

Söyleşi
Garanti süresi,
kalite göstergesi...

Selim Gizer Seren DTM Yönetim Kurulu Üyesi

6

Söyleşi

“Evleri, Yuvaya Dönüştürüyoruz” stratejisi ile hareket ediyoruz

Fatih Gönc Philips Ev Aletleri Türkiye Ülke Müdürü

10

Sektör Haberi
LG Brandshop mağazaları
10 yeni şube ile büyüyor

28

277



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Temmuz 2022 / Yıl: 24 / ISSN 1302 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Şenocak

Dikey Derin Dondurucular ile Tazelik Yenilendi

www.senocakonline.com

%100 yerli üretim, yüksek kalite, akıllı elektronik kontrol paneli ile Şenocak Çekmeceli Derin Dondurucular evinizin vazgeçilmezi olacak.



ŞENOCAK

Hesaplı Tazelik



metalline®

Electromechanic Systems

Slim-Line

GÖMME PRİZ SİSTEMİ



Online Katalog için QR kodu okutunuz.

Ürünü

www.teknolojimagazasi.com'dan
online satın alabilirsiniz!

8 Farklı Renk Seçeneği, 2 Farklı Model

Slim-Line USB Şarj Sistemi; modüler çiftli USB-A soketli şarj sistemi, kolay kullanımı, kolay montajı, hızlı şarj özelliği ve oldukça şık tasarımı ile her alanda ihtiyaçlarınızı karşılar. Sert zeminlerde olduğu gibi yumuşak yüzeylerde de kolaylıkla kullanabilirsiniz. Keskin köşeli ve oval köşeli olmak üzere 2 farklı model ve 8 farklı renk seçeneği ile sizlerin beğenisine sunuyoruz.

- 2 Yıl Garantili
- Güvenli Alışveriş
- Özel Üretim



+90 (216) 481 33 33



info@metalline.com.tr



metallinecomtr



www.metalline.com.tr

Lyrics of Beauty Series



KOLAY ŞEKİL ALIR, GÜÇLÜ KALIR!

Gözler, saçlarınızda! **Fakir Lyric Serisi**, saçlarınızda keratin etkisi yaratır, güçlü ve kalıcı bir tarz sunar. Sürekli mükemmellik için Lyric Serisi'nden dilediğiniz modeli seçin ve hayatınıza yeniden şekil verin.



POEM



VOICE



Chef Rafet İnce'nin
MagicFry Air Fryer ile
Hazırladığı Sağlıklı ve
Pratik Tarifleri
Youtube kanalımızda!

KingEvAletleri



Chef Rafet İnce

Magic Fry ile Sihirli Mutfak

**4 YIL
GARANTİ**

www.king.com.tr / KingEvAletleri

İçindekiler

6 Söyleşi

Garanti süresi, kalite göstergesi...

Selim Gizer

Seren DTM Yönetim Kurulu Üyesi

8 Kahve Kokusu

ICO, bir dönüm noktası olan Uluslararası Kahve Anlaşması'nı açıkladı

Coffee Manifesto, çekirdeğe özel etiketle 1 ay zaman kazandı

10 Söyleşi

"Evleri, Yuvaya Dönüştürüyoruz" stratejisi ile hareket ediyoruz

Fatih Gönc

Philips Ev Aletleri Türkiye Ülke Müdürü

14 Sektör

"Görme engelsiz marka olarak tüketicilerin hayatlarına dokunuyoruz"

Ege Pekınran

Groupe SEB Pazarlama Direktörü

16 Sektör Haberi

26 Söyleşi

"İnsanların hayatını iyileştiren, anlamlı inovasyonlara yatırım yapmaya devam ediyoruz"

Sibel Yıldız

Philips Kişisel Sağlık Türkiye Ülke Müdürü

28 Sektör

LG Brandshop mağazaları 10 yeni şube ile büyüyor

30 Sektör Haberi

36 Bayi

Beyaz eşya mağazacılığında Türkiye'de bir ilk

38 Tüketici Rehberi

Evden çalışırken hangi beyaz eşyalar & küçük ev aletleri işinize yarar?

40 Dernek

"TÜRKBEŞD: "Tüm olumsuzluklara güçlü bir şekilde göğüs gerdiğimizi görüyoruz"

42 Fuar

Büyük Beklentiler: Küresel perakendeciler IFA 2022'ye hazırlanıyor

44 Ürünler

48 SineMadem

En iyi vampir filmleri

Milli hedef belli olmuştur. Ona ulaşacak yolları bulmak zor değildir. Denebilir ki, hiçbir şeye muhtaç değiliz. Yalnız bir tek şeye çok ihtiyacımız vardır:

ÇALIŞKAN OLMAK!

K. Atatürk



ON'dan iyisi Yok

Şenocak

Çekmeceli Derin Dondurucularda

Tam 10 Yıl* Garanti

6200 Inox Serisi



7300 Serisi



*VF 6210, 6211 IX, 7310 ve 7311 IX modellerinde geçerlidir.

ŞENOCAK

Hesaplı Tazelik



Gücü Elinizde Tutun!



İş ortaklarımız faaliyet konularına odaklanırken, HTS, uzman kadrosu ve ileri teknoloji altyapısı ile, onlara ve müşterilerine 15 yıldır en iyi servis hizmeti vermeye devam ediyor.

HTS, klima, elektronik, beyaz eşya, ankastre ürünler ve küçük ev aletleri konularında Türkiye'nin en iyi hizmet veren 1200 servis noktası ile müşteri memnuniyeti ve sadakati için çalışıyor. Siz de bu güce katılın...



HTS Teknik Hizmetler San. Tic. A.Ş
Meclis Mah. Semih Sancar Caddesi no:11/A Sancaktepe/ İST./TÜRKİYE
Telefon : (0216) 527 82 83
www.htsteknik.com

SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsöylemez@dagitimkanali.net

Yazın bu sıcak günlerinde yine dopdolu bir dergi ile karşınızdayız...

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün tek dergisi olan Dağıtım Kanalı dergisi olarak 277. sayımızla karşınızdayız. Yazın sıcak ve güneşli günlerinin devam ettiği bugünlerde yine dolu bir içerik ve güncel haberler hazırladık.

Philips Ev Aletleri Türkiye Ülke Müdürü Fatih Gönç, Philips Ev Aletleri'nin insanların iyi yaşamasını ve hayattan daha çok keyif almasını istediğini ve bunu gerçekleştirmek için de ilham veren teknolojiler sunduğunu açıkladı: "Hayata geçirdiğimiz her inovasyonda, her lansmanda ve tüm iletişim faaliyetlerimizin odağında tüketicilerimizi işimizin merkezinde konumlandırmamız yer alıyor. Bu kapsamda tüketicinin nabzını tutacak araştırmalar yapıyoruz, iç görülerini yakından takip ediyoruz." diyen Gönç'le bir röportaj yaptık ve şirketin güncel çalışmalarını dinledik.

Philips, tüm dünyada kişisel sağlık alanındaki yatırımlarına son hızla devam ediyor. Sağlık döngüsünün her alanında tüketicilere yeni ve inovatif ürünler sunan firma, Türkiye'de de kadın bakım, erkek bakım, anne-çocuk ve diş sağlığı kategorilerindeki büyümesini hızla sürdürüyor. Biz de güncel gelişmeleri Philips Kişisel Sağlık Türkiye Ülke Müdürü Sibel Yıldız'dan dinledik. Röportajımızı ilerleyen sayfalarımızda bulabilirsiniz.

Teknoloji alanında yaptığı çalışmalarla sektöre yön veren ve öncü kurumlardan biri olmayı başaran Tefal, son yaptığı proje ile görme engellilerin ürünlerini daha rahat kullanabilmeleri için yeni bir projeye dahil oldu. Blindlook adı verilen proje çerçevesinde görme engelliler hiç kimsenin desteğine ihtiyaç duymadan ürünleri özgürce kullanabilecekler. Projeye ilgili detayları Groupe SEB Pazarlama Direktörü Ege Pekınran ile görüştük. Projenin detaylarını ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Türkiye beyaz eşya sektörüne yön veren bayilik teşkilatı, müşterilere daha iyi hizmet sunabilmek için hemen her gün yeni ve inovatif fikirler geliştirmeye devam ediyor. Orijinal ve inovatif çözümler ile tüketicilere "hizmette sınır yok" mesajı veren son uygulama haberlerinden bir tanesi Konya'dan geldi. Başak İnovasyon Mağazacılık LTD. ŞTİ. Türkiye'de ilk defa bir mağazada araç şarj istasyonunu hizmete sundu. Tüketiciler tarafından ilgiyle karşılanan projeye ilgili ilginç haberimizi Bayi bölümümüzde okuyabilirsiniz.

Türkiye beyaz eşya sektörünün en büyük markalarından biri olan LG'de satış kanalı özelinde büyümesini devam ettiriyor. Pandemi dönemiyle birlikte, 2019 yılı başında mağazalaşma çalışmalarını hızlandıran marka, Türkiye genelindeki mağaza sayısını artırmaya devam ediyor. LG, son olarak Vadi İstanbul içerisinde açtığı mağaza ile satış kanalı sayısını artırmaya devam etti. Aynı hafta içerisinde 8'i İstanbul'da olmak üzere Türkiye genelinde 10 yeni LG Brandshop hizmete girdi. Biz de Dağıtım Kanalı dergisi olarak Vadi İstanbul'daki açılışa katıldık ve LG Ev Eğlencesi Elektronik ve Beyaz Eşya Ürün Grubu Satış Başkanı Bülent Bülbül ve Zincir Mağazalar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı ve LG Brandshop Simport Yatırımcısı Serhan Tınastepe ile röportajlar yaptık.

Keyifli okumalar...

DELTA



BÜTÇENİZİ KORUYAN TEKNOLOJİ



444 75 25



deltasogutma.com.tr



/deltasogutma



Garanti süresi, kalite göstergesi...

Ekonomik şartların zorlaşmaya başladığı bugünlerde, kullanıcılar tercihlerinde ürünün kalitesinin yanı sıra garanti süresini de ön planda tutuyorlar. Biz de, Türkiye’de beyaz eşya sektöründe çekmeceli derin dondurucular için ilk kez 10 yıl garanti uygulamasını başlatan Şenocak firması ile bir söyleşi yaptık.



Selim Gizer Seren DTM Yönetim Kurulu Üyesi

1915 yılından bu yana soğutma sektörünün en önemli markalarından olan Şenocak; ürün kalitesi, düşük enerji sarfıyatı ve uygun fiyatlarının yanı sıra, ürüne duyulan güven doğrultusunda sunulan uzun garanti süreleriyle de, derin dondurucu kullanıcılarının hep ilk tercihlerinden biri olmuştur. Ülkemizde blok kapaklı derin dondurucularda en beğenilen markalardan biri olan Şenocak, Manisa fabrikasında üretimini gerçekleştirdiği yeni çekmeceli derin dondurucuları ile bu yıl da oldukça iddialı.

Şenocak, bu yıl piyasaya çıkardığı ev tipi 6 ve 7 çekmeceli dikey derin dondurucu modelleri için “ON’dan İyisi Yok” sloganı ile duyurduğu 10 yıl garanti güvencesiyle, Türkiye’de yine bir ilki gerçekleştirdi.

Mart ayında piyasaya sürdüğü, ev tipi, 6 ve 7 çekmeceli dikey derin dondurucu modellerindeki 10 yıl garanti güvencesi Türkiye’de bir ilk olurken, Şenocak, ürün kalitesinden ödün vermeden, tüketicinin derin dondurucudan beklentilerini karşılayarak, düşük enerji sınıfı, gövde kalınlığı ile yüksek izolasyon sağlayan, akıllı kontrol paneliyle kolay kullanım özelliği olan şık ve estetik tasarımlı modelleriyle dört mevsim tazeliğini garanti ediyor.

Ürünlerin tanıtımının yapıldığı toplantı sonrasındaki bayilerdeki ortak düşünce, ürünlerdeki 10 yıllık garanti süresinin memnuniyet verici ve avantaj olduğu konusundaydı. O günden bugüne kadar geçen süre içerisinde, 10 yıl garanti, tüketici tercihlerini etkiliyor mu? Ne kadar etkiledi?

gibi sorularımızın cevabını, Şenocak markası ana distribütörü, Seren DTM Yönetim Kurulu Üyesi Selim Gizer cevapladı.

Garanti süresi tüketicilerin tercihleri için önemli mi?

Evet, tabii ki çok önemli. Özellikle dikkat edilen bir husus garanti süresi. Tüketicilerin en büyük şikayetlerinden biridir; “garanti süresi doldu, hemen ardından ürün bozuldu, bu kadar tamir parası çıktı” diye tepkilerini dile getirirler. Bu tecrübeleri hepimiz bir şekilde ya yaşamış veya eş dosttan duymuşuzdur. Ne yazık ki git gide artan piyasa rekabeti firmaların asıl odağını maliyet ve satış fiyatı haline getirdi. Ürünlerin bir şekilde ucuzlatılması ancak kaliteden ödün verilerek mümkün olabiliyor.



Bazı firmalar maalesef bu yolu seçiyor ve sonuç ne yazık ki bu tercihte bulunan tüketicilerin toplam maliyetlerini artırıyor.

Peki sizler için?

Biz ve bayilerimiz için de durum aynı. Hepimizin ortak arzusu müşterilerimizin problem yaşamayacağı ve bu sebeple de karşı karşıya kalmayacağımız sorunsuz ürünleri gönül rahatlığı ile satabilmek. Belirttiğim gibi rekabet bu kadar artmış ve zor şartlarda mücadele verilen bir piyasada isteyeceğimiz en son şey müşteri kaybıdır. Biz de, bayilerimiz de her zaman kaliteden yanayız. Kalitenin sonucu da müşteri memnuniyetidir.

Şenocak'ın Garanti uygulamasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Şenocak, gerek ticari modellerde gerekse ev tipi derin dondurucularda yıllardır ürünlerini büyük rahatlıkla sattığımız bir marka. Firmanın en öncelikli hedefi koşulsuz müşteri memnuniyeti. Ve

“

Şenocak, ürettiği ticari tip ve ev tipi modellerinde, enerji tasarrufunun yanında hesaplı tazelik garantisini de ön planda tutarken, ürünler tüketicinin vazgeçilmezleri arasındaki yerini çoktan aldı.

”

bu durum kesinlikle sözde kalan bir slogan değil; 107 yıllık bir firma, yıllardır büyük özen ve özveri ile, hakkıyla edindikleri çok güçlü ve güvenilir bir imajları var piyasada, bunu korumak için hiç bir taviz vermeden her türlü çabayı göstermekteler.

Şenocak'ın tüm ürünleri her zaman en üst seviyededir, beyaz eşya piyasasında bunu herkes bilir ve değerlendirmesinde göz önünde bulundurur. Blok kapaklı ev tipi derin dondurucularda 5 yıl garanti uygulamasını da ilk onlar çıkardılar. Bu garanti uygulaması artık neredeyse sektörün standardı haline geldi. Tüketiciler için çok önemli bir kazanım ve avantaj sağlamıştır Şenocak.

Çekmeceli üretimine başladıklarında da ortaya çok iyi bir ürün çıkacağından hiç şüphemiz yoktu. Gerçekten de ürettikleri 6 ve 7 çekmeceli modellerin performansları, sağladıkları enerji tasarrufu, sahip olduğu ilave üstün özellikleri ve kaliteleri ile standartların çok üzerinde modeller oldu. Firma da ortaya çıkan bu seviyedeki ürünlerine Türkiye'de ilk defa olarak tam 10 yıl tam garanti kapsamında piyasaya sundu.

Farklı markalarda 2-3 yıllık ek garantilerin dahi bin TL civarında ilave bedelle satıldığını düşünürsek Şenocak'ın 6 ve 7 çekmeceli modellerindeki 10 yıl garanti süresi kullanıcılar için çok büyük avantajdır.



ICO, bir dönüm noktası olan Uluslararası Kahve Anlaşması'nı açıkladı

Uluslararası Kahve Örgütü (ICO), yeni bir iş birliği ile dönüm noktası niteliğindeki Uluslararası Kahve Anlaşması 2022'yi imzaladığını duyurdu.

Anlaşma, 60 yıldır ilk kez dünyanın en büyük kahve perakendecileri, kavurucuları ve üreticilerini kahve çiftçileri ile birlikte masaya oturtuyor. İleride, özel sektör ve sivil toplum, 75 kahve üreten ve ithal eden ülke, ICO üye hükümetleri ile küresel kahve işlerinin sürdürülebilir geleceğine ilişkin önemli tartışmalara ve kararlara bağlı üyeler olarak katılacak.

Anlaşmanın amacı, dünya çapında çiftçilerden baristalara milyonlarca insana geçim kaynağı sağlayan, yılda 300 milyar ABD dolarının üzerinde bir endüstride koşulları iyileştirmenin yeni yollarını bulmaktır. ICO, bunun kahve yetiştiricileri olarak 50 ülkedeki üreticilere fayda sağlayacağını ve derneklerinin endişelerini doğrudan perakendecilere ve üreticilere iletebileceklerini söylüyor.

Yeni Anlaşma ayrıca ICO Sekreterliğine, üyelere kahve sektörü geliştirme projelerini



bir araya getirmede ve diğer hafifletme stratejileri arasında haşere ve hastalık kontrolü, iklim değişikliğine uyum gibi

alanlarda kaynakları harekete geçirmede yardımcı olmak için açık ve kesin bir yetki veriyor.

Coffee Manifesto, çekirdeğe özel etiketle 1 ay zaman kazandı

Üçüncü nesil kahve dünyasının öncülerinden Coffee Manifesto, Epson'un etiket yazıcılarıyla özel günler ve farklı çekirdekler için kendi etiketlerini üretmeye başladı. Yetiştirdiği bölgeden çekirdek türüne, kavrulma derecesinden tat detaylarına kadar tüm bilgileri özel olarak basabilen Coffee Manifesto, bu sayede 1 ay zaman tasarrufu yaptı...

Kahve sektöründe 10 yılı aşkın tecrübeye sahip Coffee Manifesto, üçüncü nesil kahve dünyasını geliştirmeye, kahve kültürünü tüm bilgi ve deneyimiyle tüketicisine kazandırmaya devam ediyor. Kahve tüketicisiyle kahve deneyimini daha da zenginleştirmek, sosyal bağları güçlendirmek adına müşterisine özel projeleri de sektöre kazandırıyor. Coffee Manifesto, kafeler ve web sitesinden kahve satın almak isteyen müşterileri için bünyesine kattığı Epson renkli etiket yazıcısı ile özel etiket uygulamasını başlattı. Coffee Manifesto müşterileri artık yılbaşı, sevgililer günü, anneler günü, babalar günü gibi özel günlerde sevdiklerine özel etiketlerle basılmış keyifli kahveler hediye edebiliyor.



Tefal

XFORCE FLEX-15.60

TEFAL'İN ÇEKİŞ GÜCÜ KATLANDI!



**OTOMATİK
GÜÇ AYARI**



**FLEX
TEKNOLOJİSİ**



**ŞARJ
İSTASYONU**

“Evleri, Yuvaya Dönüştürüyoruz” stratejisi ile hareket ediyoruz

Philips Ev Aletleri olarak, insanların iyi yaşamasını ve hayattan daha çok keyif almasını istiyoruz ve bunu gerçekleştirmek için de ilham veren teknolojiler sunuyoruz. Hayata geçirdiğimiz her inovasyonda, her lansmanda ve tüm iletişim faaliyetlerimizin odağında tüketicilerimizi işimizin merkezinde konumlandırmamız yer alıyor. Bu kapsamda tüketicinin nabzını tutacak araştırmalar yapıyoruz, iç görüşlerini yakından takip ediyoruz.

Philips Ev Aletleri, alanında dünyanın ve Türkiye’nin en büyük markalarından biri olarak tüketicilere yeni ve inovatif ürünler sunan bir şirket. Şirketin yakın zamandaki faaliyetleri ve çalışmalarından genel olarak bahseder misiniz?

Küreselde 130, Türkiye’de ise 90 yıllık aşkın süredir zengin mirasımızla tüketicilerin hayatlarını iyileştirecek anlamlı inovasyonlar sunuyoruz. Dünyanın en önde gelen küçük ev aletleri şirketlerinden biri olarak, 100 pazarda faaliyet gösteriyoruz. 5 üretim tesisimiz, 10 Ar&Ge merkezimiz bulunuyor ve 7.000 kişiye istihdam sağlıyoruz.

2021 yılında “Evleri, Yuvaya Dönüştürüyoruz” olarak yeniden şekillendirdiğimiz stratejimizle anlamlı inovasyonlar sunarak insanların hayatlarını kolaylaştırmayı, her gün daha sağlıklı ve daha mutlu hissetmelerine yardımcı olmayı hedefliyoruz. Philips Ev Aletleri olarak, insanların iyi yaşamasını ve hayattan daha çok keyif almasını istiyoruz ve bunu gerçekleştirmek için de ilham veren teknolojiler sunuyoruz. Hayata geçirdiğimiz her inovasyonda, her lansmanda ve tüm iletişim faaliyetlerimizin

odağında tüketicilerimizi işimizin merkezinde konumlandırmamız yer alıyor. Bu kapsamda tüketicinin nabzını tutacak araştırmalar yapıyoruz, iç görülerini yakından takip ediyoruz.

Philips Ev Aletleri Türkiye olarak, 2021 yılında Orta Doğu, Türkiye ve Afrika (META) Bölgesi adı altında 16 pazardan sorumlu bir merkez haline geldik. Philips Ev Aletleri Türkiye olarak aynı zamanda, Great Place to Work tarafından her yıl uluslararası düzeyde gerçekleştirilen, işverenlerin çalışanlarına sunduğu koşulları değerlendiren bağımsız araştırma sonucu, 2022 yılında Türkiye'nin En İyi İşverenleri arasında yer almaya hak kazandık.

Tüm dünyada faaliyet gösteren bir şirket olarak Türkiye'de en fazla ilgili gören ürün ya da ürün gruplarınız hangileridir?

Dünyanın önde gelen küçük ev aletleri markası Philips olarak, Türkiye'deki yolculuğumuz 1930'lu yıllarda başladı. Türkiye'de faaliyetlerimize başladığımız ilk günden itibaren tüketicilerimize ilham veren ve günlük yaşamlarında fark yaratan teknolojilerle hayatlarını kolaylaştırmak en büyük önceliğimiz. Sektöre yön veren teknolojileri geliştirmek ve ürünlerimizi tasarlamak için sürekli Ar&Ge yatırımı yapıyoruz. Dünyanın dört bir yanındaki Ar&Ge tesislerimizde çalışan küresel ekiplerimiz, yapay zekadan akıllı algılama teknolojilerine, lityum pillerden yüksek hızlı elektrik motorlarına kadar en yenilikçi ve üstün teknolojileri geliştirmeye odaklanıyor.

Türkiye'de ise mutfakta, tüketicilerimizin lezzetli, sağlıklı ve pratik yiyecekler yapmalarına imkan veren ürünler sunuyoruz. Evlerimizdeki havayı temizleyerek, tüketicilerimizin aileleri ile daha sağlıklı ve keyifli vakit geçirebileceği ortamlar yaratıyoruz. Zahmetsiz ve hızlı ütüleme çözümüne sahip ürünlerimiz ile tüketicilerimizin her gün kendilerini kıyafetleri ile özgürce ifade edebilmelerine imkân tanırken, yüksek performanslı süpürgelerimizle zemin temizliğini dert etmeden aile ve dostlarıyla birlikte olmanın keyfini çıkartmalarını önemsiyoruz. Bütün

bunlara ek olarak evdeki keyif anlarına keyif katmak amacı ile filtre kahve ve otomatik espresso makinelerimizi tüketicilerimizin hizmetine sunuyoruz.

Faaliyet gösterdiğimiz kategoriler arasında en güçlü olduklarımız; mutfak, ütü ve süpürge kategorilerimiz. Dünyada bir ilke imza atan Airfryer XXL'taki Smart Sensing teknolojimiz, mükemmel yemekler için süreyi ve sıcaklığı otomatik olarak ayarlama imkanı ile mutfakta yepyeni bir deneyim sunuyor. Tüketicilerimizin en büyük endişesine cevap veren ve sektörümüzde çığır açan OptimalTEMP teknolojimiz sayesinde ütülenebilen tüm kumaşlarda sıfır yanma riski garanti ediyoruz. Entegre bir kamera ve yapay zeka kullanarak kumaş algılama özelliğine sahip Active Sense teknolojimiz ise; mükemmel sonuçlar sunan zahmetsiz bir ütü deneyimi sunuyor. Süpürge kategorimizdeki PowerCyclone 10 teknolojimiz ise; yüksek performansı sayesinde Türkiye'deki en yüksek emiş gücüne sahip.

Türk tüketicisinin son yıllarda, özellikle pandemi ile satın alma eğilimlerinde büyük değişimler yaşıyor. Siz bu süreci nasıl yaşadınız ve müşterileriniz özelinde ne tür değişimler yaşadınız?

İnsanlar her gün daha sağlıklı, konforlu ve iyi yaşayabilecekleri yeni çözümler arıyorlar. Pandemi ile sağlıklı yaşam konusunda artan bilinçlenmenin bu arayışı fazlasıyla arttırdığını söyleyebilirim. Evlerimizdeki inovatif çözümlerin önemi çok daha iyi anlaşıldı.

2022 küresel tüketici tercihleri araştırmalarına baktığımızda; tüketicilerin genel olarak dijital ve "ev merkezli" bir hayat tarzına geçiş yaptığını söyleyebiliriz. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlar kapsamında, tüketicilerin %74'ü günlük yaşamlarında işlerini kolaylaştırmak için teknolojiyi kullanıyor. %53'ü tam veya kısmi olarak evden çalışıyor.

PHILIPS

Domestic Appliances

Tüketici davranışlarının ve alışkanlıklarının çok hızlı değiştiği pandemi döneminde, küçük ev aletleri sektörü de hızlı bir şekilde ivme kazandı. Sektörümüze küresel ölçekte baktığımızda; 2021 yılında %7 büyümeye görüyoruz. Türkiye'de ise 2021'deki sektörel büyümeye 2020'ye göre %26.

Pandemi ile birlikte insanların alışkanlıkları nasıl değişti?

Pandemi ile, tüm dünya ve tabii ki tüketici eğilimleri de hızlı bir değişim sürecine girdi. Tüketici davranışlarının çok hızlı değiştiğini, beklentilerinin yeniden evrildiğini, satın alma alışkanlıklarının dijitalle yöneldiğini ve online satın alımların da büyük bir ivme kazandığını gözlemliyoruz.

Pandemi sonrası da dünyayı değerlendirirken, tüketici davranışlarının dinamik olmaya devam edeceğinden şüphe yok. Bu noktada, tüketiciyi anlamak ve tüketicilerle güçlü bir bağ kurabilmek oldukça önemli.

Tüketici alışkanlıklarında en önemli değişim dijitalleşme alanında oldu. Dijital dönüşümün tüm dünyada hızlanması ve günümüzün giderek artan veri odaklı yaklaşımı; geleceğimizin daha bağlantılı ve çevik olmasını sağlayacak. Bu noktada, yeni nesil dijital teknolojileri anlamak, benimsemek ve işimizde uygulamak önemli bir rekabet avantajı yaratacak. Özellikle pazar ve tüketici trendlerine de baktığımız zaman görüyoruz ki; tüketici alışkanlıkları uçtan uca online deneyime doğru evriliyor.

E-ticaret rakamlarına baktığımızda görüyoruz

ki; 2021 yılında 4,9 trilyon dolara ulaşan küresel e-ticaret hacminin, 2022'de 5 trilyon doları geçeceği ve 2025 yılına kadar 7 trilyon doları geride bırakması bekleniyor. Ülkemizde ise e-ticaretin genel ticarete oranı %17,7 olarak gerçekleşti. E-ticaret hacmi %69 artarak 381,5 milyar TL seviyesine ulaştı. Sipariş adetleri ise yüzde 46 artarak 2 milyar 297 milyon adetten 3 milyar 347 milyon adede yükseldi. Küçük ev aletleri özelinde baktığımızda ise e-ticaretin payının 2019 yılından bu yana %20'li seviyelerden %40'ların üzerine çıktığını gözlemliyoruz.



2022 küresel tüketici tercihleri araştırmalarına baktığımızda; tüketicilerin genel olarak dijital ve “ev merkezli” bir hayat tarzına geçiş yaptığını söyleyebiliriz. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlar kapsamında, tüketicilerin %74’ü günlük yaşamlarında işlerini kolaylaştırmak için teknolojiyi kullanıyor. %53’ü tam veya kısmi olarak evden çalışıyor.



Geçtiğimiz 2 yıl içerisinde tüketici davranışlarının çok hızlı değiştiğini gözlemledik. İnsanların rutinlerini farklı şekillerde yapmaya zorlandığı bu yeni dengeler, yeni alışkanlık kazanımı ve davranışların gelişmesine uygun bir ortam yarattı. Tüketici tercihlerinde sürdürülebilirlik konusu oldukça önem kazandı. Yaşanan iklim sorunları ile tüketicilerin çevreye olan duyarlılıklarında artış yaşanıyor. Daha düşük karbon emisyonunun gerçekleştiği bir dünya talep ediliyor. Tüketicilerin %65'i iklim değişikliğinden endişe duyuyor. %67'si ise çevrenin korunmasına olumlu etki edecek şekilde günlük tercih ve davranışlarını belirlediğini belirtiyor. Tüketicilerin %57'si tercihleri ve davranışlarının dünya üzerinde bir etkisinin olduğunu hissediyorlar.

Şirket olarak önem verdiğiniz diğer bir konuda e-ticaret. Bu süreci nasıl yürütüyorsunuz? Dijital kanallarda nasıl bir büyüme stratejisi ile hareket ediyorsunuz?

Küçük ev aletleri sektöründe E-ticaretin toplam ticaret içerisindeki payının %40'ların üzerine çıktığını gözlemliyoruz. Değişen alışveriş alışkanlıkları nedeni ile önümüzdeki yıllarda da bu oranın daha yavaş bir ivme ile de olsa artmaya devam edeceğini öngörüyoruz.

Philips Ev Aletleri olarak E-ticaret için 3 bacaklı bir aksiyon ve yatırım stratejisi izliyoruz.

Trafik: Ürünlerimizin maksimum sayıda görüntülenmesi için gerek e-ticaret platformları ile, gerekse sosyal medya ve fiyat kıyaslama siteleri ile güçlü bir iş birliği içerisindeyiz. Bu iş birlikleri sayesinde ürünlerimizi maksimum sayıda tüketicinin görüntülenmesini sağlıyoruz. Müşterilerimizin CRM dataları da trafik artırma çalışmalarımızda oldukça önemli bir yer tutuyor.

Buybox ve Stok: E-ticaret platformlarında siparişi kimin karşılayacağını yönlendiren buybox algoritmasını yakından takip ediyoruz ve paralelde stok problemleri yaşanmaması adına planlamalarımızı ve öngörülerimizi rakamsal analizlere dayanarak yapmaya çalışıyoruz.

Dönüşüm Oranı: E-ticaret platformlarında ürünlerimizin sayfasını görüntüleyen tüketicilerin, ürünü satın alma oranını artırmak adına onlara adeta bir mağaza deneyimi yaşatabilecek içerikler oluşturmak ve bunu devamlı iyileştirmek üzerine çalışmalar yapıyoruz.

E-ticaret çalışmaları ile perakende mağazacılık arasındaki rekabet devam ediyor. Bu noktada e-ticaretin seyrini nasıl izliyorsunuz?

COVID-19 sonrasında da e-ticaretin toplam ticaretin içerisindeki payının artmaya devam edeceği su götürmez bir gerçek. Bu doğrultuda, Philips Ev Aletleri olarak biz de tabii ki bu alana geçmişe oranla daha fazla yatırım yapmaktayız. Özellikle küresel trendler ile paralel seyriz izleyen online pazar yerleri, çeşitlilik, uygunluk ve hızlı teslimat özellikleriyle her geçen gün daha fazla trafik kazanmaya devam ediyor. Marka olarak ürünlerimizi tüketicilerimize direkt ulaştırdığımız ilk resmi online mağazamızın lansmanını, geçtiğimiz Nisan ayında Türkiye'nin önde gelen bir pazaryeri platformunda gerçekleştirmiş olmanın

heyecanı içindeyiz. Lansmanın ilk ayından itibaren yüksek mağaza skorumuzu ve olumlu geri dönüşleri ile tüketicilerimizin memnuniyetini görmek ise, gelecekte bizi daha fazla tüketici ile buluşacağımız yeni marka satış platformları kazanımına yönlendirmeye başladı.

Öte yandan online kanallardaki bütün bu gelişmelere rağmen tüketicinin ürüne dokunarak ya da özelliklerini mağazadaki uzman personel yardımı ile bizzat öğrenerek satınalma yaptığı perakende mağazacılık da bizim için önemini koruyor. Bu alandaki paydaşlarımızla da geleceğe dönük büyüme odaklı ortak iş planları geliştiriyoruz.

Özetle, Philips Ev Aletleri Türkiye olarak tüketiciye keyifli ve rahat alışveriş yapma imkanı sunmak amacı ile bütün satış kanallarındaki dinamikleri takip etmeye, her kanalda iş geliştirici yatırımlar yapmaya devam ediyoruz.

Önümüzdeki dönem için şirket olarak nasıl bir strateji ve planlama ile hareket edeceksiniz? Hedeflerinizden genel olarak bahseder misiniz?

Philips Ev Aletleri olarak, gündemimizdeki en önemli konu büyüme ve büyümeyi sağlamak için odaklanılması gereken ilk üç alan; dijital dönüşüm, yeni pazarlarda hızlı bir ivme yakalamak ve otomatik espresso makineleri, hava temizleyicileri, sağlıklı yiyecekler pişirmek için geliştirilmiş mutfak aletleri gibi innovasyonlarımızın daha çok tüketici ile buluşması.

En büyük önceliğimizden bir tanesi de tüketicilerimizin değişen ihtiyaçlarını karşılayan dağıtım çözümleri üretmek. Tüketicilerimizin daha yalın, çevre dostu, sürdürülebilir ürün ve hizmetleri tercih ettiklerini ve tedarik zinciri sürecinin çok daha hızlı olmasını beklediklerini biliyoruz. Tüketicilerimizin beklentilerine odaklanmak, değişen talepleri takip etmek ve tüm bu iç görüleri planlama sistemimize hızlı bir şekilde entegre etmek; 2022 ve sonrasında bizi daha çevik ve güçlü hale getirecek.

Dağıtım kanalları perspektifinden baktığımızda Türkiye genelinde mevcut tüketicilerimize daha hızlı ulaşmak, inovatif ürünlerimiz sayesinde yeni tüketiciler kazanmak stratejik hedeflerimiz arasında ön sıralarda geliyor. Bu nedenle ürünlerimizin tüketici ile buluşma yolculuğunda gerek geleneksel gerekse online kanallarda geçerli tüm satış dinamiklerini yakından takip ediyoruz. Gönül rahatlığı ile söyleyebilirim ki 2022 ve takip eden yıllarda mümkün olan her kanalda maksimum pazar payına ulaşmak adına bizimle aynı yolda yürüyen ticari ortaklarımızla büyümeye devam edeceğiz.

PHILIPS

OneBlade Pro



**OneBlade ile her
uzunluktaki sakalı
kısalt, düzelt, tıraş et**



“Görme engelsiz marka olarak tüketicilerin hayatlarına dokunuyoruz”

Teknoloji alanında yaptığı çalışmalarla sektöre yön veren ve öncü kurumlardan biri olmayı başaran Tefal, son yaptığı proje ile görme engellilerin ürünlerini daha rahat kullanabilmeleri için yeni bir projeye dahil oldu. Blindlook adı verilen proje çerçevesinde görme engelliler hiç kimsenin desteğine ihtiyaç duymadan ürünleri özgürce kullanabilecekler. Projeye ilgili detayları Groupe SEB Pazarlama Direktörü Ege Pekkınran ile görüştük.



Ege Pekkınran
Groupe SEB Pazarlama Direktörü

Dünyanın ve Türkiye’nin en önemli küçük ev aletleri üreticilerinden Tefal olarak yakında dönemde hayata geçirdiğiniz önemli bir projeniz bulunuyor. Engelli bireylere yönelik yapılan BlindLook projesinin detaylarından bahseder misiniz?

Son zamanlarda hepimizin çok heyecanlandığı projelerden biri oldu diyebilirim. Blindlook kurulduğu günden bugüne 285 milyon görme engelliye farklı ürünleri kullanabilme imkanı tanıyordu, fakat bir evin içerisinde belki de en çok ihtiyacımız olan küçük ev aletleri kategorisi yoktu. Bu kategoriyi birlikte oluşturma ve aynı yolda yürüme fikri bizi çok heyecanlandırdı. Tefal ve BlindLook ekibi ile birlikte projenin üzerinde çok uzun bir süre çalıştık. Geçtiğimiz nisan ayından itibaren de BlindLook’un marka ağına dahil olduk. Bu ağ içerisindeki engelli kullanıcılar ev ve yaşam deneyimlerini kimseye bağlı olmadan engelsiz bir şekilde yaşayabiliyorlar. Örneğin, bir tost makinesinin plağının nasıl çıkartıldığını veya süpürgeğin haznesinin dolduğunda nasıl boşaltıldığını sesli şekilde dinleyerek her detayı öğrenebiliyor ve kendi başına kullanabiliyorlar.

Marka olarak sizi böyle bir projeye iten sebepler neler oldu? BlindLook ile nasıl bir iş birliğine gittiniz?

Tefal, sürdürülebilirlik ve sosyal farkındalık bakımından öncü olmayı önemseyen, duyarlı bir marka. BlindLook’un “eşit ve engelsiz bir dünya” hayali de bizim kapsayıcı marka prensiplerimizle birebir örtüştü. Engelsiz bir dünya için üzerimize düşen sorumluluğu yerine getirmemiz gerektiğini düşündük. Projenin başlangıcının ardından da, “görme engelsiz marka” olmanın gururunu yaşıyoruz.

BlindLook ile tüketicilere sunulacak avantajlar neler olacak? Audio Simulation teknolojisinin detaylarından bahseder misiniz?

Audio Simulation teknolojisi sayesinde görme engelli bireyler, farklı ürün ve hizmetlerin detaylarını dinleyerek öğrenebiliyor. Yüzde 100 ses odaklı, eşit, erişilebilir ve engelsiz bir dünya sunarak kullanıcılarının hayatlarını kolaylaştırıyor. Şimdi, Tefal ürünleri de bu engelsiz dünyanın parçası.

Hangi ürün ya da ürün gruplarında bu uygulama bulunuyor?

İlk etapta hemen hemen her kategoriden olacak şekilde 16 farklı ürünümüzün BlindLook

ile entegrasyonunu tamamladık. Tost makinesinden doğrayıcıya, kahve öğütücünden akıllı ızgaraya kadar çok sayıda Tefal ürünü ile ilgili detaylı kullanım bilgileri uygulama üzerinden görme engelli tüketicilerle buluştu.

Görme engelli bireyler bu uygulamayı nasıl kullanıyorlar?

BlindLook kullanıcıları, uygulamada oturma açtıktan sonra, Audio Simulation teknolojisi sayesinde ilgili ürüne dair komutları dinleyip uygulayabiliyor.

Proje özelinde önümüzdeki dönemde neler yapılacak? Nasıl bir strateji ile ilerlemeyi düşünüyorsunuz?

En başından beri bu konuyu gerçekten çok önemsiyoruz. BlindLook ile bu yolculuğa çıkma kararı verdikten sonra detaylı çalışmalarımız oldu. Çok yakında platformdaki ürün yelpazemizi genişleterek görme engellilerin ev yaşamlarındaki özgürlüğünü adım adım ilerleteceğiz. Projenin başından beri büyük bir heyecanla çalışıyoruz. Blindlook’un partneri olmaktan ve Tefal markası ile tüketicilerin hayatına dokunmaya devam etmekten dolayı çok mutluyuz.





Electrolux

Mükemmel hamur işleri için buhar ilavesi ile pişirin

SteamBake Buhar İlaveli Fırın

Standart
Fırınlr

Electrolux
SteamBake
Fırın



SteamBake Buhar İlaveli Pişirme



Wi-Fi ve My Electrolux Kitchen
Uygulama Bağlantısı



Pirolitik Temizleme Sistemi

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

“Oh be Profilo Varmış” yeni reklam filmi yayınlandı

Bir evi yuva yapan, mutfağında lezzetli yemekler pişmesidir, tüm aile akşam yemeğinde bir araya geldiğinde, özenle hazırlanan yemekler fırınlara girdiğinde, tüm ev yemek kokularıyla dolduğunda; o ev yeni taşınmış bir ev bile olsa anında yuvaya dönüşür.

Profilo, yeni ankastre serisinin iletişimde bir ailenin yeni evlerindeki ilk yemeklerini konu alıyor. Yeni evlerinde ilk akşam yemeğini hazırlamaya çalışan aile, henüz tam yerleşmedikleri için minik aksiliklerle karşılaşılıyor ama pratik çözümlerle ve Profilo'nun hayatı kolaylaştıran ankastre ürünleriyle bunları kolayca aşıyor. “Oh be Profilo Varmış” yeni reklam filmi, günlük yaşantınızdaki kendinizi, anne-babalarınızı, arkadaşlarınızı ve çocuklarınızı yansıtıyor. İzlerken tanıdık anlara şahit olabilir ve evin işi ne kadar çok olsa da sonunda “oh be” diyeceğiniz, sizin için hayatı kolaylaştıran bir yardımcınız olduğunu görebilirsiniz. Tribal Worldwide İstanbul imzalı filmin yönetmen koltuğunda Red Elephant'tan Evin Dooms otururken meşhur şarkısı yine Persenk Müzik tarafından yaratıldı.



Künye:

Reklamveren: Profilo

Reklamveren Yetkilisi: Zeynep Cebeci, Ahu Çorbacıoğlu, Gizem Yücel, Melis Çubukcu

Yaratıcı Başkan: Arda Erdik

Ajans Başkan Yardımcısı ve Yönetici Yaratıcı

Yönetmen: Başar Bellisan

Yönetici Yaratıcı Yönetmen: Güldeniz Şeşen Bilginer

Yaratıcı Ekip: Ayça Peksağ, Özlem Özel, Zeynep Ordu, Ayça Çavaş Kurttekin, Fatih Düzyol, Hakan İşitmez, Bengüsü Alemdar, Edanur Çiçek

Ajans Başkan Yardımcısı: Alp Gürsoy

Müşteri İlişkileri Direktörü: Pelin Önal

Müşteri İlişkileri: Uğur Ekmekçiler, Seçil Kök, Aydan Kibar, Nazlı Polat, İrem Naz Örener

Sosyal Medya Grup Başkanı: İklim Suaşan

Sosyal Medya Yöneticisi: Pirağa Karsan

Stratejik Planlama Direktörü: Ceren Şehitoğlu

Stratejik Planlama: Göktuğ Yurt

Ajans Yönetici Prodüktörü: Gülcengül Soytürk

Ajans Prodüktörleri: Baran Saraç

Prodüksiyon Şirketi: Red Elephant

Yönetmen: Evin Dooms

Yapımcı: Recep Duraklar

Müzik: Persenk Müzik

Samsung, 2022 Türkiye Müşteri Deneyimi Ödülleri'nde 2 ödül kazandı

Samsung Türkiye, müşteri deneyimi dünyasının en prestijli ödüllerinden biri olan, Awards International tarafından organize edilen “2022 Türkiye Müşteri Deneyimi Yarışması'nda” bir kez daha birbirinden önemli ödüllerin sahibi oldu. İlki geçen yıl düzenlenen organizasyon, bu yıl ilk kez yüz yüze gerçekleştirildi ve toplam 145 finalist, 27 farklı kategoride yarıştı. Dünyanın birçok farklı ülkesindeki profesyonellerden oluşan uzman jüri ekibi, yarışmada Samsung Türkiye'yi, “Best Customer Service - En İyi Müşteri Hizmetleri” ve “Best Use of Technology - En İyi Teknoloji Kullanımı” kategorilerinde ödüle layık gördü.

Samsung Türkiye, müşteri ihtiyaçlarını odağına alan, mutlak müşteri memnuniyetini sağlamayı amaçlayan ve buna yönelik geliştirilen strateji ve uygulamalarla bu ödülleri almaya hak kazandı. Mobil ürünler için sunulan kesintisiz hizmet stratejisine bağlı olarak Samsung Türkiye, dijital kanallardan servis

merkezlerine kadar tüm hizmetleri uçtan uca ve eksiksiz bir şekilde müşterilerine sunuyor. Mobil ürünler servis merkezlerinde sunulan randevusuz hizmetler, 1 saatte onarım, yedek cihaz opsiyonu ve hızlı değişime ek olarak yeni devreye alınan Kolay Servis Uygulaması (kapıdan kapıya) ile servis merkezinde cihaz tanıtımı ve satışına olanak sağlayan uygulamaları da “En İyi Müşteri Hizmetleri” kategorisinde birinci olunmasına önemli bir katkı sundu. Bunun yanında ‘Samsung Members’ uygulaması, İtme Engellilere



özel destek kanalı (duyaneller.com), Uzaktan Bağlantı, Video Destek gibi teknolojik kanalların ve araçların kullanımı da “En İyi Teknoloji Kullanımı” kategorisinde Gümüş ödüle layık görülmesini sağladı.



Electrolux

Çok yönlü temizlik mükemmel performans

800 Serisi Şarjlı Süpürge



6 kat daha güçlü temizlik*



BrushRollClean
otomatik fırça temizleme sistemi



Teleskobik boru ile
ergonomik kullanım

*Bir önceki seri ile yapılan kurum içi test sonuçlarına göre.

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

Koç Holding, Ufuk Avrupa için TÜBİTAK ve AB Başkanlığı ile güç birliğine gitti

Koç Topluluğu, araştırma ve yenilikçilik alanlarındaki projeleri destekleme amacıyla Avrupa Birliği tarafından yürütülen, dünyanın en büyük sivil Ar-Ge programı Ufuk Avrupa'da hedef büyütüyor.

Ufuk Avrupa, 2021-2027 döneminde toplam 95,5 milyar Euro'luk bütçesiyle Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne katkı sağlarken, yeşil dönüşüm, dijital teknolojiler ve sağlık gibi öncelik alanlarına odaklanıyor. 2014-2020 yılları arasında yürütülen destek programı Ufuk 2020'de edindiği kazanımları yeni dönemde ilerletmeyi hedefleyen Koç Topluluğu, bu önemli kaynaktan ülkemizin daha fazla yararlanabilmesi için paydaşlarına yönelik özel bir mentörlük programı da başlattı.

Koç Topluluğu, Avrupa Birliği (AB) tarafından yürütülen dünyanın en büyük sivil Ar-Ge ve yenilikçilik programı Ufuk Avrupa ile paydaşlarını harekete geçirerek hedef büyütüyor. 2021-2027 döneminde araştırma ve yenilikçilik alanlarında yürütülecek projelere hibe ve teknik destek sunmayı amaçlayan Ufuk Avrupa, 95,5 milyar Euro'luk bütçesiyle Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne katkı sağlarken, yeşil dönüşüm, dijital teknolojiler ve sağlık gibi öncelik alanlarına odaklanıyor.

2014-2020 yılları arasında yürütülen bir önceki destek programı Ufuk 2020'de ise yaklaşık 80 milyar Euro'luk bir bütçeyle araştırma ve yenilikçilik projeleri desteklendi. Koç Topluluğu şirketlerinden Arçelik, Ford Otosan, Otocar, Tofaş, Tüpraş ve Yapı Kredi program kapsamında geliştirdikleri projelerle



Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu

fark yarattılar. Koç Üniversitesi ise, kazandığı hibe miktarıyla açık ara en başarılı üniversite oldu. Katma değeri yüksek, yenilikçi, çevre dostu projeler ve ürünler geliştiren Topluluk şirketleri, proje ortaklarıyla da önemli bir sinerji yaratıyor.

Arçelik'in yapay zekâ işlemcili çamaşır makinesi üretmeyi hedefleyen StorAlge projesi, Ford Otosan bünyesindeki ağır ticari vasıtalar için elektrikli aks sistemi geliştirecek LongRun projesi, Koç Üniversitesi'nin organ nakillerinde hem sayıyı hem de başarı oranını artırma amacıyla kurduğu Organ Nakli İmmünolojisi Araştırmaları Mükemmeliyet Merkezi, Otocar'ın hidrojen yakıtlı ve uzun menzilli otobüs geliştirme hedefiyle yürüttüğü Coachyfield projesi, Ufuk 2020'de adından söz ettirmişti. Tofaş'ın elektrikli otobüs, kamyon ve hafif ticari araçlara yönelik yüksek güçlü sarj

çözümleri geliştirmeye odaklanan ASSURED projesi, Tüpraş'ın baca gazlarındaki atık karbondioksit gazının verimli şekilde yakalanmasını ve karbondioksit salımının azaltılmasına destek verecek MOF4AIR projesinin yanı sıra Yapı Kredi'nin kuluçka destekleme ve iş geliştirme projesi REACH projesi de Ufuk 2020'de başarılı örnekler olarak öne çıkıyor.

Ufuk 2020'de edindiği kazanımları pekiştirmeyi ve kurumlar arasındaki iş birliğini büyütmeyi hedefleyen Koç Topluluğu, bu kapsamda paydaşlarına yönelik özel bir mentörlük programı başlattı. Çerçeve programlarında aktif roller alan Koç Topluluğu çalışanlarının sorumluluk üstleneceği mentörlük programı vasıtasıyla, paydaşların Ufuk Avrupa süreçlerine ilişkin farkındalığının artırılması, böylece ülkemizin yeni dönemde bu önemli kaynaktan daha fazla yararlanabilmesi hedefleniyor.

Koç Holding, bu amaçla, Dışişleri Bakanlığı - Avrupa Birliği Başkanlığı, TÜBİTAK ve Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu'nun katılımıyla düzenlenen 'Ufuk Avrupa Özel Sektör Farkındalık Etkinliği'ne ev sahipliği yaptı. 27 Haziran Pazartesi günü Divan Kuruçeşme'de gerçekleştirilen etkinliğe Dışişleri Bakan Yardımcısı ve Avrupa Birliği (AB) Başkanı Büyükelçi Faruk Kaymakcı, AB Türkiye Delegasyonu Başkanı Büyükelçi Nikolaus Meyer-Landrut, TÜBİTAK Başkanı Prof. Dr. Hasan Mandal, Koç Holding Grup Başkanları, Topluluk şirketlerinin üst düzey yöneticileri ve paydaş kurumların CEO, CTO seviyesinde temsilcileri katıldı.





QUALITY FOR LIFE



Gerçek şefler tarafından hazırlanmış yüzlerce tarifle, evinizin şefi sizsiniz.



*Kampanya, 3 yıl yasal garanti ve 2 yıl ek garantiyi kapsamaktadır.

Zengin içerik dünyasına erişebileceğiniz hOn uygulamasıyla, gerçek şefler tarafından hazırlanmış dünya mutfaklarına ait 3000'den fazla eşsiz tarife erişebilir, önerilen programlarla birbirinden lezzetli yemekleri kolaylıkla yapabilirsiniz.

Kampanya geçerlilik tarihleri için yetkili satış noktanıza danışın. Kampanyadan sadece www.hoover.com.tr'de yer alan formu doldurarak başvuran tüketicilerimiz yararlanabilecektir.

0850 811 12 90 hoover.com.tr HooverTurkiye HooverTurkiye hoover_turkiye hooverturkiye

hOn uygulamasını indirin ve ürün performansınızı geliştirin.



Arzum OKKA Dünya Cezve ve İbrik Şampiyonası'nda yarışan Deniz Tombuloğlu'na sponsor oldu

Arzum OKKA, Dünya Cezve ve İbrik Şampiyonası'nda yarışan ünlü barista Deniz Tombuloğlu'na sponsor oldu.



World of Coffee festival alanında kurulan Arzum OKKA standına uğrayanlar Arzum OKKA ürünleriyle yapılmış tam kıvamında, bol köpüklü Türk kahvesinin tadına vardı.

Arzum OKKA, Avrupa'nın önde gelen kahve fuarlarından biri olan World of Coffee (WOC) etkinliği çerçevesinde düzenlenen Dünya Cezve ve İbrik Şampiyonası'nda yarışan ünlü barista Deniz Tombuloğlu'na sponsor oldu. Cezve ve İbrik Türkiye takım formasında logosu ile yer almaktan gurur duyan Arzum OKKA, World of Coffee festival alanında kurduğu standta, misafirlerine benzersiz lezzette Türk kahvesi ikram etti. 23-25 Haziran'da İtalya'nın Milano kentinde gerçekleşen etkinlikte Arzum OKKA standına uğrayan katılımcılar, Arzum OKKA ürünleriyle yapılmış tam kıvamında, bol köpüklü Türk kahvesinin tadına varmanın yanı sıra Arzum OKKA Ailesi'nin farklı ihtiyaçlara cevap veren Türk kahvesi makinelerinin gelişmiş teknolojilerini inceleme ve deneyimleme şansını elde etti. Dünya Cezve ve İbrik Şampiyonası'nda yarışan yarışmacılar kendi ülkelerinin kültürüyle hazırladıkları kahvelerle yarıştılar. Şampiyonada Türk kahvesi kültürünü ve geleneksel Türk kahvesi pişirme yöntemini gözler önüne seren Deniz Tombuloğlu, performansı ile büyük ilgi gördü.

“Genç yeteneklere desteğimizi sürdüreceğiz”

Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı, 600 yıllık Türk kahvesi kültürünü dünyaya yaymayı kendilerine misyon edinen bir şirket olarak World of Coffee etkinliğinde bulunmaktan ve gördükleri ilgiden dolayı mutluluk duyduklarını söyledi. ‘Dünyaya Türk Kahvesini Sevdiren Marka: Arzum OKKA’ sloganıyla Türk kahvesi kültürünü farklı ülkelere taşıdıklarını hatırlatan Kolbaşı sözlerini şöyle sürdürdü: “Türk kahvesi keyfini daha çok insana yaşatabilmek için var gücümüzle çalışıyoruz. Bunun için dünyanın pek çok noktasındaki festival ve özel etkinliklere katılarak Türk kahvesi severlerle buluşuyoruz. Dünya Cezve ve İbrik Şampiyonası gibi etkinliklerin kadim kültürümüzün tanıtılması için önemli bir fırsat olduğunu düşünüyoruz. Biz de bu fırsatı değerlendirerek genç yetenek Deniz Tombuloğlu'na sponsor olduk. Deniz'in yarışmada gösterdiği performans gerçekten de çok etkileyici ve gurur vericiydi. Bundan sonra da bu tür organizasyonlarda yer alacak genç yetenekleri desteklemeyi sürdüreceğiz. Türk kahvesi lezzetini tüm dünyaya taşıyacağız.”



Goldmaster

Serinliđi Fazlasıyla Hissedeceksiniz!

SE-92



Buzdolaplı

AIRBOT

SE-115

SERİN

➤ Türkiye'deki LG OLED TV pazar hacmi bir yılda %116 büyüyerek 59 milyon dolara ulaştı

LG Electronics Türkiye, merakla beklenen 2022 TV serisinin piyasaya çıktığını duyurdu.

OLED teknolojisinin lideri LG, bu teknolojiyi sürekli olarak mükemmelleştirip geliştirerek dokuz yıldır global premium TV pazarındaki lider konumunu koruyor.

Gelişen teknolojiyle birlikte TV'nin tüketicilerin hayatındaki yeri de değişti. TV pazarındaki tüketici trendlerinden bahseden LG Electronics Türkiye Ev Eğlencesi Elektronik Ürün Müdürü Kevin Cho, gün içerisinde TV izleme oranının pandemi öncesine göre yüzde 77'lik bir artış gösterdiğini belirterek, buna paralel olarak Premium TV pazarının da genişlediğini söyledi. "TV pazarındaki büyüme hem dünyada hem de Türkiye'de hemen hemen aynı kalırken, 2 bin \$ ve üstü TV pazarı dünyada yüzde 22, Türkiye'de ise yüzde 103 büyüdü. 2020'de ülkemizde 42 milyon dolar olan 2 bin \$ üzerindeki TV pazarı, 2021'de 85 milyon \$'a ulaştı. Ülkemizdeki LG OLED TV pazar hacmi ise, yüzde 116 büyüyerek 27 milyon \$'dan 59 milyon \$'a ulaştı, bu rakam tüm dünyada yüzde 52'lik büyüme ile 85 milyar dolar oldu" şeklinde konuştu.

Tüketicilerin LG OLED TV'lere olan ilgisindeki artışın bir TV'den beklentilerinin değişmesi ile paralel olduğunu söyleyen Kevin Cho, "Globalde, tüketicilerin hafta için TV izleme oranları pandemi öncesi döneme oranla yüzde 77'lik artış gösterdi. Ayrıca, yapılan araştırmalar TV almayı planlayan tüketicilerin, TV'lerinin ev dekorasyonuna uyumlu bir tasarımda olmasına özen gösterdiğini ortaya koyuyor. Diğer önemli bir unsur da sağlık... Uzun süreli TV izlemenin sağlıklarına olumsuz etki edeceğini düşünen tüketiciler, yüzde 57'lik pay ile gelecekte ürün satın alırken ana odaklarının sağlık olacağını söylüyor" şeklinde konuştu. Çevreye saygılı ve geri dönüşümü benimseyen markaların da bir adım önde olduğunu belirten Cho "Yine, araştırmalar gösteriyor ki, insanların %58'i artık çevre sorunları hakkında Covid-19



öncesine göre daha bilinçli. %24'ü ise, ürün veya hizmetlerine çevresel faktörleri entegre etmeyen markaları satın almayacağını

belirtiyor. Bu noktada da, üretim süreçlerinin her aşamasında çevre bilinci ile hareket eden LG, ön plana çıkıyor." dedi.

KUMTEL®



7 FARKLI FONKSİYONU, 3 FARKLI MODEL SEÇENEĞİ İLE **KUMTEL FASTFRYER**
AIR FRY | HIZLI ISITMA | FIRINDA KIZARTMA | IZGARA | BUZ ÇÖZME | FIRINDA PİŞİRME

HAF-03

8.5 L
hacim



HAF-02 *Digital*

5.5 L
hacim



HAF-01

5.5 L
hacim





CUCINOX Ankastre

Yaşayan Mutfaklara İtalyan Nefesi...

SAMSUNG

WindFree™ klimalarla rüzgarsız serinlik



GÜRSES
KURUMSAL

Samsung Sistem Klimaları Satış Partneri

Birlik Mah. Akif İnan Cad. No: 4 Gürses Plaza Kat: 2 Esenler / İstanbul
Tel: 0212 429 40 00 | www.gurseskurumsal.com.tr

*Görseller temsildir.

“İnsanların hayatını iyileştiren, anlamlı inovasyonlara yatırım yapmaya devam ediyoruz”

“Türkiye’de odağımızı sağlık teknolojilerinde lider bir şirket olma yönündeki yatırımlarımıza veriyoruz.”



Sibel Yıldız Philips Kişisel Sağlık Türkiye Ülke Müdürü

Philips Kişisel Sağlık Bölümü değişen tüketici eğilimleri ve yeni teknolojiler önceliğinde yenilikçi çalışmalarına devam ediyor. Yakın zamandaki çalışmalarınızdan genel olarak bahseder misiniz?

Philips, dünyada 130 yıl ve Türkiye’de ise 90 yılı aşkın bir süredir faaliyet gösteren bir firma. Tarihsel süreç içerisinde birçoğumuzun günlük hayatında kullandığı, yaşamlarımıza dokunan, inovasyonları ve teknolojileri sunduk, sunmaya da devam ediyoruz. Tüm çalışmalarımızda temel amacımız insanların hayatlarını iyileştiren inovasyonlar yapmak. Philips, dünyada en güçlü 100 marka arasında yer alıyor. Türkiye’de

de en sevilen markalardan biriyiz. Türkiye’de hemen hemen her evde bir Philips ürünü olduğunu gururla söyleyebiliriz. Philips olarak, sürekli kendimizi yenileyen ve değişikliklere öncülük eden, insan odaklı bir şirketiz. Kullanıcıların değişen ihtiyaçları doğrultusunda, insanların hayatlarını iyileştirmek ve yaşamlarını daha iyi bir hale getirmek adına çalışıyoruz. Tüm Ar-Ge çalışmalarımızda bu vizyon ile hareket ediyoruz. Bu kapsamda amacımız, 2030 yılına kadar yılda 2,5 milyar insanın hayatını iyileştirmek. Philips olarak, Kişisel Sağlık ve Sağlık Sistemleri olmak üzere iki alanda farklı ürün ve çözümler sunuyoruz. Odağımızı sağlık teknolojilerinde lider bir şirket olma yönündeki yatırımlarımıza veriyoruz.

Geliştirdiğimiz tüm ürün ve çözümlerimizin insanların hayatına dokunması bizim için çok önemli.

Sağlık alanında birçok inovatif ve özellikli ürünü tüketicilere sunuyorsunuz. Bu alanda öne çıkan ürünleriniz ve ürün gruplarınız hangileri?

Philips Kişisel Sağlık İş Birimi olarak, faaliyet gösterdiğimiz 4 farklı alan var. Kadın bakım ürün portföyümüzde IPL teknolojilerinden, günlük kullanımın vazgeçilmez epilatlara, saç düzleştiricilerine kadar ürünlerimiz bulunuyor. Diğer kategorimiz olan erkek bakımında ise erkeklerin hayatlarını kolaylaştıran, daha sağlıklı ve iyi hissetmelerini sağlayan saç ve sakal şekillendiricileri gibi ürünlerimiz var. Diğerleri ise ağız ve diş sağlığına yönelik olan Sonicare elektrikli diş fırçaları ve diş arası temizleyicilerinin yer aldığı kategori. Tam 38 yıldır Philips Avent markamız ile de ebeveynlerin ve bebeklerinin, doğumdan itibaren, tüm deneyimlerinde yanlarındayız. Philips Avent ürünlerimiz arasında yer alan; göğüs pompası, buharlı pişirici, blender, sterilizatör, bebek telsizi, biberon ısıtıcı, biberon, emzik çeşitleri ve emzirme destek ürünleri ile anne ve babalarımızın hayatını kolaylaştıracak çözümler sunuyoruz. Philips olarak sağlık döngüsü yaklaşımını benimseyerek, Sağlıklı Yaşam’dan başlayarak ‘Önlem Alma, Teşhis, Tedavi ve Evde Bakım’a kadar birçok alanda yenilikçi çözümlerle insanların hayatlarını iyileştiriyoruz. Bu noktada, insanları sağlıklı yaşama teşvik ederek, kendi sağlıklarının kontrolünü kendi ellerine almalarına ve sağlıklı rutinleri gerçekleştirmelerine yardımcı olarak daha iyi yaşamalarını sağlamak üzerine çalışıyoruz. Bu felsefe, bizleri çok motive ediyor. Çünkü, insanların hayatlarında küçük değişimlerle büyük farklar yaratmayı amaçlıyoruz. Örneğin ağız, insan vücuduna açılan bir kapı ve birçok araştırma doğruluyor ki ağız sağlığı kalp rahatsızlıklarından, hamileliğe kadar birçok süreci etkiliyor. Geliştirdiğimiz ürün ve çözümlerimizle insanların sağlık alanında bilinçlenmesini ve harekete geçmelerini istiyoruz. Bunun için de üstün teknolojiye sahip olan ürünler geliştiriyoruz. Örneğin tüketicilerimiz, Sonicare ürünleri ile ileri seviye bir ağız ve diş bakımı yaparak sağlıklarına

katkı sağlamış oluyorlar. Ek olarak, pandemi döneminde de gördüğümüz gibi kriz zamanlarında sağlık sistemi üzerinde ciddi baskılar oluyor, maliyetler artıyor. Tüm sağlık profesyonellerinin yükleri çoğalıyor. Biz bireylerin kendi sağlıklarının kontrolünü ellerine almalarını ve hastalıklara karşı önlem almalarını hedefliyoruz. Böylelikle sağlık sistemi üzerindeki baskı da azalacaktır. İnsanların kendilerini çok daha bakımlı ve iyi hissetmelerini istiyoruz. 2021 yılında IPSOS iş birliği ile yaptığımız Türkiye Sağlık Trendleri Araştırması'nda da insanların kendilerini iyi hissetmesi ve sağlıklı olma hali arasında ciddi bağlantılar olduğunu gözlemledik. Pandemi hepimizi bu bağlamda biraz eğitti diyebiliriz. Çünkü hepimiz günlük bakım rutinlerimizi evde yapmak zorunda kaldık.

Biz bir adım daha öteye geçerek bu süreçte müşterilerimizin yanında olduk ve hızlı aksiyon olarak, iletişim dilimizi de buna göre adapte ettik. Aynı zamanda profesyonellerden de destek alarak "How-to (nasıl yapılır)" tarzında çok sayıda video hazırladık. Tüketicilerimizin ürünlerimizi nasıl kullanacağı ve evde kişisel sağlık bakımlarını nasıl yapacaklarına dair bilgiler sunduk. Videoları kendi iletişim kanallarımızda yayınladık. Her zaman ve her koşulda müşterilerimizin yanında olduğumuzu gösterdik. Müşteri odaklı bakış açımız sayesinde, rahatlıkla insanların kalbini kazanan bir marka olduğumuzu söyleyebiliriz.

“

“Philips olarak sağlık döngüsü yaklaşımını benimseyerek, Sağlıklı Yaşam'dan başlayarak 'Önlem Alma, Teşhis, Tedavi ve Evde Bakım'a kadar birçok alanda yenilikçi çözümlerle insanların hayatlarını iyileştiriyoruz. Bu noktada, insanları sağlıklı yaşama teşvik ederek, kendi sağlıklarının kontrolünü kendi ellerine almalarına ve kişisel sağlık rutinlerini gerçekleştirmelerine yardımcı olarak daha iyi yaşamalarını sağlamak üzerine çalışıyoruz.”

”

Teknolojinin yanında insanı da merkezine alan bir yapıda büyüyorsunuz. Kişisel Sağlık alanında faaliyet gösterdiğiniz kategoriler için en çok ilgi gören hangisi?

Hem pazar büyüklüğü hem de ciro bazında baktığımızda kadın bakım kategorisinin önde olduğunu söyleyebiliriz. Ardından da erkek bakım geliyor. Aynı zamanda, Türkiye'de her yıl 1.3 milyon doğum oluyor. Bu bağlamda baktığınızda Avent de büyüyen ve anne-bebek alanında lider olan bir kategori. Avent, bizim şirket olarak çok odaklandığımız ve büyüttüğümüz bir marka. Türkiye

bizim için çok önemli bir pazar. Türkiye'de oluşturduğumuz algı ve marka gücü çok kuvvetli. Pandemi döneminde de Kişisel Sağlık alanındaki ürünlere olan ilginin çok arttığını gördük. İnsanlar pandemi döneminde evde kalarak kişisel bakımlarına hem daha fazla önem verdiler hem de bu rutinleri kendileri yapmak zorunda kaldılar. Bu da bireylerin sağlık özelinde bir alışkanlık geliştirmesini sağladı. Şu anda da insanlar daha pratik ve hızlı bir şekilde evde kendi kişisel sağlık ve bakım rutinlerine devam etmek istiyor. Biz de bu noktada insanların hayatlarını kolaylaştıracak ürün ve çözümler sunuyoruz.

Philips olarak yakın zamanda sunacağınız yeni teknolojiler olacak mı?

Uzun yıllar önce odağını sağlığa çeviren lider bir sağlık teknolojileri şirketi. Bu odağımız ile üretimini yaptığımız ürünleri çeşitlendirmeye devam ediyoruz. Özellikle önleyici sağlık ve sağlıklı yaşam konuları bizim için çok önemli. Yakın zamanda giyilebilir teknolojilere ağırlık vermeyi hedefliyoruz. Bu alanlarda ciddi yatırımlarımız var. Hem dünyada hem de Türkiye'de kalp-damar sağlığı çok önemli bir konu. Giyilebilir teknolojilerle kalp sağlığını destekleyen ürün ve çözümler sunacağız. Aynı zamanda, hamilelik ve uyku alanlarında da ürünlerimiz olacak. Bu ürün ve çözümlerimizi 2023-2024 döneminde tüketicilerimize sunmayı planlıyoruz. Şu anda mevcutta olan 4 ana kategorimizin yanına tüketici sağlığını da ekleyeceğiz.

Philips Kişisel Sağlık olarak satış kanallarınız ve bayi yapılanmanız nasıl?

Biz tüketiciler neredeyse orada olmayı tercih eden bir markayız. Çok güçlü bir dağıtım kanalı altyapımız bulunuyor. Çoklu kanal stratejisi ile satış ve pazarlama yapıyoruz. Hem dijital hem de geleneksel kanallarda çok kuvvetliyiz. Kendi e-ticaret mağazamız olan www.philips.com.tr üzerinden de satış yapıyoruz. Büyük teknoloji marketler de ağımız içerisinde. Pazardaki tüketici eğilimleri ve trendlere bakarak hareket ediyoruz. Geleneksel bayi kanalı bizim için çok değerli çünkü bu noktalarda tüketicilerimiz ile yüzyüze iletişime geçebiliyoruz. Philips'e gücünü veren en temel özelliklerden biri de bu güçlü dağıtım kanalı altyapısı. Zaman zaman kanallarımız içerisinde öne çıkanlar oluyor. Ancak tüketicilerimizin baktığı asıl konu üründen alacağı fayda. Bunun için biz de tüm gücümüzle onların en çok faydayı alabilmeleri için çalışıyoruz.

Tüketicilere nasıl dokunuyorsunuz?

Hem online hem de geleneksel kanallarda tüketicinin ürünleri deneyebileceği alanları oluşturmaya çalışıyoruz. Mağazaların ve AVM'lerin içerisinde ürün deneyim alanları kuruyoruz. Buralarda ürünlerin özelliklerini ön plana çıkarıp tüketicilere daha net gösterebilmek amacıyla farklı ve yaratıcı çalışmalara da imza atıyoruz. Örneğin sonic titreşimlerle çalışan bir teknoloji olan elektrikli diş fırçamız Sonicare'in özelliklerini bu



teknolojinin gücünü demo alanları oluşturarak gösteriyoruz. Fuarlara ve farklı etkinliklere katılıyoruz. Dijital kanallarımızda da sürekli iletişimi benimsiyoruz. Burada zaman zaman influencerlar ile çalışıyoruz ve daha geniş kitlelere ulaşabiliyoruz. Aynı zamanda, işin uzmanları ve sağlık profesyonellerinden destek alıyoruz, birlikte çalışmalar yapıyoruz. Örnek olarak, prematüre bebekler için yeni doğan üniteleri özelinde bilgilendirme çalışmaları yaptık. Ailelerin ihtiyaçlarını anlayarak, onları sağlık profesyonelleriyle bir araya getiriyoruz. Eğitimler veriyoruz, moral ve motivasyonun artırılmasına yardımcı oluyoruz. Avent hem ürün kalitesiyle hem de her zaman onların yanında olduğumuz için ebeveynlerin en çok tercih ettiği markalardan biri. Hamilelik+ ve Bebek+ gibi farklı uygulamalarımız var. Ürün kullanımları ile ilgili de çok fazla içerik sunuyoruz.

Philips Kişisel Sağlık İş Birimi Ürün Kategorileri

Philips Kişisel Sağlık İş Birimi olarak, temelde faaliyet gösterdiğimiz 4 farklı ürün kategorisi bulunuyor. Philips Kişisel Sağlık İş Birimi olarak kadın ve erkek bakımı ürünlerimiz, ağız ve diş sağlığı ürünlerimiz ve Philips Avent markamızdaki anne-bebek sağlığı alanındaki ürünlerimiz ile tüketicilerimizin hayatlarını iyileştiriyoruz. İnsanların kendi sağlıklarının kontrollerini ellerine almaları ve daha iyi hissetmeleri için tüketicilerimize yenilikçi çözümler sunuyoruz. Kişisel Sağlık alanında yılda ortalama 250 milyon üzerinde ürünü tüketicilerle buluşturarak, hayatlarına dokunuyoruz. Bu dört ana kategorideki ürünlerimiz ile ülkemizdeki insanların hayatlarını iyileştirmeye çalışıyoruz.

LG Brandshop mağazaları 10 yeni şube ile büyüyor

2019 yılında başladığı mağazalaşma çalışmalarını sürdüren LG Electronics, bu yıl da Türkiye genelinde mağaza sayısını artırmaya devam ediyor. Türkiye’de pek çok noktada hizmet veren ve 2022’de de geleneksel kanalda büyümeyi sürdüren LG, aynı hafta 8’i İstanbul’da olmak üzere Türkiye genelinde 10 yeni LG Brandshop’u hizmete sunuyor. Yeni mağazalarla, teknoloji tutkunları İstanbul’da yeni ve üstün LG teknolojilerine daha fazla lokasyonda ulaşabilecek.

Hafta başında açılışı gerçekleştirilen Denizli Aquamall AVM ve Ankara Gordion AVM mağazalarının yanı sıra, İstanbul’da yeni açılan LG Brandshop mağazaları; Vadi İstanbul, Flyinn, Maltepe Piazza, Forum İstanbul, Marmara Park, City’s İstanbul İçerenköy ve İstanbul Optimum AVM gibi İstanbul’un gözde alışveriş merkezlerinde yer alıyor.

LG’nin geleneksel kanal satış ortakları da, markanın Türkiye’ye yaptığı bu yatırımdan duydukları memnuniyetlerini, işbirliğinde açtıkları mağaza açılışlarıyla dile getirmeye devam ediyor. 22 Haziran tarihinde açılışı gerçekleşen LG Brandshop Enka Flyinn AVM mağazası dışında, Zincir Mağazalar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Serhan Tınastepe’nin yatırımcısı olduğu LG Brandshop Simport, Vadi İstanbul, Maltepe Piazza, Marmara Park ve Forum İstanbul alışveriş merkezlerinde yer alan mağazalar 23 Haziran’da, Trada ortaklığı ile City’s İstanbul İçerenköy, İstanbul Optimum alışveriş merkezlerinde yer alan mağazalar ise 24 Haziran’da açılışlarıyla hizmete başlayacaklar. Açılışa özel fırsatlar ve özel indirimlerle LG’nin son teknolojiye sahip ürün ve hizmetleri, LG teknolojisine sahip olmak isteyenlere ayrıcalıklı olarak sunulmuş olacak.

Vadi İstanbul LG Brandshop başta olmak üzere tüm yeni Brandshop’larda LG’nin en yeni ve üstün teknolojiye sahip ürünleri sergilenecek. Özel indirimler ve fırsatlarla beyaz eşya, TV,



ses sistemi, hoparlör ve klima sistemleri, LG ThinQ teknolojisi sayesinde birbirleriyle konuşan ve uzaktan yönetilebilen LG ürünleri, uzaktan yönetilebilen beyaz eşyalar, kişisel asistan görevi gören TV’ler gibi yeni nesil teknolojileri edinmek mümkün olacak.

Yeni açılan mağazalar hakkında bilgi veren LG Ev Eğlencesi Elektronik ve Beyaz Eşya Ürün Grubu Satış Başkanı Bülent Bülbül “LG olarak Türkiye pazarını çok önemsiyor ve burada önemli yatırımlar yaparak büyümeyi sürdürüyoruz. Türkiye’nin her bölgesinde pek çok noktada açılan brandshoplarımız ile LG teknolojisini müşterilerimizle buluşturmaktan dolayı çok mutluyuz. Tüm dünyada bizim gücümüzü ve tercih edililiğimizi belirleyen yenilikçi teknolojimiz ve ürünlerimizin eşsiz tasarımları ile fark yaratmayı sürdüreceğiz. Türkiye’de



2022’de gerçekleştirdiğimiz önemli yatırımlarla büyüme hedeflerimiz doğrultusunda ilerliyoruz. Yeni açılan mağazalarımız da bu büyümenin önemli bir parçası.” şeklinde konuştu.

Perakende mağazacılığının aynı sıra LG Brandshop’larla da tüketicilere doğrudan ulaşmayı hedeflediklerini aktaran Bülbül, “Türkiye gibi hedef pazarlarımızdan birinde ürünlerimizin erişilebilirliğini artırmak bizim için çok önemli. Açılan her yeni Brandshop ile LG ailesini büyötmeye devam ederken, daha fazla tüketiciye ulaşabilecek olmanın mutluluğunu yaşıyoruz.” dedi.





Bülent Bülbül
LG Ev Eğlencesi Elektronik ve
Beyaz Eşya Ürün Grubu Satış Başkanı

Vadi İstanbul içerisinde açtığımız mağaza ile Türkiye genelindeki mağaza sayımızı 70'e çıkarmış oluyoruz. Arka arkaya 10 mağaza açılışı birden yapacağız. İstanbul'da toplam

Ürünlerimizi doğru lokasyonlarda, doğru alanlarda ve doğru yatırımcılarla sergilemek istiyoruz

20 mağazamız oldu. LG Türkiye olarak pandemi sonrası dönemde yeni aldığımız öğretilerle biz de iş yapış modelimizi değiştirmeye başlamıştık. Biraz daha lokalleşmeye yönelik bir hareket tarzımız oldu. Bu noktada da eksiklerimizi görmeye başladık ve mağazalarımızın sayısını artırma yoluna gitmeye karar verdik. Bu süreçte verdiğimiz en doğru kararlardan biri buydu. Türkiye genelindeki mağaza sayımızı hızla artırmaya başladık. 1,5 yıl önce 44 mağazamız varken, şimdi 85-86 mağazayı konuşmaya başladık. 1 yıl sonrası için planladığımız 120 mağaza hedefimize bu yıl içerisinde ulaşacağız. Türk tüketicisine en doğru ulaşım yolunun geleneksel kanallarımız ve bayileşme olduğunu biliyoruz. Bütün yatırımlarımızı, müşterilerin ürünleri daha rahat ve daha konforlu deneyimleyebileceği alanlar yaratmaya yönelik yapıyoruz. 2022 yılı sonu itibarıyla mağazalarımızın bulunduğu il sayısı da 35 olacak.

Tüketiciler BrandShoplar içerisinde

LG'nin üretmiş olduğu bütün ürün gamını bulabiliyor. Çok bilindiğimiz TV'nin dışında birbirleriyle konuşan cihazlarımıza da burada sergiliyoruz. Ürünlerimizi mağazalarımızda deneyimleme imkanı var. Ürünlerimizin birçoğu birbirleri ile konuşuyorlar. Tüketiciler mağazalarımızda bunların hepsini görebiliyor. Teknoloji mağazaları daha çok market yapısında olduğundan çok rahat alanları yok. Burada tüm sağlık hassasiyetleri de göz önünde bulundurularak deneyimleme imkanı veriliyor. LG olarak ürettiğimiz ürünlerin kullanım kolaylığı ve enerji tasarrufu olmasına, dekoratif özellikler taşımasına dikkat ediyoruz. Sağlık özellikleri de öne çıkan diğer ana odak noktalarımızdan biri. Satış kanalları olarak omnichannel stratejisi ile Türkiye'deki penetrasyonumuzu artırmayı hedefliyoruz. Ürünlerimizi doğru lokasyonlarda, doğru alanlarda ve doğru yatırımcılarla sergilemek istiyoruz. Online tarafta olduğu kadar geleneksel bayi kanalında da büyümeyi planlıyoruz. Online ve offline kanalları kombinleyerek ilerliyoruz.



Serhan Tınastepe
Zincir Mağazalar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı
ve LG Brandshop Simport Yatırımcısı

Vadi İstanbul içerisindeki yerimiz bizim 4 LG mağazamızdan biri. 140 metrekare büyüklüğünde bir mağaza. Vadi İstanbul, toplam kiralanabilir alanı 100 bin metrekare olan, bölgesindeki çok önemli bir hub olma potansiyeli taşıyan, son birkaç yıldır da trafiğini çok ciddi derecede arttıran ve

Beyaz eşya bayiliği mevcudiyetini ve gücünü çok ciddi oranda hala koruyor

içerisinde modern perakende mağazalarının bulunduğu çok iyi bir alışveriş merkezi. Biz de burada LG markasıyla bulunmaktan oldukça mutluyuz. Tüketiciler burada standart bir beyaz eşya ve tüketici elektroniği mağazasından farklı olarak çok daha özellikli ürünleri bulabilecekler. LG, televizyonu çok ön plana çıkan bir marka olarak görünmesine rağmen, beyaz eşyada ve özellikli ürünler dediğimiz hava temizleme cihazı gibi, dikey süpürge gibi kategorilerde çok önemli bir üretici. Tüketiciler bu mağazada bunları görüp deneyimleyebilecekler. Beyaz eşyada da rekabette farklılaşan çok özel ürünleri var. Tüketicilerimiz yine burada uzman satış personelimizin verdiği destekle, hizmetle, servisle bu ürünleri göreceklere ve deneyimleyecekler. Bu ürünlerle ilgili satın alma kararlarını verecekler.

Beyaz eşya ürünlerinin %90'ından fazlası halen mağazalarda satılıyor. E-ticaret özellikle pandemiyle birlikte çok hızlı değişti. Fakat buna rağmen yine %90 oranında insanlar mağazalardan alışveriş yapmayı tercih ediyorlar. Onlinedan alışveriş yapanların da çok büyük bir kısmı önce ürünü fiziksel mağazada deneyip, beğeniyor. Mağazacılık bu anlamda Türkiye açısından çok önemli.

Ülkemizde beyaz eşya bayiliği 60-70 yıllık geleneği olan bir yapı. Bu yapı da mevcudiyetini de, varlığını da çok ciddi oranda hala koruyor. Yerli ve yabancı büyük teknoloji marketlerin bu kadar yaygınlaşmasına rağmen, e-ticaretin bu kadar yaygınlaşmasına rağmen beyaz eşya bayi sisteminin yaşıyor olması, hem Türk tüketicisinin bu yapıya olan güvenini, hem de fiziksel mağazacılığın var olmaya devam edeceğiyle ilgili çok önemli bir öncü sinyal. Dolayısıyla LG de Türkiye'de iş yapmanın bir gerekliliği olarak mağazacılığı çok önemsiyor. Bizim beyaz eşya ve tüketici elektroniği perakendeciliği alanında 38 mağazamız var. Aynı zamanda da online satışlarımız var. Türkiye'nin birçok farklı coğrafi bölgesinde hızlı dağıtım yapan bir altyapımız var. Dolayısıyla hem fiziksel mağazalarımızda hem de online mağazalarımızda tüketicilerle ürünlerimizi birleştiriyoruz. Aslında beyaz eşya bayiliği alanında, mağazacılık tarafında yapabileceğimizin çok önemli bir kısmını yapmış olarak nitelendiriyoruz. Bizim bu noktadan sonra daha fazla verimliliğe yönelik, karlılığımızı arttırmaya yönelik, özellikli ürünleri arttırmaya yönelik, gelişen kanallarda satışlarımızı arttırmaya yönelik çalışmalarımız var.

➤ BSH Türkiye, Weflex uygulamasıyla yeni nesil iş modelini başlatıyor



Türkiye’de Bosch, Siemens, Gaggenau ve Profilo markalarıyla üretim yapan ve geleceği şekillendiren teknolojilere imza atan BSH Türkiye, İnsan Kaynakları alanında yenilikler sunmaya devam ediyor.

Şirketin Weflex vizyonu çerçevesinde çalışanlar hem dijital altyapılarla güçlendirilmiş iş süreçleri ile ofise dönüşe hazırlanırken hem de, yeni dönemde rolü uzaktan çalışmaya uygun çalışanlar, yıllık çalışma saatlerinin %50’sinde uzaktan çalışma esnekliğine sahip olacak.

Pandeminin ardından yeni normale dönüşte hibrit çalışma modellerinin öncüleri arasında yer alan Weflex, çalışanlara otonom, esnek, yaratıcı, keyifli ve yüksek performanslı bir çalışma ortamı sağlamak üzere tasarlandı. Mayıs 2022 itibarıyla başlatılan uygulamayla BSH çalışanları esnek çalışma modelleri

ile desteklenecek. Eşzamanlı olarak dijital uygulamalardan, güçlü yan haklardan ve yeni nesil İK uygulamalarından yararlanmayı sürdürecektir.

Çalışanların %89’u BSH’de çalışmaktan gurur duyuyor

BSH Türkiye, mesleki ve kişisel gelişim programları, koçluk - mentorlük fırsatları, sağlık ve iş-yaşam dengesi çalışmaları ve özenle tasarlanmış iletişim aktiviteleri ile çalışanlarını destekliyor. Çalışanlarının yeni nesil dijital yetkinlikler kazanarak dünyanın en yenilikçi ve çevreci ev aletlerini geliştirme yolculuklarında her zaman yanlarında yer alıyor. Bu kapsamda 50 ülkede global sorumluluk alma ve farklı coğrafyalarda deneyim kazanma imkanı sunuyor. Yeni Weflex uygulamasıyla sunduğu katkıyı zenginleştiren BSH, çalışanlarından da tam



not alıyor. Şirketin gerçekleştirdiği anketlerde, çalışanların %89’u BSH’de çalışmaktan gurur duyduğunu ifade ederken, %85’i de BSH’yi iyi bir işveren olarak çevresine tavsiye ediyor.

BSH Türkiye, çalışanlarına sunduğu yeni nesil, hibrit çalışmayı destekleyen Weflex uygulamasıyla bu başarıyı sürdürülebilir kılmaya ve çalışanlarının ilk tercihi olmayı sürdürmeye odaklanıyor.

dysis ile lezzetli çay saatleri.



dysis
INNOVATIONSHALIZ



Beko “Hack the Normal” Hackathon’u ile sürdürülebilirlik alanındaki yaratıcı çözümleri ödüllendirdi

Beko, Avrupa’da düzenlediği “Hack the Normal-Sustainability” hackathonu ile iklim krizi ve sürdürülebilirlik alanındaki yaratıcı çözümleri ödüllendirdi.



Utku Barış Pazar

Arçelik Strateji ve Dijitalleşmeden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

Avrupa’nın dört bir yanından girişimcilerle ve yenilikçi düşünen herkese kapılarını açan etkinliğe, 70 ülkeden 500’ün üzerinde kişi katıldı. Katılımcıların üç gün boyunca günümüzün en önemli çevresel sorunlarına çözümler sundukları projelerini anlattığı yarışma sonucunda, Döngüsel Ekonomi, İklim Değişikliği ve Su Yönetimi olmak üzere üç kategoride başarılı olan ekiplere ödül verildi.

“Hack the Normal-Sustainability” hackathonu ve sonuçlarına ilişkin şu değerlendirmeyi yaptı: “Hepimizi etkileyen bu büyük sorunlara böylesine parlak ve ileri görüşlü çözümler geliştirildiğine tanık olmak ilham vericiydi. Önceki iki hackathonda edindiğimiz deneyimlerden yola çıkarak, 500’den fazla katılımcıyı bir araya getirdik. Avrupa’nın ilk karbon nötr, aynı zamanda da en büyük

sürdürülebilirlik hackathonunu tamamlamaktan gurur duyuyoruz. Bu yıl etkinliğimizin odağında, gittikçe ağırlaşan iklim krizi vardı. Karbon tüketimini ve salınımını azaltmaya yönelik etkili çözümler geliştirmek için acilen adımlar atmamız gerekiyor. Ortak bir amacımız var: Gezegenimiz ve insanlık için olumlu sonuçlar doğuracak fikirler üretmek. 51 erken aşama start-up ile 700’ün üzerinde başvuru olarak 70’ten fazla ülkeden 94 ekibi aynı amaç için bir araya getirmekten gurur duyuyoruz. Yarışmanın kazananlarını, ortak bir amaç uğruna bir araya gelip, birlikte çalıştığımız zaman neler başarabileceğimizi gösterdikleri için bir kez daha tebrik ediyorum. Günümüz çevresel sorunlarıyla mücadele etmenin en etkin yolunun iş birliği ve yenilik üretmekten geçtiğine inanıyoruz. Bu etkinlik bu yolda atılmış büyük bir adım.”

Hackathonun Kazanan Ekipleri

Beko, Avrupa’nın en büyük girişim hızlandırıcılarından biri olan Startup Wise Guys ile birlikte, projelerin ticarileştirilmesi için yarışmanın ve BEKO Özel Ödül’nün kazananlarını projelerini geliştirmeleri için destekleyecek. Ayrıca 50 bin Euro’luk ödül havuzundan da yararlanacak olan yarışmanın kazananları ise Salubata, TEAM 52 ve Koalalar oldu.

Döngüsel Ekonomi kategorisini, küresel plastik atık sorununa, PET atıklarını şık ve kullanışlı modüler ayakkabılara dönüştürerek çözüm sunan **Salubata** ekibi kazandı. Patentli bir teknoloji kullanan ekip, katı atık sahalarından yaklaşık 6 milyar ton plastik atığın dönüştürülmesi için geliştirdiği prototipi sundu.

İklim Değişikliği kategorisinin kazananı ise bekleme modunda bırakılan ev aletlerinin elektrik tüketimine ve karbon salımına odaklanan **Team 52** oldu. Ekip, tüketicilerin, kullanmadıkları zamanlarda ev aletlerini kapatabilecekleri, bu sayede de enerji tasarrufu sağlayarak, karbon salınımını azaltmayı sağlayan yenilikçi bir akıllı ev çözümü geliştirdi.

Koalalar ise kıyafetleri hiç olmadığı kadar verimli temizlemek için soğuk su ve ozondan yararlanan yeni bir çamaşır makinesi teknolojisi geliştirerek, **Su Yönetimi** kategorisinin kazananı oldu. Bir sonraki Beko çamaşır makinesi serisinde kullanılması önerilen bu yeni teknoloji, yüksek miktarda deterjan ve sıcak su ihtiyacını azaltarak su ve enerji tasarrufu sağlaması bekleniyor.

AVEGA

TEKNİK



Temizlik Makineleri • Ev Aletleri • Kahve Makineleri • Ankastre Cihazlar



YETKİLİ SERVİSİ OLDUĞUMUZ MARKALAR

KÄRCHER

Germany
Fakir
HAUSGERÄTE

nilco

Fantom

Fantom
PROFESSIONAL

Nilfisk

ATILGAN SERVİS TEMİZLİK MAKİNELERİ SAN. TİC. LTD. ŞTİ.

Merkez: Kazım Karabekir Mh. Ordu Caddesi No: 15 Ümraniye / İSTANBUL

Şube 1: Bahçeşehir 2. Kısım Mahallesi Mercedes Bulvarı No: 24 Başakşehir / İSTANBUL

Şube 2: Kumbahçe Mahallesi Atatürk Caddesi No: 54 Bodrum / MUĞLA

0216 630 10 05 - 0532 630 45 91

0532 066 27 91

0532 630 04 88

Silverline sektördeki ilk NFT'yi çıkardı

Teknoloji ve tasarımı odağına alarak ankastre sektöründe güçlü bir büyüme gerçekleştiren ve sektörde birçok yeniliğe öncülük eden Silverline, ilk davlumbaz NFT'sini hazırlayarak bir ilke daha imza attı.

Teknolojik ve yenilikçi ürünleriyle geleceğin trendlerine yön veren Silverline, ankastre sektörünün ilk davlumbaz NFT'sini hazırlayarak çok yönlü bir dijital tüketici bağlantısının da temelini attı. Blatform iş birliğiyle prototip olarak tasarlanan Lightline Cube ürününü NFT olarak Digifinex platformunda açık artırma ile satışa sunan marka; 500 USD fiyat ile çıktı. Silverline 60'dan fazla ürününü 1 yıl içinde meta veri tabanına taşımak için çalışmalarına başladı.

Ürünlerinde tasarımı odağına alan ve yenilikçi ürün yaklaşımı ile fark yaratan Silverline, sektöründe bir ilke daha imza atıyor. Marka, tüm koleksiyonun hazırlanması için şirketleri blockchain teknolojileri ve kripto para ekonomisi ile güçlendirmeyi ve onlara yeni iş alanları açabilmeyi amaçlayan Blatform ile anlaştı. Blatform'un blokzincir ile hazırladığı NFT'lerin, sadece dijital görselden öte, gelecek için atılan önemli bir adım olduğunu düşünen Silverline, 1 yıl içerisinde 60'dan fazla ürününü meta veri tabanına taşımak için çalışmalarına başladı.



Silverline Ankastre CEO'su **Mustafa Laçın**



Silverline 2022 yılında 2 Milyar TL ciroya ulaşmayı hedefliyor

Üretim gücü, markalaşma yatırımları ve ihracat yapılanmasıyla 2021'de bir önceki seneye göre yüzde 56 büyüme gerçekleştiren Silverline, yılı 1 milyar 173 milyon TL ciro ile kapattı. Avrupa'nın ilk 5, dünyanın ilk 10 üreticisi arasında yer alan ve global pazarda güçlü bir yer edinen marka, ihracatta yaklaşık yüzde 50 büyüme ile 57 milyon \$ ciroya ulaştı. Silverline Ev Gereçleri, 2022 yılında yüzde %60'ın üzerinde bir büyüme ile 2 milyar TL ciroya ulaşmayı hedefliyor.

Silverline Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı arasında yerini aldı

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) tarafından gerçekleştirilen "Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçısı 2021" araştırmasında Silverline, Türkiye'nin ilk 500 ihracatçısı arasında yerini aldı. 2021 yılında faaliyet gösterdiği pazarlarda güçlü pozisyonunu korumayı başaran ve 70'in üzerinde ülkede ürünlerini kullanıcılarla buluşturan marka, üretiminin yüzde 40'ını ihraç ediyor. Silverline Ankastre CEO'su Mustafa Laçın, "2021 yılında ihracatta elde ettiğimiz yüzde 50 büyüme ile belirlediğimiz hedefler doğrultusunda büyük bir başarı elde ettik. Türkiye'nin ilk 500 ihracatçısı arasında yerimizi alarak bu başarıyı tescillemiş olduk. Kendi markamızla faaliyet gösterdiğimiz tüm pazarlarda kalitemizin yanına teknoloji ve tasarımı da koyarak global pazarın güçlü bir oyuncusu olmaya devam ediyoruz." diyor.

Yılın ilk 4 ayında ankastre sektörü ihracatta yüzde 4, pişirici grubu pazarı ise yüzde 12 büyüdü.

2022 yılında hammadde ve navlun fiyatlarındaki artış, kurdaki hareketlilik gibi sektörü zorlayan ekonomik krizler karşısında yılın ilk 4 ayında beyaz eşya sektörü ihracatta yüzde 4, pişirici grubu pazarı ise yüzde 12 büyüdü. "Tüm bu küresel zorluk ve belirsizliklere rağmen sektör ihracat açısından fırsatlar sunmaya devam ediyor" diyen Mustafa Laçın, "Yılın ilk yarısında Ukrayna-Rusya arasındaki savaşın negatif etkileriyle, özellikle Ukrayna tarafında 2-3 ay kadar satışlarda ciddi düşüşler görüldü. Bunun aksine yaklaşık 1 aylık ciddi bir duraklamadan sonra birçok Avrupalı üreticinin Rusya'yla ticari ilişkilerini durdurmasıyla birlikte Rusya'ya sevkiyatlarda hızlanmalar başladı. Böylelikle bizim için potansiyeli yüksek olan Rusya pazarı bir kat daha önem kazandı. Rusya yakın gelecekte büyük bir pazar potansiyeli olarak Türkiye ve sektör için ciddi fırsatları barındırıyor. Bugün Rusya ile kurulan olumlu ilişkiler uzun vadede ihracata önemli bir katkı sağlayacaktır." dedi.



ÜÇ FARKLI TEKNOLOJİ VESTEL'DE

İster OLED ister QLED, ister MiniLED teknolojisi...
Üç farklı teknoloji için tek adres: Vestel!



Beyaz eşya mağazacılığında Türkiye’de bir ilk

Beyaz eşya sektörünün bayilik teşkilatında çalışan perakendeciler yeni ve orijinal fikirleri ile sektörde fark yaratmaya devam ediyorlar. Orijinal ve inovatif çözümler ile tüketicilere “hizmette sınır yok” mesajı veren son uygulama haberlerinden bir tanesi Konya’da geldi. Başak İnovasyon Mağazacılık LTD. ŞTİ. Türkiye’de ilk defa bir mağazada, araç şarj istasyonunu hizmete sundu.



Beyaz eşya sektörünün bayilik teşkilatında çalışan perakendeciler yeni ve orijinal fikirleri ile sektörde fark yaratmaya devam ediyorlar. Orijinal ve inovatif çözümler ile tüketicilere “hizmette sınır yok” mesajı veren son uygulama haberlerinden bir tanesi Konya’da geldi. Başak İnovasyon Mağazacılık Ltd.Şirketi Türkiye’de ilk defa bir mağazada, araç şarj istasyonunu hizmete sundu. Mağazanın 3.Kuşak yöneticisi Mustafa Taha Karabacak konu ile ilgili olarak Dağıtım Kanalı dergisine şu açıklamalarda bulundu “Yapmış olduğumuz yenilikler ile sektöründe örnek olmaya ve unvanımızda bulunan inovasyon kelimesinin karşılığını vermeye devam ediyoruz.” Karabacak sözlerine şöyle devam etti, “Gelecekte artmasını beklediğimiz elektrikli araçlar için altyapısını oluşturduğumuz ve bayiliğini yapmış olduğumuz Siemens ev aletleri tüketicilerine eşsiz Siemens deneyimini yaşatmak

adına 2022 yılı için tüketicilerinden hiçbir şarj ücreti almaksızın bu hizmeti tamamen ücretsiz olarak sunmaktayız.

Elektrikli araç sahibi olan bir tüketici alışveriş yapsın veya yapmasın mağazamıza misafir olarak gelebilir, kahve köşesinde kahvesini yudumlarken aynı anda aracını da ücretsiz olarak şarj yapabilir. Veya dışarıdan herhangi bir tüketici e- şarj altyapısını kullanarak 7 gün 24 saat mağaza önüne gelerek aracını şarj edebilir.

Mustafa Taha Karabacak son olarak şunları söyledi. “Bu şekilde tüm Türkiye’den herhangi bir kişi e-şarj mobil uygulaması üzerinden mağazamızın lokasyonunu ve ismini görmüş oluyor. 1954 yılından beri Konya’da 3 kuşaktır hizmet veren Başak mağazacılık şu anda Konya’da 3 farklı lokasyonda hizmet vererek sektöründe yenilik ve dijitalleşme konusunda öncülük ediyor.”



Başak Mağazacılıkta 3 kuşak, BSH Siemens Türkiye Satış Direktörü Hakan Sultar ile birlikte



BASF'tan yeni alev geciktirici poliftalamidler

BASF, poliftalamid (PPA) portföyünü, yüksek termal stabiliteyi mükemmel elektrik yalıtımı ve düşük su alımıyla birleştiren çeşitli alev geciktirici ürünlerle genişletiyor.



140°C'nin üzerinde yüksek elektriksel RTI değerleri (RTI=bağıl termal indeks) ile karakterize edilirler ve EN 50642'ye göre halojen içermezler, böylece nemli koşullar altında kullanıldığında elektrikli parçaların korozyonunu ve arızasını önlerler. PA9T, PA66/6T, PA6T/66 ve PA6T/6 bazı halojensiz PPA'lar ayrıca daha iyi renklendirilebilirlik ve uzun renk kararlılığı sağlar. BASF, bu yeni alev geciktirici sınıflarla, elektrikli cihazlarda, araçlarda, tüketici elektroniğinde vb. güç veya veri iletimi için konektörler gibi uygulamalar için yeni olanaklar sunan özel bir E&E portföyü sunuyor.

Ürün yelpazesi, Solvay'dan alınan bir PA66/6T olan ve şimdi dünya çapında

BASF'den müşterilere sunulan, kolayca işlenebilen Ultramid® One J 60X1 V30'u içerir. PPA öncüsü Ultramid® TKR 4340G6 (PA6T/6) ile birlikte, yalnızca 160°C'lik en yüksek elektriksel RTI değerini sunmakla kalmaz, aynı zamanda çok kolay işlenebilirlik sunar. PA9T Ultramid® Advanced N3U41G6, SMT (yüzeye montaj teknolojisi) işleme için çok önemli olan, son derece düşük su alımında 150°C'lik bir elektriksel RTI gösterir. Yüksek sıcaklıklarda tüm PPA'ların en kararlı mekanik performansı ile birleşen kimyasal direnci, onu özellikle elektronik uygulamalar için uygun hale getirir. Ultramid® Advanced T2340G6, 150°C elektriksel RTI ile çok iyi akışkanlığa sahip bir PA6T/66'dır ve örn.

kablodan karta ve karttan karta konektörler.

PPA portföyündeki tüm alev geciktirici malzemeler, yüksek sıcaklıklarda yüksek mekanik ve dielektrik dayanımlarını korur. Düşük ve yavaş su alımının yanı sıra düşük bir termal genleşme katsayısı nedeniyle çok iyi boyutsal kararlılık gösterirler. < 0,4 mm'ye kadar olan kalınlıklarda V-O derecesine izin verirler ve kablo yönetim standardı CMS EN 50654 (2018-05) ile uyumludurlar. Böylece E&E parçalar, ısıyla yaşlandırma ve uzun süreli kullanım sonrasında mekanik ve elektriksel özelliklerini koruyarak alev geciktirici PPA kalitelerinden yararlanır.

Evden çalışırken hangi beyaz eşyalar & küçük ev aletleri işinize yarar?

Bildiğiniz üzere pandeminin hayatımıza girmesiyle birlikte evden çalışma rutinleri her geçen gün daha da çoğalıyor. Pandemiyle de birlikte çalışma alışkanlığımız bile değişir halde geldi. Her sabah kalkıp işe gitmek yerine evden çalışmak da artık bir rutin halinde karşımıza çıkıyor. Evden çalışırken işlerimizi çok daha hızlı ve kolay bir şekilde yapmamız gerekiyor. Örneğin uzun uzun kahvaltılar yerine sabah sadece bir tost yapıp toplantımıza katılabiliyoruz. Bu sırada da işlerimizi kolaylaştıracak küçük ev aletleri ve beyaz eşyalar da hayat kurtarıcı bir görev üstleniyor. Hep beraber evden çalışırken hangi beyaz eşyalar ve küçük ev aletlerinin işimize yarayacağına bir göz atalım.

Kahve Makineleri

Kahve makinelerini son zamanların en pratik küçük ev aletleri sıralamasında gösterebiliriz. Evden çalışacağınız zaman diliminde cezveyle sürekli kahveyi karıştırmakla ve ocak başında taşmamasını beklemekle zaman kaybı yaşayabilirsiniz. Tam da burada kahve makineleri, kahvenizi koyup sizin için saniyeler içinde kahvenizi hazır edebilir. Bu da çalışmanızı erteleme ve zaman kaybı yaşamamanın önüne geçebilir. Günün stresi ve iş yoğunluğu içerisinde kahvenin her daim taze ve istenilen şekilde hazır olmasını sağlayacak kahve makineleri evden çalışmayı oldukça kolaylaştıran cihazlardan.



Robot Süpürgeler

Genellikle evden çalışanlar bile çalışmalarına ara verip ev temizliğine kalkışabiliyor ve saatlerini ev temizliği yaparak geçirebiliyorlar. Bu alanda robot süpürgelerin büyük yardımını görebilirsiniz. Siz çalışırken robot süpürgeye süpürme ve silme komutu verebilirsiniz. Hem evden çalışırken aklınızı kurcalayacak ve odağınızı dağıtacak bir etken kalmaz, hem de yorulmadan temizliğinize bir çözüm yolu bulabilirsiniz.



Mikrodalga Fırın

Mikrodalga fırınlar, özellikle evden çalışanlar ve ocakta yemek ısıtmaya zamanı olmayanlar için çok ideal bir ev aletidir. Mikrodalga fırın, çalışma sırasında acıktığınızda ocakta yemek karıştırmakla uğraşmayıp, yemeğinizi mikrodalgaya atarak saniyeler içinde ısınmasına ve pratik bir şekilde yiyebilmenize olanak tanır. Zaman yönetimi açısından oldukça işinizi kolaylaştırır. Özellikle toplantılar ve günlük işler yüzünden oluşan yoğun iş programı içerisinde mikrodalga fırınlarla beslenme düzeni daha rahat şekilde sağlanabilir.



Düzleştiriciler ve Maşalar

Bazı zamanlar olur ki saniyeler içinde hazırlanmamız gerekir. Burada da düzleştiriciler ve maşalar o zamanlarda yardımcı olan önemli ev aletlerindendir. Evden çalışırken acilen toplantınıza çıktık ve saçlarınız karışık haldeyse işinize yarayacak olan tek şey bu aletleri kullanmak olacaktır. Oldukça pratik ve kolayca saçlarınızı hızlıca şekillendirip, sık bir görünüme sahip olabilirsiniz. Özellikle kadınların toplantılar sırasında daha sık ver güzel görünmesine yardımcı olacak bu ürünler ile kuaföre gitme derdinden de kurtulmak mümkün.



Buharlı Dikey Ütüler

Buharlı dikey ütüler, saatlerce ütü yapmanıza kesinlikle son verecek bir ev aleti olabilirler. Evden çalışırken de özellikle yaz aylarında normal ütülerle harcayacağınız zamana, buharlı dikey ütülerle zaman kaybı olmayacak bir şekilde son verebilirsiniz. Kullanımı pratik ve kolay olan bu ütüler, olduğunuz yerden giysilerinizin kırışıklıklarını yok etmek için kolaylıkla kesin çözüm olarak sunulabilirler. Evden çalışma sırasında online bağlantılar, toplantılar ve görüşmeler sırasında çok hızlı çözümler üretebileceğiniz ve daha bakımlı giysilere sahip olabileceğiniz bu ürünler, iş hayatında en büyük yardımcınız olacak.



“TÜRKBED: “Tüm olumsuzluklara güçlü bir şekilde göğüs gerdiğimizi görüyoruz”



Küresel ekonomik, siyasi gelişmeler ve bu gelişmelerin ülkemize yansımaları nedeniyle 2022 tahmin edildiği üzere herkes için zor bir yıl olduğunu söyleyen TÜRKBED Yönetim Kurulu Başkanı Can Dinçer, tüm sektörler gibi olumsuzluklardan beyaz eşya sektörünün de etkilendiğini ifade etti. TÜRKBED üyelerinin 6 ana üründe iç satışlar geçen yılın ilk dört ayı ile kıyaslandığında %13 oranında düştüğünü söyleyen Dinçer, buna rağmen ilk dört ayda ihracatımızdaki %4 oranındaki artışın etkisiyle, iç satışlar ve ihracat oranının bir önceki yılın aynı dönemiyle paralel seyrettiğini açıkladı: “Tek başına Nisan ayına baktığımızda ise iç satışların %22 oranında daraldığını ve ihracatımızın %2 oranında azaldığını görüyoruz.

Beyaz eşya sektöründeki ilk 5 aylık verilerin, sektörün küresel ekonomik gelişmeler, savaş ve hammadde tedarikindeki kısıtlar gibi olumsuzluklara güçlü bir şekilde göğüs gerdiğini gösterdiğini ifade eden TÜRKBED Yönetim Kurulu Başkanı Can Dinçer, TÜRKBED üyelerinin 6 ana üründe iç satışlarının geçen yılın ilk beş ayı ile kıyaslandığında %9 oranında düştüğünü söyledi: “Üretimimiz ise %5 oranında geriledi. Aynı dönemde satış ve ihracatın toplamından oluşan toplam satışlarımız da %1 oranında düşerken ihracatımız %2 oranında artış gösterdi.

Üretiminin %75’ini ihraç eden bir sektör olarak yeni pazarlarda olası büyüme fırsatlarını izleyerek ihracatımızı daha da ilerilere taşımayı hedefliyoruz. Ticaret

Bakanlığı’nın Avrupa Birliği ve Kore menşeli bazı sıcak sac ürünleri için başlattığı soruşturma kapsamında anti dumping vergisini değerlendirmesi sektörümüz açısından kaygı verici bir gelişme olarak gündemimizdeki yerini koruyor. Rekabetçi gücümüzü korumak için hammadde tedarik kanallarımızı çeşitlendirmemiz kritik öneme sahip. Sektörümüzün en önemli girdisini oluşturan yassı çeliğin teminine ilişkin gelişmeleri yakından takip etmeye devam ediyoruz.

Dünyanın en büyük ikinci beyaz eşya üreticisi olarak, Ar-Ge alanındaki gücümüz ve devletimizin de desteğiyle küresel rekabetteki yerimizi daha da sağlamlaştıracağımıza inanıyoruz.”



Can Dinçer TÜRKBED Başkanı

TÜRKBED Beyaz Dünya Mayıs 2022

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	2.086.167	2.240.502
Yüzde değişim	-% 7	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	11.928.752	12.265.687
Yüzde değişim	-% 3	
	İÇ SATIŞ	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	594.886	520.184
Yüzde değişim	% 14	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	2.925.388	2.952.805
Yüzde değişim	-% 1	
	İHRACAT	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	1.719.786	1.831.487
Yüzde değişim	- % 6	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	9.349.065	8.958.591
Yüzde değişim	% 4	
	İTHALAT	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	11.023	13.377
Yüzde değişim	- % 18	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	44.078	47.761
Yüzde değişim	-% 8	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	2.314.306	2.552.060
Yüzde değişim	-% 9	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	13.668.529	14.407.950
Yüzde değişim	-% 5	
	İÇ SATIŞ	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	706.928	668.126
Yüzde değişim	% 6	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	3.495.520	3.860.324
Yüzde değişim	-% 9	
	İHRACAT	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	1.922.138	2.038.519
Yüzde değişim	-% 6	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	10.784.723	10.551.452
Yüzde değişim	% 2	
	İTHALAT	
	Mayıs 2022	Mayıs 2021
Adet / Yıl	27.840	58.254
Yüzde değişim	- % 52	
	Ocak-Mayıs 2022	Ocak-Mayıs 2021
Adet / Yıl	126.628	310.823
Yüzde değişim	-% 59	

SÜPÜRGEÇ e-max

arnica

2 in 1 Şarjlı Dik Süpürge
Tüm Yüzeylerde Etkili Temizlik

ŞARJ
İSTASYONU

400 W
FİRÇASIZ
DC MOTOR

ÇIKARILABİLİR
ALÜMİNYUM
BORU

SERT ZEMİN
HALI İÇİN
AYARLANABİLİR
ÖZEL FİRÇA

Çift
Kademeli
Hız Sistemi

Üst Düzey
Temizlik

Bakteri ile
Mücadelede
Etkin Güç

İdeal Temizliğin
Etkili Modeli
Süpürgeç!



GÜÇ VE
KONFOR
BİR ARADA

1.3 LT
TOZ HAZNESİ

40 DK
NORMAL KADEMEDE
ÇALIŞMA SÜRESİ

LED
FİL DÖŞERGESİ

KÜÇÜK VE HAFİF

NORMAL EMİŞ

YÜKSEK EMİŞ

SAKLAMASI KOLAY

3 yıl
garanti

Büyük Beklentiler: Küresel perakendeciler IFA 2022'ye hazırlanıyor

Dünyanın dört bir yanından perakendeciler, pandemi sonrası bir gelecekte yeni tüketici beklentilerine nasıl hazırlanmaları gerektiğini IFA 2022'de konuşacaklar. ,



Dünyanın en büyük perakendecileri ve perakende gruplarının çoğu için IFA Berlin 2022, tüketici elektroniği ve ev aletleri sektörlerinin markaları ve üreticileri ile tam ölçekte bağlantı kurmak için ilk fırsat olacak. Etkinlik (2-6 Eylül), üreticilerin ve markaların, evin yeni bir önem kazandığı ve birçok insanın yeni hibrit çalışma modellerini takip ettiği bir dünya için optimize ediliyor. Yeni nesil yenilikçi hizmetlerin ve cihazların neler olacağını gözler önüne sürecektir etkinlik, değişen tüketici alışkanlıklarını da ortaya koyacak.

Perakendeciler, pandemi sonrasında tekrar etkinliğine katılmak için sabırsızlanıyor.

Covid-19 sonrası ortaya çıkan fırsatları iyi değerlendirmek için en yeni ve inovatif ürünlerini bu fuarda sergilemeyi hedefliyor.

IFA, markalar için küresel, tarafsız ve yüksek kaliteli bir platform olarak biliniyor. Etkinlik, sektör, perakende ve medyadaki katılımcılara esnek ve son derece özelleştirilmiş çözümler sunuyor. Daha önce olduğu gibi, konsept hala B2B ve B2C unsurlarını birleştiriyor, bu da ürünleri ve markaları hem endüstri vitrini hem de gerçek tüketicilerin önünde yenilik için bir gerçeklik kontrolü olarak benzersiz bir ilgi çekici bağlamda sergilemeyi mümkün kılıyor. Bu nedenle, etkinlik uzmanlar için, halk için

olduğu kadar medya için de önemli.

2 - 6 Eylül 2022 tarihleri arasında beş gün boyunca Berlin'deki IFA, tüketici elektroniği, ev aletleri, bilgi teknolojisi ve telekomünikasyon alanlarında dünyanın önde gelen markalarını bir araya getirerek, dünya çapındaki endüstrinin yeniden inşa edilmesi için benzersiz bir fırsat ve platform sağlayacak. Eylül ayı başlarında gerçekleşecek olan IFA, uluslararası perakendeciler için en önemli sezona giden süreçte Doğu ve Batı arasındaki küresel saat dilimlerini kapsıyor.

OUR VISION IS THE KEY OF OUR SUCCESS

**RETAIL
DEVE-
LOP-
MENT-**

pozitera®

www.pozitera.com

Mutfaktaki hızlı ve güçlü yardımcılar: Bosch ErgoMixx Style 1000W Çift Çırpıcı El Blenderları

Bosch, mutfaktaki lezzet yolculuğuna yenilenen çift çırpıcı Bosch ErgoMixx Style 1000W El Blenderları ile eşlik etmeye devam ediyor. 5 yıl garantili 1000W motoru ile üstün karıştırma, kesme, çırpma ve yoğurma performansı sunan el blenderları, en zorlu malzemelerde dahi hızını kesmiyor. Sahip olduğu, uzun ömürlü ekstra keskin 4 kanatlı QuattroBlade paslanmaz çelik bıçağı sayesinde buz, donmuş meyve, sert kuruyemişleri çok kısa sürede kolaylıkla istediğiniz boyuta getirirken; yeni paslanmaz çelik çift çırpıcı başlığı ile krema, yumurta akı veya hafif hamurları bir çırpıda istediğiniz kıvama getiriyor.

12 hız ayarı ve turbo fonksiyonu ile her türlü tarifte ideal sonuçlar sunan blenderlar, paslanmaz çelik kaplı gövdesi, kaymayan soft

touch tutma sapı ve hafif tasarımıyla kolay ve güvenli kullanım sağlıyor. Kullanım sonrasında da işleri kolaylaştıran blenderların motor aksamı hariç diğer tüm parçaları bulaşık makinesinde temizlenebiliyor.

Sessiz ve sarsıntısız motoru ile de mutfakların arananları arasında olmaya aday blenderlar, farklı aksesuarlara sahip MS6CB6157, MS6CB6197, MS6CB61V7, MS6CM6157, MS6CM6197 modelleriyle her talebi karşılıyor.



Goldmaster Şef Profesyonel Stand Mixer ile hamur işlerinize şef dokunuşu

Goldmaster Şef Profesyonel Stand Mixer ile mutfağınıza usta bir şef eli geliyor ve sofralarınıza en lezzetli hamur işlerini konuk ediyor. 5,5 Litre kapasiteli çelik haznesi ile tüm tariflerinizi eksiksiz yapmaya olanak sağlarken, 10 kademeli ve darbeli hız ayar butonu ile de en yoğun hamurları hiç yorulmadan yoğuran Şef Profesyonel Stand Mixer, sıçramaya karşı koruma kapağı sayesinde ise tertemiz bir mutfak sunuyor. Hamur yoğurmanın dışında çırpma ve karıştırma aparatları ile farklı tarifler deneyerek mutfakta harikalar yaratmanızı sağlayan Şef Profesyonel Stand

Mixer, emniyet kilit sistemi sayesinde de olası küçük kazalara karşı koruma sağlıyor. Tek mandalla açılıp kapanabilen gövde dizaynı ile pratik bir kullanım sunan stand mixer, çıkarılıp temizlenen aparatları ile de mükemmel hijyeni sağlıyor. Düşük ses seviyesi sayesinde her an kullanım imkanı sunarken, etkileyici parlak kırmızı tasarımı ve mavi LED ışığı sayesinde mutfağınızın parlayan yıldızı olacak.



Arzum Rosy ile uzun süreli pürüzsüz bir ten

Yaz boyunca şorttan elbiseye birbirinden hafif yazlık giysileri arzu ettiğiniz zaman gönül rahatlığıyla giyebilme konforuna sahip olmak istemez misiniz? Her zaman kadınların en büyük yardımcısı olan Arzum'un kişisel bakım ürünü Rosy Epilasyon Cihazı ile tüylerden kurtulmak artık çok hızlı ve kolay. 18 cımbızlı epilasyon başlığıyla en kısa tüyleri bile rahatlıkla alabilen Arzum Rosy, teninizde uzun süreli pürüzsüzlük sağlıyor. Hassas epilasyon ve hızlı uygulama için iki farklı hız ayarına sahip Rosy ile zamanınızı kendinize göre ayarlayabilir, istediğiniz parlak tene istediğiniz sürede sahip olabilirsiniz. Ergonomik gövdesi ve kablolu kullanımı sayesinde kesintisiz uygulama rahatlığı sunan Arzum Rosy, epilasyon işlemini daha kolay ve zahmetsiz hale getiriyor.

Deniz sezonu sürerken, plajda geçirilecek keyifli saatlerde tüylerden arındırılmış ışıltılı bir tene sahip olmak ya da gardırobunuzdan istediğiniz giysiyi hiçbir tereddüde kapılmadan giymek istiyorsanız siz de kendinizi Arzum Rosy Epilasyon Cihazının sunacağı uzun süreli pürüzsüzlüğe teslim edebilirsiniz.



Arzum Magiclean Power Dikey Şarjlı Süpürge temizliği keyfe dönüştürüyor

Arzum'un teknoloji ve performansı bir araya getirerek tasarladığı Arzum Magiclean Power Dikey Şarjlı Süpürge kullanım kolaylığı ile temizliği keyfe dönüştürüyor. Magiclean Power, 350 W gücündeki motor gücü ve motorlu led turbo başlığı ile görünmeyen tozlara bile savaş açarken, mini turbo başlık, perde/ raf başlığı, yumuşak fırçalı 2'si 1 arada başlık, ince uçlu gibi zengin başlık seçenekleriyle evinizde ulaşılmadık yer bırakmıyor. Yüksek performanslı ve uzun ömürlü BLDC motoruyla maksimum çekiş gücü sağlayan Arzum Magiclean Power, yüksek kapasiteli bataryası sayesinde kablosuz ve her zaman kullanıma hazır bir temizlik imkânı sunuyor. 40 dakikaya kadar kullanım süresi ve kolayca boşaltılabilen 0,6 litre kapasiteli toz haznesi ile Magiclean Power, tek seferde tüm evi temizlerken kullanım kolaylığı sağlıyor. Magiclean Power, 3 kademeli hız ayarı ile ise her türlü tozun üstesinden geliyor. Tüm bu özellikleri ile temizliğin en konforlu halini sizlere sunan Magiclean Power, duvara montaj aparatı ile de evinizde yer kaplamıyor.



Hoover ankastre setler, ileri teknolojisi ve performansıyla hayatın merkezinde



Yüksek teknoloji ve kaliteli malzemeli Hoover ankastre fırınlar şık tasarımı ve kullanım kolaylığıyla yanınızda. Çevreye duyarlı, yüksek performanslı ve tasarruflu H-OVEN serisi ile aynı anda 5 tepside farklı yemek pişirebileceğiniz 80 litre kapasiteli, Hydro Easy Clean ile kolay temizlenebilen, teleskopik raflarıyla güvenli ve pratik kullanım sunan, hOn bağlantısı ile şeflerin hazırladığı tariflere ulaşabildiğiniz, uzaktan kontrol kolaylığı sunan ankastre fırınlar, yepyeni bir pişirme deneyimi sunuyor.

Her ayrıntısı özenle düşünülmüş detayları

ve uzun ömürlü performansıyla yepyeni bir pişirme deneyimi sunan ankastre ocaklar; 60 ve 75 cm'lik seçenekleri, döküm ızgaraları, cam ve paslanmaz çelik malzeme seçeneği, siyah, beyaz ve inox renk alternatifleri ile farklı tarzlara ve ihtiyaçlara cevap veriyor. Gazlı ve vitrosesamik modelleriyle, seçim özgürlüğünün yanında yüksek performans sunuyor.

Yüksek emiş gücüne sahip davlumbazlar, eğimli siyah veya beyaz cam ön paneliyle mutfağınıza şıklık katarken mutfağınızı kokudan, dumandan arındırıyor. Ayrıca dokunmatik ve uzaktan kumanda seçenekleriyle kullanım kolaylığı sunuyor.

Teknolojiyle hayatınıza konfor katan akıllı bağlantılar hOn (Wi-Fi ve Bluetooth) hOn uygulaması, Wi-Fi ve Bluetooth ile ankastre fırınınızı uzaktan kontrol etmenizi, ilave programlara ve faydalı kullanım önerilerine erişmenizi sağlar. Pişirme deneyiminizi, özel ekstra içerik dünyası erişimine olanak tanıyan yeni hOn uygulamasıyla geliştirebilirsiniz. Zengin içerik dünyasına erişebileceğiniz hOn uygulamasıyla, gerçek şefler tarafından hazırlanmış dünya mutfaklarına ait 3000'den fazla eşsiz tarife erişebilir, önerilen programlarla birbirinden lezzetli yemekleri kolaylıkla yapabilirsiniz.

Herkes için uygun yarı kulak içi TWS kulaklık: HUAWEI FreeBuds SE



Benzersiz bir şekilde tasarlanmış HUAWEI FreeBuds SE piyasaya sürüldü. HUAWEI FreeBuds SE, akıllı deneyim ile mükemmel ses kalitesine, saatlerce rahat bir dinleme deneyimi sağlamak için rahat ve ergonomik bir uyuma sahip. HUAWEI FreeBuds SE'nin pil ömrü ve yarı kulak içi tasarımı, işe giderken, evden çalışırken veya çevrimiçi derslere katılırken rahat ve tatmin edici bir ses deneyimi sağlıyor.

TWS kulak içi kulaklıkları ilk kez denemek isteyen kablolu kulaklık kullanıcıları için HUAWEI FreeBuds SE en uygun seçim. Özgürce dinlemelerine ve daha akıllı bağlantı kurmalarına olanak tanıyarak yeni kullanıcıların TWS kulaklık kullanmaya başlamasını ve keyfini çıkarmasını kolaylaştırıyor. HUAWEI FreeBuds SE'nin kompakt şarj kutusu avuç içine sığarak kullanıcıları güvenli ve rahat tutuş hissi sunuyor. Kasa parlak yüzeyi hafifçe parlıyor ve konturlar kasayla modaya uygun bir tasarım kazandırıyor.

HUAWEI FreeBuds SE, bulutların ve gökyüzünün ağırlıksızlığından ilham alan yıldız mavimsi ve beyaz olmak üzere iki renge sahip. HUAWEI FreeBuds SE'nin tasarımı, antik unsurları teknolojiyle bütünleştirerek, ürünün gerçek güzelliğini ortaya çıkarmak için klasik ve modern tasarımı bir araya getiriyor.

Kullanıcıların TWS kulak içi kulaklıklarla ilgili temel taleplerinden rahatlık ve kolaylık başta geliyor. HUAWEI FreeBuds SE, yarı kulak içi tasarımı bir çift kulaklık olarak dış kulağın hatlarına uyacak ve kulak kanalındaki basıncı azaltarak nefes alabilen, hafif bir uyum sağlayacak şekilde üretildi.

Medisana IPL-845 ile pürüzsüz ve sağlıklı bir cilde merhaba

IPL teknolojisi, geleneksel epilasyon yöntemlerinden daha kalıcı çözüm arayanlar arasında popülerliğini artırıyor. Evde rahatlıkla kullanılabilen bu ışık bazlı epilasyon yöntemi, kıl foliküllerinin yapısını değiştirerek oluşumlarını engellemekte. Ev konforunda IPL 845 ile yüz, kol, koltuk altı, bacak ve bikini gibi vücudunuzun farklı bölgelerinde kızarıklıklar, tahriş, kesikler ve batıklar olmadan ağrısız bir işlem ile 4 seans düzenli kullanımda %50 azalma elde edebilirsiniz.

Alman sağlık markası olan Medisana, IPL 845 modeli ile kullanıcıya 100.000 ışık atışlı değiştirilebilir başlığı ile sınırsız kullanım imkanı sunuyor. Her ışık atımı öncesi cilt analiziyle en uygun ışık yoğunluğunu ayarlama özelliğine ek 5 farklı yoğunluk modu arasında manuel olarak da geçiş sağlayabilirsiniz. İstenmeyen tüylerinize, zararlı UV ışınlarını bloke eden filtresiyle atış yaparak, sağlıklı ve kalıcı çözüm üretir.



Silverline yemek yapmayı keyfe dönüştürüyor

Tasarım ve fonksiyonelliği teknoloji ile buluşturarak kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik ürünler geliştiren Silverline; yemek yapmayı keyfe dönüştürürken, sofraları da daha lezzetli hale getiriyor. S2, S3, S4 ve Retro fırınlara güveç pişirme fonksiyonu ekleyen marka, kullanıcılarına en nefis yemekleri en sağlıklı şekilde pişirme imkanı sağlıyor. Teleskopik ray özelliği, 3D Airmove özelliği ve buhar destekli fırın temizleme sistemine sahip olan S3 ve S4 fırınlar pişirme deneyimini keyifle buluşturuyor.

Kullanıcı odaklı tasarım çizgisiyle fonksiyonel ürünlere imza atan Silverline, mutfakta geçirilen zamanı daha konforlu hale getiriyor. Güveç pişirme fonksiyonuna sahip fırınlar ile en sağlıklı ve lezzetli yemekler bayram sofralarıyla buluşuyor. 72 litre net iç hacmine sahip olan fırınlar, büyük güveçlerde yemek yapma ve kalabalık misafirleri rahatlıkla ağırlama fırsatı sunuyor. Yemeği kolayca çıkarmayı sağlayan teleskopik ray özelliği bulunan ve 3D Airmove özelliğiyle uygun ısı dağılımı sağlayan S3 ve S4 fırınlar, güveçteki yemeğin eşit bir şekilde pişmesini sağlıyor.

Fırın temizlemek artık çok kolay... Kolay temizleme özelliğiyle yemek sonrası temizlik yükünü ortadan kaldıran fırınlar, kullanıcıya zamandan tasarruf sağlıyor. Temizliği kolaylaştırmak için geliştirilmiş buhar teknolojisi bulunan S3 ve S4 fırınlarda ısı, suyu buhara dönüşüyor ve yumuşayan yiyecek atıklarının zahmetsizce temizleniyor. Rahat temizlik için fırın kapı camları, yan tel raflar ve teleskopik raylar kolayca takılıp çıkarılabiliyor.



Uğur derin dondurucular gıdaların sınıflandırarak saklama imkanı sunuyor

Türkiye'nin ilk derin dondurucu üreticisi Uğur ile tüm lezzetleri ilk günkü gibi taptaze koruyun. Derin dondurucunun ustası Uğur derin dondurucu farklı mevsimlere ait besinleri ilk günkü tazeliğiyle korurken dilediğiniz gıdaları da kullanım önceliğine göre düzenli bir biçimde sınıflandırarak saklama imkanı sunuyor. Birbirinden farklı boy ve hacimlere sahip Uğur derin dondurucular eviniz için en ideal ürün seçimi yapmanıza olanak sağlıyor.



ARZUM x Vahaa ile artık her evin bir akıllı bahçesi var!

Arzum, şehirde yaşayan insanların kendi yiyeceklerini yetiştirebilmeleri için tasarlanmış topraksız tarım ekosistemi olan Vahaa ile işbirliği neticesinde satışa sunduğu yeni ürünü Arzum x Vahaa Akıllı Bahçe ile evinizin her köşesinde taze ve lezzetli yeşillikler yetiştirme konforu sunuyor. Nesnelerin İnterneti (IoT)

teknolojisi ve topraksız tarım tekniği ile çalışan Arzum x Vahaa Akıllı Bahçe, yılın 365 günü kolay ve sürdürülebilir üretim yapmanızı ve her mevsim taptaze yeşillikleri dalından toplayarak sağlıklı yemekler hazırlamanızı sağlıyor. Üstelik hiç kimyasal kullanmadan katkısız ürünler yetiştirirken, ihtiyacınız olan kadarını dalından kopararak sıfır atık oluşumuna destek verebilirsiniz.

Arzum x Vahaa Akıllı Bahçe kolaylaştırılmış bir yetiştirme deneyimi sunmak adına tasarlandı. Vahaa mobil uygulaması ile hiçbir tarım bilgisine sahip olmayan biri bile ilk günden üretime başlayabilir. iOS ve Android işletim sistemleriyle uyumlu Vahaa mobil uygulama entegrasyonu ile bitki yetiştirme konusundaki tüm

bilgileri ve tohumdan hasada tüm süreci kolayca takip edebilirsiniz. Mobil uygulama ile uzaktan erişerek bitkilerinizi kontrol edebilir, akıllı bahçe kontrol paneli ile ortam koşullarını ölçümleyebilir ve akıllı bildirim sistemi ile gerekli hatırlatmaları önceden alabilirsiniz.

İçerisinde aynı anda 6-18 adet bitki yetiştirebilen Arzum x Vahaa Akıllı Bahçe, çimlenme, büyüme ve meyveleme ışık modlarıyla güneş ışığını taklit ederek bitkinizi en sağlıklı şekilde yetiştirir. Üzerinde yer alan tuş takımı ve dijital göstergesi ile kullanım kolaylığı sağlar. Üçüncü haftadan itibaren bitkilerinizi hasat edebilir, ürünlerinizi normal süresinden önce, hızlı bir şekilde yetiştirme deneyimine sahip olabilirsiniz. Arzum x Vahaa Akıllı Bahçe ile hasat edebileceğiniz bitkileriniz için yapmanız gereken; sadece su ve besin eklemek için uygulamanızı takip etmek. Arzum x Vahaa Akıllı Bahçe’de yer alan sıcaklık, nem sensörleri ve mekanik su seviyesi göstergesi gerekli uyarıları uygulama üzerinden haber vererek bu süreçte size yardımcı olacaktır. Rahatça birbirinden ayrılan parçaları sayesinde sepetler kolayca temizlenebilir. Akıllı Bahçe ile evinizde ufak bir alan ayırarak arzu ettiğinizi yetiştirebilir, Vahaa uygulamasında yer alan tarifler ile yetiştirdiklerinizle birbirinde lezzetli sofralar kurabilirsiniz.



Yaz Aylarında Evlerin Temizliği ECOVACS ROBOTICS’e emanet

ECOVACS ROBOTICS, yazlık evlere geçişin başladığı şu günlerde her bir yüzeyi derinlemesine temizleyen ve çok sayıda özelliği ile temizliği kolaylaştıran robot süpürge modelleri ECOVACS DEEBOT T9 ve ECOVACS DEEBOT N8 ile pratik bir temizlik sağlıyor. ECOVACS DEEBOT T9, zemin temizliğinde mükemmel bir performans sağlamak için süpürme ve paspaslama özelliklerini oda spreyi ile bir araya getiren ilk robot süpürge modeli olarak dikkat çekiyor. DEEBOT’un mobil sistemine bağlanan oda spreyi, üç çeşit koku içeren ve 60 güne kadar dayanabilen değiştirilebilir kapsüllerden oluşuyor. ECOVACS DEEBOT T9, gerçek zamanlı engel algılama ve engellerden kaçınma teknolojisi TrueDetect 3D 2.0, hassas navigasyon sağlayan TrueMapping 2.0, derinlemesine temizlik yapan OZMO™ Pro 2.0 teknolojisiyle kullanıcılarının hayatını kolaylaştırıyor.

En yeni TrueDetect 3D 2.0’ın algoritması, evin etrafındaki nesnelere çarpmadan sorunsuz bir şekilde süpürme ve paspaslama deneyimi sağlıyor. TrueMapping 2.0 hassas gezinme özelliği ile birlikte ECOVACS DEEBOT T9, herhangi bir iç mekan ortamının düzenini öğrenebiliyor. Evin ana hatlarını doğru bir şekilde tanımlıyor ve temizlik rotasını kesintisiz



bir şekilde gerçek zamanlı olarak ezberliyor. OZMO™ Pro 2.0 Elektrikli Salımlı Paspaslama Sistemi ile DEEBOT T9, kullanıcılara daha sessiz, daha güçlü ve daha verimli süpürme ve paspaslama özelliklerini bir arada sunuyor.

T9, 3000Pa yüksekliğinde güçlü bir emiş performansına sahip T9, geliştirilmiş elektrikli salımlı paspası, hassas moduyla dakikada 480 defaya kadar titreşerek elektronik paspasla kıyaslanabilir güce erişiyor.

En iyi vampir filmleri

1922'de Alman dışavurumcu akımının ustası F. W. Murnau, Bram Stoker'ın "Dracula" romanını ilk defa sinemaya uyarlar. İzinsiz bir uyarlama olduğu için filmin adı "Nosferatu, Bir Dehşetin Senfonisi" olur. Vampir filmlerinin 100. Yılında en iyi vampir filmlerini yazdım.

1

Nosferatu (1922)

Vampir filmlerini ve hatta bir anlamda sinemada korku janrını başlatan film. Tüm Dracula filmlerinin en korkuncu. Aradan geçen 100 yıla rağmen hala sapasağlam duran, Alman dışavurumcu ekolünün bu başyapıtında yönetmen F.W.Murnau, Kont Orlok rolündeki Max Schreck'ten kusursuz bir performans almış. Sinemanın en önemli klasiklerinden.



5

Let The Right One In (2008)

Soğuk İsveç'ten kan dondurucu bir modern vampir klasiği. Arkadaşlarınca hor görülüp, itilip kakılan bir çocuk komşu kızında şefkati ve aşkı bulacaktır. Tabii kızın bir vampir olması olayları ilginçleştirir. Sonradan ABD versiyonu da yapıldı ama orijinali daha iyi.



2

Thirst (2009)

G.Kore'li usta yönetmen Park Chan-Wook'dan vampir mitosuna değişik bir bakış. Emile Zola'nın "Therese Raquin" romanının çok serbest bir uyarlaması. Vampir dönüşürülen eski rahibin, giderek kontrolünden çıkan aşkı ve kendi ile hesaplaşması. Oscar gözdesi Parazit'in de başrolünde olan Song Kang-Ho'dan kusursuz oyunculuk gösterisi. 21. Yüzyılın en iyi vampir filmi.



6

Horror of Dracula (1958)

İngilizlerin korku filmleriyle efsaneleşecek olan Hammer Film Stüdyoları'nı yaratan film. Christopher Lee'nin daha sonra defalarca tekrarlayacağı role ilk soyunuşu. Yönetmen Terence Fisher da korku türünün efsanelerinden oldu ilerleyen yıllarda. 1931 tarihli ABD versiyonundan bir nebze daha iyi.



3

What We Do IN The Shadows (2014)

Taika Waititi'nin kült komedi klasiği daha sonra sit-com formatında beyazcama da transfer oldu. Vampirlerin ölümsüz ve zaman zaman monoton dünyalarına son derece komik bir bakış. Çok eğlenceli bir mockumentary.



7

30 Days of Night (2007)

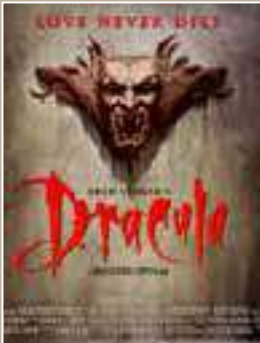
Bir grafik romandan uyarlanan filmde, Alaska'nın kuzey kutbuna yakın bir bölgesinde 30 günlük gece döneminde kasabayı istilaya gelen vampir klanı ile hesaplaşmak zorunda kalan kasaba halkının dehşet verici öyküsü. Etkileyici atmosferi ile kasabalıların soğuk yalnızlığını film boyunca iliklerinize kadar hissediyorsunuz.



4

Bram Stoker's Dracula (1992)

Francis F. Coppola'nın belki de son iyi filmi. Rolünde fazlasıyla sırtan Keanu Reeves dışında bol yıldızlı kadrodan tam bir oyunculuk gösterisi. Dönemini iyi yansıtan, aslına sadık bir Dracula uyarlaması.



TEMMUZ 2022 • SAYI: 277

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net
+90 542 215 31 37

Yazı İşleri Müdürü
Kağan DEMİRGİL
haber@dagitimkanali.com.tr

Reklam ve Halkla İlişkiler Direktörü
Funda SÖYLEMEZ
funda.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Editör
Eren KILIÇ

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Atatürk Mah. Ertuğrul Gazi Sok.
Metropol İstanbul A Blok No:2E K.21 D.331
Ataşehir / İstanbul
Tel: (0216) 709 70 80 Faks: 0850 522 34 03

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM

Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Tüm yayın hakları Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı'na aittir.

Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel-sürelî yayındır.

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

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

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



Yaz Ayları Serin Geçecek



LXF-285
Ayaklı Ventilator



LXF-518 S
Ayaklı Ventilator

LXF-260 G
Küde Ventilator

LXF-260 W
Küde Ventilator

LXF-260 B
Küde Ventilator



LXF-718 Gold
Ayaklı Ventilator



LXF-718 Rose
Ayaklı Ventilator

Türkiye'nin İlk Derin Dondurucu Üreticisi



Kaçınılmayacak Fırsatlarla
Uğur Derin Dondurucular
Yetkili Bayiler ve ugur.com.tr'de!

[Instagram](https://www.instagram.com/ugursogutma) [Facebook](https://www.facebook.com/ugursogutma) [Twitter](https://www.twitter.com/ugursogutma) [YouTube](https://www.youtube.com/ugursogutma) /ugursogutma ugur.com.tr

UGUR
"Sakladığınız Her Şeyi Koruyor"