

Söyleşi

Yeni Tefal Shop Bakırköy
Capacity'de açıldı

Kutay Özbek

Groupe SEB Perakende Satış Müdürü

6

Sektör Haberi

İSFA23 Elektronik Ev Teknolojileri
İhracat Fuarı

İrfan Tıraş

Ambiyans Fuarçılık Yönetim Kurulu Başkanı ve Kurucusu

8

Söyleşi

2022 yılı sonu itibarıyla servislerimizin 60'ını
deneyim merkezine dönüştürmeyi hedefliyoruz

Genç Osman Turan

Fakir Hausgeräte Satış Sonrası Hizmetler Müdürü

12

278



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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

www.dagitimkanali.com.tr

Tefal

XFORCE FLEX 15.60

TEFAL'IN ÇEKİŞ GÜCÜ KATLANDI!



OTOMATİK
GÜÇ AYARI



FLEX
TEKNOLOJİSİ



ŞARJ
İSTASYONU



UNDER-LINE

Tezgah Altı Priz Sistemi

KOLAY MONTAJ • FONKSİYONEL ve ŞİK TASARIM • DAYANIKLI



Özel Üretim



2 Yıl Garanti



Güvenli Alışveriş

Under-Line Priz Sistemi, şık tasarımı ve kolay montajı ile ortak alanlarında yaşanan şarj problemine son verecek. Under-Line, 2 priz ve hızlı şarj özellikli USB-A şarjı ile kullanımınıza sunulmaktadır. Kolay montaj mekanizması sayesinde ofisinizde nerede güç ve bağlantı soketi ihtiyacınız varsa Under-Line orada.



+90 (216) 481 33 33



info@metalline.com.tr



metallinecomtr



www.metalline.com.tr

Renk Seçenekleri

Natürel Eloksal



Siyah



Antrasit



RANGE

KOLAY ULAŞ GÜZEL YAŞA



15-18 EYLÜL 2022
32. ULUSLARARASI
EV VE MUTFAK EŞYALARI FUARI

TÜYAP
FUAR ALANI
7. Salon
C-11



*Range, Saruhan Holding güvencesiyle 2022 yılında kurulan ve Türkiye pazarında faaliyet gösteren bir markadır.



*Farklı ihtiyaçlarınıza özel
saç şekillendiricilerimizle şimdi
tarzınızı konuşturma zamanı!*



JUANA
*Kablosuz
Saç Düzleştirici*



MARY
*Saç Düzleştirici ve
Masa*



ELSA
*Otomatik
Saç Masası*



ROSE
*Wag Masa
Saç Şekillendirici*

**4 YIL
GARANTİ**

www.king.com.tr    / KingEvAletleri

İçindekiler

6 Söyleşi

Yeni Tefal Shop Bakırköy Capacity'de açıldı

Kutay Özbek

Groupe SEB Perakende Satış Müdürü

8 Sektör Haberi

İSFA23 Elektronik Ev Teknolojileri İhracat Fuarı

İrfan Tıraş

Ambiyans Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı ve Kurucusu

10 Kahve Kokusu

Telefon uygulaması ile kahve çekirdeklerinin kavurma seviyeleri ölçülebilecek

Kahve Dünyası Dünya Çikolata Günü'nü Çikolatalı Türk Kahvesi ikram ederek kutladı

12 Söyleşi

2022 yılı sonu itibarıyla servislerimizin 60'ını deneyim merkezine dönüştürmeyi hedefliyoruz

Genç Osman Turan

Fakir Hausgeräte Satış Sonrası Hizmetler Müdürü

16 Sektör Haberi

22 Söyleşi

Arzum olarak yurt dışı satış kanallarında büyüme en önemli stratejilerimizden biri

Serhan Giray

Arzum Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

26 Sektör Haberi

36 Teknoloji

Dyson, ev işlerini yapıyor gibi görünen gizli robot prototiplerine göz kamaştırıcı bir bakış sunuyor

38 Dernek

Beyaz eşya sektörü yılın ilk yarısında ihracatını korudu

40 Fuar

IFA 2022: Kurumsal bir felsefe olarak sürdürülebilirlik

42 Makale

İş dünyasının birliğe ve iyiliğe ihtiyacı var

Didem Tınarlıoğlu

44 Ürünler

48 SineMadem

En İyi Rus Edebiyatı Uyarlamaları

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



Yeni Modeller PODYUMA ÇIKTI

Kaliteli ve yerli üretim Şenocak 6 ve 7 çekmeceli derin dondurucular, düşük enerji sarfiyatlı, beyaz ve inox kapılı 9 farklı yeni model ile **tazeliği korumaya devam ediyor.**

DÜŞÜK
ENERJİ
SINIFI

GENİŞ İÇ
HACİM

OTOMATİK
KAPANAN
HIZLI DONDURMA
FONKSİYONU

AKILLI
KONTROL
PANELİ



ŞENOCAK

Hesaplı Tazelik



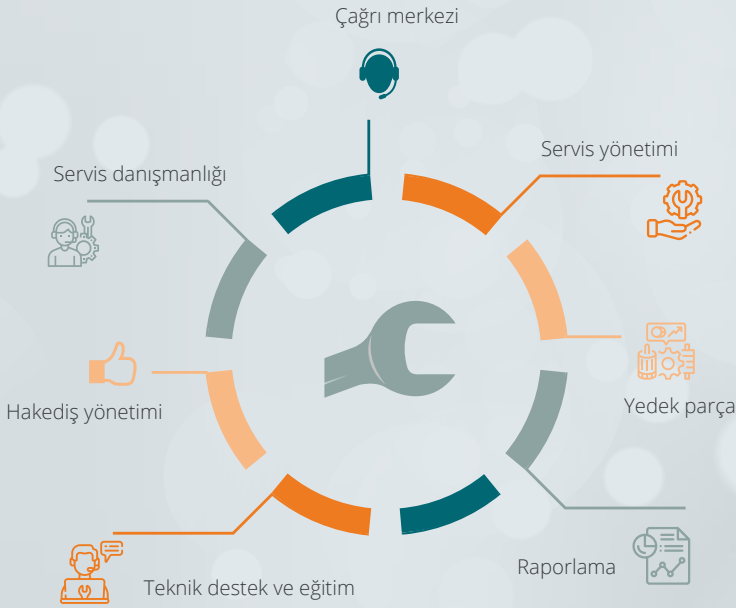
www.senocakonline.com

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

Beyaz eşya sektörü inişli-çıkışlı bir seyir izliyor

Sektörümüzün tek dergisi olarak hem online hem de offline yayınlarımıza ara vermeden devam ediyoruz. Yazın bu sıcak günlerinde 278. sayımızla karşınızdayız. Bu sayımızda da sektörümüze dair en güncel haberleri ve röportajları sizlerle paylaşmaya devam ediyoruz.

Sektörün çatı sivil toplum kuruluşu TÜRKESD setkörel verileri paylaşmaya devam ediyor. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'nin (TÜRKESD) son olarak açıkladığı verilere göre 2022'in ilk yarısında altı ana ürün grubunda ihracat %1 oranında artarken, iç satışlar bir önceki yılın aynı dönemine göre %8 oranında azaldı. İç pazardaki daralma, genel ekonomik şartlar ve küresel dalgalanmalara dayalı olarak devam ediyor. TÜRKESD Başkanı Can Dinçer yaptığı açıklamada tüketicilerin alım gücünü desteklemek üzere kredi kartı taksit sayılarının artırılmasının faydalı olacağına inandıklarını söylüyor. Ayrıca, ÖTV'nin kaldırılmasının tüketicilerin ihtiyaçlarını daha rahat karşılamasını sağlayarak, talebi artıracaklarını ve üretimin de güçlü şekilde devam etmesini sağlayacağını ifade ediyor. Raporla ilgili bilgileri ve sektörel verileri ilerleyen sayfalarımızda detaylı şekilde bulabilirsiniz.

Tefal, mağazalaşma yolunda emin adımlarla ilerlemeye devam ediyor. Groupe SEB bünyesindeki Tefal, İstanbul'daki mağazalarına Bakırköy Capacity AVM'de bir yenisini daha ekledi. Groupe SEB'in yeni mağazalaşma stratejileri çerçevesinde açtığı Tefal Shop, İstanbul Bakırköy'de bulunan Capacity AVM'de hizmete girdi. Açılışa Groupe SEB Satış Direktörü Ege Pekinran ve Groupe SEB Perakende Satış Müdürü Kutay Özbek de katıldı. Biz de açılışa katıldık ve hem yeni mağaza hem de şirketle ilgili güncel gelişmeleri Groupe SEB Perakende Satış Müdürü Kutay Özbek ile konuştuk.

Bu sayımızda röportaj yaptığımız diğer isimlerden biri de Arzum Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Serhan Giray. Arzum'un son dönemdeki satış ve pazarlama stratejilerinden bahseden Giray, ek olarak e-ticaret alanındaki güncel çalışmaları hakkında dergimize açıklamalarda bulundu.

Sektörün temel konularından biri de satış sonrası hizmetler. Bu alanda hemen her firmanın daha iyi ve etkili şekilde hizmet sunabilmek adına inovatif çalışmaları bulunuyor. Biz de bu sayımızda Fakir Hausgeräte Satış Sonrası Hizmetler Müdürü Genç Osman Turan'a mikrofonlarımızı uzattık ve satış sonrasında yaptıkları çalışmalar hakkında detayları konuştuk. Röportajımızı ilerleyen sayfalarımızda okuyabilirsiniz.

Keyifli okumalar...

Uğur'da

Kapılar Tazeliğe Açılır



A
1
C

E

UED 5175 DTK

Yeni Tefal Shop Bakırköy Capacity'de açıldı

Türkiye'nin ve dünyanın en büyük ve önemli küçük ev aletleri üreticilerinden Tefal, yaptığı yeni yatırımlarla büyümeye devam ediyor. Groupe SEB bünyesinde faaliyetlerine devam eden Tefal, perakendedeki büyümesini İstanbul Bakırköy'de yeni açtığı mağazasıyla sürdürdü. Groupe SEB'in yeni mağazalaşma stratejileri çerçevesinde açtığı Tefal Shop, İstanbul Bakırköy'de bulunan Capacity AVM'de hizmete girdi. Açılışa Groupe SEB Satış Direktörü Ege Pekınran ve Groupe SEB Perakende Satış Müdürü Kutay Özbek de katıldı.



Açılışa dair bir açıklama yapan Mağaza Sahibi Selçuk Karaoğlu, Tefal'ın büyüyen ailesi içerisinde yer almaktan büyük mutluluk duyduğunu ifade etti: Önce profesyonel yöneticisi, sonrasında ise bayisi olarak 28 yıldan bu yana hizmet ettiğim Tefal markasının büyüyen ailesinin içinde yer almak son derece gururu verici. "Tefal Shop" yapılanmasının, 1 mağazadan günümüzde 113 mağazaya kadar büyüdüğü bu 25

yıllık yolculuğun her anına şahitlik eden biri olarak, Tefal tabelasını taşımaktan onur duymaktayım. Sahiplendiğimiz bu mağazacılık geleneğini gelecek nesillere taşıyacak, marka bayrağı altında hizmet etmeye devam edeceğiz. Yaşadığımız kriz ortamında dahi, Bakırköy Capacity Avm'de açtığımız yeni mağazamız, bunun ve markamıza duyduğumuz güvenin en büyük göstergesidir. Öte yandan açıldığımız ilk

günden itibaren gördüğümüz büyük ilgi ve teveccüh de yine Tefal markasına duyulan güvenin tüketici tarafındaki en büyük dayanağıdır." Toplantıya katılan Groupe SEB Perakende Satış Müdürü Kutay Özbek hem yeni bayi açılışı hem de şirketle ilgili sorularımızı yanıtladı.

Groupe SEB açısından 2022 yılı için genel bir değerlendirme alabilir miyiz?

2022 yılı genel olarak tüm sektör için bilinmezliklerle başladı. Şu an itibariyle baktığımızda geçen yıla oranla 6 ayın ortalamasında, ciro tarafında %110 gibi bir büyümemiz. Bu sadece Tefal Shop kanalımız için değil, içerisinde bulunduğumuz tüm satış kanallarında geçerli. Tüm alanlarda %100'ün üzerinde bir büyümemiz olduğunu söyleyebiliriz. Burada genel olarak enflasyondan ve fiyat artışlarından kaynaklı bir artış olduğunu söyleyebiliriz. Adet bazında aynı oranda yükselmeler söz konusu değil. Bu sadece bizim için değil, tüm firmalar için aşağı yukarı aynı şekilde ilerliyor. Adetler azalıyor, insan gücü de zaman zaman düşüyor. Ancak var olan tüm gücümüzle daha iyi satışlar yapabilmek için çalışıyoruz. Pandemi döneminde mağazalarımızı bir açıp bir kapamak zorunda kalmıştık. Bu nedenle bu dönemi o dönemle kıyaslamada da sıkıntılar yaşayabiliyoruz. Ancak genel olarak şirket bazında finansal olarak her şey yolunda gidiyor. Haziran ayı itibariyle tam bir yılı çalışmış olarak tamamlayacağız ve kıyas noktasında daha net bir şeyler söyleyebileceğiz. 2021'in ve 2022'nin gündemdeki en trend konusu AVM kiralari. Yabancı bir marka olduğumuz için kontratlarımız genelde döviz üzerinden ve bu da zaman zaman sıkıntılı durumlar yaratabiliyor. Türkiye'nin makro ekonomik koşulları insanların alım gücünü maalesef çok düşürdü. Sektörü bunları düşünerek değerlendirmek gerekiyor.



Kutay Özbek Groupe SEB Perakende Satış Müdürü

Mağazalaşma tarafındaki çalışmalarınız nasıl gidiyor? Nasıl bir strateji ile hareket ediyorsunuz?

Bakırköy Capacity içerisinde açtığımız yerle 113. Mağazamıza ulaştık. Bunlardan 19 tanesi doğrudan grubun, diğerleri ise franchise şeklinde ilerliyor. İstanbul'u çok büyük oradan kapsıyoruz. Anadolu'da ise büyümek istediğimiz iller var. Mağaza sayımızı arttırmak istediğimiz iller var. Bunların başında ise Bursa, Eskişehir, Antalya geliyor. Sivas'a da girmek istiyoruz. Büyüme planlarımız da devam ediyor ama daha seçici ve temkinli olarak devam edeceğiz. Artık kendi mağazalarımızla büyümek istiyoruz.

Mağazalarınız özelinde müşteriler nasıl bir deneyim yaşıyorlar?

Pandeminin getirdiği bazı kısıtlamalar vardı. Airfryer, robotlarımız gibi ürünlerde çok yoğun bir demo kullanımı sunuyorduk. Pandemi ile birlikte bunlara yasal olarak çeşitli kısıtlamalar getirildi. Zaten gıda demosunu artık hiç yapamıyoruz. O yüzden deneyim alanı yaratma noktasında çok elimiz kolumuz bağlıydı ama yasakların kalkması ile birlikte müşterilerimize daha iyi deneyimler sunabilmek adına çalışmalar yapıyoruz. Mağazalarımızdaki demo alanlarında birçok ürünümüzü deneyebilirler. Ürünleri hissedebilecek bir ortam yaratıyoruz.

Tüketiciler nezdinde baktığınızda bir satın alma değişimi eğilim nasıl bir değişiklik gösterdi?

Son ekonomik gelişmeler tüketicilerin satın alma alışkanlıklarında önemli değişiklikleri beraberinde getirdi. Bizim içinde bulunduğumuz segmentlerdeki ürünler biraz daha lüks kalmaya başladı. Müşteri profili de buna göre dönüşüm gösteriyor. Bizim mağazalarımız içinde gözlemlediğimiz ise daha üst segmentteki müşterinin geldiği yönünde. Fiyat artışlarından dolayı bizim müşteri segmentimiz yukarıya doğru çıktı. Diğer müşteri grubumuz için de tarafı kaybetmemek için de çok yoğun kampanyalar yaptık. Fiyat artışlarına müşterilerin alışması için bir belirli bir zaman geçmesi gerekiyor. Yeni lanse ettiğimiz ürünlerle müşteri grubumuzu genişletmek istiyoruz.

Groupe SEB'in Türkiye'deki yatırımlarından bahsedebilir misiniz? Önümüzdeki dönem için nasıl bir planlama ve stratejiniz var?

Group SEB'in tüm kanallarda büyüme stratejisi bulunuyor. 5 yıl içerisinde 50 yeni mağaza daha açmak istiyoruz. Bunlar doğrudan grubun markası olacak. Tefal yabancı bir marka ama lokal bir marka gibi algılanıyor. Yıllardan beri mutfaklarımızda yer alan, bizden bir marka gibi. Çünkü tüm satış kanallarında ve her yerde müşterinin karşısına çıkıyor. Son dönemde bunun içerisinde online satışlar da girdi. Bu noktada tüm kanallarda markayı tanıtmak, müşteriye yakalamak, satış yapmak ama online olarak da doğru stratejilerle büyüüp gelecek hazırlanmak ve pazar payımızı arttırmak ana stratejimiz diyebilirim.



Beyaz eşya sektörünün yeni ihracat fuarı: **İSFA23 Elektronik Ev Teknolojileri İhracat Fuarı**



*Ambiyans Fuarçılık
Yönetim Kurulu Başkanı ve
Kurucusu İrfan Tıraş;
İSFA23'ün ihracat için
öneminin yanı sıra,
İstanbul'un da İSFA23'e
kattığı değerden bahsetti:
"İstanbul tarih boyu Doğu ve
Batı arasındaki ticarete
köprü vazifesi gören
dünyanın en önemli
"ticaret başkentlerinden" biri.*

02-05 Mart 2023 tarihlerinde, Cumhuriyet'imizin 100. Yılında ilkini gerçekleştirecek olan İSFA23, Türkiye ve dünyadan sektörlerinin lideri ev teknolojileri üreticilerini ve markalarını İstanbul'da ağırlayacak. İSFA23, Türkiye'nin ve Batı'nın beyaz eşya üretim gücünü Doğu'nun potansiyeli ile buluşturacak.

02-05 Mart 2023 tarihleri arasında gerçekleşecek İSFA23, Türkiye'nin en büyük fuar alanı olan İstanbul Fuar Merkezi'nde 100.000 metrekare alanda ziyaretçileriyle buluşacak.

Ambiyans Fuarçılık Yönetim Kurulu Başkanı ve Kurucusu İrfan Tıraş; İSFA23'ün ihracat için öneminin yanı sıra, İstanbul'un da İSFA23'e kattığı değerden bahsetti: "İstanbul tarih boyu Doğu ve Batı arasındaki ticarete köprü vazifesi gören dünyanın en önemli "ticaret başkentlerinden" biri. İstanbul'un bu cazibesi onu çağlar boyunca hemen her alandaki iş erbabının durağı haline getirmiştir. Bu yönüyle İstanbul, dünya ticaret yollarının kesiştiği bir kent olarak doğal bir fuar merkezidir. Yurt dışından ve yurt içinden gelen katılımcılara sunacakları ve sağlayacaklarıyla İstanbul'un dünyada bir eşi benzeri daha yoktur."

1997 yılında Türkiye'nin ilk "Ev ve Mutfak Ürünleri" fuarını gerçekleştiren Ambiyans Fuarçılık A.Ş.'nin girişimi ve ev sahipliği ile gerçekleşecek olan İSFA23; katılımcı firmaların yeni pazarlara açılmasını ve ihracat paylarını artırmaya olanak sağlamayı amaçlıyor. Üretime



dayalı yeni ekonomik modelleri destekleyip, bir çok farklı sektörden üreticileri bir araya getirerek, uluslararası ticaretin güçlenmesi için çalışıyor.

Sürdürülebilir kalkınma

İSFA23, vizyonunu ifade ederken sürdürülebilir kalkınma imkanları da sağlamayı da hedefliyor. Temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme,

*Elektrik, Elektronik, Beyaz Eşya sektörü; Almanya İfa Berlin, Amerika Ces Vegas ve İspanya Matelec Madrid'den sonra **İSFA23 Cumhuriyet'in 100. Yılında, dünyayı ve sektörü İstanbul'da buluşturuyor.***

sorumlu tüketim ve üretim, sanayide yenilikçilik, sürdürülebilir ev, şehir ve toplum gibi başlıklar İSFA23'ün sosyal sorumluluk misyonlarının merkezinde yer alıyor. Ek olarak yeni teknoloji, ürün ve bakış açılarını İSFA23'te dünyaya sergileme fırsatı bulacak sanayiciler ve yatırımcılara sürdürülebilir ihracatta önemli fırsatlar sunmayı planlıyor.

"İSFA23, sürdürülebilir kalkınma misyonunu ışığında ülkemiz yerli ve çok uluslu markalarının inovasyon ve patentlerini dünyaya tanıtmayı ve ihracattan aldıkları payı büyütmeyi hedefliyor"

İhracat odaklı bir fuar olarak İSFA23, dünyada elektronik ev teknolojileri, beyaz eşya, ev ve yaşam ürünlerini üreten ve bu ürünlere ihtiyaç duyan pazarları hedeflemektedir.

İSFA23, ülkemizde üretim yapan yerli ve yabancı küresel markaların yanı sıra ürün ve teknolojileriyle dış pazarlardan pay almayı hedefleyen işletmeler için de önemli fırsatlar sunacaktır.

Pandemi döneminde artan talepler sebebiyle yükselen ihracat, günümüzde daralma eğilimi göstermektedir. İSFA23, böyle bir dönemde ülkemiz ihracatına güçlü bir ivme kazandıracaktır.

Yatırım ve üretimin kesiştiği nokta

İSFA23 sergileneceği 02-05 Mart 2023 tarihine kadar Türkiye ve dünyada yoğun iletişim çalışmaları sürdürecektir.

İSFA23, sergileneceği Mart 2023 tari-

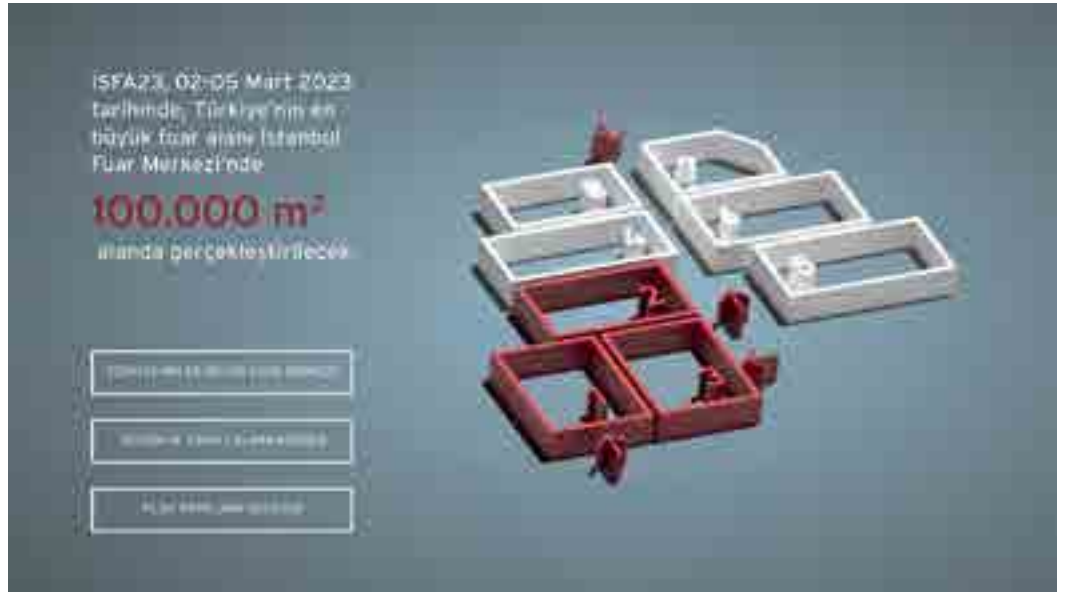
hine kadar Türkiye ve dünyada yoğun iletişim çalışmaları sürdürecektir.

Uluslararası pazarlardan üst düzey 400'den fazla yatırımcı ve yönetici İSFA23'te yer alacak. Fuar süresince sektör öncüleri, kanaat liderleri, entelektüel aktivistler, dijital çağın önemli kişileri ihracat, sürdürülebilir kalkınma, İstanbul, dijital çağ ve yaşam konularında seminer ve konferanslar verecek bu yayınlar İSFA23 iletişim organlarından paylaşılacaktır.

gereği çevre, yaşam, teknoloji, tasarım ve kalkınmada sürdürülebilirliği odağına almış bir organizasyon. Geleneksel stantlara eşlik eden sürdürülebilirlik ve dijital yaşam temalı dünya çapındaki sanatçıların eserleri İSFA23 sergi alanında yer alacak.

Vip Asistan

İSFA23, sektörün aktif karar vericisi pozisyonundaki yabancı konuklarının seyahatlerini organize ettiği gibi otel - fuar arası ulaşım, randevu, toplantı



Konferans ve Seminerler

Fuar süresince sektör öncüleri, kanaat liderleri, entelektüel aktivistler, dijital çağın önemli kişileri; ihracat, sürdürülebilir kalkınma, İstanbul, ev, teknoloji ve yaşam konularında seminer ve konferanslar verecek bu yayınlar İSFA23 iletişim organlarından paylaşılacaktır.

Yeni Nesil Fuarçılık ve Sanat

İSFA23 sosyal sorumluluk misyonu

ve görüşmelerini de takip edip düzenleyecek bir destek ekibi oluşturuyor. VIP Asistan ekibi; elit konukların kültürel, gastronomi ve alışveriş ziyaretleri gereksinimlerinde onları doğru şekilde yönlendirecek.

SİZ de İSFA23'te

yerinizi ayırtın:

Daha fazla bilgi için
info@ambiyans.org

Telefon aplikasyonu ile kahve çekirdeklerinin kavurma seviyeleri ölçülebilecek

Araştırmacılar tarafından yapılan yeni bir çalışma, bir akıllı telefon uygulamasıyla, fotoğrafı çekilen kahve çekirdeklerinin kavurma seviyelerinin ölçülebileceğini ortaya koydu.

Araştırma projesi için, Bangkok'taki Thonburi Teknoloji Üniversitesi'nden bir ekip, evrimsel bir sinir ağı (CNN) içeren bir derin öğrenme modeline dayanan bir Android uygulaması oluşturdu. CNN modelleri, yüz tanıma, tıbbi görüntü analizi, görüntüler içinde nesne algılama ve daha fazlası gibi gerçek dünya uygulamalarında kullanılıyor. Araştırmacılar, dört farklı kavurma seviyesinde dört farklı kahvenin görüntülerini içeren küçük bir veri seti kullanarak derin öğrenme modelini eğitti: yeşil/kavrulmamış kahve; hafif kavrulmuş bir Laos Arabica kahvesi, Doi Chaang, Tayland'dan orta kavrulmuş bir kahve; ve Brezilya'nın Cerrado bölgesinden koyu kavrulmuş bir kahve.

Derin öğrenmede kullanılan veri seti için bu kahvelerin her birinin 1.200 görüntüsü işlendi ve yüklendi. CNN modeli eğitildikten sonra, kullanıcılar belirli bir kahvenin dört kavurma



seviyesinden hangisine uyduğunu belirlemek için fotoğrafları Android uygulamasına yükleyebilir.

Özellikle şu anda kahve kavurma endüstrisine hizmet veren hassas odaklı renk analiz makinelerinin bolluğu göz önüne

alındığında, hiçbir şekilde pazara hazır bir çözüm olmasa da araştırma, renk analizi için tamamen alternatif bir yöntem sunuyor. Araştırmacılar, çalışmanın çalışmadaki veri seti tarafından derinden sınırlı olduğunu belirtti.

Kahve Dünyası Dünya Çikolata Günü'nü Çikolatalı Türk Kahvesi ikram ederek kutladı

Kakao çekirdeklerinin 1550 tarihinde Avrupa'ya ilk kez getirildiği 7 Temmuz, her yıl dünya genelinde Çikolata Günü olarak kutlanıyor. Çikolata ve Türk kahvesi tutkusundan yola çıkarak yeni bir inovasyona imza atan Kahve Dünyası, bu özel günde kahve ve çikolata severleri Çikolatalı Türk Kahvesi ile mutlu ediyor. Ürettiği yenilikçi lezzetlerle her zaman Türk kahvesi ve çikolatanın uyumunu vurgulayan Kahve Dünyası, Çikolatalı Türk Kahvesi ile kahve ve çikolata uzmanlığını bir kez daha kanıtladı. Kahve Dünyası yılda iki kez düzenlediği "Tam Takım Sahadayız" etkinliğiyle de uzmanlığını mağazalarında yarattığı sinerji ile birleştirdi. 7 Temmuz Dünya Çikolata Günü'nde de merkez ofis çalışanları ile sahaya inen Kahve Dünyası, bu özel günü misafirleri ile birlikte kutladı. Etkinlik kapsamında genel merkez çalışanları, mağazalarda binlerce fincan çikolatalı Türk kahvesi ikram ederek misafirleriyle kutladı.

Sürekli yeni tatlar peşinde koşan Kahve Dünyası Ar-Ge ekibinin geliştirdiği Çikolatalı Türk Kahvesi, yüzde 40 oranında bitter çikolata içeriyor. Hiçbir aroma verici bulunmayan bu yeni lezzet, gerek kokusu gerekse keyifli içimiyle benzersiz bir lezzet deneyimi yaşıyor. Standart Türk kahvesi gibi pişirilen ve özel reçetesi sayesinde



kahveyle bitter çikolatanın homojen şekilde karışmasını sağlayan bu yeni ürün, her yudumda çikolata tadı almanızı sağlıyor.

Kahve molalarına ve sohbetlere de ayrı bir tat katacak Çikolatalı Türk Kahvesi, Kahve Dünyası içecek menüsünde de sunuluyor.

Tefal | ingenio



AZ YER KAPLAR ÇOK İŞ YAPAR!



OCAKTA
KOLAYLIK



FIRINDA
KOLAYLIK



DOLAPTA
KOLAYLIK



2022 yılı sonu itibarıyla servislerimizin 60'ını deneyim merkezine dönüştürmeyi hedefliyoruz

“Fakir Hausgeräte olarak satış sonrası hizmetlerimizde en önemli farklılığımız; robotik cevaplarla dolu süreçler yerine öncelikli olarak müşterilerimizi dinlememiz ve bu doğrultuda hızlı aksiyon alabilmemiz. Tüketiciler, bir sorun yaşadıklarında karşılarında kalıp cümleler kuran bir yapay zeka sistemiyle değil onları anlayan, dinleyen, çözüm sunan kişilerle görüşmek istiyorlar. Bu nedenle çözüm merkezimizde tüketicilerimiz karşılarında; onları anlayıp, dinleyip, doğru yönlendirecek donanımlı kişiler buluyor.”



Genç Osman Turan Fakir Hausgeräte Satış Sonrası Hizmetler Müdürü



Dünyanın ve Türkiye'nin en önemli küçük ev aletleri üreticilerinden Fakir'in satış ve satış sonrası hizmetleri alandaki çalışmalarından genel olarak bahseder misiniz?

Fakir Hausgeräte olarak Alman kalitemizi ve mühendislik gücümüzü de arkamıza alarak tüketicilerin ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilen, yaşam alanlarında çözümler sunabilen bir markayız. Sadece ürünlerimizin pazarlama ve satış süreci değil, satış sonrası hizmet süreçlerini uçtan uca takip ederek kusursuz bir müşteri deneyimi sunuyoruz. Bu bilinçle, müşterilerimizin olduğu her noktada hızlı aksiyon alabileceğimiz, ihtiyaçlarını ölçümleyerek müşterilerimize hizmet verebileceğimiz şekilde hareket ediyoruz.

Tüketicilerimize olan hizmetimiz sadece satışla sınırlı değil aynı zamanda sonraki çözümler için de tüm Türkiye çapında hizmet veriyoruz. Ürünlerimizin kullanımı her ne kadar kolay olsa da teknik bilgi gerektiği için hızlı ve ücretsiz olarak destek sağlıyoruz. Ayrıca bütün kanallardan aldığımız bildirimleri "Çözüm merkezimiz" vasıtasıyla analiz ederek müşteri memnuniyetini artırmayı hedefliyoruz.

Satış sonrası hizmetler alanında tüketicilerinizi nasıl hizmetler sunuyorsunuz? Bu alanda rakiplerinden nasıl farklılaşıyorsunuz?

Bu alandaki en önemli farklılığımız, robotik cevaplar veya süreçler yerine önce müşterilerimizi dinliyor ve bu doğrultuda

hızlı aksiyon alıyoruz. Tüketiciler, bir sorun yaşadıklarında karşılarında kalıp cümleler kuran bir yapay zeka sistemiyle değil onları anlayan, dinleyen, çözüm sunan kişilerle görüşmek istiyorlar. Bu nedenle çözüm merkezimizde tüketicilerimiz karşılarında; onları anlayıp, dinleyip, doğru yönlendirecek donanımlı kişiler buluyor. Her kanaldan kolay ulaşılabilir, müşterilerimizi ve paydaşlarımızı yormayan basit süreçler tasarlamaya çalışıyoruz.

“

Ülke çapında geniş servis ağımızın 25'ini, çok kısa sürede konsept servis olarak yapılandırdık. 2022 yılı sonu itibariyle servislerimizin 60'ını deneyim merkezine dönüştürmeyi hedefliyoruz.

”

Satış sonrası hizmet süreci dahil marka olarak her departmanımızda eğitime oldukça önem veriyoruz. Her hafta düzenli olarak online olarak bütün servislerimize "Süreç, Davranış ve Ürün Eğitimleri" veriyoruz. Çözüm Merkezimize ulaşan geri bildirimleri analiz ederek yenileme eğitimlerimiz ile müşteri



memnuniyetini artırıyoruz. Kısacası kolay ulaşılabilir olmak, pratik çözümler sunmak, kısa sürede aksiyon almak rakiplerimizden farklılaştığımız en önemli noktalarımız.

Müşteri memnuniyeti artırıcı en önemli kriterlerden birisi de tüketici bekleme süresi. Bu süreyi en aza indirecek şekilde açık hizmet takibi yapıyoruz. Bu sayede nerede gecikiyor veya tahmini süreyi aşıyorsak, tespit edip bu sorunları da ortadan kaldırıyoruz.

Ayrıca, Fakir olarak Küçük Ev Aletleri Sektörü'nde bir ilki gerçekleştirerek RS 770 Robot süpürgemizde İstanbul, Ankara ve İzmir illerinde aynı gün teslim ve tanıtım yapıyor diğer illerde ise randevulu tanıtım hizmeti sunuyoruz. Bu sayede müşterilerimizi yormadan üstün teknolojimizi direkt olarak detaylı aktarma fırsatı buluyoruz.

“

Bir ürünün satış zincirindeki en önemli halkalardan biri satış sonrası sunulan hizmettir.

Satış sonrasında sunulan deneyimin, yeniden aynı markayı tercih etmenin en önemli etken olduğunun bilincindeyiz.

”

Son olarak satış sonrası hizmetler bünyesinde hizmete aldığınız konsept servis noktası çalışmasına imza attınız? Bu çalışma ve projenin detaylarından bahseder misiniz?

Müşterilerimizle en çok iletişim kurduğumuz noktalardan biri çağrı merkezimiz. 250'yi aşan servislerimizi ve çağrı merkezimizi müşterilerimize kusursuz deneyim sunabilecekleri şekilde tasarlıyoruz. Çünkü müşterilerimizin sadece ürün onarımları için değil aynı zamanda yeni ürünleri deneyimleyebilecekleri, detaylı bilgi alabilecekleri ve kaliteli zaman geçirecekleri ortam sunmak istiyoruz. Ülke çapında geniş servis ağıımızın 25'ini, çok kısa sürede konsept servis olarak yapılandırdık. 2022 yılı sonu itibarıyla servislerimizin 60'ını deneyim merkezine dönüştürmeyi hedefliyoruz.

Tüketiciler yeni konsept servis noktalarında nasıl bir hizmet alacaklar?

Tasarım sürecimiz yaklaşık 8 ay sürdü. Yeni konseptimizin her detayı düşünülerek hayata geçirildi. Yeni cihaz almış müşterinin yüzündeki mutluluğu servis noktalarında da devam ettirebilmek için servislerimizde konumlandığımız kafeler ile müşterilerimizin bekleme süresince kahvelerini içebilecekleri,

zamanın çok değerli olduğu dijital çağda bilgisayarlarıyla işlerini yapabilecekleri alanlar oluşturmaya çalıştık. Deneyim merkezi olarak konumlandığımız servislerimize başvuran müşterilerimizin en az yüzde seksenini ilk deneyimlerinde memnun etmeyi hedefliyoruz.

Sizce satış sonrası servis hizmetlerinin bir marka için önemi nedir?

Bir ürünün satış zincirindeki en önemli halkalardan biri satış sonrası sunulan hizmettir. Satış sonrasında sunulan deneyimin, yeniden aynı markayı tercih etmenin en önemli etken olduğunun bilincindeyiz. Fakir Hausgeräte olarak, Satış Sonrası Hizmet birimlerimizin güçlü, deneyimli ve empati duygusu yüksek olmasını çok önemsiyoruz. Depo, sevkiyat, çözüm merkezi, süreç geliştirme gibi ekiplerin bünyemizde olması daha esnek olmamızı ve hızlı karar almamızı kolaylaştırıyor. Ekiplerimizdeki heyecanın müşterilerimize de aktarıldığını görmek en büyük motivasyon kaynağımız.





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



Piroolitik Temizleme Sistemi

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

Alarko Carrier, klimanın icadını kutladı

Alarko Carrier, hayatlarımıza büyük konfor sağlayan klimanın icadını her yıl Temmuz ayında, buluşun mucidi Willis Carrier'ı anarak kutladı.

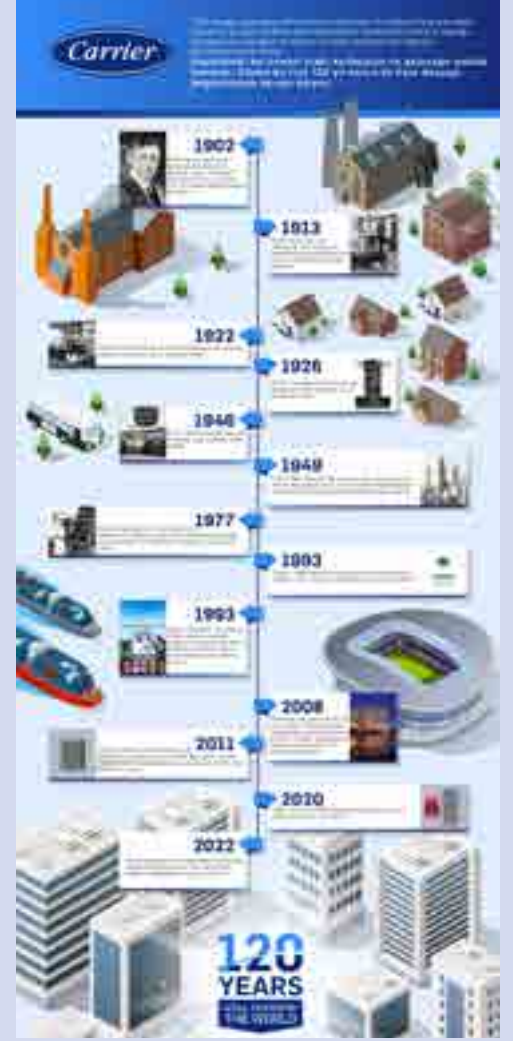
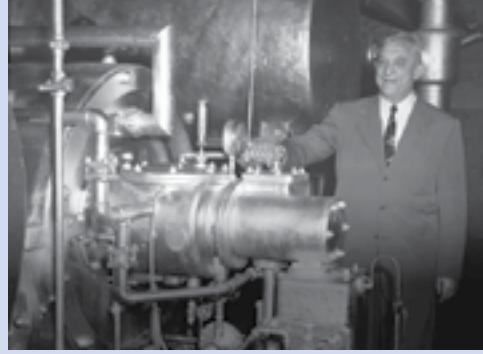
Günümüzde özellikle yaz aylarının bunaltıcı sıcaklarında bize kolaylık ve konfor sağlayan klima, tam 120 yıl önce New Yorklu elektrik mühendisi Willis Carrier tarafından icat edildi. Bugün evlerimizde kullandığımız modern klimaların işleyişinin temeli, Carrier'ın 1902 yılında tasarladığı sistem üzerinden çalışmaya devam ediyor. Sıcaklık kontrolü, nem kontrolü, hava sirkülasyonunun kontrolü, havalandırma işlemi ve havayı temizleme işlemini kapsayan sistem, bir matbaa şirketinin nem problemine çözüm olmak adına geliştirilmişti. Bunun yanı sıra tren istasyonlarında oluşan sisi dağıtmak adına soğutma sistemi olarak da kullanıldı. Böylece modern klima sisteminin temeli atılmış oldu.

Mühendislikten iklimlendirme şirketi kadar uzayan başarı öyküsü

1902 yılında modern klima sistemini tasarlayan Willis Carrier, 1913 yılında büyük alanları soğutmak adına klima sistemi geliştirdi. Modern klimanın mucidi olarak bilinen Willis

Carrier; geliştirdiği sistemin patentini 1906 yılında aldı.

1915 yılında Carrier Mühendislik şirketini kuran Willis Carrier, günümüzde evlerimizde soğutma ihtiyacında can simidi olarak sarıldığımız ev tipi klimaları ise 1926 yılında geliştirdi. Ürünün kullanım alanının artması ile daha da büyüyen Carrier Mühendislik, Brunswick- Kroeschell ve York Isıtma & Havalandırma şirketi ile birleşerek kapsamını genişletti. Klimanın buluşu, birçok farklı alanın gelişmesine de ön ayak oldu. Tiyatro ve sinema alanlarının daha soğutulması yaz aylarında da seyircilerin gelmesine sebep olurken, sıcaklık ve nem kontrolü sayesinde alışveriş merkezlerini gezilebilir kıldı. Carrier'ın ilk büyük müşterileri arasında Beyaz Saray ve New York'taki Madison Square Garden vardı. Bugün, birçok evin vazgeçilmezi olan klimanın doğuşu Willis Carrier'ın iklimlendirme tasarımı yarattığı gün olan 17 Temmuz günü olarak kabul ediliyor.



Samsung ve Habitat Derneği'nin "Solve for Tomorrow" programında kazananlar açıklandı

Samsung Electronics Türkiye ve Habitat Derneği iş birliği ile düzenlenen "Solve For Tomorrow" programı bu yıl ilk kez düzenlendi. Tasarım odaklı, inovatif ve yenilikçi düşünmeyi, yaratıcı problem çözme ve ekip çalışmasını teşvik eden program gençlerden yoğun bir ilgi gördü. Programa, 600'ün üzerinde öğrenci ve gönüllü öğretmen başvurdu.

Bu yıl ilk kez düzenlenen program kapsamında dereceye girmeye hak kazanan gençlere gerçekleştirilen ödül töreninde ödülleri takdim edildi. Bu yıl toplamda 26 ayrı ilden 132 takımın projesiyle başvurduğu yarışmanın final etabında, 8 farklı şehirden 10 takım ve toplamda 37 öğrenci katıldı. Gençlerin 'İklim Krizi' (Karbon Emisyonun Azaltılması), 'Sürdürülebilir Atık Yönetimi' (Geri Dönüşüm), 'Yenilebilir Enerji' ve 'Akıllı Şehir Uygulamaları' alanlarında problemleri

ve çözümleri alanında uzman jüriye anlattığı yarışmanın kazananları da belli oldu.

Yarışmada bu yıl, birinciliği atık nar kabuklarından üretmeyi planladıkları biyoçözünür yara bandı projesiyle Gün Kardeşler Takımı alırken, ikinciliği şebeke sisteminde meydana gelen sızıntılara müdahale etmek için geliştirdikleri şebeke sızıntı takip sistemi projesiyle Lance Takımı, üçüncülüğü ise çamaşır makinesinin tükettiği enerjiyi geri kazanmayı sağlayan projeleriyle Yeşil Gezegen Takımı aldı.

Ödül törenine, Samsung ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (UNDP) ortaklaşa



hayata geçirdiği 'Generation17' girişiminde yer alan 14 genç liderden biri olan Türk çevre aktivisti Oğuz Ergen de katıldı. Ergen törende, öğrencilere ve konuklara yönelik '6. Yok Oluş' isimli bir sunum gerçekleştirdi ve iklim krizi ile çevre kirliliğine yönelik sorunlara dikkat çekti.

PHILIPS

sonicare

Ağız ve Diş Bakımı



Dünyada diş hekimlerinin 1 numaralı Sonic diş fırçası tavsiyesi Philips Sonicare



* Dünya çapında 2.962 diş hekimi
ile yapılan bağımsız
araştırmaya göre



innovation  you

www.philips.com.tr

Arçelik, Ar-Ge’de kadın gücünü, “WE-inTech” programıyla globale taşıyor

Arçelik’in mühendislik ve yeni nesil Ar-Ge alanlarında çalışan kadınların kariyer gelişimlerine destek olmak ve onları teşvik etmek üzere başlattığı “WE-inTech” programının, 4 ülkeden seçilen 45 kişiden oluşan ilk grup katılımcısı, programın ilk etabını oluşturan ve üç gün süren atölye çalışmalarında bir araya geldi.

Arçelik’in 2019’da ilk olarak Türkiye’de “Sen Mühendissin, Bizimlesin” adıyla başlattığı proje, üniversitelerin mühendislik, fen bilimleri ve matematik bölümlerinde öğrenim gören kadınlara, yeni nesil Ar-Ge ve teknoloji ile ilgili alanlarda çalışmaları için destek olup, cesaretlendirmeyi amaçlıyor. Arçelik, bu yılın başında Koç Holding’in Birleşmiş Milletler Kadın Birimi Nesiller Boyu Eşitlik Forumu’ndaki küresel liderliği doğrultusunda teknoloji ve inovasyon alanında toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlamak üzere önemli taahhütlerde bulundu. Küresel operasyonlarında STEM (Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik) alanlarındaki kadın

istihdam oranını 2026 yılına kadar %16’dan, %35’e çıkarmayı taahhüt eden Arçelik, WE-inTech programıyla Romanya (Arctic), Pakistan (Dawlance) ve Güney Afrika’daki (Defy) tesislerinde Ar-Ge ve inovasyon alanında kadın mühendislerin kariyer gelişimlerini destekliyor.

Arçelik Üretim ve Teknolojiden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Nihat Bayız, “Arçelik olarak teknoloji ve inovasyon alanında kadın gücünü artırmaya kararlıyız. WE-inTech programıyla, üniversitelerin mühendislik, teknoloji, fen bilimleri ve matematik bölümlerinde eğitim gören kadınları desteklemeyi ve eğitimleri ile ilgili alanlarda çalışmaları için teşvik etmeyi amaçlıyoruz.” dedi. Bayız Birleşmiş Milletler Nesiller Boyu Eşitlik Forumu’nun teknoloji ve inovasyon alanlarında cinsiyet eşitliğinin geliştirilmesi vizyonunu paylaştıklarını ve küresel operasyonlarında yürüttükleri programlarla da destek verdikleri açıkladı: “Sadece eğitim ile sınırlı kalmayıp, kadınlara kariyerlerine Ar-Ge ve inovasyon alanında başlamaları için alan açan bir program sunmamız gerektiğinin bilincindeyiz. 2019’da Türkiye’de başlattığımız ‘Sen Mühendissin, Bizimlesin’ programını faaliyet gösterdiğimiz



Nihat Bayız

Arçelik Üretim ve Teknolojiden Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

diğer ülkelere de genişletmeye karar verdik. Romanya, Pakistan ve Güney Afrika’dan başlayarak tüm dünyada kadın mühendislere ulaşmayı, bu ülkelerdeki lider markalarımızla, kariyerlerini STEM alanlarında ilerletmeleri için onlara destek olmayı hedefliyoruz.”

BSH sektörde bir ilke imza atıyor: ‘Sürdürülebilirlik Evde Başlar’ podcast serisi

BSH’nin tüm faaliyetlerinin temelinde sürdürülebilir yaşam vizyonu bulunuyor. Bosch, Siemens, Gaggenau ve Profilo markalarıyla üretim yapan ve geleceği şekillendiren teknolojilere imza atan BSH, bir yandan teknolojisini sürdürülebilir değerler üretmek üzere sürekli geliştirirken bir yandan da döngüsel ekonomi alanında öncü çalışmalara imza atıyor. Aynı zamanda tüketicilerin bu konudaki farkındalıklarını artırmayı ve tüm paydaşlarının bu alanda yeni yetkinlikler kazanmalarını sağlamayı stratejik öncelikleri arasında görüyor. Bu kapsamda BSH olarak Türkiye’de ilk kez bir podcast serisi başlatıldı. ‘Sürdürülebilirlik Evde Başlar’ isimli podcast serisi, Dr. Sertaç Doğanay moderatörlüğünde şirketin çeşitli alanlarında uzman isimlerin konuk katılımcı olarak yer aldığı sohbetler dizisi olarak sunuluyor. Yayında sürdürülebilir çözümler, yeni nesil dijital teknolojiler, tüketici deneyim yolculuğu, mevcut ve gelecek tüketim alışkanlıkları, değişim yönetimi gibi kritik konulara ışık tutuluyor. Bu serinin sürdürülebilirlik odağında yalnızca profesyonel dinleyiciler için değil, öğrenciler hatta sürdürülebilirlikle ilgilenen herkes için değerli bir kaynak olması hedefleniyor. Sürdürülebilirlik stratejisinde, etki alanlarında ve değişimde bire bir



Dr. Sertaç Doğanay

Rudolf Klötscher
BSH REM CEO’su

rol oynayan tüm uzmanların deneyimleri aktarılacak. Bu kapsamda serinin ilk konuğu BSH REM CEO’su Rudolf Klötscher oldu. Klötscher, 130 ülkeden sorumlu olarak deneyimlerini, BSH’nin sürdürülebilirlik stratejisini ve sosyal etkilerini paylaştı. BSH ‘Sürdürülebilirlik Evde Başlar’ podcast serisinin ikinci konuğu ise BSH Türkiye CTO/COO’su Hakan Mandalı oldu. Temmuzda yayınlanacak bölümde dijital dönüşüm programları, akıllı

fabrikalar, yapay zekâ, algoritma, otomasyon ve robotik teknolojileri, dijital yetkinliklerin öğrenilmesi, girişimler ve kurumsal şirketler arasındaki ilişkinin geliştirilmesi ve tüm bunların ekosisteme hizmet etmesini sağlamanın yollarına dair keyifli bir sohbet izleyiciyle buluşacak. ‘Sürdürülebilirlik Evde Başlar’ podcast serisine BSH Türkiye’nin YouTube, Apple Music ve Spotify üzerindeki resmi kanallarından ulaşmak mümkün.



QUALITY FOR LIFE



*hOn uygulaması hayatınızı kolaylaştırırken,
anlık enerji takibi ile tasarruf sağlar.*

Yapay zekâ ve akıllı bağlantılar sayesinde hayatınızı kolaylaştıran hOn uygulaması, cep telefonlarınızla veya tabletlerinizle uzaktan ürün yönetimi imkânı sağlar.

hOn uygulaması; ilave programlara erişmenizi, ürün performansını takip etmenizi sağlarken, uzun süreli kullanım için sağlıklı ipuçları önerir, deneyiminizi bir üst seviyeye taşır.



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

hOn uygulamasını indirin ve
ürün performansınızı geliştirin.



Haier Europe, Girişim Binası Projesi “Open Enterprise”i başlattı

Haier Europe, şirketin ekosistemini ölçek büyüme ve yüksek büyüme potansiyeline sahip şirketlerin katılımıyla genişletmeyi amaçladığı bir Girişim Geliştirme projesi olan Haier Europe Open Enterprise’i başlattı.

Girişim, Haier Europe’un Finans Direktörü ve Haier Europe Open Enterprise CEO’su Marco Fossataro ve IoT Ekosistem Direktörü Andrea Contri’nin, şirketin İtalya ve Avrupa’daki hedeflerini ve bağlantı ile nesnelerin interneti alanındaki projelerini büyüme stratejisini özetlediği bir basın toplantısında sunuldu.

Haier Europe, akıllı ev çözümleri için ilk tüketici tercihi olma vizyonu doğrultusunda giderek daha fazla bağlantılı ve yapay zekaya dayalı bir kullanıcı deneyimi sağlamayı hedefliyor. Open Enterprise, Haier Europe’un temel faaliyetleriyle ilgili segmentlerde faaliyet gösteren şirketler ve ölçek büyüme yatırımları yoluyla bu hedefin gerçekleştirilmesine katkıda bulunurken, aynı zamanda Grup içinde geliştirilen girişimci projeleri de destekleyecektir. Amaç, potansiyel etkisi yüksek, geleceğe yönelik girişimleri hedefleyen, akıllı ev aletlerinde yeni çözümler bulmaya yönelik bir ekosistem oluşturulmasını teşvik etmek.

Open Enterprise’in lansmanı, Haier Europe’un ‘Tüketiciye Sıfır Mesafe’ felsefesi ve şirketin tüketim malları ve hizmetleri sektörüne genişlemesi ile uyumlu. Kurumsal girişim projesine katılan şirketler, şirketin üretim kapasitesi ve girişimci ruhu ile birlikte Haier’in deneyimlerinden, ürün geliştirme konusundaki uzmanlığından yararlanacak.

Haier Europe Finans Direktörü ve Haier Europe Open Enterprise CEO’su Marco Fossataro, “Bugün Open Enterprise’i duyurmaktan büyük heyecan duyuyoruz” diyor. “Haier Europe olarak Akıllı Ev çözümlerinde yeni senaryoları mümkün kılmak için Tüketiciye Sıfır Mesafe felsefemizi takip ederek, ürün sınırlarının ötesine geçerek tüketicilerimizin ihtiyaçlarını dinliyor, öngörüyor ve karşılıyoruz. Bu hedefe ulaşmak için katalizör, ekosistemlerde faaliyet göstererek mükemmelliği bir araya getirmek ve kullanıcılarımıza benzersiz bir deneyim sunmak”.

Haier Europe, bağlantılı cihazlar alanında liderdir ve halihazırda akıllı ev, yiyecek ve içecek, bakkal ve e-ticaret ve tüketim malları sektörlerinde düzenlerce yüksek profilli ortaklığa ve dijital entegrasyona sahip. Open Enterprise, dayanıklı tüketim malları için geçerli olan IoT özellikli iş modelleri olmak üzere altı farklı iş alanına odaklanacak; Akıllı Ev’de otomasyona



yönelik hizmetler, platformlar ve çözümler; Akıllı Mutfak için çözümler; ev ve kişisel hizmetlerde ölçeklenebilirlik için dijital platformlar; Haier Europe’un endüstriyel ve ticari yeteneklerinden yararlanabilecek ürünler; ve tüketici kullanım durumları için AI uygulamaları.

2021’de Haier, ortaklıklar, hızlandırıcılar, doğrudan yatırımlar, satın almalar veya diğer özel programlar aracılığıyla girişimlerle en aktif şekilde işbirliği yapan şirketlere verilen bir ödül olan ‘25 Corporate Startups Stars’ arasında zaten tanındı. Corporate Startup Stars Awards, 2016 yılında Avrupa Komisyonu tarafından başlatılan ve Uluslararası Ticaret Odası (ICC) ve Mind the Bridge ortaklığıyla 2020 yılında küresel hale getirilen Startup Europe Partnership girişiminin prestijli bir yıllık sıralama parçası.

Samsung Türkiye, Kadın Teknisyen Eğitim Programı’na başvurular devam ediyor

Samsung Türkiye’nin mobil iletişim sektöründe kadın iş istihdamını desteklemek amacıyla hayata geçirdiği ‘Kadın Teknisyen Yetiştirme Programı’na başvurular www.samsung.com/tr/her-alanda-uzman-kadınlar adresinden yapılabilecek. Başvurular sonrasında yapılacak değerlendirme sonucunda; test ve mülakatlarda başarılı olan 25 aday programa katılmaya hak kazanacak. Hayatın her alanında yetenekli ve güçlü kadınların yeni uzmanlıklar kazanmalarını desteklemek üzere hazırlanan bu programda Samsung Türkiye, teorik ve pratik eğitimler yanında mesleki staj uygulaması da dahil toplam 4 haftalık sürecin sonunda, başarılı olan kadınlara mobil iletişim sektörüne ilk adımı atmaları için kapı aralayacak. Programın ilk döneminde İstanbul ve Ankara şehirlerinden başvuruları olumlu sonuçlanan katılımcılar, özellikle cep

telefonu, tablet gibi hayatımızın vazgeçilmezi ürünlerinin yer aldığı sektörde kariyerlerine anlamlı bir katkı sunmuş olacaklar.

Kariyer.net ile Kariyer.net’in mavi yaka çalışanlar ve işverenleri bir araya getiren uygulaması “İşin Olsun Platformu”nun destek verdiği programın en önemli amaçları arasında, katılımcıların temel seviye cep telefonu, tablet ve aksesuar onarımı becerisi ve temel seviye teknik bilgiye sahip olmaları



yer alıyor. Ayrıca, mobil iletişim sektöründe iyi bir kariyer oluşturmaları için ilk adımı atmaları ve sektörde yapacakları iş başvurularında daha donanımlı bir noktaya ulaşmalarının sağlanması da öne çıkıyor.

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!



1.3 LT
TOZ HAZNESİ

40 DK
NORMAL KADEMEDE
ÇALIŞMA SÜRESİ

LED
PİL GÖSTERGESİ

**GÜÇ VE
KONFOR
BİR ARADA**



KÜÇÜK VE HAFİF



NORMAL EMİŞ



YÜKSEK EMİŞ



SAKLAMASI KOLAY

3 yıl
garanti

Arzum olarak yurt dışı satış kanallarında büyüme en önemli stratejilerimizden biri

“Küçük ev aletleri sektörünün öncü markalarından biri olarak müşterilerimiz için değer yaratan ürünler geliştirebilmek, bunu sürekli yapabilmek için yüksek yenilenme ve inovasyon kapasitesine sahip olmak çok önemli kriterler. Biz, tüm bu kriterlere sahibiz. Trendlerin, müşteri profilinin ve tercihlerinin hızlı değişimine bizler de aynı şekilde uyum sağlıyoruz.”



Serhan Giray Arzum Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

Türkiye’nin en başarılı markalarından biri olan Arzum, farklı satış kanalları üzerinde tüketicilerine ulaşarak yenilikçi ürünlerini sunmaya devam ediyor. Şirketin genel satış stratejisinden bahseder misiniz? Nasıl bir planlama ile çalışıyorsunuz?

Arzum ekibine dahil olduğum 2017 yılından bugüne, satış, ticari pazarlama ve saha operasyon ekiplerinin yeniden yapılanmasına, satış kanal yapısının yeniden düzenlenmesine odaklandık. E-ticaretin satış kanalı olarak tek çatı altına toplanması gibi satış içerisinde ana stratejiyi oluşturan konuları organize ettik. Bunların yanında veriye dayalı satış stratejisi oluşturduk. Bu konuda son tüketiciye yapılan satışların takibi, stokların yönetimi, rafta bulunurluk oranlarının ölçülmesi gibi birçok farklı konuda dijital dönüşümü tamamladık ve bu verileri bir araya getirerek iş süreçlerimizin içine yerleştirdik. Bugün Türkiye’de 20.000’in üzerinde satış ve dağıtım ağına, 500’ün üzerinde müşteriye ve 400’ün üzerinde yetkili servise sahibiz. Yaygın satış kanalı, markamızın önemli başarı faktörlerinden biri. Beş ana satış kanalı üzerinden faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz; zincir mağazalar (Teknoloji

mağazaları, süpermarketler ve hipermarketler), e-ticaret, discount, geleneksel kanal (Perakende kanalı, toptan kanalı) ve yurt dışı satışlar. Bu satış kanallarına ilave olarak satış gerçekleştirdiğimiz başka kanallar da mevcut. Otel, restoran ve kafelere (Horeca) yapılan satışlar, sadakat projeleri ve ürün hediyeleri gibi özel projelerin yönetildiği promosyon kanalı ve bunların haricinde kalan proje bazlı kurumsal satışlar da Arzum’un en önemli faaliyetleri arasında.

Ürünlerinizi en çok tercih eden tüketici kitlenizden bahseder misiniz?

Araştırmalar, pandemi döneminde 60 yaş üstünün de e-ticarete girdiğini gösteriyor. Bu yeni kitlenin ihtiyaçlarını, taleplerini gözlemlemek, onlara iyi bir tüketici deneyimi yaşatmak bizim için çok önemli. Bunun yanı sıra Y kuşağından sonraki yeni nesil müşterilerimiz ise artık Z kuşağı. Gençler bizim geleceğimiz. Bilgiye kolay erişen, değişikliklere ayak uyduran, zamana adapte olan ve dijitalin her türlü alanından anlayan bir kuşakla karşı karşıyayız. Bu, bizleri çok heyecanlandırıyor ve çalışmalarımızı bu doğrultuda gerçekleştiriyoruz.

Aynı şekilde en çok rağbet gören ürün ya da ürün gruplarınız hangileri? Son birkaç yılda, özellikle pandemi ve sonrasında tüketicilerinizin satın alma eğilimlerinde ne tür değişimler oldu?

Teknoloji, tasarım ve inovasyonu odağına alan bir marka olarak geliştirdiğimiz yenilikçi ürünlerimizle sektörde ilklere sahip, fark yaratan bir markayız. Arzum OKKA ailemizin en yeni üyesi, Türkiye’de bir ilk olan; karıştırarak sütlü Türk kahvesi pişirme özelliğine sahip Arzum

OKKA Rich Spin M, bugünlerde en çok ilgi gören ürünlerimizden biri. Ayrıca Arzum Technoart Blender’ın yanı sıra Nesnelerin İnterneti (IoT) teknolojisine sahip yeni robot süpürgemiz Robotek de tüketicilerimizden yoğun ilgi gören ürünlerimiz arasında.

Teknolojik gelişmelerin yaşandığı ve yaşam formlarının hızla değiştiği bir dönemde tüm sektörlerdeki gibi küçük ev aletleri sektöründe de değişim sürecindeyiz. Tüketiciler hayatlarını kolaylaştıran, keyif veren ve yeni deneyimler yaşatan her türlü teknolojiye hızlıca adapte oluyor. Bu teknolojik gelişmeleri de markalardan bekliyor. Aslında bu gelişmelerin çoğu tüketici beklentileri ve ihtiyaçları yönünde. Birçok neden var; yaşam alanları, ürünleri daha küçük ve fonksiyonel olmaya doğru itiyor. Bununla birlikte tüketiciler, küçülen ürünlerden aynı performans beklentileri içinde. Ya da sağlıklı beslenmeyi tercih eden tüketiciler mutfaklarına bu tip yiyecekleri kolaylıkla hazırlayabilecekleri ürünleri dahil ediyor. Bu tip gelişmeler tasarımcılar ve üreticileri, maliyet hedefleri çerçevesinde, daha küçük ve verimli tasarıma yönlendiriyor. Tüketicinin tasarımıyla şık ve fonksiyonel ürün beklentisi var. Bir de zamanın çok önemli olduğu günümüzde pratik ve zamandan kazandıracak ürünler çok önemli.

En güçlü olduğunuz satış kanalı hangisi? Burada özellikle e-ticaretin öneminden ve hacminden bahseder misiniz?

Arzum olarak tüketicilere ulaşmak için tüm kanalları etkin biçimde kullanıyoruz. Türkiye Küçük Ev Aletleri pazarında gittikçe etkinliği ve önemi artan e-ticaret kanalı uzun zamandır odağımızda. Uzun dönemli satış kanalı stratejimiz çerçevesinde e-ticaret kanalını yapılandırmış, gerekli altyapı çalışmalarını tamamlanmış bir markayız. E-ticaret bugün, kendi satış kanallarımız içerisinde önemli bir paya sahip. Bununla beraber özellikle pandeminin etkisinin azalması ile offline kanallarda da yüksek büyüme rakamlarına ulaştık. Tıpkı ürün portföyümüzde olduğu gibi satış kanallarımızın tamamında dengeli büyüme hedefimizden vazgeçmıyoruz. Çok güçlü bir iletişim stratejimiz var. Offline ve online kanalda, her hedef kitleye özel odaklı çalışmalarla ulaşıyoruz. Her dönem inovasyon, farklı tüketici kitlelerine ve pazarlarına yönelme, yeni iş birlikleri gibi yöntemlerle heyecanı, tutkuyu ve ilgiyi diri tutuyoruz.

E-ticaret stratejilerinizi neye göre belirliyorsunuz? Tüketicileriniz e-ticaret satış kanallarında en çok nelere dikkat ediyor?

E-ticaret kanalında hem kendi web sitemiz (www.arzum.com.tr) hem diğer e-ticaret platformları üzerinden tüketicie ulaşıyoruz. E-Ticaret kanallarından ürün alan tüketicilerin beklentilerine uygun hizmet ve çözümleri sunmaya özen gösteriyoruz. Özellikle hızlı teslimat, paketleme, satın alma sırasında ve sonrasında tüketiciye sunduğumuz hizmetleri her geçen gün geliştiriyoruz. Bu sayede pandemi dönemi ve sonrası artan e-ticaret talebine rahatlıkla karşılık verebiliyoruz. Satış kanallarını etkin kullanabilmenin yanında, ürün yönetimi olarak, özellikle pandemi döneminde ortaya çıkan ihtiyaçlara cevap verebilmiş olmamız da, satışlarımızdaki artışa ciddi katkı sağladı. E-ticaret kanalında yoğun bir ziyaretçi gözlemledik. Bu süreçte online alışverişte yeni müşteri sayısında da oldukça değerli artışlar oldu.

Geleneksel satış kanalları özelinde baktığınızda nasıl bir yapılanmanızı var? Bu alanda nasıl bir büyüme hedefiniz bulunuyor?

Köklü tarihi ve uzun yıllardır oluşturduğu güven ilişkileri ile markamız özellikle geleneksel satış kanalında önemli bir konuma sahip. Türkiye'nin önde gelen perakendecileri ile iş birliklerimiz var. Buradaki kaslarımızı güçlü tutarken; zincir mağazalar, discount mağazaları ve e-ticaret, son yıllarda oransal olarak en çok büyüyen kanallar oldu. Bu kanalların alt yapılarına (zincir, teknoloji market, e-ticaret vb.) önemli yatırımlar yaparak, bu alt kanallar arasında esnek hareket edebilme kabiliyeti sağladık. Bu sayede makroekonomik dengelerdeki değişimlere daha hızlı cevap verebilir hale geldik. Ayrıca, 2016 yılından bu yana ihracat stratejisindeki değişikliklerle yurt dışı satışlarda kayda değer artışlar sağladık.

Arzum'da veriye dayalı satış stratejisi oluşturduk. Bu konuda son tüketiciye yapılan satışların takibi, stokların yönetimi, rafta

bulunurluk oranlarının ölçülmesi gibi birçok farklı konuda dijital dönüşümü tamamladık ve bu verileri bir araya getirerek iş süreçlerimizin içine yerleştirdik. Teknolojiyi daha iyi kullanmak ve dijitalleşme her zaman önceliklerimizden oldu. Yaşadığımız dönem itibarıyla pazarlama ve satışın kalbinde dijital dönüşüm var. Biz, teknolojiye ve dijitalleşmeye ciddi yatırım yapan ve her yıl bu yatırımları büyüterek devam ettiren bir şirket olarak bundan sonra da gelenekselin yanı sıra tüm satış kanallarımızda yeniliklerimizi sürdüreceğiz.

Satışla birlikte satış sonrası da oldukça önemli bir kanal olarak öne çıkıyor? Buradaki çalışmalarınızdan genel olarak bahseder misiniz?

Arzum olarak satış sonrası hizmetlerde çok iddialıyız. Herhangi bir talep geldiğinde hızlı bir şekilde soruna çözüm üretebilmek bizim sektörümüz için olmazsa olmaz bir özellik. Destek Arzum web sitemiz ile tüketicilerimiz mevcutta kullandıkları Arzum ürünlerini çok basit bir adımla siteye ekleyebiliyorlar. 2021'de Türkiye'de bir ilk olarak 4 yıl garanti hizmeti sunduk. Kaydı tamamlanan 3 yıl garantili tüm Arzum ürünlerinde +1 yıllık ek garanti geçerli. Kampanya kaydı arzum.com.tr ve Arzum Seninle uygulaması üzerinden yapılabilir. Tüketicilerimizin en önemli ihtiyaçlarından biri, hızlı servis ve sürekli bilgilendirme. Geliştirdiğimiz entegrasyonlar ile servisimizin talep ettiği yedek parçanın aynı gün kargoya teslim edilmesini sağlıyoruz. Bu hız sayesinde ortalama tamir süremiz 3 gün. Dijital Gözler adını verdiğimiz ve her yıl tüm birimlerden farklı çalışma arkadaşlarımızla birlikte dijital projeleri hayata geçirdiğimiz platformumuz, 2020 yılında 24 dijital dönüşüm projesini devreye almamızı sağladı. Biz dijital dönüşümü çok önemsiyoruz. Bu alandaki yatırımlarımıza bundan sonra da devam ederek sektörde liderliğimizi sürdürmeyi hedefliyoruz.

Gelecek dönem için hedefleriniz neler olacak, nasıl bir strateji ile hareket edeceksiniz?

Pandemi sonrası yeni normal ile beraber, dijitalleşmenin de etkisiyle hem offline hem online kanallarda birçok farklı hizmetin tüketicilerin kullanımına sunulacağını düşünüyorum. Özellikle mağazacılık tarafında hibrit sistemleri daha fazla görmeye başlayacağız. Bu tür yeniliklerle beraber tüketicinin istek ve taleplerini daha iyi analiz edebileceğiz. Ürün ve hizmetlerimizi tüketicilerin beklentileri doğrultusunda



geliştirebileceğiz. Aynı şekilde dijitalleşme ile online kanallarda da tüketicilerimizi daha iyi tanıma ve onlara özel hizmet ve kampanya sunma şansımız artacak. 55 yıllık köklü geçmişe sahip bir marka olarak güçlü satış stratejilerimizle globaldeki büyümemizi daha da etkin bir şekilde sürdürmeyi istiyoruz. Bu çerçevede yapılanmamızı değiştiriyoruz. Yurt dışı satış kanallarında büyüme en önemli konularımızdan biri oldu. Dünya markası olma hedefiyle yeni başarılarla imza atma yolunda emin adımlarla ilerlemeye devam edeceğiz.

Küçük ev aletleri sektörünün öncü markalarından biri olarak müşterileriniz için değer yaratan ürünler geliştirebilmek, bunu sürekli yapabilmek için yüksek yenilenme ve inovasyon kapasitesine sahip olmak çok önemli kriterler. Biz, tüm bu kriterlere sahibiz. Trendlerin, müşteri profilinin ve tercihlerinin hızlı değişimine bizler de aynı şekilde uyum sağlıyoruz. Arzum olarak ana amacımız, yüksek teknolojiye sahip yenilikçi ürünlerimizle tüketicilerimizin hayatını kolaylaştırmak. Bundan sonra da sektöre öncülük ettiğimiz inovatif ürünlerimizle müşterilerimizin hayatını kolaylaştırmaya devam edeceğiz. Müşteri memnuniyetini sağlamak bizim için hayati bir konu. Dijital dönüşüm alanında attığımız önemli adımlarla ihtiyaçlara yönelik hızlı çözümler ve memnuniyet ölçümü konularında başarı grafiğimizi üst seviyelere taşımayı sürdüreceğiz.

Altus

inverter klimalar
serinlikten

iyi anlar

444 0 888

Arçelik
Servis
Garantisi



altus.com.tr



A++



GÜRSES KURUMSAL A.Ş

Birlik mah. M. Akif İnan Cad. No:4 Gürses Plaza K:2 Esenler / İstanbul

Tel: +90 212 429 40 00 • gurseskurumsal.com.tr



444 0 888

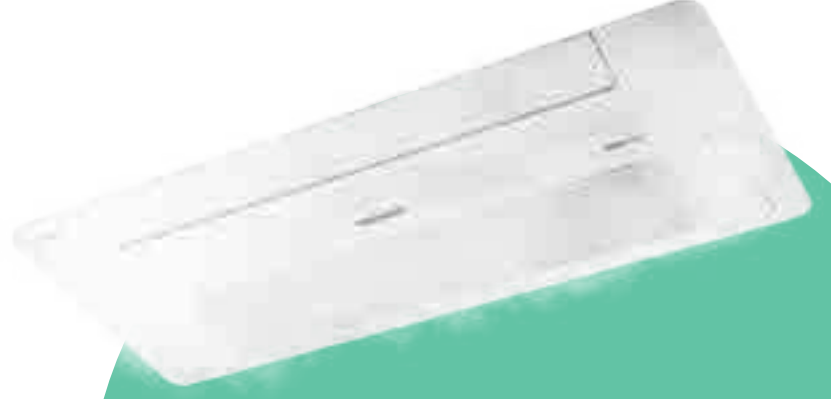
altus.com.tr

f /altustr



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.

Dyson, Yalıkavak Marina'da ilk pop-up satış noktasını açtı

Dyson, Bodrum'daki kullanıcılarına en iyi hizmeti sunabilmek için ilk pop-up satış noktasını Yalıkavak Marina'da açtı. Dyson, bu yeni açılışla birlikte Türkiye'deki direkt satış noktası sayısını 20'ye çıkardı.

Bodrum'daki ilk pop-up satış noktasının açılışını, Elle Dergisi'nin iş birliğiyle gerçekleşen keyifli bir etkinlikle kutlayan Dyson, güzellik ve moda dünyasını bir araya getirdi. Yalıkavak Marina'da bulunan pop-up satış noktasını ziyaret eden ve ürünleri deneyimleyen konuklar, daha sonra tekneyle açılarak Dyson'ın yeni pop-up store açılışını eğlenceli bir tekne partisiyle kutladı. Tekne partisine; Aybûke Pusat, Didem Soydan, Nilay Cafer, Nur Bilen Yavuzer, Ahmet Çoban, Cansu Akın gibi pek çok ünlü isim ve influencer katıldı.

Dyson teknolojisinin, Dyson uzmanlarıyla deneyimlenmesi ve anlatılmasıyla doğru bir şekilde tüketicilere aktarıldığına inanan marka,



Yalıkavak Marina'daki pop-up satış noktasıyla ziyaretçilere uygulamalı bir alışveriş deneyimi sunmaya odaklanıyor. Dyson satış noktasında kullanıcılara keyifli bir alışveriş deneyimi sunulurken, ziyaretçiler uzmanlar tarafından karşılanarak diledikleri ürünü deneyimleyebiliyor ve en son teknolojiler hakkında detaylı bilgi alabiliyor.



BSH Türkiye, We Power ile istihdamda cinsiyet eşitliği sağlıyor

BSH, geleceği ve toplumsal refahı güçlendirmek için gençlerin yaşamlarına değer katan projelere imza atıyor. İnovatif gücüyle sürdürülebilirliği farklı bir boyuttan ele alarak geleceğin insan kaynağına yatırım yapmak için 2021 yılında başlattığı WE Power kariyer programı ile genç kadın istihdamını destekliyor. BSH, We Power mühendislik ve satış alanlarında kadın profesyonellerin temsilinin güçlenmesi için özel bir kariyer programı sunuyor. Her yıl WE Power programına katılan kadın öğrenciler, kariyerlerine güçlü bir başlangıç için ve sektördeki dönüşümün elçileri olmak üzere yoğun bir deneyim sürecine dâhil oluyor. Bu yıl ikincisi gerçekleşen program rekor seviyede başvuru aldı ve yaklaşık 6 bin kadın öğrenci tarafından tercih edildi. Adaylar arasından seçilen kadın öğrenciler, Ağustos 2022'de BSH Türkiye'deki kariyer imkânlarından yararlanacak.

WE Power kariyer programının Türkiye'de bir öncü olduğuna dikkat çeken BSH'nin, içerisinde Türkiye'nin de bulunduğu Gelişmekte Olan Pazarlar Bölgesi İnsan Kaynakları

Organizasyonuna liderlik eden Ayça Kaşıkçı; "Hayata geçirdiğimiz projelerde gençlere yeni fırsatlar ve öğrenme imkânları sunmayı önemsiyoruz. Sürdürülebilirlik ilkelerimiz kapsamındaki 'insan odaklı' yaklaşımımızı sadece kurum içerisinde değil, bulunduğumuz her alana yansıtıyoruz. Bizim gibi müşteriye odaklı olarak teknoloji ve inovasyonla buluşturan şirketlerde kadın çalışan oranının böyle öncü projelerle desteklenmesi sadece iş dünyası için değil, toplumumuz için de son derece kıymetli. Ne mutlu ki emeklerimiz de karşılık buluyor, binlerce genç kadın başvuru yaparak bu dönüşümde yer almayı tercih ediyor" şeklinde konuştu.

BSH, düzenlediği rutin Çeşitlilik & Kapsayıcılık odaklı etkinliklerinin sonucunu 23 Haziran Dünya Kadın Mühendisler Günü'nde 120 genç kadın üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirdi. Online olarak düzenlenen WE Power kariyer etkinliğinde, şirketin her kademesinden profesyoneller deneyimlerini



paylaşırken, başarılı sporcu Şahika Ercümen de ilham veren bir konuşmayla katılımcılarımızın yanında oldu. Keyifli oyunlar ve deneyim paylaşım alanlarıyla tasarlanan etkinlikte WE Power katılımcıları, kariyer yolculuklarını tasarlamada güçlü ipuçları elde etti.



Come to Villa KaunosKbid

Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı olarak bugün size yepyeni bir girişimimizden söz etmek istiyorum.

Beyaz eşya ve Elektrikli Ev aletleri sektörüne 25 yıldan beri yayımladığımız dergimizle hizmet ederken, mevcut işimizin yanında bu aydan itibaren turizm sektörüne adım attık.

Pandemi sürecinde ailecek İstanbul'dan bir süreliğine ayrılarak Muğla ili Dalyan Beldesinde ikamet etmeye başlamıştık, geçen süre zarfında bölgenin turizm potansiyelini inceleme fırsatım oldu.

Dünyanın en iyi kumsallarından biri olan İztuzu plajına sahip olan bu belde turizm açısından inanılmaz fırsatlar sunuyor.

Özellikle son yıllarda öne çıkan iklim değişikliği, çevresel sürdürülebilirlik ve sağlıklı yaşam kavramlarını bu yörede yaşayarak gözlemledim.

3 yıldan fazla bir zamandır deneyimlediğim, bir tarafı Türkiye'nin en önemli Eko turizm köylerinden biri olan Köyceğiz/ Çandır diğer tarafı Caretta'ların doğal yaşam alanları olan İztuzu plajı ve UNESCO'nun Dünya kültürel miras listesinde aday olarak yer alan Kaunos Antik şehri ve Kral Mezarları özel çevre koruma alanı olan bu bölgeyi dünyanın gözünde inanılmaz değerli kılıyor.

Böylesine değerlere sahip olan bölgenin turizm potansiyeli, ne yazık ki; deniz, kum, güneş üçlemesi ile 5-6 aya sıkışmış durumda ancak yukarıda bahsettiğim değerler yılın tüm aylarında gezip görülebilecek yerler, özellikle Ekoturizm bölgesi olan Çandır köyü sessizliği, sakinliği ve doğal güzelliği ile sanki cennet bir köşe. Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı olarak bölgede Villa turizm girişimciliğine başladık.

Cennet Çandır'da muhteşem bir manzaraya sahip olan villamızda 3 yatak odası, 2 banyo ve tuvalet, geniş salon, açık mutfak alanı ile evinizin rahatlığını ve konforunu bulabileceksiniz.

Villamızın özel havuzu da yüzerken hem Kaunos antik şehrinin sihirli güzelliğini hem de Dalyan Deltasının inanılmaz coğrafyasının izleyebileceksiniz.

Sizleri ve dostlarınızı Villamızda tatile bekliyoruz.



Çandır Mahallesi 6. Sok. No: 3 Köyceğiz / Muğla

+90 542 215 31 37

yildirimsoylemez@dagitimkanali.net



KAUNOSKBIDVILLA



Dağıtım Kanalı

by Dağıtım Kanalı

Mitsubishi Electric, klima üretimi için Türkiye’de fabrika açıyor



Mitsubishi Electric, Türkiye’deki klima üretim üssü olan Mitsubishi Electric Klima Sistemleri İmalatı Türkiye Anonim Şirketi’nde (MACT) yeni bir fabrikaya 1,44 milyar TL (113 milyon ABD doları) yatırım yapacağını duyurdu. Girişim, MACT’ın havadan suya (ATW) ısı pompaları için yıllık kapasitesini mevcut kapasiteden 100.000 birim artışla 300.000 birime ve oda klimaları için 300.000 birim artışla 1.100.000 birime

çıkacaktır. Üretim Şubat 2024’te başlayacak. Mitsubishi Electric, küresel Isıtma, Havalandırma ve İklimlendirme (HVAC) işini, 2025’e kadar özellikle Avrupa ısıtma sistemi pazarına odaklanan bir genişleme stratejisi kapsamında büyütüyor.

Mitsubishi Electric, 2025 yılına kadar özellikle Avrupa ısıtma sistemi pazarına odaklanan bir

genişleme stratejisi kapsamında küresel Isıtma, Havalandırma ve İklimlendirme (HVAC) işini büyütüyor. Avrupa’nın karbondan arındırma politikalarına uygun olarak, fosil yakıta dayalı geleneksel kazan tipi ısıtıcıların yerini hızla ATW ısı pompaları alıyor ve bu da Türkiye’de ve Avrupa’da ATW pazarının hızlı büyümesini sağlıyor. Bu arada, devam eden iklim değişikliği, yerel tüketiciler tarafından lüksten ziyade meta olarak görülen oda klimalarına yönelik artan talebi teşvik ediyor.

Tesisteki çevre dostu CO2 emisyonu azaltma önlemleri, gelişmiş ısı yalıtımı, atık hava ısı geri kazanımı ve yenilenebilir enerjinin etkin kullanımını içerecektir.

Mitsubishi Electric, 2021 yılında 222 milyon TL (17,3 milyon ABD Doları) ek yatırım yapmak da dahil olmak üzere, 2016 yılında bağlı şirketi kurduğundan bu yana MACT’a yatırım yapmaya devam etti.

LG Connectivity Standards Alliance Board’a katıldı

LG Electronics (LG), Nesnelerin İnterneti için evrensel açık standartları geliştirmeye, geliştirmeye ve teşvik etmeye odaklanan lider küresel kuruluş olan Bağlantı Standartları İttifakı’nın (İttifak) Yönetim Kurulu’na seçildi.

İttifak içindeki yükseltilmiş rolüyle LG, İttifak’ın akıllı ev cihazlarını bağlamak için açık kaynaklı IoT protokolü olan Matter’in geliştirilmesine ve standartlaştırılmasına aktif olarak katılmayı ve akıllı ev ekosisteminin genişlemesine öncülük etmeyi planlıyor.

LG Electronics’in CTO’su ve Başkan Yardımcısı Dr. Kim Byoung-Hoon, “İttifak kurulundaki rolümüz aracılığıyla, daha bağlantılı ve uygun bir gelecek yaratmaya olan bağlılığımızı gösteriyoruz” dedi. Matter’in benimsenmesi ve desteklenmesiyle, TV’ler, ev aletleri ve

IoT cihazları ve sensörler dahil olmak üzere büyüyen akıllı ürün yelpazemiz, birbirine ve tüm uyumlu çözümlere daha güvenli ve kolay bir şekilde bağlanabilecek. Yenilikçi müşteri deneyimleri sunmaya ve akıllı evin evrimini ileriye taşımaya yardımcı olmaya devam edeceğiz.” diyor.

Akıllı ev teknolojileri için İnternet Protokolü (IP) tabanlı bir iletişim standardı olan Matter, çeşitli üreticilerin ürünlerinin iletişim kurabildiği ve veri paylaşabildiği ve uyumluluk sorunlarının geçmişte kaldığı açık bir akıllı ev ortamı oluşturmaya yardımcı oluyor. LG, LG ThinQ akıllı ev platformu ve uygulaması ve ödüllü webOS akıllı TV platformu dahil olmak üzere kolaylık sağlayan akıllı platformlarında Matter için destek sağlamayı amaçlıyor. Matter’in benimsenmesi yalnızca LG müşterilerine fayda



sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda şirketin yenilikçi ev aletleri ve TV programlarının genel rekabet gücünü de artıracak.

İttifak’ın küresel üyeliği olan 500’den fazla şirketten oluşan, IoT için açık standartlar oluşturmak için işbirliği yaparak yaşama, çalışma ve oynama şeklimizi dönüştürüyor. Üyelerinin derin ve çeşitli uzmanlığı, sağlam sertifika programları ve eksiksiz bir açık IoT çözümleri paketi ile Alliance, daha sezgisel, yaratıcı ve kullanışlı bir dünyaya doğru harekete öncülük ediyor.

Grundig yeni Home Comfort serisini piyasaya sürdü

Prologue koleksiyonunun bir parçası olan Grundig’in yeni Home Comfort serisi, konut klimalarını, hava-su ısı pompalarını ve elektrikli kazanları içeriyor.

Klimaya özel seri, sürdürülebilirlik ve tasarım ile karakterize edildi. Bir klima sisteminin en önemli bileşenlerinden biri soğutucu gaz. Grundig, düşük çevresel etkiye sahip R32 florlu gaz kullanıyor. Ayrıca özel hidrofilik kaplama kondenser ve evaporatörün paslanmasını önüyor.

Tüm ürün yelpazesi ayrıca entegre WiFi bağlantısı ile donatılmış durumda. Konut

klimaları ile ilgili olarak, bu ürünler 4 hatta ayrılmış: üçü mono-split modellere ve biri multi-split çözümlere tahsis edilmiş. Teknolojik düzeyde bu ürünler, Inverter motora, Self-Clean+ işlevine ve 4 filtreden oluşan Actifour filtreleme sistemine sahip. Özellikle, Katesin filtresi kokuları ve tozu, fotokatalist filtresi ise mikropları yok eder; Gümüş iyonlu bir hava temizleyici olan Nano-gümüş İyon Filtresi temiz ve sağlıklı havayı garanti ederken, HEPA filtresi 0,3 mikrona eşit veya daha büyük çapa sahip kirletici parçacıkların %99,995’ini engeller. Son



olarak, Grundig tarafından vurgulandığı gibi, ION PRO saflaştırma teknolojisinin koronavirüs (SARS-CoV-2) üzerinde engelleyici bir etkisi vardır.

Perakendeyi kökten değiştirecek küresel 2022 trendleri



Dünyanın trend sektörlerini inceleyerek geniş ve kapsamlı raporlar hazırlayan GOOINN (Good Innovation)'in Araştırma Merkezi, Haziran ayında perakendenin sürdürülebilir yolculuğunda nasıl başarılı olabileceği ile ilgili tüm detayları masaya yatıran perakende raporunu yayınladı. Kurumsal şirketlere inovasyon kültürünün yetkinliklerini aktarma ve kurum içi girişimcilik konusunda çözüm ortaklıkları sunan GOOINN, bu raporda perakende sektörünün gelişiminin önünü açmak için dikkat edilmesi gereken noktaları ve 14 trendi açıkladı.

Dijitalleşmeyle birlikte perakende sektöründe inovasyonun öneminin incelendiği raporda, inovasyonun özellikle çok kanallı perakendecilik sektöründe bir standart haline geldiği belirtildi. Türkiye ve dünya genelinde, fiziksel alışveriş talepleri devam ederken diğer yandan perakendeciler müşteri deneyimini farklılaştırmak için akıllı mağaza uygulamalarını devreye sokmaya başladı. Bu alandaki önemli ve günümüzün en popüler konularından biri olan metaverse'in öne çıktığının belirtildiği rapor, şirketlerin perakende anlamında metaverse stratejilerinin çoğunlukla marka değerlerini desteklemek üzerine kurguladıklarını ortaya koydu. Sanal showroom'ların oluşturulması ve fiziksel deneyimlerin online ortama uyarlanması bu alandaki önde gelen beklentiler arasında. Bunun dışında metaverse'ün lüks tüketim ürünleri için yeni bir dünyanın kapılarını açacağı öngörüldü. Buradaki lüks tüketim ürünleri talebinin 2030 yılına kadar 50 milyar dolara ulaşabileceği tahmin ediliyor.

Perakende sektörü 2022 trendlerinin örnek uygulamalar üzerinden detaylı şekilde incelendiği GOOINN Perakende Raporu'nda perakendeyi kökten değiştirecek önemli trend başlıkları şu şekilde aktarılıyor;

Trend 1: Yerel markalar perakende rekabetini artırıyor

Dijital olarak yerel markalar perakende rekabetini artırmaktadır.

Trend 2: Deneyimsel perakendeye yatırım yapılıyor

Tüketiciler yüz yüze deneyimlerin özlemini

çekmektedir. Bu nedenle perakende firmaları lojistik açıdan zor olmasına rağmen deneyimsel perakendeye yatırım yapmaktadır.

Trend 3: Reklam maliyetleri fiziksel

perakendeye ağır verilerek azaltılıyor

Artan dijital reklam maliyetleri birçok markanın müşteri edinme maliyetlerini düşürmek için reklam biçimi olarak fiziksel perakendeye yönlendirmektedir.

Trend 4: Mağaza içi alışveriş arttırılıyor

Kısıtlamaların ardından mağazaların yeniden açılması ve tüketicilerin yüz yüze deneyimlere olan talebinin artmasıyla mağaza içi alışveriş yeniden hız kazanmaktadır.

Trend 5: Kanallar arasında tutarlı bir alışveriş deneyimi sunmak hedefleniyor

Pandemi ile birlikte müşteri deneyimleri farklılaştı ve çok kanallı alışveriş deneyimi ön plandadır. Bunun sebebi tüketicilerin markalarla birden çok kanal üzerinden bağlantı kurmasıdır. Satın alma yolculukları herhangi bir kanaldan başlayıp başka bir kanalda sonlanabilmektedir. Bu nedenle perakende firmaları rekabetçi kalabilmek için bu alana önem vermektedir. Burada firmalar kanallar arasında tutarlı bir deneyim sağlamaktadır.

Trend 6: Çalışan çekmek için yeni İK modelleri tasarlanıyor

Tüketici ve çalışan beklentileri, markaları perakende personelinin rolünü yeniden düzenlemeye yönlendirmektedir. Tüketici beklentileri her zamankinden daha yüksektir. Bu durum mağaza çalışanı için daha fazla sorumluluk gerektirmektedir. Diğer yandan perakende çalışanları daha yüksek ücret ve daha fazla fırsat talep etmektedir. Bu nedenle markalar çalışanları çekmek ve elde tutmak için markalar mağaza personelinin rolünü ve ücretlerini yeniden tasarlamaları gerekmektedir. Markalar, personelin tüm temas noktalarında tutarlı bir müşteri deneyimi sunmasına yardımcı olmak için çalışan eğitimine ve teknolojiye yatırım yapmaktadır.

Trend 7: Temassız perakende deneyimi talepleri artıyor

Tüketicilerin temassız perakende deneyimi talepleri artmıştır. Böylelikle ödemesiz mağazalar, hızlı ve otonom teslimatlar ana akım haline gelmiştir.

Trend 8: Perakende ve marka iş birlikleri artıyor

Toplumdaki büyük sorunlara farkındalık yaratmak ve çözüm getirmek için perakendecilerin ve markaların işbirlikleri ön plana çıkmaya başlamıştır.

Trend 9: Otonom teknolojiler ön plana çıkıyor

Otonom teknoloji perakendecilerin iş yapış biçimlerine ve işgücü sıkıntısına yardımcı olmaktadır. Örneğin sipariş takibini kolaylaştırmak, müşteri sadakat programlarını yönetmek, müşterilerle iletişim kurmak ve personel boşluklarını doldurmak gibi konularda otonom teknoloji kullanılmaktadır.

Trend 10: Müşterilere sanal deneyimler yaşatılıyor

Perakendeciler müşterilerine sanal deneyimler yaratmak için çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Her 3 perakendeciden en az bir tanesi 2022 yılında canlı akış alışverişine yatırım yapmayı; perakendecilerin %30'u ise sanal gerçeklik alışverişini hayata geçirmeyi planlamaktadır.

Trend 11: İnteraktif perakende deneyimi ile sosyal satışlar ön plana çıkıyor

İnteraktif perakende deneyimleri yeni bir çağ açmaktadır. Burada sosyal satışlar ön plandadır. Çünkü müşteriler sosyal medya aracılığıyla daha rahat ürün satın almaktadır ve bu platformlar aracılığıyla etkileşim kurmanın yeni bir yolunu oluşturmaktadır. Örneğin Instagram'da satış yapmak, çevrimiçi bir mağaza açmak gibi müşterilerin değişen ihtiyaçlarını karşılamanın çeşitli yolları denenmektedir.

Trend 12: Hızlı teslimat seçenekleri markaları farklılaştırıyor

Hızlı teslimat ve aynı gün teslimat seçenekleri sunan perakendeciler rakiplerine göre büyük bir avantaj elde etmektedir.

Trend 13: Yeni ödeme sistemleri benimseniyor

Perakendeciler teknolojik gelişmeler sayesinde yeni ödeme sistemlerini tüketicilere sunmaya başladı. Şimdi al sonra öde, tek tıklama ile ödeme gibi ödeme seçenekleri görülmektedir.

Trend 14: Sosyal ve çevresel sorumluluğu günlük iş modellerine yerleştiren markalar ön plana çıkıyor

Giderek artan genç alışveriş düşkünü nüfusu, sosyal ve çevresel sorumluluğu günlük iş modellerine yerleştiren perakendeler daha rekabetçi olmaktadır. Özellikle sürdürülebilirlik Z jenerasyonu için önemli bir konu ve perakendecilerin sürdürülebilir iş modelleri ile ürün tedariki, paketleme ve teslimatla ilgili değişen beklentilere karşılık vermesi kritik bir öneme sahiptir.

Teka, Türkiye'deki 30. yılını kutladı

Teka, Türkiye'deki 30'uncu faaliyet yılını düzenlediği gala yemeğiyle kutladı. Teka'nın Türkiye'deki 30 yılını kutlamak ve önümüzdeki dönem büyüme planlarını duyurmak üzere düzenlediği gala yemeğinde, Heritage-B İcra Kurulu Başkanı Maximilian Bronner, Teka Group CEO'su Stefan Hoetzl'ün yanı sıra üst düzey yöneticiler ve Teka Türkiye çalışanları hazır bulundu. Teka Türkiye'nin ankastre mutfak ürünleri pazarında hızlı büyümesine değinen Teka Türkiye Genel Müdürü Aydın Kuzaltı, "Ülkemizde başarılarla geçen tam 30 yılı geride bıraktık. İç pazarın yanı sıra yurtdışı ihracatımız ile tüm dünyanın mutfaklarına ulaşıyoruz. Pişirmeyi odağına alan mutfak anlayışımızla dünyanın her yerinde, evlerin kalbine ulaşan hizmetler sunuyoruz" diye konuştu.

"Türkiye fabrikalarımız Teka globalin de gözbebeği"

Kuzaltı sözlerine şöyle devam etti: "Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesi'nde evye fabrikamızda kendi markamız Teka ve ayrıca OEM'e üretim yapıyoruz. 2003 yılında Ege Serbest Bölge'de kurduğumuz fabrikamızda ankastre ocak ve fırın üretiyoruz. Türkiye'de üretim tesislerimiz, ofis ve showroomlarımızla toplam altı lokasyonda faaliyet gösteriyoruz. Türkiye fabrikalarımız Teka Global'in gözbebeği. Tüm performans indikatörlerimiz fabrikalar arasında üst sıralarda yer alıyor. Türkiye'den Teka ve OEM markalı ürünler beş kıtaya ihraç ediliyor. Avrupa, Asya ve Amerika kıtalarında 57 ülkedeki iştirakimiz ve 15 fabrikamız ile toplam 116 ülkede faaliyet gösteriyoruz. Teka bugün tüm dünyada 100 milyondan fazla tüketiciye hizmet eden dev bir marka."



"Türkiye'ye yatırıma devam edeceğiz" Teka, 2025 yılına kadar planlı bir büyüme ile cirosunu yüzde 100 oranında artırmayı hedefliyor. Toplantıda gelecek yıllara dair hedeflerini de belirten Kuzaltı, "Büyüme hedeflerimizin doğal sonucu olarak istihdam sayımızı da artırmayı planlıyoruz. Bu ivmeyle 30 yıldır yaptığımız gibi ülkemize yatırıma devam edeceğiz. Geçmiş yıllarda yaptığımız yatırımlarla kapasitemizi artırdık." dedi.

"Ar-Ge yatırımlarıyla global ürünleri Türkiye müşterilerimize kolayca sunuyoruz" Ar-Ge yatırımlarına da vurgu yapan Kuzaltı, "Son iki yıldır Ar-Ge'ye büyük miktarda yatırım yaparak Avrupa'da tasarlanan ve geliştirilen ürünlerimizi Türkiye'deki müşterilerimizin beğenisine sunduk. Restoran kalitesinde etler için Teka SteakMaster ankastre fırın, Sınırsız Yüzey ve DirectSense teknolojisi ve Dokunmatik Kontrol paneli ile Teka induksiyon ocak başta olmak üzere yeni ürün yelpazesinde sunulan tüm fırın, ocak ve davlumbazlar özellikleri bakımından inovasyonda çok önemli bir aşamayı temsil ediyor." diye devam etti.

Teka, Great Place to Work sertifikası aldı Teka Türkiye, Mayıs 2022'de çalışan memnuniyetini gösteren Great Place to Work sertifikası aldı. Konuyla ilgili olarak Kuzaltı şu değerlendirmeyi yaptı: "TEKA Türkiye olarak Great Place To Work Sertifikası aldık. Bu, hepimizin desteğiyle son dört yıldır yaptığımız çalışmaların taçlanması. TEKA Türkiye, çalışma arkadaşlarını dinleyen, görüş ve önerileri etkin bir şekilde değerlendiren bir aile. Bu sertifikayı almak için ekstra bir çaba sarf etmediğimizi hepimiz biliyoruz. Bu başarı bizim doğal çalışma ortamının bir sonucu."

Müşteri memnuniyetini artıracak adımlar Teka, müşteri deneyimi noktasında fark yaratmak, satış sonrasında da hizmetlerini geliştirerek memnuniyeti artırmak için sürekli çalışıyor. Şirket geçen Ağustos ayı itibarıyla, satış sonrası hizmetleri için yeni bir iş ortağıyla da anlaştı. Teka, bu yeni servis yönetim programıyla önümüzdeki dönemde montaj ve onarım bildirim taleplerini online olarak takip edecek.

Antalya'nın en büyük Profilo Deneyim Mağazası Kepez'de açıldı

Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, bayii ağını genişletmeye devam ediyor. Hayatı kolaylaştıran yardımcılarıyla "Oh Be Profilo Varmış" dedirten Profilo'nun yeni bayisi Çetinbaş Dayanıklı Tüketim Malları, Antalya'nın parlayan yıldız ilçesi Kepez'de 30 Haziran Perşembe günü gerçekleşen açılış etkinliğiyle tüketiciyle buluştu.

Açılışa Profilo Türkiye Satış Direktörü Mustafa Işkıncı, Profilo Türkiye Batı Anadolu Satış Bölge Müdürü Hakan Gür, Ticari Pazarlama Müdürü Noyan Ekim, Profilo Dayanıklı Tüketim Malları Kepez Bayisi sahibi Mahmut Çetinbaş ve sevilen yarışma programı 'MasterChef' finalistlerinden Milhan Erdem, Araz Aknam ve Dilara Başaran'ın yanı sıra ve pek çok davetli katıldı. 375 metrekaarelik alanıyla Antalya'nın en büyük Profilo

deneyim mağazası olma özelliğinde sahip olan Çetinbaş Dayanıklı Tüketim Malları bayisi şehrin ticari faaliyetine katkıda bulunmayı da hedefliyor.

Sevilen TV yarışması MasterChef finalistlerinin renk kattığı açılışta şefler hünelerlerini de sergilediler. Profilo Ankastre Fırın'ın 3D sıcak



hava pişirme programı ile aynı anda farklı yemekleri tatlarını birbirine karıştırmadan pişiren MasterChef finalistleri, hazırladıkları yemekleri davetlilere ikram ettiler.

pozitera

ZAMANINIZA
DEĞER
KATAR

RETAIL DEVELOPMENT



www.pozitera.com

İkinci el bilgisayar ve beyaz eşyaya ilgi arttı



Ipsos tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre son 1 ay içinde satın alınan ürünlerde ikinci el ürünlere ilgi arttı. Bilgisayar alanların yüzde 35'i ikinci el tercih etti.

Türkiye temsili 18 yaş üstü 800 birey ile online anket yöntemiyle yapılan araştırmada tüketicilere "son bir yıl ve son bir ayda dayanıklı tüketim ürünü alıp almadığı, yine aynı kategoride ikinci el ürün satın alıp almadığı" soruları soruldu. Satın alma yapmaktan vazgeçenlerin, ya da erteleyenlerin oranı ve bireylerin ifade, tutum ve davranışları incelendi.

Ipsos tarafından gerçekleştirilen Anti Kriz Monitörü Araştırması ile "Toplumda bireylerin son bir yıl içinde bir dayanıklı tüketim ürünü alıp almadığı, son bir ay içinde ise bu oran nedir, ikinci el ürün satışında durum ne, hangi kategorilerde yüksek, hangi kategorilerde düşük?" soruları soruldu. Satın alma yapmaktan vazgeçenlerin ya da erteleyenlerin oranı ve bireylerin ifade, tutum ve davranışları incelendi.

Dünya gazetesinde yer alan araştırmaya göre, son bir yıl içinde toplumun yüzde 46'sı dayanıklı tüketim ürünleri almamış. Son bir ayda ise her 10 kişiden 6'sının herhangi bir dayanıklı tüketim ürünü satın almadığı belirlendi. Akıllı cep telefonu gerek son bir

sene gerekse de son bir ay içinde en çok alınan ürün oldu. Diğer kategoriler arasında ise son bir sene içinde sadece küçük ev aletleri ve beyaz eşya alımı yüzde 10 üzerinde. Diğer kategorilerin ise alımları daha düşük. Son bir ay içinde ise akıllı cep telefonu hariç diğer tüm ürünlerin satın alımı yüzde 10'un altında.

Son bir ayda satın alınan ürünlerde ikinci el tercih ediliyor

Kategorilere göre farklılık gösterse de son 1 ay içinde satın alınan ürünlerde ikinci el ürünlerin tercih edildiği görülüyor. Tablet /PC kategorisinde 2. el satın alımı %35 seviyesinde. Beyaz eşyalarda da 2. el tercihi oldukça yüksek (%29). TV de ise 2. el tercihi daha düşük olsa bile yine de %15 seviyesinde.

Son 1 ay içinde cep telefonu alan bireylerin %73'ü birinci el ürün tercih ederken 2. el tercihi %27. Çoğunluğun bu yeni satın alımlarda kullandığı marka veya modelden daha iyi bir marka veya modele geçiş yaptığı görülse de daha alt marka veya modele geçen kişilerin oranı %35.

Harcamalarda kısıntıya gidiliyor

Son bir ay içinde yaklaşık her 10 kişiden 2'si dayanıklı tüketim ürünlerini satın almaktan vazgeçti. Tüm ürünler için satın almaktan vazgeçenlerin oranı da benzer seviyede. Akıllı cep telefonu, küçük ev aletleri ve beyaz eşya kategorilerinde ürün alımını erteleyenlerin oranı daha yüksek. Tüm ürün kategorilerinde satın almayı düşünenlerin oranı %10'un altında. Yaklaşık her 10 kişiden 3'ü harcamalarını kıstak için satın almayı ertelediğini söylüyor. Bu oran akıllı cep telefonunda %35 ile en yüksek seviyede.

'Ekonomik durgunluğun ilk işaretleri'

Ipsos Türkiye CEO'su Sıdar Gedik verilerle ilgili şu değerlendirmelerde bulundu: "Önemli iç tüketim kategorilerinden biri de dayanıklı tüketim ürünleri. Bu kategorideki ürünlerin çoğu hızlı tüketim ürünleri gibi günlük yaşamsal ihtiyaçlara yönelik olmadığı için tüketicilerin ekonomik güçlerine ve ekonomiyeye güvenlerine yönelik iyi bir gösterge özelliği taşıyabiliyor. Yani özetle tüketicinin ekonomik gücü yeterli ise ve harcama yapacak güvene de sahipse görece yaşamsal olmayan ihtiyaçlara, mesela dayanıklı tüketim mallarına yönelebiliyor. Bu tutumun zayıflaması ise ekonomik durgunluğun ilk işaretleri olabilir. Mevcut koşullarda 2. el ürün almak bir çözüm haline gelmiş. Çamaşır makinesi, buzdolabı, bulaşık makinesi satın alan 10 kişiden üçü bu ürünü 2. el almış."



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 kurutma işi test sonuçlarına göre

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

> LG, 2022 ikinci çeyrek finansal sonuçlarını açıkladı



LG Electronics Inc. (LG), önemli pazarlardaki LG ev aletlerine yönelik güçlü satışları ve küresel otomotiv endüstrisi toparlanırken LG'nin araç bileşenleri işinin kârlı büyümesini yansıtan, şimdiye kadarki en yüksek ikinci çeyrek gelirini açıkladı.

LG, 2022'nin ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde 15 daha yüksek olan 19,5 trilyon KRW gelir bildirdi. İkinci çeyreğe ilişkin faaliyet karı, büyük ölçüde tedarik zinciri zorlukları ve yüksek lojistik maliyetler nedeniyle geçen yılın aynı çeyreğine göre yüzde 12 daha düşük gerçekleşerek 792.2 milyar KRW oldu.

Giderek gelişen salgın ve ekonomik koşulların iş etkisi göz önüne alındığında LG, kapsamlı iş portföyünden yararlanarak satışlarını birinci sınıf ürünlerden kitlesel ürünlere ve otomobil parçaları gibi büyümekte olan iş alanlarına kadar genişletiyor.

LG Ev Aletleri ve Hava Çözümleri Şirketi ikinci çeyrekte 8.07 trilyon KRW gelir bildirdi, LG tarihinde ilk kez tek bir iş birimi için üç aylık geliri 8 trilyon KRW'yi aştı. Faaliyet karı 432.2 milyar KRW oldu. Gelirler, bir

önceki yılın ikinci çeyreğine göre yüzde 18 arttı, Kuzey Amerika ve Latin Amerika'nın önemli bölgelerinde yüksek kaliteli cihazların ve buhar teknolojisini kullanan hijyen ürünleri gibi yeni kategorilerin daha güçlü satışlarının olması başlıca nedenler arasında yer alıyor. İş birimi, birinci sınıf ürünlerin rekabet gücünü artırarak ve çok katmanlı ürün yelpazesini güçlendirerek ivmesini sürdürmeyi planlıyor.

LG Ev Eğlence Sistemi Şirketi, yoğun piyasa koşullarına yanıt olarak artan pazarlama yatırımlarını yansıtan 18,9 milyar KRW işletme zararı ile ikinci çeyrekte 3,46 trilyon KRW'ye ulaştı. LG'nin Ev Eğlencesi stratejisi, özellikle FIFA Dünya Kupası ve tatil dahil olmak üzere en çok satan sezonlarda, pazarlama giderlerini etkin bir şekilde yönetmeye ve premium TV segmentini büyütmeye odaklanacak.

LG Araç Bileşen Çözümleri Şirketi, 2021 yılının aynı dönemine göre yüzde 19 artışla 2.03 trilyon KRW'lik ikinci çeyrek satışlarını gerçekleştirerek, iş biriminin ilk kez kârlı olmasını sağladı. Önemli ölçüde daha yüksek satışlar, LG'nin etkin tedarik zinciri yönetimi ile otomobil üreticilerinden gelen yüksek talebe proaktif bir şekilde yanıt vermesinden kaynaklandı. Enflasyon ve jeopolitik risklerin yarattığı belirsizlik bulutu ile şirket, kârlılığı daha da artırmak için güçlü maliyet yapısı yönetiminin yanı sıra küresel otomobil üreticileriyle güçlü ilişkiler kurmaya devam edecek.

LG İş Çözümleri Şirketi, 14,3 milyar KRW işletme karı ile 1,54 trilyon KRW'lik sağlam ikinci çeyrek geliri kaydetti. Gelirler, büyük ölçüde işletmeler arası segmentteki toparlanmanın etkisiyle bir yıl öncesine göre yüzde 19 arttı. Şirket, daha özelleştirilmiş çözümler geliştirerek ve istikrarlı bir büyüme için ürün portföyünü genişleterek toparlanmaya başlayan B2B segmentini agresif bir şekilde hedeflemeyi planlıyor.

Durdurulan Faaliyetler: Daha önce açıklandığı gibi Haziran ayında kapanan LG güneş paneli işinden elde edilen ikinci çeyrek mali sonuçları, durdurulan faaliyetlerden kaynaklanan bir zarar olarak değerlendiriliyor.



KULLANMADIĞINIZ ELEKTRONİK VE BEYAZ EŞYALARINIZI
ÜCRETSİZ OLARAK KAPINIZDAN ALIYORUZ,
EVSEL DÖNÜŞÜM PROJESİYLE
GERİ DÖNÜŞÜME GÖNDERİYORUZ

Talep oluşturmak için

WhatsApp ve telefon hattı
0850 222 4123



Vestel Yetkili Servisleri
vestel.com.tr

Vestel Evsel Dönüşüm projesi kapsamında geri kazanıma verilen elektronik ürünler için Ecording işbirliğiyle ağaçlandırılması gereken ulaşılması zor alanlara tohum topu bırakılacaktır. Tohum topları ecoDrone'lar aracılığıyla Ecording firmasıncı belirlenen alanlara bırakılacaktır. Hurdalamadan gelir elde edilmesi halinde, elde edilecek gelir Vestel Ticaret A.Ş. tarafından AHBAP derneğine bağışlanacaktır. Vestel Ticaret A.Ş. uygulamayı durdurma ve değiştirme hakkına sahiptir. Mücbir sebep halleri saklıdır. Ayrıntılar vestel.com.tr'de.

Dyson, ev işlerini yapıyor gibi görünen gizli robot prototiplerine göz kamaştırıcı bir bakış sunuyor

Dyson, Philadelphia'daki Uluslararası Robotik ve Otomasyon Konferansı'nda (ICRA) robotik alanındaki en parlak kişileri hızla büyüyen ekibine katılmaya ikna etmeye çalışırken, ev robotlarının geleceğine dair en büyük ipucunu verdi.

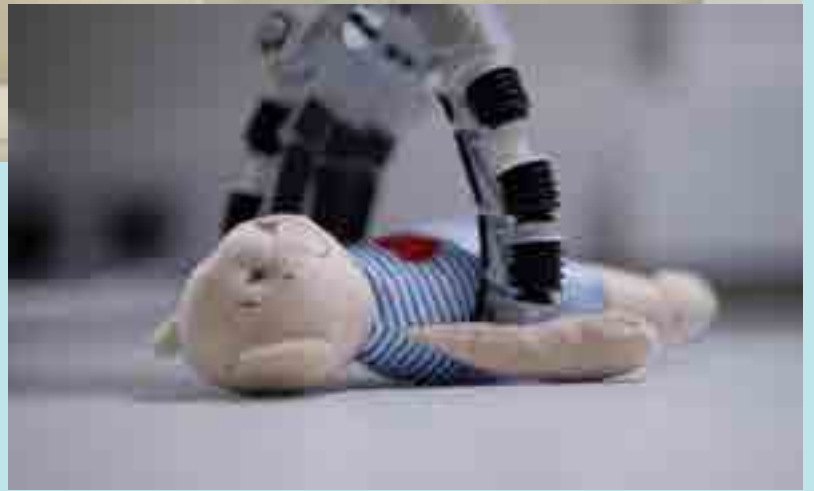


Dyson, konferansta, gelişmiş robotik alanındaki hedeflerine daha fazla tanım getirdi ve ev işleri ve diğer görevleri yapabilen otonom bir cihazın geliştirilmesini hızlandırdığının sinyallerini verdi. Dyson tarafından tasarlanan robotik eller, nesneleri kavrayan en son teknolojileri yakalayarak, şirketin robotik zemin tabanlı elektrikli süpürgelerin ötesine geçtiğini gösteriyor. Wiltshire'daki Hullavington Havaalanı'ndaki Ar-Ge çalışması, Dyson'ın Baş Mühendisi Jake Dyson tarafından yönetiliyor.

Dyson, tarihinin en büyük mühendislik işe alım sürecinin yarısında. %50'si mühendis, bilim insanı ve kodlayıcı olan teknoloji şirketine bu yıl iki bin kişi katıldı. Dyson, bilgisayarla görü, makine öğrenimi, sensörler ve mekatronik dahil olmak üzere disiplinlerde 250 robot mühendisi istihdam ederek robotik hedeflerini güçlendiriyor ve önümüzdeki beş

yıl içinde robotik alanında 700 kişiyi daha işe almayı bekliyor. Ana plan, Hullavington Havaalanı'nda Birleşik Krallık'ın en büyük, en gelişmiş robotik merkezini oluşturmak ve on yılın sonuna kadar teknolojiyi evlerimize getirmek.

Yeni işe alınanlar, Imperial College'daki Dyson Robotik Laboratuvarı'na ve Dyson'ın küresel merkezindeki Singapur'a yakın yeni bir Londra laboratuvarı olan Wiltshire'daki Hullavington Havaalanı'nda görev yapacak. Dyson, son



altı aydır, 250 robot uzmanının yeni evlerine taşınmasına hazırlanmak için Hullavington Havaalanı'ndaki ana uçak hangarlarından birini gizlice yeniden yerleştiriyor. En son robotik düzenlemesi, Dyson'ın yeni teknolojiler, ürünler ve tesislere yönelik 2.75 milyar sterlinlik (3.4 milyar dolar) yatırım planındaki bir sonraki aşamadır; 600 milyon sterlin (753 milyon dolar) bu yıl harcanacak.

Goldmaster

Serinliđi Fazlasıyla Hissedeceksiniz!



SE-92



Gizli
Damacana
Bölmesi

AIRBOT

SE-115

BUZUL

Beyaz eşya sektörü yılın ilk yarısında ihracatını korudu

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'nin (TÜRKBESD) verilerine göre, 2022'in ilk yarısında altı ana ürün grubunda ihracat %1 oranında artarken, iç satışlar bir önceki yılın aynı dönemine göre %8 oranında azaldı.

TÜRKBESD Başkanı Can Dinçer, "Veriler, hammadde ve enerji fiyatlarındaki artış, Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş, en büyük ihracat pazarlarımızda enflasyonun yükselmesi gibi olumsuzluklara rağmen, güçlü ihracatımızı koruduğumuzu gösteriyor. İç satışlarda düşüş trendinin devam ettiğini görüyoruz. Tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamalarını desteklemek üzere, kredi kartı taksit sayısının artırılması ve ÖTV'nin kaldırılması gibi adımların faydalı olacağına inanıyoruz." dedi.



Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESD), düzenlediği online basın toplantısında sektörün 2022'nin ilk yarısında aldığı sonuçları değerlendirdi. Türkiye'nin önde gelen beyaz eşya ve küçük ev aletleri şirketlerini (Arçelik, Arzum, BSH, Dyson, Electrolux, Haier Europe, Miele, SEB, Silverline ve Vestel) temsil eden TÜRKBESD'in paylaştığı bilgilere göre, 2022'de 6 ana üründe beyaz eşya ihracatı adet bazında 2021'in aynı dönemine göre %1 oranında arttı. TÜRKBESD'e üye firmaların aynı dönemdeki Türkiye satışları ise %8 oranında düştü.

TÜRKBESD Başkanı Can Dinçer, Türkiye'nin dünya beyaz eşya üretiminin %7'sini

karşılıdığını ve son 10 yılda 199 milyon adet üretim gerçekleştirdiğini söyleyerek, "Beyaz eşya sektörü olarak 2021'de ihracatımızı %16 oranında artırarak, başarılı sonuçlar aldık. Hammadde fiyatlarındaki artış, tedarik sıkıntıları ve Rusya ve Ukrayna arasındaki savaşın bu koşulları daha da ağırlaştırmayla, 2022 öngördüğümüz gibi küresel ölçekte zor bir yıl oluyor. Türkiye'nin lokomotif sanayilerinden biri olarak tüm bu olumsuzluklara güçlü bir şekilde karşı koyduğumuzu söyleyebiliriz. Üretiminin %75'ini ihraç eden beyaz eşya sektörünün rekabet gücünü koruması için atılması gereken adımlar, bu dönemde en önemli gündem maddelerimizin başında geliyor." dedi.

Ar-Ge ve teknoloji alanında önemli yatırımlar yapıldığını, sektörün Türkiye'nin en fazla patente sahip sektörü olduğunu vurgulayan Dinçer, beyaz eşya sanayinin yıllık 4,5 milyar dolarlık ihracat ile ülke ekonomisine önemli katkıda bulunduğunu hatırlattı.

İç pazarda ise daralmanın yılın başından bu yana devam ettiğine dikkat çeken Dinçer, "Tüketicilerin alım gücünü desteklemek üzere kredi kartı taksit sayılarının artırılmasının faydalı olacağına inanıyoruz. Ayrıca, ÖTV'nin kaldırılması tüketicilerin ihtiyaçlarını daha rahat karşılamasını sağlayarak, talebi artıracak, üretimin de güçlü şekilde devam etmesini sağlayacaktır." dedi.



Can Dinçer TÜRKESD Başkanı

Semir Kuseyri: Dijital Ürün Pasaportu'nda AB ile eşgüdüm ihracatımız için kritik önem taşıyor

TÜRKESD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Semir Kuseyri ise Türk beyaz eşya sektörünün en büyük ihracat pazarı olan AB ile, Avrupa Yeşil Mutabakatı hedefleri çerçevesinde mevzuat uyumunun önemine ve Dijital Ürün Pasaportı konusuna vurgu yaparak şunları söyledi: "Önümüzdeki dönemde ürünlerin çevresel ve sürdürülebilirlik kriterlerine ilişkin bilgilerinin, Dijital Ürün Pasaportu ile çeşitli dijital uygulamalar yoluyla tüketicilerle paylaşılması öngörülmüyor. Ürünlerin giderek daha fazla dijital ve bağlantılı özellik kazanması veri transferini zaruri kılıyor. Dijital ekonomi büyüdükçe, verinin uygun kriterler ekseninde serbest dolaşımı ticari açıdan tüm sektörler için kritik hale geliyor. Ülkemiz, hali hazırda Avrupa Birliği'nin Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) kapsamında veri için güvenli kabul ettiği ülkeler arasında yer almıyor. Bu çerçevede, ülkemizde Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda gerekli değişikliklerin en kısa sürede sonuçlandırılması ve ana ihracat pazarımız olan AB ile GDPR kapsamında yeterli ülke olunması için müzakerelere en kısa zamanda başlanması kritik önem taşıyor."

Mehmet Yavuz: Yassı çelik ürünlerine yönelik dumping önlemleri ihracatta kayıplara neden olabilir

Toplantının önemli gündem maddelerinden biri de beyaz eşyanın ana girdisi olan yassı çelik ürünlerine yönelik dumping önlemleri oldu. TÜRKESD Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Yavuz, yassı çeliğin, beyaz eşya sektörünün maliyet giderlerinin ortalama %17'sini oluşturduğunu söyleyerek, dumping soruşturmasına konu ürünün beyaz eşya sektörünün yanı sıra pek çok imalat sanayinin ana girdilerinden biri olduğunu vurguladı. Yavuz, "Ülkemizde üretilen sıcak sac miktarı, üretim için gerek duyulan talebi karşılayabilir seviye değil. Aradaki fark zaruri olarak ithalat yoluyla karşılanıyor. Türkiye'nin sıcak sac ithalatının %36'sı Rusya'dan, yüzde 22'si ise Ukrayna'dan yapılıyor. Her iki ülkeden de artık ithalat yapılamaması tedarik kaynaklarını hızla çeşitlendirmeyi gerektirmiştir. Soruşturma kapsamındaki AB ve Güney Kore menşeli ürünlere yönelik anti dumping kararı, beyaz eşya dahil olmak üzere ihracat yapan tüm imalat sektörlerinin rekabet gücünü olumsuz etkiliyor" dedi.

Yavuz sözlerine şöyle devam etti: "Mart ayında Ticaret Bakanlığıımız tarafından yayımlanan Nihai Bildirim Raporu'nda, %50 seviyelerine dayanan marjlardan, nihai kararda ciddi oranda düşüş olması bir nebze de olsa olumludur. Ancak asıl beklentimiz, tedarik zincirlerinin zorlandığı ve uluslararası konjonktürün giderek sertleştiği bir dönemde ihracatımızın belkemiğini oluşturan imalat sektörlerinin rekabetçiliğini de artırması bakımından soruşturmanın önemsiz bir şekilde kapatılmasıydı."

Özkadı: Sürdürülebilir Ürünler için Ekotasarım Yönetmeliği yakından takip edilmeli

TÜRKESD Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Özkadı da Türkiye'nin en önemli ihracat pazarı olan AB'de Yeşil Mutabakat kapsamındaki gelişmelere değinerek, bu alandaki gelişmelerin, ürün geliştirme ve üretim süreçlerini derinden etkileyeceğini söyledi.

Avrupa Komisyonu'nun 14 Temmuz'da 2030 İklim Hedefi ve Avrupa Yeşil Mutabakatı hedefleri için kapsamlı bir teklif paketi sunduğunu hatırlatan Özkadı, "Sınırdaki Karbon Düzenlemesi, Emisyon Ticaret Sistemi (ETS) oluşturulması gibi gelişmelere hızlı bir şekilde uyum sağlamamız büyük önem taşıyor. AB'de geliştirilmesi devam eden, Sürdürülebilir Ürünler için Ekotasarım Yönetmeliği (Ecodesign for Sustainable Products Regulation-ESPR) de sektörümüzü etkileyecek düzenlemeler öngörüyor. Tasarının AB Komisyonu nezdindeki kamu istişare süreci 22 Haziran tarihinde tamamlandı. Sürecin yakından takip edilerek, ülkemizde gerekli iletişim ve düzenlemelerin vakitlice yapılmasını hem ihracattaki rekabetçiliğimizin devamı hem de AB ile Gümrük Birliği'nin verimli bir şekilde işlemesi açısından da gerekli görüyoruz. Bu bağlamda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız ile yürütülen çalışmaların ilgili diğer kamu kurumlarımızın da katkılarıyla ülkemizin yararına sonuçlanacağını umuyoruz." dedi.

Özkadı: Enerji verimli ürünlerin önemi ve avantajları bu dönemde artıyor

TÜRKESD Yönetim Kurulu Üyesi Fatih Özkadı, 2021 yılında yeni enerji etiketli ürünlerin tüketicilerle buluşmasının piyasada daha fazla verimliliği yüksek ürün bulunmasına katkı sağladığını ifade ederek sözlerini şöyle sürdürdü: "Bununla birlikte, tüketicilerin bu konudaki farkındalığı da artmış oldu. Ayrıca elektrik fiyatlarındaki artışın da enerji verimli ürünlere talebi artırması bekleniyor." Bilindiği üzere, enerji verimliliği hem ülke hem de tüketici ekonomisine önemli katkılar sağlıyor. 2030 yılına kadar enerji verimli ürünlere geçişte, beyaz eşya ürünlerinden yüksek miktarlarda elektrik tüketim tasarrufu beklendiğine de değinen Özkadı, "Elektrik fiyatları projeksiyonu bakımından bu kazanç ile 2030 yılına kadar 20,8 milyar TL'lik bir tasarruf oluşabilir. Toplam emisyon oranlarında da 2030 yılına kadar yaklaşık 2,3 milyon ton karbon eşdeğeri azaltım sağlanabilir." dedi.

IFA 2022: Kurumsal bir felsefe olarak sürdürülebilirlik

Şirketler çevreyi etkilemeden büyümeyi nasıl sürdürebilir? Türk beyaz eşya üreticisi Arçelik'in CEO'su Hakan Bulgurlu'nun IFA 2022'deki açılış konuşmasında inceleyeceği soru bu olacak.

Hakan Bulgurlu, iklim kriziyle mücadele için farkındalık yaratmak ve olumlu eylemlere öncülük etmek için hiçbir çabadan kaçınmadı. 2019'da iklim değişikliğini daha iyi anlamak için Everest Dağı'na tırmandı ve A Mountain to Climb adlı kitabında deneyim hakkında yazdı. Bu deneyimler, aynı zamanda, büyük bir küresel ev aletleri üreticisinin CEO'su olarak günlük çalışmaları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Arçelik, yenilikçiliği ve sürdürülebilirliği şirketin küresel operasyonlarının ayrılmaz bir parçası haline getirerek ve tüketicilerin daha fazla enerji ve su tasarrufu elde etmesine yardımcı olan cihazlar üreterek dünya genelinde hanelerin kaynakları daha verimli kullanmalarına yardımcı olmak istiyor.

İklim için yenilikler

Avrupa'nın önde gelen beyaz eşya üreticileri derneği APPLiA'nın yeni başkanı olarak da seçilen Hakan Bulgurlu, "Arçelik yaklaşık 70 yıldır yenilikçidir. Bizim için inovasyon, müşterilerin daha sağlıklı ve çevre ile uyum içinde yaşamalarına yardımcı olan ürünler geliştirmek için her zaman sürdürülebilirliğin hizmetindedir."

"İklim değişikliğine karşı mücadelemizde bir devrilme noktasına ulaştığımız açık. Arçelik, kaynaklarımızı ve teknik uzmanlığımızı kullanarak, tüketicilerimizin çevresel beklentilerini karşılayacak yeni nesil cihazlar yaratmak için iklim aciliyetine verilen yanıtın bir parçası olmak istiyor. Yeşil sanayi devrimi, şirketimiz ve tüm endüstri için, işlerimizi organize etme şeklimiz, ürünlerimizi üretme şeklimiz ve küresel bir organizasyon olarak toplumdaki rolümüzü görme şeklimiz konusunda acil iklim eylemi yapması için bir fırsattır."

Hakan Bulgurlu, 02 Eylül 2022 saat 14.00'de IFA 2022'de şirketinin hedeflerini anlatacak. Bu yıl Arçelik'in markaları Beko ve Grundig, IFA'da Salon 3.1'de Beyaz Eşya bölümünde sergilenecek.

Tüketici ve ev elektroniği için dünyanın en önemli ticaret fuarı olan ve rekor sayıda yeni ürünün lansmanı yapılan IFA, önemli perakendeciler, alıcılar ve sektör ve



Hakan Bulgurlu Arçelik CEO'su

medyadan uzmanlar için ana pazar yeri. IFA 2022, 2-6 Eylül tarihleri arasında Berlin'de gerçekleşecek.

IFA, tüm dünyadan 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, gösteri uzmanlar için,

halk için olduğu kadar medya için de önemlidir. Berlin'deki IFA, dünyanın yıllık ürün yeniliklerinin çoğunun açıklandığı ve daha sonra yıl sonu işinde tüketicilere sunulduğu bir alan.

Berlin'deki IFA, Avrupa'nın en önemli bölgesel pazarının kalbinde en son ürünleri ve yenilikleri sunuyor. Yalnızca IFA, uluslararası pazara bu kadar kapsamlı bir genel bakış sunar ve her yıl 130'dan fazla ülkeden uluslararası ticaret ziyaretçilerinin dikkatini çeker. IFA, sektör ve medyadan önemli perakendeciler, alıcılar ve uzmanlar için ana buluşma yeri.

60 cm. Cam Set Üstü



70 cm. Emaye Ankastre



75 cm. Cam Ankastre



90 cm. Cam Ankastre



70 cm. Emaye



KUMTEL Ocaklarda Herkesin Damak Tadına Yer Var!



60 cm. Vitroseramik Elektrikli Ocak



Gaz Emniyeti

SCHOTT 8 mm Cam

SABAF Yanma Grubu



0850 333 56 85

Türkiye Geneli Yaygın ve Hızlı Servis Ağı

   / kumtelturkiye



İş dünyasının birliğe ve iyiliğe ihtiyacı var

Hiçbirimiz 2020 yılından önceki gibi değiliz. Bir dönem kapandı ve yeni bir dönem başladı. Hem işte hem günlük yaşamda herkesin öncelik sıralaması değişti. Herkes iş yaşam dengesini ve hayatın içindeki yerini anlamlandırmaya çalışıyor. Zihinler geride bıraktığımız neydi ve şimdi hangi dünyaya doğru ilerliyoruz sorusu ile meşgul. Ne yazık ki bu soru yerinde olsa da yanıtı kısa vadede değil, ancak biraz daha zaman geçince karşılık bulacak.

Hemen hemen herkes mutluluğun anlamını sorguluyor. Belki de mutluyuzdur ama farkında değilizdir. Hiç böyle düşündüğünüz oldu mu? Bu bakış açısı bana daha iyi geliyor son zamanlarda ya da öyle düşünmek işime geliyor ve de iyi hissettiriyor diyelim.

Bugün genel anlamda mutluluktan bahsetmek yerine iş dünyasında mutluluk ve mutsuzlukları üzerine eğilelim diyorum: Pandeminin ardından gelen iş süreci sıkıntıları, ekonomik ve sosyal yaşam zorluğu, değişim ve dönüşümün döngüsünde kaybolmuş roller, belirsizliğin yarattığı uzun vadeli planlama yapabilmeye özgürlüklerinin artık çok gerilerde kalması, her gün daha fazla duyulmaya başlanan ekonominin, iklimin, gıdanın, su kaynaklarının vb. bir çok konunun bugünden daha da kötü olacağına dair okunan haberler umudun da azmin de önünde çok ciddi bir engel oluşturmuş durumda.

Tüm bunlarla beraber iş dünyasında iş sahipleri ve yöneticiler, çalışanların yeterli oranda işi sahiplenmediklerinden, sorunla karşılaştıklarında çözüm yolunu üretmediklerinden, çalışıyormuş gibi yaptıklarından şikayetçi. Çalışanlar ise değer görmemekten, bir başka deyişle kendilerini şirketlerinde değerli hissetmemekten, iş yerinin kendilerine değer veriyormuş gibi davranmalarından şikayetçi. Bir diğer ve belki de en önemli serzeniş; iş birliği eksikliği, iyi niyetlerin karşılığında elde edilen hayal kırıklıkları ve iş yaşam dengesini kuramamış olmanın getirdiği yılgınlık yer alıyor.

Çoğunlukla yardımlaşma, paylaşma veya iş birliği yerine daha çok talep eden tarafta olmaya gösterilen gayret, anlamlı olmayan vadesi uzun geri dönüşler nerdeyse işin olağan akışı haline gelmiş durumda. Elbette ki bu tutumlar işin verimliliğini etkilediği kadar çalışanın kurum imajına da fazlasıyla olumsuz tesir ediyor. Şirketlerin karlılıkları çalışanların gelişimi ile ilerlemiyorsa verimlilik dediğimiz şey sadece rakamlardan ibaret hale geliyor. O da ne kadar kalıcı ve kaliteli bir büyümeyi temsil ediyor ayrı bir tartışma konusu.



Çok yeni tarihlerde yapılan araştırmalar gösteriyor ki iş dünyasının duygu durumu oldukça depresif ve fazlasıyla gergin. Çalışanların %40'ı iş yerlerinde olmasa da işlerini yaparken kendilerini stresli ve öfkeli olarak ifade ediyor. Çalışan bağlılığı ise tüm dünya ortalamasında %15 seviyesinde. Bu korkunç ve ürkütücü bir oran.

Kuruma bağlılığı ölçmek için Bekir Ağardır'ın çok beğendiğim bir önerisi var: Şirketin rozetini verin çalışanlarınıza, takma zorunluluğu da söylemeyin, ertesi gün bakın bakalım kaç göğsünde takmaya devam ediyorsa bağlılığınız o orandadır. Oldukça güzel ve basit bir test. Burada rozet yerine birçok başka emtia olabilir. Denemeye değer.

Peki bu karmaşıklığın içinde en doğru temeli nasıl oluşturacağız?

Bu dünyanın bugün en çok ihtiyaç duyduğu şey birliktelik ve iyilik. Birliktelik toplantılarda ekip olmalıyız diyerek sadece hedeflerin rakamlardan ibaret olduğu bol rakamlı tablolardan ibaret olmamalı. Ortak bir gayede buluşulmalı. Bunun için de emek vermek ve iletişim değil değerlerin ortak olduğu anlamlı ilişkiler kurmak gerek. Çalışanların da iş yerlerinde her gün neyi başardıklarını ve neyi aşmaları gerektiğini sadece nicel olarak değil, artıp azalabilen ve sayılabilen değerlerle birlikte, nitel olarak da bilmeye, hissetmeye, haz duymaya, gerekirse pişman olmaya ve bunları paylaşmaya ihtiyaçları var.

Yöneticiler çalışanlarına ne yapmaları gerektiğini ve nasıl yapmaları gerektiğini söylemekte bir sorun yaşamıyorlar. Ancak

çalışanlar da müşteriler de şirketlerin ne yaptığı ile değil neden o işi yaptıklarını o ürünü neden sattıklarını o hizmeti neden sunduklarını ne ve nasıl sorusuna göre daha çok bilmek ister.

Öte yandan her gün binlerce firmada on binlerce insan birçok kaliteli iş sonuçları üretiyor. Hep şuraya takılıyor zihnim: Şirketlerde etik kurul, ihbar hattı vb. isimlerle kurulmuş olumsuz durumların vakit kaybettirilmeden bildirilmesi istenirken neden olumlu iş sonuçları için aynı model uygulanmaz? Neden yöneticisi görmese de arkadaşları tarafından görülen fark yaratan oranda mükemmel iyi şeyler yapan çalışanları bildiren bir sistem yoktur? Müşterilerden gelen teşekkürlerden bahsetmiyorum. Bazı şirketlerde vardır mutlaka ancak duyulacak kadar yaygınlaşmadığı ya da sistematize edilmediği konusunda hem fikirizdir sanırım.

Özetle: Çalışanlar manipüle edilen yöntemlerle yönetilmek yerine ilham veren, yol gösteren ve birlik duygusu misyonlu, bağlılık beklemeden evvel bağ kurabilen liderlerle çalışmak istiyor. Eskiden ulaşılması zor liderler makbulken şimdi ulaşılabilen, hatta danışılabilen liderler makbul. Cevap bekleyen değil anlam yaratan, sorgulayan değil doğru soru sorabilen, tecrübeli olduğu kadar ileri görüşlü olabilen, bilen değil bilgiye saygı duyan liderler makbul. Çünkü artık çalışanlar ilham almak ve etki yaratan kişilere bağlı kalabiliyor.

Çalışanların iyiliğini düşünen ve amaçları doğrultusunda ortak değerlerde buluşan kurumlar, kısa, orta ve uzun vadede şirketin karlılığında, kazancında ve rekabet gücünde önde olacaktır.

DELTA



BÜTÇENİZİ KORUYAN TEKNOLOJİ

Temizliğe Tineco'dan pratik çözüm

Uzun ve yorucu geçen temizlik sürecinde, Tineco'nun ıslak ya da kuru zeminde çalışan, akıllı vakum ve yıkama sistemine sahip ilk elektrikli süpürge modeli FLOOR ONE S3 ideal bir tercih olabilir. Akıllı vakum ve yıkama sistemi, hepsi bir arada LED ekranı, kablosuz kullanımı ve üstün manevra kabiliyeti ile kusursuz temizlik garantisi sunan FLOOR ONE S3, pratikliği ile yardımınıza yetişiyor.

FLOOR ONE S3, zeminleri tek seferde otomatik olarak algılama, yıkama ve vakumlama için tescilli iLoop teknolojilerinden yararlanıyor. Akıllı vakum ve yıkama sistemi, daha kolay, kusursuz ve daha derin bir temizlik için emiş gücünü, suyu, temizleme solüsyonlarını ve fırça silindiri hızını gerçek zamanlı olarak algılayarak optimize ediyor, sert zeminleri ise kuru ve lekesez bir şekilde bırakıyor. FLOOR ONE S3 teknolojisiyle ev işlerinizi daha kısa sürede tamamlayıp, kendinize daha fazla zaman ayırabilirsiniz.

FLOOR ONE S3 kullanıcılara temiz su deposunu doldurmalarını, kirli su deposunu boşaltmalarını veya kendi kendini temizleme döngüsünü çalıştırmalarını hatırlatmak için sesli uyarılarda bulunacak kadar akıllı. Temizlik tamamlandığında ise kendi kendini temizleme



özelligi, tek tuşla elektrikli süpürgeyi temiz ve kokusuz tutmak için borularını, fırça silindiri ve diğer temas yüzeylerini tatlı su ve deterjan ile yıkıyor.

CES İnovasyon Ödülleri Onur Ödülü ve Reddot Tasarım Ödülü'ne layık görülen FLOOR ONE S3, geleneksel elektrikli süpürgelerle veya

paspaslarla kolayca temizlenemeyen kirleri temizleme konusunda oldukça etkili. FLOOR ONE S3, mutfaklar, banyolar ve her türlü sert zemin yüzeyi için ideal olan, 35 dakikaya kadar kesintisiz çalışma süresi ile tek adımda tamamen temiz bir zemin sunan, tek parmakla iterek kullanılacak kadar ergonomik, şarjlı bir elektrikli süpürge olarak dikkat çekiyor.

Remington ile erkekler için bakımlı olmak artık çok daha kolay

Bir erkeğin en önemli aksesuarları saçları ve sakalı. Kepek ve yağlanma gibi saç problemleri için kullanılan kozmetik ürünlerin yanı sıra kullanılan elektrikli bakım ürünleri de bir o kadar önemli. Özellikle yaz aylarının kavurucu sıcaklığında zorlaşan saç, sakal ve vücut bakımı için ayrı ürünler almaya ve her seferinde farklı uygulamalara gerek kalmadan birden fazla fonksiyon içeren, pratik kullanımlı, her yere taşınabilir ve kolay temizlenen Remington bakım aletleri erkeklerin imdadına yetişiyor.

Yaz stilinizi belirlemek ve bakımlı görünmek için yapılabilecek en önemli şeylerden biri de sahip olduğunuz saç stilini minimal modellerle değiştirmek. Yaz sıcaklığını daha kolay atlatabilmek için saçlarınızı daha kısa modellerde kestirebilir, ferahlık veren bir model ile kendi stilinizi yansıtabilirsiniz. Deneyimli stilistlerden, ev kullanıcılarına kadar geniş tüketici kitlesi tarafından kullanılan bir saç kesme makinesi ile istediğiniz stili yakalamanız için Remington Power-X Serisi, bütçenize ve tarzınıza uygun üstelik berber kalitesinde sonuç almanızı sağlayacak alternatifler sunuyor.

Sakalların sağlıklı uzaması ve estetik bir görünüm için belirli aralıklar ile tıraş makinesi yardımı ile düzeltilmesi gerekiyor. Remington Omniblade gibi özel kesim ve dokulu bıçaklarıyla her seferinde mükemmel sonuç veren ve ayarlanabilir başlığıyla ve farklı uzunluktaki başlık seçenekleriyle dilediğiniz uzunluğu korumanızı sağlayabilecek dayanıklı tıraş makineleri, bu gibi durumlar için ideal. Üstelik 5 yıla kadar dayanan bıçakları sayesinde uzun bir süre yeni bir makine ihtiyacınız olmayacak. Fiyat ve performans açısından optimum bir tıraş makinesi seçerek onu en önemli yol arkadaşınız olarak belirlemek ise tam bir ayrıcalık. Remington Omniblade Serisi, istediğiniz sakal stiline ulaşmak için ideal bir seçim.

Vücut tıraşında en önemli konu, teknik ve düzenli bir şekilde ilerlemek. Göğüs, koltuk altı ve kasık bölgelerinin bakımını sağlamak için doğru tıraş makinesi ile doğru tekniği uygulamanız gerekmekte. Remington Graphite Serisi, farklı tarak seçenekleri ile doğru ve sabit bir tarak boyu seçmenizi sağlıyor ve doğal uzama görüntüsünü kolayca elde etmenize yardımcı oluyor.



Hoover yapay zekâ ve akıllı bağlantı teknolojileri sayesinde hayat çok daha kolay

Hoover hOn uygulaması, ürün deneyiminizi geliştirmek için akıllı bağlantılar ile zengin içerik dünyası sunuyor, ürün yönetimini parmaklarınızın ucuna taşıyor.

hOn uygulaması, Wi-Fi ve Bluetooth ile makinelerinizi uzaktan kontrol etmenizi, ilave programlara erişmenizi, ürün performansını takip etmenizi sağlar ve uzun süreli kullanım için ipuçları önerir. Akıllı telefonunuz ile makinenizi evde olmadığınızda bile kontrol edebilir, açabilir / kapatabilir ve programları kullanabilirsiniz. Eş zamanlı enerji tüketim verilerinizi takip edebilirsiniz.



“Goldmaster Airbot Kule Tipi Vantilatör” ile Sıcak Yaz Aylarında Serinleyin!

Yazın en çok ihtiyacımız olan şeylerden biri de sıcak günlerde serinlemek. Goldmaster, Airbot Kule Tipi Vantilatör sık ve pratik kullanımıyla sizi serinliğe kavuşturuyor. Goldmaster Airbot Vantilatör, 900 W güçlü performansa ve led ekranlı gösterime sahip. 3 farklı hız seçeneği ve 8 saatlik zamanlayıcı özelliği olan Airbot Vantilatörü, dokunmatik kontrol paneli veya uzaktan kumanda ile kontrol edebilirsiniz. 75 derecelik otomatik yatay salınım özelliği ve ayarlanabilir dikey panjur sistemi bulunan Airbot Kule Tipi Vantilatör ergonomik yapısıyla da ev içinde istenilen yere çok rahat taşınabiliyor ve kolaylıkla kullanılabiliyor.



Arzum Steam Rush seyahatlerde hep yanınızda

Yaz boyunca seyahatlerinizde valizden çıkan kırıkmış kıyafetler ile vedalaşın. Tasarımı ve teknolojiyi bir arada sunan Arzum, web'e özel ürünü Steam Rush Buharlı Düzleştirici ile hayatınızı kolaylaştırmaya devam ediyor. Kompakt ve hafif tasarımı ile seyahat çantanızda kolayca taşıyabileceğiniz Steam Rush, 30 g'a kadar sürekli buhar çıkışı ile kırışıkların giderilmesinde yardımcı olur. 1600 W gücü ile yaklaşık 20 saniyede kolayca ısınarak kullanıma hazır hale gelen Steam Rush, en acil ihtiyaçlarınızda dahi size ayak uydurur. Üstelik otomatik kapanma özelliği ile gözetimsiz bırakıldığında 8 dakika sonra kendiliğinden kapanarak güvenli kullanım sağlar.



Arzum Steam Rush, damlama önleyici sistemi ile hem dikey hem de yatay kullanım sırasında kumaşınızın üzerine su damlamasını engelleyerek, leke oluşumunun önüne geçer. Steam Rush'ın 135 ml kapasiteli çıkarılabilir su tankını musluk altında kolayca doldurabilir veya su doldurma kabını kullanabilirsiniz. Kalın kumaşlar için saç fırça, hassas kumaşlar için file fırça olmak üzere iki farklı fırça başlığı ile kullanım kolaylığın sağlarken çamaşırlarınızı da korur.

Goldmaster Ceo Chef Profesyonel Stand Mixer mutfağınızdaki yeni yardımcınız olacak

Goldmaster Ceo Chef Profesyonel Stand Mixer ile mutfağınıza usta bir şef eli geliyor ve sofralarınıza en lezzetli hamur işlerini konuk ediyor. 6 Litre kapasiteli çelik haznesi ile tüm tariflerinizi eksiksiz yapmaya olanak sağlarken, dijital kontrollü 12 kademeli hız ayar butonu ile en yoğun hamurları hiç yorulmadan yoğuran Ceo Chef, sıçramaya karşı koruma kapağı sayesinde ise tertemiz bir mutfak sunuyor. 20 dakikalık zamanlayıcısı ile otomatik zaman ayarlaması yapabilmektedir.

Ceo Chef, hamur yoğurmanın dışında çırpma

ve karıştırma aparatları ile farklı tarifler deneyerek mutfakta harikalar yaratmanızı sağlar. Emniyet kilit sistemi sayesinde de olası küçük kazalara karşı koruma sağlarken, kaydırmaz tabanı sayesinde güvenle kullanma imkanı sunuyor. Tek tuş ile açılıp kapanabilen gövde dizaynı ile pratik bir kullanım sunan stand mixer, çıkarılıp temizlenen aparatları ile de mükemmel hijyeni sağlıyor. Döngüsel hareketi sayesinde haznedeki her noktaya ulaşabiliyor ve hamurunuzun daha homojen olmasına imkan sağlıyor.



Braun'ın yeni serisi Series XT5200, traş rutinini yepyeni bir soluk getiriyor

Tüketicisinin yaşamını iyileştirmeye odaklı P&G markası Braun'ın yepyeni serisi; Series XT5200'un çığır açan teknolojisi ve tasarımı, traş rutininize yepyeni bir soluk getiriyor! Yeni seri; tek bir üründe bütün stiller için hem bir şekillendirici, hem bir vücut tıraş makinesi, hem de bir elektrikli tıraş makinesi olma özelliği ile kişisel bakım rutininizin vazgeçilmezi olacak!

Braun'ın yepyeni serisi, Braun Series XT5200 hem vücut, hem saç ve sakal tıraşı hem de şekillendirici olma özelliği ile istediğiniz stile istediğiniz yerde kavuşmanızı sağlıyor. Yeni seri eşsiz tasarımı ve yıllara meydan okuyan teknolojisi ile hassas, kontrollü ve pratik bir tıraş deneyimi sağlıyor. Braun Series XT5200, stilinize uygun hızlı ve pratik çözümler arayan erkeklerin hayatını kolaylaştıracak.

Braun'un en yeni serisi, Braun Series XT520, 4 kesme elementli tek bıçak ağız, 2 yan şekillendirici ve 2 merkezi tıraş bölgesi içeren 4D bıçak teknolojisi sayesinde, saniyede 450 kesme hareketi yaparken cilde kolay, hızlı ve rahat bir tıraş uyguluyor. İnce tasarımı ve kayma önleyici kavramasıyla hassas bir tıraş deneyimi sunan yeni serinin, 4D bıçak ağız ve kauçuklu gövdesi, şekillendirmeyi de kontrollü hale getiriyor ve eşsiz tasarımı ile 6 aya kadar keskin kalıyor. Yeni serinin SkinGuard tarağı; göğüs, koltuk altı ve kasık gibi hassas bölgelerde de güvenle tıraş yapabilmeyi sağlıyor ve daha pürüzsüz bir cilt hissi yaratıyor. Yüz için 1, 2, 3 ve 5 mm uzunluklarında, vücut için 0 mm ve 3 mm uzunluklarında



bulunan takılabilir tarakları ile istediğiniz uzunluğu elde etmenizi ve kullanışlı çift yönlü bıçağı sayesinde hem yukarı hem de aşağı yönde tercih ettiğiniz şekillendirmeyi uygulamanızı sağlıyor. Özellikle zor bölgelerde ise yüz hatlarına uyum sağlayan oynar başlığı ile kontrollü bir deneyimle hızlı sonuçlar elde etmenize yardımcı oluyor. Tamamen su geçirmez olan Braun Series XT5200 ile istediğiniz stili, istediğiniz yerde köpük, jel ya da duşta kullanmak bile mümkün oluyor.

Goldmaster SE-92 Gizli Damacana Su Sebili suyunuzu kontrol edin

Goldmaster, Su sebili SE-92 tüketicilerin beğenisine sunuyor. Sahip olduğu gizli damacana tasarımı sayesinde, damacana su sebilin altında yer alan bölmeye kolayca yerleştirebilirsiniz. Şık tasarımı sayesinde ev ve ofis dekorasyonlarının tamamlayıcı parçası olmaya aday.

Paslanmaz Çelik su tankı ve kullanılan Anti-bakteriyel malzemeler ile sağlıklı ve lezzetini kaybetmeyen su tüketme imkanı sunmaktadır. Se-92 Su sebili sahip olduğu farklı 3 musluğu sayesinde 90 derecenin üzerinde sıcak, 10 derecenin altına kadar soğuk ve ılık su vermektedir. Yaklaşık olarak saatte 5 litre sıcak su ve saatte 2 litre soğuk su elde etmenizi sağlar. Soğuk su tank hacmi 3,2 litre iken sıcak su tank hacmi 1,1 litredir. Sıcak su musluğundaki çocuk koruma kilidi sayesinde güvenli kullanım imkânı sunan Se-92 su sebilinin düşük sesli çalışma özelliği sayesinde yaşam alanınızda konforlu kullanım imkanı sunmaktadır.



Arzum Grilletto ile ızgara lezzetini sofranıza taşıyın



Tasarımlarıyla yemek pişirmeyi keyfe çeviren Arzum, Grilletto Elektrikli Izgara ile birbirinden lezzetli sofralar hazırlarken en büyük yardımcınız olacak. Grilletto, ergonomik tasarımı ve boyutu ile mutfakta yer kaplamayarak kullanım kolaylığı sunar. Yapışmaz, döküm plakası sayesinde ızgaralarınızı hızlı ve eşit olarak pişiren Grilletto'nun ızgara parçaları kolaylıkla çıkarak yıkanabilir. Su konulabilen metal tepsi pişirme süresince koku ve duman oluşmasını minimuma indirirken yiyeceklerin de kurumasını engelleyerek suyunu kaybetmeyen lezzetli ızgaralar pişirmenizi sağlar. Grilletto'nun termostat ayarı ile yemeklerinizi istediğiniz sıcaklıkta pişirebilir veya servisinizi hazırlayana kadar sıcaklığını koruyabilirsiniz. Üstelik duvara monte aparatı ile balkon, bahçe gibi dış mekanlarda kullanım kolaylığı sağlarken, küçük mutfaklarda yerden tasarruf sunar.

Türkiye'nin hem silip hem de süpürme özelliğine sahip ilk kablosuz dik süpürgesi

Philips SpeedPro Max Aqua Plus, özel çift taraflı emiş gücüne sahip benzersiz Aqua başlığı sayesinde hem süpürme hem silme işlemini tek harekette gerçekleştiriyor. Cihaz, bu iki özelliğe bir arada sahip olan piyasadaki tek kablosuz dik süpürge olarak da öne çıkıyor. Tek seferde toz, kir ve zorlu lekeleri önce PowerCyclone 10 teknolojisinin güçlü emiş gücü ile süpürüp sonra ıslak silerek tek harekette verimli ve derin temizlik çözümünü sunuyor.

Hem kuru hem mop özelliğine sahip Philips SpeedPro Max Aqua Plus, devrim niteliğindeki teknolojisi ile kolay ve verimli bir temizlik deneyimi sunuyor. Özel başlığı ile her harekette önce süpürme sonra da ıslak silme işlemini tek seferde gerçekleştirebiliyor. Kuru başlığında bulunan LED ışıklar gözle görülmeyen tozları ortaya çıkarırken, 360 çekim gücüyle de tozları her yönden çekiyor. SpeedPro Max Aqua, birlikte satılan birçok ek başlığı ile dip köşe temizliğinde, araba temizliğinde, raf ve masa gibi yüzeylerin temizliğinde de pratik bir şekilde kullanılabilir. Uzun ömürlü lityum pilleri sayesinde 80 dakika kullanım süresi sağlıyor.



Yeni Goldmaster Arena ile evin her köşesi tertemiz

Arena elektrikli süpürge 850W yüksek verimli performans ve enerji tasarruflu %100 bakır motora sahiptir. Ultra Siklon teknolojisi ile tozları haznenin içerisinden ayırır. Büyük toz parçaları haznenin dış çeperine yapışır. İnce tozlar ise iç kısımdaki özel ön filtre tarafından hapsedilir. Yüksek emiş gücüne sahip özel tasarım süpürme aparatı sayesinde minimum sürede yüksek toz çekim performansı bulunmaktadır. Çekiş gücü ayarı ile vakum gücünü dilediğiniz gibi ayarlayabilir, haliya ve kilimlere yer temizleme fırçasının yapışmasını engelleyebilirsiniz.

66 dBA ultra sessiz çalışma özelliği ile konforlu kullanım imkanı sağlamaktadır. Yıkanebilir filtreleme sistemi ile uzun ömürlü kullanım olanağı sunmaktadır. Detaylı ve günlük temizlik sonrası 2.5 litrelik toz haznesini, kolayca boşaltıp temizleyebilirsiniz. 5 metre uzunluğundaki kablosu ve 1,6 metre uzunluğundaki esnek hortumu sayesinde en uzak köşelere kolaylıkla erişim imkanı sunar. Süpürme esnasında kolay hareket edebilen tekerlekler sayesinde ve ergonomik taşıma kulpu ile dilediğiniz yere kolayca taşıyabilirsiniz.



Samsung'un WindFree™ klimalarıyla rüzgârsız ve tasarruflu serinliğin keyfini çıkarın

Samsung, rüzgârsız serinlik teknolojisine sahip WindFree™ klimalar ile yaz sıcaklığında serinlemenin konforlu ve tasarruflu yolunu kullanıcılara sunuyor. Doğrudan klima rüzgârına maruz kalmayı engelleyen Wi-Fi özellikli WindFree™ teknoloji klimalar, havayı binlerce mikro hava deliğinden yumuşak ve sessizce dağıtarak "durgun hava" ortamı ile konforlu serinlik sağlıyor.

Odayı uçtan uca hızlı, etkili ve konforlu bir şekilde soğutan Digital Inverter Boost teknolojisi sayesinde hava %43 oranında daha hızlı soğur. Hava girişi ve %31 daha geniş kanat ebatlarına sahip olan WindFree™ klimalar, böylece havayı 15 m²'ye kadar daha uzak ve daha geniş bir alana dağıtabiliyor. WindFree™ Soğutma modu ise fısıltıdan da sessiz çalışırken, 16-32 DB ses aralığıyla normal soğutma modunda duyulandan çok daha az ses duyulmasını sağlıyor.

WindFree™ teknoloji klimalar, 'Yapay Zekâ Özellikli Otomatik Soğutma Teknolojisi' sayesinde, klima soğutma tercihlerinize dinamik olarak uyum sağlamasıyla dikkat çekiyor. Enerji verimliliği yüksek WindFree™ soğutma teknolojileri kullanıcıların daha fazla tasarruf etmelerini sağlıyor. Klima, WindFree™ modunda çalışırken, dış ünite 'Hızlı Soğutma' moduna kıyasla % 77'ye kadar daha az elektrik kullanarak minimum güç tüketiyor. Böylece kullanıcılar için büyük önem teşkil eden elektrik faturalarını önemli oranda düşürebiliyor.

Kullanıcılar, 'Smartthings' uygulamasına sahip Wi-Fi Kontrolü ile klimanın fonksiyonlarını uzaktan kontrol edebiliyor ve çalışma şeklini kendilerine göre programlayabiliyor. Ayrıca, klimanın nasıl çalıştığına dair kullanıcılara canlı bir şekilde geri bildirim sağlıyor ve kullanıcılar enerji kullanımını diledikleri şekilde takip edebiliyorlar.



En İyi Rus Edebiyatı Uyarlamaları

1

Ana
SSCB
1926

Oğlunun siyasi hareketlere bulaşmasını istemeyen annenin hikâyesi. Buna engel olamayan ana, zamanla bilinçlenecek ve sınıfının kavgasında öncü bir devrimci olacaktır. 1905 Marksist devrimini filmin devrimci özü kadar devrimci bir çekim ile aktaran auteur yönetmen Pudovkin, Maksim Gorky'nin ölümsüz eserinden bir sessiz sinema klasiği yaratmıştır.



4

Karamazov Kardeşler
ABD
1958

Fyodor Dostoyevski'nin epik romanının bu Hollywood uyarlamasında Yul Brynner babası ile sorunları olan büyük evlat rolünde muhteşem bir portre çiziyor. Usta yönetmen Richard Brooks, devasa romanı sinemaya aktarmanın süresel zorluğundan dolayı psikolojik öğeleri biraz es geçerek, daha melodram öğelerine yaslanmış. Bu filme belli bir dezavantaj getirir de izlemeye değer bir sonuç çıkmış.



2

Selvi Boylum Al Yazmalım
Türkiye
1997

Usta Kırgız yazar Cengiz Aytmatov'un "Al Yazmalım" hikâyesinin serbest bir uyarlaması. Atıf Yılmaz yönetiminde T. Şoray, K. İnanır ve özellikle de Ahmet Mekin'in unutulmaz performansları. Aşkı en güzel anlatan filmlerden biri. Cahit Berkay'ın muhteşem müzikleri, ezberlenmiş replikleri ile eskimeyen bir klasik.

" - Sevgi neydi ? ", " Sevgi emektir. "



5

Crime And Punishment
ABD
1935

Fyodor Dostoyevski'nin ölümsüz başyapıtı defalarca beyazperdeye aktarılmıştır. Siyah-beyaz dönemin en büyük karakter oyuncularından Peter Lorre, çelişkili katil Raskolnikov rolünü yine bir eldiven gibi üzerine uydurmuş. Dönemin büyük yönetmeni Josef Von Sternberg'den alçakgönüllü bir uyarlama.



3

Taras Bulba
ABD
1962

Nikolay Gogol'dan uyarlanan filmde Yul Brynner'dan yine unutulmaz bir portre izliyoruz. Oğlu rolündeki Tony Curtis de hiç sırtmadan oynamış. Geleneksel ile geleceğin çatışması nesil farkı üzerinden verilmiş. Dönemin kartpostal çocuğu Tony Curtis üzerinden eklenen gereksiz bir yan aşk öyküsü, filmin temposunu biraz zedelese de; Yul Brynner'in dinamik oyunculuğu ve J.Lee Thompson'ın özellikle Kazakların savaş sahnelerindeki yönetimi görmeye değer.



6

Tanrı Olmak Zor
Almanya
1989

Sovyetler Birliği'nin en büyük bilimkurgu yazarları Arkadi ve Boris Strugatski kardeşlerin 1964 tarihli romanlarından bir uyarlama. İnsanlık, Dünya'ya çok benzeyen ama insanların orta çağda yaşadığı bir gezegene gözlemciler göndermiştir. Bu gezegenin gidişatına müdahale etmelerine izin verilmeyen bu gözlemcilerin amacı bu karanlık çağı kayıt altına almaktır. Seksenlerin fantastik film estetiği içinde çevrilmiş düşündürücü bir yapıt.



AĞUSTOS 2022 • SAYI: 278

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.

XXL

Yeni **LXAF-01 Fast Fryer** ile
Mutfağınızdaki Konforu Keşfedin



1850 Watt
Performans



6 Ön Ayarlı
Smart Menü



40-200 °C
Ayarlanabilir
Sıcaklık



60 DK'ya
Kadar Zaman
Ayar



Dokunmatik
Dijital Ekran



6 Ön Ayarlı Smart Menü

Air Fry, Hızlı Isıtma, Kızartma,
Izgara, Buz Çözme, Fırında Pişirme



7,5 Litre XXL
ürün hacmi



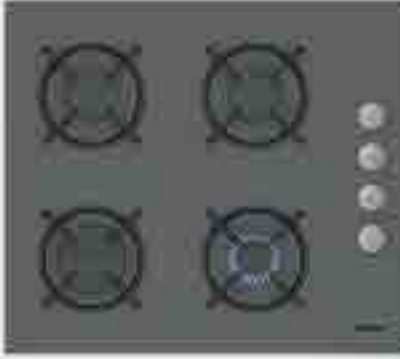
Cool Touch
sökülebilir tutma sapı



5,7 Litre
hacminde geniş hazne
kare kızartma sepeti



8613 Davlumbaz



3537 Ocak



7383 Fırın

6 Tepsi Raflı 80 lt XXL Silver Turbo Ankastre Set

Şimdi tek sınırınız hayal gücünüzdür

Pratik kullanımlı teleskopik raylı tepsileri ile
Simfer 8 Fonksiyon Silver Turbo Ankastre Set ile
her türlü yemeği kolayca yapabilirsiniz.
Gerisi hayal gücünüze kalmış.



simfer

www.simfer.com.tr