

Söyleşi
Regal büyürken gençleşen
bir marka

6

Dosya
Ankastre pazarında
neler oluyor?

14

Dernek
TÜRKESD güncel sektör verilerini içeren
"Geleceği bugün şekillendirmek" raporunu açıkladı

34

261



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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

www.dagitimkanali.com.tr

*İLERİ
TEKNOLOJİ
HER EVE
ULAŞSIN*

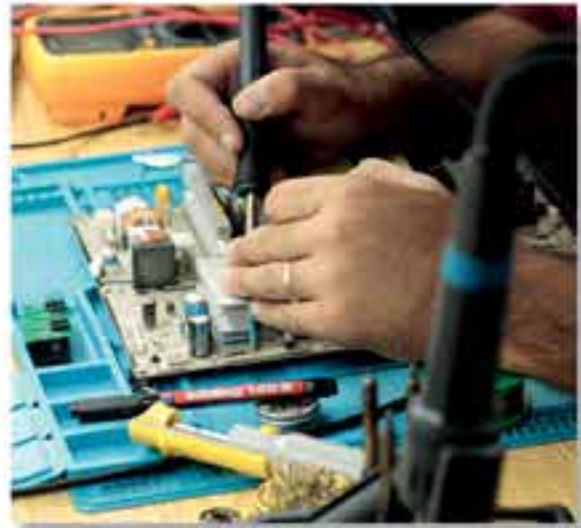
**VESTEL'LE
OLUR**

NEDEN OLMASIN?





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

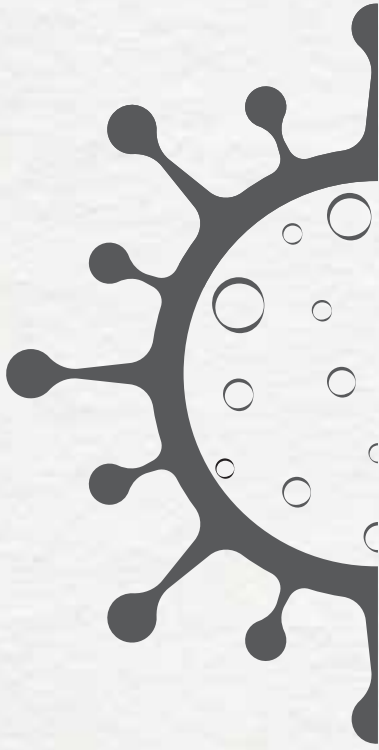
+90 (216) 520 10 00
+90 (216) 520 12 00

AEEE SERTİFİKASINA SAHİP
ELEKTRONİK VE ÇEÇİ KALDIRMA TEŞİSSİ
www.efselektronik.com



Hypo Clean

Ekstra Hijyen Sağlayan Su Üretme Cihazı



**VİRÜSLERE
DUR
DEMEK
ELİNİZDE**

HAYAT SAĞLIKLIYSAN GÜZEL SAĞLIKLIYSAN KEYİFLİ!

Elektroliz teknolojisini kullanan **Fakir Hypo Clean**, musluk suyu ve tuzu yalnızca bir dakikada, güvenli ve güçlü bir dezenfektana dönüştürür...

Böylece hiçbir kimyasal katkı maddesi kullanmadan, evde kendi dezenfektanınızı üretebilir, bakteri ve virüsleri etkisiz hale getirerek kendinizi ve sevdiğinizleri koruyabilirsiniz.

Sağlınızı korumak sizin elinizde,
Fakir Hypo Clean'le!



#EvinizeSağlık



MART 2021 • SAYI: 261

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 Etiklerine uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6

Söyleşi

Regal büyürken gençleşen bir marka

Feza Turunçoğlu
Vestel Pazarlama İletişim & Perakende Paz. Grup Müdürü



Gülfidan Kılınç Bakan
Regal Pazarlama Müdürü



Kubilay Yeşilmen
Regal Satış Grup Müdürü



10

Söyleşi

Gürses Kurumsal, sürekli olarak geleceğe yatırım yapan bir şirket

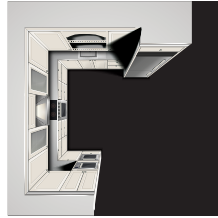
İrfan Gürses
Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı



14

Dosya

Ankastre pazarında neler oluyor?



32

Söyleşi

LG, mağazaları ile büyümeye devam ediyor



34

Dernek

TÜRKBEŞD güncel sektör verilerini içeren "Geleceği bugün şekillendirmek" raporunu açıkladı



36

Teknoloji

Hava temizleme cihazı alırken bunlara dikkat edin



38

Sektör Haberi

Perakendeye yeni düzenlemeler geliyor



40

Ödül

Türkiye'nin en teknolojik markaları açıklandı



42

Dernek

Ülkemizi, yüksek teknoloji dijital beyaz eşya üretiminin merkezi yapmayı hedefliyoruz"



44

Makale

Didem Tınarlıoğlu

46

Ürünler

52

Sinemadem

Tek mekanda geçen en iyi filmler



Millî 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



Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Ankastre pazarında tüm markaların büyümesi devam ediyor. Ama nasıl?

Beyaz eşya sektörünün önemli bir grubunu oluşturan ve tüketicilerin de yoğun ilgi gösterdiği ankastre grubu, kendi içerisinde hem farklılaşmaya hem de büyümeye devam ediyor. Markaların bu alanda yaptıkları önemli yatırımların yanında teknoloji alanında da görülen büyük ve hızlı değişim, pazara çok olumlu yansıyor. Biz de bu sayımızda hem markaların hem de bayilerin ankastre alanındaki çalışmalarına kulak verdik ve detayları aldık. İlerleyen sayfalarda röportajlarımızı bulabilirsiniz.

Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Gürses bu sayımızda konuk ettiğimiz isimlerden biri. Şirketin son dönemdeki büyümesi ve pandemi dönemindeki çalışmaları konusunda fikirlerini bizlere aktaran Gürses, önümüzdeki dönemde de büyümelerinin devam edeceğini ve istikrarlı şekilde sektöre hizmet sunacaklarını belirtiyor. Röportajımızı ilerleyen sayfalarımızda bulabilirsiniz.

Son dönemde değişimi ile dikkat çeken markalardan biri de Regal. Zorlu Holding'in beyaz eşya sektöründeki önemli markalarından biri olan Regal, özellikle yeni nesil ve genç kuşağa yönelik reklam, pazarlama ve satış stratejileri ile öne çıkıyor. Marka yöneticileri, son dönemde bu alanlarda yaptıkları çalışmalarla ilgili dergimize özel bilgiler verdiler. Değerli görüşleri için kendilerine çok teşekkür ediyoruz.

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBEŞD), sektörün güçlü yönleri ve ihtiyaçlarına yönelik yol haritasını içeren kapsamlı bir sektör raporu hazırladı. TÜRKBEŞD, "Geleceği bugün şekillendirmek" adlı sektör raporunu, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank'ın katıldığı online bir buluşma ile açıkladı. Bu detaylı rapora hem dergide hem de web sitemizde ulaşabilirsiniz.

etiasglass®
RISK ALMAYIN, ÖNLEM ALIN! crystal panel

RISK ALMA ÖNLEM AL!

GÖRÜNTÜ
KALİTESİNİ
BOZMAZ

SIVI
TEMASINDAN
KORUR

MONTAJ
GEREKİTİRMEZ

x8 CAMDAN 8 KAT
DANA SAĞLAM

5 YIL
GARANTİ

3MM
KALINLIK

TV EKKRAN KORUYUCU



SOSYAL SORUMLULUK PROJESİ

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



Etias Teknoloji Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Yeşilce, Devir Sk. No:25, 34418 Kağıthane/İstanbul

info@etiasteknoloji.com

etias

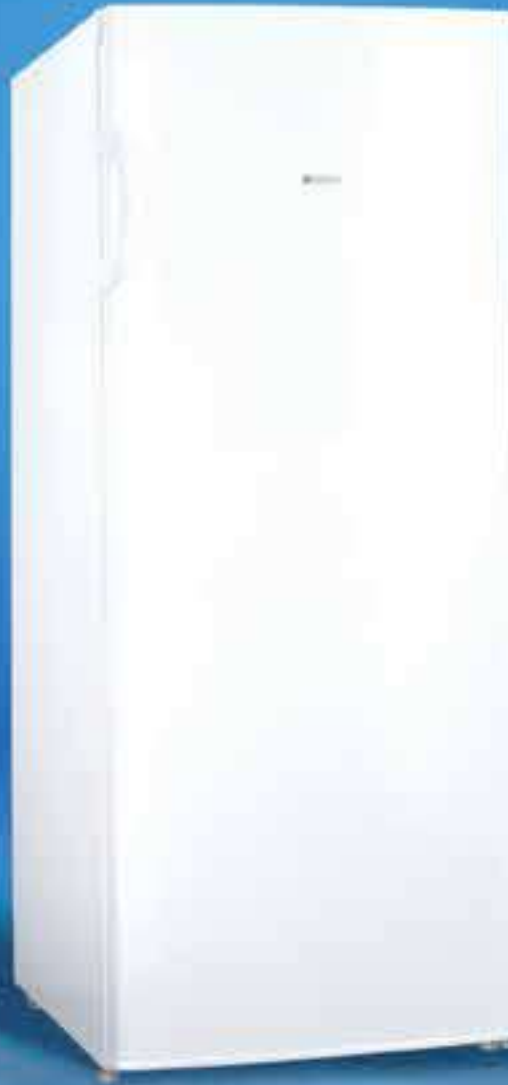
www.etiasglass.com

0 212 9 444 111

Her mutfağa uygun **BİR UĞUR VAR!**



• UED 3094 DTK



• UED 5160 DTK



• UED 7245 DTK

Her şeye yer var!

Düşük enerji tüketimiyle tasarruf sağlayan,
3, 5 ve 7 çekmeceli seçeneklerle tüm mutfak ölçülerine uygun
Uğur Derin Dondurucular, tüm bayiler ve ugur.com.tr'de!

Feza Turunçoğlu

Vestel Pazarlama İletişim & Perakende
Paz. Grup Müdürü

Gülfidan Kılıncı Bakan

Regal Pazarlama Müdürü

Kubilay Yeşilmen

Regal Satış Grup Müdürü

Regal büyürken gençleşen bir marka

Sadece görsel dünyasını yenilemekte kalmayan Regal teknolojileri & ürün estetikleri ile de pazarda güçlü bir oyuncu olacağını göstereceği yeni bir dönemde. En büyük amacımız markamızın yeni yüzü ile müşteri deneyimini de zenginleştirerek daha geniş kitlelerin markası olmak.

Çok zorlu gelen bir yılı kapattık. Pandemi tüm hızıyla sağlık ve ekonomiyi etkilemeyi sürdürüyor. Regal geçen yılı nasıl geçirdi ve sonlandırdı? Bu yıl için hedef ve beklentiler nelerdir?

K.Y: Regal 2020 yılında yaptığı yeniliklerle beyaz eşya ve elektronik pazarında ses getirdi. Tüm ürün gamı ve ürün özellikleri yenilendi. Yıl boyunca artan maliyetlere karşın pazara en uygun fiyatlı ve kaliteli ürünleri sundu.

Geleneksel hale gelen Regal Çamaşır Makinesi yanında bir yıllık deterjan kampanyası, Regal ürün alanlara kişisel bakım ürün seti gibi çok özel kampanyalarla tüketicilere özel fırsatlar sunduk. Pandeminin yarattığı koşullara rağmen çok başarılı bir yıl geçirdik. Sokağa çıkma kısıtlamalarının olduğu, evde kalmanın hayat kurtardığı dönemde e-ticaret kampanyaları yaparak evde kalmanın önemine dikkat çektik. Bayilerimizi e-ticarete yönlendirerek, evde kalan tüketicilere Regal servisleri üzerinden hızlı ürün sevki-montajı vb. her türlü desteği verdik. Normalleşme döneminin başlamasıyla da bayi sayımızı artırıp, münhasır Regal Showroom'lar açmaya başladık.

Geçtiğimiz yılı hedeflerimizi tutturarak, büyüme ile tamamladık ve grubumuzun geleneksel kanalda en çok büyüyen markası olarak tamamladık. 2021 yılında 'Regal yılı' sloganıyla yola çıktık. Bu yıl için beklentilerimiz yüksek tuttuk diyebilirim. Bu hedef doğrultusunda organizasyon yapımızı büyüttük, bünyemize yeni satış bölgeleri kattık, bayilerimize daha hızlı ve verimli hizmet verecek şekilde organize olduk. Ürün gamımıza eklediğimiz Küçük Ev Aletleri ile de Regal ailesi eksiksiz hale geldi. Bir dayanıklı tüketim mağazasını tek marka



Feza Turunçoğlu

Vestel Pazarlama İletişim &
Perakende Paz. Grup Müdürü

ile tamamen doldurabilecek; elektronikten beyaz eşyaya, derin dondurucudan küçük ev aletlerine kadar renkli ürün gamımızla tüketicilerimizle buluşuyoruz. 2021 yılı Regal Showroom'ların daha çok destekleneceği, Regal bayisinin çok daha fazla kazanacağı bir yıl olacak.

360 derece bir marka ekosistemi olarak düşündüğümüzde, Regal'i rakiplerinden farklı kılan özellikleri nelerdir?

K.Y: Bu soruya satış gözüyle baktığımızda Regal'i rakiplerinden ayırdan özellikler şöyle sıralayabilirim;

▶ REGAL

- Regal, Zorlu Grubu gibi güçlü bir çatının altında yerli bir marka
- Pazardaki kurumsal kimlikle satışa başlayan en genç markalardan biri, sektörünün "Z" kuşağı
- Pazarın beklentilere hızlı cevap verebilen, hızlı aksiyon alabilen bir marka
- Tüketici beklentilerini karşılayan, son teknolojiyi piyasaya sunan bir marka
- Kendine özgü bütünleşmiş kampanyalarıyla fark yaratan bir marka
- Rakiplerinden önce Ürün Taşıma Sistemi'ne geçerek, bir ürünün yetkili servisleriyle tek seferde nakliye ve montaj hizmetini sağlayarak fark yaratan bir marka
- Bayii iletişim platformu üzerinde kurduğu şeffaf ara yüz ile bayilerinin taleplerine hızla cevap veren bir marka

“
2021 yılı Regal Showroom'ların daha çok destekleneceği, Regal bayisinin çok daha fazla kazanacağı bir yıl olacak.
”

F.T: Ben bu soruya iletişimci gözü ile yanıt vermek isterim. Tüketicileri dinleyerek, onların ihtiyaçlarına yönelik ve gündelik yaşamlarını kolaylaştıran çözümlerle varlığımızı sürdürüyoruz. Tüketici beklentilerini okumak, iç görüler ile hareket etmek şirket felsefemiz. İletişimde görünür

olmak, fark edilen işlere imza atmak 2021'in en büyük öncelikleri bizim için. İddialı olacağımız yepyeni bir dönemdeyiz. Özellikle dijital tarafta dikkat çeken işlere imza atacağımızı şimdiden söyleyebilirim.

Uzun zamandır devam ettirdiğimiz Askıda Ne Var sponsorluğumuz bizim için gençlere ulaşmada stratejik önem taşıyan bir proje. Çeşitli dönemlerde öğrencilere askıya bıraktığımız ürünlerle destek olmanın yanı sıra onların kariyerlerine destek olmak adına çeşitli oturumlar ve aktiviteler gerçekleştiriyoruz. 2021 yılında Askıda Ne Var projelerimizi büyüteceğimizin müjdesini şimdiden verebilirim. Özetle, kampanya kurgularımız, marka ortaklıklarımız ve sosyal sorumluluklarımız ile yeni çağın tüketici beklentilerini karşılayan bir Regal olarak biz yeni döneme hazırız.

Marka olarak yeni bir pazarlama stratejisini hayata geçiriyorsunuz. Bu strateji ve gelecek dönem çalışmalarını özelinde bilgi verebilir misiniz?

G.K.B: Regal markası ile tüketiciye sunduğumuz değer geçmişten beri değişmedi. Fonksiyonel ihtiyaçlara dönük olarak tüketiciye somut fayda sağlayan ve hayatını kolaylaştıran özellik ve teknolojileri, modern tasarımlarla uygun fiyata sunuyoruz. Bu şekilde baktığımızda klasik segmentasyon anlayışının ötesine geçerek özgürleşiyoruz. Kendisi için en doğru ürünü uygun fiyata almayı bir yaşam tarzı haline getiren farklı yaş, eğitim ve gelir grubundaki tüketiciyle buluşuyoruz. Kanal stratejimizle değer önermemiz arasında bu anlamda çok yakın bir ilişki görüyoruz. Regal markası çok kanallı, kendi münhasır teşkilatının yanı sıra

karma markalı kanallarda satışa sunulan bir marka. Geçen yıldan itibaren online kanalı da stratejik olarak önceliklendirerek yatırım yaptık. Özellikle pandemi döneminde artan e-ticaret yöneliminde biz de tüketicinin yanında olduk. Marka olarak geçtiğimiz yılı bir yenilenme yılı ilan ettik. Bu yenilenmeyi kapsamlı bir şekilde ele alarak, markamızın değer önermesini tüketiciyle buluştururken kullandığımız tonumuzu ve görsel dünyamızı masaya yatırdık. Sabır ve heyecanla inceledik, sık dokuduk. Bunu yaparken Regal markasının marka yolculuğunu yok saymadan, güncel ihtiyaçlarımızı geçmiş deneyimlerimizle zenginleştirerek çalıştık. Yeni pazarlama stratejimiz ile de biz tüketicinin gündemini bilen ve onu anlayan dost marka olmaktan vazgeçmiyoruz. Kurumsal kimliğimizi oluşturan görsel öğeler ve renklerimiz yeniledik. Yeni renk dünyasına göre uyarlanmış markalama çalışmaları ile Regal kanalda daha dikkat çekici ve görünür



Gülfidan Kılınc Bakan
Regal Pazarlama Müdürü

olacak. "Somut fayda sağlayan teknoloji ve modern tasarımı uygun fiyata sunuyoruz." dedik. Bunu yaparken tüketicinin ürünle olan ilişkisine farklı açılardan bakarak kampanya modellerimizi buna göre adapte ediyoruz. Önümüzdeki dönemde de tüketicinin satın alma anında yaşadığı kazanç hissini güçlendirecek hediye ve çekiliş kampanyalarımıza devam edeceğiz. Sosyal medyada ve çeşitli dijital platformlarda tüketiciyi faydalı bilgilerle besleyen ve keyifli zaman geçirmesini sağlayan marka olmayı hedefliyoruz. Birlikte geçirilen zamanı değerli buluyoruz ve sevginin gücüne inanıyoruz. Bu noktada sosyal sorumluluk projesi olarak gördüğümüz Askıda Ne Var sponsorluğumuza devam ediyoruz. Z jenerasyonu ile bağ kurmamızı sağlayan bu iş birliğini çok değerli buluyoruz.

Markanın bayii kanalındaki büyüme stratejisini satış ve pazarlama gözü ile bizimle paylaşır mısınız?

G.K.B ve K.Y: Münhasır bayii teşkilatımızı büyümeye devam etmek öncelikli hedeflerimizden. Bunun yanında ülke çapında karışık marka ürün satan 11.000

“
Münhasır bayii teşkilatımızı büyümeye devam etmek öncelikli hedeflerimizden. Bunun yanında ülke çapında karışık marka ürün satan 11.000 noktayla birlikte; mobilya, züccaciye ve dayanıklı tüketim ürünlerini birlikte satan çeyiz konseptli çok şubeli mağazalarda penetrasyon sağlamaya devam edeceğiz.
”

noktaya birlikte; mobilya, züccaciye ve dayanıklı tüketim ürünlerini birlikte satan çeyiz konseptli çok şubeli mağazalarda penetrasyon sağlamaya devam edeceğiz. Türkiye genelinde 770 bayisi bulunan Regal markasının bu yılki hedefi de bayii sayısını artırmak, yeni yerleşim olan lokasyonlarda yer almak. Regal mevcut ürün gamının yanı sıra eklenen Regal Küçük Ev Aletleri grubu ile tüm ihtiyaçları tek marka ile karşılayabilmektedir. Böylece tek marka ile bir Showroom mağazada tüketicinin aradığı ürün çeşitliliğini eksiksiz sağlayabiliyor olacağız. Bayii kanalındaki büyüme stratejisinde, yerli üretim gücüyle birlikte kendi endüstriyel tasarım ekiplerimizin tasarladığı ürünlerimize ve ürün çeşitliliğimize, teknoloji ve tasarımlarımıza çok güveniyoruz. Televizyon grubunda lansmanını yeni yaptığımız Android TV ve Beyaz Eşya tarafında artan hijyen ihtiyacına dönük geliştirdiğimiz teknolojilerle büyüme devam edeceğiz. Kanalda farklılaşan kampanya modelleri ile tüketici memnuniyetini arttırmayı hedefliyoruz. Yeni kurumsal kimlik yapısında mağaza açılışlarımız yılın ilk yarısında yoğunlaşacak.

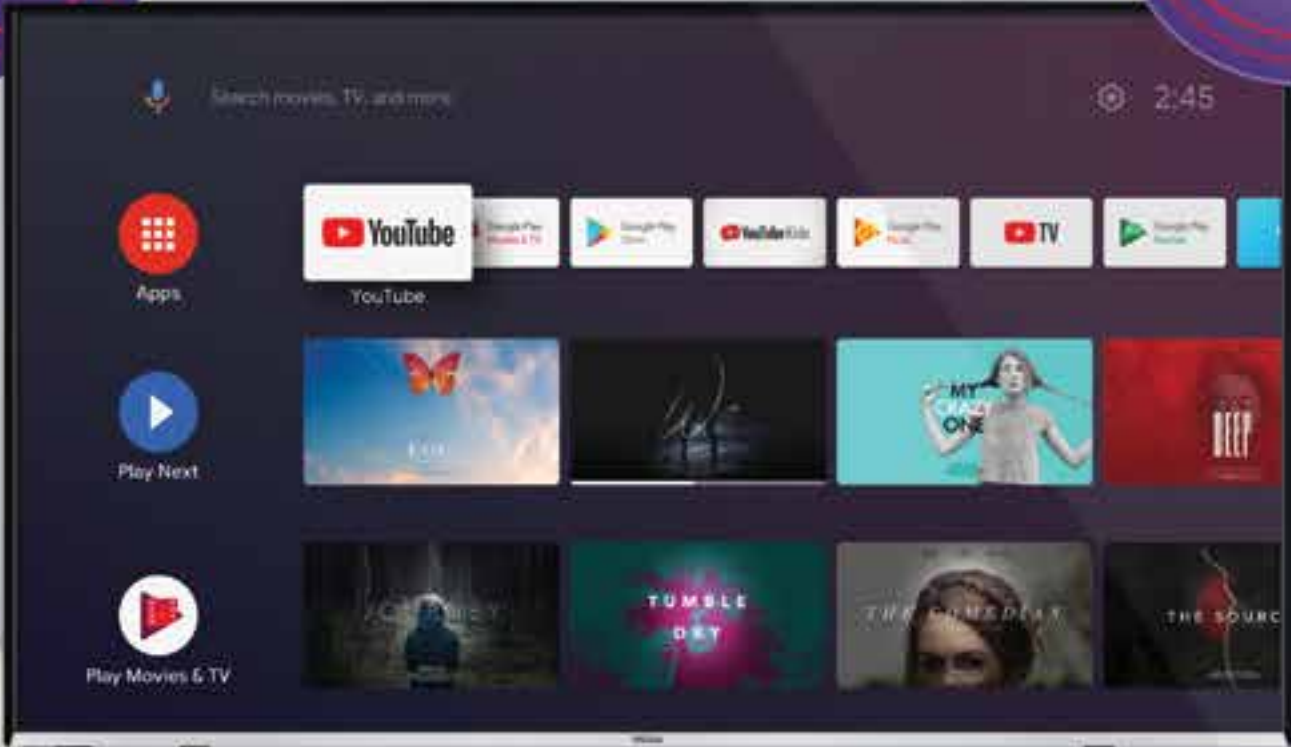
Regal markasında bir yenilenme görüyorsunuz. Bu yenilenme ve değişimi bize anlatır mısınız?

F.T: Portföyümüzde önemli bir yer tutan Regal için 2020'de temellerini attığımız heyecanlı yolculuğun ilk yansımalarını 2021 yılında hayata geçirdik. Uzun süren emek ve yoğun çalışma sürecinin sonunda yepyeni bir iletişim dünyasına adım atmanın heyecanı içindeyiz. Yıllar içinde Aklımı Seveyim, İnanılmaz Regal Hareket, Regal'le Söz Sende gibi iletişim söylemleriyle marka yolculuğuna devam eden Regal için değişmeyen tek şey markanın 'akıllı tercih' olan marka özü. Biz içinde bulunduğumuz dönemi markamız için bir yenilenme dönemi olarak görüyoruz. İlk adım olarak, logomuzu sabit tutarak, renk kodlarımızda yeniliğe gittik. Markamız artık daha renkli ve genç bir kişiliğe sahip. Daha sıcak, daha dinamik bir görsel dünya ile kendisini anlatan Regal, yeni renkleri ile sahada ayrışmayı hedefliyor. Tüketicimizle bulduğumuz her noktada yeni dünyamızın yansımaları mecralara uygun bir şekilde hayat bulmaya başladı bile. Sadece görsel dünyasını yenilemekte kalmayan Regal teknolojileri & ürün estetikleri ile de pazarda güçlü bir oyunu olacağını göstereceği yeni bir dönemde. En büyük amacımız markamızın yeni yüzü ile müşteri deneyimini de zenginleştirerek daha geniş kitlelerin markası olmak. Bizim için Regal büyürken gençleşen bir marka.



Kubilay Yeşilmen
Regal Satış Grup Müdürü

GERÇEK REGAL ANDROID TV İLE NELER YAPILIR NELER



Android TV, Google LLC'nin ticari markasıdır.





İrfan Gürses
Gürses Kurumsal
Yönetim Kurulu Başkanı

Gürses Kurumsal, sürekli olarak geleceğe yatırım yapan bir şirket

“Ekonomimizde küçülme, yatırımlarda azalma ve belirsizlikler çok fazlaydı. Ancak, COVID-19 kısıtlamaları ve pandeminin genel ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerine karşın beyaz eşya sektörü ve biz zor bir yılı başarılı sonuçlarla geride bıraktık.”

Gürses Kurumsal A.Ş. beyaz eşya sektörüne yön veren çalışmaları ile dikkat çeken bir kurum. Şirketin son dönemdeki çalışmaları ve yatırımları konusunda bilgi verebilir misiniz?

Gürses Kurumsal A.Ş. olarak biz sürekli yatırım yapan ve istihdam konusunda da değer yaratmaya çalışan bir şirket olduk. Özellikle pandemi döneminde ekibimizi daraltmak yerine; istihdamımızı arttırmaya devam eden ve 2021 yılında da devam edecek

bir şirket olarak piyasada öncü rol oynamaya devam edeceğiz.

Gerek şirket içi gerekse şirket dışı birçok yatırımımız var. Biz grup olarak personel yatırımına oldukça önem veriyoruz. Personelin eğitimi ve teknoloji ile uyumu için birçok yeni projeyi hayata geçirdik. Bu süreç, sürekli kendisini yenileyen dinamik bir süreç olmakla beraber; 360 derece koçluk yaklaşımı, şirket içi Mentör / Menti uygulamalarını içermektedir. Böylece çok daha verimli, vizyonu daha geniş, herkesin

görüşlerini paylaşabildiği, tartışmaya açık bir çalışma ortamı da beraberinde gelecektir.

2020 yılı pandemi nedeniyle sağlık ve ekonomik açıdan oldukça zorlu geçti. Halen de devam etmekte olan Covid-19 salgını özelinde ekonomik gelişmeleri hem sektör hem de firmanız açısından değerlendirebilir misiniz?

Covid-19 aslında hiçbirimizin daha önce yaşamadığı ve bir sürü olumsuzluğu da



beraberinde getiren bir hastalık oldu. Biz de grup olarak bunu en yakından hisseden şirketlerden birisi olduk. Birçok ekip arkadaşımızın yakınları da bu hastalığa yenik düştüler. Ekonomimizde küçülme, yatırımlarda azalma ve belirsizlikler çok fazlaydı. Ancak, COVID-19 kısıtlamaları ve pandeminin genel ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerine karşın beyaz eşya sektörü ve biz zor bir yılı başarılı sonuçlarla geride bıraktık. Evde geçirilen artan vakit, tüketicilerin alışkanlıklarını değiştirdi ve talebe olumlu katkı sağladı. Bir de artan konut satışlarının talebe etkisi de yadsınamaz oldu.

Pandemi dönemi beyaz eşya sektöründe büyük ve köklü değişimleri de beraberinde getirdi. Siz bu değişimleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sadece beyaz eşya değil; diğer hemen hemen tüm sektörlerde de çok büyük değişimler oldu. Hiç kimsenin daha önce tahmin edemeyeceği bir pazar ve talep durumu söz konusu oldu. Ancak ülkemiz bu sıkıntıları da başarı ile atlattı diye düşünüyorum. Talep oldukça yüksek olmasına rağmen arz sorununu özellikle beyaz eşya sektöründe oldukça hissettik. Ancak çalıştığımız markaların güçleri, tedarik zinciri kırılmalarını bizlere çok fazla hissettirmediler.

Son yıl içerisinde genel satışlarda özelinde baktığınızda hangi ürün ya da ürün grupları öne çıktı? Tüketici davranışları nasıl değişti?

Bir kere tüketici davranışı ve alışkanlıkları çok büyük bir değişime uğradı. Yani zamanımızın

“ Biz öncelikle sektörün üzerinde verimli bir büyüme öngörüyoruz. Her yıl olduğu gibi bu yıl da adından müşteri memnuniyetini en çok sağlayan şirket olarak söz ettirecek bir konuma gelmeye çalışacağız. ”

çok büyük bir kısmını evlerimizde geçirdik; hatta geçirmeye de devam ediyoruz. Artık evlerimiz aynı zamanda işyerimiz oldu; böylece standart kalıpların dışına çıkmış olduk. Artık zamana karşı bir yarış var.

Beyaz eşya sektörü de kullanıcı dostu ve pratik ürünler ile hayatımızda daha fazla ve daha güçlü bir şekilde yer alıyor. Düşünebiliyor musunuz; evdeki

televizyonlarımız aynı zamanda online toplantılarımıza veya çocuklarımızın sınıflarına destek oldu. Ayrıca buzdolaplarımızda yer kalmadı ve daha büyük hacimlere ihtiyaç duyuyoruz. Çünkü sabah kahvaltılarını da öğle yemeklerini de evimizde yiyoruz. Ayrıca ev klimaları da en çok kullandığımız ürünlerden birisi oldu.

Türkiye’de beyaz eşya sektöründe bayi teşkilatında gündemi meşgul eden konulardan biri e-ticaret. Bu alanda hem markaların hem de bayilerin farklı çalışmaları bulunuyor. Size göre e-ticaret beyaz eşya sektörünü tehdit ediyor mu?

Açıkçası ben her zaman insan yüzü sıcaktır derim. Yani biz Türk insanı olarak yüz yüze görüşmek, almak istediğimiz ürüne bakmak, dokunmak isteriz. Herhangi bir memnuniyetsizlik veya arıza halinde de önce ürünü satın aldığımız yere gideriz. Esnaf dokunuşunun olmadığı internet alışverişleri bana biraz daha soğuk ve mesafeli geliyor. Bunun haricinde herhangi bir dağıtım kanalı / pazar yeri için tehdit kelimesini kullanmak istemem çünkü her birinin ayrı bir stratejisi ve iş yapış şekli vardır. Dolayısı her bir kanal farklı yollar ile müşteriye ulaşmaya ve ürün/ hizmet sunmaya çalışıyor.

Siz şirket olarak nasıl dijitalleştiyorsunuz? Bu alanda yaptığınız çalışmalar nelerdir?

Gürses Kurumsal, sürekli olarak geleceğe yatırım yapan bir şirket. Yani müşteri bizim olmazsa olmazımızdır. Tüm dünyanın gerçekleri zaten sizi dijitalleşmeye itiyor. Gerek müşteri tarafında gerekse iş ortağımız olan bayilerimize daha iyi hizmet vermek ve onların operasyonel yüklerini hafifletecek birden çok uygulama hayata geçirdik. Mesela bayilerimiz herhangi bir malı talep ettiğinde, malın sevk süreci vb tüm detayları otomatik olarak bayiye ileten bir sistem geliştirdik. 2021 yılı bütçemizin çok önemli bir kısmını da dijital yatırımlara ayırdık. Müşterinin talep ve beklentilerini bilen, o beklentileri fazlasıyla karşılayacak, yıl içerisinde aktive edeceğimiz bazı uygulamalarımız olacak.

Gürses Kurumsal A.Ş. olarak 2021 ve sonrası için hedefleriniz ve stratejileriniz nelerdir?

Biz öncelikle sektörün üzerinde verimli bir büyüme öngörüyoruz. Her yıl olduğu gibi bu yıl da adından müşteri memnuniyetini en çok sağlayan şirket olarak söz ettirecek bir konuma gelmeye çalışacağız. Tüm paydaşlarımızın da kazandığı, müşterilerimizin iyi ki Gürses Kurumsal ile çalışıyorlar diyecekleri bir ortam oluşturmaya çalışıyoruz. Piyasayı takip eden değil; piyasa yapıcı bir şirket olmak en büyük arzumuz. Bu amaca hizmet eden hedeflerimiz ve aksiyon planlarımız dahilinde geleceğe sağlam adımlar ile ilerliyoruz.

Yarım asırdır devam eden serüven

Philips TV & Sound Genel Müdürü Ünal Masalcı ve Satış Direktörü Taner Kapucu iş hayatında 50. Yılı kutlayan Marmara Bölge Distribütörü Sahip Elektronik'e teşekkür plaketi sundular.

Hüsamettin Saraçoğlu, şirketi, elektronik sektörü ve tüketici alışkanlıkları hakkında sorularımızı yanıtladı.



Sahip Elektronik'i 1969 yılında kurduk ve 1970 yılından beri Philips TV ürünlerinin satışını yapmaktayız.

Bizlere Sahip Elektronik'ten bahseder misiniz?

Kurulduğumuz günden itibaren müşterilerimize yüksek kalitede ürün, servis ve çözüm sunma teminatı veriyor. depo, taşıma, muhasebe ve satış departmanlarımız ile sosyal ve çevre sorumluluklarımızın tamamen bilincinde bir şirket olarak hareket ediyoruz.

Amacımız sürekli öğrenmeyi ve gelişmeyi hedeflemektir.

Tüm bunların yanında tedarik zinciri içindeki ortaklarımızın da kurumsal ve sosyal sorumluluk ile ilgili taahhütlerimizi paylaşmasını garanti etmek için çalışıyoruz.

Bizim için her zaman çok önemli bir konu olan müşteri taleplerini pandemi döneminde de çok daha fazla takip ediyoruz. Bizlere ulaşan tüm talepleri, yasalar ve şirket kuralları çerçevesinde, gizliliğe önem vererek adil ve objektif olarak değerlendiriyor, yönetim sistemimizi ve müşteri memnuniyetini sürekli arttırmayı hedefliyoruz.

Şu an kaç bayi ile faaliyet gösteriyorsunuz?

Şu anda 452 adet aktif bayimiz ile faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz.

Türkiye'nin 2021 ve sonrası için elektronik sektöründe vizyonu nasıl şekillenmeli?

Tüm dünyayı etkisi altına alan pandeminin getirdiği kısıtlamalar, insanların evde daha fazla vakit geçirmelerine neden oldu. Evde geçirilen sürenin artması ve uzaktan eğitim ihtiyacı tv artışlarını ivmelendirdi. 2020 yılında yaklaşık 2,6 milyon adet TV satıldı. Bu dönemde online satışların etkisi de arttı. 2020 yılı ortalamasına baktığımızda satılan her 100 TV den 10 adedinin web kanalından geldiğini görüyoruz. Ancak, bu durum satışın 90% ının hala offline mağazacılık kanalından geldiği gerçeğini değiştirmedir.

Bizim vizyonumuz her zaman olduğu gibi güçlü ve güvenilir marka imajımız ile tüm paydaşlarımıza katma değer yaratan, ve kurumsal ve sosyal sorumluluk bilinci ile hareket eden bir şirket olmaktır.

Sektörde önümüzdeki dönemde karşılaşılabilecek fırsatlar ve riskler neler olabilir?

Tüketicilerin evde daha çok vakit geçirmesi ile beraber televizyon çok daha önem verilen bir elektronik araç haline geldi. Yapılan araştırmalara göre TV'lerin satın alınmasının en büyük nedeni tüketicilerin evdeki modeli yeni teknoloji olan modellerle veya daha büyük ekran ile değiştirmeyi tercih etmeleridir. Bu talep artışını satışa çevirebilmek ise önemli bir fırsattır. Biz de Sahip Elektronik olarak her bütçeye uygun birçok boyutta ve son teknolojiye sahip Philips TV leri gururla satışa sunmaktayız.

Son dönemde yaşadığımız en büyük risk Covid 19 pandemisi nedeni ile yaşanan ziyaretçi sayısındaki azalmadır. Bu durum satışın kısmi olarak online kanallara kaymasına neden olmuştur. Ancak, offline mağazacılık her zaman süregelmeye devam edecektir. Burada en önemli konu günümüz dijitalleşmesinde müşteri eğilimlerine offline kanallar olarak nasıl uyum sağlayacağımızdır.



Philips TV & Sound Genel Müdürü Ünal Masalcı; "Marmara bölge distribütörümüzün 50. Yılıni kutluyor ve başarılarının devamını diliyoruz. Hedefimiz tüm distribütörlerimizin desteğiyle markamızı ve tüketicilere sunduğumuz hizmeti her zaman bir üst seviyeye çıkarmaktır. Bu kapsamda en genci ile 20 yıldan beri istikrarlı olarak çalıştığımız tüm distribütörlerimize destekleri ve yıllar süren iş ortaklıkları için ayrıca teşekkür ediyoruz."



Tüketicinin bir ürünü satın alma yolculuğunda fiziksel mağazalara hala çok önem verdiği ve bunun değişmeyeceğini kabul etmeliyiz.



ANKASTRE

Ankastre pazarında neler oluyor?

Beyaz eşya sektörünün en önemli gruplarından biri olan ve tüketicilerin de büyük ilgi gösterdiği ankastreler, son dönemde gelişen yeni teknolojiler ile farklılaşmaya ve değişmeye devam ediyor. Birçok markanın müşterilerinin beklenti ve ihtiyaçlarına göre hareket ederek yeni ürünler hazırladığı bu grup içerisinde inoks ocaklar, ankastre fırınlar, davlumbazlar, yine farklı özelliklere sahip bulaşık

ve çamaşır makineleri öne çıkıyor. Cam, induksiyon ve seramik yapıda üretilen ürünler, özellikle yeni projeler ve konutlarda sıkça tercih ediliyor. Son yıllarda başlayan akıllı ev ve akıllı ürün trendinden de etkilenen ankastre grubu, yapay zeka özellikli birçok ürünle tüketicinin karşısına çıkıyor. Az

enerji harcayan, fonksiyonel ve şık ürünler daha çok tercih ediliyor. Biz de Dağıtım Kanalı Dergisi olarak bu sayımızda ankastre üreticilerine kulak verdik ve sektördeki son gelişmeleri değerlendirdik. Pandemi süreciyle çok zorlu geçen 2020 yılını firmaların nasıl kapattıklarını, 2021 strateji ve hedeflerini konuştuk.



“akıllı bir seçim
rahat bir yaşam”

esty

Beko İle Mutfaklarda Yeni Bir Dönem Başlıyor!

Yenilikçi teknolojileri ve benzersiz tasarımı ile kullanıcıların dikkatini çekecek üçü bir arada Beko ankastre ocak, üç faydayı bir arada sunuyor. 9 seviyeli ısı ayarı, genişletilmiş pişirme yüzeyi ve kolay temizlik sağlayan nano kaplama teknolojisiyle mutfaklarda yeni bir dönem başlatıyor.



Göz kararı değil, tam kıvamında yemekler!

Üçü bir arada Beko ankastre ocağın en dikkat çekici faydası 9 seviyeli ısı ayarına sahip olması.

Yemek yaparken kıvamını tutturmakta zorlanır ve her seferinde farklı sonuçlar elde ederiz. Beko ankastre ocağın 9 seviyeli ısı ayarı sayesinde yemekler ihtiyacı olan hassas ısı seviyesinde pişiyor ve her seferinde aynı lezzeti yakalamanıza olanak sağlıyor.

Böylece sebze, pilav gibi pişirme süresince farklı ısılara ihtiyaç duyan yemeklerde büyük kolaylık sağlıyor.



XL Ankastre Ocak

Üçü bir arada Beko ankastre ocak, geniş sofralar kurarken en büyük yardımcınız oluyor. XL genişliğiyle 4 tencere bu ocağa rahat rahat sığıyor. Pişirme gözlerinin aralarının genişletilmesi sayesinde dört tencere yemeği aynı anda pişirme imkanı sunuyor. Mutfakta hayatınızı kolaylaştırırken zaman kazanmanızı da sağlıyor.



Kurumuş Lekelere Karşı Nano Kaplama Teknolojisi

Her yemek yapımı sonrası en büyük dert olan ocak temizliği üçü bir arada Beko ankastre ocağın nano kaplama teknolojisiyle dert olmaktan çıkıyor.

Kolay temizlenebilir ankastre ocağın özel nano kaplama teknolojisi sayesinde lekeler yüzeye tutunamıyor. Ocağınızın yüzeyindeki kurumuş ve zorlu lekeler, güçlü deterjanlara ihtiyaç duymadan kolayca ve hızlı bir şekilde temizlenebiliyor.

Nano kaplama teknolojisiyle yemek hazırlıkları daha zevkli hale geliyor.

Üçü Bir Arada Beko Ankastre Ocaklar İle En Lezzetli Yemekler Mutfağınızda!

Üçü bir arada Beko ankastre ocaklar; 9 seviyeli ısı ayarı, genişletilmiş pişirme yüzeyi ve kolay temizlik sağlayan nano kaplama teknolojisiyle mutfaklarda yeni bir dönem başlatıyor.





ANKASTRE

Beko olarak, tüketicilerimize üstün performanslı ürün ve teknolojilerimiz ile akıllı çözümler sunuyoruz

Ankastre, beyaz eşya sektörünün en büyük ve önemli gruplarından birini oluşturuyor. Sizin bu alandaki hizmet ve çözümleriniz nelerdir?

Beko markası olarak, tüketicilerimize üstün performanslı ürün ve teknolojilerimiz ile akıllı çözümler sunuyoruz. Bunu yaparken onların beklentilerine ve ihtiyaçlarına cevap vermeyi hedefliyoruz. Ankastre ürünlerimizde, kullanım kolaylığı yanında en üstün teknolojilerle tüketicilerimizin yaşamında kolaylık sağlamayı amaçlıyoruz. Sunduğumuz teknolojilere ek olarak; şık tasarıma önem veriyoruz.

Ankastre ürün gamımızın neredeyse tamamında buhar destekli pişirme özelliği bulunuyor. Bu üstün özellik sayesinde pişen yiyeceklerin tat ve lezzet ile dokusunu değiştirerek mutfaklarda nefis lezzetler sunuyoruz.

Beko ankastre fırınlarımızdaki 'AeroPerfect™' pişirme teknolojisi ile pişirme etkinliğini yüzde 40 daha iyi hale getirerek hep aynı kalitede pişirme hedefliyoruz. Bunu yaparken yeni motor teknolojimizi fan ve ızgara ile ısınan havayı fırın içinde hem sağdan hem de soldan dağıtarak mükemmel pişirme sonuçları elde ediyoruz. Bunu da tüm ürün modellerimizde uyguluyoruz. Ankastre ocaklarda, kullanıcıların en çok karşılaştıkları sorunlardan biri yan yana ve çapraz duran tencerelerin alana sığmaması. Buna çözüm olarak hemen hemen tüm ocak bek araları genişletilerek 28 cm, 26 cm, 24 cm ve 22 cm genişliğe sahip tencere çapları ile 2 kata varan pişirme alanı oluşturuldu.

Ocak yüzeylerinin sık sık kirlenmesi, hem temizliği zor hale getiriyor hem de zaman kaybına neden oluyor. Bu amaçla tüm ankastre cam bek tablalı ve metal inoks tablalı ocakların yüzeylerinde Nano kaplama teknolojisi sunuyoruz. Bu teknoloji sayesinde, 10 kata varan kolay ve hızlı temizlik imkanı



sağlayarak tüketicilerimizin kendilerine ve sevdiklerine zaman ayırmasını sağlıyoruz. 9 seviyeli ısı ayarına sahip ankastre ocaklarda, hep aynı ayarda yemek yapmasını sağlayan ocak gaz ayarı gözleri ile de konfor yaratıyoruz. Her açıdan görülebilir displayler, fırın içi tepsi ve tel rafların rahat kullanımını sağlayan özel yan tel raf tasarımı gibi özellikle ürünlerimizi çok daha kullanışlı bir hale getiriyor. Pazarda yine öncü olduğumuz cam serilerimiz ve ürün aile setlerimiz ile mutfaklarda eşsiz anların yaşanmasına katkı sağlıyoruz.

2020 satışlarınız ve cironuz içerisinde ankastre grubunun payı nasıl oldu?

Ankastre ürün grubu çok geniş ve yaygın bir ürün grubundan oluşuyor. Türkiye'de ankastre fırınların satış oranı Batı Avrupa seviyesinde. Yurt içinde ağırlıklı olarak pişirici ürün grubunda ankastre ürünler tercih ediliyor. Ankastre fırının toplam fırın satışları içindeki oranı yüzde 72 seviyesinde gerçekleşiyor. Ocaklarda ise bu oran yaklaşık yüzde 70'lerde. Pişirici ürün grubunda ankastre cihazların solo cihazlara oranı ise bazı ürün gruplarında yüzde 70'e kadar uzuyor.

Genel olarak ankastre grubu özelinde tüketicilerin beklentileri, ihtiyaçları ve son dönem satın alma eğilimleri nelerdir?

Beko olarak, tüketici beklentileri olan tasarım ve kaliteyi daima ön planda tutuyoruz. Son dönemde, tüketiciler tarafından üstün pişirme performanslı ürünler tercih edilirken, kolay temizliği ve şıklığı nedeniyle cam ürünlere olan ilgi oldukça arttı. Beyaz ve gri camlarda talep artışı da devam ediyor.

Bu grup özelinde önümüzdeki dönemde teknoloji nasıl şekillenecek, ne tür ürünler ve hizmetler piyasaya sunulacak?

Kameralı uzaktan erişimli IoT ürünler yanında farklı pişirme yöntemlerinin uygulandığı, kişiye özel pişirme yapan fırınlar ile özellikle buharlı pişirmelerin daha da yaygın hale geleceğini ve ocaklı davlumbazların daha da yaygınlaşacağını düşünüyoruz. Güvenlik ve konfor yanında hızlı pişirme imkanı sunan induksiyonlu ocaklara olan talepte artış yaşanacağını öngörüyoruz. Farklı form ve malzemenin kullanıldığı ürünler yaygınlaşacak.

GİRİŞİMCİ KADINLAR BEKO'YLA KAZANIYOR!

Beko 100 Kadın Bayi Projesi ile kadın girişimcilerimizi destekliyor, onların Beko bayisi olmalarını sağlıyoruz. İş hayatına atılmak isteyen, kendi işinin sahibi olmak isteyen her kadına gönülden inanıyoruz.



Başvuru için

beko.com.tr/100kadinbayi 🔍



ANKASTRE

Tüketiciler ankastrede son dönemde cam ve farklı renklerdeki ürünleri tercih ediyor

Mehmet Aygül
Satış Direktörü



Ankastre, beyaz eşya sektörünün en büyük ve önemli gruplarından birini oluşturuyor. Sizin bu alandaki hizmet ve çözümlerinizi nelerdir?

Silverline, ankastre grubunda uzmanlaşmış bir marka diyebiliriz. Solo ürün atağının 2020'de başladığını söyleyebiliriz. Ankastre ürün grubunda geniş ve çözümcü ürün grubu ile mutfaklarda her türlü beklentiyi karşılamaktadır. Yine Satış Sonrası Hizmetler tarafında da ankastre konusunda uzman servis ağı ile ürünlerin tüketiciye ulaşımı, kurulumu ve bilgilendirme sürecini uçtan uca yönetmektedir. Ürün grubu olarak baktığımızda fırın satışlarının %76'sı, ocak ürün grubunun %80'inin satışları ankastre olarak gerçekleşmektedir. Bu da aslında ankastre pazarının her geçen gün toplam satışlar içinde büyüdüğünü göstermektedir. Pazarın bu trendi devam ettireceğini öngörmekteyiz.

2020 satışlarınız ve cironuz içerisinde ankastre grubunun payı nasıl oldu?

2020 yılı sektör olarak çift haneli büyümenin yaşandığı bir yıl olmuştur. Biz de pazardaki hareketliliği değerlendirerek pazar büyümesinin biraz üzerinde büyüme ile 2020 yılını kapattık. Daha öncede belirttiğim üzere Silverline aslında ankastrede uzman bir marka ve satışlarının önemli bir kısmını ankastre grubu oluşturmaktadır.

Genel olarak ankastre grubu özelinde tüketicilerin beklentileri, ihtiyaçları ve son dönem satın alma eğilimleri nelerdir?

Tüketici ankastre ürün tercih ederken birçok açıdan beklentilerini karşılamasını bekliyor. Ankastre ürünlerde fonksiyonelliğin yanında tasarım ve bütçesine uygun ürünler olmasına da dikkat ediyor. Son dönemlerde tüketicinin

cam ve farklı renklerde ürünleri tercih ettiği görülmektedir.

Bu grup özelinde önümüzdeki dönemde teknoloji nasıl şekillenecek, ne tür ürünler ve hizmetler piyasaya sunulacak?

Tüm sektörlerde olduğu gibi beyaz eşya ve ankastre sektöründe de teknolojik gelişmeler hayatımıza giriyor. Birbiriyle etkileşen IoT ürünler, farklı yüzeyli ve tasarım ürünler ayrıca enerji verimli ürünler önümüzdeki günlerde daha fazla gündemimizde olacak ve hayatımıza girecek.



Silverline, Ulusal Kalite Hareketi'ne Katıldı

Türkiye Kalite Derneği'nin (KalDer) yürüttüğü Ulusal Kalite Hareketi (UKH), sektörünün öncü isimlerinin yakın markajında olmaya devam ediyor. Bugüne kadar 700'ü aşkın kurum ve kuruluşun katıldığı UKH'ne yeni bir isim daha dahil oldu. Türkiye'de 1994 yılında kurulan ve bugün 70'den fazla ülkedeki milyonlarca mutfağa yeni nesil mutfak keyfi deneyimi sunan, ayrıca yenilikçi tasarımları ve çevreye duyarlı ürünleri ile sektörünün öncü isimleri arasında yer alan Silverline Ankastre, KalDer üyeliğinin ardından UKH'ne katıldı.

YENİ S SERİ

Eşsiz görünüm mükemmel pişirme



SILVERLINE



ANKASTRE

2020 yılını ciro ve ihracat olarak 2019'un üzerinde kapattık

Murat Çetintaş

Çetintaş Beyaz Eşya Yönetim Kurul Başkanı



Ankastre, beyaz eşya sektörünün en büyük ve önemli gruplarından birini oluşturuyor. Sizin bu alandaki hizmet ve çözümlerinizi nelerdir?

Ankastre üretimi, şirket olarak bizim işimizin önemli bir bölümünü temsil ediyor. Ankastre grubunda fırında 45-60-90 ebadında üretimlerimiz var. Ocak grubunda ise ankastre olarak 60-70-90'lık ocaklar üretiyoruz. Elektrikli ocaklarımızı, diğer seramik ve indüksiyon ocaklarımızı ise yurt dışından ithal ediyoruz. Bunlar dışında aspiratör ve davlumbaz çözümlerimizi de fason üretim ile çözüyoruz. Ankastre grubunun işimizdeki payı yüzde 70'e kadar çıkmış durumda. Geri kalan ise set üstü, mini fırınlar gibi solo ürünlerden oluşmakta.

Piyasalarda son dönemdeki gelişmelerle birlikte farklı yaklaşımlar olsa da halen seramik ve indüksiyon ocaklara bir ilgi mevcut. Ek olarak cam grubunda bir sıkışıklık söz konusu. Özel, beyaz, gri camlar yapılması ve bulunmasında zorluklar olabiliyor. Cam üreticilerinin yurt dışıyla yaptığı bağlantılar yüzünden Türkiye bu konudaki rekabetini biraz kaybediyor diye düşünüyorum.

2020 satışlarınız ve cironuz içerisinde ankastre grubunun payı nasıl oldu?

Pandemi ilk çıktığında, Mart ve Nisan'da belirli bir sürelerle fabrikaları kapatma yoluna gittik. Çalışanlarımız sağlık açısından etkilenmesinler ve işimiz aksamasın diye farklı önlemler aldık. Ardından da yoğun bir çalışma dönemi geçirdik. 2019'a göre yüzde 5-10 arasında çeşitli ürün gruplarında üretimde artışlarımız söz konusu oldu. İkinci 6 ayda dövizin de yükselmesi ile ihracatta yukarıya doğru bir ivmelenme oldu. Genel çalışma günü sayımız 2019'a göre az olsa da 2020'de ciromuz arttı. Bunun dışında adetlerimiz 2019'a çok yaklaştı. Ancak yılı ciro ve ihracat olarak 2019'un üzerinde kapattık.

Genel olarak ankastre grubu özelinde tüketicilerin beklentileri, ihtiyaçları ve son dönem satın alma eğilimleri nelerdir?

Son dönemde halen ankastre grup satışları perakende bazda çok artmış değil. 2019 ve 2020 yılında inşaat sektörünün, faiz indirimleri ile de canlanması sebebiyle konut artışları arttı. Ankastre olarak da satışların yüzde 80'i yeni daire ve proje satışları ile gerçekleşti. Halen evlerde kullanılan fırınlar ve mutfak ürünleri değişime girmiş değil. İnsanlar evlerinde tadilat ve değişim yapacakları zaman perakende sektöründe önemli hareketlenme olacak. Şu anda yüzde 70-80 yeni daire ve proje satışlarında gerçekleşiyor.

Bu grup özelinde önümüzdeki dönemde teknoloji nasıl şekillenecek, ne tür ürünler ve hizmetler piyasaya sunulacak?

Pişirme tekniği çok değişmediği için bu alanda teknoloji ateşle tencereyi birleştirmekle ilgili devam edecek. 2000 metrekareyi geçen yerlerde daha farklı,



seramik ürünler tercih edilebiliyor. Bu da ankastre ve elektrikli ocak satışlarında biraz da olsa etkili oluyor. Ama Türkiye'de genel olarak hali hazırda bu ürünlerin satışları devam ediyor. Cam ağırlıklı ürünlere de ilgi var. Uzun ömürlü ve kullanım olarak baktığınızda inoks ürünleri daha sık tercih ediyoruz. Cam ürünler de tercih ediliyor ve satılıyor. Buharla pişirme gibi ürünler de var ama bunlar genel satışın içerisinde çok düşük orana sahip. Daha teknolojik, ısıya dayanıklı, daha az enerji harcayan ürünler tercih edilecektir.

Ankastre grubu ve beyaz eşya sektöründe ÖTV noktasında biraz daha üretici ve tüketicilerin desteklenmesi gerektiğini düşünüyoruz. Fırın lüks bir tüketim ürünü değil. KDV oranlarımız çok yüksek. Piyasada sermayenin eşit rekabeti açısından bizim sektördeki KDV'nin de diğer ürün grupları kadar olması gerektiğini düşünüyoruz. Tekstil ve mobilya sektörleri gibi.





Evii, ankastre serisi ile mutfağınızda
Sizin evii'niz Sizin tercihiniz

Çetintaş
evii
ankastre

www.cetintasbeyazesya.com.tr





ANKASTRE

2020 yılında ankastre grubu ürünler ciromuzda önemli bir yer aldı

Bülent Denктаş

Luxell Pazarlama Müdürü

Ankastre, beyaz eşya sektörünün en büyük ve önemli gruplarından birini oluşturuyor. Sizin bu alandaki hizmet ve çözümleriniz nelerdir?

Ankastre ürünlerin beyaz eşya sektöründeki pazar payı hızla büyümekte ve önemi artmaktadır. Bunun bilinci ile tüketicilerimizin ihtiyacına uygun özelliklerde, kaliteli ürün ve hizmeti sunmaktayız. Bunun için tüketicimizin özellik, kalite ve fiyat beklentilerini en iyi şekilde analiz ederek ürünlerimize yön veriyoruz. Rekabetçilikten uzaklaşmamak için bu gruptaki ürünlerde hacmimizi yüksek tutuyoruz. Müşterilerimizin farklı ürün taleplerini karşılamak için çeşitliliği önemsiyor ve tasarımlarımızı güncellerken sahadan gelen geri bildirimleri değerlendiriyoruz.

Ürünlerimize erişimin kolaylığını sağlamak için bayi satış ve kanal yönetimini en doğru şekilde organize ederek, ürünlerimiz ile tüketicilerimizi buluşturuyoruz. Tüketici beklentilerini karşılamak için ankastre ürünlerde satış sonrası kurulum ve servis hizmetlerinin yönetimi için ciddi bir emek vermekteyiz.

2020 satışlarınız ve cironuz içerisinde ankastre grubunun payı nasıl oldu?

Ankastre ürünlerde yüksek hacmimiz var. Bu sayede oluşan rekabetçi ve deneyimli yapı sayesinde 2020 yılında ankastre grubu ürünler ciromuzda önemli bir yer aldı.

Genel olarak ankastre grubu özelinde tüketicilerin beklentileri, ihtiyaçları ve son dönem satın alma eğilimleri nelerdir?

Ankastre ürünlerde tüketicimiz kaliteli ve ihtiyacına uygun ürüne ulaşmak ve satış sonrası hizmetlerde iyi hizmet almak istemektedir. Özellikle pandemi süreci ile ihtiyaca göre ürünün belirlenmesi, fiyat

araştırma ve ürün yorumlarına göre değerlendirmeler için e-ticaret siteleri yoğun kullanılmaktadır. Bu mecralarda hızlı ve zahmetsiz bilgi erişimi ile satın almada karar verme süreci hızlanmaktadır.

Bu grup özelinde önümüzdeki dönemde teknoloji nasıl şekillenecek, ne tür ürünler ve hizmetler piyasaya sunulacak?

Enerji, her zaman ekonomik kullanılması gereken bir ihtiyaç olmuştur. Az enerji ile daha verimli ürünler önümüzdeki dönemde de ön plana çıkacaktır. Özellikle ankastre fırınlarda pişirme sırasında enerjiye ihtiyaç duyulmaktadır. Biz uzun zamandır HARR teknoloji sayesinde, daha az enerji ile verimli pişirme yapabilen fırınları, tüketicilerimiz ile buluşturuyoruz. Bu yılda enerji verimliliği konusunda aynı çizgiye ilerleyeceğiz.

Ayrıca, bu yıl ki hayata geçirilmesi planlanan çalışmalarımız arasında, pazardan gelen talepler doğrultusunda ürünlerimizin fonksiyonelliğini arttırmaya yönelik yeni çalışmalarımız mevcut. Ankastre ocaklarda daha verimli pişirme ve davlumbazlarda konfor ile birlikte yüksek çekim gücünü ön plana çıkaracağız.



Tabi ürün teknolojilerindeki gelişmeler bir yana, satış ve satış sonrası hizmetler konusunda da destekleyici teknolojiler, tüketici memnuniyetinin artmasında önemli rol oynamaktadır. Ürünlerimize daha hızlı erişim, ürün karşılaştırmaları, servis hizmetlerinde kolay ulaşım ve hizmet memnuniyeti için gerekli teknolojik düzenlemelerin zaman kazanımı sağlaması ve zamanın verimli kullanımı önem kazanacak.

LUXELL

Antrasit Dijital Ankastre Set



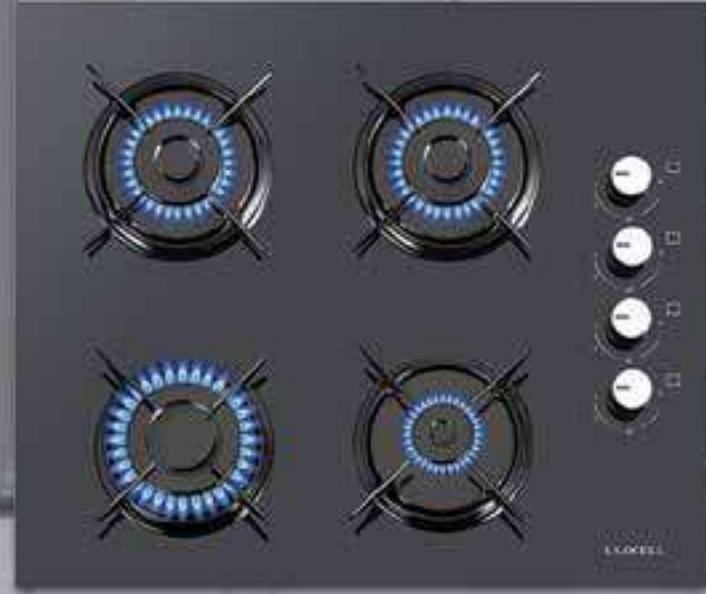
650 m³ /h çekim gücü

DA835



8 mm cam kalınlığı

40TAHDF



8
Fonksiyon

8+1 Program, turbo, dijital

B66 SF3-DDT



3 YIL
GARANTİ



Altus
tasarımı ve kalitesiyle
mutfakta şıklıktan

iyi anlar

✓ ALTUS


Arçelik
Servis
Garantisi





altus.com.tr
444 0 888

GÜRSES
KURUMSAL

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

 / 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



ANKASTRE

Siemens'te ankastre grubu, satışları 2020'de en güçlü olan ürünlerden biri oldu

Ankastre, beyaz eşya sektörünün en büyük ve önemli gruplarından birini oluşturuyor. Sizin bu alandaki hizmet ve çözümlerinizi nelerdir?

Küresel gelişmeler ve teknolojiye bağlı olarak değişim, insanların ihtiyaçlarını, alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını da hızla değiştiriyor. Mutfaklar teknolojiyi keyif, konfor ve lezzetle buluşturan en özel alanlar olarak öne çıkıyor. Ankastre ürünleri de bu anlamda mutfakın kalbi olarak nitelendirmek doğru olacaktır. Siemens'in ankastre ürünlerindeki yepyeni tasarımlarla birlikte mutfaklar artık daha estetik ve modern görüntüye sahip sosyal yaşam alanlarına dönüşüyor. Siemens, hayatı kolaylaştıran geleceğin teknolojilerini de tüketicilerine sunarak yemek yapmayı artık bir keyif haline dönüştürüyor.

Siemens iSensoric teknolojisine sahip ankastre fırınlarda yer alan roastingSensor sayesinde pişmekte olan etin farklı yerlerindeki sıcaklık yüksek bir hassasiyetle ölçülerek en ideal sıcaklık ve pişirme elde edilir. Yiyecekler istenilen sıcaklığa geldiğinde fırın otomatik olarak durur. bakingSensor sayesinde de fırının içerisindeki nem oranını ölçerek, yemeğin ne zaman hazır olacağını anlar ve pişirme sürecini otomatik olarak ayarlar.

Siemens fullSteam buharlı fırınları sayesinde nazıkçe ve doğal bir şekilde yemek pişirebilirsiniz. Sıcak buhar sayesinde yiyeceklerdeki lezzet, vitamin ve mineraller korunur, yiyecekler doğal görünümünde kalır.

activeClean® teknolojisi sayesinde de fırın temizleme derdi ortadan kalkıyor. Sadece tek bir tuşa basarak fırının kendi kendini temizliyor.

4D sıcak hava teknolojisi fırının içinde eşit sıcak hava dağılımı sağlar. Yemeğiniz, mükemmel sıcaklık dağılımı sayesinde, tepsi seviyesi ne olursa olsun istediğiniz gibi pişer.

Tüketiciler mutfakta aynı anda birçok ürünü kullanırken hızlı olmak istiyor. Yemek



pişirirken kokunun mutfaka yayılmasını engellemek ve beraberinde şık bir tasarım da görmek istiyor. Siemens, ocak ve davlumbazı bir araya getiren üstün teknolojiye sahip davlumbaz entegreli induksiyon ocaklar ile hem yerden tasarruf sağlıyor hem de tüketicilerin kişisel vizyonuna uygun mutfak yaratmasına fırsat veriyor.

Patentli stepFlame teknolojisine sahip gazlı ocaklar sayesinde ateşin miktarını anlamak için efor harcamaya artık gerek kalmıyor. 9 hassas adımda ısı ve alev miktarını ayarlayarak kusursuz bir hassasiyetle yemeklerin pişmesini sağlıyor.

Siemens'in yeni 67cm genişliğindeki yeni ankastre ocakları, sınıfının en geniş ocak gözü aralığını sunarak tüketicilere daha rahat ve konforlu bir pişirme deneyimi sunar.

Siemens ACool Premium serisi, inovatif özelliklere sahip buzdolapları da mutfaktaki kusursuz deneyimi tamamlıyor.

Siemens, HomeConnect sayesinde birbiri ile haberleşen akıllı ankastre ürünleriyle de geleceğin teknolojilerini bugünden sunuyor.

2020 satışlarınız ve cironuz içerisinde ankastre grubunun payı nasıl oldu?

2020 yılında Siemens satışları ciddi bir ivme kazandı. Pazarda beyaz eşya ve ankastre ürünlere artan talep ve Siemens'in bu taleplere sunduğu çözümler sayesinde rekor satış hacmi yakalandı. Ankastre satışları da



bu büyüme içerisinde kendini gösteren en güçlü ürünlerden oldu.

Genel olarak ankastre grubu özelinde tüketicilerin beklentileri, ihtiyaçları ve son dönem satın alma eğilimleri nelerdir?

Tüketiciler artık ürünlerden sadece temel ihtiyaçların karşılanmasını değil çok daha fazlasını bekliyor. Tüketicinin deneyim yolculuğu içerisinde birçok farklı beklenti var. Tasarım, estetik, hız, sağlıklı yaşamla paralel mükemmel pişirme sonuçları, kolay temizlik, hijyen, kullanım kolaylığı ve ergonomi, çevreye duyarlı, enerji tasarruflu ve akıllı ürünler tüketicinin son dönemdeki satın alma esnasındaki beklentileri olarak öne çıkmaktadır.

Siemens olarak bizler de bu yeni trendleri, tüketici davranışlarını ve beklentileri takip ederek inovatif ve akıllı çözümler sunmaya devam edeceğiz.

Bu grup özelinde önümüzdeki dönemde teknoloji nasıl şekillenecek, ne tür ürünler ve hizmetler piyasaya sunulacak?

Hayatı kolaylaştıran, değer yaratan ve tüketiciye fayda sunan her iş modeli, ürün özelliği ve teknolojiler daha fazla öne çıkacak. Birbiri ile haberleşen, uzaktan erişilebilir ve kontrol edilebilir akıllı cihazlar artık hayatımıza daha fazla girecek. Yukarıda belirtilen trendlere uygun yeni tasarımlar ile daha fazla karşılaşacağız.



ANKASTRE

Ankastrelerde, IoT özellikli, kullanıcı deneyimine odaklanan, kişiselleştirilmiş ve çevre dostu ürünlerde artış göreceğiz

Gökçe Dönmez

Haier Europe Ticari Pazarlama ve Ürün Sorumlusu

Ankastre, beyaz eşya sektörünün en büyük ve önemli gruplarından birini oluşturuyor. Sizin bu alandaki hizmet ve çözümlerinizi nelerdir?

Haier Europe olarak büyüyen ankastre pazarını yakından takip ediyoruz. 2019 yılına kıyasla iç pazarda yaklaşık %16 oranında büyüyen ankastre kategorisi, bizler için önemli ürün grupları arasında yer alıyor. Eskişehir'de bulunan, 35.000 m²'lik alanımızda yıllık 1.000.000 adet üretim kapasiteli güçlü pişirici grubu üretim altyapımızı kullanarak, tüketicilerimizin ihtiyaç ve beklentilerine uygun ürünler üretiyor ve hızlı lojistik süreçleriyle müşteri memnuniyeti sağlamak için çalışıyoruz. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı onaylı 100'e yakın nitelikli mühendis kadrosuna sahip Ar-Ge merkezimiz, patentli ürünleriyle inovatif çözümler sunmaya devam ediyor. Ankastre ürün gamımızda, farklı tüketici beklentilerini karşılayacak teknolojilerle donatılmış, şık tasarıma sahip ankastre pişirici ürünler, ankastre bulaşık makineleri, ankastre mikrodalga ve ankastre kurutma makineleri gibi farklı ürün seçenekleri sunuyoruz. Hoover ve Candy markalarımızdaki ankastre gamımızı, her segmenti destekleyecek yeni ürün konumlandırmalarıyla genişletiyoruz. Akıllı bağlantılara sahip uzaktan yönetilebilir ankastre fırın, ankastre bulaşık ve kurutma makinesi gibi farklı ürünlerle tüketici deneyimini bir adım öteye taşıyoruz. Tüketicilerimize bu akıllı teknolojilerle erişebilecekleri ünlü şefler tarafından oluşturulmuş yemek tarifleri, ilave programlar, enerji ve kullanım istatistikleri ve bakım önerileri gibi çözümler sunuyoruz. Ayrıca ürünlerimizi Ek Garanti Hizmeti kampanyası ve Özel Bakım-Hijyen kiti hediyeleriyle destekliyoruz. Türkiye geneline yayılmış servis ağıımız ile tüketicilerimize



“
Pandemi sebebiyle tüketicilerin evde daha fazla zaman geçirmesi, evde yemek yapma alışkanlığını yeniden canlandırdı.
”

iyi bir ürün ve hizmet deneyimi yaşatmak, tüketicilerin hayatını kolaylaştırmak ve çevreye duyarlı hizmet anlayışını hedefliyoruz.

2020 satışlarınız ve cironuz içerisinde ankastre grubunun payı nasıl oldu?

Ankastre satışlarımız, toplam ciromuz içinde büyüyen ve önemli bir paya sahip, orta ve uzun vadeli planlarımızda ankastre grubunun toplam satışlarımız içindeki payının her yıl artmasını hedefliyoruz.

Genel olarak ankastre grubu özelinde tüketicilerin beklentileri, ihtiyaçları ve son dönem satın alma eğilimleri nelerdir?

Pandemi sebebiyle tüketicilerin evde daha fazla zaman geçirmesi, evde yemek yapma alışkanlığını yeniden canlandırdı. Tüketiciler daha önce restoranlarda yediği yemekleri evde denemeye başladılar. Bu sebeple ankastre fırınlarda ekmekek pişirme, pizza yapma gibi özel programlar daha fazla ilgi çekti. Ayrıca, daha sağlıklı yemek pişirme teknolojileri sağlayan buhar destekli pişirme yapan fırın teknolojileri de tüketicilerin ilgisini çekiyor. Aynı anda farklı lezzetleri pişirebilen, fırın içinde eşit ısı dağılımı yapan ve teleskopik raf sistemli güvenli ürünler tüketicilerin beğenisini topluyor.

Bu grup özelinde önümüzdeki dönemde teknoloji nasıl şekillenecek, ne tür ürünler ve hizmetler piyasaya sunulacak?

Ankastre ürün grubunda, IoT özellikli, kullanıcı deneyimine odaklanan, kişiselleştirilmiş ve çevre dostu ürünlerde artış göreceğiz. IoT ekosistemine dahil edilecek ankastre ürünleriyle, tüketicilerimizin 360 derece akıllı ev konsepti çerçevesinde entegre bir yaşam süreceği öngörüsündeyiz. Ankastre ürünlerde fonksiyonellik ve teknolojinin yanında, iyi tasarım ve iyi estetik de tüketicilerin beklentileri arasında.



ANKASTRE

Pandeminin de etkisi ile derin dondurucu, midi fırın ve ankastre fırınlara ekstra bir talep oldu

Aslı Aydoğdu

Simfer Pazarlama Müdürü

Ankastre, beyaz eşya sektörünün en büyük ve önemli gruplarından birini oluşturuyor. Sizin bu alandaki hizmet ve çözümlerinizi nelerdir?

80'li yıllarda Türkiye pazarına giren ankastre fırınlara, 90'lı yıllardan itibaren ocak ve aspiratörler daha sonrada davlumbazlar eklendi. İlk zamanlar tek tek satılan ürünler zaman içinde set haline geldi ve ankastre setler Türk mutfaklarında yer almaya başladı. Ancak 2000'li yıllardan sonra toplu konut projelerinin çoğalmasıyla ankastre ürünlere olan ilgi daha da arttı ve ankastre setler solo beyaz eşya pazarında yadsınamaz bir yer edindi. Yeni ve modern yaşam tarzının sembolü haline gelen ankastre ürünler mutfakların baş tacı haline geldi.

Yıllar içerisinde rekabetin artmasıyla ve teknolojinin geldiği nokta itibari ile ankastre beyaz eşya üreten firmalar oldukça üst düzey ürünler sunmaya başladılar. Biz de bu markalardan biriyiz. Simfer olarak 43 yıllık tecrübemizi Kayseri Serbest Bölge'de bulunan pişirici fabrikamızda ortaya koyarak ürettiğimiz ankastre setleri hem Türkiye'ye hem de 150 ülkeye ihraç ediyoruz. Pişirici grubunda dünyanın en büyük ilk 5 fabrikasından birine sahibiz, sahip olduğumuz teknolojiye yakışır kıymette ürünler üretiyoruz. Ar-Ge'ye çok önem veriyoruz. Tasarım, işlevsellik ve yenilikçi teknolojileri mutfaklara taşımak, daha az enerji tüketen, çevreci ve yaşam kalitesini artırmaya yönelik fonksiyonları ile tüketicilerimizin hayatını kolaylaştıran ürünler üretmeye özen gösteriyoruz. Tasarımın günlük hayata entegrasyonu üzerine yoğunlaştık. Günlük hayata uyum sağlayan, fonksiyonel, kaliteli ve uygun fiyata ulaşılabilen ürünler üretmeye odaklanıyoruz. Hem üretim tesisimiz ve üretim proseslerimiz ile hem de ürünlerimiz ile doğa dostu, daha az enerji tüketen ürünler üretiyoruz.



Sadece ürettiğimiz ürünlerle değil verdiğimiz hizmetle de tüketicilerimizin hayatını kolaylaştırmak temel önceliklerimiz arasında. Tüm bu emeklerimizin karşılığını da markamıza artan taleple, giderek büyüyen pazar payımızla, aldığımız ödüllerle alıyoruz. Son 10 yıldır şikayetvar.com'da müşteri memnuniyetinde birinci marka olmanın gururunu yaşıyoruz.

2020 satışlarınız ve cironuz içerisinde ankastre grubunun payı nasıl oldu?

Bizim ürün grubumuzda midi fırınlar, tam boy fırınlar, mikrodalga fırınlar, set üstü ocaklar, ankastre fırın-ocak-davlumbazlar, dikey ve yatay derin dondurucular, klimalar, iç mekan ve dış mekan ısıtıcılar yer alıyor. 2020 yılında pandeminin de etkisi ile derin dondurucu, midi fırın ve ankastre fırınlara ekstra bir talep vardı. Ankastre satışlarımızda adet ve ciro bazında sektör ortalamasının üzerinde bir büyüme gerçekleştirdik. 2020 ciromuzun önemli bir kısmını ankastre ürünlerimiz teşkil ediyor.

Genel olarak ankastre grubu özelinde tüketicilerin beklentileri, ihtiyaçları ve son dönem satın alma eğilimleri nelerdir?

Pandemi sebebiyle evde ve dolayısıyla mutfakta daha fazla vakit geçirdiğimiz bir dönemden geçtik ve geçiyoruz. Bu dönem mutfağımızda yer alan ürünlerle daha haşır neşir olduğumuz, ürünleri yakından tanıma fırsatı bulduğumuz bir dönem oldu. Dolayısıyla ürünlerle ilgili beklentiler, talepler giderek arttı. Eskiden ürün tercihlerinde tasarım ve dayanıklılık ön planda tutulurken yeni dönemde tercih nedenleri detay özelliklere inerek daha kişiselleşti.

Ankastre fırınlarda; bu yıl özellikle geniş aileler için ekstra geniş hacimli fırınlar ön plana çıktı. Biz de ürün gamımıza 80 litre fırınları dahil ederek tüketicilerin bu ihtiyacına cevap verdik. Hassas pişirme, zaman ayarı, kendi kendini temizleme özelliği, çevre dostu olması ve enerjiden tasarruf etmesi satın alma tercihi en çok etkileyen kriterler. Daha detaya inerek; aynı anda birden fazla ve farklı yemek pişirebilme, hızlı ön ısıtma yapma, yoğurt ve ekmek mayalama, buz çözme, ızgara pişirme seçeneklerini sıralayabiliriz. Ayrıca kadınlar için çok önemli tercih kriterlerinden biri de kolay temizlenebilir cam kapaklar ve buhar ile temizleme fonksiyonu... Davlumbazlarda her zaman olduğu gibi güçlü emiş gücü, sessiz çalışma ve uzaktan kumanda tercih sebebi. Tasarım açısından cam davlumbazların daha çok ilgi gördüğünü söyleyebiliriz. Ocaklarda ise Türk mutfağına uygun, büyük tencereler için ekstra geniş yüzeyli 65 cm ve 70 cm ocaklara olan ilgi arttı. 80 litre fırınlarımız ile eşleştirdiğimiz geniş yüzeyli ocaklar bu yıl en rağbet gören ürünlerimiz oldu. Otomatik gaz kesme emniyeti ile yüksek sıcaklıklara ve darbelere karşı daha dayanıklı olan 8 mm kalın cam ocaklar maksimum güvenlik açısından en çok tercih edilen kriterler arasında.

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

LG, mağazaları ile büyümeye devam ediyor

LG, Akdeniz Bölgesi'nde bulunan en büyük mağazasını Muratpaşa'daki Antalya Dapa'da hizmet soktu. Yeni LG Brand Shop'ta birbiriyle konuşan cihazlarından uzaktan yönetilebilen beyaz eşyalarına, kişisel asistan görevi gören TV'lerine kadar son ve yeni nesil teknolojik ürünler sergilenecek.

2019 yılından bu yana, Türkiye yatırımlarına hız kesmeden devam eden LG Electronics (LG), Akdeniz Bölgesi'nin en büyük LG Brand Shop'unu Antalya Muratpaşa'da hizmete açtı. 242 m2 büyüklüğündeki mağazada, başta LG markalı TV, buzdolabı, çamaşır makinesi, kurutma makinesi ve bulaşık makinesi olmak üzere, klima, ses sistemleri ve hoparlörler bulunuyor. Antalya'da açılan Akdeniz Bölgesi'nin en büyük LG Brand Shop'unun bir başka özelliği ise, içerisinde bulunan LG ThinQ Deneyim Alanı ile tüketicileri geleceğin teknolojileri ile buluşturması.

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.

Yeni fırsatlarla merhaba dedi

Akdeniz Bölgesi'nin en büyük LG Brand Shop'u niteliği taşıyan Antalya Muratpaşa'daki mağaza,

açılışa özel birbirinden cazip fırsatlarla da adından söz ettiriyor. LG'nin üstün teknolojiye sahip cihazları açılış nedeniyle çok özel fırsatlarla tüketicilerin ilgisine sunuluyor.

Ev aletleri birbiriyle konuşuyor, uzaktan yönetilebiliyor

LG'nin ThinQ platformu sayesinde, ev sahipleri, çamaşır makinelerinden klimalara, buzdolaplarından televizyonlarına kadar çeşitli ev ürünleriyle etkileşimde bulunabiliyor. Örneğin ev sahipleri, uygulama ile çamaşır makinelerini uzaktan harekete geçirebiliyor, klimayı işten dönmeye önce 5 dakika önce çalışacak şekilde programlayabiliyor. Yapay zekaya sahip LG ThinQ AI platformu, LG OLED ve Nanocell TV'lerin ses komutu ile kontrol edilebilmesine olanak tanıyor.

LG ThinQ, aynı cihazları birbirinden değişik şekillerde kullanan evdeki farklı kullanıcılarla senkronize olarak çalışıyor. Her bir kullanıcının neyi sevdiğini ve nasıl davrandığını inceliyor ve evdeki her bir kişi için kişiselleştirilmiş deneyimler sunuyor.

Yeni nesil teknolojiler LG ThinQ Deneyim Alanı'nda

LG'nin Antalya Muratpaşa'da bulunan mağazasında yer alan LG ThinQ Deneyim Alanı'nda, LG ThinQ teknolojisi sayesinde birbiriyle konuşan ve uzaktan yönetilebilen LG ürünleri sergileniyor. Bu ürünlerin en dikkat çekenleri arasında; kapısını açmaya gerek kalmadan üzerindeki ekran yardımıyla içerisindekileri gösteren buzdolabı LG InstaView, iki farklı çamaşır, iki farklı bölmede tek seferde yıkayabilen LG TwinWash ve buhar teknolojisi ile bakteri ve alerjenleri yüzde 99,9'a varan oranda yok eden çamaşır makineleri ve yapay zekaya sahip TV'ler yer alıyor. Yapay zekaya sahip ürünlerini ve IoT özelliklerini tek bir vizyonda bir araya getiren LG ThinQ teknolojisi, ürünlerin birbirleriyle iletişim kurmasını ve kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırmalarını sağlıyor.

En Dikkat Çeken LG Ürünleri

LG'nin Antalya Brand Shop'ta sunduğu ürünler arasında, tüketicilerin ilgisini en fazla çekenlerin başında, Steam (buhar) özellikli ürünler de bulunuyor. Pandeminin de etkisiyle artan hijyen ihtiyacı, tüketicileri hem kişisel hem de kullandıkları eşyaların temizliğine ekstra özen göstermeye itiyor. Teknoloji lideri LG, üstün hijyen sağlayan yenilikçi ürünleriyle yaşamın her alanında hijyen sağlıyor. Üstelik, üstün temizlik ve hijyeni sert kimyasallara gerek duymadan, doğadan gelen buharın gücüyle yapıyor. Daha iyi bir yaşam için inovasyon sağlayan LG, sağlık odaklı özellikleri ev aletlerine dahil etmede endüstri lideri konumunda ve bu noktada LG Steam™ (buhar) teknolojisi çok önemli bir rol oynuyor.

5 aşamalı hava filtreleme sistemi sayesinde 2,5 mikrona kadar olan toz parçacıklarını temizleyebilen yeni kablosuz dikey süpürge LG A9, alerji ve solunum problemlerine neden olan alerjenleri yüzde 99,9 oranında yok



ediyor; evlerin tozdan tamamen arınması ve köşe bucak temizlenmesi sağlanıyor. Gıdaları, klasik buzdolaplarına oranla 7 güne kadar uzayan bir süre için ilk günkü canlılığında tutan LG NatureFRESH™ Buzdolabı da evdeki hijyenik yaşamın en büyük yardımcılarının biri olarak kabul ediliyor. LG Hygiene Fresh filtresi ile buzdolabında oluşabilecek küf ve benzeri istenmeyen bakterilerin oluşmasını engelliyor.

LG'nin tüketiciler tarafından en çok ilgiyle karşılanan ürünlerinden biri de TV'leri... LG OLED teknolojisi, kusursuz siyahlar,

bir milyardan fazla zengin renkle en sürükleyici izleme deneyimini sunuyor. LG OLED kullanıcıları ister film ya da spor karşılaşmalarını izlesinler, isterlerse de oyun oynasınlar, her zaman en iyi performansı elde ediyorlar.

Pandemi dönemi ile birlikte üzerinde hassasiyetle durulan biri de bulunduğumuz mekanlardaki havanın kalitesi. LG kullanıcılara doğal ve temiz hava sağlayan DUALCOOL ve ARTCOOL klimalar yine Antalyalı tüketicilerin ilgisini fazlasıyla çekiyor.



Akdeniz Bölgesi'nin En Büyük LG Mağazası Antalya'da Açıldı!

Teknoloji Lideri 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 eşyalara, kişisel asistan görevi gören TV'lerine kadar yeni nesil teknolojilerinin sergilendiği ThinQ Deneyim Alanı da bulunuyor.



Antalya Dapa LG Brand Shop

Yeniğün Mah. Kızılırmak Cd. No:25
Ali Peçen (Alpek) Plaza Muratpaşa / Antalya
Tel: +90 242 502 48 78

TÜRKBESD güncel sektör verilerini içeren “Geleceği bugün şekillendirmek” raporunu açıkladı

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESD), sektörün güçlü yönleri ve ihtiyaçlarına yönelik yol haritasını içeren kapsamlı bir sektör raporu hazırladı. TÜRKBESD, “Geleceği bugün şekillendirmek” adlı sektör raporunu, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank’ın katıldığı online bir buluşma ile açıkladı.



Türkiye beyaz eşya sektörünün önde gelen firmalarını temsil eden TÜRKBESD, “Geleceği bugün şekillendirmek” başlıklı bir sektör raporu yayımladı. Sektörün yapısı, güçlü yönleri ve ihtiyaçları ile birlikte bir yol haritası niteliğindeki rapor, online bir etkinlikte açıklandı. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank’ın katılımıyla gerçekleşen dijital toplantının açılışını TÜRKBESD Başkanı Can Dinçer yaptı. Dinçer, konuşmasında 35 yıllık geçmişe sahip TÜRKBESD’in Arçelik, BSH, Dyson, Electrolux, Haier Europe, Silverline ve Vestel olmak üzere üye firmaları ile sektörün %90’ını temsil ettiğini ve yeni üyelerin katılımıyla etki alanını genişlettiğini ifade etti.

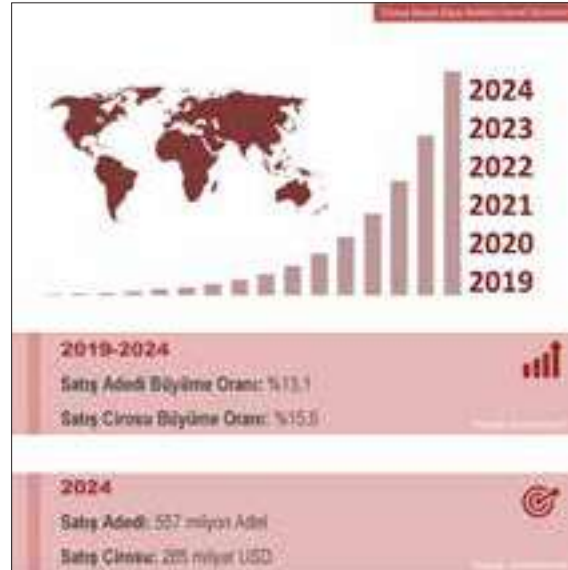
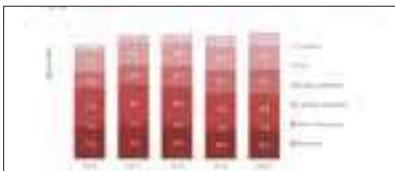
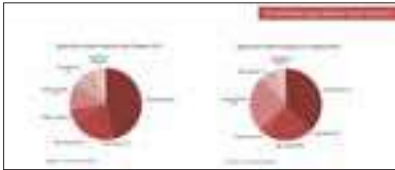
Dinçer, sektörün gücüne şu sözlerle dikkat çekti: “Türkiye beyaz eşya sektörü yılda 4,5 milyar dolar civarında ihracat yapan ve yaklaşık 4 milyar dolar dış ticaret fazlası veren lokomotif bir sektör. TÜRKBESD olarak kurulduğumuz 1986 yılından bu yana dünyanın dört bir yanına ihracat

gerçekleştiriyoruz. 2000’li yıllardan itibaren ivme kazanan ihracatımız son 20 yılda 10 kat arttı. İhracatımızın toplam satışlarımız içerisindeki payı %75’in üzerinde, dünyada 170 ülkeye ihracatımız bulunuyor. Amacımız dünyanın ikinci büyük üretim merkezi konumundaki Türkiye beyaz eşya sektörünü, hızlıca büyütme. Büyüme alanımız dijital beyaz eşya üretimi ve ihracatı olacaktır. Ülkemizi beyaz eşya üretiminde dünyada bir teknoloji üssü haline getirebiliriz. Bir birleriyle konuşan akıllı cihazlar, önümüzdeki dönemde giderek yaygın hale gelecek. Cari fazla veren sektörümüz dijital beyaz eşya üretimiyle bunu daha da artıracak ve beyaz eşya tamamıyla yüksek teknoloji içeren ürün haline gelecek. Büyüyen dünya beyaz eşya pazarından daha fazla pay alabilmek ülkemizin uluslararası rekabet gücüne ve ekonomisine de önemli katkı sağlayacaktır.” dedi.

Türkiye beyaz eşya sektörünün 60.000 kişiye doğrudan 600.000 kişiye dolaylı istihdam

sağlayan; 500 adet KOBİ büyüklüğünde yardımcı sanayi, 15.000 adet perakende satış noktası ve 3500 adet satış sonrası hizmet ağı ile çok büyük bir ekosistem olduğunu belirten Dinçer, sektörün Ar-Ge gücünün altını çizdi. Dünyada beyaz eşya sektörüne yön veren başlıca trendleri sürdürülebilirlik, enerji verimliliği, dijitalleşme ve çok kanallı alışveriş olarak sıralayan Dinçer, TÜRKBESD üyelerinin bu alanlardaki çalışmalarından bahsetti.

Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ise sektör raporu tanıtım toplantısında yaptığı konuşmada; üretimi emek yoğun sektörlerden, orta-yüksek ve yüksek teknoloji alanlara kaydırma ve çeşitlendirme politikalarının pandemi dönemindeki sıkıntıları aşmaya yardımcı olduğunu belirterek şunları söyledi: “Turizm ve hizmet sektörlerinde yaşanan daralmayı gıda ve imalat sanayimizin yüksek performansı dengeledi. Böylece ekonomimizi bu koşullarda dahi büyütmeyi başardık. Burada



elbette öne çıkan sektörlerden biri hem içeride hem dışarda artan talebi karşılamada büyük bir gayret gösteren dayanıklı tüketim malları imalat sanayi oldu. Dayanıklı tüketim malları dediğimizde de en büyük pay siz beyaz eşya imalatçılarımızda. Ben bu süreçte gösterdikleri üstün gayret için sektördeki tüm üreticilerimizi ve emekçilerimizi tebrik ediyorum. Pandemi döneminde ortaya konulan bu başarının, sektörün uluslararası pazarlardaki konumunu pandemi sonrasında çok daha da kuvvetlendireceğine inanıyorum.” dedi.

Online tanıtım toplantısında Türkiye beyaz eşya sektörün raporunun ana hatları Gökçe

Tabak tarafından yapılan sunumla aktarıldı.

Raporda, Türkiye beyaz eşya sektörünün üretimde ve ihracatta yüksek katma değer yaratan, dış ticaret dengesine olumlu katkı sağlayan, uluslararası rekabet gücü ve markalarıyla Türk ekonomisinin küresel ölçekte öne gelen sektörlerinden biri olduğu vurgulanıyor. TÜRK BESD’ e üye firmaların üretiminin büyük bir bölümünü ihrac ettiği, 2020 yılı iç satışlarının ise 7,8 milyon adete ulaştığı belirtilen raporda sektörün güçlü yanları; yoğun ihracat odaklı üretim, küresel bilinirliği olan markalar, küresel pazar hakimiyeti, yüksek Ar-Ge kapasitesi, yüksek teknoloji ürünler, nitelikli insan kaynağı

yapısı, yüksek istihdam yaratma kapasitesi ve yardımcı sanayileri ile güçlü ve olgun bir ekosistem olarak sıralanıyor. Raporda; Avrupa Birliği ile ilişkiler, ticaret savaşları ve COVID-19’un beyaz eşya sektörünü etkilediğine işaret ediliyor.

Sektörün ihracatının %72’sini Avrupa Birliği ülkelerine yaptığı ifade edilen raporda, Avrupa Yeşil Mutabakatı, Sınırdan Karbon düzenlemesi, Avrupa Ekotasarım ve Enerji etiketi uygulaması, Gümrük Birliği modernizasyonu, Brexit sonrası süreç ve Siber güvenlik standartlarına uyum öncelikli konular olarak belirlenerek bu başlıklarda öneriler paylaşılıyor.

Hava temizleme cihazı alırken bunlara dikkat edin...

“Pandemi nedeniyle kapalı alanlarda ve evlerde daha çok vakit geçirilmesi tabii ki bir farkındalık oluşturdu ve hava temizleme cihazlarına olan talebi artırdı. Tüketicilerin bu konuda dikkatli olmalarını, ürün alırken cihazların fonksiyonları ve kalitesini iyi araştırmalarını öneririm. Temiz bir iç ortam havası için yalnızca temel filtreleme teknolojisi yeterli olmayabiliyor.”



Daikin, doğru hava uzmanı kimliğiyle çalışmalarını sürdürüyor. Pandemi gerçeğiyle yaşadığımız bugünlerde soluduğumuz havanın kalitesi giderek daha çok önem kazanıyor. Bu sorumluluğun farkında olan Daikin, geliştirdiği teknolojiler ve ürünlerle iklimlendirme sektörünün nabzını tutmaya devam ediyor.

Evlerde veya kapalı alanlarda daha çok vakit geçirilmesinin kapalı alanlardaki hava temizleme cihazlarına olan ilgiyi artırdığını belirten Daikin Türkiye CEO'su Hasan Önder, konuyla ilgili şu açıklamaları yaptı: “Pandemi nedeniyle kapalı alanlarda daha çok vakit geçirilmesi tabii ki bir farkındalık oluşturdu ve hava temizleme cihazlarına olan talebi artırdı. Daikin markalı hava temizleme cihazlarının satışında 3 kata varan bir artış gerçekleşti. Pandemiyle beraber birçok marka da piyasaya girince fiyat ve kalite olarak bir karışıklık oluştu. Tüketicilerin bu konuda dikkatli olmaları, ürün alırken cihazların fonksiyonları ve kalitesini iyi araştırmalarını öneririm. Temiz bir iç ortam havası için yalnızca temel filtreleme teknolojisi yeterli olmayabiliyor. Bu nedenle cihaz seçerken bağımsız test kurumu onayları, yurt

dışındaki test raporları mutlaka sorgulanmalı. Sağlığımız şakaya gelmez.”

Daikin'den iki yeni hava temizleme cihazı

Temiz ve doğru havaya en çok ihtiyaç duyduğumuz pandemi günlerinde iki yeni hava temizleme cihazını kullanıcılarıyla buluşturan Daikin'in bu ürünleri patentli Flash Streamer teknolojisini içinde barındırarak güvenli ve sağlıklı bir hava sunuyor.

Daikin'in üstün flash streamer teknoloji ve elektrostatik HEPA filtrelili yeni hava temizleme cihazları MC55W ve MCK55W, kullanıcılara temiz ve doğru havanın anahtarını veriyor. Flash Streamer teknolojisi yüksek hızlı elektronlar ile toz, polen, koku gibi istenmeyen faktörlerin moleküllerini ayrıştırarak yok edilmesi esasına dayalı olarak çalışıyor. Bu teknoloji sayesinde partiküller daha ilk aşamada yok olmaya başlıyor. Daikin patentli bu teknoloji, sektörün en yenilikçi ve iddialı hava temizleme teknolojisi olarak gösteriliyor.

MC55W ve MCK55W hava temizleme cihazları flash streamer teknolojisinin yanı

sıra elektrostatik HEPA filtre ile güçlerini üst düzeye çıkarıyor. 0,3 µm büyüklüğündeki partiküllerin yüzde 99,97'sini yakalayan elektrostatik HEPA filtre, filtrenin inceliğine dayanan geleneksel HEPA filtrelere kıyasla daha düşük basınç kaybına sahip. Bu da daha iyi temiz hava anlamına geliyor. Daikin'in benzersiz 'flash streamer' teknolojisi, elektrostatik HEPA filtre üzerinde tutulan zararlı maddeleri ve koku giderici filtre tarafından emilen kokuları ayrıştırıyor. Geleneksel hava temizleyicilerden farklı olarak, kolayca kirlenen ve düzenli olarak değiştirilmesi ve atılması gereken aktif karbon filtresine ihtiyaç bırakmıyor. Cihazlar için tasarlanmış filtreler 10 yıl süreyle kullanılabilir. Yeni hava temizleme cihazları MC55W ve MCK55W, standart toz ve koku sensörlerinin yanı sıra çok daha hassas PM 2.5 sensörleri de barındırıyor. Böylece gözle görülmeyecek kadar küçük olan ve solunum yollarına zarar veren partiküller dahi cihazda hapsedilip etkisiz hale getiriliyor.



Her mutfağa ve bütçeye uygun fırınlar **KUMTEL'de**



LX 8520



KF 6125



KF 5320



LX 3520



LX 9645

KUMTEL®

444 56 85 | kumtel.com

Perakendeye yeni düzenlemeler geliyor

Uzun zamandır perakende sektörünü ve paydaşlarını meşgul eden, haksız ve etik dışı rekabete neden olan unsurlara açık olan ve beyaz eşya ve küçük ev aletleri bayilerinin işlerini de oldukça olumsuz etkileyen yasada değişikliğe gidiliyor. Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan taslak çalışmaya göre son dönemde hızla büyüyen zincir mağazalarda mobilya, cep telefonu, elektronik eşya ve beyaz eşya gibi ürünlerin satışı yapılamayacak.



Ticaret Bakanlığı tarafından 4 Şubat 2021 tarihinde açıklanan yeni bir yasa tasarısı ile perakende satışlarına yeni bir düzenleme geliyor. "Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi" başlığı ile yayınlanan tasarıya göre gıda marketinde cep telefonu, elektronik satışı yasak olacak, zincir marketlerinde sigara satılmayacak, pazar günü 11.00'den önce kepenk açılmayacak. Alışveriş merkezleri (AVM) ile zincir marketlere mesafe ve nüfus kriteri ile birlikte satış esaslarında da bir dizi değişikliğe gidilecek. Ticaret Bakanlığı'nın taslak düzenlemesine göre, elektronik ortamda satış ve 1500 metrekareden büyük mağazalar hariç olmak üzere, zincir gıda marketlerinde tütün mamulü, mobilya, cep telefonu, elektronik eşya ve beyaz eşya satılmayacak. Küçük esnafı korumak amacıyla, zincir gıda marketleri, pazar günleri saat 11.00'den önce açılmayacak.

Getireceği yeni kurallar ve uygulamaya konacağı süreye kadar ortaya çıkacak yeni

durumlar nedeniyle tartışılmaya başlanan kanun teklifi taslağına göre, perakende ticaretin rekabet şartlarına göre yapılması, tüketicinin korunması ve perakende işletmelerin dengeli şekilde büyümesi için bir dizi düzenlemeye gidilecek. Taslağına göre, zincir mağazaların geleneksel perakende işletmelere olumsuz etkilerinin azaltılması ve perakendecilere korunma sağlanması için zincir marketlerin bazı ürünleri satmasına yasaklama getirileceği kaydedildi.

Uygulanış biçimi ve başlangıç süresi ile tartışma yaratan tasarıya göre, elektronik ortamda satış ve 1500 metrekareden büyük mağazalar hariç olmak üzere, zincir gıda marketlerde tütün mamulü, mobilya, cep telefonu, elektronik eşya ve beyaz eşya satılmayacak. Marketlerin elektronik ortamdaki satışlarında ise mevcut yasak ve düzenlemeler geçerli olmaya devam edecek.

Beyaz eşya bayileri "HERKES KENDİ İŞİNİ YAPSIN" diyerek seslerini duyurmuştu Perakende sektöründe ortaya çıkan haksız

rekabetten, zincir marketlerin hızla büyüyerek şubeleşmesinden ve beyaz eşya ürünlerini de bünyelerinde satmalarından rahatsız olan ana gruplardan biri olan bayiler, şu anda gündemde olan yasa değişikliği konusunda uzun zamandır farklı çalışmalar yürütüyorlar.

Bu bağlamda gerçekleştirilen ve 7-8 Ocak 2020 tarihinde İzmir Ticaret Odası'nda yapılan toplantıda bir araya gelen bayiler, beyaz eşya perakendeciliğinin sorunları ve çözümleri üzerine konuşmalarda zincir marketlere de değinmişler ve "HERKES KENDİ İŞİNİ YAPSIN" çağırısında bulunmuşlardı. 2016 yılında yasalaraşan perakendecilik mesleğinin sorunları üzerine söz alan konuşmacılar özellikle yasanın tam anlamı ile uygulanamamasından ve eksiklerinin giderilmesi gerektiğinden söz eden İZBEYDER ve BEYPER'e üye bayiler, kontrolsüz, denetlenmeyen ve ticari ahlaka uymayan internet satışları ve her ürünü satan zincir marketler nedeniyle yasa değişikliğinin yapılmasını talep etmişlerdi.



®



H-FREE 500

Elektrikli süpürge'nin mucidi Hoover'den,
hafif ve kompakt kablosuz dikey süpürge.

- H-Lab lityum batarya
- 40 dakikaya varan çalışma süresi
- Kontrol edilebilir güç seviyeleri
- H-Lab Flat & Drive motorlu başlık (LED ışıklı)
- Ürün üzerine yerleştirilmiş işlevsel aksesuarlar
- Evcil hayvan tüy toplama başlığı



reddot winner 2020

Türkiye'nin en teknolojik markaları açıklandı



NielsenIQ Türkiye ve Pazarlamasyon iş birliği ile gerçekleştirilen Tech Brands Turkey'de Türkiye'nin en teknolojik markaları seçildi. NielsenIQ Türkiye'nin yapmış olduğu araştırma sonucunda, 26 farklı sektörde Türkiye'nin en teknolojik markaları belli oldu.

NielsenIQ Türkiye, dijital bir yöntemle online anket uygulayarak, 26 kategoride Türkiye'nin en teknolojik markalarını belirledi. Araştırma Aralık 2020'de, Türkiye temsili 12 ilde (İstanbul, Ankara, İzmir, Tekirdağ, Bursa, Adana, Kayseri, Samsun, Trabzon, Erzurum, Malatya, Gaziantep / Kadın-Erkek, 15-64 yaş arası, 1000 kişi ile) gerçekleştirildi. 26 kategoride açık uçlu sorular ile yapılan araştırmada, Türkiye'nin en teknolojik markaları soruldu. Bununla birlikte, genel kategori olarak Türkiye'nin en teknolojik yerli markası da bu araştırma kapsamında ortaya çıktı.



Tech Brands Turkey'de kazananlar şu şekilde:

- Türkiye'nin En Teknolojik Yerli Markası: **Arçelik**
- Covid-19 Döneminin En Teknolojik Markası: **Arçelik**
- En Teknolojik Akaryakıt Markası: **Opet**
- En Teknolojik Banka: **Garanti BBVA**
- En Teknolojik Beyaz Eşya Markası: **Arçelik**
- En Teknolojik Bilgisayar Markası: **Casper**
- En Teknolojik Cep Telefonu Markası: **Samsung**
- En Teknolojik Ev Giyim: **LC Waikiki**
- En Teknolojik Ev Temizlik Malzemeleri: **Domestos**
- En Teknolojik Havayolu Şirketi: **Türk Hava Yolları**
- En Teknolojik Hızlı Teslimat Uygulaması: **Getir**
- En Teknolojik Kargo Markası: **Yurtiçi Kargo**
- En Teknolojik Katılım Bankası: **Ziraat Katılım**
- En Teknolojik Kişisel Bakım Markası: **Gratis**
- En Teknolojik Kredi Kartı: **Garanti BBVA**
- En Teknolojik Küçük Ev Aletleri Markası: **Arzum**
- En Teknolojik Mobil Banka: **Garanti BBVA**
- En Teknolojik Online Alışveriş Markası: **Trendyol**
- En Teknolojik Online Banka: **Garanti BBVA**
- En Teknolojik Otomotiv Markası: **Renault**
- En Teknolojik Sağlık Kurumu: **Acıbadem**
- En Teknolojik Sigorta Markası: **Allianz**
- En Teknolojik Spor Giyim: **Adidas**
- En Teknolojik Süpermarket: **Migros**
- En Teknolojik Telekomünikasyon Markası: **Türk Telekom**
- En Teknolojik Televizyon Markası: **Samsung**

ARZUM

Sen dokunursun değişir dünya

Evinizin Lezzet Ustası Arzum Maxi Grill Pro

Lahmacundan bazlamaya, ev yemeklerinden
ızgaralara çeşit çeşit lezzetler
Arzum Maxi Grill Pro ile sofralarınızda.

MAXI GRILL PRO



Ülkemizi, yüksek teknolojili dijital beyaz eşya üretiminin merkezi yapmayı hedefliyoruz



“COVID-19 hayatlarımızı etkilemeye devam ederken çalışanlarımızın, müşterilerimizin ve toplumun sağlığını en önemli önceliğimiz belirleyerek değer yaratma odağında çalışmalarımıza devam ediyoruz. Artan hijyen ve gıda saklama ihtiyacı, evlerde geçirdiğimiz sürenin artması, beyaz eşyanın hayatımızdaki önemini daha da artırdı. Biz de Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'ne üye firmalar olarak müşterilerimizin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayabilmek için büyük çaba gösteriyoruz.

Geçtiğimiz günlerde Sanayi ve Teknoloji Bakanımız Sayın Mustafa Varank ve siz değerli



Can Dinçer
TÜRKBESED Başkanı

paydaşlarımızın katılımıyla bir sektör buluşması gerçekleştirmenin gururunu ve mutluluğunu yaşadık. Sektör buluşmasında sunumunu gerçekleştirdiğimiz “Geleceği Bugün Şekillendirmek” başlıklı 150 sayfalık kapsamlı sektör raporumuzun, önemli bir yol haritası ve kaynakça olacağına inanıyoruz.

2020 yılını başarılı sonuçlarla geride bırakarak 2021 yılına güzel bir başlangıç yaptık. Ocak ayında 6 ana beyaz eşya grubunda Türkiye satışlarımız geçen yıl aynı döneme kıyasla adet bazında %59 arttı. İhracatımızdaki artış da devam ediyor. 6 ana ürün grubunda Ocak 2021 ihracat oranımız, 2020 Ocak ayının %17 üzerinde gerçekleşti. Talep artışına paralel olarak üretimimiz de Ocak 2021'de bir önceki yıl aynı döneme göre %38 arttı. Ocak ayında iç satış ve ihracat olmak üzere toplam satışlarımız ise %26 oranında artışla 2.666.960 adet olarak gerçekleşti.

Aşılmanın başlaması ile pandemiye karşı önemli bir adım atılmış oldu. Ancak aşının dünya genelinde yaygınlaşması zaman alacak. Ayrıca virüsteki mutasyon nedeniyle de sıkı önlemlere devam etmemiz gerekiyor. Dolayısıyla iş planlarımızda ve operasyonlarımızda tedbiri elden bırakmamalıyız.

Devletimizin de destek ve teşvikleri ile dünyanın ikinci büyük üretim merkezi olan ülkemizi, yüksek teknolojili dijital beyaz eşya üretiminin merkezi yapmayı hedefliyoruz. Bu hedef doğrultusunda özverili çalışmalarımıza devam edeceğiz.”

TÜRKBESED Başkanı Can Dinçer

TÜRKBESED Beyaz Dünya Ocak 2021

Dört Ana Ürün

(Buzdolabı, Çamaşır Makinesi,
Bulaşık Makinesi, Fırın)

	ÜRETİM	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	2.213.365	1.625.697
Yüzde değişim	% 36	
	İÇ SATIŞ	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	540.561	377.771
Yüzde değişim	% 43	
	İHRACAT	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	1.625.662	1.415.730
Yüzde değişim	% 15	
	İTHALAT	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	6.709	7.141
Yüzde değişim	-% 6	

Altı Ana Ürün

(Buzdolabı, Çamaşır Mak., Bulaşık Mak.,
Fırın, Derin Dondurucu, Kurutucu)

	ÜRETİM	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	2.712.827	1.964.048
Yüzde değişim	% 38	
	İÇ SATIŞ	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	664.935	417.080
Yüzde değişim	% 59	
	İHRACAT	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	2.002.025	1.704.986
Yüzde değişim	% 17	
	İTHALAT	
	Ocak 2021	Ocak 2020
Adet / Yıl	36.349	23.367
Yüzde değişim	% 56	

DELTA

Derin dondurucuda ekonominin yeni adı



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

• DCF 190 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)

• DCF 280 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)

• DCF 387 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!



UĞUR ŞİRKETLER GRUBU



444 75 25



deltasogutma.com.tr





DİDEM TİNARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

Yaşadıklarımızın adı bile konulamadı

Pandemi bana göre son yüzyılın en iyi öğretmeni. İnsanlar bir ihtiyaca cevaben öğrenirler. Öğretilen konulara neden ihtiyaçları olduğunu göremezlerse, onu görmezden gelir, reddeder veya anlamlı bir şekilde özümsemekte başarısız olurlar. Ruhunda ve özünde asıl ihtiyacı ne ise bana göre Pandemi insanlara onu öğretti.

Çocuklara okulun ne kadar güzel bir yer olduğunu, insanlara sosyalleşmenin ne kadar kıymetli olduğunu, ebeveynlere çocuklarına daha çok zaman ayırmanın hazzını, öğretmenlere öğrencilerin gözünün içine bakarak anlatmanın öğretmenliğin temeli olduğunu, dışarda yemek yiyebilmenin konforunu, misafir gibi yaşanılan evleri benimsemeyi, birçok kişiye mesleklerinin ne kadar değerli olduğunu, sağlığın en baştaki zenginlik olduğunu, işletmelere müşterilerin kıymetini ve tüm insanlara rahatça nefes alabilmenin ne büyük bir özgürlük olduğunu ve daha saymadığım birçok şeyi öğretti Covid-19.

Ben dahil birçok kişinin tüm bunlardan daha derin şeyler öğrendiğini gözlemliyorum. Bir kere çok daha fazla dinginleştim. Yavaşladım. Durdum. Her şeyi izledim. Ve döndüm hayatıma baktım. Şekerlemesini iştahla yiyen bir çocuk gibi geçmişte zamanımı nasıl da savrukça tükettiğimi gördüm. Yaşadığımdan daha az bir zamanımın kaldığını hesaplayınca artık tadına vara vara, teker teker, tıpkı şekerleme paketinin içine bakan ve yarısını aştığını gören çocuk misali zamanımı çok daha kıymetli harcamaya karar verdim. Azar azar, tadına vara vara.

Bazı şeyleri hayatımdan çıkarmaya birçok şeyi azaltmaya ve bazı şeyleri de çoğaltmaya, derinleştirmem gerektiğini anladım. Daha fazla elde ederek değil azaltarak, sadeleşerek, daha mutlu olduğumu öğrendim. Bunlardan birkaçını sıralayayım mı?

Mesela; Bilmişliği ile ünlü ama en ufak bir konuda bilgeliği olmayan ve gelişmemiş beyinlere laf anlatmamam gerektiğini öğrendim. Verdiği para karşılığı sahte ürünle kandırıldığında isyan eden ama hayat konforunu, onuruna



takas eden insanlara hayatımda daha az yer ayırmam gerektiğini öğrendim. Ritüeli bol uzun uzun yapılan herkesin birbirine bilgi ve üstünlük tasladığı toplantıları fazla önemsememeyi öğrendim. Sadece almayı bilen ama paylaşmayı hiç beceremeyen insanlara "merhaba" bile demenin cömertlik olduğunu öğrendim. Çok konuşarak nefesimi harcamak yerine daha az kelimelerle meramımı anlatmam gerektiğini anladım.

Anlamsız hırslara bürünmüş, hayatını heba edenlere sadece acımayı öğrendim. Zamanla yarışmak yerine onunla hemhal olmayı öğrendim. Düşünmeyi, sağlıklı düşünmeyi, kalıplardan çıkarak düşünmeyi öğrendim. Dinlemeyi, sadece kendimden olanı değil, karşıt görüşte olanları da sabırla dinlemeyi öğrendim. Başarının mutlu olmayı bilmek olduğunu mutlu olmanın da kendinden razı olmak olduğunu anladım. Aslında bir hiç olduğumuzu ve gözle bile göremediğimiz bir virüsün nasıl da bizi prangaladığını ve acizliğimizin boyutunu çok iyi gördüm.

Sevginin koşulsuz değil bir bütünü tamamlayan parça olduğunu öğrendim. Birinin acısını dindirmenin bazen sadece yaslanması için omuz uzatmak olduğunu öğrendim. Oldum demeyen, onurunu ve gururunu hiçbir şeye satmayan, kendi ile dalga geçebilen insanlara daha çok hayatımda yer ayırmam gerektiğini anladım.

Tabiatın, kâinatın, Yaradan'ın artık hangisine olan inancın eseri olduğuna inanıyorsa insanın ama bu dönemi yaşamının bir anlamı ve

ödevi olacağına kanaat getirenlerle daha fazla bu durumu görmezden gelenlerle daha az birlikte olmam gerektiğini öğrendim. Kendimi ispatlamak ve doğru anlaşılacak gibi bir derdim zaten azdı şimdilerde ise artık hiç kalmadı. Hayatın sert rüzgarında savrulmuş ama sazlık misali kökünden kopmadan hayatta ilkeleri ile ve tertemiz kalbi ile kalabilmiş insanlarla olmak istiyorum.

Daha çok okumaya çok seyahat etmeye zaman ayırmak istiyorum. Şimdiye kadar yaptığım ve harcadığım zamana hayıflanmıyorum. Onların hepsi bir önceki versiyonumun eserleriydi. Çok acayip bir sürecin içinden geçiyoruz.

Bundan yirmi -otuz yıl kadar sonra akademisyenler bu döneme bir isim verecekler. Hatta belki de çağ denilecek. Sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik olarak çok katmanlı bu sürecin mutlaka bir ismi olacaktır ve bizler bu dönemin içinden geçenler olarak anılacağız. Bizden bahsederken o dönemin insanları diyecekler. Çok tuhaf geliyor değil mi kulağa? Ama tam olarak böyle olacak.

Diyeceğim özetle şu ki; ani olan şeylerin çok iyi tarafları da vardır. Çünkü kişiyi ayıltır sonra düşündürür, diriltir ve atağa geçirir. Bu anlamda adı şimdilik Pandemi olan bu dönemin de böyle bir özelliği olduğu görüşündeyim. Siz de ayılanlardan mısınız?

Ve ne dersiniz? Sizce içinden geçtiğimiz bu dönemin adı ne olur?

ÇAY KEYFİNİZİ TAÇLANDIRIN

arnica™

1800
WATT
KAYNATMA
GÜCÜ

1,8
LİTRE
SU HAZNESİ

1
LİTRE
DEMLİK

PASLANMAZ
ÇELİK

SICAK
TUTMA
FONKSİYONU

Arnica **Demli** Çay Makineleri
Rose, Mor, Inox ve Mint renklerinden oluşan
şık ve modern tasarımıyla dikkat çekiyor.



Çay demlemeyi **SANAT** haline getirin...

Demli
Çay Makinesi

3 yıl
garanti



Hoover'den akıllı, yüksek performanslı ve kompakt kablosuz dikey süpürge H-FREE 500

H-FREE 500, tek şarjla 40 dakikaya varan çalışma süresi ve 3 farklı güç seviyesiyle uzun ve etkili temizlik sağlıyor. Ayrıca 1,5 KG ağırlığı ve 69 cm kompakt boyutuyla evinizin her köşesine sığıyor. H-FREE 500'ün dikey kullanımının yanı sıra, kolayca çıkabilen el ünitesi sayesinde mutfak tezgahınızı, mobilyalarınızı veya arabanızın içini zahmetsizce temizleyebilirsiniz. H-Lab lityum batarya teknolojisiyle uzun süreli performans sağlar. 40 dakikaya kadar Automod çalışma süresiyle hayatınızı kolaylaştırır. H-Lab Brushless Kompakt Motor, üstün emiş gücüyle tüm kir ve tozu üstün performansla temizler. Yüksek manevra kabiliyeti sayesinde evinizin her köşesini kolay ve zahmetsizce temizlerken mobilya altları, kapı arkaları, kitaplık / büfe rafları, perdeler ve dar köşeler gibi her noktaya kolayca ulaşırsınız.



Uğur her mutfağa uygun ürünler sunuyor

Uğur dikey derin dondurucular farklı mevsimlere ait besinleri türlerine ya da kullanım önceliğine göre düzenli bir biçimde sınıflandırarak saklama imkanı sunuyor. Uğur dikey derin dondurucuların fazla yer kaplamayan tasarımları, evinizin ya da iş yerinizin dilediğiniz bölümünde kolaylıkla konumlandırabilme fırsatı sağlıyor. Türkiye'nin ilk derin dondurucu üreticisi Uğur Soğutma, birbirinden farklı dikey derin dondurucu modelleriyle tüketicilerinin beğenisini topluyor. Uğur, dar kullanım alanları

için uygun 3 çekmeceli 93 lt modelden, 7 çekmeceli 265 lt modele kadar ihtiyacınıza ve yerinize uygun geniş bir ürün yelpazesi sunuyor. Derin dondurucunun ustası olarak

bilinen Uğur'un dikey derin dondurucuları teknik özellikleri ve tüketicilere sunduğu faydalar ile ön plana çıkıyor.



81

İL VE İLÇELERİNDE

1000

'DEN
FAZLA

MAĞAZA ÇALIŞANI VE

100

'DEN
FAZLA

SAHA YÖNETİCİSİ İLE

SAAT BAŞI

500

'DEN
FAZLA

SATIŞ GERÇEKLEŞTİRİP

AYLIK 15000

'DEN
FAZLA

MAĞAZAYI ZİYARET EDİYORUZ.

15 YILDIR, SİZ BÜYÜDÜKÇE BİZ DE BÜYÜYORUZ.

Bosch i-DOS çamaşır makineleri her yıkamada 10 litre su tasarruf ediyor

Bosch Ev Aletleri, i-DOS çamaşır makineleri ile her yıkamada 10 litre su tasarrufu sağlıyor. i-DOS çamaşır makineleri; akıllı sensörleri ile makinenin içine konulan çamaşırın miktarını, kirlilik seviyesini ve kumaş türünü algılayarak gerekli deterjan, yumuşatıcı ve su miktarını otomatik belirliyor. Böylece manuel dozajlamada gereğinden fazla eklenen

deterjanın arıtılması için kullanılan fazla su tüketiminin önüne geçiyor ve her yıkamada 10 litre su tasarrufu sağlıyor. 'Akışına bırakın' sloganıyla, her yıkama öncesi makineye deterjan ekleme alışkanlığını da değiştiren i-DOS çamaşır makineleri, 1 litreye kadar sıvı deterjan alıyor ve sonraki 20 yıkamaya kadar ilave deterjana ihtiyaç duymuyor.



Düz Saçlara Ulaşmanın Hızlı Yolu: Goldmaster Betty Saç Düzleştirici

Yeni nesil güzellik teknolojileriyle kişisel bakıma konfor katan Goldmaster, geniş plakalara sahip Betty Saç Düzleştirici ile evde saçlarınızı zahmetsizce düzleştirmenizi sağlıyor. 130-210 derece arasında saçınıza uygun sıcaklık ayarını tek tuşla yapabileceğiniz Goldmaster Betty Saç Düzleştirici, 120x25mm genişliğindeki keratin kaplı plakaları sayesinde saçınızı yıpranmaktan korurken, güçlü ve sağlıklı görünen bir parlaklık sağlıyor. Seramik plakalar ile ısıyı eşit olarak dağıtarak saçları koruyan, Turmalin iyon teknolojisi sayesinde elektriklenmeyi önleyen Goldmaster Betty Saç Düzleştirici, Dijital LCD ekranı sayesinde saçınıza uygun sıcaklık seçimini rahatlıkla yapmanıza olanak veriyor. Bir saat sonra

otomatik kapanma özelliği ile "evden çıkmadan fişini çekmiş miydim?" endişesine son veren ürün, 360° dönebilen hareketli ve ısıya dayanıklı kablosu ile kullanım kolaylığı sağlarken seyahat kilidi ile rahatlıkla yanınızda taşımaya imkan da sunuyor.



Samsung'un BESPOKE serisi ile buzdolapları da kişiselleşiyor

4-Kapılı BESPOKE buzdolabı modeli Flex Zone Esnek Bölme gibi ek özellikleri ile tüm soğutma ihtiyaçlarınız için çözümler sunuyor. BESPOKE buzdolapları, dört farklı ve eşsiz renk seçeneği ve bir dizi dinamik tasarım opsiyonuyla satışa sunulacak. Renk seçenekleri arasında beyaz, gri, pembe ve lacivert renkleri bulunuyor.

4-Kapılı BESPOKE buzdolabının soğutucudan dondurucuya geçebilen çok yönlü geliştirilmiş Flex Zone Esnek Bölmesi, tüm ailenin gıda depolama ihtiyaçlarını karşılayabilen esnekliği sağlıyor. Geliştirilmiş Flex Zone; Dondurucu, Hafif Dondurucu, Soğutucu, Hafif Soğutucu gibi ayrı soğutma seviyelerine sahip. Tek dokunuşla, dört adet ön ayarlı sıcaklık ayarını kullanarak bölmeyi kolaylıkla buzdolabından dondurucuya dönüştürebilirsiniz.

Flex Crisper™ özelliği ile et ve balık ürünlerini en iyi soğutma derecesinde saklayabilirsiniz. Buzdolabında yer alan Çift Buz Haznesi de geleneksel buz küplerinin yanı sıra



"buz parçacıkları" üretebilir ve böylelikle buz parçalarıyla içeceklerinizi daha hızlı soğutabilirsiniz.



HONOR Scale 2 ile kontrollü kilo vermek mümkün

HONOR Scale 2 akıllı tartı, vücudunuzla ilgili detaylı ölçümler sunarak, sağlıklı bir yaşam için en büyük yardımcılarınızdan birine dönüşüyor. Telefon uygulaması üzerinden değerlerinizin zaman içerisindeki değişimini takip ederek, yaptığınız egzersiz veya diyetten ne kadar verim aldığınızı görebiliyorsunuz. HONOR Scale 2 gibi akıllı tartıları daha verimli kullanmanın çeşitli yöntemleri bulunuyor. Scale 2, içerisinde vücut kitle endeksi, vücuttaki yağ oranı, kalp ritmi, iskelet-kas kütlesi, yağsız kütle, bazal metabolizma oranı, vücuttaki su, kemik mineral içeriği, iç organ yağ seviyesi, protein seviyesi gibi 14 farklı ölçümle birlikte hedefinizi belirlemenizi de kolaylaştırıyor.



Gaggenau, Vario 400 serisi tezgâh aspiratörünü tanıttı

Gaggenau, 1976'da çığır açıcı bir inovasyona öncülük ederek ilk tezgâh aspiratörünü geliştirdi. O yıllardan beri tasarımını, keyifli bir yaşam alanına dönüşen mutfaklarda modern yemek kültürünü yansıtacak şekilde mükemmelleştirdi. Vario 400 serisi tezgâh aspiratörü aynı serideki tüm Vario ocaklarla sonsuz çeşitlilik ve kombinasyonda pişirme alanları sunarak ideal mutfak senaryolarının oluşturulabilmesini sağlıyor.

Vario tezgâh aspiratörü, pişirme esnasında uygulayacağı güç ayarlarını otomatik düzenlemesine imkân tanıyan sezgisel işlevle kullanılabilir. Akıllı ve hassas hava kalite sensörü kokuları algılıyor, buhara tepki veriyor



ve gerekli olan güç seviyesini kullanarak bu etmenleri sessizce ortamdan uzaklaştırıyor. Mümkün olduğunca sessiz çalışan otomatik fonksiyon, hava kalitesini takip etme

zorunluluğundan kaynaklanan dikkat dağınıklığını zahmetsizce ortadan kaldırıyor. Böylece mutfak tutkunu, olağanüstü yemekler hazırlamaya konsantre olabiliyor.

Goldmaster Dietist Buharlı Pişirici mutfakların yeni trendi olacak

İhtiyaçları ve talepleri göz önünde bulundurarak yenilikçi ürünler geliştiren Goldmaster, Dietist Buharlı Pişirici ile yeni bir deneyim sunuyor, sağlıklı lezzetleri aynı anda ve pratik şekilde hazırlamaya imkan veriyor. Üç hazneli geniş kapasitesiyle üç farklı lezzeti aynı anda ve kolayca hazırlayabileceğiniz Goldmaster Dietist Buharlı Pişirici, kokuların birbirine karışmasına izin vermiyor ve gıdaların besin değerini koruyor. 8.4 litre kapasiteye, 800 W performansa sahip ürün, su seviye göstergesi ve 60 dakika zamanlayıcısı ile mutfaktaki yeni yardımcınız oluyor. Kolayca su ekleyebileceğiniz Goldmaster Dietist Buharlı Pişirici, özel tasarımı sayesinde fazla yer de kaplamıyor.



Homend Stand Mikser ile mutfakta keyifli anların tadını çıkarın

Homend Profashion Prof 3003H Stand Mikser ile istediğiniz karışımları hazırlamak artık çok kolay. Üç farklı karıştırma aparatı olan; yoğun hamurlar için yoğurma kancasını, orta yoğunluklu hamurlar için karıştırma ucunu ve sıvı karışımlar için çırpma ucunu kullanabileceğiniz mikseriniz sayesinde en kıdemli şeflere bile taş çıkartacaksınız. 6 lt'lik karıştırma haznesine 2 kg'a kadar malzeme alabilen Homend Stand Mikser, hamuru hiç zorlanmadan üstelik tam da istediğiniz gibi karıştırıyor. 8 kademeli hız ayarına sahip olan mikseriniz, 1300 Watt'lık motor gücü ile de göz dolduruyor. Kolayca kavranabilen yapısıyla elinizden kaymayan ve rahat bir kullanım sunan Homend Stand Mikser ile hayallerinizin ötesinde bir konfora sahip olacaksınız. Mikserinizin göz alıcı şık gövdesi ise alüminyum döküm kaplamadan yapıldı.

Goldmaster

Özel Anlarınızın Parçası...

Eda Çeyiz Seti

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



goldmaster.com.tr

Tek mekanda geçen en iyi filmler



www.sinemaDem.com



1

12 KIZGIN ADAM

1957 - ABD

Reginald Rose'un tiyatro oyunundan uyarlanan film o kadar etkili ve güzel yazılmış ki, sonunu bilmenize rağmen bu mükemmelen mahkeme dramını her seferinde ilgiyle izleyebiliyorsunuz. Rose'un senaryosundan Sidney Lumet ustanın daha ilk filmindeki yönetimi de mükemmelen.

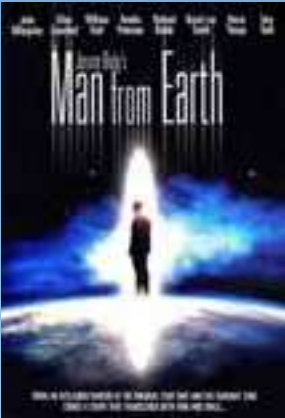


2

ROPE

1948 - ABD

Alfred Hitchcock'un tek bir odada geçen ve cinayeti ve de katilleri daha ilk sahneden gördüğümüz belki de hakkı en az teslim edilmiş filmi. Bana göre, ustanın en iyi filmidir. Alt ve üst metinleriyle çok başarılı bir senaryonun usta bir yönetimle birleşmesinden doğan bir klasik.

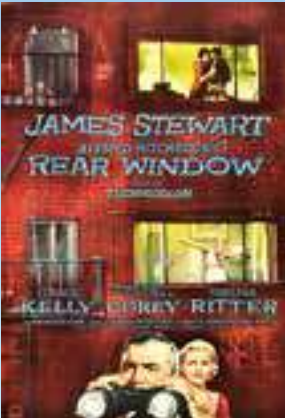


3

THE MAN FROM EARTH

2007 - ABD

Son derece zgn ve sürükleyici bir hikaye. Bir anlamda bir odada insanlık tarihinin zeti gibi. Bilimkurgu kategorisine girse de, daha çok bir dram. Her halükarda gözlerden biraz uzak kalmış, çok başarılı bir film. Bu kadar başarılı olmasa da yakız zamanda bir devam filmi de çekildi.



4

REAR WINDOW

1954 - ABD

Hitchcock ustanın başyapıtlarından. James Stewart'in tekerlekli sandalyeden kalkmadan oyunculuk dersi verdiği mizah sosu unutulmamış ama yarattığı gerilimi de tıpkı kahramanımız gibi oturduğunuz koltuktan bile hissedeeğiniz bir film. Geleceğin Monaco Prensesi Grace Kelly de 25 yaşının tüm güzelliği ile iyi bir oyun vermiş.

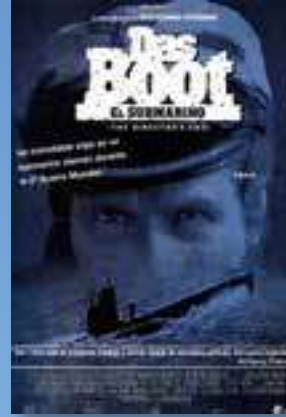


5

THE MIST

2007 - ABD

Stephen King'in aynı adlı uzun öyküsünden uyarlanan film, Stephen King - Frank Darabont ortaklığının çok verimli bir ürünü. Hem korkutucu, hem çeşitli seviyelerde düşündürücü olan film; çok çarpıcı finali ile de uzun zaman zihninizde yer ediyor.



6

DAS BOOT

1981 - ALMANYA

II. Dünya Savaşı'nda Almanların savaşı kaybetmeye başladıklarının belli olduğu yıllarda bir Alman denizaltısında geçen klostrofik bir anti savaş filmi. Savaşın nasıl bir saçmalık ve yıkım olduğunu en iyi anlatan filmlerden. İzleyiciye yaşattığı gerilim de değme gerilim filmine taş çıkartır cinsten.



7

BREAKFAST CLUB

1985 - ABD

80'ler deyince akla gelen en kaliteli gençlik filmlerinden. Alttan alta dönem mizahı ile örülü harika bir gençlik dramı. 80'ler ergenleri kadar tüm nesil farklılıklarına rağmen günümüz ergenlerini de etkileyebilecek güçte bir modern zaman klasiği. Buruk bir sinematik gülümseme.



8

REC

2007 - İSPANYA

Listemin tek korku filmi. Tek bir binada geçen filmin dört tane devam filmi, iki de ABD yeniden yapımı çevrildi ama hala en iyisi bu. Dur duraksız aksiyonu olan filmin çok çarpıcı bir finali var. Avrupa'dan çıkmış en iyi korku filmlerinden.

TSE
İŞLEMLERİ



YAYGIN
SERVİS AĞI



EĞİTİM



SERVİS
DENETİMİ



YEDEK PARÇA
YÖNETİMİ



SERVİS
YÖNETİMİ



SERVİS HAKEDİŞ
YÖNETİMİ



TEKNİK DESTEK



ÇAĞRI
MERKEZİ



ONLINE
VERİ YÖNETİMİ



RAPORLAMA



SİRTİNİZİ YASLAYIN İŞİNİZE ODAKLANIN!

Dayanıklı tüketim sektörünün 12 farklı firma ve 15 markasına ankastre ürünler, beyaz eşya, küçük ev aletleri ve elektronik eşyalar konusunda profesyonel satış sonrası hizmetleri veriyoruz.

2006'dan beri titizlikle oluşturduğumuz ve sürekli eğitimlerle geliştirdiğimiz tecrübeli kadromuz ve güçlü altyapımız, hak ediş yönetimi, teknik destek, çağrı merkezi, yedek parça yönetimi konularında vereceği destekle satış sonrası maliyetlerinizi düşürecek, aynı zamanda 1200 servis noktasıyla; Türkiye'nin en yaygın servis ağına sahip olacaksınız.

Siz asıl işinize odaklanın, satış sonrası hizmetlerinizi bize bırakın.



HTS Technical Solutions
Meclis Mah. Semih Sancar Caddesi No: 11 Sancaktepe - İstanbul
Tel: +90 216 527 82 83 Fax: +90 216 527 82 84
info@h-t-s.com.tr
www.h-t-s.com.tr

SILVERSTONE
SERIES

Göz kamaştırıcı
sadelik...

Güçlü, zarif ve hamarat...
Silver Stone ile elinizin altındaki gücü
harekete geçirin, şık bir dokunuşla
mutfağınızın havası değişsin...

