

Söyleşi

"Son dönem dik şarjlı süpürge ve robot süpürge talebi belirgin şekilde arttı"
Nilfisk Türkiye Ev Tipi Satış Müdürü **Soner Durak**

6

Dosya

CES 2021'de ev elektroniği, beyaz eşya ve elektrikli küçük aletlerindeki en yeni teknolojiler tanıtıldı

12

Dernek

Beyaz eşya bayileri sektörün sorunlarını konuştu, e-ticaret gündeme oturdu

34

260

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Şubat 2021 / Yıl: 23 / ISSN 1302 308X

Fakir
HAUSGERÄTE

Hiç bitmeyen *kahve aşkı*

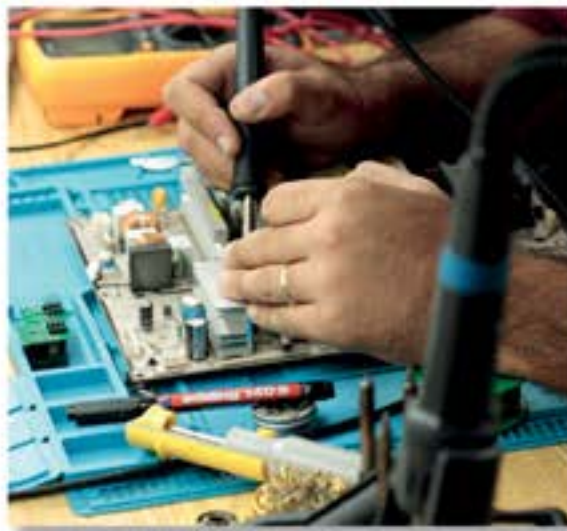
Güne nefis bir kahveyle başlamaya ne dersiniz?

Ya da gün ortasında enerjinizi tazelemek istersiniz... Belki de akşam günün yorgunluğunu kahveyle atmak size çok iyi gelecek.





Çekmeköy`de bulunan 5 bin metrekarelik kapalı alanda AEEE Yönetmeliği'ne uygun olarak kurulan tesiste; beyaz eşyaların ve elektrikli ve elektronik eşyaların geri dönüşümü gerçekleştirilmektedir.



SAMSUNG

BRAUN

Tefal

Rowenta

KENWOOD

Moulinex

DeLonghi

+90 (216) 520 10 00
+90 (216) 520 12 00

AEEE SERTİFİKASINA SAHİP
GERİ DÖNÜŞÜM VE GERİ HAZIRLIK TESİSİ
www.efselektronik.com



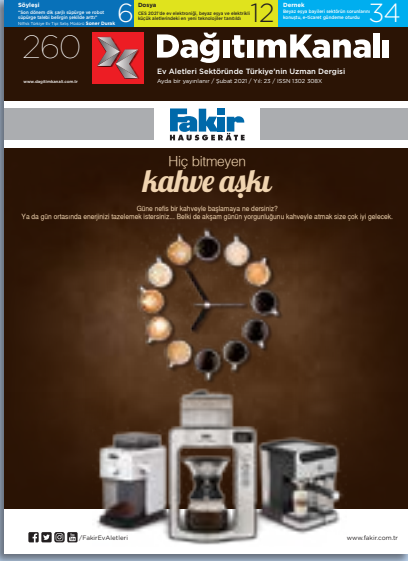


ŞİMDİ KAHVE ZAMANI

Tek seferde dört fincanlık kahve keyfi sunuyor,
pratik kullanımı ve modern tasarımıyla
mutfakların baş köşesindeki yerini alıyor...
Fakir Kaave Steel ile Türk kahvesinin eşsiz
lezzeti ve muhabbetiyle tanışın.



LUMINASENSE
TECHNOLOGY



ŞUBAT 2021 • SAYI: 260

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
Bengisu Ankara
Seda Karakurt

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Barbaros Mah. Kardelen Sok.
Palladium Tower No: 2 Kat: 10
Ataşehir / İstanbul
Tel/Faks: (0216) 687 03 27 - 687 03 03

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM

Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

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

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

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

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



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6

Söyleşi

“Son dönem dik şarjlı süpürge ve robot süpürge talebi belirgin şekilde arttı”

Soner Durak

Nilfisk Türkiye Ev Tipi Satış Müdürü



10

Söyleşi

“İnsanımızın en sevdiği ve güvendiği, bizden biri olarak gördüğü Beyazıt Öztürk’ün bizi doğru yansıtabileceğine inandık”

Duygu Badem Uylukcuoğlu

Vestel Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı
Vestel CMO



12

CES 2021

18

Söyleşi

Türkiye bazında distribütörlük ve bayilikler oluşturarak dağıtım ağıımızı güçlendiriyoruz

H. Mete Genç

Etias Teknoloji San. ve Tic. A.Ş.
Genel Müdür Yardımcısı



22

Sektör

“Beyaz eşya sektörünün bugünkü en önemli gündem maddesini e-ticaret ve dijitalleşme oluşturuyor”

Serkan Çelik

Paynet CEO'su



26

Sektör Haberi

32

Dernek

Beyaz eşya satışları 2020 yılında %16 yükseldi



34

Dernek

Beyaz eşya bayileri sektörün sorunlarını konuştu, e-ticaret gündeme oturdu



36

Bayi

“Beyaz eşya sektörü 1-2 aya toparlanacak”

Mehmet Han Yüksel

Yüksel Dayanıklı Tüketim Ltd. Şti.
Yönetim Kurulu Başkanı
Kadirli Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı



38

Araştırma

42

Makale

Hakan Akgül

43

Sektör

44

Ürünler

48

Sinemadem

En iyi romantik komediler



Milli hedef belli olmuştur. Ona ulaşacak yolları bulmak zor değildir.

Denebilir ki, hiçbir şeye muhtaç değiliz.

Yalnız bir tek şeye çok ihtiyacımız vardır:

ÇALIŞKAN OLMAK!

B. Atatürk



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

Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

E-Ticaret ve indirim marketleri beyaz eşya bayilerini tehdit etmeyi sürdürüyor

Beyaz eşya sektörünün en önemli ve büyük paydaşlarından birini oluşturan bayi teşkilatı, son dönemde artan e-ticaret satışları ile zor günler geçirmeye devam ediyor. Üretici markaların kendi web siteleri ve kanalları üzerinden yaptığı satışların dışında hem bireysel hem de farklı şirketler üzerinden yapılan satışlar bayilerin ticaret ağını oldukça olumsuz etkiliyor. Bunun dışında yine son dönemde sayıları ve mağazaları hızla artmaya devam eden indirim marketler de beyaz eşya bayilerinin sattıkları tüm ürünleri, daha ucuz fiyatlarla tüketicilere ulaştırarak bayileri etkilemeyi sürdürüyor. Bunlarla ilgili farklı çözüm önerileri ve atılması gereken adımlar da tartışılmaya devam ediyor. Dayanıklı Tüketim ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği'ne (Beyper) üye bayiler 6 Ocak tarihinde online bir toplantıda bir araya gelerek bu sorunları masaya yatırdılar. Sektörün önde gelen bayilerinin gündemindeki konuların tartışıldığı toplantıda 2021'e dair hedef ve stratejiler de konuşuldu. Detayları ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Yüksel Dayanıklı Tüketim Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkanı / Kadirli Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Mehmethan Yüksel bu sayımızda bize değerli görüşlerini bir röportajla aktardı. Beyaz eşya sektörünün kısa zaman içerisinde toparlanacağına inandığını ifade eden Yüksel, bu noktada sektörün tüm paydaşlarına önemli görevler düştüğünü belirtti.

Dünyanın en büyük tüketici elektroniği fuarı olan CES 2021, online olarak gerçekleştirildi ve her yıl olduğu gibi yine dünyanın en büyük ve önemli firmaları yeni teknoloji ve ürünlerini sergilediler. Biz de fuardan izlenimleri ve yeni teknolojileri sizler için derledik. Dosya bölümümüzde okuyabilirsiniz.

Türkiye'de Fintech alanının öncü şirketlerinden biri olan Paynet'in CEO'su Serkan Çelik de bu sayımızda değerli görüşlerini bizlerle paylaştı. Ülkemizdeki dijitalleşme ve fintech süreçlerine değinen Çelik, beyaz eşya sektörünün de bu alandaki gelişmelerden yakından etkileneceğini söyledi. Detaylar ilerleyen sayfalarımızda sizleri bekliyor.

etiasglass®
RİSK ALMAYIN, ÖNLEM ALIN! crystal panel

RİSK ALMA ÖNLEM AL!

GÖRÜNTÜ
KALİTESİNİ
BOZMAZ

SIVI
TEMASINDAN
KORUR

MONTAJ
GEREKTİRMEZ

x8
CAMDAN 8 KAT
DAHA SAĞLAM

5 YIL
GARANTİ

3MM
KALINLIK

TV EKCRAN KORUYUCU



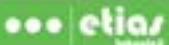
SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ

Kağıt atık geri dönüşümünü destekleyen, hem de çocuklar için oyun alanlarında kullanabilecekleri bir proje olarak geliştirilmiştir. Sosyal sorumluluk projesi olarak hayata geçirdiğimiz karton ev, müşterilerimizin ilgisini çekmiştir.



Etias Teknoloji Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Yeşilce, Devir Sk. No:25, 34418 Kağıthane/İstanbul
info@etiasteknoloji.com



www.etiasglass.com | 0 212 9 444 111

İşletmelerdeki Tazelik **UĞUR'DAN!**



• **UDR 14 SCE ANKA**



• **UDR 6 SCE ANKA**
UDR 8 SCE ANKA



• **UDR 10 SCE ANKA**
UDR 12 SCE ANKA



• **UDR 16 SCE ANKA**
UDR 18 SCE ANKA

- Dondurma çeşitleri için mükemmel sunum imkanı
- Temperli, hareket ettirilmesi ve montajı kolay servis cam
- Kolayca sökülüp takılabilen dondurma kaseleri
- Dijital termometre
- Hareket kolaylığı sağlayan frenli - frensiz tekerler

“Son dönem dik şarjlı süpürge ve robot süpürge talebi belirgin şekilde arttı”

“Nilfisk, tüm sektörlerin temizlik gereksinimlerini karşılayan, binlerce kişinin daha güvenli ve etkin çalışabilmesini sağlayan, dünyanın en geniş ürün yelpazesine sahiptir. Ürünlerimiz endüstriyel ve ev tipi pazarına yoğunlaşmıştır.”



Soner Durak

Nilfisk Türkiye Ev Tipi Satış Müdürü

Nilfisk olarak uzun süredir profesyonel temizlik donanımları alanında önemli hizmetler üretiyor ve pazara sunuyorsunuz. Kısaca şirketin kuruluşu ve çalışmalarından genel olarak bahseder misiniz?

Nilfisk, profesyonel temizlik ekipmanlarının 110 yılı aşkın süredir küresel tedarikçisi konumundadır. Zemin temizleme makinelerinden profesyonel ve endüstriyel kullanıma yönelik süpürgelere, basınçlı yıkama makinelerinden otonom çalışabilen robotik temizlik makinelerine kadar geniş yelpazedeki ekipmanların üretim, satış ve satış sonrası hizmetlerini vermektedir. Güçlü satış sonrası teknik servisimiz ile her tip tesisin temizlik makineleri anlamında ihtiyaçlarına en doğru çözümler sunmaktayız.



Nilfisk Profesyonel makinalar olarak ise 2020 yılında Türkiye'deki ticari faaliyetimizin 15. yılını Ev Tipi makinalar grubunda 14. yılımızı kutlamış bulunmaktayız. Vizyonumuz uzun ömürlü ve yüksek kaliteli ürünler üreterek, müşterilerimizin işini daha hızlı, daha güvenli ve daha akıllı yapmalarını sağlamak. Son dönemde otonom temizlik makineleri ile kendi endüstrimizde akıllı temizliğe yeni bir kapı açmış bulunmaktayız.

Dünya çapında faaliyet gösteren Nilfisk, profesyonel temizlik sektöründe önemli hizmetler sunuyor. Öne çıkan ürün ve hizmetleriniz nelerdir?

Nilfisk, tüm sektörlerin temizlik gereksinimlerini karşılayan, binlerce kişinin daha güvenli ve etkin çalışabilmesini sağlayan, dünyanın en geniş ürün yelpazesine sahiptir. Ürünlerimiz endüstriyel ve ev tipi pazarına yoğunlaşmıştır. Ürün yelpazemizde bulunan zemin bakım makineleri, robotik makineler, vakum makineleri, yüksek basınçlı yıkama makineleri ve ev tipi kullanıma yönelik makineler ile hizmet vermekteyiz.

Pandemi dönemiyle birlikte tüketicilerin süpürgelere olan bakış açısı oldukça değişti. Siz nasıl bir değişim gözlemlediniz? Tüketici davranışları bu dönemde nasıl değişti ve farklılaştı?

Pandemi, hepimizin hayatında köklü değişikliklere sebep oldu. Bu değişimlerin bir kısmının kalıcı olduğunu düşünüyorum. Evde kaldığımız süre içinde temizliğe daha fazla önem verir hale geldik. Özellikle üst sınıf, orta üst sınıf kullanıcı alışkanlığı bu değişikliğe çabuk ayak uydurdu. Bu dönemde ev sahiplerinin çoğunun kendi temizliğini kendileri yapmasından kaynaklanan ihtiyaçlar oluştu. Temizlik yapılırken kolay kullanımı olan pratik ürünler tercih edildi. Gelişmekte olan, kablosuz dik şarjlı süpürge ve robot süpürge pazarında oluşan talep hızlandı. Buharlı temizleyici makine modellerine olan talep arttı. Bu dönemde tüketicilerden bize sorulan soruları cevaplamaktan ve temizlikte başka bir bilincin oluşmasından mutlu olduk diyebiliriz. Tüketici bu dönemde "temas etmekten" kaçındı. Temas etmek konusunu çeşitlendirebiliriz. Konu süpürge ve temas olduğunda tüketici; tozla temastan kaçındı.

Yüzey temizliği yapıldıktan sonra, yerden ve havadan toplanan ve makine içine hapsedilmiş olan tozla tekrar muhatap olmama isteği oluştu. Bu durumu anlamaya ve çözümlemeye çalıştılar.

Süpürgelerde gündemde olan konulardan biri de torbalı ve torbasız ayrımı. Bu konudaki görüşleriniz nelerdir?

Nilfisk sadece temizlik makinesi üreten bir firmadır. Şarjlı El süpürgesinden başlayıp, ağır sanayide merkezi süpürgelere kadar uzanan geniş bir ürün çeşidimiz vardır. Ev tipi kategoride torbalı, torbasız, dik kablolu, dik kablosuz şarjlı, ıslak&kuru süpürge modellerinin hepsi mevcut. Bu konuda bir profesyonel aynı zamanda tüketici olarak tercihimizi toz torbalı, HEPA14 filtreye sahip bir makineden yana kullanırım.

Bir tüketici olarak cevaplayacak olursam; ihtiyacımı iyi belirleyip hareket etmeliyim. Benim elektrikli süpürge alırken ilk amacım, makinenin içine çektiğim tozun, makinenin içinde kalmasını umut etmemdir. Tercihler





farklıdır; makinenin sağlam olması, sessiz olması, güçlü bir emişinin olması, çeşitli aparatlara sahip olması, filtreli olması gibi. Bu tercihleri çoğaltabiliriz ama sıralamayı iyi yapmamız gerekiyor. Ben kendi sıralamamda filtreyi 1. sıraya koyarım. HEPA14 filtreye sahip torbalı bir süpürge, benim yerden ve ortamdan makine içine hapsettiğim tozu benimle temasını en aza indiren bir makinedir. HEPA13 filtre %99,95 verimlilik ile iş görürken, HEPA14 filtreye sahip bir makine %99,995 verimlilikle iş görür. Daha sade bir açıklamayla, bir elektrikli süpürgeye 100.000 adet toz taneciği girdiğinde HEPA13 filtreye sahip süpürge 50 adet toz dışarı çıkabiliyorken, HEPA14 filtreye sahip süpürge 5 adet toz çıkabilir. Yani HEPA14 filtreye sahip bir süpürge HEPA13 filtreye sahip bir süpürgeye 10 kat daha iyi bir temizlik sağlar. Torbanın da bir filtre olduğu gerçeğini göz önüne alırsak için tercihimin bu yönde olduğu açıklıkla söylemiş olabilirim. Toz torbası dolduğunda, torbanın kilit kapağını çekip, tozla temas etmeden, tozdan kurtulmak ayrıcalıktır.

Süpürgelerde son dönemde öne çıkan teknolojiler ne oldu? Hijyen, temizlik vb. konularda ne tür gelişmeler yaşanıyor?

Son dönem dik şarjlı süpürge ve robot süpürge talebi belirgin şekilde arttı. Zaten bir talep vardı ama Pandemi dönemi talebi arttırdı. Bu durum elektrikli süpürge pazarının daha da büyümesine sebep olacak. Pili/ şarjlı dediğimiz dik yada robot süpürgelerin çoğu bugünkü teknoloji ile hala tek başına bir evin ana süpürgesi olma durumundan uzak. Bu tür süpürgeler hala evde hayat kurtarıcı ama yardımcı süpürge pozisyonundadır. Derin temizlik konusunda yatık, vakum gücü yüksek ana süpürgeye hala ihtiyaç vardır. Kısaca, tüketici, işini kolaylaştırmak için 1'den fazla süpürgeye ihtiyaç duyar hale geldi. Bu durum ana süpürgeye daha az kullanım ihtiyacından dolayı ömrünün daha fazla uzamasına sebep olacaktır.

Nilfisk olarak biz de şarjlı dik süpürge pazarında iddialı ürünlerle varız. Nilfisk Easy 20V, 28V ve 36V olan modelleri, 80 dk. çalışma süresi ile en uzun çalışma süresine sahip, bir şarj standına ihtiyaç



duymadan ayakta durabilen ve şarj edilebilen, aksesuarları gövde içinde saklanabilen makinelerimizi 2020 yılının başında tüketicilerimizin hizmetine sunduk... Süpürgeyi yanı sıra buharlı ya da buharsız yer/yüzey temizleme makinelerinin talebini arttırdı. Pandemi döneminden hemen önce piyasa sürdürdüğümüz COMBI bu ürünler içinde örnek gösterilebilir.

Combi; Kablolu, dik, toz torbasız, süpürebilen, sert zemin yıkayabilen ve vakum yapabilen bir temizlik makinasıdır. Profesyonel makineler örnek alınarak eve uyarlanmış bir model diyebiliriz. Nilfisk Combi sayesinde fayanslarınızı, veranda ve parke zeminlerinizi tek geçişte süpürüp yıkayabilirsiniz. Hem kuru hem de ıslak kiri aynı anda temizlediği için evinizin temizliğinden ve hijyeninden ödün vermeden iki adımda mükemmel temizlik sağlar.

“Şirket bazında bakarsanız tek işimiz profesyonel anlamda temizlik makineleri geliştirmek ve üretmek. Farklılığımız buradan başlıyor.”

Şirket olarak pazardaki rakiplerinizi nasıl farklılaşıyorsunuz?

Şirket bazında bakarsanız tek işimiz profesyonel anlamda temizlik makineleri geliştirmek ve üretmek. Farklılığımız buradan başlıyor. Geleneksel, doğru temizliği en kısa

Easy 36 v.ile 80 dakika kullanım.



zamanda ve en verimli şekilde yapacak makineler üretmek ve sunmak ana amacımız.

Genel olarak 2020 değerlendirmesi alabilir miyiz? Çok zorlu geçen bu yılı şirket olarak nasıl geçirdiniz ve kapattınız?

Herkes için farklı olmuştur, bizim için başı farklı sonu farklı bir yıl oldu 2020 yılı. Kayıplarımız oldu ama kazançlarımız daha fazlaydı. 2020 yılının son aylarında Ensa Mutfak Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti. ile bir dağıtım anlaşması yaptık. Şu ana kadar düzeyli ve verimli bir birlikteliğimiz var. Bundan sonraki dönemlerde dağıtım politikamızı beraberce belirleyeceğiz.

Her kriz aynı zamanda büyük bir fırsattır prensibini işlettik ve yolumuza böyle devam ettik. Daha önce sadece toz torbalı modeller, ıslak kuru süpürgeler ve az sayıda çeşidimiz olan Handy dik kablolu süpürgemiz ile yol alırken, çeşidimizi Meteor serisi toz torbasız elektrikli süpürge, Easy serisi 20V., 28V., 36V. kendi dizaynımız olan dik kablolu süpürgelerimiz ve Combi ile zenginleştirdik. Bu ürün zenginliği hareket alanımızı oldukça genişletti. Kendi adımıza hem adette hem de ciroda hedeflerimizi aşan rakamlara ulaştık.

Nilfisk olarak 2021 yılındaki büyüme stratejiniz nasıl olacak?

Geleneksel kanalda Ensa Ltd. ile olan birlikteliğimizi daha güçlü bir hale getireceğiz. Zenginleşen ürün çeşidimize ek ürünler getirerek, zincir mağaza ve şu sıralar önemi da fazla ortaya çıkan online satış gücümüzü arttıracacağız.

Ek olarak yine bünyemizde bulunan yüksek basınçlı yıkama makinelerinde yeniliklerle sahada görünürlüğümüzü artırma planlarımız var.

*TEKNOLOJİLERİMİZ
HER EVE GİRSİN,
HERKESE ULAŞSIN,
HEPİMİZİN DAHA
KONFORLU ANLARI,
DAHA GÜZEL GÜNLERİ
OLSUN DİYE
BİZ DURMADAN
ÇALIŞIYOR;
EN İYİYİ, EN YENİYİ
ARIYORUZ.
VE HER DEFASINDA
AYNI CÜMLEYİ
KURUYORUZ:*

VESTEL'LE OLUR NEDEN OLMASIN?



“İnsanımızın en sevdiği ve güvendiği, bizden biri olarak gördüğü Beyazıt Öztürk’ün bizi doğru yansıtabileceğine inandık”

“Sahip olduğumuz esnek ve çevik yapı sayesinde farklı durumlar karşısında hızla aksiyon alıp hayata geçirebilme kabiliyetine sahibiz. Bu güce dayanarak, biz hiçbir zaman olmaz demedik, aksine Vestel’le Olur, Neden Olmasın? dedik, engel tanımadık. Bu sihirli cümle 2021 yılına hızlı bir başlangıç yaptığımızın ve yeni iletişim stratejimizin habercisi.”

Vestel açısından 2020 yılı nasıl geçti, kısa bir değerlendirme yapar mısınız?

2020 yılı küresel ölçekte olağan dışı gelişmelerin yaşandığı bir yıl oldu. Pandemi hayatımızı, iş yapış şekillerimizi ve alışkanlıklarımızı büyük ölçüde değiştirdi. Vestel olarak hem insanlara hem de dünyaya fayda yaratma amacıyla, tüketicilerimizin ihtiyaçlarını ve beklentilerini merkeze koyarak onların her zaman yanında olmayı hedefliyoruz. Vestel, Türk insanını iyi dinleyen ve anlayan bir marka. İnsanımızı dinleyerek, bugüne kadar birçok yeniliğe ve ilke imza attık, fark yarattık. Geliştirdiğimiz teknolojilerden sunduğumuz hizmetlere kadar her adımda insanımızın talep ve ihtiyaçlarını odağımıza aldık. Çünkü günün sonunda sahip olduğumuz teknoloji gücü insanlarımızın beklentilerini, hayallerini gerçekleştiren bir noktaya geldiği zaman biz kendimizi işimizi tam yapmış olarak görüyoruz. Bunun en somut örneklerini pandemi döneminde deneyimleme imkanı bulduk.

Beyaz eşya gibi hacmi büyük ürünlerde hızlı teslimat mümkün olamaz diye düşünülürdü, Türkiye’nin en batısından en doğusuna, en kuzeyinden en güneyine 24 saatte teslim hizmetini, tüketicilerin tam da ihtiyacı olduğu anda başlattık. İnsanımız “hijyen bizim için bugün artık çok önemli” dedi, hemen pandeminin başında öncü pozisyonumuzu destekleyecek şekilde, gün ışığının gücünü kullanarak çamaşırdan bulaşığa, buzdolabından klimate kadar en iyi hijyeni sağlayan ürünleri kullanıma sunduk. Tüketicimiz evde kendi yoğurdunu, kefirini, turşusunu en iyi koşullarda mayalasın diye Maya yapan buzdolabını çıkardık. Toplum sağlığını gözetken hizmet ve uygulamalarımızla 2020 yılında da tüketicimizin destekçisi olarak çalışmalarımızı sürdürdük ve süreci başarıyla yönettik.



Duygu Badem Uylukçuoğlu
Vestel Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı
Vestel CMO



Vestel 2021 yılına nasıl bir başlangıç yaptı, gündeminizde neler var?

Sahip olduğumuz esnek ve çevik yapı sayesinde farklı durumlar karşısında hızla aksiyon alıp hayata geçirebilme kabiliyetine sahibiz. Bu güce dayanarak, biz hiçbir zaman olmaz demedik, aksine Vestel’le Olur, Neden Olmasın? dedik, engel tanımadık. Bu sihirli cümle 2021 yılına hızlı bir başlangıç yaptığımızın ve yeni iletişim stratejimizin habercisi.

Yeni iletişim stratejisinden kastınız nedir? Vestel’in marka yolculuğundaki değişimi anlatır mısınız?

Teknolojilerimiz her eve girsin, herkese ulaşsın, hepimizin daha konforlu anları, daha güzel günleri olsun istiyoruz. Biz durmadan bunun çalışıyor, en iyiyi, en yeniyi arıyoruz. Bu hedef doğrultusunda her zaman tüketicimizin hayatını kolaylaştırmaya odaklanıyor, zaten kolay olmayan hayat koşuşturmacası içinde onların en büyük destekçisi olabilmeyi istiyoruz. Ve bu sebeple her defasında aynı cümleyi kuruyoruz: “Vestel’le olur, Neden Olmasın?”. Yeni marka yolculuğumuzda tüketicimizle birlikte yürüyeceğimiz yeni yol “Vestel’le Olur, Neden olmasın?”, bizim için teknolojiye, perakendeye, hizmette, üründe; kısacası her alanda bir kilometre taşıını ifade ediyor.

Vestel’le Olur, Neden Olmasın? ile Vestel’in vizyonu değişecek mi? Yeni bir yol haritasından mı söz ediyorsunuz?

“Neden Olmasın?” sürecine sadece bir proje değil, var olduğumuz her alana

yayılan bir felsefe olarak bakıyoruz. Bu süreç boyunca; yenilikçi ürünlerimiz, KSS faaliyetlerimiz, müşteri hizmetlerimiz ve spora & sanata yaptığımız desteklerle birlikte hem tüketicimize hem de ülkemize fayda yaratacağımıza inanıyoruz.

Marka yolculuğumuzu kısaca hatırlarsak; “Vestel’e Terfi Edin Rahat Edin” ile başlayan, “Teknolojinin Türkçesi” ile hedef büyüten, “Dost Teknoloji” ile sürdürülebilirlik vizyonunu 10 yılı aşkın bir süre önce ortaya koyan, dünyanın dört bir yanına ürünlerini ulaştıran bir marka olmanın verdiği “Gururla”, Türkiye’yi Vestellendiren marka yolculuğumuz bugün yeni bir döneme girdi. Değişen tüketici alışkanlıkları, özelleşen ve artan talep ve beklentiler, yeni ihtiyaçlar, gelişen sektör dinamikleri bizim gibi her kesimden her bireye hitap eden bir marka için kritik önem taşıyor.

Genç, dinamik ve iç görüşü çok gelişmiş bir ekibimiz var. Fikirler, hayaller burada çok kıymetli. Yaptığımız her işin, küçük ya da büyük her projenin arkasında aynı inanç ve tutku var. Her ürünün, her tasarımın, her uygulamanın arkasında bir Vestel üyesinin hayali var. Ve karşısında ona “Neden olmasın?” yanıtını veren bir karar verici.

Bu çalışmalarımızı anlatırken de insanımızın en sevdiği, en güvendiği, bizden biri olarak gördüğü Beyazıt Öztürk’ün bizi doğru yansıtabileceğine inandık. Biz bu yolculukta kendisiyle birlikte, gerçekliği samimi bir dille aktarmayı çok önemsiyoruz. Yeni yolumuzun ve yol arkadaşımızın hem Vestel hem de tüketicimiz için olumlu gelişmelerle dolu güzel bir başlangıç olacağını biliyoruz.





Consumer
Technology
Association™

Samsung CES 2021’de “daha iyi bir normal” için yeniliklerini tanıttı

Samsung, Tüketici Elektronikleri Fuarı’nda tanıttığı BESPOKE, 110 inç MICRO LED ve JetBot 90 AI+ gibi ürünlerle ev deneyimini daha da iyileştiriyor. Sürdürülebilirlik konusundaki çabalarına da devam eden Samsung, 2021 yılında Galaxy ile Evde İleri Dönüşüm ve TV ürünlerinde çevre dostu ambalaj kullanımını da duyurdu.

Samsung Electronics, Tüketici Elektronikleri Fuarı (CES) kapsamında gelecek vizyonunu paylaştı. Düzenlediği sanal basın toplantısında yeni ürünlerini tanıtan Samsung, esnek ve akıllı bağlantıya sahip çözümler geliştirerek yeniliklerine devam ettiğini ve günlük yaşamı kusursuz hale getirmek amacıyla yapay zekâ kavrayışını kullanmaya devam ettiğini duyurdu.

Samsung’un değişen yaşam tarzlarına uyum sağlayabilen inovasyonlara yaptığı sürekli yatırımlar, şirketin hızlı değişimlere ayak uydurabilmesini sağlıyor. Görücüye çıkan en önemli inovasyonlar şöyle sıralanabilir:

• Samsung BESPOKE Buzdolabı:

BESPOKE buzdolabı modeli, farklı renk ve malzeme seçeneğini içeren değiştirilebilir panellere sahip. Bu sayede tüketiciler buzdolaplarının biçiminde ve işlevinde değişiklik yapabiliyor. 4-Kapılı BESPOKE buzdolabının, soğutucudan dondurucuya geçebilen çok yönlü geliştirilmiş Flex Zone Esnek Bölmesi de tüm ailenin gıda depolama ihtiyaçlarını karşılayabilen esnekliği sağlıyor.

• 110-inç MICRO LED:

Samsung’un bu yeni ekranı, yaşam alanlarına kusursuz bir şekilde uyum sağlayabilen neredeyse çerçevesiz ve ince Sonsuz Ekran tasarımıyla birlikte kendinden aydınlatmalı inorganik LED özelliğine sahip. Elde edilen sonuç ise şaşırtıcı görüntü kalitesinin yanı sıra olağanüstü sürükleyici bir izleme deneyimi.

• **Neo QLED:** Samsung, amiral gemisi 8K (QN900A) ve 4K (QN90A) TV modellerinde, tamamen yeni bir ekran teknolojisini de Neo QLED ile piyasaya sunuyor. Samsung, Quantum Matrix Teknolojisi ve (Neo QLED için optimize edilmiş güçlü bir görsel işlemcisi olan) Neo Quantum İşlemci tarafından kusursuz bir biçimde yönlendirilen yeni bir ışık kaynağı olan Quantum Mini LED özelliğiyle QLED’i yeni bir seviyeye yükseltiyor.



• **Lifestyle TV:** Samsung’un ileri teknoloji Lifestyle TV serisinde, yakın zamanda piyasaya sürülen The Serif, The Frame, The Sero ve yakın zamanda çıkan dış mekân 4K QLED televizyon modeli The Terrace’ın yanı sıra Samsung’un sinema kalitesinde görüntüye sahip 4K lazer projektörü The Premiere yer alıyor.

• Oyunseverler için yeni özellikler:

Samsung, tamamen özel iki yeni özellikle, televizyonda oyun deneyimini de en üst düzeye çıkarıyor. Super Ultrawide GameView, oyunseverler için geniş 21:9 en boy oranının da ötesinde ultra geniş 32:9 oranda oyun imkanı sağlıyor. Genişletilmiş görüş alanı sayesinde oyuncular hiçbir hareket anını kaçırmıyor.

• Samsung AI Çamaşır Makinesi:

Samsung’un yapay zekâ yenilikleri, tüketicilerin günlük görevleri yerine getirme şeklini sürekli değiştiriyor. 2021 yılının ikinci yarısında piyasaya sunulacak olan yapay zekâya sahip Samsung çamaşır makineleri de alışkanlıklarınızı öğrenerek en sık kullandığınızı yıkama programlarını kolay kullanımlı panelinde hafızasına alarak sıralıyor. Ayrıca SmartThings uygulaması ile doğrudan akıllı telefonunuzdan döngü sonu uyarıları almak, yıkamanızı uzaktan başlatmak veya durdurmak, döngüleri programlamak, size en uygun yıkama programı önerisi almak ve daha fazlasını yapmak da mümkün.

Samsung'dan yeni yapay zekâ destekli yeni robot süpürge

Samsung, CES 2021 kapsamında günlük ev işlerinde otomasyon sağlayan yeni elektrikli ev aletlerini de tanıttı. Yeni JetBot 90 AI+ robot süpürge, temizlik rotasını optimize eden ve çevresine tepki verebilmesini sağlayan akıllı teknolojilerle donatıldı. CES İnovasyon Ödülleri kapsamında ödül de alan JetBot 90 AI+ 2021'in ilk yarısında ABD'de satışa sunulacak.

Intel® Yapay Zekâ destekli dünyanın ilk akıllı robot süpürgesi JetBot 90 AI+, en az eforla temizliği mümkün hale getiriyor. Sensörle birlikte çalışan yapay zekâ destekli nesne algılama teknolojisi sayesinde, JetBot 90 AI+ evinizin her yerinde dolaşarak en az sizin kadar özenli ve verimli bir biçimde temizlik yapıyor. Sürücüsüz araçlarda kullanılan sensörlerin bir benzeri olan LiDAR sensörle, mesafeyi algılıyor ve doğru hareket edebilmek için konum takibi yapıyor. Üç boyutlu sensörüyle oyuncak ve sandalye ayağı gibi nesneler arasındaki farkı algılayabilen akıllı robot süpürge, yerdeki en küçük nesneleri dahi tespit ederek dolaştığı odanın şeklini anlayabiliyor. Nesne algılama algoritması sayesinde, tüm nesneleri tanıyor, böylece en güvenli ve verimli rotayı oluşturuyor. JetBot 90 AI+ bu bilgileri daha



sonra tekrar kullanarak yerdeki nesnelerin yakın çevresini temizlerken hassas veya kırılabilir nesnelerle arasındaki mesafeyi de koruyabiliyor. Ayrıca, mobilyaların altına

girerken kendi yüksekliğini de azaltabiliyor. Herhangi bir nesnenin tehlikeli olduğunu ya da daha fazla kirlenmeye yol açabileceğini fark ederse o nesneye de yaklaşmıyor.

CES 2021: Dreame Technology, akıllı ev için amiral gemisi temizlik ürünlerini sergiledi

Dünyanın önde gelen akıllı ev temizleme markası Dreame Technology (Dreame), 11-14 Ocak tarihleri arasında CES 2021'e katılarak evdeki derinlemesine temizlik için kablosuz elektrikli süpürge T20 ve robot elektrikli süpürge D9'u sergiledi. Indiegogo'da geçen Eylül ayında 1,5 milyon ABD doları tutarında kitle fonlaması rekorunu kıran ilk elektrikli süpürge olarak T20 vakum, 125.000 dev / dak yüksek hızlı motorla 150 AW emiş gücü üretebilir. Akıllı uyarlanabilir emiş gücü, farklı zemin türlerini otomatik olarak algılayabilir ve buna göre emiş gücünü değiştirebilir.

Dreame'in birinci sınıf D9 robot elektrikli süpürgesi, benzersiz bir temizlik deneyimi için 14 devrim niteliğinde iyileştirme ile birlikte üretiliyor. D9, daha verimli yol planlaması için yeni Lazer Mesafe Sensörü (LDS) navigasyonu ve Eşzamanlı Yerelleştirme ve Haritalama (SLAM) akıllı algoritmasına



sahiptir. Robot, oda alanını tanıyabilir ve bir uygulama içinde görsel haritalar oluşturarak kullanıcıların temizlik sürecini yönetmesine ve izlemesine olanak tanır.

Dreame, kablosuz vakum T10 ve robot vakumu L10 pro ile birlikte bu yıl 150.000 dev / dak yüksek hızlı motora sahip sağlam bir model olan T30 vakumu piyasaya sürecek.



Consumer
Technology
Association™

Yeni FDA onaylı hava temizleyiciyi 15 dakikada COVID-19 virüsünü ortadan kaldırıyor

AG +™ teknolojisine sahip Brondell Pro Sanitizing Air Purifier'in COVID-19 virüsünün $\geq 99,9\%$ oranında ortadan kaldırdığı kanıtlanıyor. Sistem, canlı aerosolize edilmiş COVID-19 virüsü kullanılarak MRIGlobal tarafından bağımsız olarak test edildi ve onaylandı. Cihaz aerosol partiküllerini litre hava başına iki milyon partikülden 15 dakika içinde havayı dezenfekte ediyor.

Dünyanın dört bir yanından yenilikçi sağlık ve kişisel bakım teknolojilerini Kuzey Amerika pazarına getirmede öncü olan Brondell, tek profesyonel sınıf, bağımsız hava temizleyicilerden biri olan Aurabeat'in AG +™ Teknolojili Brondell Pro Sanitizing Air Purifier'in piyasaya sürüldüğünü duyurdu. ABD'de havadan COVID-19 virüsünün (SARS-CoV-2) $\geq 99,9\%$ oranında yakalayıp ortadan kaldırdığı bağımsız olarak test edilmiş ve onaylanmıştır ve aerosol partiküllerini litre hava başına iki

milyon partikülden 15 dakika içinde sifıra düşürmüştür.

AG + Technology, ilk olarak 2020 yılının Ağustos ayında Hong Kong merkezli Aurabeat Technology Limited tarafından tanıtıldı. Brondell, Kuzey Amerika'da AG + Teknolojisini kullanarak kendi hava temizleyicisini satma ve pazarlama özel haklarına sahiptir. Brondell Pro, ABD'de 649 ABD Doları (MSRP) karşılığında doğrudan Brondell.com'dan temin edilebilir. Yakında Bestbuy.com, Homedepot.com, Target.com ve Bedbathandbeyond.com adreslerinde satışa sunulacak.

Brondell Pro'nun AG + teknolojisi, üç filtre, UV Dezenfeksiyon ve Plazma Sanitizasyonu dahil olmak üzere beş katmanlı koruma kullanır ve



virüs hücresi zarını etkili bir şekilde bozabilir ve parçalayarak SARS-CoV-2 virüsünün ve diğer virüslerin DNA ve RNA'sını hızla ortadan kaldırabilir. Bu katmanlar, 538 fit karelik bir ortamda havayı saatte 3,4 defadan fazla temizlemek için birlikte çalışır.

L'Oréal, CES 2021'de salonlar ve evler için sürdürülebilir saç bakımı teknolojisi L'Oréal Su Tasarrufu'nu tanıttı

L'Oréal, CES 2021'de yeni "güzellik teknolojisi" yeniliğini açıkladı: L'Oréal Su Tasarrufu, çevre inovasyon şirketi Gjosa ile birlikte, salon ve evde güzellik rutini için sürdürülebilir bir saç bakım sistemi. Sistem, saçınızı yıkamanın ve bakımının yeni bir yolunu temsil ediyor: ileri teknoloji sayesinde lüks ve verimliliği artırırken su tasarrufu sağlayan bir sistem.

Nesillerdir, saç yıkama için salon arka çubuğunu ziyaret etmek çok sevilen bir güzellik ritüeli olmuştur ve L'Oréal Su Tasarrufu ile bunu yapmak gezegenimiz için daha iyidir. L'Oréal Water Saver, su kullanımını $\geq 80\%$ kadar azaltır. Sistemi, yüksek güçlü su optimizasyon teknolojisini doğrudan



su akışına akan L'Oréal Professionnel ve Kérastase'den özel olarak tasarlanmış saç bakım ürünleriyle birleştirilerek geleneksel saç yıkama deneyimini dönüştürüyor.

L'Oréal Su Tasarrufu, L'Oréal Technology

Incubator ve İsviçreli çevre inovasyon şirketi Gjosa arasındaki bir ortaklıkla oluşturuldu. Sonuç, L'Oréal'in yüzyıllık formülasyon uzmanlığı mirasını, roket motorlarında kullanılan fraksiyonlama ilkesini su akışlarına uygulayan Gjosa'nın temel su optimizasyon teknolojisi ile birleştiren türünün ilk örneği bir üründür. Su damlacıkları belirli bir yöne ve düzgün bir dağılıma göre çarpışır. Bu, boyutlarını küçültür ve hızlarını hızlandırır, şampuanlar, saç kremleri ve diğer tedavilerin durulanmasını kolaylaştırırken saç yıkama ve durulama işleminde her damla su kullanılmasını sağlar.

Roborock, Model S7'nin tanıtımı ile temizliğin geleceğini yeniden keşfetti

Robot süpürgelerde akıllı kaldırma teknolojisine sahip dünyanın ilk Sonik Paspas Sistemi, güçlü ve kullanışlı temizlik sağlıyor.

Hayatı kolaylaştırmak için tasarlanmış ultra akıllı ev robotiklerinin yaratıcısı Roborock, CES 2021'de piyasadaki en hızlı sonic2 mop'lerden birini içeren gelişmiş bir robot vakumu olan Roborock S7'yi tanıttı. güçlü, kusursuz bir temizlik deneyimi. Zıt yüzeyler üzerinde sorunsuz bir şekilde geçiş yapmak için tasarlanan S7, kesintisiz daha etkili bir temizlik seansı sağlamak için robotik vakum ve paspas deneyimini basitleştiriyor.

Piyasadaki en hızlı 3 sonik paspaslardan biri olan Roborock S7, 1.650 kere / dk'dan 3.000 kere / dk'ya kadar çeşitli yüksek yoğunluklu fırçalama ayarları sunar, yüzeydeki kirleri kolayca parçalayarak ve en sert, kurumuş pislikleri bile parçalayarak zeminleri her zamankinden daha temiz yapar. Akıllı paspas kaldırma, zorlu ortamlarda çevik gezinme sağlar - VibraRise™ teknolojisi, halıları algılandığında paspası otomatik olarak kaldırır.



Roborock'un yeni ultrasonik halı tanıma teknolojisinin mümkün kıldığı bu yenilikçi özellik, S7'nin kesintisiz tek bir temizlik seansında sert zeminleri paspaslamasını ve

halıları vakumlamasını sağlar. Temizlenmiş zeminlerin temiz kalmasını sağlamak için S7 yuvaya döndüğünde paspas da kaldırılır.

Panasonic, YouTube fenomenleriyle iş birliği yaptı, yemek yarışmasında NN-CD87KS Home Chef 4-in-1 Countertop Multi-Oven kullanıldı

Panasonic, CES 2021'de YouTube'un popüler komedi dördlüsü The Try Guys'tan Keith Habersberger, Ned Fulmer ve Eugene Lee Yang ile birebir yemek pişirme yarışmasına ortak oldu. Try Guys, Panasonic NN-CD87KS Home Chef 4'ü 1 arada Tezgah Üstü Çoklu Fırın tarafından sağlanan, havayla kızartma, fırınlama, kızartma ve geleneksel mikrodalga fırın gibi dört çok yönlü işlevi kullanarak en iyi atıştırmalıkları hazırlayacak.

Ev Şefi 4'ü 1 arada Tezgah Üstü Çoklu Fırın, Panasonic'i, soğuk noktalar olmamasını sağlamak için eşit şekilde hazırlanmış yiyecekleri iyice ısıtmak için sürekli bir güç akışı kullanan Inverter Teknolojisine sahip tezgah üstü mikrodalga fırınlarda lider marka olarak genişletiyor.

Walter Taffarello, "Evde yemek hazırlamak için daha fazla zaman harcadığımız için geçen yıl, çoğumuzun içindeki şefi ortaya çıkardı. İster profesyonel bir şef olun, ister mutfağa yeni başlayın, Home Chef 4'ü 1 Arada Tezgah Çoklu -Oven, hızlı, lezzetli yiyecekler ve atıştırmalıklar için ayrı ayrı veya herkesin keyif alacağı çeşitli hızlı, sağlıklı, besleyici yemekler için dört pişirme yönteminden herhangi birini seçme esnekliği sunuyor." dedi. "Keith, Ned ve Eugene'nin yalnızca Ev Şefi'nin kullanımının ne kadar kolay ve çok yönlü olduğunu değil, aynı zamanda yemek yapmayı eğlenceli hale



getirebileceğini göstermek için kendi pişirme becerilerine nasıl güvendiklerini görmek için sabırsızlanıyoruz."



Consumer
Technology
Association™

Dünyanın ilk robotik mutfağı açıldı



Dünyanın ilk robotik mutfağı dünyanın önde gelen tüketici teknolojisi gösterilerinden biri olan CES 2021'de sergilendi. İngiliz teknoloji şirketi Moley Robotics tarafından yaratılan sistem, bir düğmeye dokunarak taze pişmiş yemekler hazırlayan lüks bir mutfağa entegre hünarlı bir robota sahip.

Moley mutfağı, 100 mühendis, ürün ve lüks iç mimar ve üç ödüllü şefin oluşan uluslararası bir ekip tarafından altı yıllık araştırma ve geliştirmenin ürünü.

Yeni teknolojinin merkezinde, Moley'in özel el ortağı olan Alman robotik şirketi SCHUNK ile birlikte içinde, özellikle eklemli 'ellere' sahip iki robotik kol bulunuyor. 11 kapsamlı geliştirme sürecinin ürünü, insan elinin hareketlerini güvenilir bir şekilde yeniden üretiyor. Bu, robot mutfağın akıllı buzdolabından malzemeleri alabileceği, ocak sıcaklığını ayarlayabileceği, lavaboyu tavaları doldurmak için kullanılabileceği ve tıpkı bir aşçının yapacağı gibi dökebileceği,

karıştırılabileceği ve tabağa koyabileceği anlamına geliyor. Robot, kendi kendine bile temizliyor.

Moley Robotics sistemi bir makine gibi çekme yapmaz - hareket halindeki insan becerilerini yakalar. BBC Master Chef yarışmasının (2011) galibi Tim Anderson, hareketleri 3-D kaydedilerek ve farklı algoritmalarla desteklenerek mutfağın gelişiminde ayrılmaz bir rol oynadı.

Tim ve diğer şefler Nicole Pisani ve Andrew Clarke, sistemlerin yeteneklerini lansmanda sergilemek için onun ayını yeni tariflerle 30 tabak oluşturdu. Nihayetinde, Moley müşterileri 5000'den fazla seçeneğe sahip dijital bir menüden seçim yapabilecek ve Mo editör oluşturucu yazılım aracını kullanarak kendi ailelerinin en sevdiği yemekleri kaydetme seçeneği sahip olacak.



Nilfisk

Combi ile temizlikte **TEK** geçerim.....

- Danimarka dizayn.
- Tek geçişte süpürün ve yıkayın.
- Kolay temizlik.
- Standsız ayakta durabilir.



AYNI ANDA YIKAYIN VE SÜPÜRÜN

Nilfisk Combi sayesinde fayanslarınızı, veranda ve parkelerinizi tek geçişte süpürüp yıkayabilirsiniz. Hem kuru hem de ıslak kiri aynı anda temizlediği için evinizin temizliğinden ve hijyeninden ödün vermeden iki adımda mükemmel temizlik sağlar. Combi, zeminlerinizi hızlı, kolay ve hijyenik bir şekilde temizlemek için mükemmel hepsi bir arada çözümdür. Nilfisk zemin yıkayıcı ile tek geçişte temizleyebilir ve yıkayabilirsiniz, böylece daha hızlı temizlik ile kendinize ve ailenize daha fazla zaman ayırın..

Türkiye bazında distribütörlük ve bayilikler oluşturarak dağıtım ağımızı güçlendiriyoruz



“Etias Teknoloji olarak birden fazla ürün grubu ve iş kolunda faaliyet gösteriyoruz. Ana iş kolumuz TV Ekran koruyucu üretimi ve satışlarıdır. Bunun yanında Etias Bilişim şirketimiz bünyesinde bulunan kovalaa.com alışveriş sitemiz ile tüketicilere, elektronik ve beyaz eşya ürün grubunda hizmet veriyoruz. İç pazarda ana dağıtıcısı olduğumuz marka ve ürünlerin yanı sıra, doğrudan firmamızın ithal ettiği ürünler ile de tüketicilerimizin ihtiyaçlarını karşılıyoruz.”

Etias Teknoloji olarak uzun süredir teknoloji alanında önemli hizmetler üretiyor ve pazara sunuyorsunuz. Kısaca şirketin kuruluşu ve çalışmalarından genel olarak bahsedebilir misiniz?

Etias Teknoloji firması, yöneticileri ve şirket ortaklarının uzun yıllara dayanan sektör tecrübeleri ile birlikte kurulmuş bir yapıdır. Yönetim kadrosunun deneyim ve profesyonelliği büyüme oranında etkili olmuştur. Profesyonel ekip ve son teknoloji makina kullanımıyla en iyi hizmet kalitesini sunmayı kendisine ilke edinmiştir. Amacımız en gelişmiş araç ve gereçlerle kalitemizi en üst seviyeye taşımak ve son kullanıcıya ulaşmak ve kalite standartlarımızı, sürdürülebilir ve gelişime açık fikirlerle tüketicinin hayatını kolaylaştıran çözümler ile destekleyerek, sektöründe en beğenilen ve tercih edilen marka olmaktır. Genç, dinamik ve aidiyet duygusu yüksek ekibimiz ile birlikte hedeflediğimiz noktaya kısa sürede geleceğimize inanıyoruz.

Etias Teknoloji’nin öne çıkan ürün ve hizmetleri nelerdir?

Etias Teknoloji olarak birden fazla ürün grubu ve iş kolunda faaliyet gösteriyoruz. Ana iş kolumuz TV Ekran koruyucu üretimi ve satışlarıdır. Bunun yanında Etias Bilişim şirketimiz bünyesinde bulunan kovalaa.com alışveriş sitemiz ile tüketicilere, elektronik ve beyaz eşya ürün grubunda hizmet veriyoruz. İç pazarda ana dağıtıcısı olduğumuz marka ve ürünlerin yanı sıra, doğrudan firmamızın ithal ettiği ürünler ile de tüketicilerimizin ihtiyaçlarını karşılıyoruz.

2021 yılı kovalaa.com’un ürün gamını arttırarak adını tüm mecralarda duyuracağı ve büyüme sağlayacağı bir yıl olacaktır.



H. Mete Genç

Etias Teknoloji San. ve Tic. A.Ş.
Genel Müdür Yardımcısı



Yine grubumuz bünyesinde yer alan Etias Reklam firmamız ile uzmanı olduğumuz akrilik/pleksi ürünlerimizi yatay ve dikey föylük ve broşürlük olarak üretiyor ve her türlü cafe/restoran, bayi, market ihtiyaçlarına sunuyoruz.

Farklı alanlarda uygulama ve kullanımı olan TV ekran koruyucu EtiasGlass'ın özelliklerinden bahsedermisiniz? Ürünün özellikleri ve sunduğu avantajlar nelerdir?

EtiasGlass olarak ürünlerimizin ham maddesini Avrupa pazarından granül halinde ve 1. sınıf malzeme olarak kendimiz ithal ediyoruz. İthal etmiş olduğumuz granül malzemeyi iç pazarda anlaşmalı olduğumuz firmalar yardımı ile sıkıştırarak plaka haline getiriyoruz. Sonrasında plakaları kendi fabrikamızda her TV ebadına özel olarak kesme, bükme ve paketlenme işleminden geçirdikten sonra tüketicilerimize sunuyoruz.

Ürünümüz 3 mm kalınlıkta ve 1 sınıf akrilik malzemeden imal edilmektedir. Üzerinde yer aldığı televizyonu her türlü darbeden korurken, aynı zamanda tüketici sağlığını da ön planda tutmaktadır. Ekran koruyucumuzun arkasında yer alan esnek ve aynı zamanda kopmaya dayanıklı askı bantları sayesinde ürün televizyona tam olarak yapışmakta ve direkt bakıldığında fark edilmemektedir.

Tüm ekran koruyucularımız 5 yıl garantili olarak tüketicilerimize sunulmaktadır. Tesislerimizde üretmiş olduğumuz TV ekran koruyucularımız, TSE, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, TÜRKAK, TÜV Rheinland gibi önemli kurumlar tarafından test edilmiş ve sertifikaları alınmıştır.

Pandemi süreci ile birlikte evlerde geçirilen vakit son derece arttı. Bu da ev içerisinde meydana gelen kazaların çoğalmasına neden oldu. TV ekran koruyucularının bu anlamda önemi nedir?

Hepimizin bildiği gibi dünya son 1 yıldır zor bir süreçten geçiyor. Salgın sebebi ile ülkemizde de yoğun önlemler alındı. Bu önlemlerin en başında insanların mümkün olduğu kadar evlerinde vakit geçirmeleri ve dışarı çıkmamaları yer alıyor. Evlerde geçirilen vakit arttıkça, doğal olarak ev içi yaşanan kazalarda da artış görülmektedir. Özellikle çocuklu ailelerde ve kedi köpek gibi evcil hayvan



besleyen hanelerde TV ekran kırılması ve zarar görmesi çokça yaşadığımız ev içi kazalardır. Bu gibi kazalar sonrasında maalesef çocuklar ve ev içi diğer bireyler fiziksel yaralar alabilmekte. Üretmiş olduğumuz ve tüketicilerimize sunduğumuz TV Ekran koruyucularımız, özellikle bu tür kazaların önüne geçmekte, ev içi bireylerin yaralanmasını önlerken aynı zamanda televizyonun da hasar görmesini engellemektedir.

Şirket olarak pazardaki rakiplerinizi nasıl farklılaşıyorsunuz?

Etias Teknoloji olarak, TV ekran koruyucularımızın tamamını kendi tesislerimizde üretmekteyiz. Dolayısıyla tüm imkanlar ve ürün özelleştirme seçenekleri de kendi bünyemizde bulunmaktadır. Bazı rakiplerimizde olduğu gibi ürünleri farklı firmalara ürettirerek değil kendimiz üreterek fark yaratıyoruz. Hatta talep gelirse kişiye özel ve ürüne özel üretim de yapabilmekteyiz. Kullanmış olduğumuz ham madde kalitesi ve ürünün kırılmazlık test sertifikaları da yine farklılaştığımız noktalar.

Rakiplerimizden bir diğer farkımız, farklı kanallarda farklı markalar ile yer almamızdır. Bayi ve distribütör kanalında EtiasGlass, Zincir marketler kanalında Armor, online ve pazaryerlerinde ise Coruian markalarımız ile faaliyet gösteriyoruz. Böylece her satış kanalında yer almış ve her tür müşteriye hizmet sağlamış oluyoruz.

Bir diğer farkımız ise tüketicilerimize sunmuş olduğumuz servislik hizmeti ve servis kalitemizdir. Servis kanalımdaki yeniden yapılanmamız neticesinde,

“2021 yılı kovalaa.com'un ürün gamını arttırarak adını tüm mecralarda duyuracağı ve büyüme sağlayacağı bir yıl olacaktır.”

outsourcing ettiğimiz servis hizmetimizi kendi bünyemize aldık. Bu çalışma kapsamında firmamıza bağlı yeni servisler kurduk. Kendi bünyemizdeki bu servisler ile tüm Türkiye'ye ve her noktaya kurulum ve bakım hizmeti verebilmekteyiz.

Teknoloji alanında fark yaratan bir şirket olarak nasıl bir pazarlama ve satış stratejisi yürütüyorsunuz?

Belirlemiş olduğumuz yeniden yapılanma sürecimizde, tüm Türkiye bazında distribütörlükler oluşturarak ürünlerimizi yurdumuzun her noktasına ulaştırma hedefimiz vardır. Ayrıca hali hazırda çalıştığımız ve iş birliği görüşmeleri içerisinde olduğumuz tekno market zincirleri ve online kanalda da büyüme hedeflerimiz vardır.



etiasglass®
RİSK ALMAYIN, ÖNLEM ALIN!
crystal panel

ARMOR®

CORUIAN®

Öncelikli amacımız, tüketicilerimizin güvenliğini sağlayacak ve TV'lerini de koruyacak bu ürünü en etkin şekilde tanıtmaktır. Ürünün ve markalarımızın tüketici ve bayi tarafındaki bilinirliğini arttırmak amacı ile sosyal medya mecralarını ve sektörel dergi ve yayın organlarını etkin şekilde kullanıyoruz. Ürünümüzü ve markalarımızı 2021 yılı içerisinde tüketicilerimiz daha fazla görecekle ve tanıyacaklardır.

Genel olarak 2020 değerlendirmesi alabilir miyiz? Çok zorlu geçen bu yılı şirket olarak nasıl geçirdiniz ve kapattınız?

2020 yılı tüm dünya ve ülkemiz için zorlu bir yıl oldu. Yıla hızlı bir başlangıç yaptık ve ilk 2 ay hedeflerimizin üzerinde satışlar gerçekleştirdik. Ancak Mart ayında ilk vaka ile başlayan Covid-19 süreci ülke ekonomisini olumsuz etkilerken, tüm sektörlerde olduğu gibi bizim sektörümüzde de bir takım satış düşüklüklerine sebep olmuştur. Nisan ve Mayıs aylarındaki ilk tepkiler sonrasında Haziran ayındaki normalleşmelerle birlikte toparlanma başlamış, özellikle de yılın son çeyreğindeki kampanya destekleri ile hedeflediğimiz noktalara gelinmiştir. Şirket olarak birinci önceliğimizin müşteri memnuniyeti olması ve müşterilerimiz ile sürekli temas halinde olmamız, 2020 yılındaki en büyük artımız olmuştur. Bu prensibimizi 2021 yılında da arttırarak devam ettireceğiz.

Etias Teknoloji olarak 2021 yılındaki büyüme stratejiniz nasıl olacak?

Zorlu geçen bir yılın ardından, gerek aşı çalışmalarının son noktaya gelmiş olması, gerekse de normalleşme sürecine girilmiş olması sebebi ile bu yılın hem ekonomik hem de sosyal açıdan daha olumlu ve

“Geliştirmiş olduğumuz Ar-Ge çalışmalarımız neticesinde, farklı kalınlıkta ve markada ilave bir ürünü yılın ilk çeyreğinde pazara sunmayı hedefliyoruz.”

şirket büyümelerinin yaşanacağı bir yıl olmasını öngörüyoruz. 2021 yılı, yine tüketici ve müşterilerimizi merkeze aldığımız ve tüketici ihtiyaçlarını önemseyerek hareket edeceğimiz bir yıl olacaktır. Bu yıl satış kanallarımıza yapacağımız yatırımlar ile kanal yapılanmamızı yılın ilk çeyreğinde tamamlayarak hedeflerimize odaklanmayı planlıyoruz.

Geliştirmiş olduğumuz Ar-Ge çalışmalarımız neticesinde, farklı kalınlıkta ve markada



COVID-19 ÖNLEMLERİ



ilave bir ürünü yılın ilk çeyreğinde pazara sunmayı hedefliyoruz. Ayrıca yılın ikinci yarısında farklı bir teknoloji ile geliştirmekte olduğumuz ürünlerimizle de tüketicilerimize yenilikler sunmaya devam edeceğiz.

Ayrıca yurt dışından gelen yoğun talebi karşılamak üzere ihracat satış kanalımızı da devreye sokarak ürünlerimizin ihracatına başlamak 2021 yılı hedeflerimizin arasındadır. Bunun başlangıcını, Amerika'da kurmuş olduğumuz şirketimiz ile 2020 sonunda Amazon USA'ya yaptığımız ilk satışımız ile başlatmış bulunuyoruz. Hedefimiz, yurtdışında olmayan bu ürünü tüm dünya ülkeleri ile tanıştırmaktır.



**Alışveriş yaşamı hızla değişiyor.
Kaliteli bir müşteri deneyimi
yaşatmak adına tüm satış
kanallarında perakende
sektörünün yanındayız.**



pozitera®



“Beyaz eşya sektörünün bugünkü en önemli gündem maddesini e-ticaret ve dijitalleşme oluşturuyor”

“Beyaz eşya sektörü hem Fintech’in hem de IoT’nin yükselişinden en fazla fayda sağlayacak iş kollarının başında geliyor. Bir yanda beyaz eşya, yedek parça ve servis maliyetlerinin yüksek olması, tüketicinin alım gücüne destek olacak ve gün sonunda ciroyu artıracak yenilikçi ödeme ve finansman modellerine ihtiyacı körüklüyor.”

2020 yılı pandeminin etkisi altında sona erdi. 2021 yılı ise ekonomik ve sağlık açısından farklı bir yıl olacak. Siz Paynet olarak geçen yılı nasıl tamamladınız?

2021 yılına başlarken, geçtiğimiz yıl boyunca konuştuğumuz pandeminin, fintech sektörü üzerinde güçlü bir etki bıraktığını gördük. Müşteri deneyiminde kalıcı etkileri olacağına inandığımız kapsamlı değişimler yaşandı. Z kuşağının ekonomiye aktif katılımı neticesinde, fintech'lere duyulacak ihtiyacın günden güne artacağı kesinleşti.

Paynet, Türkiye’de fintech alanının öncü şirketlerinden biri olarak, 2020’yi tahsilat hacminde yüzde 100’e yakın büyümeyle tamamladı. Bu dönemde tüketicinin “yeni normaldeki” ihtiyaçlarını karşılayacak çözümlere odaklandık. E-ticaretteki hızlı yükselişi desteklemek için, bu alana girmek isteyen perakendecileri hızlı ve güvenli online tahsilat çözümlerimizle destekledik. Bütünleşik müşteri deneyimini kolaylaştırmak için, işletmelerin uçtan uca tahsilat ihtiyaçlarını karşıladık. Şirket içinde kapsamlı bir yapılanmaya giderek, ekibimizi yüzde 50 büyüttük. 2021’e bu güçlü rakamlarla ve pek çok yenilikçi proje ile hızlı başladık.

Son dönemde tüketicilerin kullanım ve satın alma alışkanlıkları da değişiyor. Fintech kavramı öne çıkarken temassız kullanım, link, e-ticaret, mobil gibi alanlara da ilgi artıyor. Genel olarak bu süreci nasıl değerlendiriyorsunuz?

Pandeminin tüketici alışkanlıklarına etkisini iki ayrı yönden incelemek mümkün: İlk olarak, tüketicinin vaktinin büyük çoğunluğunu evde geçirmesi ve sosyal mesafe kurallarını gözetmesi nedeniyle hem e-ticaret sıçrama yaptı hem de temassız ve uzaktan ödeme gibi yenilikçi yöntemler hızla benimsendi. İkincisi ise belirsizleşen ekonomi yüzünden tüketici nakit yerine taksitli ve kredili alımlara yöneldi. Hepsinin ortak noktasında ise ödeme teknolojileri var.

Paynet olarak biz de, linkle ödeme, mobil POS ve uzaktan ödeme çözümlerimizle bu dönüşüme öncülük ettik. Tek bir internet



Serkan Çelik
Paynet CEO’su

bağlantısıyla ödeme olanağı sunan Paylink çözümünü, artan talebe daha etkili yanıt verebilmek adına yeni cüzdan ve ERP sistemi entegrasyonlarıyla güçlendirdik. Perakende sektörünün e-ticarete adeta "göç ettiği" bir yılı geride bırakırken, bir anda ödemelerini dijital kanallarla alma ihtiyacı ortaya çıkan işletmelerin çok daha hızlı ve zahmetsiz bir geçiş yapmalarına destek olduk.

Dijitalleşme kavramı tüm hayatın içerisinde, özellikle de iş dünyasında yerini artırıyor. Bu bağlamda Fintech'in geleceği nasıl olacak? Özellikle büyük markalar ve KOBİ'ler özelinde Fintech ne gibi bir anlam taşıyor?

Fintech ekosistemi dijitalleşmeye paralel olarak büyümesini sürdürüyor. Hem Türkiye'de hem dünyada en çok fonlama alan girişimler, en fazla kullanıcı kazanan servisler fintech dünyasından çıkıyor. Globale baktığımızda, 2022 yılında 300 milyar doları aşması beklenen dev bir pazardan söz ediyoruz. Sektör Türkiye'de büyümesini sürdürüyor. KPMG tarafından hazırlanan 2019 raporunda, fintech'lerin girişim ekosisteminde en çok fonlama alan dikeyler arasında ilk üç sırada bulunduğu görülüyor. Yine en fazla fonlama işlemi fintech alanında gerçekleşmiş bulunuyor. Bu ekosistemi önümüzdeki dönemde daha da büyüyeceğini öngörüyoruz.

Büyük şirketler için fintech, yenilikçi teknolojileri kullanarak müşterilerine farklı deneyimler sunma ve rakiplerinden ayrılarak pazarda öne çıkma fırsatı doğuruyor. Finansal teknolojiler, kanal yönetimini eşsiz bir şekilde kolaylaştırıyor.

KOBİ'ler ise fintech şirketlerinin sunduğu hizmetler sayesinde ihtiyaç duydukları finansmana, banka anlaşmalarına ve tahsilat sistemlerine daha kolay erişiyor. TÜİK verilerine göre KOBİ'ler Türkiye'de 2019 yılındaki girişimlerin yüzde 99,8'ini oluşturuyor. Hal böyleyken, fintech ve KOBİ arasında iki yönlü bir kazan-kazan ilişkisi bulunduğunu söylemek mümkün. Fintech'in KOBİ'ler tarafından benimsenmesi ve bu ölçekte yaygınlaşması, ekosistemin büyümesi için kritik önem taşıyor. KOBİ'ler ise iş akışlarını daha verimli hale getirmek ve ödeme süreçlerini dijitalleştirip avantaj sağlamak için fintech'in yenilikçi çözümlerine ihtiyaç duyuyor.

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü özelinde değerlendirdiğinizde Fintech'in önemi sizce nedir?

Beyaz eşya sektörü hem fintech'in hem de IoT'nin yükselişinden en fazla fayda sağlayacak iş kollarının başında geliyor. Bir yanda beyaz eşya, yedek parça ve servis maliyetlerinin yüksek olması, tüketicinin alım gücüne destek olacak ve gün sonunda ciroyu artıracak yenilikçi ödeme ve finansman modellerine ihtiyacı körüklüyor. Diğer yanda ise tüketicinin yaptığı bir ödemenin, servis noktasından bayi kanalına ve üretici firmaya kadar uzanan çok



paydaşlı tahsilatı bulunuyor. İnternete bağlı kalabilen akıllı ev eşyalarının tüketici adına bazı işlemleri yerine getirebilmesi bugün fütüristik bir gerçeklik gibi görünse de, önümüzdeki dönemde azalan ürünlerin siparişini kendisi veren, ödemeyi kendisi yapan buzdolabı gibi örneklerin artması bekleniyor.

Beyaz eşya sektörünün bugünkü en önemli gündem maddesini ise e-ticaret ve dijitalleşme oluşturuyor. Mobil ödeme kanallarının yaygınlaşmasıyla birlikte tahsilatın online ve mobil cihazlar üzerinden gerçekleştirilmesi hem perakende satışlara hem servis süreçlerine olumlu yansıyor.

Finansal teknolojilerin gelişmesiyle Paynet gibi yenilikçi ödeme sağlayıcılar, müşteriye doğrudan doğruya hizmet aldığı noktada kredi kartıyla ödeme yapabilme imkanı sunuyor. Örneğin akıllı telefonu bir mobil POS cihazına dönüştüren CEPPOS, kartlı ödemenin kurulum veya servis noktasında gerçekleştirilmesini ve hatta takside bağlanmasını mümkün kılıyor. Beyaz eşyalarda beklenmedik servis harcamaları, anlık nakit sıkıntısı doğurabileceği için, kredi kartıyla taksitli ödeme seçeneği hem tüketici hem ilgili firma için adeta hayat kurtarıyor.

İşin kurumsal kanadında ise müşteriden alınan her ödeme, Paynet'in gelir dağılım zincirini çok daha etkin biçimde yöneten çözümleri sayesinde ana firmadan bayiye kadar anında paylaştırılıyor ve yönetiliyor. Bu sayede tüm paydaşlar arasında uçtan uca, eş zamanlı ve çok daha verimli bir nakit akışı sağlanabiliyor.

Paynet olarak Fintech'te omnichannel özelinde çok önemli çalışma ve yatırımlarınız var. Bu alandaki yapılanma ve çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

Forrester araştırmalarına göre müşteri deneyiminde sağlanacak bir puanlık artış dahi sektöre bağlı olarak müşteri başına kazancı 330 dolara kadar artırabiliyor. Dolayısıyla müşteri ve müşteri deneyimi, ticaretin merkezinde yer alıyor. Dijital dönüşüm

rüzgarlarını arkasına alan müşteri deneyimi, kurumlar için kritik bir dönüşüm noktası oluşturuyor. Satın alma deneyimi başlı başına bir yolculuğa dönüşüyor. Müşteri bu yolculuğa sosyal medyadan başlayıp, her adıma ayrı ayrı not vererek ilerliyor. Bu satın alma deneyimi boyunca müşteri eksik gördüğü, ihtiyacını karşılamayan her adımda not kırıyor. E-ticaret ve perakendede aynı eksiksiz ve pürüzsüz deneyimini sunabilmek, ortaya bütünlüklü bir müşteri deneyimi çıkarabilmek bu nedenle büyük önem taşıyor.

Paynet olarak bütünlüklü müşteri deneyimi yaklaşımını, yenilikçi ödeme teknolojileri ve tahsilat süreçleriyle buluşturduk. Bu sayede işletmeler, çok daha zahmetsiz bir şekilde tüm kanallar üzerinden kolay, güvenli ve hızlı ödeme alabiliyor. Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe de e-ticarete yönelim söz konusu. Bunu mümkün kılmak için, işletmelerin müşterisine mağazada sunduğu deneyimi tüm kanallarda sunabilmeleri gerekiyor. Tek link ile ödeme almayı sağlayan, uzaktan tahsilatı kolaylaştıran ve farklı banka kartlarına taksit yapan fintech çözümlerimizle işletmelerin bu zorlu hedefe ulaşmalarına destek oluyoruz.

Bu yıl için beklenti ve hedefleriniz nelerdir? Genel olarak büyüme stratejileriniz ve çalışmalarınız nasıl şekillenecek?

Paynet olarak 2021 için büyük heyecan duyuyoruz. Pandeminin damga vurduğu zorlu bir yılı dahi büyümeyle tamamladıktan sonra, 2021'de bu ivmeden güç alarak büyümeyi hedefliyoruz. Perakende sektöründeki omnichannel dönüşümünü tahsilat çözümleriyle desteklemek, Paynet'in pazarda fark yaratacağı alanların başında geliyor. Müşteri deneyimindeki değişikliklere paralel olarak geliştirmekte olduğumuz yeni ürün ve çözümleri 2021 içinde piyasaya çıkaracağız. Ayrıca, 2021 yılında gerek bankalar gerekse diğer iş ortaklarımızla ses getirecek iş birliklerini duyuracağız. Yüzde 100'e yakın bir büyümeyle kapattığımız 2020 sonrası 2021'de de aynı büyüme oranını yakalamayı hedefliyoruz.

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



GÜRSES
KURUMSAL

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

/gurseskurumsal

/gurseskurumsal

WhatsApp Hattı: 0532 413 43 63

Koç

Arçelik
Servis Garantisi

444 0 888

altus.com.tr

/altustr

ALTUS

SAMSUNG

Samsung beyaz eşyalar yenilikçi teknolojileri ile evinizde



GÜRSES
KURUMSAL

 /gurseskurumsal

 /gurseskurumsal

 WhatsApp Hattı: 0532 413 43 63

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

Arçelik çevreye ve topluma en fazla katkı yapan şirketler arasında...

Küresel üretiminde kendi kredisiyle karbon nötr hale gelen Arçelik, ABD merkezli Real Leaders Dergisi'nin çevreye ve topluma en fazla katkı yapan şirketlerini sıraladığı Top 150 Impact Companies 2021 listesinde 13'üncü sırada yerini aldı.

Dünyanın sürdürülebilirlik alanındaki ilk iş ve liderlik dergisi olan Real Leaders, gezegenin ve toplumun sorunlarına çözümler geliştirilmesine yardımcı olmak



için iş dünyasına ve liderlerine ilham vermeyi amaçlıyor. Etki odaklı ilk 150 şirket belirlenirken, toplumsal ve çevresel sorunlara çözüm olarak ürün ve hizmetler geliştiren şirketler arasında değerlendirme yapılıyor.

Arçelik ile ilgili değerlendirmede karbon emisyon azaltımları, üretimde su ve enerji tasarrufları, atık azaltımı, enerji verimli çevre dostu teknolojilerinin yanı sıra çocuk obezitesi, gıda israfı ve açlık ile mücadele için sürdürdüğü sosyal sorumluluk projeleri dikkate alındı.

Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, "Geleceği iyileştiren teknolojiler geliştirerek sektör liderliğimizi pekiştirirken sürdürülebilirliği bir yaşam tarzı haline getirebilmek için dijital hanelerin çözüm ortağı olmayı hedefiyle ilerliyoruz. Geleceğe, gezegenimize, insanların ihtiyaçlarına ve işimize odaklanarak BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ile uyumlu 2030 sürdürülebilirlik hedeflerimizi belirledik. Sürdürülebilirlik alanında önemli bir yayın olan Real Leaders'in 'Top 150 Impact Companies of 2021' listesinde dünyanın önde gelen şirketleri arasında, 13'üncü sırada yer alarak, sürdürülebilirlik alanındaki



Hakan Bulgurlu

liderliğimizin bir kez daha tescillenmesi; daha da iddialı hedefler koymamız yönünde bizleri cesaretlendiriyor." dedi.

Türk iklimlendirme sektörü 2021'de 5 Milyar dolar ihracat hedefliyor

İklimlendirme Sanayi İhracatçıları Birliği (İSİB) Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Şanal, Türk İklimlendirme sektörünün 2020 yılını pandemi sürecine rağmen 4,66 milyar dolar ihracat ile tamamladığını ifade ederek 2021 yılındaki hedeflerinin 5 Milyar doları aşmak olduğunu ifade etti.

İSİB tarafından online şekilde yapılan basın toplantısında İSİB Yönetim Kurulu Başkanı Şanal, Türk iklimlendirme sektörünün 2020 yılı ihracat büyüklükleri ve gelişmeleri ile 2021 yılı hedefleri ve beklentilerini basın mensupları ile paylaştı.

Yapılan toplantıda 2020 yılında bir önceki yıla göre ihracat kayıplarının olmadığını ifade eden Şanal, şu bilgileri verdi: "Türk İklimlendirme Sektörü olarak 2020 yılını yaklaşık 4,66 milyar dolarlık ihracat büyüklüğü ile kapattık. Sektör Aralık ayında 489 milyon dolar ile ihracatta aylık bazda tüm zamanların en yüksek aylık ihracat rakamına ulaştı. Alt sektör kırılımlarımız da ise sırasıyla Isıtma Sistem ve Elemanları alt sektörümüz

1,1 Milyar dolar, Soğutma Sistem ve Elemanları alt sektörümüzü yaklaşık 640 milyon dolar, Klima Sistem ve Elemanları alt sektörümüzü yaklaşık 500 milyon dolar, Tesisat Sistem ve Elemanları alt sektörümüzü yaklaşık 1,8 milyar dolar, Havalandırma Sistem ve Elemanları alt sektörümüzü yaklaşık 477 milyon dolar, Yalıtım malzemeleri alt sektörümüz ise yaklaşık 93 milyon dolar büyüklük ile kapattık. Sektörün kg başına ihracat birim fiyatı 4,3\$ olarak gerçekleşti."

2020 yılında sektörün tamamında en çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ilk beş ülke sırasıyla Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, Irak ve Fransa olduğunu da belirten Şanal, "Isıtma alanındaki ihracatımız dünya pazarının pandemiden kaynaklı olarak daralması sebebi



ile bir önceki yıla göre düşüş göstermiş fakat dünya ticaretinden aldığımız payı artırmış durumdayız. Bununla birlikte bu yıl yine kombi, radyatör, ticari tip soğutucular, polietilen boru ve ekipmanları ihracatı rakamsal baz da yine ilk sırada yer aldılar. Bu yıl özellikle hava filtreleri başta olmak üzere, havalandırma sistemleri, klimalar alanında ihracatımızda bir önceki yıla göre önemli derece artış gösterdi." dedi.



Derin dondurucuda ekonominin yeni adı



• DCF 466 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)

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)



UĞUR ŞİRKETLER GRUBU



444 75 25



deltasogutma.com.tr



/deltasogutma



LG, Akdeniz Bölgesi'ndeki en büyük mağazasını Antalya'da hizmet soktu

LG, 2021 yılını yeni bir yatırımla karşılayarak Akdeniz Bölgesi'nin en büyük LG mağazası olan Antalya Dapa LG Brand Shop'u, Muratpaşa'da hizmete açtı. Son teknoloji ürünlerinin sergilendiği bir merkez niteliği taşıyan mağazada, LG'nin birbiriyle konuşan cihazlarından uzaktan yönetilebilen beyaz eşyalarına, kişisel asistan görevi gören TV'lerine kadar yeni nesil teknolojilerinin sergilendiği ThinQ Deneyim Alanı da bulunuyor.

Türkiye'de perakende mağaza sayılarını artırarak bu alanda büyüme gösteren LG Electronics, ülke genelinde yatırımcıların da ilgisini çekmeye devam ediyor. Antalya'da açılan ikinci LG Brand Shop olan Antalya Dapa LG Brand Shop ile LG Electronics Antalya'daki mağaza sayısını yıl sonuna kadar 4'e çıkarmayı hedefliyor.



Samsung Electronics Türkiye'de Başkanlık görevine Choi Byung Hee getirildi

Samsung Electronics Türkiye'de önemli bir atama gerçekleşti. Samsung Electronics Baltık Ülkeleri Başkanlığı'nı yürüten Choi Byung Hee, 11 Ocak tarihi itibarıyla Samsung Electronics Türkiye Başkanı olarak göreve getirildi.

2016 yılından bu yana Samsung Electronics Türkiye'de başkanlık yapan DaeHyun Kim'den görevi devralan Choi Byung Hee, 1996 yılında fiber optik ve kablo mühendisi olarak Samsung Electronics'in Güney Kore'deki genel merkezinde göreve başladı. 1999 - 2002 tarihleri arasında ABD, Asya ve Latin Amerika'da kablo ve fiber optik kablo satış ve pazarlama operasyonlarından sorumlu oldu.

2003 yılında Samsung Electronics'in Hindistan'ın Delhi kentinde yapılan özel eğitim programına bölgesel uzman olarak

katılan Choi Byung Hee, daha sonra 4 yıl boyunca ABD pazarındaki mobil satışların yönetiminden sorumlu olarak Samsung Electronics'in Güney Kore'deki merkezinde görev aldı.

2007 yılında Samsung Electronics'in Global Operasyon Merkezi'nde 2 yıl boyunca tedarik zinciri yönetimi ve satış yönetiminden sorumlu olarak görev yapan Choi Byung Hee, 2009 - 2014 yılları arasında ABD Mobil Satışlardan Sorumlu Direktör ve Kıdemli Direktör görevlerini üstlendi. 2015 yılında Samsung Electronics genel merkezinde Satış ve Pazarlama ekibi içerisinde görev alan Byung Hee, Samsung Electronics Türkiye'de başkanlık görevine getirilmeden önce son olarak Aralık 2015 tarihinden bu yana Samsung Electronics Baltık Ülkeleri Başkanlığı'nı yapıyordu.



Altınöğlü Grup şubeleşmeye devam ediyor

Altınöğlü Grup, Gaziantep'te şubeleşmeye ve büyümeye devam ediyor. Şirket 14. şubesini Akyol'da hizmete açtı. Konuyla ilgili bir açıklama yapan Altınöğlü Grup Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İslam Özaltın, şirket olarak pandemi döneminde de yatırımlarını sürdürdüklerini ve buna devam edeceklerini söyledi. 14. şubelerine ulaşmanın mutluluğu ve gururunu yaşadıklarını söyleyen Özaltın, grup olarak Gaziantep'e yatırım yapmayı sürdüreceklerini de ifade etti.

Altınöğlü Grup'un Akyol Şubesi, Samsung bayisi olarak hizmete girdi. Cep telefonu, aksesuar, elektronik eşyalar, beyaz eşya gibi farklı ürün grupları mağaza bünyesinde tüketiciye ulaştırılacak. Şu anda grup bünyesinde 135 kişinin istihdam edildiğini söyleyen Özaltın, durmadan büyümeye ve genişlemeye devam edeceklerini açıkladı.



Fotoğraf: <https://www.gazeteekspres.com/>

70XXL

Dilimiz mini fırın demeye varmıyor.

Kalabalık ailelerin tercihi
geniş iç hacimli 70 litre fırınlar KUMTEL'de



- 2000 Watt Güç • Paslanmaz Çelik Kontrol Paneli • Turbo Fonksiyonu
- 70 L İç Hacim • 6 Program • Ayarlanabilir Alarmlı Zamanlayıcı • Ayarlanabilir Termostat
- Güçlü İç Lamba • Derin Yuvarlak ve Dikdörtgen Tepsi • Paslanmaz Krom-Nikel Kaplama Izgara
- Ergonomik ve Şık Düğmeler • Kolayca Temizlenebilir İç Cam • Kolay Raf Sistemi
- Opsiyonel Tavuk ve Hindi Çevirme • Opsiyonel Granit İç Hazne

KUMTEL®
kumtel.com

444
56 85

Arçelik'in Üretim ve Teknolojiden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Nihat Bayız oldu

Arçelik'in 'Üretim ve Teknolojiden Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı' görevine Nihat Bayız getirildi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü mezunu olan Bayız, 2016 yılında Harvard Business School'da İleri Yönetim Programı'nı tamamladı. Bayız, profesyonel kariyerine 1994 yılında, 'Arçelik Üretim Mühendisliği' bölümünde mühendis olarak başladı. Kariyerinin devamında, 'Bulaşık Makinesi ve Buzdolabı Ürün Direktörü', 'Ürün Yönetimi Direktörü', Arçelik'in Romanya iştiraki olan 'Arctic Genel Müdürü' ve 'Ar-Ge Direktörü' olarak devam eden Bayız, Türkiye, Romanya,

Tayvan, İngiltere, Tayland ve Çin olmak üzere 6 farklı ülkede 20 Ar-Ge Merkezi liderliği görevini de yürüttü. Bayız, özellikle üretim teknolojileri, yalın üretim yönetimi, global Ar-Ge yönetimi, açık inovasyon, teknoloji izleme ve ağ oluşturma, start-up ekosistemleri, agile dönüşüm metodolojileri konularında güçlü deneyime sahip.

Nihat Bayız, 'Koç Üniversitesi Arçelik Yaratıcı Endüstri Araştırmaları Merkezi' ve 'Orta Doğu Teknik Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği Endüstri Danışma Kurulu', aktif üyeliklerine de devam ediyor.



Nihat Bayız

Nielsen Türkiye'de Perakende Direktörlüğü görevine Serhat Sükan getirildi

Hızlı tüketim ürünleri konusunda faaliyet gösteren farklı şirketlerde satış, pazarlama ve ticari pazarlama alanlarında çeşitli görevlerde bulunan Serhat Sükan, 2014 yılında Nielsen Türkiye'ye Perakende Ölçüm Hizmetleri departmanında Lokal Firmalardan Sorumlu Grup Müdürü olarak transfer oldu. Nielsen Türkiye Perakende Hizmetleri Direktörü olarak atanmadan önce ise Nielsen Türkiye ofisinde Lokal Firmalar ve Gıda Endüstrisinden Sorumlu Direktör olarak çalışıyordu.

Serhat Sükan, hızlı tüketim ürünlerinin farklı alanlarında çok çeşitli görevlerde bulunmanın da getirmiş olduğu deneyim ile 360 derecelik bütünsel açıdan bakarak analitik ve yaratıcı düşünme, konulara farklı perspektiflerden bakma yeteneği ve dinamizmine sahip. Serhat Sükan, Türkiye'deki perakendecilere Nielsen uzmanlığıyla güçlü bir destek vermek üzere bundan böyle Nielsen Türkiye Perakendeci Hizmetleri Direktörü olarak görev yapacak.



Serhat Sükan

Vestel yapay zeka projesine Avrupa Birliği'nden destek geldi

Avrupa Birliği'nin en kapsamlı Ar-Ge ve inovasyon programı Horizon 2020'den, geçtiğimiz yıl kişiselleşen tüketici ihtiyaçlarına yönelik akıllı ve esnek üretim çalışmalarını kapsayan KYKLOS 4.0 projesiyle fon alan Vestel, bu yıl üç projeye daha desteklenmeye hak kazandı. Vestel, bu yıl kabul edilen DAIS (Distributed Artificial Intelligence Systems) projesinde, 11 ülkeden 49 proje ortağıyla dağıtık yapay zeka sistemleri geliştirerek, kullanıcı deneyimini ve veri güvenliğini artırmaya yönelik çözümler geliştirecek. Vestel'in uzun yıllara dayanan Ar-Ge birikimi ve inovasyon kültürüne sahip olduğuna dikkat çeken Vestel CEO'su Turan Erdoğan, "Vestel, üretim gücünü dünyanın farklı bölgelerindeki Ar-Ge merkezlerinde gerçekleştirdiği çalışmalar ve bin 700 kişilik Ar-Ge ekibinden alıyor. Ar-Ge vizyonumuzun merkezinde Endüstri 4.0, yapay zeka, mobilite ve bağlanabilirlik bulunuyor. Bu kapsamda



ürettiğimiz projelerin dünya çapında kabul gören programlar tarafından desteklenmesi gurur verici. Geçen yıl ilk Horizon 2020 desteğimizi akıllı ve esnek üretim projemizle almıştık. Bu yıl ise, batarya teknolojileri ve elektrikli araç şarj istasyonu çalışmalarını

içeren iki projemizle daha destek kapsamına alındık. Ayrıca bu yıl ilk kez bir ECSEL (Electronic Components and Systems for European Leadership) projesini de bünyemize katarak Ar-Ge gücümüzü bir kez daha ortaya koyduk." açıklamasında bulundu.



arzum

Sen dokunursun deęiřir dünya

İşTE

OKULDA

SPORDA

HER YERDE

**FOODIE İLE
SAğLIKLI BESLEN**

**TÜRKİYE'DE
İLK
ELEKTRİKLİ
SEFER
TASI**



arzum.com.tr | 0850 222 1 800

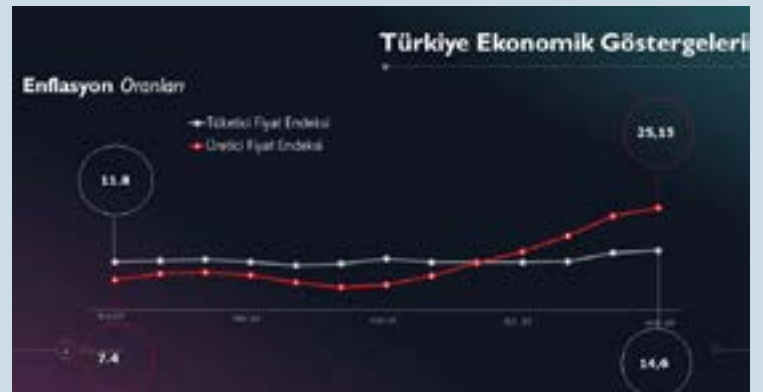
Beyaz eşya satışları 2020 yılında %16 yükseldi

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKESD), beyaz eşya sektörünün 2020 yılı karnesini açıkladı. Buna göre 6 ana ürünlerdeki Türkiye satışları pandemi koşullarına rağmen bir önceki yıla kıyasla %16 oranında arttı. İç satış ve ihracat olmak üzere toplam satışları ise 2019 yılına göre %4 oranında artış gösterdi.

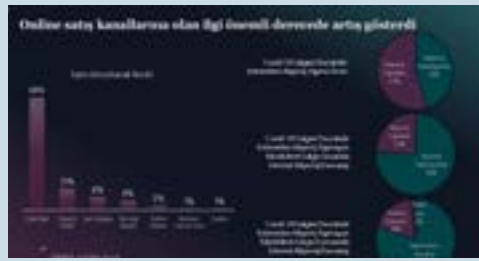
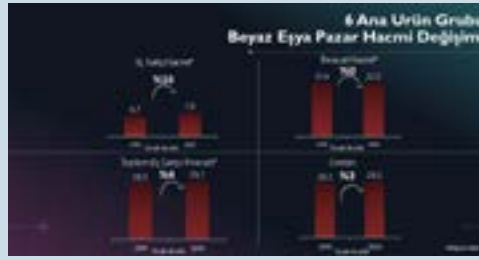
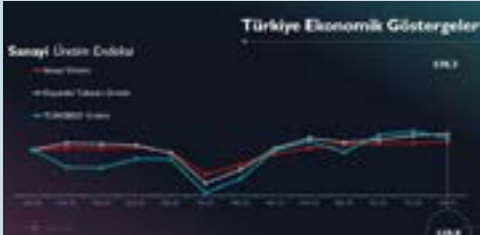
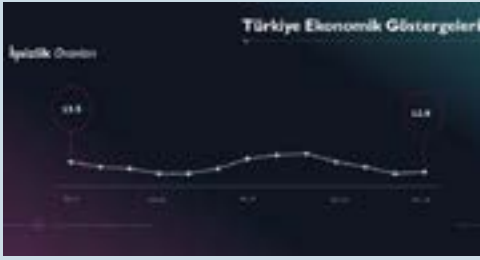


Türkiye'nin önde gelen beyaz eşya firmalarını temsil eden Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKESD) 2020 yılı sonuçlarını online düzenlediği basın toplantısı ile paylaştı. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği Başkanı Can Dinçer, basın toplantısında TÜRKESD'in üretici olmayan firmalar ve küçük ev aletleri firmalarını bünyesine katarak daha da güçlendiğini belirterek, ev teknolojileri firması Dyson'ın üyeler arasına katıldığını duyurdu (Arçelik, BSH, Dyson, Electrolux, Haier Europe, Silverline, Vestel). Küresel ekonomi, Türkiye ekonomisi ve sektörle ilgili gelişmeleri değerlendiren Dinçer, 60.000 doğrudan 600.000 dolaylı istihdam sağlayan Türkiye beyaz eşya sektörünün güçlü ihracatı ile dış ticaret fazlası veren lokomotif bir sektör olduğunu vurguladı. Beyaz eşya üretiminin %75'inden fazlasını 170 ülkeye ihraç eden Türkiye'nin Çin'den sonra dünyanın ikinci büyük üretim üssü olduğunu hatırlatan Dinçer, 2020 yılı satış verilerini açıkladı. TÜRKESD üyesi firmaların Türkiye satışları 6 ana ürün grubunda bir 2019 yılına göre %16 oranında arttı. İhracat geçen yıl ile paralel seyrederken sektörün üretimi %3 oranında artış gösterdi.

Dinçer, 2020 rakamlarını şöyle yorumladı: "COVID-19 kısıtlamaları ve pandeminin genel ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerine karşın beyaz eşya sektörü zor bir yılı başarılı sonuçlarla geride bıraktı. Artan hijyen ihtiyacı, zamanımızın büyük çoğunluğunu evlerde geçirmemiz ve konut satışlarındaki artış beyaz eşyaya talebi artırdı. Bizler de TÜRKESD üyesi firmalar olarak en üst seviyede önlemleri alarak müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılamak için var gücümüzle çalıştık. Ocak-Aralık 2020 döneminde 6 ana üründe Türkiye satışlarımız bir önceki yıla göre %16 oranında artarak 7.750.000 adet olarak gerçekleşti. En büyük yurt dışı pazarımız olan Avrupa'nın pandemiden en ağır biçimde etkilenmesine rağmen ihracatımızı korumayı başardık.



İç satış ve ihracat olmak üzere toplam satışlarımız 2019 yılının %4 üzerinde gerçekleşerek 30.000.000 adet seviyesine yaklaştı." dedi.



TÜRKBEŞD Yönetim Kurulu Üyesi Hakan Sultar ise, pandemi ile birlikte Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri için uzaktan çalışma düzenlemelerinin hayata geçirilmesine ihtiyaç duyulduğunu belirterek şunları söyledi: “Ar-Ge ve Tasarım merkezleri için belli oranlar içerisinde uzaktan çalışmanın önünün açılmasını öngören “Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi”ni” memnuniyetle karşıladığımızı belirtmek isteriz. Bununla birlikte tasarım, analiz, yazılım gibi konularda daha çok verim alınabilmesi için taslakta belirtilen oranların artırılarak COVID-19 sonrasında da uzaktan çalışmanın en az %50 olarak uygulanması ve bu oranın %75’e kadar Sayın Cumhurbaşkanımızın yetkisiyle artırılabilmesi konusunda 5746 ve 4691 sayılı yasalarda gerekli düzenlemelerin yapılması önem arz ediyor.”



“Enerji verimliliği ve dijital dönüşüm için özel teşvik sistemlerine ihtiyaç var”

Basın toplantısında sektörün dijital dönüşüm ve AB yeni enerji etiketine uyum çalışmalarına da değinildi. Sektörün ihracatta rekabet gücünü sürdürmek adına, kendi çabasıyla bazı yatırımları devreye aldığını ifade eden TÜRKBEŞD Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Özkadı, sözlerini şöyle sürdürdü: “11. Kalkınma Planı’nda sektörümüz için bu alanlarda özel bir destek öngörüsü bulunmaktadır. Ancak söz konusu teşvik öngörüsü, mevcut

yatırım teşvik mevzuatı kapsamında değerlendirilmekte olup, bugüne kadar maalesef hayata geçirilememiştir. Beyaz eşya sektörünün ihracatta rekabetçi yapısını ve yurt içi ekosistemi koruyabilmesi, böylece istihdam ve ülke ekonomisine sağladığı katkılara güçlü bir şekilde devam edebilmesi için AB yeni enerji etiketi mevzuatlarına uyum ve dijital dönüşüm alanında özel bir teşvik sisteminin oluşturulması konusunda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın ilgileri talep edilmektedir. Yeni enerji etiketi mevzuatı sürecinde sektörümüzle çok yakın iş birliği içinde bulunan Bakanlığımıza müteşekkirimiz.



Çerçeve mevzuatın yakın zamanda Resmi Gazete’de yayımlanmasını bekliyoruz. Böylece ülkemizde daha yüksek enerji verimliliğine sahip beyaz eşyaların satılmasının önü açılmış olacaktır” dedi.

Sektör yassı çelik tedarikinde sıkıntı yaşıyor

Basın toplantısında TÜRKBEŞD Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Yavuz da beyaz eşyanın temel girdisi olan yassı çelik temininde son dönem yaşanan sıkıntıların beyaz eşya üretimini ve ihracatını olumsuz etkileyecek seviyeye ulaştığına dikkat çekti. Yavuz, “Yurt içinde yassı sac vergilerinin yarattığı etki ile piyasada bozulma yaşanmakta ve uygulanan vergi oranı doğrultusunda piyasa fiyatları artmaktadır. Özellikle ihracatın öneminin çok daha öne çıktığı bir dönemde, girdi temininde yaşanan bu zorluklar maliyetleri artırmakta ve üretimi riske sokmaktadır”

dedi. Avrupa Birliği tarafından başlatılan anti-damping önleminin ardından Türkiye’de yakın zamanda yassı sıcak sac için açılan anti-damping soruşturmasının kaygı yarattığını da ifade eden Yavuz, “Gümrük birliğinin modernizasyonu vizyonu ve sektörümüzün birinci ihracat pazarının AB olması sebebiyle, misilleme olarak algılanabilecek yaklaşımların ihracata olumsuz etki etme riski olduğunu düşünüyoruz. Sektörün önümüzdeki dönemde ihracat ve üretim rekabetçiliğinin olumsuz etkilenmemesi adına yassı çelik ürünlerinde gümrük vergisi politikasının gözden geçirilmesi önem arz etmektedir.” şeklinde konuştu.



Beyaz eşya bayileri sektörün sorunlarını konuştu, e-ticaret gündeme oturdu

Dayanıklı Tüketim ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği (Beyper) 2021 yılının ilk toplantısını 6 Ocak 2021 tarihinde online olarak gerçekleştirdi. Türkiye'nin farklı bölgelerinden, farklı markalarla birlikte çalışan bayi üyelerin katıldığı toplantıda sektörün sorunları, 2020 değerlendirmesi ve 2021 yılında yapılması düşünülenler konuşuldu. Toplantının ana gündemini beyaz eşya bayilerini son dönemde oldukça zora sokan e-ticaret oluşturdu.

Yaklaşık 40 Beyper üyesinin katılım gösterdiği toplantı dernek başkanı Ali Yıldız'ın konuşması ile açıldı. 2020 yılının genel olarak değerlendirilen ve yeni yıla dair görüşlerini açıklayan Yıldız, bu zorlu dönemde birçok bayinin ayakta kalmayı başardığını, bazılarının ise işlerini yürütmekte zorlandığını ifade etti. Perakendeciliği iyi yapanların yeni yılda da büyümeye devam edeceklerini söyleyen Yıldız, pandeminin etkilerinin beklenenden daha uzun sürebileceğini ve herkesin buna hazırlıklı olması gerektiğini vurguladı.

Daha sonra derneğin Yönetim Kurulu Üyesi ve Dağıtım Kanalı Dergisi İmtiyaz Sahibi Yıldırım Söylemez söz aldı ve öncelikli olarak geçen yıl içerisinde Covid-19 sebebiyle hayatını kaybeden Beyper üyelerine Allah'tan rahmet dilediklerini söyledi. Beyper'in, sektörün omurgasını oluşturan bayilerin ortak sesi olduğunu dile getiren Söylemez, toplantı öncesinde kendisine ulaşan BSH CEO'su Gökhan Sağın ve Vestel Yurtiçi Satış GMY Tarık Leloğlu'na teşekkür etti ve mesajlarını okudu. BSH Türkiye CEO'su Gökhan Sağın mesajında pandemi döneminin tüm dünya için gerek sağlık gerekse ekonomik olarak zorlu geçse de, evde kalmanın yoğunlaştığı bu dönemde, tüketicilerin evdeki beyaz eşyaları yeniden keşfettiği bir dönem olarak belirginleştiğini ifade etti: "Evde farklı yemek lezzetlerini deneyimlemek, fırında ekmek yapmak ,büyük alışverişleri tek seferde yapma ihtiyacıyla buzdolabının yoğun kullanımı, uzun süreli gıda depolamak için artan derin dondurucu ihtiyacı ön plana çıktı. Hijyen ve temizlik odağının ve evde geçirilen zamanın artmasıyla birlikte bulaşık, çamaşır ve kurutma makinesi kullanımı sıklıkla."

2020 yılının, hem ülkemizin hem de dünyanın salgın, deprem, yangın ve sel gibi afetler ile baş ettiği bir yıl olduğunu vurgulayan Vestel Yurtiçi Satış GMY Tarık Leloğlu ise ekonomiyi de yakından etkileyen tüm bu

olaylara rağmen, tüketici ihtiyacını anlayan ürünler ve güçlü bir bayi ağı ile sektörün çok başarılı bir yılı geride bıraktığını söyledi: "Çok ciddi cirosal büyümeler yakaladık. 2021 yılı da salgın nedeniyle kısıtlar ile başlamış da olsak, unutmamalıyız ki, büyük kriz dönemleri herkes için başarısızlık getirmiyor. Aksine krizi fırsat bilip, olumsuzluklarını lehine çevirenlerin başarı hikayelerine tanık oluyoruz. Şimdi, ertelenen ihtiyaçların karşılanacağı, özellikle

Mart ayı itibari ile perakende rüzgarı ile de desteklenecek çok güçlü bir yıla başlıyoruz."

Mesajların ardından toplantıya katılan bayiler sırasıyla söz aldılar ve gündeme dair görüşlerini, çözüm önerilerini, yaşadıkları sıkıntıları, 2020'in değerlendirmesini ve yeni yıl için plan ve stratejilerini paylaştılar. Öne çıkan başlıklar ve görüşler ise genel olarak şöyle sıralandı;





Ali Yıldız: “Beyaz eşya satışları olarak iyi bir yıl geçirdiğimizi söyleyebilirim. İhracat anlamında da iyi bir yıl geçirdik aslında. Fabrikalar için de karlı bir yıl oldu. Şimdi herkes giderleri kısmaya çalışıyor. Bu bizler için de geçerli. Her şeyin fiyatı yükseliyor. Beyaz eşya sektörüne de yansiyacak bunlar. Giderleri yönetmek bayiler için çok önemli olacak. Bunun yanında internet satışları yüzde 5’lerden yüzde 10-11’lere çıktı. Burada bayilerimizi koruyabilmek için fiyat konusunu çözmemiz gerekiyor firmalarla. Markalarla bunları konuşacağız. Perakende Yasası çok önemli. Bazı marketler büyük marjlarla ürün satın alarak daha uygun fiyatlara veriyorlar. Ürün kıyaslandığında tüketici bizden o fiyatları talep ediyor. Devletin yetkilileri ile görüşüp ortak karar almamız gerekiyor. Yılın ilk 6 ayında bunları çözmeliyiz.”

Bekir Akarçay: “2020’den daha iyi geçireceğimiz bir sezon beklentimiz var. Enflasyonla çalışma yıllarını hatırlamamız gerekiyor. Gider kısmını da yönetmemiz gerekiyor. El birliği ile internetin nasıl önüne geçebiliriz.”

Ercan Aygün: “Geçmişte pazarda sadece bizler satış yaparken şimdi rakiplerimiz çok çoğaldı. İndirim mağazaları, online, zincir mağazalar var. Şirketler pastayı böyle paylaştırdığı zaman kendimize yer açmaya çalışıyoruz. Online en tehlikeli

kanallardan biri oldu. Şirketlerle görüşüp bilinirlik ve ağırlığımızı koymamız gerektiğini düşünüyorum.”

Devrim Ekinci: “Fiyat artışları ve ürün tedariğinde yaşanan sürecin nasıl doğru yönetilmesi gerekiyor bunu konuşmamız gerekiyor. Pandemide fabrikaların stokları yüzünden sorun yaşandı. Burada önemli olan ürün tedariğini çok iyi yapabilmek.”

Ergin Kaç: “2021’de öne çıkacak şey pandeminin seyri. İnsanların sokağa çıkma ve caddede dolaşma durumunu çok etkiliyor. AVM’lerde çok az insan oluyor. Geçen yıl gibi bu yılda zorlu geçecek.”

Ali Birdane: “Firmalar dolar kurunu kullanıyorlar. Satılan mallarda fiyat yükseltip satılmayanlarda indirim yapıyorlar. Beyper bu anlamda önemli işler yapıyor. Sektörümüz biraz sahipsiz gibi. Her market her şeyi satıyor.”

Faruk Seydan: “İnterneti düzgün yürüten bir Koç Grubu var. Bizim de bayiler olarak diğer firmalara bu işin nasıl yapılacağını göstermemiz gerekiyor.”

Fatih Müftüoğlu: “Bu organizasyonu güçlendirmemiz gerekiyor. İnternet satışlarında çok sert bir rekabet var. Büyük grupların bununla ilgili bir şeyler yapıyorlar.

Perakende Kanunu’nun çıkması bizim gibi bayilerin ayakta kalması için çok önemli.”

Taner İnci: “Bu yıl online kanallardaki durumu sürekli şekilde gündeme getirmenin faydalı olacağını düşünüyorum. Markalar kendi ürünlerindeki kampanyaları sürekli internete taşıyorlar. Tüketicie mağazalardaki kampanyaların da online kanallardan aşağı kalır yanı olmadığı söylememiz gerekiyor.”

Zafer Parmaksız: “Beyaz eşyada orta ve ortanın biraz üzerinde bir yıl geçirdik. 2021 yılında iyi bir büyüme hedefliyoruz. İnternet satışı kanayan bir yara. Firmalar da internet satışına ağırlık veriyorlar. Güçlü durursak bunun da üstesinden gelebileceğimizi düşünüyorum.”

İslam Özaltın: “Ürün tedariği konusunda sıkıntılar oluyor. Firmalar da perakendecilere yakın davranıyorlar. Bizler bağlı bulunduğumuz STK’larda TOBB’lara giderek marketlerde sadece gıda ürünlerinin satılması gerektiğini bildirmeliyiz.”

Mustafa İskenderoğlu: “Zor bir yıl geçirdik. AVM’ler derken internet her şeyin önüne geçmeye başladı. Markalar nasıl hareket ederler gelecekte bilmiyorum ama bugün baktığımızda internete büyük ağırlık veriyorlar.”

“Beyaz eşya sektörü 1-2 aya toparlanacak”

“Ben her zaman pozitif olmaya çalışıyorum. Karamsarlık bizlere göre değil. 49 yıldır da bu şekilde yaşadık. Konumum gereği de üyelerimize negatif şeyler söyleme şansımız yok. İyi olacak her şey. 1-2 ayı atlatırsak daha da iyi olacak.”



Mehmet Han Yüksel

Öncelikle kısaca kendinizden ve firmanızdan bahseder misiniz?

1962 yılı, Osmaniye, Kadirli doğumluyum. Küçük yaşlarımdan bu yana ticaretle uğraşıyorum. İşletmemiz 1972 yılında babamın tarafından kuruldu ve 49 yıldır da hizmet vermeye devam ediyor. Kadirli’de ve Adana’nın Kozan ilçesinde mağazalarımız bulunuyor. Kadirli’de 7-8, Kozan’da ise 4 mağazamız var. 100 civarında çalışanımızla farklı sektörlerde hizmet gösteriyoruz. Beyaz eşya sektöründe de 20’ye yakın marka ile müşterilerimize hizmet veriyoruz.

Ben aynı zamanda 1.000 üyesi bulunan Kadirli Sanayi ve Ticaret Odası’nın Başkanlığı görevini de yürütüyorum. Bu anlamda da ilçemize hizmet veriyoruz.

Son dönemde şirket olarak nasıl günler geçiriyorsunuz. Piyasanın genel durumu nedir?

Aralık ayının başında epey bir durgunluk oldu piyasalarda. Son haftasında biraz daha

toparladık ve yeni yıla girdik. Ocak ayına da biraz durgun başladık açıkçası. Ancak bu aylar pandemiden dolayı gün gün değişebiliyor. Biz de bu şekilde çalışmalarımıza devam ediyoruz.

Pandeminin 2020 yılında etkisi nasıl oldu?

Bizim yöremizde hasta sayısı ve ölümlerin arttığı günlerde sokaklar bomboştı. İnsanlar dışarıya çıkmıyordu ve halen de öyle aslında. Normalde çok kalabalık olan ve insanların dolacağı yerlerde bugünlerde kimse bulunmuyor. İnsanlar hızla işlerini halledip evlerine dönüyorlar. Ya da internetten alışveriş yapıyorlar. Bu da bizim gibi perakendeci esnaflarına bayağı bir sıkıntı getiriyor.

Bölgenize özel sorunlar nelerdir ve genel olarak bölgede beyaz eşya sektörünün genel durumunu değerlendirir misiniz?

Beyaz eşya sektöründe işler hemen herkes için iyi gitmiyor şu anda. Ancak organize sanayideki fabrikalar genelde tekstil ve gıda ağırlıklı. Şu anda onlarla yaptığımız görüşmelerde işlerin iyi gittiğini söylüyorlar. İşlerini bile artırdılar. İhracat yapanlar iyi gidiyorlar. Ek bölümler açarak istihdam yaratacaklarından bahsediyorlar. Ancak aynı olay cadde esnafı dediğimiz, çarşıda çok olmuyor. Düşün salonları, berberler, kafeler, lokantalar çok kötü durumlarda. Bazı meslek grupları çok kötü. Kiralarını bile çıkaramıyorlar. Dükkanlar kapalı, açık olsa da iş yapamıyorlar. Devletin bunlara el atması gerekiyor. Kısa süre önce verilen kira desteği yetersiz kaldı. Kızgın saca su dökmüş gibi oldu. KOBİ’lerde durum daha da kötü. İş durduğu komple duruyorlar. İşçi çıkaramıyorlar. İşçi çıkarmak yasak. Kısa çalışma desteği alıyoruz. Bu noktada da devletimiz çok iyi bir iş yaptı. Hakkını vermek gerekiyor.

2020 yılı genel olarak Yüksel Dayanıklı Tüketim için nasıl geçti?

2020 yılı 2019 yılına göre daha iyi geçti. Mayıs-Haziran-Temmuz aylarında alışveriş patlaması oldu. Bu dönem yılımızı kurtardı. Ondan önceki durgunluk kötüydü ancak ortalamaya vurduğunuzda daha iyi gidiyoruz diyebiliriz.

2021 yılını nasıl görüyorsunuz?

Ben her zaman pozitif olmaya çalışıyorum. Karamsarlık bizlere göre değil. 49 yıldır da bu şekilde yaşadık. Konumum gereği de üyelerimize negatif şeyler söyleme şansımız yok. İyi olacak her şey. 1-2 ayı atlatırsak daha da iyi olacak. Umutluyuz. Bunu da üyelerimizle paylaşıyoruz.

İnternet satışları konusunda neler düşünüyorsunuz?

İlçemizde 3-4 farklı markanın çalışmalarını yürüttüğü kargolar var. Eskiden küçük bir kamyonla bir günlük dağıtımlarını yapıyorlardı. Şimdi ise bir büyük kamyon sabah geliyor, bir de küçük kamyon öğleden sonra geliyor. İnsanlar hemen her şeyini internetten alıyorlar. İnternet kanallarının ve satışlarının bu kadar yaygınlaşması esnafımızı perişan etti. Beyaz eşyalar, küçük ev aletleri gibi her şey oradan geliyor. Devletimizin buna bir çare üretip dur demesi gerekiyor. Küçük bir odada, tek kişinin yaptığı işe karşılık burada onlarca insanın çalıştığı mağazalar var. Buna bir tedbir alınması gerekiyor diye düşünüyorum.

Sizin bu alandaki çözüm öneriniz nedir?

Büyük şirketlerin kendi sitelerinden yaptıkları satış kendi bayilerine de düşüyor ama bireysel olarak yapılan e-ticaret satışlarına engel olunması gerekiyor. Markalar kendileri sattıkları zaman bu ticaretten bayinin bir karı oluyor. Ama diğer kişilerin sattıkları ürünler çok sıkıntı yaratıyor. Bunların yasaklanması gerekiyor diye düşünüyorum.

Kadirli beyaz eşya sektörü anlamında ne durumda?

Burada tüm beyaz eşya markalarının 1-2 adet bayisi bulunuyor. 100.00 nüfuslu bir yer burası. Gelir kaynağının yüzde 80’i tarım olan bir yer. Organize kurulduktan sonra biraz daha sektörlerden gelir elde edilemeye başlandı. Mısır, Kadirli kırmızı turpu ve Osmaniye fıstığı çok yetişiyor.

DİVA
PRO
Blender Seti

arnica™

**Dilimle
Rende
Parçala**

YENİ



Karşınızda Dökmesi Kolay, Pratik Kullanımlı,
Ekstra Dayanıklı Doğrayıcı Haznesi İle
Yeni **DİVA PRO**

3 yıl
garanti



Küresel aramalarda hangi banyo teknolojileri öne çıkıyor?

Homedit.com tarafından 6 Ocak Ulusal Teknoloji Günü çerçevesinde gerçekleştirilen küresel bir araştırmaya göre LED aynalar, yaklaşık 60.000 ilgili aylık arama ile Google'da en çok aranan akıllı banyo teknolojisi olarak öne çıkıyor.



Ev dekorasyonu, teknolojisi ve tasarımları hakkında çalışmalar yapan Homedit.com tarafından hazırlanan çalışma 3.561 ev sahibiyle yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıktı. En çekici ve yeni özellikler ve ev banyoları için satın alma olasılıklarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen çalışmada banyo teknolojilerinde öne çıkan tüketici eğilimleri değerlendirildi.

Araştırmada Bide Tuvaleti olarak da bilinen Japon Tuvaleti, dünya çapında ayda 49.560 aramayla ev sahipleri için en çok arzu edilen ikinci en yaygın akıllı banyo aracı oldu. Japon Tuvaleti sadece sifonu çekip püskürtmekle kalmayıp, aynı zamanda uzaktan kumanda dokunuşuyla temizleyip kurutan akıllı teknolojilerle yapılmış bir sistem.

Benzer şekilde, İngiltere'deki aramalarda Otomatik Sabunluk da çok arananlar listesinde aylık 22.910 arama ile ilk sıralarda. Yine LED Ayna, Japon Tuvalet, Otomatik Sabunluk ve Jakuzi Banyosu üst sıralarda yer alan teknolojiler.

Ev sahipleri ile en son akıllı banyo teknolojileri arasındaki ilişkiyi anlamakla ilgilenen Homedit.com, 2021'de en çekici beş teknolojiyi ortaya çıkarmak için 3.561 ev sahibi ile anket yaptı:

1. Kendi kendini temizleyen tuvaletler - **%67**
2. Banyo aksesuarlarının sterilize edilmesi - **%89**
3. Akıllı duşlar - **%76**
4. Su koruma sistemleri - **%43**
5. Akıllı aynalar - **%84**

Homedit.com sözcüsü Stefan Gheorghe, akıllı ev teknolojisinin ne kadar ilerlediğini belirtti: "Akıllı ev teknolojisi, sadece hayatımızı biraz daha kolaylaştırmakla kalmayıp aynı zamanda su, elektrik ve çevreyi de koruyan bir dizi akıllı cihaz sunarak büyük bir hızla geldi. Devam etmekte olan Koronavirüs salgınıyla birlikte, sanitasyon teknolojilerinin



hızla artması, otomatik dağıtıcıların mümkün olduğunda ev içi ve ticari kullanım için teşvik edilmesinin önünü açmıştır. Ve akıllı ev teknolojileri biraz daha pahalı olmaya devam etse de, ev sahipleri bu tür ürünlere özellikle mülk yeniden satışı için eklenen ROI'yi ve tasarruf edilen paraya yapılan uzun vadeli yatırımı görmeye başlıyor. Görünüşe göre, bir zamanlar var olan şüphecilik, dünya çapında akıllı banyo teknolojileri için 213.000'den fazla ilgili arama ile azalmaya başlıyor ve bu da önemli bir ilgiyi gösteriyor."

Goldmaster

Hürrem Çeyiz Seti **Tek Çeyiz Seti** **10 Özellik**

Çay Makinesi, Su Isıtıcı, Kahve Makinesi,
Tost Makinesi, Izgara,
Doğrayıcı, Dilimleyici, Mikser, Blender, Rende



goldmaster.com.tr

Bulaşık makinesinde en çok ön yıkama yapılıyor

%71

Bulaşıkları makineye koymadan önce ön yıkama yapanların oranı

Fairy ve Ask Your Target Market (AYTM) platformunun, Türkiye'nin de yer aldığı bazı ülkelerde bulaşık makinesi kullanım alışkanlıklarını araştırmak amacıyla gerçekleştirdiği araştırma ilginç sonuçlar verdi. Çalışmaya göre, Türkiye'de tüketicilerin çevresel sürdürülebilirlik konusunda duyarlılığı oldukça yüksek olmasına rağmen %71'i bulaşıkları makineye koymadan önce ön yıkama yapıyor. Online pazar araştırması çözümleri sunan Ask Your Target Market (AYTM) platformu üzerinden yapılan araştırmaya göre bulaşık makinesi kullanan ve bu konuda ürün alımı yapan tüketiciler katıldı. Katılımcıların %80'ini kadınlar, %20'sini erkekler oluşturdu. Araştırma ilginç sonuçlar verdi.

AYTM "Bulaşık Makinesi Kullanımı ve Alışkanlıkları" araştırmasına göre Türkiye'de tüketicilerin %71'i bulaşıkları makineye koymadan ön yıkama yapıyor. Yapılan ön yıkama işlemleri arasında suda bekletmek, suyla ovalamak, durulamak veya fırçalamak

yer alıyor. Hem suda bekletip hem ovalama yapanların oranı ise 13%. Bu davranışların nedeninin başında kurumuş zorlu kirlerin temizliği ve koku engelleme geliyor. Hayli yüksek olan ön yıkama oranı su ve enerji kaynaklarının boşa harcanması, hem vakit hem de ekonomik kayıp anlamına geliyor.

Tüketicilerin üçte ikisi elde yıkamaya kıyasla %75 veya daha fazla oranda bulaşık makinesi kullanıyor haftada ortalama 5 kez çalıştırıyor. Tüketicilerin üçte ikisi ancak tamamen dolunca bulaşık makinesini çalıştırıyor. Türkiye'de en çok Normal yıkama programı kullanılırken onu Ekonomik ve Yoğun programlar takip ediyor. Tüketicilerin %74'ü 60 derece veya daha yüksek sıcaklıkta yıkıyor.



2020 yılı online alışveriş istatistikleri açıklandı

Koronavirüs (COVID-19) salgınının dünyayı ve Türkiye'yi etkisi altına aldığı 2020, online alışverişin hız kazandığı bir yıl oldu. On binlerce e-ticaret sitesinin ödeme altyapı sağlayıcısı iyzico'nun verilerine göre ortaya çıkan 2020 tablosu; en çok alışveriş yapılan kategoriyi, en çok tercih edilen alışveriş kanalını, bölgelere ve sektörler göre harcama yüzdelelerini ortaya çıkardı.

Rakamlar, COVID-19 salgının da etkisiyle e-ticaret dünyasında yaşanan yükselişi bir kez daha ortaya koydu. Verilerin ortaya çıkardığı sonuçlar, pandeminin sosyal mesafeyi zorunlu kılmasıyla birlikte tüketicinin e-ticaret algısında değişim olduğunu da gözler önüne seriyor.

2019'da %84 olan kredi kartı kullanımı, 2020'de %79'a gerilerken, %16 olan debit kart kullanım oranı ise 2020'de %5 artış gösterdi. İşlem adetlerinde kredi kartının %69 olan payı 2020'de %7 geriledi. İşlem adetlerinde %31 olan debit kart kullanım oranı ise %38'e yükseldi.

Online alışverişteki artış, özellikle hızlı tüketim malları ve market alışverişlerinde de online'ı tercih eden kullanıcılar sayesinde sepet tutarlarında kendini gösterdi. 2019'da kredi kartlı işlemlerde 177 TL, debit işlemlerde 77 TL olmak üzere ortalama 146 TL olan sepet tutarı, 2020'de kredi kartlı işlemlerde 214 TL,



debit işlemlerde 93 TL olmak üzere ortalama 168 TL'ye yükseldi. 2 ve üzeri taksitlerdeki ortalama sepet tutarında 2020 yılında değişim olmadı ve sepet tutarı 200 TL'nin altına düşmedi.

2020'de erkeklerin sepet ortalaması %11 artarak 180 TL'yi bulurken, kadınların sepet

ortalaması %18 artarak 160 TL oldu. Erkekler alışveriş hacmini en çok Karadeniz ve Ege (%120) Bölgelerinde artırırken, kadınlar İç Anadolu (%112) ve Akdeniz (%108) bölgelerinde sepetleri daha fazla doldurdu. 2020'de ortalama sepet tutarını en fazla artıran bölge %48 ile Ege olurken, %19 ile Karadeniz ikinci sırada yer aldı.

LUXELL

Piřirmek Bizim İşimiz.

SETÜSTÜ OCAKLAR

3 YIL
GARANTİ



www.luxell.com.tr



HAKAN AKGÜL
Danışman, YK Üyesi
Satış, Strateji, İnovasyon, Liderlik
hakan.akgul@lean.org.tr

Yalın Dijital Dönüşüm İhtiyacınız olduğu kadar, ihtiyacınız olduğu zaman

Hemen her gün yayın organlarında “Endüstri 4.0, Dijital Fabrika, Yapay Zeka, Blockchain, IoT, Big Data, Web 2.0 vb” konularında makaleler okuyor, haber dinliyoruz. Bu başlıkların hepsi insanların ve iş dünyasının gündeminde ve geleceğinde muhakkak ki yer alacak. Burada dikkat etmemiz gereken şey “amaç ile aracı, sebep ile çözümü birbirine karıştırmamak” olmalı. Şirketlerin amacı müşterisi için değer üretip sunarken, para kazanmaktır; topluma katkısı da unutmamak şartıyla tabi. Biraz daha detaylandırırsak; müşteri için değeri (hayatını kolaylaştıracak ürün ve hizmeti) onun istediği “yerde, zamanda ve miktarda”, uygun fiyatla, bizim için de verimli ve etkin olacak şekilde sunmaktır.

O halde tüm dijitalleşme çalışmaları da “müşteri”ye odaklanmalı ve onun için yapılmalıdır.

Şirketler her tür teknolojik yeniliği (makina, yazılım, vb) bir problemin “çözümü” için satın alır. O halde çözümü satın almadan önce problemin sebebini iyice anlamak gerekir. Ayrıca her şirketin problemi de kendine has olduğu için, başka bir şirketle benzer görünen bir problem için bile genellikle farklı çözümler olacaktır. Şu detaylarda hata yapmamak gerekir:

“Bu tür teknolojik gelişmeler, yalın felsefesi ve uygulamalarının tam kavranmadığı yerlerde; ileri seviye yalın uygulaması gibi algılanıyor, teknolojinin heyecanı olayın özünden uzaklaştırabiliyor”

“...olayın özünü anlamak yerine teknolojinin heyecanına kapılıyor ve görüntüye para harcıyorlar”

“...birkaç teknolojik uygulamayı – App vb - indirmek; özde değişmek ve sindirmekten daha kolay geliyor”

İşte şirketler bahsettiğimiz bu ayrıntılarda kendilerine uygun ve doğru olan dijitalleşme tarzını ve seviyesini bulup uyarlamakta zorlanmaktadır; görünen o ki kafalar karışık. Dijital dönüşümün yalın yönetim çerçevesinde uygulanmasını öneriyor, bir sistem ve metotla ilerlenmesi gerektiğini dile getiriyoruz. Eğer böyle olmazsa, şirkette nelerle karşılaşabiliriz?



• Satış sürecinin adımlarını bir yazılımla dijitalleştirip her tür veriyi, hedef tutturma oranlarını takip ediyorsunuz ancak satış kapama oranınızda ve sürenizde herhangi bir iyileşme yok. Ayrıca satıcıların sunum ve satış becerilerinin değişkenliği aynen devam ediyor.

• Fabrika içi ara stok taşıyan çok sayıda araba var, hatta bunları içerde sık sık kaybediyorsunuz. Tedbir olarak her birine verici koyup ekrandan yerlerini takip etmeye karar veriyorsunuz. Ancak, öncesinde, “Neden bu kadar çok araba ile taşıma yapıyoruz?” diye sormuyorsunuz.

• Her şeyi ölçüyor adeta veriye boğuluyorsunuz ancak bunu iyileştirmede kullanamıyorsunuz.

• 17 adımdan oluşan numune hazırlama sürecinin 3 adımının gereksiz olduğunu anladınız. Ancak bu süreci birkaç ay önce yazılıma taşımıştınız.

• Deponuzda girdi, çıktı, lokasyon, sayım, çalınma riski vb her şeyi dijitalleştirdiniz ancak satış ve üretimle birlikte konulmuş ortak hedefler ve şirket genelinde akış yok, ayrıca nakit parayı aşırı stoka bağladınız.

• 12 adımlık bir sürecin içindeki 4 adımı mükemmel dijitalleştirdiniz ve hızlandırdınız. Ancak bu adımların önü ve arkasındaki israflar sebebiyle, sürecin bütününde yine istediğiniz kalite, miktar ve hızı ulaşamadınız vb.

Diyelim ki bir süreci her ayrıntısıyla ölçmeye

ve verileri toplamaya başladınız. Bu veriyi kullanarak, neyi, nasıl, ne zaman ve ne kadar iyileştireceğinize neye göre karar vereceksiniz? Ya eldeki veride değişkenlikler size normal geliyorsa ve sürekli iyileştirme zihniyeti yoksa?

Peki ya şöyle olsaydı;

Şirket içinde tüm akışlar her sene daha da iyileştiriliyor. Bu demektir ki; fire ve hatalı ürün sayı / oranı sürekli azalıyor, süreler sürekli kısalıyor, makine duruşları sürekli azalıyor ve bakım süreleri kısalıyor vb. “Yalın Usta” bir süreci irdelediğinde israfları, değişkenliği görür. Bunu görebilmeyi diğerlerine de öğretir. Sonra israflar azaltılır ardından yine azaltılır ve mümkünse yok edilir. Sürecin (satış, mali işler, yazılım, üretim, depolama vb) kapasitesi artar, çıktının kalite, maliyet ve süre dalgalanmaları azalır, çalışanların yetkinliği artırılır.

Böyle olsaydı, yukarıdaki örneklerle kıyasla, dijitalleşme ne zaman ve ne kadar gerekirdi? Katkısı nasıl olurdu sizce?

Sonuç

- İhtiyacınız olduğu zaman, ihtiyacınız olduğu kadar dijitalleşme,
- Moda olduğu için değil müşteri için dijitalleşme,
- Doğru bir yönetim sistemi (stratejik, bölümler arası, günlük) kurarken/kurduktan sonra dijitalleşme, doğrusudur.

Homend ve Karaca güç birliği yaptı

Karaca, ve Homend yeni bir iş birliğine imza attı. Karaca bundan böyle, hayata hizmet etme misyonuyla küçük ev aletleri pazarına sunduğu, müşterilerinin kalbini kazanan ürünlerin yanı sıra, satış sonrası hizmetleriyle kısa sürede sektörde farklılaşan Homend'i tüketicilerle buluşturacak.



Dilek Terliksiz
Karaca Grup
Marka Direktörü

yıldır küçük ev aletleri pazarında olan, ürünlerinin sunduğu deneyimle fark yaratarak kısa sürede tüketiciler tarafından aranan bir marka haline gelen Homend, artık Karaca ile birlikte faaliyetlerini sürdürecektir. Bir tarafta, sunduğu katma değerli, yenilikçi ürünleriyle Türkiye'de kategorisinin Lovemark'ı Karaca, diğer tarafta kendine özgü tasarım ve marka diliyle, kalite ve performans gözetilen Homend var. Hem Türkiye pazarında, hem global pazarda farklı kitlelere ve ihtiyaçlara, farklılaşan ürünleriyle cevap veren iki dinamik markayla pazardaki tüm boşlukları doldurmayı hedefliyoruz. Bu işbirliği ile pazarda dengelerin değişmeye başlayacağını düşünüyoruz."

"Homend'e özgü, anlamlı yenilikler geliştirmeyi sürdüreceğiz"

Homend'in gerek tasarımları, gerekse inovatif ürünleri ile insanı merkeze koyan yaklaşımının, Karaca'nın vizyonu ile örtüşüğünü aktaran Terliksiz, bu açıdan bakıldığında 2 markanın oluşturacağı sinerjinin tüm

sektörde kendini hissettireceğini ve bunun da pazarın gelişimine katkı sağlayacağına inandıklarını belirtti. Dilek Terliksiz sözlerine şöyle devam etti: "Homend mutlu, keyifli ve yaratıcı yönü kuvvetli bir hayata hizmet eden elektrikli ev aletleri geliştirmeye devam edecek. Elektrikli ev aletleri dünyasında yeni ihtiyaçlar fark ederek alışılmış standartları ve kabulleri değiştirme misyonuyla, Homend'e özgü, anlamlı yenilikler geliştirmeyi sürdüreceğiz."

Homend, form kadar fonksiyona da önem vererek, tasarıma olan bakış açısını sade ama basit olmayan, yalın ama yavan olmayan bir güzellik anlayışı olarak ortaya koyarak mutfaktan, kişisel bakıma kadar evle ilgili birçok kategoride ürün geliştiriyor. Kuruluşundan bu yana aldığı 2 faydalı model 3 patent, 5 endüstriyel tasarım tescili, 3 adet uluslararası tasarım ödülü ile küçük ev aletleri pazarında Homend, satış sonrası servis hizmetlerinde ise sektörün en iddialı ve öncü firması olarak tüketicilerin gönlünü kazandı.



Türkiye'de ilkleri gerçekleştirerek sektörün lider markası olmaya devam eden Karaca, Karaca Home, Emsan, Jumbo, Weimar ve CookPlus olmak üzere perakende, toptan, yurt dışı, franchise ve online satış kanallarıyla yurt içi ve yurt dışında 30'dan fazla ülkede her sene büyüyerek faaliyetlerine devam ediyor. Karaca şimdi de dünyada 10'dan fazla ülkede, Türkiye'de 1000'den fazla satış noktasıyla Homend ürünlerinin tüketicilerle buluşmasını sağlayarak, özgün fonksiyonel çözümler ve anlamlı yeniliklerle hayata hizmet eden markanın, dünya markalarından biri olma yolunda stratejik ortağı ve destekçisi olacak.

Homend'in Karaca ile birlikte sektöre farklı bir canlılık getireceğine inandıklarını söyleyen Homend'in marka stratejisinden de sorumlu olan Karaca Grup Marka Direktörü Dilek Terliksiz şu bilgileri verdi: "Yaklaşık 10



Dinamik, Cyclone Plus teknolojisi ile daha yüksek performans sunuyor

900W yüksek verimli ve enerji tasarruflu motoru ile düşük sarfiyatla rakipsiz emiş gücü sağlayan Goldmaster Dinamik Cyclone Plus Elektrikli Süpürge her zeminde kusursuz temizlik sağlıyor. H13 HEPA hava giriş ve ikili toz hazne HEPA ile üçlü HEPA sistemine sahip Goldmaster Dinamik süpürge 4 litre geniş toz haznesi sayesinde havadaki toz miktarını %99,9 oranında hapsediyor ve evinizin havasını temizliyor. Üstün toz toplama, toz tutma performansı ve tek tuşla açılan el değmeden temizlenen toz haznesiyle ev teknolojilerine yenilik getiriyor. Özel tasarlanmış turbo fırçalı özel başlığı sayesinde halılarınızı yorulmadan temizlemenize yardımcı oluyor. Darbelere karşı dayanıklı 2 metrelik esnek hortumu ve ayarlanabilir hafif alüminyum teleskopik borusu ile zaman kaybetmeden temizlik yapma imkanı sunuyor. Goldmaster Dinamik Toz Hazneli Turbo Başlıklı Elektrikli Süpürge, ailenizle daha sağlıklı bir ortamda vakit geçirmenize yardımcı oluyor.



İş yerleri ve büyük aileler için Goldmaster Emirgan Semaver

Modern tasarımı ve pratik kullanımıyla dikkat çeken Goldmaster Emirgan Semaver ile size düşen çayın keyfini çıkartmak! Yüksek hacimli gövde ve demlik kapasitesiyle çay keyfini uzatan Goldmaster Emirgan Semaver, hem geniş aileler hem de iş yerleri için ideal. Su seviye göstergesi, çıkarılabilir damlalık, bulaşık makinesinde yıkanabilir demlik ile pratik kullanım sunan Goldmaster Emirgan Semaver, 3.3 litre gövde ve 1.2 litre demlik kapasitesiyle yaklaşık 50 bardağa kadar çayı kolayca hazırlamayı sağlıyor. Sessiz çalışma, enerji verimliliği, paslanmaz çelik çay filtresi, LED ışıklı kaynama ve otomatik sıcak tutma göstergesi gibi özellikleriyle öne çıkan Goldmaster Emirgan Semaver, iş yerleri ve çayı çok sevenler için ideal. Goldmaster Emirgan Semaver, ilave gövde kapağı ile istenildiğinde sadece su ısıtıcısı olarak kullanım imkanı da sunuyor. Entegre tutma sapları kaynayan sudan sizi korurken ve rahatça taşımınızı kolaylaştırıyor. Dayanıklı üstün kalite inox gövde ve inox demliği sayesinde Goldmaster Emirgan Semaver ile uzun yıllar sorunsuz çay hazırlayabilir; çay keyfini uzatabilirsiniz.



Homend Mutfak Robotu her şeyin üstesinden geliyor

Homend'in mutfak robotu Functional 2804H, görenleri kendine hayran bırakıyor. Vereceğiniz her görevi 1000 Watt'lık olağanüstü gücüyle kolaylıkla yerine getiren Homend Mutfak Robotu, 1.5 litrelik kapasiteye sahip haznesiyle işlerinizi ara vermeden yapmanızı sağlayarak size zaman da kazandırıyor.

Ürünlerinin tasarımı ve fonksiyonelliği ile mutfakta hayatı kolaylaştırarak, kullanıcılarının yaşam kalitesini yükselten Homend'in üstün performanslı mutfak robotu Functional 2804H, görenleri kendine hayran bırakıyor. Vereceğiniz her görevi 1000 Watt'lık olağanüstü gücüyle kolaylıkla yerine getiren Homend Mutfak Robotu, 1.5 litrelik kapasiteye sahip haznesiyle işlerinizi ara vermeden yapmanızı sağlayarak size zaman da kazandırıyor.

"Mutfakta güvenliğiniz bizim için her şeyden önemli" diyen Homend, bunu yeni mutfak robotuna da tam olarak yansıtmış bulunuyor. Öyle ki mutfak robotunuz, bıçakları ya da haznesi yerine tam oturmadiysa asla çalışmıyor, istenmeyen kazaları baştan önüyor.



LG'den evcil hayvan dostu dik süpürge: A9 Cordzero PetNBed

LG, evcil hayvan dostlarının bu arayışını LG A9 CordZero PetNBed'le son veriyor. Etkili Parçacık Toplayıcı Power Drive Nozzle™, Tek Dokunuşla Kontrol, 5 Aşamalı Filtre Sistemi, 80 Dakikaya Kadar Çalışma Süresi Sunan Çift Batarya Sistemi Dual PowerPack™, 3 Farklı Saklama ve Şarj Yöntemi ve Optimum Denge Sağlayan Tutma Kolu Opti-balanced Handle™ özelliklerinin yanı sıra, mükemmel tüy toplama özelliğine de sahip olan LG A9 CordZero PetNBed, 31 Ocak tarihine kadar seçili LG markalı beyaz eşyalarla birlikte alındığında 1500 TL indirim ve özel total bakım başlık seti hediyesiyle sunuluyor.

LG A9 CordZero PetNBed Dik süpürge ile sunulan AEROSCIENCE, LG'nin güçlü mini siklonlardan yararlanarak toz parçacıklarını ayırdığı hava akımlı süpürge teknolojisi olarak biliniyor. LG A9 CordZero PetNBed, bu teknoloji sayesinde, en ufak toz zerresini bile alarak tertemiz, tüy, toz ve kirden arınmış



ortamlar yaratıyor. LG A9 CordZero PetNBed, mükemmel toz ve tüy toplama özelliğinin yanı sıra, etrafa saçılan parçacıkları toplama konusunda da iddialı. A9 CordZero'da bulunan

Power Drive Nozzle™ içindeki doğrudan tahrikli motor, süpürme işlemi sırasında silindiri döndürerek etkili parçacık toplama özelliği sağlıyor.

Hoover, geleceğin yıkama ve kurutma teknolojilerini getiriyor

İhtiyaca özel programlarıyla çamaşırlarınıza maksimum özen gösteren Eco-Power Inverter Motor teknolojili H-WASH 500 ve H-DRY 500 uzun ömürlü performans, yüksek verimli yıkama ve kurutma deneyimi sunuyor.

Yeni nesil Eco-Power Inverter Motor, çamaşır ve kurutma makinelerinde kullanılan en uzun ömürlü motor teknolojisidir. Fırçasız motor teknolojisi standart bir motora kıyasla 4 kat daha dayanıklıdır, titreşimleri ve sürtünmeleri azaltır, makinenin ömrünü uzatır maksimum sessizlik sunarken daha uzun süre mükemmel sonuçları garanti eder.

Hoover hOn uygulaması, Wi-Fi ve Bluetooth ile makinenizi uzaktan kontrol etmenizi, yeni ve faydalı özelliklere erişmenizi sağlar. Makinenizi başka bir odadayken veya evde olmadığınızda bile yönetebilirsiniz. Akıllı telefonunuz ile makinenizi açabilir / kapatabilir ve programları kullanabilirsiniz. Bu uygulama ile ilave programlara erişebilir, kullandığınız özellikleri kişiselleştirebilir, makineniz için bakım ve



kullanım önerilerine kolaylıkla ulaşabilirsiniz.

Giysiler için geniş alan ve en iyi bakımı sağlayan 10 KG kurutma kapasitesi, çamaşırlarınıza ideal özeni gösterir. Tamburun



yuvarlatılmış şekli, giysileri güçlü mekanik titreşimlerden koruyarak hassas biçimde hareket ettirir. Sıcak hava yuvarlatılmış yüzeyden düzgün bir şekilde geçer ve daha düzgün bir kurutma için "yastık" etkisi yaratır.

Siemens'in yeni nesil kahve makinası ile kalbe bir yol çiziyor

Sevgililer gününde hediye seçeneklerine Siemens Tam Otomatik Kahve Makinesi TQ505R09, eklendi. Yeni nesil kahve deneyimini üst düzeyde hissettiren iAroma teknolojisine sahip TQ505R09 modeli, anlamlı bir Sevgililer Günü hediye seçeneği olarak dikkat çekiyor.

Siemens'in mükemmel kahve deneyimini yansıtan TQ505R09 Tam Otomatik Kahve Makinesinin hassas aroma teknolojisi iAroma, her fincanda aromayı en iyi şekilde sunan bir kahve deneyimi yaşatırken her çeşit kahvede ve suyun her sertlik seviyesinde tam kıvamında lezzetler sunuyor. İşte Siemens'in yeni nesil kahve deneyimini tutkuyla maksimize ettiği TQ505R09, tam da bu nedenle 'kalbe giden yol' sözünü hak ediyor. Siemens TQ505R09 Tam Otomatik Kahve Makinesi, yeni bir başlangıç yapmak veya aşkını tazelemek isteyenlerin 2021'in Sevgililer Günü için güçlü bir hediye seçeneği olarak öne çıkıyor.



Dijitsu Gardırop Tipi Buzdolabı'nda teknoloji ve tasarım bir arada yer alıyor

YENİ

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe ürün yelpazesini sürekli genişleten yerli marka Dijitsu'nun gardırop tipi çift kapılı DBD500G Buzdolabı, yeni yılda geniş iç hacimli buzdolabı ihtiyacı olan tüketiciler için uygun bir alternatif olarak öne çıkıyor. Evde sıkça zaman geçirdiğimiz bugünlerde geniş hacmiyle yüklü market alışverişlerine alan açan Dijitsu DBD500G Buzdolabı, iç LED aydınlatmalı, ergonomik ve şık tasarımı ile de dikkat çekiyor.

Yeni nesil noFrost teknolojili Dijitsu DBD500G, A+ sınıf enerjili, 130W yüksek gücünde ve çift kapılı 510L geniş depolama alanına sahip olarak özel üretildi. Hızlı soğutma ve hızlı dondurma performansı ile meyve ve sebzelerin daha uzun süre tazeliğini korumasını sağlayan gardırop tipi buzdolabı, daha güçlü ve sessiz bir performans da sunuyor. Kapı ekranında elektronik kontrol düğmesi ile kullanıcı kolaylığı sağlayan ürünün, çocuk kilidi modu ve tatil modu özellikleri de öne çıkan diğer özellikleri arasında yer alıyor.



Uğur işletmelerdeki tazeliği koruyor

Düşük enerji tüketimleri ile yüksek performans sergileyen Uğur UDR Anka dondurma teşhir reyonları, modern görünümleriyle etkili ürün sunumunun yanı sıra işletmelere birçok fayda sağlıyor. UDR Anka modellerinin 355 litreden 729 litreye kadar birçok hacme sahip. 6 kaseli üründen 18 kaseli ürüne kadar birçok çeşidi bulunan Anka dondurma teşhir reyonları, hareket özgürlüğü sağlayan tekerlekleriyle de işletmelere kullanım kolaylığı sağlıyor.

Şık ve özel aydınlatma sistemine sahip Uğur Anka dondurma teşhir reyonları şık görünümleri, efektif yapılarıyla da her türlü ihtiyacı karşılıyor. Statik soğutma sistemi sayesinde 7/24 çalıştırılabilen bu modeller düşük enerji tüketimleriyle de dikkat çekiyor.



Sağlıklı mutfakların dört kapılı kurtarıcısı Silverline R12051b01 Buzdolabı

A+ enerji sınıfına ait R12051B02 buzdolabı dört kapılı tasarımı ve geniş hacmiyle fark yaratıyor. No frost özellikte olan model, bu sistemi sayesinde buzdolabının içindeki havanın kuru kalmasını sağlıyor ve böylelikle cihazın iç duvarında kar oluşumu engelleyip yiyeceklerin uzun süre taptaze tüketilmesini sağlıyor. Nem kontrollü sebzeliği ile de sebzelerin ömrünü uzatıyor ve tazeliğini koruyor. Dolabın yüzeyinde bulunan dokunmatik kontrol paneli, tüm bölmelerin sıcaklığını ayarlama imkânı sunarken buzdolabına modern ve şık bir görünüm kazandırıyor.

Yüksek teknolojiyle ön plana çıkan R12051B02 buzdolabı, yapay zekâ özelliği sayesinde ortam sıcaklığına göre kendi sıcaklığını ayarlıyor ve böylece manuel sıcaklık ayarı yapmaya gerek kalmıyor. Tatil modu özelliği ile evden uzaktayken bile yiyeceklerin ilk günkü gibi kalmasını ve enerji tasarrufu sağlıyor. Mavi ışık aydınlatma fonksiyonu ile sebze meyvelerin fotosentez yapmalarını sağlayarak besin değerini koruyor. 492 litre kapasitesi ile geniş bir alan sunan siyah renkli buzdolabının beyaz renk seçeneği bulunuyor. Böylece kullanıcılara mutfak dekorasyonlarına uygun seçim yapma imkânı sağlıyor.



LG ARTCOOL Klima ile kış aylarında doğal sıcaklık



LG, minimal tarzıyla, tüm ortamlara uyum sağlayacak şekilde tasarlanan LG ARTCOOL Klimalarla hayalleri gerçeğe dönüştürüyor. LG ARTCOOL Klimalar, LG'nin özel ev aletleri uygulaması LG ThinQ ile uzaktan yönetilebiliyor. Kullanıcılar, Wi-Fi donanımlı bir cihaz üzerinden, diledikleri zaman, diledikleri yerden klimalarını kontrol edebiliyor. Böylelikle, LG ARTCOOL sahipleri, evlerine gitmeden önce ortamı diledikleri ölçüde ısıtıyorlar.

Kesintisiz kavisli ve ince tasarımı, sezgisel ekranı ve ön panelindeki dayanıklı ayna cam ile bulunduğu ortama şıklık katan LG ARTCOOL Klimalar, enerji verimliliği ile de dikkat çekiyor. LG ARTCOOL Klimalarda bulunan LG inverter kompresör, enerji tasarrufu, hızlı ısıtma, soğutma ve gürültüsüz çalışma özellikleri sunarken klimaların daha uzun ömürlü olmasını da sağlıyor.

Regal Android TV en uygun fiyata en yüksek performans sunuyor



Regal'in yeni nesil televizyonları Android 9.0 Pie işletim sistemi, 6 binden fazla uygulama ve oyuna, 400 binden fazla dizi-film-müziğe erişimi imkânı sağlıyor. Sesli komut özelliği ve istenilen görüntü ve uygulamanın mobil cihazlar aracılığıyla kolaylıkla televizyona yansıtılmasını sağlayan dahili chromecast built-in özelliği bulunan Regal Android TV'ler 1.999 TL'den başlayan fiyatları ile de ulaşılabilir fiyat avantajlarıyla da tercih sebebi oluyor.

Regal'in tüketicilerle buluşturduğu 43, 50, 55 ve 65 inçlik 4K, 43 inçlik Full HD ve 32 inç HD seçenekleri, HDR10 ve Dolby Vision ile Dolby Audio Processing özellikleriyle üst düzey görüntü ve ses kalitesi sunmakla birlikte toplam 8GB dahili hafızaya sahip. Ayrıca Regal Android TV'lerde Google Play'den indirilen uygulamalar eş zamanlı güncelleniyor.

En iyi romantik komediler



1

CITY LIGHTS

Charles Chaplin - 1931

Sinemayı sinema yapan büyük dahi Chaplin'den eşsiz ve defalarca kopyalanan zamansız bir klasik. Şarlo'dan bekleneceği gibi gülmekten karnınıza ağrılar gireceği ama zaman zaman da gözyaşlarınızı tutamayacağınız bir başyapıt. Kör kıza aşık olan fakir delikanlı temasından bizim Yeşilçam da çok ekmek yedi. Tüm sinema tarihinin belki de en dokunaklı komedi filmi.



2

CIRCUS

Charles Chaplin - 1928

Chaplin ustanın listemin ilk sırasındaki başyapıttan bir önceki filmi. Belki de hakkı en çok yenen filmi. Sirkte sevdiği kıza açılmayan Şarlo'nun halleri evlere seza. Komedi sekansları çok başarılı. Gülmekten Şarlo'nun attığına benzer taklalar atacaksınız. Chaplin'in fiziksel komedisini en iyi gösterdiği filmlerden.



3

THE SECRET LIFE OF WALTER MITTY

Ben Stiller - 2013

1947 yapımı aynı adlı filmdeki Danny Kaye rolünü Ben Stiller devralmış. Çok da iyi oynamış ve de yönetmiş. Bir modern zaman "iyi hisset" klasiği. Protagonistimizin aşk ve hayat yolculuğu çok özgün, çok dinamik bir anlatımla verilmiş. Tek küçük kusuru, bir reklam yerleştirmesinin biraz sırtması olmuş.



4

WHEN HARRY MET SALLY

Rob Reiner - 1989

Seksenlerin en popüler romantik komedisi. Sevdiğine açılmayan, arkadaşlıkla yetinmek zorunda kalan erkekler için neşeli bir kılavuz. Kaliteli bir kent mizahıyla hiç sıkılmadan kendini izlettiren bir seyirlik.



5

STRANGER THAN FICTION

Marc Foster - 2006

Çok zekice yazılmış ve ustaca oynanmış, sıra dışı bir romantik komedi. Will Ferrell'in normal tarzına çok ters olan ölçülü oyununa çok iyi bir kadro destek vermiş. Beyninizi gıcıklayan filmlerden. Hayata, sevmeye ve hayatı sevmeye dair şık bir anlatım.



6

IT HAPPENED ONE NIGHT

Frank Capra - 1934

Clark Gable'ı bir gecede yıldızlığa ulaştıran, o senenin tüm önemli oscarlarını alan; romantik komedi filmlerinin öncülerinden. Şimdi biraz klişe gibi gözükse de, bu klişeleri yaratan keyifli bir film olduğu unutulmamalı. Filmin etkisini anlatmak için şu anekdot yeterli sanırım : Gable'ın gömleğinin altına atlet giymediği sahneden dolayı atlet üreticileri bir süre kan ağlamışlardı (!)



7

SHREK

Andrew Adamson - 2001

Listemin tek animasyon filmi, Mike Myers ve Eddie Murphy gibi iki komedi ustasının varlığından dolayı daha çok komediye yaslanırsa da; özgün hikayesi ile övgüyü hak ediyor. Zamanla dört filmlik (sadece ilk ikisi başarılı) bir seriye dönüşen filmi defalarca sıkılmadan izleyebilirsiniz.



www.sinemaDem.com



H-WASH 500 & H-DRY 500

Akıllı teknolojili yıkama ve kurutma makineleri.

Uzun ömürlü performans, yüksek verimli yıkama ve kurutma deneyimi Eco-Power Inverter Motor teknolojili H-WASH 500 ve H-DRY 500'lerde.

- H-WASH 500: 14 KG'a varan yıkama kapasitesi
- H-DRY 500: 10 KG'a varan kurutma kapasitesi
- Akıllı bağlantılar (Wi-Fi ve Bluetooth)
- Auto Care Otomatik Programlama
- Hijyen ve Bakım Programları



Yıkama ve kurutma deneyiminizi
hOn uygulamasıyla geliştirin.

**Yeni yatırımlarımız,
güçlü sermaye yapımız,
yıllık 6 milyon adet üretim hacmimiz ile**

152 ülkede

**Siz değerli iş ortaklarımızla beraber
büyümeye devam ediyoruz.**



simfer

www.simfer.com.tr