuchex katılımcıları, dört gün boyunca, fuarın kendilerine sunduğu eşsiz ticaret fırsatlarından yararlanacaklar. Online B2B programımız ve Overseas Buyer programımızın da katkılarıyla, hem dünyanın dört bir tarafından hem de Anadolu'nun farklı noktalarından büyük satın almacıları Zuchex'te, ev ve mutfak eşyaları sektörüyle buluşturarak, milyar dolarlık ticarete ev sahipliği yapacağız. Dolayısıyla sektörün tüm paydaşlarını Zuchex 2020'nin kendilerine sunduğu eşsiz fırsatlardan yararlanmaya davet ediyoruz.

IFA 2020'de sağlık ve güvenlik birinci öncelik

Uluslararası markalar, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründen şirketler ve start-up'lar IFA 2020 Special Edition'da öne çıkan ürünlerini; standlarında, basın toplantılarında ve IFA oturumlarında sunacak.

3 - 5 Eylül tarihleri arasında Berlin'de gerçekleşecek olan bu yılki IFA Özel Fuarı için ziyaretçi ve medya kayıtları tüm hızıyla devam ediyor.

IFA Direktörü Dirk Koslowski yaptığı açıklamada "Sanayi, perakendeciler ve medya temsilcileriyle yaptığımız tartışmalarda, gelecek şovla ilgili heyecanı hissedebildik. Sektöre ve ticarete yeni ürünler ve yenilikler sunmak ve tüketicilere ulaşmak için yardımcı olmak bizim yeteneğimiz ve güçlü irademiz. Fuar organizatörü olarak, IFA 2020 Special Edition konseptimizin tüm ortaklara başarılı ve güvenli bir katılım sağlayacağına inanıyoruz." dedi.

IFA NEXT, SHIFT Mobility ve IFA Global Basın Konferansı ile zenginleşecek etkinlikte aşağıdaki katılımcılar son hizmet ve ürünlerini katılımcılarla paylaşacak; Ataraina / Yaratıcı Teknoloji, AVM, Bissell, Bleu Jour, BSH, ECOVACS, GN İtirme, Haier, ONUR, Huawei, JVC Kenwood, Miele, Neato Robotics, Qualcomm, Realme, Satisfyer, Schneider Electric, Shelly / Allterco, TCL, TP-Link, TUYA, Wessel-Werk.

Medya temsilcileri ve ticari ziyaretçiler için kayıtlar sürüyor

Gelişen pandemi durumu nedeniyle IFA 2020 Special Edition'a katılmak için önceden kayıt gerekli durumda. Kayıtlı katılımcılar, IFA 2020 Special Edition'ın dijital uzantısı olan Xtended Space'e de erişebilecekler.



IFA 2020 Special Edition, B2B işlevlerine odaklanan fiziksel bir etkinlikten oluşuyor. Endüstri ve ticaret için bir buluşma noktası olan IFA fuarında IFA NEXT ve IFA Global Market, SHIFT Mobilitesi ile bir araya gelerek sektörün geleceğini temsil ediyor. Etkinliğin farklı bölümleri ticari ziyaretçilere yönelik olsa da, medya temsilcileri en son ürün ve hizmetleri, basın brifinglerini ve IFA temel notlarını yalnızca IFA Global Basın Konferansları'nda deneyimleyebilir.

3 ile 5 Eylül arasında, sınırlı sayıda katılımcı ile üç günlük bir etkinlik olarak gerçekleşecek olan IFA 2020 Special Edition'da sağlık ve güvenlik birinci öncelik.

Dijital IFA Deneyimi

Sanal bir uzantı olan "IFA Xtended Space", fiziksel etkinliğin, sunumların, eşleme araçlarının ve dijital ürün tanıtımlarının canlı ve isteğe bağlı akışı ile tamamlanacak.



Ailemizin Yeni Üyesi Arzum Shake'N Take Joy

Arzum Shake'N Take Joy'un kahve ve baharat öğütücü aparatı ile fark yaratın. Sağlıklı ve keyifli yaşam her zaman, her yerde sizinle.

SHAKE'N TAKE JOY



KAHVE VE
BAHARAT
ÖĞÜTÜCÜ

Samsung'un Türkiye'deki ilk klima mağazası açıldı

Samsung, hem çalışanların hem de müşterilerinin sağlığı için gerekli tüm önlemleri alarak Türkiye'deki ilk klima mağazasını İzmir'de açtı. Sadece klima satışının yapılacağı bu mağazada tamamen klimalar konusunda uzman ekipler görev yapacak. Böylelikle tüketiciler ihtiyaçlarına en uygun klimayı seçebilecek.



Tüm önlemler alındı

Koronavirüs salgınında vaka sayısının azalmaya başlaması ve hayatın yavaş yavaş normale dönmesiyle birlikte sıcak yaz havaları da yaklaşıyor. Ege'nin sıcaklarından korunmak ya da yaz mevsimine yeni bir klima ile taptaze bir başlangıç yapmak isteyen tüketiciler, Samsung'un ilk kez İzmir'de Girne Caddesi'nde açılan ve sadece klima satışı yapan mağazasını ziyaret ederek beğendikleri ürünü satın alabilecek. Çalışanların ve müşterilerin sağlığı için gerekli tüm önlemlerin alınarak açıldığı mağazada, tüketiciler tamamen klimalar konusunda uzman ekiplerin yardımı ile ihtiyaçlarına en uygun klimayı da kolaylıkla seçebilecek. Bu satış noktalarında Samsung Split ve Multi Split klimaların yanı sıra aynı anda hem iklimlendirme hem sıcak su elde edebileceğiniz Isı Pompası Sistemleri, merkezi iklimlendirme ve havalandırma ürün grubu (DVM) ve Chiller ürün grubuyla ilgili müşterilere projelendirme, tasarım, uygulama ve danışmanlık hizmeti de verilecek.

Mağaza içerisinde herkesin sağlığı için hem çalışanlar hem de müşteriler maske takıyor ve 2 metre sosyal mesafe de korunuyor. Samsung, temmuz ayında İzmir'de iki tane daha açacağı bu klima mağazalarını, önümüzdeki aylarda başka illerde de açarak yaygınlaştırmayı planlıyor.



Goldmaster

MATRIX

Tıraş Makinesi

Gerçek Sakala, Gerçek Tıraş Deneyimi.

Sert sakal tipi için özel olarak geliştirilmiş ultra güçlü motor teknolojisine sahiptir. Kendi kendini bileyen daima ultra keskin çift taraflı paslanmaz çelik bıçakları ile performansı üst seviyeye çıkarır. Profesyonel kullanıma uygun olan MATRIX' de 1mm-16mm aralığında saç kesme fonksiyonu bulunur. Saç, sakal, kulak ve burun için tek bir MATRIX Erkek Bakım Seti bütünüyle en iyi çözümü sunar. MATRIX 12in1 (5 başlık ve 7 tarak) özelliği ile diğer tüm makinelere göre daha fazla kıl yakaladığını kanıtlamıştır.

IPX7 SU GEÇİRMEZLİK ÖZELLİĞİ



1,5 saatte hızlı şarj

Kablolu - Kablosuz Kullanım

Özbekistan'da kurulan Texnopark'ın satış sonrası servis ve müşteri deneyimi kurulumu HTS Teknik Hizmetler'e emanet...

HTS Teknik Hizmetler, Özbekistan'da kurulan ve son yılların en büyük sanayi projesi olarak kabul edilen "Texnopark"ın tüm satış sonrası servis ve müşteri deneyimi çalışmalarını üstlendi.



Özbekistan Cumhurbaşkanı Mirziyoyev tarafından adım adım takip edilen proje 400.000 m²'lik alana kurulacak. Bu alan içinde üreticiler cihazlar arasında VRF klima sistemleri, ticari soğutucular, beyaz eşya ve gaz sayaçları bulunuyor. Aralık 2019'da başlayan projenin ilk etabı olan GSM kartlı akıllı sayaçlar şu anda tamamlandı ve devreye alındı. Şu an itibarıyla bu serviste 48 kişilik bir ekip çalışmalarını yürütüyor. Bu ekip gaz dağıtım şirketleri tarafından kurulan gaz sayaçlarının kontrolü ve devreye alınması için çalışıyor. İlk yılda 2 milyon adet gaz sayacının devreye alınması planlanıyor. Serviste kullanılan ekipmanların (Gaz detektörleri, torkmeterler ve el aletleri) %90'ı Türkiye'den temin edildi.

HTS tarafından Texnopark'ta kurulan yazılım, son teknolojik gelişmelerden faydalanarak tasarlandı. Bu sistemde çağrı merkezine gelen çağrının adresi girildiği anda, teknisyenlerin konumu, bekleyen işleri ve önceden yaptığı işlerin istatistiği kullanılarak en uygun kişiye otomatik olarak atama yapılıyor.

Müşteriye de anında SMS ile randevu saati veriliyor. Bunun dışında operatörler "sürükle ve bırak" sistemini kullanarak istedikleri gibi atama yapabiliyor ve yapılan otomatik atamaları değiştirebiliyor.

Texnopark'ta HTS tarafından kurulan yedek parça yönetim sistemi ise optimum soğun sağlanması için, gelişmiş bir algoritma kullanarak yedek parça siparişlerini oluşturuyor. Bu algoritma yedek parçanın hareket trendi ve emniyet stoğunu göz önünde bulundurarak çalışıyor.

Teknisyenler kendilerine atanan işleri onlara tahsis edilen tabletlerden görebiliyorlar. Ayrıca teknisyenin durumunu ve iş planını takip etmek ve performansını ölçmek için teknisyen sürekli tablettten statüsünü güncelleyebiliyor.

2007 yılında kurulan HTS, Türkiye'nin öncü satış sonrası hizmetler sağlayıcısı ve Türkiye'de faaliyet gösterdiği gibi Orta Asya, Kuzey Afrika ve Orta Doğu'daki dayanıklı tüketim firmalarına da tecrübelerini aktarıyor.



DELTA

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
(Dondurucu / Soğutucu)



DCF 280 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)



DCF 387 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)



DCF 466 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)

UĞUR
GÜVENCESİYLE

Yeni nesil pazarlamanın şifreleri

Her insan mutlu olmak ister. Kimi mutluluğu başarıyla, kimi parayla kimi de iyi ilişkilerle ölçer. Ama herkesin ortak bir mutluluk ve huzur mekanı vardır. Evimiz.



(POSITIONING) ve reklam iletişim stratejisiyle (PROMOTION) hedef alıcı gruplarına ulaştırmaya çalışırız.

Peki evinde güvenlik ve gelecek kaygısıyla yaşayan tüketicilerin dünyasına nasıl girecek ve onların ilgisini nasıl çekeceğiz? Yeni nesil pazarlama uygulamalarını nasıl hayata geçirebiliriz?

Nöro pazarlamayı keşfedin

Son yirmi yıldır yapılan araştırmalar insanların mantıksal nedenlerden daha çok duygusal motivasyonlarla satın alma yaklaşımı sergilediğini göstermiştir.

Duygu temelli satın alma eylemi nöro pazarlama olarak isimlendirilen çağdaş pazarlama yaklaşımını doğurdu. Nöro pazarlama üzerinde çalışmalar yapan bilim insanları müşterinin beynindeki satın alma düğmesine basabilmek için dört aşamalı bir model öneriyorlar.

1.SIKINTIYI BELİRLE

Üretilen tüm ürün ve hizmetler bir sıkıntıyı ortadan kaldırmak ve yeni bir kolaylık ya da fırsat yaratmak için arz edilmektedir. Tüketicinin sıkıntısını anlamak ve ifade etmek nöro pazarlamanın ilk evresidir. Covid 19'un yarattığı ev hapsindeki en önemli tüketici sıkıntılarından bir hijyen olmuştur. Sıkıntı yaratan ve çözüm arayışı doğuran diğer önemli ihtiyaç ise evde keyifli zaman geçirebilmektir.

2.İDDİAYI FARKLILAŞTIR

İkinci aşama sıkıntıyı ortadan kaldıracak bir iddia ortaya atmak ve "iddiayı farklılaştırmak"tır. Tüketicinin sıkıntısını çözecek ürün ya da hizmeti net bir şekilde anlatacak argüman yaratılmalıdır.

Örneğin sıkıntı dışarıdan ekmek alamamaksa. "Ekmeğini evde kendin yap!" ifadesi hem sıkıntıyı hem de çözümü içinde barındıracak bir söylem olacaktır.

3. KAZANCI GÖSTER

Nöro pazarlamada üçüncü aşama ise ortaya koyulan çözümün faydalarına işaret eden "kazancı gösterme" boyutudur. Bu aşamada ürün ve hizmetin ortaya koyacağı fayda ifade edilmelidir. Tüketiciler açısından fayda faktörleri dört unsurla açıklanır. Para, zaman, konfor ya da statü kazanmak. Eğer ortaya koyduğunuz çözüm bu dört unsurdan en az

birini sağlıyorsa faydalıdır ve tüketici zihninde anlam ifade eder. Dolayısıyla ürünlerinizin net faydasını doğru ifade etmelisiniz. Aynı örnekten hareketle bu üç aşamayı içeren mesajı şu şekilde kurgulayabiliriz. Ekmeğini evde kendin yap hem hijyeni hem ekonomini koru!

4.ESKİ BEYNE İLET

Dördüncü aşamada ise pazarlama mesajlarımızı tüketicinin beyninin karar verici bölgesine iletme stratejileri vardır. Evrimsel olarak gelişen insan beyninin karar verici bölgesine "ilkel beyin" adı verilmiştir. İlkel beyin denmesinin nedeni, içgüdüsel olarak hayatta kalmayı en önemli güdü olarak taşıması ve tüm eylemlerine bu motivasyonla karar vermesinden kaynaklanır.

İlkel beyne mesaj iletebilmenin nöro pazarlamada tanımlanmış altı yolu vardır. Bu altı yol ilkel beynin altı karakteristik özelliğine bağlı olarak izlenir.

Birincisi ilkel beyin "bencil" olma özelliğidir. Evet ilkel beyin bencildir. Yani sadece kendini düşünür. Bu nedenle verilen mesajlarda "sen" ifadesini ön plana çıkartmak gerekir. Sana özel, senin için, sen ve ailen gibi söylemler ilkel beyne derinden etki eder.

İkinci özellik "görsel sevmesidir". Bir resim bin kelimeden daha çok şey anlatır. Bu nedenle oluşturulan pazarlama mesajlarında görsellerden yararlanılması çok önemlidir.

Üçüncü ilkel beyin özelliği "somut sevmesidir". İlkel beyin "12000 BTU klima" ifadesinden anlamaz. "3 dakikada odanız buz gibi soğuk olur ve yazın rahatça evde otursunuz" ifadesi daha anlaşılır gelir. "2000 watt güç" ifadesi ilkel beyin için bir şey ifade etmez. "Ütünün güçlü buharı kırsıklıkları saniyeler içinde açar" demelisiniz.

Dördüncü bir ilke olarak, ilkel beyin "başlangıcı ve sonu hatırlar". Müşteriye ilk ve son söyledikleriniz çok önemlidir. Bu nedenle telefonda, e-posta da ya da yüz yüze iletişim



Devrim ERSÖZ
Yönetim Danışmanı - Yazar

ve satışta ilk ve son söylediklerinize dikkat edin.

Beşincisi ise "zıtlık sevmesidir". Eskiye yeniyile, zayıfı güçlüyle, soluk olan parlak olanla karşılaştırır ve zıtlıktan ilham alır. Şu ifadeye dikkat edin. "Elektrik süpürge artık eskisi kadar güçlü değil mi? Yeni güçlü, torbasız süpürgeyle tanışın. Konforu siz de yaşayın" Veya şu nasıl "Buzdolabınız çok mu eskidi? Yeni düşük enerji tüketimli buzdolabı ile faturalar cebinizi artık yakmasın!"

Altıncı olarak ilkel beyin "duygusal" olduğunu söyleyebiliriz. İçinde ve duygusu olan söylemlere, hikayelere bayılır. Bu tost makinasının ambalajları sığınma evlerindeki şiddetten kaçan üretken kadınlar tarafından hazırlanıyor" ifadesi size ne hissettirdi?

Değişen dünyada tanımlanan satıcı yetkinlikleri arasında değişim yönetimi, küresel bakış açısı, problem çözme ve dijital pazarlama başlıkları önemli bir yer tutuyor.

Ekonomi alanındaki lisansüstü tahsilini takiben Amerika'da yetişkin eğitimi üzerine eğitim almıştır. Küresel ölçekteki şirketlerde satış, pazarlama, eğitim ve yönetim alanlarında 20 yılı aşan profesyonel deneyime sahiptir. Beş satış ve pazarlama kitabının yazarı ve İstanbul Üniversitesi misafir öğretim görevlisidir. Halen Türkiye ve yurtdışında eğitim ve danışmanlık hizmetleri vermektedir.

www.devrimersoz.com

Ancak anlattıklarım, doğrudan ya da dijital pazarlama gibi yöntemlerden önce pazarlama mesajlarını belirlemenin önemine değinmek istedim. Çünkü yöntem olarak neyi seçerseniz seçin eğer mesajınızı etkisi zayıfsa bir şey ifade etmeyecektir.

Güneşli bir günde kör bir dilenci önündeki "Körüm yardım edin" yazılı kartonuyla kaldırımda oturuyordu. Yanından gelip geçen insanlar günlük koşuşturmaca içindeydiler ve yüzlercesini gördükleri bu manzara onları çok da etkilemiyordu.

Yoldan geçen bir pazarlamacı kör dilenciye fark etti ve önündeki kartonu alıp kalemle başka bir mesaj yazdı. Dilenci bu yeni mesaj sayesinde o gün hayatındaki en büyük yardımı toplayacaktı. Mesajda ne mi yazıyordu? " Bugün hava çok güzel ve ben maalesef bunu göremiyorum."



Goldmaster

HER ŞEY BAKIŞ AÇISINDA GİZLİDİR...

Sinan Bey kişisel ve ticari başarılarını en kısa şekliyle "her şey bakış açısında gizlidir, bakış açısı değiştiği anda hayatınızın akışı da değişir" şeklinde açıklıyor.

Kişinin analitik tarafını öne çıkaran ve arttıran mühendislik eğitimi almasına rağmen, ticari bakış açısındaki çeşitliliğin formülünü sorduğumuzda ise "farklı bakış açısı bir bakıma empati de yaratıyor aslında ve bu özellikle ürünün meydana getirilmesinde çok etkili oluyor, empati bir anda çok farklı bir ürüne yatırım yapmayı tetikliyor ve bunda da mühendislik bakış açısının yarattığı zenginliğe sebep oluyor, geleneksel yöneticinin çok dışında, bu kişisel bir durum aslında"

Mobile Urban'ı tam bir şehirli olarak tasarladık

Konu ettiğimiz ürünler için de "Yeni ürünlerimizden Mobile Urban adını verdiğimiz Elektrikli Scooter'da böyle doğdu. Empati yaparak yeni neslin bakış açısını içselleştirdiğimizde ürün gamımızın ne yönde gelişeceğine de karar vermiş oluyoruz. Direksiyonu bisiklet ile aynı olduğu için, bisiklet kullanan herkesin kullanabileceği, ergonomik olarak da bisikletten çok daha verimli bir alet. Üstelik kullanabilmek için şimdilik ehliyet gerekmiyor" diyen Sinan Bora hedef kitlesi için de "daha çok yetişkin hedef kitleye hitap eden Mobile Urban'ı tam bir şehirli olarak tasarladık.

Modern hayatın hızına ve zorluklarına uyum sağlamış bu yeni ürünümüz emsallerinden daha dayanıklı, daha uzun menzilli, yokuşlarda daha yüksek performans sunan, daha hafif ve daha hızlı. Aynı zamanda opsiyonel olarak sunulan mobil çanta özelliği de çok sevildi böylece tüketicilere çok daha fazla özgürlük sunuyoruz. Mobile Urban saatte 25 kilometreye kadar hız ve tek şarjla 30 kilometreye kadar menzil ile geliyor" şeklinde açıkladı.

Son söz olarak "biz Goldmaster olarak, bulunduğumuz bütün sektörlerde yarının teknolojilerini üretmek ve ülkemize katma değer sağlamak için çok çalışıyoruz. Yarınlar ancak bugün çok çalışanlarındır" diyen Sinan Bora'ya teşekkürlerini sunuyoruz.

Evinizden, iş yerinizden uzaklaştığınızda hayatınızı kolaylaştıracak seçeneklerden biri Mobile Urban. Bize kalırsa en zevklisi, en bireyseli.

Yaşadığımız sıkıntılı günler de hayatımıza heyecan ve eğlence katarken, günlük yaşamımızın içinde rahatlıkla kullanabileceğimiz bir ürün.



Sinan Bora...
Bilgisayar Mühendisi.. Goldmaster firmasının CEO'su.

Dernek

Türkbese Haziran 2020 raporunu kamuoyu ile paylaştı

Türkiye'de, buzdolabı, çamaşır makinası, bulaşık makinası, fırın, derin dondurucu, kurutucudan oluşan altı beyaz eşyada toplam satışlar mayısta yıllık bazda yüzde 8.0 düşüşle 603 bin 489 adete geriledi.



Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'nin (TÜRKBESED) verilerine göre aynı dönemde sektörün ihracatı da yüzde 37 düşüşle 1 milyon 227 bin 537 adete indi. Sektörün altı ürünündeki üretimi de Mayıs'ta yıllık bazda yüzde 43 düşüşle 1 milyon 597 bin 757 adede geriledi.

Gelişmelerle ilgili açıklama yapan TÜRKBESED Başkanı Can Dinçer, "Covid-19 pandemisinin beraberinde getirdiği artan hijyen ihtiyacı ve evlerde geçirilen sürenin artması temel ihtiyaç maddesi olan beyaz eşyaların hayatımızdaki önemini daha da artırdı" dedi ve ekledi: "Bu sorumlulukla, TÜRKBESED üyesi şirketler olarak, en üst seviyede hijyen önlemlerimizi alarak hizmetlerimizi aksatmadan sürdürdük. Pandeminin hayatı durma noktasına getirmesi beklendiği üzere hem üretimimizi hem de iç satış ve ihracatımızı olumsuz etkiledi. COVID-19'un Türkiye satışlarımız üzerindeki etkisi devletimizin başarılı pandemi yönetimi sayesinde ihracata oranla sınırlı oldu." Haziran ayında başlayan normalleşme süreci, konut satışlarındaki artış ve düşük sezonunun etkisi ile satışlarımızın yeniden toparlanma trendine geçmesini öngörüyoruz. "Ülkemizin lokomotif sektörlerinden olan beyaz eşya sektörü; üretimi, bayi ve servis teşkilatı başta olmak üzere bu süreçte büyük bir özveri ile çalışmıştır. "Toplam 60 bin doğrudan, 600 bin dolaylı istihdam sağlayan sektörümüzün, ÖTV sıfırlanması uygulaması ve Ar-Ge teşvikleri ile krizin etkilerini daha hızlı şekilde atlatabileceğine ve uluslararası rekabet gücünü koruyabileceğine inanıyoruz."

TÜRKBESED verilerine göre yılın ilk beş ayında yıllık bazda, sektörün altı ürünündeki üretimi yüzde 21 artışla 9 milyon 213 bin adete, iç satışları yüzde 2.0 artışla 2 milyon 834 bin adete, ihracatı da yüzde 17 artışla 6 milyon 984 bin adete yükseldi.



Can Dinçer
TÜRKBESED Başkanı

TÜRKBESED Beyaz Dünya Haziran 2020

Dört Ana Ürün			
	ÜRETİM		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	2.200.698	1.763.940	
Yüzde değişim	%25		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	9.932.318	12.008.985
Yüzde değişim	-%17		
	İÇ SATIŞ		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	655.985	554.974	
Yüzde değişim	%18		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	2.908.070	2.944.342
Yüzde değişim	-%1		
	İHRACAT		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	1.506.908	1.524.092	
Yüzde değişim	-%1		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	7.442.532	8.961.373
Yüzde değişim	-%17		
	İTHALAT		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	11.436	9.596	
Yüzde değişim	%19		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	69.398	76.939
Yüzde değişim	-%10		
Altı Ana Ürün			
	ÜRETİM		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	2.564.257	2.048.838	
Yüzde değişim	%25		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	11.777.384	13.687.481
Yüzde değişim	-%14		
	İÇ SATIŞ		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	816.073	712.827	
Yüzde değişim	%14		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	3.649.899	3.503.773
Yüzde değişim	%4		
	İHRACAT		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	1.732.730	1.737.728	
Yüzde değişim	%0		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	8.716.637	10.111.087
Yüzde değişim	-%14		
	İTHALAT		
	Haziran 2020	Haziran 2019	
Adet / Yıl	39.128	47.265	
Yüzde değişim	-%17		
	Ocak-Haziran 2020		Ocak-Haziran 2019
	Adet / Yıl	236.606	255.579
Yüzde değişim	-%7		



DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

İtibarlarını teslim etme zamanı

Bazı meslek gruplarının yoklukları hayatımızı olumsuz yönde etkileyecektir. Hayatımıza dair birçok işimizi bu meslek grupları olmadan yapmamız neredeyse imkansız.

Yaşadığımız pandemi süreci ile birlikte ülkemizin yüzde 72'lik bir bölümü evlerine kapandı. Fakat bir kesim var ki, onlar olmasaydı bu süreçte başımıza neler geleceğini düşünmek bile istemiyorum. Evlerimize apar topar ofis kurmamız gerektiğinde destek malzemelerimizi hazırlayan kargo çalışanları, markete bile çıkmadığımız zamanlarda bebeğimizin bezini, mamasını temin ettiğimiz e-ticaret çalışanları, sokağa çıkma yaşağında bile çalışan fırıncılar, pastaneler, sokaklarımızdaki çöplerimizi toplayan çöçüler, bizleri koruyan güvenlik görevlileri, hayat kaynağı suyumuzu taşıyan sucular, her tarafı temizleyen temizlik görevlileri, çocuklarımızın bakıcıları, ulaşımında çalışan şoförler, kaptanlar olmasaydı hayatımız nasıl kâbusa dönüşürdü düşünebiliyor musunuz? İşin aslına nedir diye soracak olursanız, insanoğlu yapı olarak kendi kendine yetebilen bir canlı değildir. Çünkü insan doğaya bırakıldığında üç gün dahi yaşayamaz. Konumuzun özünden sapmadan asıl konumuza devam edelim.

Hepsini yukarıda saymadığım daha birçok hizmet sektörü çalışanı, pandeminin en zirve yaptığı dönemde bile, bir gün bile evden çalışma imkanı bulamadan, korkarak ama sırf ekmek parası için çalışmaya devam etti. Sahada çalışan ve elimiz ayağımız olan bu mesleklerin ne yazık ki çoğunun okulu yok, fakültesi yok. Bu mesleklerde kullanılan "alaylı" diye bir tabir vardır. Yani işin eğitimini almadan alttan yetiştirme manasında kullanılır. Ancak bu mesleklerin püf noktaları vardır. Oxford da dersi olsa geçebilen öğrenci az bulunur. Öngörü, simülasyon, kıvraklık, iletişim yeteneği, dayanıklılık, hızlı öğrenme, bedensel güç ve yılmazlık gibi çok önemli nitelikleri içinde barındırır. Fakat bu durum şu tabloyu hiçbir şekilde açıklamaz. Türkiye'de üniversite mezunu işsiz sayısı İŞKUR'un 2019 verilerine göre son 15 yılda on kat artmış durumda. Türkiye AB ülkeleri içinde işsizlik oranında ilk üç ülkeden biri. Öte yandan daha tehlikeli bir durum var ki, ara kademe dediğimiz meslek grubuna personel yetiştiriyor. Çünkü market açar gibi tabela üniversitelerinin açıldığı, meslek lisesi ve meslek yüksekokullarının itibarsızlaştırıldığı bir sistemin içindeyiz. Ara mesleklerin çalışma koşullarını ve gelirlerini

düşündüğümüzde herkesin KPSS sınavından geçme gibi bir kariyer hedefi olması neden şaşırtıcı olsun ki? Üniversite açmak bina dikmekten ibaret değil, ülkede her 10 kişiden biri üniversite mezunu ama ülkenin iş gücü ihtiyacı ve iş dünyasının alt yapısı buna uygun değil.

İşsiz üniversite mezunu sayısı günümüzde maalesef 1 milyonu çoktan aşmış durumda. Yapılan çalışmalarda 2025 yılında bu sayının 2 milyonu bulabileceği ortaya çıkıyor. Geleceğimiz olan gençliğin işsiz kalıp mutsuz ve umutsuz olması, ülke için ciddi bir sosyal sorun teşkil ediyor. Tabi bu noktaya gelmemizin farklı nedenleri var. Öncelikle ekonomimiz yeni iş kaynağı yaratmıyor. Üniversite kontenjanları doğru planlanmıyor. Üniversiteler iş dünyasının ihtiyaçlarını dikkate almıyor. Öğrenciler bir at yarışı mantığıyla sınavlara giriyor çıkıyor ama gelecekleri hakkında pek de fikirleri yok. Bu tip bir ortamda doğru yapılanma ve doğru istihdamdan bahsetmek zaten çok zor.

Bu konuda Almanya ilginç bir örnek. Almanya'da tüm mezunların dörtte biri mühendis. Bu bile tek başına ilginç bir istatistik. Dünyanın geleceğinin yapay zeka, algoritmalar, veri bilimi çerçevesinde şekilleneceği düşünülürse bu istatistik ciddi bir anlam taşıyor. Bunun yanı sıra meslek yüksek okullarında toplumun ihtiyacı olan ara elemanlar da belirli bir planlama ve ihtiyaca yönelik eğitim almakta. Bizi her ne kadar kısıkansalar da pandemi sürecinde halklarına sağladıkları olanaklar, vergi indirimleri, sosyal yardımlar doğru eğitim planlamasının ekonomiye ne gibi bir etkisi olduğunu gösterir nitelikte.

Bu pencereden baktığımızda gördüğümüz manzara şu: Bu ülkenin sadece doktora, mühendise, avukata ihtiyacı yok. Tam aksine hizmet sektöründe, üretimde, sanayide ve tarımda çalışması gereken ara kademe çalışana da çok ciddi ihtiyacı var. Geleceğin meslekleri adı altında her yerde yepyeni iş kollarından bahsedilirken, bu alanlara insan yetiştirecek öğretim üyelerine ve onların yetiştireceği dijital dönüşümümüz özümsemiş öğrencilere ihtiyaç var. Hep söylenir ya, "Türkiye sanayii devrimi trenini kaçırdı, o



yüzden de gelişmekte olan ülke olmaktan gelişmiş ülke olmaya geçiş yapamadı." diye. Peki bu tren de kaçarsa ne olur? Yapay zeka devrimi kapımızın önünde beklerken, bu gidişle ve bu zihniyetle, bırakın çok özel eğitim isteyen meslekleri, en sıradan meslekler için bile yabancı işçi ithal etmek zorunda kalacağız.

Sonuç olarak, her ne kadar değerleri hiçbir konuda tam olarak anlaşılmamış olsa da bir kere daha altını çizerek vurgulamalıyım ki, her durumda ve her koşulda temel hizmetlerin aksamadan yürütülmesini sağlayan meslek gruplarına ve emekçilerine büyük bir teşekkür ve minnet borcumuz var. Yöneticiler ve patronlar için oluşması ve gelişmesi için ne kadar önemliyse işlerin sürdürülmesi için mavi yaka çalışanlar da bir o kadar önemli. Onların bilgi ve tecrübesi ile iş gücüne olan katkılarını şimdiye kadar göremeyen herkesin en azından bundan sonra hak ettikleri itibarı ve vefayı onlara teslim etmesi gerekir.

Pandemiden sonra zamanın ve özgürlüğün kıymetini daha iyi anlar mıyız bilemiyorum ama mavi yaka çalışanlara hak ettikleri saygıyı fazlasıyla göstermeliyiz. Yanlarından geçerken "Kolay gelsin." ya da "Elinize sağlık." demek hatta mümkünse "iyi ki varsın" demek onları tahmin ettiğinizden çok daha fazla mutlu edecektir. Bunu bir insani görev olarak kabul edin ve bir de lütfen çocuğunuzu okumazsan "çöçü olursun, temizlikçi olursun, tamirci olursun" vb. örnekleri vermeyiniz.. Çünkü onlar bu toplumun bir parçası ve hayatımızı sürdürmemiz için en büyük destekçilerimiz. İyi ki varlar.

Sevgilerimle.

LG, 2020 TV serisini satışa sunuyor

Sinemaseverlerden sporseverlere, hızlı oyuncuların tasarım tutkunlarına kadar herkesin beklentilerini en üst seviyede karşılayacak 2020 serisi LG TV'ler satışa çıkıyor.



LG Electronics (LG), aralarında sanat eserlerinden ilham alarak tasarlanan Galerî Tasarımı GX OLED, CX OLED ve 75NANO99 Gerçek 8K NanoCell modelinin de olduğu 2020 serisini Türkiye'de satışa sunmaya başlıyor. Satışa sunulacak modellerin boyutları 43 inçle 86 inç arasında değişkenlik gösteriyor. LG 2020 serisi TV modelleri, izleyicilere mükemmel görüntü ve ses kalitesi, AirPlay 2, Türkçe akıllı sesli komut gibi geliştirilmiş özellikler ve geniş kapsamlı içerik seçimi sunuyor.

Galerî tasarımı

LG'nin 2020 TV serisinde duvara boşluksuz monte edilebilen Galerî Tasarımı GX OLED modeli öne çıkıyor. 55, 65 ve 77 inç seçenekleriyle satışa sunulan GX OLED kendinden aydınlatmalı OLED piksel teknolojisini yenilikçi ve minimalist bir tarzla sunuyor. Kullanıcıların TV izlerken dikkatlerini dağıtabilecek her türlü detaydan arındırılmış bir tasarıma sahip GX OLED, şaşırtıcı inceliğiyle de dikkat çekiyor. 19.9 mm inceliğindeki GX OLED modeli aynı zamanda sadece 5 mm genişliğindeki mimimal çerçevesi ile, neredeyse çerçevesiz denilebilecek bir tasarıma sahip. Kutu içerisinden çıkan özel askı aparatı sayesinde duvarla mükemmel uyum sağlayan GX OLED, ince formuyla ev dekorasyonu ile kusursuz uyum sağlıyor.

Premium sinema deneyimi

OLED'in kendinden aydınlatmalı piksel teknolojisi sayesinde sağladığı kusursuz siyah ve kusursuz renkleri, yeni eklenen Dolby Vision IQ ve Filmmaker Modu™ desteğiyle birleştiren

yeni LG OLED TV'ler sinemayı tam anlamıyla evlere getiriyor. Yeni seri, Hollywood'un tercihi üstün HDR formatı Dolby Vision®, Dolby Atmos® 360 derece sürükleyici ses ve ilk kez bir TV'de bulunan Dolby Vision IQ desteği ile benzersiz bir film izleme deneyimi sunuyor. Dolby Vision IQ, ortam ışığının tespit edilmesiyle en iyi görüntü kalitesini sağlamak için izlenen içeriği ortam ışığına göre uyarlıyor.

Hızlı ve akıcı oyun deneyimi

En heyecanlı ve hareketli sahnelerde bile hızlı ve akıcı oyun deneyimi sunan 2020 serisi LG TV'ler, üstün görüntü kalitesini yeni oyun özellikleriyle birleştiriyor. Resmi olarak dünyanın ilk NVIDIA G-SYNC® uyumlu TV üreticisi olan LG, G-SYNC ve FreeSync destekli OLED TV modellerinde daha az takılma, gecikme ve titreme ile kullanıcıların büyük avantaj sağlıyor. LG OLED TV'ler, kendinden aydınlatmalı piksel teknolojisi ile daha iyi görüntü kalitesi ve daha hızlı tepki süresi sağlıyor. Yoğun oyun seansları sırasında LG OLED TV'ler düşük mavi ışık oranı ile göz yorgunluğunun da önüne geçiyor. Güvenilir uluslararası sertifikasyon kuruluşları TÜV Rheinland ve UL tarafından "göz dostu" olarak onaylanan LG OLED TV'ler göz konforu için önerilen minimum yüzde 50 standartının çok daha altında bir değerinde mavi ışık yayıyor.

LG gerçek 8K deneyimi

LG'nin satışa sunmaya hazırlandığı 2020 serisi TV'leri arasında 75NANO99 Gerçek 8K NanoCell modeli de bulunuyor. LG'nin üstün NanoCell ekran teknolojisini 8K Ultra HD çözünürlükle buluşturan NANO99 modeli 33 milyon pikselle (99 milyon alt-piksel) en küçük detayları bile belirgin hale getirirken, renkleri daha canlı ve gerçekçi kılıyor. Gerçek 8K deneyimi sunan NANO99 modeli Tüketici Teknolojisi Derneği tarafından açıklanan 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.





AYŞEGÜL CELAP
Uzman Klinik Psikolog

Çınar Danışmanlık

Koronavirüs döneminde çiftlerin psikolojisi

Şu an dünya olarak korona virüs tehditi ile hem fiziksel hem de psikolojik olarak baş etmeye çalıştığımız bir dönemin içerisindeyiz. Pandemi sürecinin ilk başlarında hepimiz korona virüsünün fiziksel sonuçlarına odaklanmıştık. Ölüm çok çarpıcı bir sonuçtu...

Ancak pandemi sürecinin uzaması ile birlikte fiziksel tehditin yanı sıra sosyal izolasyon süreci, iş kaybı, mali sıkıntılar ve yaşanan kayıpların birçok kişinin psikolojik sağlığını ve refahını da etkilediği görülüyor.

Bu süreçte yaşanan bütün olumsuzlukları aslında üç alana ayırabiliriz. Bireysel, ilişkisel (ailesel), toplumsal... Genelde bireysel ya da toplumsal zorluklar her zaman daha çok ön plana çıkmaktadır. Bireysel ve toplumsal alanlar pandeminin doğrudan olumsuz etkilerini gördüğümüz alanlardır. Ancak ilişkisel (ailesel) alanda pandeminin etkilerini dolaylı olarak gözlemliyoruz. Örneğin bu süreçte birçok ülkede boşanma ya da aile içi şiddet oranlarının arttığı tespit edilmiştir. Bu durum bize pandemi sürecinin bireysel ve toplumsal alanda olduğu kadar kişilerarası ilişkiler alanında da ne denli ciddi etkileri olduğunu gösteriyor.

Peki ne oluyor da pandemi sürecinde kişilerarası ilişkiler, aile içerisindeki ilişkiler kötüye gidiyor?

Bu soru ilişkilerde denge kavramı ile açıklanabilir. Her ilişkinin bir dengesi vardır. Bu denge herhangi bir sebeple bozulduğunda sistem yeniden dengesini bulmaya çalışır. Çiftlerin, ailelerin, ilişkilerin pandemi sürecinde yaşadığı zorluklar aslında yeni sisteme uyma ile ilişkilidir. Pandemi süreciyle birlikte aile sistemindeki dengeler bozuldu. Evden çalışma uygulamasıyla birlikte ev içinde geçirilen zaman arttı. Sabah güne başlanan saat değişti, akşam uykuya geçilen saat değişti, ye-mek yeme saatleri değişti, maddi imkanlar değişti, yapılan aktiviteler değişti... Kısaca her şey değişti. Bu değişimler yaşanırken aileler karantina süreciyle birlikte hiç olmadığı kadar beraber vakit geçirdiler. Birlikte geçirilen vaktin artması yakınlığı, bağlılığı güçlendirebileceği



gibi aynı zamanda kişisel mesafeyi ortadan kaldırarak bireysel sınırların zarar görmesine de sebebiyet verebilir. Her konuda olduğu gibi bu konuda da işin sonu yakınlık ve mesafe arasında da dengeyi kurmakla ilişkilidir. Sağlıklı aile yapısı bu değişimde yeni dengesini kısa sürede bulabilen aile yapısıdır. Dengeyi bulmak için aile içerisinde kişilerin rolleri yeniden tanımlanır. Örneğin bir ailede bir kişinin işi daha erken bitiyor ve eve daha erken geliyorsa yemeği hazırlama rolü de çoğunlukla o kişide olabilir ancak şimdi evden çalışma sürecinde bu rolün yine aynı kişide kalması bile bir problem oluşturabilir. Yeni sistemde ev içerisindeki roller ortak kararlar yeniden tanımlanmalıdır.

Yeni sisteme göre denge kuramayan ilişkilerde olumsuz yaşantıların gün geçtikçe artması normaldir. Hem pandemi sürecinin getirdiği zorluklar hem ev içerisinde bireysel sınırların korunmasındaki güçlükler kişiler arasında problemlere yol açabilir. Bu problemler sadece güncel konularla ilişkili olmayabilir. 'Sen zaten bana hiç değer vermiyordun! Önceden de böyleydi.', 'Bu işi bu evde hep ben yaptım, bir kere de sorumluluk al, artık bıktım!', 'Ailen

her zaman bizim aramızda bir sorun oldu, ilk günden beri bu sorunu yaşıyoruz!' ... İlişkinin başlarında yaşanan ya da her zaman var olan ama üstü kapatılmış, geçirilmiş, tam olarak çözülmemiş sorunlar şiddetli bir şekilde gün yüzüne çıkabilir. Bütün bu olumsuz yaşantılarla baş edemeyen çiftlerin, ailelerin aklına ilk gelen çözüm yolu ayrılık, boşanma olabilir. Bilimsel olarak sağlıklı iletişimin, problem çözmenin birçok yolu vardır. Bu yollara başvurmadan boşanma kararının alınmasının doğru olmadığını söyleyebiliriz. Çünkü boşanma sürecinde harcanan enerji ilişkiyi düzeltmek için harcanan enerjiden çok daha fazladır. Özellikle çocuklu ailelerde boşanma ile karı-kocalık bitirilebilir ancak ebeveynlik ömür boyu sürmektedir. Bu sebeple özellikle pandemi sürecinde aile içerisinde yeni dengenin sağlanamadığı durumlarda bir uzmana başvurmak en doğru yol olacaktır. Unutulmamalıdır ki aileler ilişkilerini devam ettirmek istiyorsa ve bunu sağlıklı yollarla yapmak istiyorlarsa bilimsel olarak bu mümkündür. Umud ediyorum ki hem bireysel hem ailesel hem de toplumsal olarak yeni sisteme sağlıklı bir şekilde ayak uyduracağız ve yeni dengemizi kuracağız.

Fakir Dynamic ile tek tuşla sağlıklı karışımlar

Birbirinden sağlıklı karışımlar hazırlamak isteyenlere Fakir Dynamic kişisel blender mucizeler sunuyor. Paslanmaz çelik bıçakları sayesinde buz kırma özelliği bulunan Dynamic ile zencefil, hurma, kuru incir, muz, çilek, fesleğen, nane, yaban mersini gibi birçok sağlıklı yiyeceği içeren karışımlar yapılabilir. Ayrıca vücudu toksinlerden arındırmak için çeşitli detoks içecekleri ve serinleten lezzetli frozenlar hazırlamak da mümkün. Farklı tatlar keşfetmek isteyenler, 570 ml ve 400 ml kapasiteli BPA Free karıştırma şişeleri ile bol vitaminli, sağlıklı içecekler ortaya çıkaracak. Fakir Dynamic, 600 w motor gücü ve keskin bıçakları sayesinde kahve çekirdeği, baharat gibi gıdaları da ayrı 180 ml'lik öğütücü kabında tek tuşla rahatça öğütebilir. Rouge, rosie, violet ve turquoise renk seçeneklerine sahip cihaz, tasarımıyla mutfaklarınıza şıklık katıyor. Kompakt ve ergonomik yapısıyla dikkat çeken Fakir Dynamic el yakmayan, kaydırmaz silikon tutucuları, sızdırmaz kapaklarının yanı sıra kaymaz tabanıyla güvenle kullanılabilir.



Philips SpeedPro Max: Süper hızlı, süper temiz



PowerCyclone 8 teknolojisini SpeedPro Max'e entegre eden Philips, hızlı ve pratik temizlikte çifte kolaylık sunuyor. Philips'in kullanıcıları için maksimum kolaylık sağlayan kablolu süpürgesi SpeedPro Max, 360 derece çekim gücü sağlayan başlığı sayesinde tek seferde her yönden tüm tozları toplar ve ulaşılması zor köşeleri bile temizler. SpeedPro Max'in özel turbo başlığı sayesinde kedi-köpek tüyü ve saçları kolayca temizleyebilir, LED başlığı sayesinde ise gözle görünmeyen tüm tozları ortaya çıkarır. 25V Li-Ion pillerle tek bir şarjla eco modunda 65 dakika, normal modda 30 dakika ve turbo modda 21 dakika uzun kullanım süresi sunarken, benzersiz toz haznesi tasarımı sayesinde boşaltma işlemi sırasında etrafa toz dağılmaz.

Promax ile zahmetsizce kıymanızı ve salçanızı yapmanın keyfine varın



%100 Bakır 2000 W güce sahip Promax kıyma ve salça makinesi sahip olduğu aparatlar ile mutfakta işinizi kolaylaştırıyor. 12 numara büyük boy paslanmaz bıçaklarıyla dilediğiniz eti hiç zorlanmadan hijyenik bir şekilde çekmenize imkan sağlar. Salça aparatı ile evde doğal domateslerle salçanızı yapabilir, dilediğiniz baharatları kullanarak sos-sucuklarınızı hijyenik olarak üretebilirsiniz. İçli köfte aparatı ile sofralarınıza standart boyutlarda içli köfte yapmanın keyfini çıkarabilirsiniz. Metal parçalar sayesinde herhangi bir dişli sıyırması gibi problemlerde karşılaşmadan makinenizi uzun ömürlü kullanabilirsiniz. Promax geniş alüminyum yiyecek koyma tepsi, açma kapama ve geri sarma özelliği ile mutfağınızda kullanım aşamasında hiçbir problem yaşamadığınız konforlu bir deneyim sunar.

Bosch buzdolapları ile tazelik ve geniş iç hacim bir arada

Bosch Ev Aletleri'nin geniş iç hacimli Serie | 6 Üstten Dondurucu XXL ve XL buzdolapları, VitaFresh Plus tazelik sistemi sayesinde yiyecek ve içecekleri çok daha geniş bir alanda daha uzun süre taze tutarken, konfor, performans ve güvenliği bir arada sunuyor. A++ enerji sınıfı olan XL ve XXL buzdolapları, A+ enerji sınıfı buzdolaplarına göre %20 daha tasarruflu bir kullanım vadediyor. Beyaz ve Inox renk seçenekleriyle XL ve XXL modellerde yer alan VitaFresh plus tazelik çekmeceleri, iki farklı nem ayarı sunarak optimum saklama koşulları sağlarken, sağlıklı meyve ve sebzelerin tazeliğini iki kata kadar daha uzun süre saklamanıza yardımcı oluyor. VitaFresh Plus 0 °C tazelik çekmeceleri ise balık ve eti kokuları birbirine karışmadan iki ayrı çekmecedeki depolama imkânı sunuyor ve yaklaşık 0 °C sıcaklıkta tazeliklerini de 2 kata kadar daha uzun süre korumalarını sağlıyor.



Goldmaster ile ütude Turist devrimi

Goldmaster'ın yepyeni ürünü Turist Seyahat Ütü, katlanabilir tutma sapı sayesinde daha az yer kaplayarak, taşınması en kolay hale geliyor. 1100 Watt yüksek performansı ve sürekli buhar fonksiyonu ile ütülenmesi en zor kıyafetlerinizde bile en mükemmel sonucu alın. Yenilikçi bir ütü olan Turist, gold seramik

kaygan tabanı ile zaman kaybetmeksizin en kısa sürede ütü yapmanıza olanak sağlıyor. Çift voltaj özelliği sayesinde farklı ülkelere seyahat ettiğinizde de kullanım sağlayabilirsiniz. Turist, 45g etkili şok buhar, 12g sürekli buhar ve 60ml transparan su tankına sahip.



LG'nin PuriCare Serisi her ortama temiz hava getiriyor

LG Electronics (LG), iç mekanlarda temiz ve taze hava konusunda artan tüketici ilgisine karşılık, PuriCare™ hava temizleyicisi çözümlerinden oluşan geniş ürün yelpazesini küresel pazara sundu. Serinin tüm ürünleri, endüstriyel hava kirliliği veya toz ve kum fırtınaları gibi yerel hava olaylarının neden olduğu kötü iç mekan hava koşulları için ihtiyaç duyulan fe-rahlığı sağlıyor. Pille çalışan taşınabilir modeller, evler için konut modelleri ve daha büyük, ticari alanlar için tasarlanmış çözümler ile LG'nin kapsamlı PuriCare serisi, her ortamda ve her zaman daha sağlıklı bir atmosfer yaratmaya yardımcı oluyor. LG'nin amiral gemisi tüketici-cı modeli LG PuriCare 360°, hava temizleme cihazı, geniş alanlardaki havayı ferahlatmayı ve tazelemeyi sağlayan 360 derece fan tasarımı ile dikkat çekiyor. Hava temizleme cihazı açıldığında, filtrelenmiş havayı tüm odaya dağıtmak için yükselen ve dönen Clean Booster özelliği ile temiz havayı zahmetsizce 7,5 metreye kadar itebiliyor.



Beko'dan mutfakların yeni devi, Beko Ultra

Beko, 720 litrelik brüt hacmiyle, kombi segmentinde mutfakların yeni devi Beko Ultra Buzdolabı serisini üretti. Kullanıcılarına sunduğu geniş kullanım alanı büyük kolaylık sağlayan Beko Ultra, tasarımında kullanılan teknolojilerle de birçok avantajı beraberinde getiriyor.

Beko Ultra Buzdolabı'nda kullanılan ve güneşten ilham alınarak tasarlanan Harvestfresh Teknolojisi, 3 farklı ışıkla doğal gün ışığı döngüsünü simule ediyor. 24 saatlik doğal gün ışığı döngüsünü simüle ederek meyve ve sebzelerin vitamin değerlerini daha uzun süre koruyor, ilk günkü gibi taze kalmalarını sağlıyor.

Beko Ultra'nın sahip olduğu EverFresh+ teknolojisi ise özel sebzelik tasarımıyla hassas bir nem kontrolü sağlarken, hava kanalları sayesinde ideal şartlarda tuttuğu yiyeceklerin tazeliklerini 30 güne kadar koruyor. Kahvaltılık 0° bölümü ise kahvaltılıklarla birlikte kısa sürede tüketilecek et ve balıkları saklamak için ideal bir ortam sağlıyor.



Goldmaster Proton ile süpürge yapmak zahmet olmaktan çıkıyor

Temizlikte yeni yardımcınız Goldmaster Proton Elektrikli Süpürge, ulaşılması en zor noktalara bile kolayca erişerek temizlik yapmanızı sağlar. 3Lt. geniş kapasiteli toz hazneye ve çift siklon teknolojiye sahip Proton ile köşe bucak tertemiz! Yıkanebilir HEPA13 filtre ile temizlemesi oldukça kolaydır. 72 Db. Düşük ses oranı ile gürültü kirliliğini engelleyen Proton, 5m kablo uzunluğu ile de bir hayli dikkat çekiyor. Elektronik emiş gücü, paslanmaz çelik teleskopik hortumu ve 1,5m. Uzunluğunda esnek hortumu ile bir süpürge olması gerekenden çok daha fazlasını bu üründe bulacaksınız.



Bosch'un yeni Serie I 6 Unlimited şarjlı dik süpürge tüm yüzeylerde kolay kullanım sunuyor

Bosch Ev Aletleri'nin yeni Serie I 6 kablolu şarjlı dik süpürgesi, Bosch Power for ALL sistemi ile entegre değiştirilebilir pili sayesinde ara vermeye gerek olmadan sınırsız bir kullanım sunuyor. Serie I 6 Unlimited modeli Bosch'un elektrik süpürgesi alanındaki 80 yılı aşkın teknik birikimi sonucunda geliştirildi.

Kolay kavrama ve esnek temizlik imkanı sağlayan hafif ve kompakt tasarımlı süpürge ALLFloor güç başlığı sayesinde DigitalSpin motoru ile ter tip yüzeyi temizleyebiliyor. Pil sistemi Bosch Ev&Bahçe ürünlerinde de kullanılan 18-Volt pil sistemi olduğu için, süpürge bataryası tüm 18V yeşil seri el aletleri ailesinin 20'den fazla ürünü ile kullanılabilir.

Sadece 1,4 kg gövdesi, süpürge borusu ve başlık ile toplam sadece 2,3 kg. oluşu ile temizliği kolaylaştırıyor. Kullanışlı aksesuarları sayesinde, zeminden tavana ve hatta arabaya kadar temizlik yapmayı sağlıyor.



Beko Derin Dondurucular Joker Özelliği ile ister dondurucu ister soğutucu

Beko derin dondurucular meyve, sebze, et ve balık gibi çeşitli ürünlerin dört mevsim taze saklanmasına olanak sağlıyor. Joker özelliği sayesinde ister soğutucu ister dondurucu olarak kullanılabilen Beko derin dondurucularda üzerinde bulunan ayar butonu ile istenen özellik tek bir tuşla seçilebiliyor. Bölmenin sıcaklığı -24°C ile +10°C arasında bir değere ayarlanabiliyor. Mevsiminde alınıp saklanan ürünlerin azalması/tükenmesi durumunda soğutucu özelliğini devreye alarak ürün buzdolabı olarak da kullanılabilirdiği için fonksiyonelliği ile ön plana çıkıyor.

Beko derin dondurucularda No Frost soğutma teknolojisine sahip ürün seçenekleri de mevcut. Üstelik A+ ve A++ enerji sınıfında, 102 litreden 500 litreye varan farklı hacim yelpazesi yer alıyor.



Fakir Hausgeräte vantilatörleri sıcak hava ve neme karşı teknolojik çözümler sunuyor

Fakir'in üstün teknolojiye balon tipi vantilatörü Tyhra, oda ısısına göre akıllı hız ve vücut ısısına göre akıllı salınım seçeneklerini barındıran teknolojiyle tasarlandı. İnsan hareketine duyarlı olduğu için mekân içerisinde kişinin yönüne göre hareket edebiliyor. Normal, doğal esinti, uyku ve eko enerji olmak üzere 4 farklı rüzgâr moduyla tercihinize göre serinleten

çözümler sunuyor. Şık tasarımlı Fakir Thyra, 55 dB düşük ses seviyesi sayesinde sıcak havalarda sizi rahatsız etmeden görevini en iyi şekilde yapıyor. Fakir Thyra, "Eko Enerji Modu" sayesinde hem cep hem de çevre dostu. Fakir'in efsaneleşen TVL 90 S kule tipi vantilatörü, 3 hız kademesiyle sıcak havalarda ideal serinliği mekanlara taşıyor. Uzaktan

kumandalı TVL 90 S kule tipi vantilatör, ayarlanabilir rüzgâr eğiminin yanı sıra 90o'lık salınım özelliğiyle mekânın tümünde etkili olurken, taşınabilir sapı sayesinde her noktada pratik kullanım sağlıyor.



Profilo UltraFresh Çamaşır Makinesi düşük sıcaklıkta yüksek hijyen sağlıyor

Çamaşır makineleri giysilerin temizliği ve hijyeni konusundaki baş yardımcımız oluyor. Özellikle hassas bünyelerde kıyafetlerimizin hijyeni ayrı bir önem kazanıyor. Bu hijyeni sağlayabilmek için de genelde 90 derecelere varan yüksek sıcaklıklarda yıkama gerekiyor. Ancak bu durumda da yüksek sıcaklık, kıyafetlerin küçülmesine ve çabuk yıpranmasına sebep olabiliyor. İşte Profilo'nun UltraFresh çamaşır makinesi, içinde bulunan aktif oksijen jeneratörü sayesinde düşük sıcaklıkta bile hijyen sağlıyor. Çamaşırları 20 derece gibi düşük bir sıcaklıkta bile hijyenik yıkayabilen UltraFresh ile hem kıyafetlerin temizliğinden emin olup hem de elektrikten tasarruf edilebiliyor.



Goldmaster MaxiFroze ile "Buz bitmiş" derdine son

Yaz aylarının favorisi serinletici içeceklerin başında gelen buzlu çay, limonata, milkshake ve bol buzlu soğuk kahveleri hazırlarken "buz bitmiş" derdine son veren Goldmaster MaxiFroze, restoran ve kafe gibi işletmelerin olduğu kadar içeceklerini evde kendisi hazırlamayı sevenler için de kullanım kolaylığı sağlıyor. Geniş haznesi ve taşınabilir boyutuyla öne çıkan ürün, en sevdiğiniz içecekler için buzunuzu dakikalar içinde hazırlamanızı sağlıyor; yazlığınızda, sahile, pikniğe giderken yanınıza alabileceğiniz boyutuyla dikkat çekiyor. 24 saatte 12 kg buz yapma performansına sahip ürün, 8-12 dakikalık çalışma döngüsünde 9 adet buzlu hızla hazır hale getiriyor. Buz durumunu görebileceğiniz penceresi ve kontrol paneliyle kolay kullanım sağlayan ürün, doldukça rahatlıkla çıkarabileceğiniz buz sepeti ve pratik temizleme imkanı sunan yapısıyla da öne çıkıyor.



Siemens ile evde kahve keyfi

Siemens Ev Aletleri, herkesin damak zevkine uygun kahveler hazırlayan tam otomatik espresso ve kahve makineleri ile ev sohbetlerine eşlik edecek kahve keyfine yeni lezzetler katıyor. Siemens EQ kahve makinelerinde bulunan hassas aroma teknolojisi iAroma, size ve dostlarınıza her fincandan maksimum tat almayı sağlayan bir kahve deneyimi yaşıyor.

Home Connect uygulamasının coffeeWorld özelliği ise aralarında Australian Flat White, Spanish Café Cortado, Vienna Melange gibi 17 farklı kahve tarifini kullanıcılar ile buluşturarak, farklı kahve lezzetlerinden oluşan enfes bir dünyanın kapılarını açıyor.

Siemens Ev Aletleri'nin kompakt tasarıma sahip EQ6 Plus Tam Otomatik Kahve Makinesi sunduğu kahve çeşitleri ile kullanıcılarını kahvenin zengin dünyasına davet ediyor. Taptaze çekirdekleri öğütürken, bu çekirdekleri özel sensoFlow teknolojisi sayesinde ideal ısıda demleyip, tıpkı bir baristanın elinden çıkmış gibi hazırlıyor.



En iyi doktor filmleri



1

M.A.S.H. - 1970 (ABD)

Robert Altman'ın Kore savaşında mobil cerrah takımının trajikomik maceralarını anlattığı film, daha sonraları diziye de uyarlanarak uzun yıllar boyunca TV'de de gösterime girdi. Savaşın anlamsızlığını benzersiz bir kara mizahla veren dönemin hak ettiği ilgiyi görmüş başyapıtı. Dizisinin finali, TV tarihinin en çok seyredilen dizi finallerinden biri oldu.



2

RED BEARD - 1965 (JAPONYA)

Hem Kurosawa'nın hem de Mifune'nin artık uluslararası şöhret oldukları 1965 yılından güçlü bir drama. Genelde yoksul mahallelerinde ücretsiz çalışan bir doktorunun genç yardımcısını eğitmesinin hikayesi. İnsan ruhunun yüceliği hakkında zamansız bir klasik.



5

THE AWAKENINGS - 1990 (ABD)

Listemde Robin Williams'ın doktor rolünde olduğu ikinci film daha var. Bu filmin özelliği ise Williams'ın komedi dışındaki ilk sinema rolü olmasıdır. Karşısında ise hasta rolünde dev bir oyuncu Robert DeNiro var. Dolayısıyla ortaya güçlü bir filmin çıkması kaçınılmaz oluyor. Yıllardır komada olan hastaların yeni bir ilaç ile tedavi edilme çabalarının anlatıldığı film, daha başarılı olabilirdi ancak yönetmenin bazı seçimleri filmin etkisini azaltıyor.



3

SICKO - 2007 (ABD)

Usta belgeselci M. Moore her zamanki kara mizah soslu kamerasını bu sefer de ABD'nin doymak bilmez, tek güdümü kar etmek olan çarpık sağlık sistemine yönlendiriyor. Tıp alanındaki gelişmelerin büyük çoğunluğunun geliştirildiği ABD'de parası olmayanın nasıl bu sistem dışında kasıtlı bir şekilde tutulduğunu belgeleyen etkileyici bir çalışma.



6

PATCH ADAMS - 1998 (ABD)

Gerçek bir hikâyeden uyarlanan bu film, daha önce doktorların pek yapmadığı şekilde hastalarına tedaviyi mizah soslu olarak verip morallerini yükselten Dr. Patch Adams'ın dramatik hikayesini anlatıyor. Her devrimci insan gibi işi kadar yoluna çıkarılan engeller ile de uğraşmak zorunda kalan kahramanımız asla doğru bildiği yoldan vazgeçmez.



4

SARHOŞ MELEK - 1948 (JAPONYA)

Kurosawa'nın ilk ulusal hit filmlerinden. Sarhoş ama usta bir doktor ile tedavi etmeye çalıştığı veremli bir gangster arasındaki inışli çıkışlı dostluğu anlatıyor. Film, yönetmen ile tüm zamanların en büyük oyuncularından T. Mifune ile ilk çalışmaları arasında yer alıyor.



7

THE HOSPITAL - 1971 (ABD)

Bu filmten bir yıl önce Oscar kazanmış olan George C. Scott, popüler bir romandan uyarlanan bu filmde yine formunda. İronik mizahı yerinde bir gerilim ve dramla harmanlayan film, güçlü mesajlar da barındırıyor. Hedefi on ikiden vuramasa da sağlık sisteminin çarpık yönlerini sıkıcı olmadan gözler önüne serebiliyor.



www.sinemaDem.com

Değişen perakende dünyasına hazırız.

Pozitera, yepyeni fikir ve hizmetleriyle üretici, perakendeci ve tüketici ekosisteminde köprü kurup çok kanallı perakende dünyasının öncüsü olmak için daha çok çalışıyor.



MARKANIZI SAHADA
YALNIZ BIRAKMAYIN!



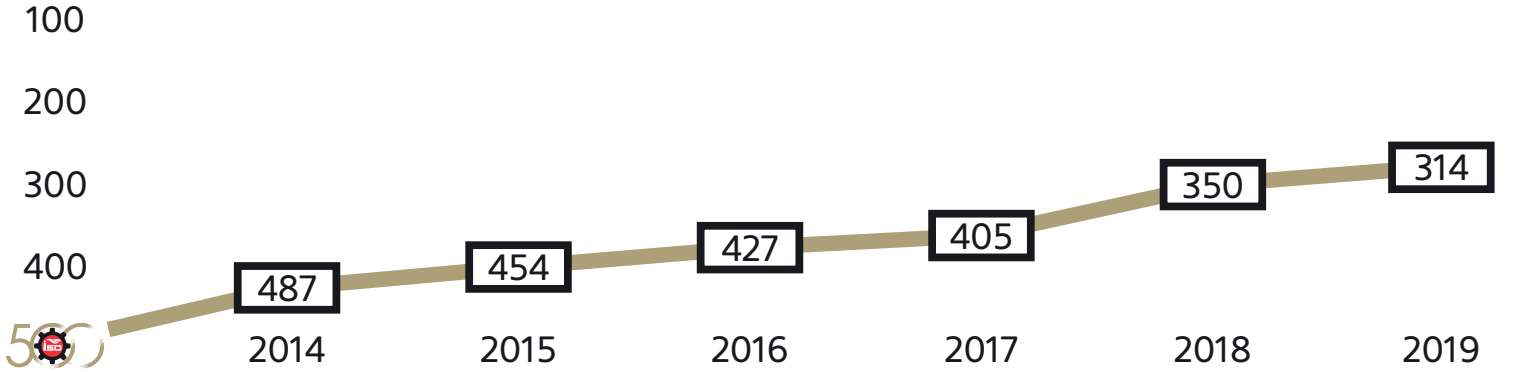
www.pozitera.com

pozitera®

Bu Gurur Tüm Çalışanlarımızın...



TÜRKİYE'NİN
500 BÜYÜK SANAYİ
KURULUŞU
2019



**Her geçen gün istikrarla büyüyor,
2019 yılında 314. sıraya yükselmenin
gururunu yaşıyoruz.**

simfer

