



"SEN GELSEN YETER"

DİYEN ANNELERİMİZE İYİ HİSSETTİRECEK
HEDİYELER ARZUM'DA!





REFURBISHED ÜRÜNLERLE DÜNYA'YA ALDIĞINIZDAN DAHA FAZLASINI VERİN!

Efs Elektronik, firmaların doğaya atık olarak bırakacağı ürünleri alıp yeniler, yeniden kullanıma kazandırır. Ekosistemin sağlığından ödün vermeden gelecek kuşakların ekonomik ve çevresel ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlar. Çevresel sorunlara yanıt veren işletmelerle birlikte ilerler.



www.efselektronik.com

+90 (216) 520 10 00

+90 (216) 520 12 00

Meydan Okuyan Teknoloji!

Hızlı kirleten mi,
hızlı temizleyen mi?

Fakir
HAUSGERATE



#meydanokuyanteknoloji
fakirevalotleri
fakir.com.tr



Aynı gün teslimat ve ücretsiz kurulum hizmetiyle

* Eve teslim hizmeti İstanbul, Ankara ve İzmir'de saat 15:00'e kadar yapılan alımlarda aynı gün, diğer illerde randevuyla sağlanmaktadır.

ROBERT **770**
RS
AKILLI
ROBOT SÜPÜRGE

3 FARKLI
IZGARA
MODU



MagicGrill

Health Grill
&
Air Fryer

**DUMANSIZ
EV İÇİ IZGARA**



8'1
ARADA



%45
ZAMAN
TASARRUFU



70
YIL

**4 YIL
GARANTİ**

f t i / KingEvAletleri

İçindekiler

6 Söyleşi

Dijital dönüşümü, bugünün şirketlerinin gelecekte de hayatta kalabilmesi adına kritik bir evre olarak görüyoruz

Arif Emre Ünal

Arzum Teknoloji, Ürün ve Tedarik Zinciri Genel Müdürü

8 Kahve Kokusu

Arabica Coffee House istihdam seferberliğine dahil oldu

Coffy, 2028'de 500 şubeye ulaşacak

Espresso keyfine kapıları aralayın

Starbucks, İtalya'da zeytinyağlı kahve satmaya başlıyor

12 Fuar

Ambiyans Ev ve Mutfak Ürünleri İhracat Fuarı sektörün yeni odağı olacak

18 Perakende

Müşterinin neyi talep ettiğini doğru olarak analiz edebilen markalar, bir adım öne geçiyor

Gizem Erenay Kılıçaslan

Pozitera Grup Pazarlama Direktörü

20 Sektör

Ticaret Bakanlığı açıkladı: "Beyaz eşya taksitlendirmeleri 6 ay süreyle uygulanmayacak"

24 Söyleşi

"En büyük sorunlardan biri aile şirketlerinin kurumsallaşma ve markalaşma konularında zorluklar yaşaması"

Dr. Yılmaz Sönmez

DEİK Üyesi Ortak Akıl Danışmanlık CEO'su

26 Sektör Haberi

32 Dernek

TÜRKBESD: "Afet bölgesinin yaralarını sararken, ülkemizin ekonomisine katkı sağlamak için çalışmaya devam edeceğiz"

34 Araştırma

2024 yılında ev aletleri pazarı 500 milyar doları bulacak

36 Ürünler

40 SineMadem

Son 10 yılın en iyi filmleri

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

ÇALIŞKAN OLMAK!

Mustafa Kemal Atatürk



Bir Asırdan Fazladır *Güvendiğiniz Kalite*

Özenle hazırladığınız
sofraların tazeliği,
1915'ten beri güvenilen
kaliteden geçer...



Ramazan
Bayramınız
Kutlu Olsun

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



Sektörün odağı İstanbul olacak

Türkiye'nin en yeni ev ve mutfak ürünleri fuarı olma özelliğine sahip olan Ambiyans Ev ve Mutfak Ürünleri İhracat Fuarı İstanbul Fuar Merkezi'nde yoğun katılım ile gerçekleştirildi. İSFA Elektrik ve Elektronik Ev Teknolojileri İhracat Fuarı ile eş zamanlı düzenlenen fuara; 77 ülkeden 30 bini aşkın ziyaretçi katıldı. Fuar kapsamında, fuarı ziyaret eden her bir yabancı ziyaretçi adına 1000 TL'lik nakdi yardım fonu oluşturuldu, katılımcılara da fuardan elde ettikleri gelirin yüzde 5'ini bağışlamaları için destek çağrısında bulunuldu. Yabancı katılımcı ve ziyaretçilere ücretsiz konaklama imkanı sunulan fuarda, AFAD ve Türk Kızılay Derneği de açtıkları stantlarla hem farkındalık oluşturdu hem de depremzedelere bağış topladı. Amerika ve Almanya'da düzenlenen muadillerine benzer şekilde Türkiye'de de uluslararası sektörün bir araya geleceği bir hub olması hedeflenen fuar özelinde Ambiyans Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Tıraş, Beyper Başkanı Ali Yıldız, Gaziantep Altınöğlü Grup Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı İslam Özaltın ve Beyper Genel Sekreteri Zafer Parmaksız ile görüşmeler yaptık. Ülkemiz için son derece önemli bir yatırım ve organizasyon olan bu fuarı destekliyor ve önümüzdeki yıllarda çok daha iyi noktalarda olması için çalışıyoruz.

Arzum dijital dönüşüm yolculuğunda yaptığı çalışmalara aralıksız devam ediyor. Dijital Olgunluk Endeksi ile İnovasyon, Müşteri, Teknoloji, Operasyonlar, Yönetişim ve İnsan olmak üzere toplam 6 dikeyde gelişimlerini sürdüren şirket, yatırımlarını artırmaya devam ediyor. Şirketin bu alandaki yatırımlarını Arzum Teknoloji, Ürün ve Tedarik Zinciri Genel Müdürü Arif Emre Ünal ile özel röportajımızda konuştuk.

Bu sayımızda değerli görüşleri ile dergimize destek veren diğer bir isim de Pozitera Grup Pazarlama Direktörü Gizem Erenay Kılıçaslan oldu. Perakende sektörüne yönelik geliştirdikleri yeni dijital platform olan TaskHouse hakkında detayları ve Kılıçaslan'ın görüşlerini bu röportajımızda bulabilirsiniz.

İyi okumalar...

UGUR

S U A R I T M A

Yepyeni Uğur Su Arıtma cihazları

Uğur Yetkili Servis güvencesiyle Tüm Uğur Yetkili Bayilerinde!

SLIM KASA

INLINE FİLTRE SETİ

12 L HARİCİ TANK

5 AŞAMALI FİLTASYON

LÜKS MUSLUK

• USA T125B SLIM

KOMPAKT TASARIM

INLINE FİLTRE SETİ

8 L DAHİLİ TANK

5 AŞAMALI FİLTASYON

LÜKS MUSLUK

KAÇAK SU SENSÖRÜ

• USA T85B •



Dijital dönüşümü, bugünün şirketlerinin gelecekte de hayatta kalabilmesi adına kritik bir evre olarak görüyoruz

“Dijital dönüşümün Arzum’u global marka olma hedefine daha da yaklaştıracığına inanıyoruz. Dijital dönüşüm stratejimiz kapsamında aldığımız Dijital Olgunluk Endeksi ile İnovasyon, Müşteri, Teknoloji, Operasyonlar, Yönetişim ve İnsan olmak üzere toplam 6 dikeyde gelişimimizi değerlendiriyoruz. Her bir dikey için ortaya koyduğumuz projelerle dijital dönüşüm yolculuğumuza devam ediyor, her yıl üstüne koyarak dijital dönüşüm yatırımlarımızı sürdürüyoruz.”

Türkiye’nin en büyük ve köklü markalarından biri olan Arzum, aynı zamanda Ar-Ge çalışmaları ve inovasyona yaptığı yatırımlarla da adından söz ettiriyor. Şirketin bu alanlardaki genel yaklaşımı nasıl?

Arzum için Ar-Ge, olmazsa olmazlarımızdan biri. Ar-Ge ve inovasyon odağımızı her yıl korumak adına yatırımlarımızı artırıyoruz. Ar-Ge çalışmalarımızın büyük kısmını genel olarak ürün geliştirme oluşturuyor. Ar-Ge’de yıllık ürün bazlı adet hedefleri yerine, 5 yıllık inovasyon stratejimiz ile tüketici trendlerini aynı potada birleştiriyoruz ve kategori planlarımızı şekillendiriyoruz. Bu doğrultuda Arzum’un Ar-Ge yatırımları her yıl katlanarak artıyor.

Ürün geliştirme faaliyetlerini nasıl şekillendiriyorsunuz? Bir ürünün geliştirilmesi aşamasında ilk adım hangisi oluyor?

Arzum olarak, gıda hazırlama, pişirme ve kızartma, sıcak içecek hazırlama, temizlik, kişisel bakım ve ütünün yer aldığı toplam 6 ürün kategorisindeki 650 ürünümüzle; başta Türkiye olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde milyonlarca insanın evine girerek, insanların hayatlarına dokunuyoruz. Bu doğrultuda ürün geliştirmenin öncelikli odağı insan, yani kullanıcılarımız oluyor. Yerel ve global trendlerin belirlenmesi, farklı coğrafyalardaki kullanıcı beklenti, talep, alışkanlık ve ihtiyaçlarının ölçülmesi ürün geliştirmede önceliklerimiz arasında yer alıyor. Sonrasında tüm veriler ışığında geliştireceğimiz ürünün tasarım ve Ar-Ge süreçlerini belirliyoruz. Burada da ülkelerin enerji verimliliği, çevre ile uyumu, enerji etiketi ve gerekli standartlar gibi normları göz önüne alıyoruz.

Ürün geliştirme çalışmalarında tüketicileri dinliyor musunuz? Tüketicilerin bu alandaki payı nasıl oluyor?

Küçük ev aletleri sektörü, ürünleri açısından ilk etapta insan ve deneyime hitap ediyor. Bu anlamda da odağımıza insanı ve deneyimi, özellikle de kullanıcı alışkanlıklarını ve beklentilerini almak zorundasınız. Bu beklentileri de doğru ölçümlemek ve doğru ürünlerle doğru cevapları verebilmek için kullanıcılarımızı dinlemek zorundasınız.

Kullanıcı beklentilerini karşılamak adına, kullanıcılarımıza dokunduğumuz çağrı merkezi, teknik servis, e-ticaret sitesi gibi iletişim kanallarımızda Müşteri Tavsiye Skoru (Net Promoter Score) metodolojisini kullanıyoruz. Yine kullanıcılarımızın beklentilerini daha iyi anlamak adına dijital dinleme araçlarımızdan yararlanıyoruz. Kullanıcılarımızın taleplerini günlük olarak takip ediyoruz. Tüm araçlarımızdan aldığımız geri bildirimlerle beslenip ürünlerimizi ve hizmetlerimizi geliştiriyoruz.

Satış sonrası hizmetler de en az satış ve öncesi kadar önem arz ediyor. Bu alanda fark yarattığınız alanlar hangileri? Arzum olarak ürünlerimizin yanı sıra satış sonrası hizmetlerimizde de fark yaratıyoruz ve satış sonrası hizmetlerde çok iddialyız. Türkiye’nin birçok iline yayılan geniş servis ağıımız ile ürünlerimizde güçlü bir onarım ve yedek parça desteği sunuyoruz. Satış sonrası hizmetlerimiz sadece bakım, onarım ve yedek parça desteği ile sınırlı tutmuyor, kullanıcılarımızın görüş, sorun ve önerilerini de dinliyoruz.

Kullanıcılarımızdan aldığımız talepleri hızlı bir şekilde çözmek sektörümüz için bir gereklilik. Destek Arzum web sitemiz ile müşterilerimize daha yakın olmayı ve sahip oldukları Arzum ürünleriyle ilgili tüm ihtiyaçlarını bir platformdan karşılayabilmeyi hedefledik. Tüketicilerimiz mevcutta kullandıkları Arzum ürünlerini çok basit bir adımla siteye kaydedebiliyor. Arzum olarak ürünlerimiz için 3+1 yıl garanti hizmeti sunuyoruz. Ürünün normal garanti süresi 3 yılken web sitemiz veya mobil uygulamamızdan alınan bir ürün kaydettirildiği anda müşterimize +1 yıl ek garanti süresi sağlıyoruz. Arzum Seninle, ürün kaydının en kolay şekilde yapılması için tasarlanan ve yapay zekâ altyapısı ile çekilen fotoğraflardan, otomatik okunan bilgiler üzerinden kayıt yapan mobil uygulamamız.



Arif Emre Ünal Arzum Teknoloji, Ürün ve Tedarik Zinciri Genel Müdürü

Tüketicilerimizin en önemli ihtiyaçlarından biri hızlı servis ve sürekli bilgilendirme. Geliştirdiğimiz entegrasyonlar ve yazılım yatırımlarımız ile servisimizin talep ettiği yedek parçanın aynı gün kargoya teslim edilmesini sağlıyoruz. Bu sayede ortalama 3 gün tamir süresi sunabiliyoruz. Sürekli bilgilendirme tarafında ise kullanıcı ürünü servise teslim ettiği andan itibaren tüm adımları SMS ile paylaşıyoruz.

Evden eve hizmetimiz ile kullanıcılarımızın ürünlerini evlerinden alıp tamirini tamamlayarak tekrar evlerine teslim ediyoruz. Kullanıcı memnuniyeti ve satış sonrası hizmetler alanındaki başarımız, kurum kültürümüzden, köklü geçmişimizin kazandırdığı değerlerden kaynaklanıyor. Arzum olarak hedefimiz; sadece vermeyi taahhüt ettiğimiz hizmeti sağlayarak kullanıcılarımızı memnun etmek değil, onlara beklentilerinin üzerinde hizmet vererek bizi herkese tavsiye etmelerini sağlamak.

Son dönemde sektörü değişime götüren ana konulardan biri de dijital dönüşüm. Bu alanda Arzum olarak nasıl hareket ediyorsunuz?

Dijital dönüşümün Arzum'u global marka olma hedefine daha da yaklaştıracasına inanıyoruz. Dijital dönüşüm stratejimiz kapsamında aldığımız Dijital Olgunluk Endeksi ile İnovasyon, Müşteri, Teknoloji, Operasyonlar, Yönetişim ve İnsan olmak üzere toplam 6 dikeyde gelişimimizi değerlendiriyoruz. Her bir dikey için ortaya koyduğumuz projelerle dijital dönüşüm yolculuğumuza devam ediyor, her yıl üstüne koyarak dijital dönüşüm yatırımlarımızı sürdürüyoruz.

Öncelikle kullanıcılarımıza her zaman yakın olmak, ihtiyaçları olduğu anda onlar tarafından ulaşılabilirlik bizim için çok önemli. Bu sebeple danışma hattımız, yetkili servislerimiz, sosyal medya, web sitelerimiz (Arzum, Arzum Destek, Arzum Yedek Parça, Arzum OKKA) ve mobil uygulamalarımızla tüketicilerimizin yanında olmaya devam ediyoruz.

Arzum bünyesine kattığımız akıllı dijital çalışanımız 'RobotAR', günlük işleri kolaylaştırarak ve görevleri öğretmek çalışanların yükünü hafifletmeyi amaçlıyor. RobotAR, finansal raporlamalar için farklı kaynaklardan veriler topluyor. Bunları birleştirip anlamlı hale getirip paylaşıyor. Buna ek olarak ithalat sürecinin takibi ve raporlanmasında da RobotAR aktif görev alıyor. Bu sırada paylaşılan klasörlerdeki dosyalardan, internetteki farklı kaynaklardan, ERP sisteminden ve birçok farklı kaynaktan veriler alıp bunları birleştirip kolaylıkla ve hızlı bir şekilde raporlama yapabiliyor.

Dijital projelerin üretilmesini desteklemek için kurduğumuz 'Dijital Gözler' platformumuz ile potansiyel dijital projelerle ilgili fikir alışverişinde bulunmaya devam ediyoruz. Projemizde yer alan Arzum Asistan'ı (WhatsApp ve WebChat) canlı olarak devreye aldık. Bu süreçte basit ve

tekrar eden işlemleri otomatize ederek şirket operasyonel verimliliğini artırmayı, taleplere anında ve interaktif şekilde cevap vererek müşteri deneyimini en üst seviyeye ulaştırmayı hedefledik. Bu süreçle birlikte müşterilerimize hizmet alanında farklı bir kanal yaratarak fayda sağladık.

ASRM adını verdiğimiz tedarikçi ilişkileri portalımızı devreye alarak uçtan uca tüm tedarik sürecimizi de dijital ortama taşıdık ve izlenebilirliğini üst seviyeye taşıdık. Arzum olarak 2022 yılında toplamda 16 dijital dönüşüm projesine imza attık, 2023 dijital dönüşüm yatırımlarımızı SAP-ERP geçişi ile hızlandıracğız.

Dijital dönüşüm çalışmaları iç pazar ve yurt dışında size neler kazandırıyor?

Bilişim teknolojileri günümüzde tüm sektörlerde olduğu gibi küçük ev aletleri sektörü için de kritik öneme sahip, özellikle globalleşen dünyada. Dijital dönüşüm iç ve dış pazarda hızlı ve doğru karar almak için veri oluşumundan yönetim raporlamasına kadar tüm sürecin iş ihtiyaçlarına uygun şekilde tasarlanması ve hayata geçirilmesi açısından son derece önemli.

Dijital dönüşüm bize, müşteri memnuniyetini sağlama, operasyonlarımızı daha verimli hale getirme ve yeni pazarlara açılma fırsatı veriyor. Dijitalleşme dünyada daha geniş kitlelere ulaşmamızı sağlarken, dış pazarlarda lokalleşme imkanı vererek global marka olma hedefimiz yolunda elimizi güçlendiriyor. Yine birçok farklı pazarın online ve offline satış kanallarını tek elden yönetmemize imkan tanıyor. Bu da yerel ve uluslararası birçok oyuncunun bulunduğu iç ve dış pazarda rekabet gücünü artırmayı sağlıyor. Lojistik yönetimi anlamında da birçok artıları bulunan dijital dönüşümü, bugünün şirketlerinin gelecekte de hayatta kalabilmesi adına kritik bir evre olarak görüyoruz. Bu anlayışla da birçok süreçte dijital dönüşüm çalışması gerçekleştiriyoruz.

Bunlardan biri de E-Global adını verdiğimiz projemiz. Bu proje ile hedef ülkelerdeki online pazar yerlerinde kendi hesaplarımızı yönetiyoruz. İlgili ülkelerde sahip olduğumuz depolardan lokal müşterilere doğrudan gönderim yapıyoruz. Bununla birlikte e-ihracat kapsamında yurt dışındaki pazar yerlerinden aldığımız siparişleri Türkiye'deki depomuzda paketleyerek gönderimini sağlıyoruz. Sipariş ve içerik yönetimi birçok farklı hesap için manuel yapılamayacak kadar zor. Bu sebeple bilişim teknolojilerini pazar yerlerinin entegrasyonu için kullanıyor ve otomatik şekilde takip sağlıyoruz.

Gündeminizdeki diğer konulardan biri de döngüsel ekonomi. Bu alandaki çalışmalarınızdan genel olarak bahsedermisiniz?

Arzum olarak 2022 yılında, Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM) çerçevesinde uygulanacak olan Sınırdan Karbon Düzenlemesi Mekanizması (SKDM) ve Döngüsel Ekonomi Eylem Planı

kapsamında üretim ve ambalaj dönüştürme sürecine başladık. Hayata geçirdiğimiz proje ile yedek parça sevkiyatlarını karton koli yerine dönüştürülmüş çok kullanımlı plastik kasalar ile gerçekleştirmeye başladık. Projemiz ile İstanbul'daki Arzum yetkili servislerinde karton koli kullanımını ve atık oluşumunu azalttık. Böylece kâğıt tüketiminin de önüne geçtik. Atıkların önlenmesi ve azaltılması kapsamında ayrıca Koli Dönüştürme Projesi'ne de imza attık ve depodan çıkan kolileri karton dönüştürme makinesi ile boşluk doldurma işleminde kullandık. Böylece yıllık 36 hava yastığı bobini (64.750 metre), 90 kâğıt bobin (57.400 metre) alımı ve tüketimini sonlandırarak 47 ton/yıl karton atığının önüne geçtik.

Döngüsel ekonomi adımlarımız bunlarla sınırlı kalmadı. Bayilerden iade alınan, sıfır olarak piyasaya sunulmayacak durumdaki kullanılmamış 3 bin 834 adet ürünü yenileyerek 1 yıl garanti ile kullanıcılarımızın beğenisine sunduk. Bununla birlikte ihtiyaç duyulan yedek parçaları, kullanılmamış ürünlerden temin ederek, sıfır olarak kullanılmayacak ya da hasarlı ürünleri etkin bir şekilde değerlendirerek ekonomiye yeniden kazandırdık. Ayrıca yeni üretim için gereken ham madde, enerji gibi ihtiyaçları azalttık. Kullanıcılarımızı bilinçlendirerek, sadece üretimde değil tüketimde de verimliliği ve çevreye katkımızı gözettilik. Web sitemizden yayınladığımız ürün kullanım videoları, satış noktalarımız için hazırladığımız görseller ve metinlerle kullanıcılarımızı ürünlerin doğru kullanımı hakkında bilgilendirdik. Böylece kullanıcılarımızın ürünlerimizden istenen performansı almasını sağladık. Aynı anda ürünlerin kullanım ömrünün uzatılmasını, yedek parça ve yeni cihaz satın alma ihtiyacının azaltılmasını sağlayarak, yeni ürünler için kaynakların aşırı kullanımının da önüne geçtik.

Arzum olarak ürünlerimizin yanı sıra satış sonrası hizmetlerimizde de fark yaratıyoruz ve satış sonrası hizmetlerde çok iddialıyız. Türkiye'nin birçok iline yayılan geniş servis ağıımız ile ürünlerimizde güçlü bir onarım ve yedek parça desteği sunuyoruz. Satış sonrası hizmetlerimizi sadece bakım, onarım ve yedek parça desteği ile sınırlı tutmuyor, kullanıcılarımızın görüş, sorun ve önerilerini de dinliyoruz.

Arabica Coffee House istihdam seferberliğine dahil oldu

Ülkemiz için zorlu geçen bu dönemde tüm vatandaşlarımız el ele verip yardımlaşmaya devam ediyor. Birçok şirket ve marka iş yerlerini kaybeden ve başka şehirlere yerleşmek zorunda kalan depremzedelerin başvurularının öncelikli olarak değerlendirileceğini açıklayarak istihdam seferberliği başlatıyor. Hemen her gün yeni bir marka bu seferberliğe dahil olduğunu açıklamaya devam ediyor.

Depremi yaşadığı ilk günden itibaren bölgeye her açıdan desteğini sürdüren Arabica Coffee House da ülkemizde başlatılan bu istihdam seferberliğine dahil oldu. Depremden etkilenip şehir değiştiren Ankara'ya veya şubelerinin

olduğu diğer illere yerleşen adayların başvurularını boş pozisyonlar için öncelikli olarak değerlendireceğini ve hatta uzun vadeli yeni pozisyonlara ilişkin alımları dahi depremzedeler nezdinde öne çekeceğini açıklayan marka; tüm şubeleri, Ankara Genel Müdürlüğü'nü, Ankara ASO 2'de yer alan lojistik üs ile kahve kavurma tesisini ve



Ankara Anadolu OSB'de yeni açılacak gıda üretim fabrikasının tüm pozisyonlarını bu seferberliğe dahil ederek depremzedelere desteğini sürdürecektir.

Coffy, 2028'de 500 şubeye ulaşacak



Coffy, yüzde 100 yerli bir marka olarak müşteri deneyimini hızlandıran, özelleştiren ve kolaylaştıran teknolojik alt yapısı, uygun fiyatlı yüksek kaliteli ürünleri ve güçlü franchising sistemi ile büyümeye devam ediyor. Coffy ekibi, bu yıl ilk kez gerçekleştirilen "Coffy Rallı" etkinliğinde bir araya geldi. Markanın hedefinde; hızlı büyümeyi istikrarlı bir şekilde sürdürmek var. Uсталıkla harmanlayıp özenle hazırlanan Kolombiya ve Etiyopya menşeli kahve çeşitlerini tek fiyata sunarak kaliteli kahve deneyimini ulaşılabilir hale getiren Coffy; Türkiye'nin ilk lokal ve tek fiyat sistemi ile çalışan dijital kahve markası. İstanbul, Ankara, Bursa, Antalya, İzmir ve Sakarya'da faaliyet gösteren, uluslararası pazarda yaklaşık 1,000 şubelik deneyimi

bulunan DP Eurasia Group'un projesi olan Coffy, Türk kahve sektörünün en önemli oyuncularından biri olmayı hedefliyor.

2028'de 500 şubeye ulaşmayı planlıyoruz

"Coffy Rallı" etkinliğinde konuşan DP Eurasia Group CEO'su Aslan Saranga, "Ülkemizde örneği görülmemiş bir kahve konsepti yarattık, işimizin olmazsa olmazı müşteri memnuniyeti. Önem verdiğimiz '5 Coffy değerimiz' var. Bunlar; 'Girişimci ruh, sadelik ile yalınlık, uestalık, yaratıcılık ve güler yüz ile pozitiflik'. Bizler, ortak hayallerimiz için birlikte hareket ediyoruz. Yaratıcılıktan cesaret alıyor, kahvemizi uestalıkla hazırlıyoruz. Kahve deneyimini en sade ve yalın hali ile yaşatırken, güler

yüzümüzle de insanları kazanıyoruz. Ezberleri bozan kahve deneyimiyle müşterilerimizin yüzünü güldüren bir marka olma misyonunu üstlendik. Yeni bir marka ve konsept olarak sektörün devleri kadar çok talep görüyoruz, bu da başarımızı ve lezzetimizi ortaya koyuyor. Coffy ailesini büyötmeyi sürdürüyoruz, bugüne dek inovasyon merkezimizde markamızın vizyon ve değerlerine inanan 30 arkadaşımıza istihdam sağladık. En büyük önceliğimizin müşterilerimizin memnuniyeti olduğunun ayrıca vurgulamak isterim. Franchiseelerimiz ve ekip arkadaşlarımızla büyömeyi sürdüreceğiz." dedi.

Rekabette farklı bir kulvar yaratıyoruz

'Bizim Kahvemiz Ucuz Değil, Onlar Pahalı' sloganının arkasında durarak fiyat artışlarına rağmen ulaşılabilirliği korurken rekabette farklı bir kulvar yarattıklarını belirten Saranga, "Yıl sonuna kadar 100'den fazla yeni Coffy şubasını daha Türk kahve sektörüne kazandırmayı planlıyoruz, yeni şubelerimizle birlikte yaklaşık 900 kişiye istihdam sağlayacağız. Dünya markası olma yolunda hayal ortaklarımızla birlikte 2028'de 500 şubeye ulaşmayı planlıyoruz. Türk kahve kültürünün geleceğini şekillendirmek üzere yola çıktık ve güçlü franchising sistemi ile kısa sürede hızlı bir büyöme gösterdik. Coffy'yi Türkiye'nin her iline, her ilçesine, her mahallesine ve dünyanın uzak coğrafyalarına kazandıracığımıza eminiz" diyor.

Tefal

XPLORER

SERIE 130 AI

TEKNOLOJİDE YENİ BOYUT

Tefal X-Plorer Serie 130 AI

Yeni yapay zeka destekli lazer teknolojisiyle
kişiselleştirilebilir temizlik

8cm



**AKILLI
LAZER
NAVİGASYONU**



**SÜPÜRÜR,
FIRÇALAR,
SİLER, TEMİZLER**



**EVÇİL HAYVAN DOSTU
VE ANTİ-ALERJİK
AKSESUARLAR**

Espresso keyfine kapıları aralayın

Keyifli bir kahve içmek için lüks kafelere gitmenize gerek yok. Russell Hobbs espresso kahve makineleri ile evinizde bu keyfi doyasya yaşayabilirsiniz. Özellikle sabah sert bir kahve içmeden ayılamıyorsanız ya da kafelerde içtiğiniz kahve çeşitlerini evinizde de yapmak istiyorsanız bunun için bir espresso makinesine sahip olmanız gerekiyor. Sahip olacağınız espresso makinesi ile sabahları sert bir espresso ile güne enerjik başlayıp arkadaşlarınız evinize geldiğinde onların istediği tarzda kahve çeşitleri sunarak keyifli sohbetler yapabilirsiniz.

Kahve severler için en iyi kahve mekanları evleridir. İster çekirdekten ister öğütülmüş olsun, en iyisinden alınan bir paket kahve için onu en iyi şekilde pişirecek, üstelik beklerken sıcak tutacak bir de makine gerekiyor. Sıcak tutma fonksiyonlu ilk kahve makinesinin mucidi Russell Hobbs'un kahve makineleri, kahve sevdalıları için barista olmalarına aday profesyonel seçenekler sunuyor.



Starbucks, İtalya'da zeytinyağlı kahve satmaya başlıyor

ABD merkezli kahve zinciri Starbucks, İtalya'da zeytinyağlı kahve satışına başlıyor. İtalyanca 'yağlı' anlamına gelen 'Oleato' adı verilen içeceklerin gelecek aylarda diğer ülkelerde de satışa sunulması planlanıyor. Starbucks'tan yapılan açıklamaya göre zeytinyağıyla demlenmiş kahve fikri, şirketin CEO'su Howard Schultz'un geçen yıl Sicilya'ya yaptığı seyahatte doğdu.

Burada her gün bir kaşık zeytinyağı içme geleneğini duyan Schultz, sabahları kahvenin yanı sıra bir kaşık zeytinyağı da içmeye başladı. Şirket, geniş bir kahve kültürünün bulunduğu İtalya'ya yayılmakta zorlanıyordu. Hatta bazı İtalyanlar, 2018'de ilk mağaza açıldığında boykot çağrısı yapmıştı. Şu an ülkede 20 mağazası bulunan Starbucks, kahvelerini sevdirebilmek için 'zeytinyağı' formülü üretti. Daha sonra zeytinyağını kahvesine katmayı denediğinde de "lezzet ve beklenmedik bir simya" ile karşılaştı.

'Oleato serisi' ismi verilen kahveler bugün İtalya'da satılmaya başlayacak. Seride ilk etapta yulaf sütüyle yapılmış kahvelere zeytinyağı eklenecek.





Electrolux

Mükemmel lezzetlere sağlıklı ve hızlı yoldan ulaşın

Explore 6 AirFry



5,4 lt

3,5 lt

Electrolux Explore 6 AirFry



5,4 lt ve 3,5 lt kapasite seçenekleri



8 adet otomatik pişirme fonksiyonu



Bulaşık makinesinde yıkanabilir
pişirme haznesi ve sepeti



For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

Ambiyans Ev ve Mutfak Ürünleri İhracat Fuarı sektörün yeni odağı olacak

Türkiye'nin en yeni ev ve mutfak ürünleri fuarı olma özelliğine sahip olan Ambiyans Ev ve Mutfak Ürünleri İhracat Fuarı İstanbul Fuar Merkezi'nde yoğun katılım ile gerçekleştirildi. İSFA Elektrik ve Elektronik Ev Teknolojileri İhracat Fuarı ile eş zamanlı düzenlenen fuara; 77 ülkeden 30 bini aşkın ziyaretçi katıldı. Fuar kapsamında, fuarı ziyaret eden her bir yabancı ziyaretçi adına 1000 TL'lik nakdi yardım fonu oluşturuldu, katılımcılara da fuardan elde ettikleri gelirin yüzde 5'ini bağışlamaları için destek çağrısında bulunuldu. Yabancı katılımcı ve ziyaretçilere ücretsiz konaklama imkanı sunulan fuarda, AFAD ve Türk Kızılay Derneği de açtıkları stantlarla hem farkındalık oluşturdu hem de depremzedelere bağış topladı.

Birçok sektörel sivil toplum kuruluşunu tek çatıda birleştiren Ambiyans Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı'nın açılışına; Ambiyans Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Tıraş, GEEM (Gelişen Ev ve Yaşam Derneği) Başkanı Ahmet Çığır Şahin, TOBB Züccaciye Meclisi Başkanı Murat Kolbaşı, İDDMİB (İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği) Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Tecdelioğlu, TUYAD (Telekomünikasyon Uydu ve Elektronik Sanayicileri İş İnsanları Derneği) Başkanı Hayrettin Özyayın, BEYPER (Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği) Başkanı Ali Yıldız, EVSİD (Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayicileri ve İhracatçıları Derneği) Başkanı

Talha Özger ve çok sayıda basın mensubu katıldı.

Fuarda insan sağlığına uygun ve geri dönüştürülebilir birçok ürün görücüye çıktı. Gıda Güvenliği Tescil Sertifikalı ve Sosyal Sorumluluk Belgesi olan ürünler yanında migrasyon testleri yapılmış ve Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın sadece gıda ile temas eden maddeler için verdiği Üretim İzin Belgesi'ne sahip ürünler de fuarda ziyaretçilerle buluştu. Kırılmaz polikarbonat hammaddeden üretilmiş geri dönüştürülebilir ürünler, yüzde 100 sağlığa uygun ürünler de sergilendi. Ayrıca bebekler için katkı maddesiz ve boyasız mama kapları ve biberonlar alıcıyla buluştu.

Ev ve mutfak eşyalarına dair son teknolojinin tanıtıldığı fuarda dijital dokunmatik fırın ve cam hazneli airfryer Türkiye'de ilk defa alıcıyla buluştu. Son model temizlik robotları, elektrikli masaj aletleri ve yeni nesil su arıtma cihazlarının sergilendiği fuarda; otomatik kapak kilitli 5 güvenliklilikli düdüklü tencere de yer aldı.

Doğanın korunmasına da dikkat çekmek isteyen fuarda birçok el yapımı geri dönüştürülmüş ürün de sergilendi. Geri dönüştürülmüş iplerden masa örtüleri ve tek tek elle örülmüş halı ve kilimler stantta yerini aldı. Bunun yanı sıra defolu üretilmiş ürünlerin tekrar işlem geçirmesiyle üretilen çevre dostu bahçe mobilyaları da stantlarda oldu.



Mutfağınıza Şıklık Hayatınıza Kolaylık Katar.

Dijital Dokunmatik Ankastre Set



DF6-835 Davlumbaz



B66-SF2 Fırın



KUMTEL®



0850 333 56 85

Türkiye Geneli Yaygın ve Hızlı Servis Ağı

@ / kumtelturkiye

Türkiye'ye ve sektöre inanan tüm firmaları buraya bekliyoruz

Ali Yıldız: Yurt dışında birçok fuar düzenleniyor ve buradaki hem katılım hem de ziyaretçi maliyetleri çok iyi biliniyor. Fuarlara katılım her yıl giderek zorlaşıyor. Buna paralel olarak Türkiye, beyaz eşya üretiminde oldukça iyi bir konumda bulunuyor. Dünyada ikinci sıradayız. Çin'den sonra birçok fabrika burada bulunuyor. Avrupa'ya yapılan ihracatın büyük kısmı ülkemizden karşılanıyor. Bu şekilde baktığımızda burada kuvvetli bir fuarın olması çok önemliydi. Ülkemizin genç ve dinamik nüfusunu da düşünürsek böylesine geniş çapta bir organizasyonun ülkemizde yapılması gerektiğini düşünerek yola çıktık. Fuarlar eş zamanlı olarak istihdamı da artırıyor. Burada çok sayıda insan çalışıyor. Dolayısıyla biz de beyaz eşya perakendecileri olarak böylesine bir organizasyona destek vermek istedik. Sektördeki herkesin birbirine ihtiyacı var, hepimiz aynı gemideyiz. Tüketiciler bir alışveriş yaptığında paranın ülkemizde kalması da çok önemli. Şu anda ülke gündemimizde olan bir deprem gerçeği var. Bunu kimse reddetmiyor. Ancak bu fuarın da böyle bir ortamda yapılmasının daha önemli olduğunu düşünüyorum. Çünkü burada oluşacak istihdamın yanında elde edilen gelirin de bir bölümü yardım bölgelerine aktarılacak. Bu çok sevindirici bir gelişme oldu. Biz de dernek olarak böyle bir oluşuma destek verdiğimiz için çok sevinçliyiz. Hem firma yöneticilerine hem de markalara ayrı ayrı teşekkür ediyoruz.

İrfan Tıraş: Ben şahıs olarak 25 yıldır bu sektörün içerisinde hizmet veriyorum. Gazetecilikten gelen bir geçmişim var. Daha önceki fuar deneyimlerimizden sonra ticari olarak bir ara dönemimiz oldu. Ardından sektörden gelen talepler ile bu işe tekrar gönül verdik. Özellikle ev ve mutfak eşyaları sektörlerinden yeniden, büyük ve kuvvetli bir fuar yapma isteği ortaya çıktı. Önceki dönemde yaptığımız çalışmalarda eksik olan beyaz ve elektronik eşya sektörlerini de işin içine katarak yola çıktık. Dünyada bunun örneklerinin nasıl yapıldığına baktık. Beyaz eşya ve elektronik alanında dünya çapında iki büyük organizasyon var. Türkiye'de ise beyaz eşya sektörü, otomotiv ve kimyadan sonra ihracat hacmi olarak üçüncü sırada geliyor. Üretim olarak da Çin'den sonra ikinci sıradayız. Kendi büyük ve küresel markalarımızın dışında buraya gelen ve yatırım yapan firmalar mevcut. Bu ülkelerin ve markaların buraya yatırım yapmasının bir sebebi bulunuyor. Biz de buradan yol çıkararak geniş katılımı ve uluslararası bir fuar yapma hedefiyle yola çıktık. Beyaz eşya sektörünün önde gelen derneklerinin, Beyper'in, Türkbess'in destekleri oldu. İlk



Yıldırım Söylemez
Dağıtım Kanalı Dergisi Sahibi

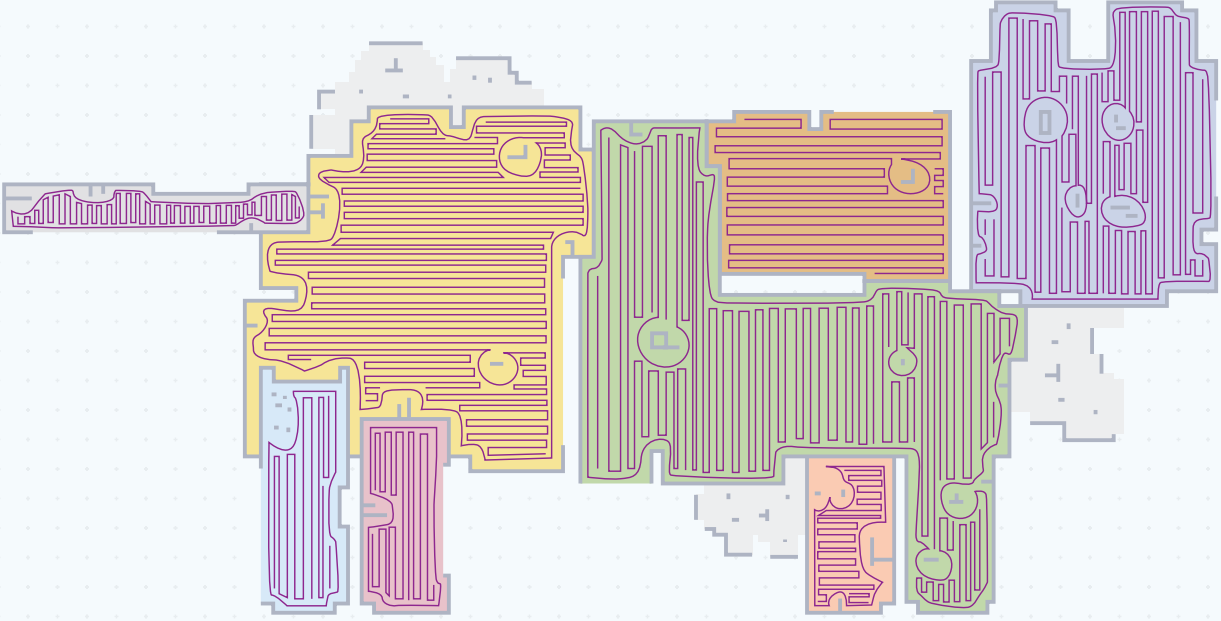
İrfan Tıraş
Ambiyans Fuarcılık
Yönetim Kurulu Başkanı

Ali Yıldız
Beyper Başkanı

fuarımızın bu şekilde, hep birlikte ve geniş katılımı olmasını düşünerek hareket ettik. STK'ların desteğini alarak yol çıktık. İlk adımı arkasından gelecek yıllarda çok daha iyi bir fuar düzenleyeceğimizi düşünüyoruz.

Beyaz eşya üreticilerinin hepsiyle görüştük. Birçok marka fuar planlarını ve bütçelerini bir yıl öncesinden yaptığı için bu yıl katılamadı ancak önümüzdeki yıl burada olacaklar. Biz de seneye bütçelemelerin içerisinde yer alacağız. Buradaki katılımı depremin de etkisi var. Birçok marka ve yönetici deprem bölgesinde destek ve yardım faaliyetlerinde bulunuyor.

Bu öncü bir organizasyon oldu. Gelecek yıl çok daha iyi noktalarda olacağız. Biz şirket olarak elimizi taşın altına koyduk. Bu fuara ve sektöre inandık. İsfâ adı altında 25 yıllık deneyimimizi de arkamıza alarak elektronik ve beyaz eşya fuarının ilkinin gerçekleştirmiş olduk. Türkiye'ye ve sektöre inanan tüm firmaları buraya bekliyoruz. Yurt dışına giderek maliyetleri artırmanın hiçbir gereği yok. Ülkemize iyi ve uluslararası bir fuar kazandırmak istiyoruz. Bu fuarı da sektörde firmalarımızla el ele vererek, elimizi taşına koyarak ve çok çalışarak ülkemiz adına güzel bir şey yaptığımıza inanarak yapıyoruz.



Sevimli dostlarınız nerede,
V-Bot Pro Robot Süpürge orada.

Büyük markalar destek verirse dünya çapında bir fuar yapabiliriz

Yıl içerisinde hem yurt içinde hem de yurt dışında birçok farklı fuara gidiyoruz. Amerika'da CES'e, Almanya'da ise IFA'ya katılım gösteriyoruz. Şu anda bu fuar Türkiye için oldukça önemli. Beyper'in göğüslemiş olduğu bu ip küçük ev aletleri ve beyaz eşya pazarı için büyük önem taşıyor. Çünkü burada birbirinden bağımsız markaları tek bir çatı altında birleştirerek yabancı ziyaretçilerin de görüşlerine açmış oluyor. Fuarı düzenleyen İFSA ve Ambiyans Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Tıraş bu alanda oldukça tecrübeli ve deneyimli. Bu fuarla birlikte Almanya ve ABD'deki büyük fuarların benzerini Türkiye'de de gerçekleştirebiliriz. Türkiye'de zirvede bulunan ve önde gelen markalarla bu fuara önümüzdeki yıllarda destek sunarsak çok önemli yerlere gelebiliriz. Türkiye zaten beyaz eşya üretiminde dünyada ikinci konumda bulunuyor. Bu kapsamın daha da genişlemesi, istihdama yönelmesi, bu alandaki sanayileşmenin hızlanması için bu fuarı çok önemsiyoruz. Yaşadığımız depremlerde hepimizi derinden etkiledi ve birçok noktada huzursuzluklarımız devam ediyor. Ancak bir yandan da hayat ve ticaret sürüyor. Dolayısıyla bu fuarın önümüzdeki yıllarda kuvvetlenmesi ile bölgesel olarak da çok daha büyük bir güç haline geleceğimizi düşünüyorum. Ancak



İslam Özeltin Gaziantep Altınöğlü Grup Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

bunun için büyük firmaların burada gövde gösterisi yapması gerekiyor. Yurt dışındaki büyük fuarlarda markalar ciddi bütçelerle destek oluyorlar ve dünyanın her yerinden o fuara misafir götürüyorlar. Bizim de Türkiye'de bu seviyeye ulaşmamız gerekiyor. Bu işe

gönül verirse çok daha iyi yerlere gelebiliriz. Yurt dışından ülkemize gelecek yatırımları da hızlandırmak için bu tarz adımları atmamız şart. Dolayısıyla sektörün desteğiyle bu fuarın önümüzdeki yıllarda çok çok daha iyi noktalarda olacağına inanıyorum.

Yurt dışındaki rakiplerinden daha iyi olacak

Fikir olarak çok iyi oluşturulmuş ve güzel bir fuar oldu. Fuarı düzenleyen ekibe ve Ambiyans Fuarcılık Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Tıraş'a tebriklerimizi sunuyoruz. Biz Beyper olarak burada 6 markamızla bulunuyoruz. Fuara yurt içinden ve dışından binlerce ziyaretçi gelmesini umuyoruz. Dernek olarak burada tam kadro olarak misafirlerimizi ağırlıyoruz. Amacımız Türkiye'nin beyaz eşya üretiminde çok daha iyi konumlara gelmesi ve bu etkinliğin yurt dışında yapılan benzer fuarlar gibi bir organizasyon olması. Barselona'da, Berlin'de, Amerika'da benzerlerini görüyoruz. Biz de hedefimizi buna göre belirlersek İstanbul'da da bunu başarabiliriz. Yurt dışındaki rakiplerinden daha iyi bile yapabiliriz. Herkesin kendinde böyle bir gücü görmesini istiyoruz. Dağıtım Kanalı dergisine de bu alandaki çalışmaları ve destekleri için çok teşekkür ediyoruz.

Bu fuar ilk kez düzenleniyor ancak buna rağmen oldukça renkli ve hareketli. Bu da bir sonraki fuarın çok daha iyi geçeceğini bizlere gösteriyor. Gelecek yıl çok daha fazla markanın burada olacağını düşünüyoruz. Şu anda 5 halle düzenlenen fuarın gelecek yıl 10 halle kadar çıkacağını umuyoruz. Bu kadar ziyaretçi bile beklemiyorduk. Hep birlikte hareket edersek fuarı çok daha iyi yerlere taşıyabiliriz.



Zafer Parmaksız Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği Beyper Genel Sekreteri

Air Fry[®]

“Sağlıklı ve Akıllı Pişirme Teknolojisi”



4
Litre



8
Litre



5
Litre

Lezzetinde **sağlık** var



Yıkanebilir Hazne ve
Kızartma Sepet



Dijital Kontrol
Paneli



Hızlı Pişirme
Teknolojisi



Sıcak Tutma
Fonksiyonu



Sesli ve
Işıklı Uyarı

simfer



Müşterinin neyi talep ettiğini doğru olarak analiz edebilen markalar, bir adım öne geçiyor

“Geliştirmiş olduğumuz Tashouse, perakendecinin hem uzaktan iş yönetimini sağlamasına hem de doğrudan ulaştığı verilerin kolayca raporlanmasına olanak sağlıyor. Satış operasyonunun en yoğun olduğu dönemlerde (Black Friday vb.) taskhouse, anlık veri takibi, personel, stok, bölgesel analizler ve birçok yardımcı araçla, perakendecilere online hazırlık yapma imkânı sunuyor.”

Perakende geliştirme alanında sunduğunuz çözümlerle farklı sektörlerden birçok markaya hizmet sunuyorsunuz. Pozitera olarak genel yapılanmanız ve faaliyet alanlarınızdan bahsedermisiniz?

Pozitera Grup olarak bu yıl 17. yılımızı kutluyoruz. 17 yıldır sizin de belirttiğiniz gibi farklı alanlarda birçok markaya, taleplerine göre farklılaşan perakende geliştirme hizmetleri sunuyoruz. Operasyon kurgularımız markalarımızın ihtiyaçlarıyla beraber dönemin trendlerine göre değişim gösterebiliyor. Markalarımıza yıllık planlardan ziyade gelecek 5 ve 10 yıl için perakendenin değişen dinamiklerine göre strateji planları sunuyoruz. Saha operasyon yönetimi ile çıktığımız yolculuğumuz bugün markalarımızın satış stratejilerini desteklemekle beraber onların aksiyon planlarını çıkardığımız bir yola evirildi. Son dönemde tüm perakendecilerin gündeminde yer alan deneyimsel pazarlama bunların en önemli örneklerinden biri. Markalarımızın bu alanda nasıl gelişeceğini, nelere ihtiyaç duyacaklarını ve bir sonraki adımda onları neler beklediğine dair tüm aşamaları beraber çalışıyoruz ve satış arttırma faaliyetlerini yönetiyoruz. Tüm kurgularımızı çağımızın gerekliliklerini kullanarak yani güçlü teknolojik geliştirmelerle sağlıyoruz. Perakende her gün gelişen ve değişen dinamiklere sahip bir sektör. Odak noktamız satış arttırmakla beraber markaların dijital dönüşümlerinde yanlarında olmak.

Perakende geliştirme özelinde dijital çalışmaları da içeren çok farklı çözümler sunuyorsunuz. Öne çıkan ürünleriniz ve çözümleriniz nelerdir?

17 yıldır perakendecilere çok kanallı operasyon desteği sağlıyor, her alana hazır olmaları için tüketicilerin istediklerini, istedikleri

zaman ve istedikleri yerde perakende deneyimi yaşamalarını sağlayacak aksiyonları alabilecekleri dijital altyapılar geliştiriyoruz. Hepimizin bildiği gibi günümüzde tüketiciler hızlı karar veriyor ve hızlı aksiyon alıyor. Bu da arka planda operasyonun aynı hızda yürütmesi gerektiğinin önemini vurguluyor. Personeli, satışı, tüketicinin kararlarını etkileyen etkenleri aynı anda düşünmek ve kontrol etmek gerekiyor. Tüm bu gerekliliklerle bizler de grup firmalarımızdan SNG Bilgi Teknolojileri ile bir ürün geliştirdik ve perakendecinin hayatını kolaylaştırmayı amaçladığımız “taskhouse”u bu yıl başında perakendecilere sunduk. Çalıştığımız tüm markalarda operasyon yönetirken gözlemlediğimiz, anlık olarak veriye ulaşmanın ne kadar önemli olduğuydu. İnsan kaynaklarında başlayan bir iş sürecinin uçtan uca yönetilmesine ek olarak satışın yıllık, aylık, haftalık hatta anlık olarak raporlanmasını sağladığımız bir sistem kurduk. Sahanın ne durumda olduğunu ve personelin ne durumda olduğunu görebildiğiniz, yıllara bölünmüş olarak karşılaştırmalı raporlar olarak tüketici eğilim haritaları oluşturabildiğiniz verilere ulaşmanızı sağlıyoruz. Ekiplerimizle geçtiğimiz yıl lansman dönemimizi Black Friday olarak belirledik ve perakendecilerin en hızlı hareket etmesi gereken bu dönemde tüketiciyi analiz ederek geçtiğimiz yıla göre nasıl bu yıl hedeflendirme yapmalıyız anlatmaya çalıştık. Hızlı değişkenlik gösteren dönemlerde özellikle saha operasyonunu, personel hedeflerini ve satışı, kontrollü ve doğru yöneterek perakendecinin nasıl bir adım öne çıktığını gördük. Aynı zamanda, masraf yönetimi bordro imzalama ve satış hedefi planlama gibi birçok alanı tek platformdan rahatlıkla yönetme olanağı sunuyoruz. Aynı zamanda, dijital çözümlerle tüm iş yönetimini tek platforma taşıyarak tüm çalışmaların verimli olmasını ve mekan bağımsız çalışma konforunu perakendecilere deneyimletiyoruz. Konforlu çalışma alanı diyoruz çünkü, perakende saha dinamikleriyle

var olan bir sektör. Sahadaki ekip ile ofisteki ekibin koordineli çalışabilmesi, işin kusursuz yürütmesi için çok önemli.

Perakende pazarını ve bu alandaki gelişmeleri takip etmek, izlemek, raporlamak markalar özelinde neden gerekli? Sizce bu çalışmalar, markaların genel satış ve pazarlama stratejilerini nasıl destekliyor?

Hızlı değişen ve dönüşen bir pazardan bahsediyoruz. Rekabet çok fazla. Özellikle e-ticaretin pandemide hızla büyüme göstermesi pazarda dengelerin ne kadar hızlı değiştiğini gösterdi. Durum böyle olunca markalar doğru raporlama ile takibi sağlayamazsa bulundukları çağın gerisinde kalıyor. Bu da rekabet ortamında pazardan pay kaybetmeye sebep oluyor. Daha önce belirttiğim gibi biz bu takip ve raporlamalar için özel bir sistem geliştirdik. Böylelikle satış performanslarını takip ederken aslında pazarın durumundan haberdar olacak raporlamalara sahip olmalarını sağlıyoruz. Doğru raporlama ile artan satışlar rakipler arasında öne çıkmanızı sağlıyor. Takip edilebilen satış hızları, raporlanabilen satış faaliyetleri yıllık planlamalar yapılırken doğru hedeflerle yola çıkmayı sağlıyor. Perakendecilerin stratejilerinin doğru çalıştığını görmeleri için raporlarla desteklenmeleri gerekiyor. Ölçümleyemediğiniz bir veriyi geliştirebilmeniz pek olası değil.

E-ticaret pazarı hemen her sektör ve marka özelinde gelişim gösteriyor. Bu alanda sunduğunuz çözümler nelerdir?

E-ticaretin tam anlamıyla gelişimi ve tüm sektörün bu alana doğru dönüşümü için pandemi öncesinde 10-15 yıllık bir çerçevede çiziliyordu ancak durum beklenenden farklı oldu. Hepimizin eve kapandığı bir dönemde e-ticaret, 10 yıl içinde beklenen

büyüme hacmini 5 yılda alarak hızlı bir değişime girdi. Hepimiz bu sistemlerin pandemide geçirdiğimiz 2 yılı da sayarsak 3 yıl içerisinde tam anlamıyla oturacağını düşünüyoruz. Yine burada uyum sağlayan ayakta kalacak. Markalarımızdan gelen taleplerle onlara pazaryeri yönetimlerinde destek veriyoruz. Bazı markalarımız için ise direk e-ticaret satışlarını kontrol ettiğimiz çalışma modellerimiz var. Yıllık olarak planladığımız hedef ve stratejileri, önerilerimizle destekliyoruz. Markalarımız eğer e-ticarete aktif değilse, ancak bu

pazar payını etkiliyorsa, mutlaka onlara nasıl çözümler sunabileceğimizi çalışıyor ve destek sağlıyoruz.

Markaların gündemindeki bir diğer konu da dijital dönüşüm. Bu bağlamda sizin sunduğunuz dijital tabanlı çözümler nelerdir?

Değişen müşteri alışkanlıkları ve dünya ile birlikte perakendeciler, sistemli, düzenli, hızlı çalışmaya daha fazla ihtiyaç duyuyor. Müşterinin neyi talep ettiğini doğru olarak

analiz edebilen markalar, bir adım öne geçiyor. Bu kapsamda geliştirmiş olduğumuz Tashouse, perakendecinin hem uzaktan iş yönetimini sağlamasına, hem de doğrudan ulaştığı verilerin kolayca raporlanmasına olanak sağlıyor. Satış operasyonunun en yoğun olduğu dönemlerde (Black Friday vb.) taskhouse, anlık veri takibi, personel, stok, bölgesel analizler ve birçok yardımcı araçla, perakendecilere online hazırlık yapma imkânı sunuyor.

2023 yılı hem ekonomik ve hem de depremin yarattığı etkiyle psikolojik olarak sıkıntılı başladı. Bu yıl özelinde genel olarak pazara ve sektöre dair görüşleriniz nelerdir?

Öncelikle ülkemizin başı sağolsun. 2023 yılı, umutlarla ve güzel hedeflemelerle başlamıştı. 10 ilî etkisi altına alan deprem, doğal olarak müşterinin alışveriş alışkanlıklarında bazı değişikliklere sebep oldu. Deprem bölgelerinde yaşadığımız kayıplar sektöre büyük etki etti. Aynı zamanda, bizler de bazı çalışma arkadaşlarımız maalesef kaybettik. Bu bölgelerde yeniden düzenli hayata geçiş oldukça uzun zaman alacak. Bu süre içerisinde sadece depremden etkilenen bölgeler değil diğer bölgelerimizde de alışveriş alışkanlıklarında değişim olduğunu görüyoruz. Bu tür felaketler hepimizi derinden etkilediği gibi alışkanlıklarımızda değişikliklere sebep oluyor. Sektör olarak bunun üstesinden birlik ve beraberlik ile geleceğiz. Biz grup şirketlerimiz ve birlikte çalıştığımız markalarımızla depremin ilk gününden beri bölgelerimizde çalışma halindeyiz. Bölgelerde direkt temasta olduğumuzdan nasıl bir etki olduğunu gözlemlememiz ve pazarın nasıl etkilendiğini yorumlamamız kolay oldu. Çıkarımlarımızla hazırladığımız aksiyon planlarımızla perakendecinin diğer bölgelerde pazarı canlı tutmak için nasıl bir yol izleyeceğini ön görüyor ve markalarımızla paylaşıyoruz.

Bu yıl özelinde sizin temel hedefleriniz nelerdir? Genel stratejileriniz ve büyüme hedefleriniz neler?

Pozitera Grup olarak sürekli gelişim sağlıyor ve çağımızın sunduğu tüm dijital dönüşümlere ayak uydurmak için çalışıyoruz. Hızla değişen piyasa ve ihtiyaçlar doğrultusunda artan tüketim taleplerinin kontrolünü daha kolay yapmak isteyen perakendecilerin tüketiciye yönelik operasyonlarını dijitalleştirmek için çalışmaya devam edeceğiz. Günümüzde perakendecilerin yaklaşık yüzde 60'ı markalarını dijitalle taşımış durumda. Yüzde 40'lık kesim yarısı ise önümüzdeki iki yıl içinde kendi dijital operasyonlarını tamamlayacaklarını belirtiyor. Biz bu süreci tüm markalar için doğru şekilde kurgulamayı ve yönetmeyi hedefliyoruz.



Gizem Erenay Kılıçaslan Pozitera Grup Pazarlama Direktörü

Ticaret Bakanlığı açıkladı: “Beyaz eşya taksitlendirmeleri 6 ay süreyle uygulanmayacak”



Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü beyaz eşya taksitlendirmeleriyle ilgili bir açıklama yayınladı. Buna göre “Genel Hayata Etkili Afet Bölgesi” edilen bölgelerde Perakende Ticarete Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliğin 12/B maddesinde yer alan taksitlendirme sürelerinin 6.2.2023 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere altı ay süreyle uygulanmayarak taksit sürelerinin perakende işletmelerce belirlenebilmesi sağlanacak.

Beyper Başkanı Ali Yıldız, konuyla ilgili dergimize yaptığı açıklamada bu uygulamanın tüm illere yayılmasının daha doğru olacağını altını çizdi: “Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü’nün yayınladığı taksitli satışların düzenlenmesine dair karar uyarınca, Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya, Osmaniye, Şanlıurfa ve “Genel Hayata Etkili Afet Bölgesi” ilan edilen bölgelerde yaşayanların taksitlendirme süreleri, 6.2.2023 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere altı ay süreyle uygulanmayacak. Taksit sürelerinin perakende işletmeleri tarafından belirlenmesine izin verilecek.

Şu an itibariyle yaşanan büyük deprem felaketinin ardından bu illerimizde ve depremden etkilenen tüm bölgelerdeki

insanların bu coğrafyayı boşalttıklarını görüyoruz. Bu karar genel yapısı ile oldukça doğru olsa da beyaz eşya perakendecileri olarak bunun tüm Türkiye’ye yayılması ve diğer bütün illerde belirli süreyle geçerli olmasının doğru olacağını düşünüyoruz. Beyaz eşya satın alımlarında taksit sürelerinin 18 ay kadar olması gerektiği düşüncesindeyiz. İndirimler ve taksitlendirme süreleri tüm Türkiye’de uygulanırsa bu sürecin daha rahat atlatılacağını düşünüyoruz. Beyaz eşya sektörü yıla genel olarak stabil başlasa da 2 çeyrekte toparlanacak ve yıl sonunda da hedeflediğimiz noktaya ulaşacaktır. Bakanlığın alacağı bu tarz desteklerle bu sürecin daha hızlı ve rahat geçeceği kanaatindeyiz.”

Bakanlıktan yapılan açıklamanın tam metni şu şekilde;

6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanuna dayanarak yürürlüğe konulan Perakende Ticarete Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliğin 12/B maddesinin birinci fıkrasında, kıymetli evrak düzenlenerek veya düzenlenmeksizin gerçekleştirilen taksitli mal ve hizmet satışlarında taksitlendirme süreleri için genel taksit süresi belirlenmiş; ikinci, üçüncü ve dördüncü fıkralarında ise bu hükmün istisnaları düzenlenmiştir.

Buna ilave olarak, aynı maddenin beşinci fıkrasında “Bakanlık, bu maddede yer

alan sınırlamaları afet dönemleri ile diğer olağanüstü durumlarda ilçe, il, bölge veya ülke düzeyinde geçici süre ile değiştirmeye veya bu konuda ilave sınırlamalar getirmeye yetkilidir.” hükmüne yer verilmiştir. Mezkur fıkra çerçevesinde, perakende işletmelerce; 6.2.2023 tarihinde meydana gelen depremlerden etkilenen yerleşim yerlerinde (Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Elazığ, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Kilis, Malatya, Osmaniye, Şanlıurfa ile 21.09.1968 tarihli ve 13007 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan, Afetlerin Genel Hayata Etkilliliğine İlişkin Temel Kurallar Hakkındaki Yönetmelik uyarınca, 6.2.2023 tarihinde meydana gelen depremler ve müteakip artçılar nedeniyle “Genel Hayata Etkili Afet Bölgesi” ilan edilen/edilecek diğer yerler) ve depremden etkilenen yerleşim yerlerini terk eden tüketicilere yönelik olması koşuluyla diğer yerleşim yerlerinde (ikametgah, iş yeri adresi gibi bilgilerin kontrolü yapılarak), ödemenin ertelendiği dönemler dâhil olmak üzere kıymetli evrak düzenlenerek veya düzenlenmeksizin yapılan taksitli mal ve hizmet satışlarında, Perakende Ticarete Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmeliğin 12/B maddesinde yer alan taksitlendirme sürelerinin 6.2.2023 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere altı ay süreyle uygulanmayarak taksit sürelerinin perakende işletmelerce belirlenebilmesi hususunda Bakanlık Makamı Oluru alınmış olup söz konusu Makam Oluru ekte gönderilmektedir.”

İYİ STRATEJİ SONUCA GÖTÜRÜR



pozitera

pozitera.com

DÜNYADA İLK
WINDFREE™ RÜZGARSIZ
İKLİMLENDİRME
TEKNOLOJİSİ

SAMSUNG



23.000 mikro delik ile
rüzgarsız serinlik, konforlu uyku.

WindFree™ Rüzgarsız İklimlendirme



GÜRSES
KURUMSAL

Birlik Mah. Akif İnan Cad. No: 4 Gürses Plaza K: 2 Esenler / İstanbul | Tel: +90 444 95 96 | gurseskurumsal.com.tr



/gurseskurumsal



/gurseskurumsal



Whatsapp hattı:
0532 413 43 63



CUCINOX Ankastre

Yaşayan Mutfaklara İtalyan Nefesi...

“En büyük sorunlardan biri aile şirketlerinin kurumsallaşma ve markalaşma konularında zorluklar yaşaması”

“Aile şirketleri daha çok finansal yapılarını sağlama almalılar. Her şirkete sürekli öneriyorum kesinlikle ama kesinlikle bütçe ve maliyet planı yapılmalılar. Nakit akış tablolarını, finansal bütçelerini, maliyet analizlerini entegre etmeleri gerekmekte. Yani sağlam bir yapı haline geçmeleri gerekiyor. Tahsilât yönetimine ağırlık verip satışlarında kısa vadeli satışlar döngüsüne girmeleri lazım.”



Dr. Yılmaz Sönmez DEİK Üyesi Ortak Akıl Danışmanlık CEO'su

Türkiye’de KOBİ’ler ekonominin büyük çoğunluğunu oluşturuyor ve bu kurumların büyük bölümü de aile şirketlerinden oluşuyor. Ülkemizde genel olarak bu yapılanmayı değerlendirebilir misiniz?

Türkiye’deki KOBİ’ler, ekonominin büyük çoğunluğunu oluşturuyor ve aile şirketleri de bu yapılanmanın önemli bir parçasını oluşturuyor. Bu yapılanmanın bazı avantajları olduğu gibi, dezavantajları da bulunuyor. Öncelikle, aile şirketleri, aile bireyleri arasında güven ve iş birliğine dayalı bir yapılanmayı benimserler. Bu, işletmelerin yönetiminde ve karar alma süreçlerinde daha hızlı ve esnek hareket etmelerini sağlayabilir. Ayrıca, işletme sahipleri, şirketlerinin uzun vadeli hedeflerini belirleyebilir ve buna uygun olarak yönetim stratejileri geliştirebilirler.

Türkiye’deki aile şirketleri, genellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerdir ve büyük bölümü aynı zamanda KOBİ’ler arasında yer alır. Bu şirketler, ülke ekonomisine önemli katkılar sağlarlar ve birçok sektörde faaliyet gösterirler. Ancak, bazı aile şirketleri, profesyonel yöneticileri işe almakta zorlanırlar ve işletmelerinin yönetiminde yetersiz kalabilirler.

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe de birçok şirket aile yapılanması ile yoluna devam ediyor. Sizce bu tarzdaki şirketler başarıyı yakalamak adına nasıl hareket etmeli?

İlk olarak, bu tarz şirketlerin yöneticileri, geleceği planlamak için bir yol haritası oluşturmalarıdır. Bu yol haritası, şirketin hedeflerini, iş planlarını ve gelecekteki yönetim yapısını belirlemelidir. İkinci olarak,

aile şirketlerinde ortaklık yapısı, kardeşler arasındaki ilişkiler ve işletme süreçleri gibi konular aile anayasası kapsamında ele alınmalıdır. Aile anayasası, aile üyeleri arasındaki yapıyı korumakta, süreçleri entegre etmekte ve organize etmektedir. Bu tarz şirketler müşteri ihtiyaçlarına odaklanmalı ve müşteri memnuniyetini her zaman en üst seviyede tutmalıdır. Yüksek kaliteli ürünler sunmak, satış sonrası hizmetleri iyileştirmek ve müşteri geri bildirimlerine önem vermek, şirketin başarısı için önemlidir. Üçüncü olarak, bu şirketler yeni teknolojileri takip etmeli ve yenilikçi ürünler geliştirmelidir. Endüstri 4.0 teknolojileri, robotik üretim, yapay zeka ve nesnelerin interneti, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe fırsatlar sunmaktadır. Bu şirketler, bu teknolojileri kullanarak ürünlerini iyileştirebilir ve rekabet avantajı sağlayabilirler. Sonuç olarak, beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründe aile yapılanması ile yönetilen şirketler, gelecekte başarılı olmak ve ayakta kalmak için müşteri ihtiyaçlarına odaklanmalı, aile anayasası hazırlamalı, yeni teknolojileri takip etmeli ve yenilikçi ürünler geliştirmelidir.

Bir aile şirketinin (KOBİ'nin) gelecek nesillere aktarılması için hangi adımları atması gerekiyor?

Şirket belgelerinin ve sözleşmelerinin güncelliğinden emin olunmalı ve gelecek nesil şirket sahiplerine yönelik eğitimler düzenlenmelidir. Yönetim planı hazırlanmalı, finansal analiz yapılmalı ve şeffaflık sağlanmalıdır. Son olarak, şirketin geçiş planı hazırlanmalı ve ayrıntılı bir yol haritası belirlenmelidir. Bu da ancak kurumsallaşmayla yapılır. Bir aile şirketinin gelecek nesillere aktarılması, zorlu bir süreç olabilir. Ancak doğru adımlar atıldığında, şirketin geleceği için güvenli bir geçiş sağlanabilir. Aile bireylerinin hangi liyakata eriştiğinde hangi pozisyona geçeceğini açık açık yazıyoruz. Dolayısıyla kurucuların 2. nesillere devretmesinin, gelecek nesillere aktarımının bir özet planıdır Aile Anayasası hazırlamak. Şirket sahipleri, bu adımları atarak gelecek nesillere sağlam ve sürdürülebilir bir şirket mirası bırakabilirler.

Önümüzdeki çok önemli bir seçim dönemi var bu seçimin ekonomiyi de yakından etkileyeceği düşünülüyor. Sizce seçim, Türkiye ekonomisi üzerinde nasıl bir etki yaratacak?

Her seçim dönemi, ülke ekonomisinde bir belirsizlik dönemi yaratır. Bu belirsizlik, yatırımcıların ve işletmelerin kararlarını ertelemelerine ve yatırım yapmaktan kaçınmalarına neden olabilir. Bu nedenle, seçim sonuçları ve yeni hükümetin politikaları, Türkiye ekonomisi üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir. Seçim

sonuçlarına bağlı olarak, hükümetin ekonomik politikaları farklılık gösterebilir. Örneğin, seçim sonrası hükümet, ekonomiyi canlandırmak için teşvik ve yatırım politikaları uygulayabilir. Ancak, seçim sonrası politik belirsizlikler ve hükümet değişiklikleri, yatırımcıların ve işletmelerin bekleyişe geçmelerine ve ekonomik büyüme açısından risk oluşturabilir. Ayrıca, seçim sonuçlarına bağlı olarak, ülkenin siyasi ve sosyal istikrarı da etkilenebilir. Bu durum, ekonomi üzerinde dolaylı bir etkiye sahip olabilir. Örneğin, siyasi istikrarsızlık ve toplumsal huzursuzluk, yatırımcıların ve turistlerin ülkeden kaçınmasına ve ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkilemesine neden olabilir. Sonuç olarak, seçim dönemleri her zaman bir belirsizlik dönemi oluşturur ve ekonomik büyümeyi etkileyebilir. Ancak, hükümetin sağlam politikaları ve istikrarlı bir siyasi ortam, ekonominin güçlenmesine ve büyümesine katkı sağlayabilir.

“

Türkiye'deki aile şirketleri, genellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerdir ve büyük bölümü aynı zamanda KOBİ'ler arasında yer alır. Bu şirketler, ülke ekonomisine önemli katkılar sağlarlar ve birçok sektörde faaliyet gösterirler. Ancak, bazı aile şirketleri, profesyonel yöneticileri işe almakta zorlanırlar ve işletmelerinin yönetiminde yetersiz kalabilirler.

”

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektöründeki bayiler ve aile şirketleri bu dönemde nasıl hareket etmeli?

Daha çok finansal yapılarını sağlama almalılar. Her şirkete sürekli öneriyorum kesinlikle ama kesinlikle bütçe ve maliyet

planı yapılmalı. Nakit akış tablolarını, finansal bütçelerini, maliyet analizlerini entegre etmeleri gerekmekte. Yani sağlam bir yapı haline geçmeleri gerekiyor. Tahsilât yönetimine ağırlık verip satışlarında kısa vadeli satışlar döngüsüne girmesi gerekiyor.

Beyaz eşya bayileri depremde maddi ve manevi olarak çok etkilendiler. Sizce bu süreç nasıl yürütülmeli?

İlk olarak, bayiler müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutarak müşterileriyle iletişim kurmalıdır. Müşterilere, ürünlerin durumu, teslimat zamanları ve mümkün olan diğer ayrıntılar hakkında net bilgi vermek, güven ve saygınlık kazanmalarına yardımcı olabilir. Bayilerin ticari faaliyetleri için alternatif çözümler bulmaları gerekmektedir.

Artı olarak bayilerin acil nakit akışı gereksinimlerini karşılamak için mali yardım kaynaklarına başvurmaları gerekebilir. Bu kaynaklar, hükümet destek programları, bankalar ve kredi kuruluşları tarafından sağlanabilir.

Aile şirketlerinin en büyük sorunlarından biri de markalaşamamak. Kurumsallaşma ve markalaşma yolunda aile şirketleri, bayiler nasıl davranmalı, ne tür adımlar atmalı?

En büyük sorunlarımızdan birisi aile şirketlerimizin kurumsallaşma ve markalaşma konularında zorluklar yaşamasıdır. Aile ilişkilerindeki yapılanmanın sağlanabilmesi için, aile anayasalarının doğru bir şekilde hazırlanması gerekmektedir. Aile şirketi çalışanları arasında yer alan aile üyelerinin görevleri, yetkileri ve sorumlulukları açık bir şekilde belirlenmelidir. Yönetim kurulu ve icra kurulu üyelikleri, görev tanımları, raporlama süreçleri, bağlılık ilişkileri, alınabilecek kararlar ve kurumsal raporlama süreci detaylı bir şekilde netleştirilmelidir.

Markalaşan aile şirketlerinin alt yapısına baktığımız zaman kendi kurum kültürünü oluşturdukları ve aile şirketlerindeki iş yapış tarzlarını, iş yapış süreçlerini, iş yapış entegrasyonunu tamamladıklarını ve profesyonel bir şekilde şirketlerini yönettikleri gözlemlenmiştir. Tüketiciler en çok markalaşan şirketlerden alışveriş yaparlar. Biz Ortak akıl yönetim danışmanlık olarak perakende sektöründeki şirketleri hem aile anayasasını hazırlıyoruz hem de markalaşma yolunda adım atmalarını sağlamaktayız. Markalaşmak için tüketicilerin davranışlarını ön plana almaları, e ticaretlerini sağlamlaştırma, dijitalleşme yolunda sağlıklı bir strateji izlemeleri, reklam ve pazarlama süreçlerine ağırlık vermeleri gerekmektedir.

➤ Arzum, The Inspired Home Show 2023'te ABD'de ticari iş birliklerine imza attı

Arzum, ürünlerini beşinci kez The Inspired Home Show 2023'te sergiledi. Dünyanın birçok ülkesinden sektörün önemli şirket ve markalarının da yer aldığı fuarda Arzum, OKKA Türk Kahvesi Makineleri'nin yanı sıra ızgara, tost ve çay makinelerine kadar birçok farklı ürününü binlerce katılımcı ve satın almanın beğenisine sundu. Global hedeflerini hızlandırma adına kısa süre önce ABD'de şirket kuran Arzum, ABD pazarındaki operasyonlarını büyütmek için The Inspired Home Show'da ticari iş birliklerine imza attı.



➤ BSH'den Mısır'a 50 milyon Euro'luk fabrika yatırımı

BSH Ev Aletleri Grubu'nun Mısır ve Afrika Kıtası'ndaki ilk modern fabrikasının temel atma töreni, Mısırlı bakanlar, Almanya büyükelçisi, üst düzey yetkililer, devlet kurumu başkanları, milletvekilleri ile iş ve sanayi dünyasının temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirildi.

Üretimin yarısı ihraç edilecek BSH'nin Türkiye'den yönetilen Gelişen Pazarlar Bölgesi'ndeki (REM) önemli üretim tesislerinden olacak Fırın Fabrikası Kahire yakınlarındaki 10 Ramazan Şehri'nde yaklaşık 160.000 metrekarelik bir alanda inşa edilecek. Alman teknolojiyle Mısır yapımı ev tipi ocakların üretiminin gerçekleştirileceği fabrika yaklaşık 50 milyon Euro'luk yatırım ile hayata geçirilecek ve bini aşkın kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam imkanı yaratacak. 2024 sonu itibarıyla yıllık 350 bin adet üretim kapasitesine sahip olacak fabrikada üretilen ürünlerin yarısının Afrika ve Orta Doğu



ülkelerine ihraç edilmesi hedefleniyor. Global sürdürülebilirlik taahhüdünü yeni üretim tesisinde de sürdüren BSH, Mısır Fabrikası'nı

en güncel sürdürülebilirlik standartlarına sahip olacak şekilde inşa edecek.

➤ MediaMarkt Türkiye'de Pazarlama, E-ticaret ve Kurumsal İletişim Direktörlüğüne Tolga Ünvan geldi

Avrupa'nın açık ara bir numaralı elektronik perakendecisi MediaMarkt'ın Türkiye organizasyonunun yönetim şemasında yeni düzenlemeler yapıldı. Pazarlama ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü departmanının sorumluluğu, şirketin Operasyondan Sorumlu İcra Kurulu Üyesi (COO) Hulusi Acar'a devredildi. Yeni yönetim şeması değişiklikleri kapsamında geçtiğimiz haftalarda şirketin Benelüks bölgesine atanan Çağanur Atay Uçtu'dan boşalan Pazarlama, E-ticaret ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü koltuğuna Tolga Ünvan getirildi.

Koç Üniversitesi'nde Ekonomi bölümünden

mezun olduktan sonra Yeditepe Üniversitesi'nde Yüksek Lisans eğitimi alan Tolga Ünvan, profesyonel iş yaşamına 2002 yılında Procter & Gamble'da (P&G) Marka Müdür Yardımcısı olarak başladı. Sonraki süreçte Henkel, The Coca Cola Company, Nestle gibi uluslararası şirketlerde çeşitli yöneticilik görevlerini sürdüren Ünvan, 2019 yılında Getir'e Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak atandı. Son olarak Zubizu'da CEO rolünü üstlenen Tolga Ünvan, 2023 yılı itibarıyla de MediaMarkt Türkiye'nin Pazarlama, E-ticaret ve Kurumsal İletişim Direktörlüğü görevine getirildi.



Goldmaster

9 Litre Dev Hazne ile mutfağının şefi sensin.

DoubleFry



Yeni
ürün

Az Yağ
Az Enerji
Çok Lezzet

*Onlarca çeşit modelleri ile bir ilki gerçekleştiren markamız,
size en uygun seçeneği bulmanıza olanak sağlar.*

2850W
yüksek
performans

9L dış
hazne
kapasitesi

Dijital
sıcaklık
ve zaman
ayarı

İkili geniş
hazne
özellliği

Maksimum
200 derece
sıcaklık

Kolay
Yıkanebilir
Hazne

Yorglass Almanya'da Euroshop 2023'e katıldı

Cam dünyasının global ve güvenilir tedarikçisi Yorglass; 55 ülkeden 1.830'dan fazla katılımcısıyla ticari dolap üreticilerinden IoT teknolojilerine ekolojik teknoloji ve görsel mağazacılığa kadar farklı sektörleri bir araya getiren perakende sektörünün en büyük ticari fuarı Euroshop 2023'e katıldı. Almanya'nın Düsseldorf şehrinde gerçekleşen fuarda şirket, yüksek performans ve sıfır enerji tüketimi ile yüzde 100 çevre dostu ve enerji verimliliği sağlayan Anti-Fog kaplamalı izolasyonlu camları başta olmak üzere ekolojik özellikleriyle dikkat çeken ticari soğutucu ürünlerini sergiledi. Perakende sektörünün global temsilcileriyle de buluşan Yorglass, ürünlerinin dolap üzerinde sağladığı enerji tüketimini ziyaretçilere canlı olarak izleme fırsatı sundu. Standta bulunan photobooth sayesinde ziyaretçiler, kendilerini Ticari Soğutucu işletmesinin bulunduğu Manisa Kampüsü ve Ticari Soğutucu dolaplarının içinde buldu ve keyifli dakikalar yaşadı. Ayrıca aynı teknoloji ile Yorglass'ın çamaşır makinesi camı işletmesinde sanki çamaşır makinesinin içindeymiş gibi eğlenceli fotoğraf çektirebilme fırsatı buldu.

Enerji tasarruflu ürünleri ile karbon salımını azaltmayı hedefliyor

Euroshop 2023 Fuarı'nda ticari soğutucu ürünleriyle fark yaratan ve yoğun ilgi gören Yorglass, ticari soğutucu portföyünde yer alan tek ve bombe camlarını, izolasyonlu camlarını, cam kapı ve sistemlerini sergiledi. Katılımcı ve yatırımcılardan yoğun ilgi gören Anti-Fog kaplamalı izolasyonlu camlar, yüksek performans ve sıfır enerji tüketimi ile yüzde 100 çevre dostu ve enerji verimliliği sağlamasıyla dikkat çekti. Dolap içi sıcaklığının eksi değerlerde olduğu çalışma koşullarında buğulanmayı önlemek için cam yüzeyine Anti-Fog uygulanması prensibiyle üretilen bu camlar, ekolojik özellikleriyle fuara damga vurdu. Şirket fuarda yatay dondurma



dolaplarında bulunan low-e camlarıyla bir adet dolaptan yıllık 33 Euro, 150.000 adet dolaptan yıllık yaklaşık 5 milyon Euro tasarruf sağlanacağını da göstermiş oldu. Yatay dolaptan sağlanan enerji tasarrufunun yıllık 430 kwh, dikey dolaptan sağlanan enerji tasarrufunun ise yıllık 2200 kwh olmasıyla da çevre dostu müşterilerin dikkatini çekti.

Koç Holding'te yeni atamalar gerçekleştirildi



Burçin Girit

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörü



Melih Poyraz

Temel Ticaret ve Yatırım A.Ş. Genel Müdürü



Mehmet Apak

Temel Ticaret ve Yatırım A.Ş. Genel Müdürü

Koç Holding'den yapılan açıklama ile 22 Mart Çarşamba günü düzenlenecek Genel Kurul Toplantısı itibarıyla gerçekleştirilecek atamalar duyuruldu. Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörlüğü'ne uzun yıllardır ulusal ve uluslararası şirketlerde üstlendiği başarılı görevlerin ardından Burçin Girit'in atandığı açıklandı. Temel Ticaret ve Yatırım A.Ş. Genel Müdürlüğü ile Koç Holding Muhasebe Direktörlüğü'ne 2019 yılından bu yana Zer A.Ş. Genel Müdürü olarak görev yapan Mehmet Apak'ın atandığı ve 2021 yılından bu yana Koç Holding Strateji ve İş Geliştirme Direktörü olarak görev yapan Melih Poyraz'ın Aygaz Genel

Müdürü olarak görevlendirildiği duyuruldu.

Açıklamada, 1970 yılından bu yana Koç Holding'de görev yapan, 2006 yılından bu yana da Koç Holding Muhasebe Direktörü olan Emine Alangoya'nın emeklilik sebebiyle görevinden ayrılacağı belirtildi. 1995 yılından bu yana Koç Topluluğu bünyesinde farklı kademelerde önemli sorumluluklar üstlenen, 2019 yılından bu yana ise Zer A.Ş. Genel Müdürü olarak görev yapan Mehmet Apak'ın Temel Ticaret ve Yatırım A.Ş. Genel Müdürlüğü ile Koç Holding Muhasebe Direktörlüğü'nü üstleneceği açıklandı.

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörü pozisyonuna, 3 Nisan 2023 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere, BSH Ev Aletleri Gelişen Pazarlar bölgesi (Türkiye, Orta Doğu ve Afrika, Bağımsız Devletler Topluluğu, Hindistan ve Güneydoğu Asya Ülkeleri) Kurumsal İletişim Direktörü ve Sürdürülebilirlik Lideri olarak görev yapan Burçin Girit'in atandığı duyuruldu.

Koç Holding Strateji ve İş Geliştirme Direktörü Melih Poyraz'ın Aygaz Genel Müdürlüğü görevini üstleneceği belirtildi.



QUALITY FOR LIFE

YÜKSEK PERFORMANS ve UZUN ÖMÜRLÜ KULLANIM ile ÜST DÜZEY PİŞİRME DENEYİMİ

H-OVEN 500 ankastre fırın

Sıcaklığını eşit dağıtarak lezzetli yemekler yapmanızı sağlayan Chef Panel teknolojisi, buhar gücüyle etkili ve kolay temizlik sunan Hydro Easy Clean, ek tariflere erişim imkanı sağlayan hOn Uygulaması ile yepyeni bir mutfak keyfi yaşayacaksınız.

hOn uygulamasını indirin ve
ürün performansınızı geliştirin.



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

Keşke hazırlıklı ve tedbir alabilmiş olsaydık

Firma olarak deprem özelinde ne tür yardım ve destekler de bulundunuz?

Yaşanan bu olağanüstü dönemde devletimiz ve milletimiz büyük bir dayanışma örneği göstererek depremden etkilenen vatandaşlarımızın mağduriyetini gidermeye çalışıyor. Biz de Goldmaster ailesi olarak AFAD ile iş birliği içinde deprem bölgesine ürettiğimiz ürünleri ve kuru bakliyat çeşitlerini içeren yardımlarımızı yolladık. Anadolu kültürü ile yetişmiş bir ailenin ferdi olarak bu tarz konuları fazlaca teferruatlı konuşmayı uygun bulmam. Süreç içinde yardımlarımızı sürdürmeye devam edeceğiz.

Depremden şirket olarak nasıl etkilendiniz? Maddi - manevi kayıplarınız neler oldu?

Ne yazık ki Gaziantep/İslâhiye'de bir müşterimiz arama, kurtarma çalışmalarına yardım ederken 2. depremle hayatını kaybetti. Gaziantep, İskenderun, Kahramanmaraş ve Kayseri'de mağazaları yıkılan ama çok şükür kendilerine bir şey olmayan müşterilerimiz oldu. Ayrıca Kahramanmaraş'ta bir teknik servisimizin dükkânı yıkıldı, kendisinde bir şey yok çok şükür. Şirket olarak maddi bir kayıptan

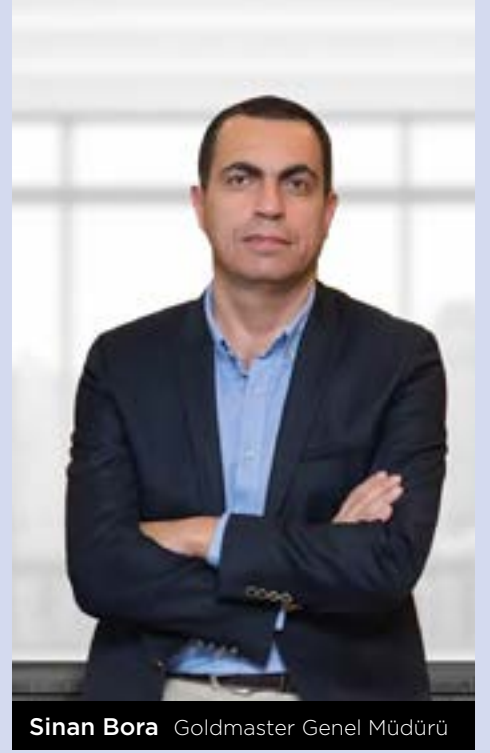
öte manevi anlamda her insan gibi biz de fazlasıyla etkilendik. Acımız ve kaybımız çok büyük. Hayatını kaybeden tüm vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet diliyorum. Keşke almamız gereken dersleri böyle acı veren felaketler ile almasak. Keşke hazırlıklı ve tedbir alabilmiş olsaydık diye düşünmeden duramıyor insan.

Şirket olarak bu dönemde nasıl organize oldunuz?

İlk şoku atlattıktan sonra ilk iş olarak bölgedeki dostlarımızla iletişim kurmaya çalıştık. Bölgede çalışan satıcılarımızla irtibat kurarak onları bu yönde hareketlendirdik ve hızla bilgi aldık. Sonrasında da bölge insanımıza nasıl yardım edeceğimiz, yardımlarımızı nasıl ulaştırabileceğimiz sorularına cevap aradık ve devlet kurumlarımızla irtibata geçtik.

Önümüzdeki dönem için marka stratejilerinizde ne tür değişiklikler olacak?

Pandemi, dövizdeki aşırı yükselme ve deprem. Ve önümüzde bir seçim var. Ekonomimizin büyüme hızında ciddi bir düşüş olabileceğini hesaba katmamız gerekmektedir. Türkiye'nin içinde bulunduğumuz sürecin etkisiyle



Sinan Bora Goldmaster Genel Müdürü

dış kaynak bulması, döviz sorununun çözümüne katkı yaparken diğer yandan piyasalarda canlanmayı da sağlayabilir diye düşünüyorum.

Gürses Kurumsal, TCL markası distribütörlüğü için Bilkom ile anlaştı



klima üreten, geçmişi uzun yıllara dayanan bir marka olan TCL, Türkiye split klima pazarında önemli bir oyuncu olarak öne çıkıyor.

Gürses Kurumsal Pazarlama Müdürü Erdem Görür ve Ürün Müdürü Şermin Kaya konuyla ilgili yaptığı açıklamada TCL klimalarının Türkiye split klima pazarında önemli bir pazar payı elde edeceğine inandıklarını söyledi: "Ocak ayı sonunda İstanbul, İzmir ve Antalya'da 250 bayinin katılım sağladığı lansmanlarımızı gerçekleştirdik. TCL Türkiye ve Bilkom yetkililerinin de katıldığı lansmanlarımızda, ürünlerin üstün özellikleri başta olmak üzere, split klimalar ile ilgili birçok konu bu lansmanlarda konuşuldu.

Kendi sektörlerinde lider konumda olan birçok farklı markanın distribütörlüğünü yürüten Gürses Kurumsal, dünyanın en büyük klima üreticilerinden biri olan TCL ile anlaştı. Gürses Kurumsal, 2023 yılı itibarıyla TCL markasının Türkiye distribütörlüğü için, Bilkom ile yeni bir anlaşmaya vardı. Dünya çapında satış ağı olan, yıllık 20 milyon split

2023 yılında split klima pazarının, geride bıraktığımız 2022 yılına göre daha iyi olacağını düşünüyoruz. Gerek adet gerek ciro bazında split klima pazarında makul bir büyüme gerçekleşeceğini düşünüyoruz. Tüm pazar hareketlerimizi ve aksiyonlarımızı bu planlama doğrultusunda gerçekleştiriyoruz."

YENİ

SOLARA

Şarjlı Dik Süpürge
Rechargeable Vacuum Cleaner

arnica™

MULTI
CYCLONE

RAHAT
KULLANIM,
ŞIK
TASARIM,
ETKİN
TEMİZLİK...

45

DAKİKA
KULLANIM
SÜRESİ

1,4 L

TOZ HAZNESİ

LED

İŞIKLI PANELLER
- ● ○ +

H¹⁰

HEPA 10

3 yıl
garanti



facebook.com/Arnica.Senur



twitter.com/ArnicaEvAletler



instagram.com/ArnicaEvAletleri





Electrolux

Kapsül deterjanları %60 daha hızlı çözer* mükemmel performans sağlar

UniversalDose Deterjan Çekmecesinde yer alan özel Pods Bölmesi, kapsül deterjanları tambur içerisindeki kullanımına kıyasla %60 daha hızlı çözerek* mükemmel yıkama performansı sağlar.



Electrolux PerfectCare 700/800
UniversalDose Deterjan Çekmeceli Çamaşır Makineleri



Toz, sıvı, jel ve kapsül deterjanlara
mükemmel uyum



Vortex etkili su alım tekniği ile
sessiz su alımı ve kalıntı önleme

*Kurum içi testlerde 1 saatlik Pamuklu 30°C programında PODS® Kapsül deterjanın UniversalDose deterjan çekmecesindeki özel bölmesinde kullanımı ile direkt tambura atılarak kullanımındaki çözünme hızı farkı kıyaslanmıştır.

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

2024 yılında ev aletleri pazarı 500 milyar doları bulacak

Kurumsal şirketlere inovatif dijital ürün geliştirme ve kurum içi girişimcilik yetkinlikleri kazandıran GOOINN'in yeni yayınladığı 2023 Ev Aletleri Raporu'na göre, 2024 yılında ev aletleri pazarı 500 milyar doları bulacak.



Teknolojinin gelişimiyle birlikte her alanda görülen değişim ev aletleri sektöründe de görüldü. Teknoloji ilerledikçe farklı özellikleri içinde barındıran çeşitli ev aletleri piyasaya sürüldü ve akıllı ev (smart home) kavramı hızla hayatımıza girdi. GOOINN, şirketlerin dijital dönüşümü ve girişimcilerin her alanda inovatif dijital ürünler geliştirmelerine rehberlik etmek için her ay yayınladığı sektör raporlarında bu ay Akıllı Ev Aletleri'ni mercek altına aldı. GOOINN 2023 Ev Aletleri Raporu'na göre pazarın büyüme hacmi, yeni akıllı ev aletleri, yeni iş modelleri, teknolojiler ve gelecek trendleri şu şekilde şekilleniyor.

Türkiye'de ev aletleri pazarı büyüyor

Dünya'da ev aletleri pazarının 2024 yılında 500 milyar doları bulacağı belirtilen GOOINN Ev Aletleri Raporu'na göre, Türkiye'de tüketici elektroniği ve beyaz eşya pazarının etkileyici bir hızla büyümesi bekleniyor. Türkiye'deki ev aletleri sektörü ile ilgili tahminler şöyle;

- Ev aletleri pazarındaki gelirin 2023 yılında 5 milyar dolar olacağı ve pazarın yıllık %7,76 oranında büyümesi bekleniyor.

- Pazarın en büyük segmenti 2023 yılında 2,57 milyar dolar pazar hacmiyle küçük ev aletleri olacağı düşünülüyor.
- Ev aletleri pazarında 2023 yılına kadar toplam cironun %14,7'si online satışlardan elde edileceği öngörülüyor.
- Beyaz eşya pazarının 2024 yılında %2,3 oranında hacimsel büyüme göstermesi bekleniyor. Pazar hacminin 2027 yılına kadar 64,2 milyon adet olacağı düşünülüyor.



Yeni nesil ev aletleri kullanıcılarına birçok avantaj sağlıyor

GOOINN raporuna göre, yeni nesil ev aletleri sektöründe IoT, Yapay Zeka, Hydrobond, Radyo Frekansı (RF), Antimikrobiyal ve 5G gibi yeni teknolojiler kullanılarak hayatımızı kolaylaştıran Uzaktan İzleme, Güvenlik, Hareket Algılama, Enerji Tasarrufu ve Özelleştirme gibi avantajlar sağlıyor.

Kullanıcı ile iş birliği yapan yeni iş modelleri geliyor

Ev aletleri teknolojisi hızla gelişmekte ve bu gelişme, ev aletlerini daha “akıllı” hale getirerek ev otomasyonunun ve ev konforunun artmasını sağlamaktadır. Bu sektörde ortaya çıkan yeni iş modelleri, akıllı ev aletlerinin kullanımını ve gelir modelini değiştirmektedir. GOOINN Raporu’na göre, akıllı ev aletleri sektöründe ortaya çıkan yeni iş modelleri “Abonelik Tabanlı Model, Doğal Dil İşleme ve Sesli Asistan Desteği, İçeriğe Dayalı Reklamlar, İş birliği Modeli ve Kullanım Başına Ödeme Modeli” olarak karşımıza çıkıyor.

Egzersiz yaptıran akıllı aynalardan iç mekan akıllı bahçelere kadar evimizin her yerinden zeka fışkıracak

GOOINN Ev Aletleri raporuna göre, 2023’ün yeni nesil ev aletleri şunlar olacak. “Akıllı Kilit, Akıllı Ampuller, Akıllı Hoparlör, Akıllı Priz, Akıllı Termostat, Akıllı Buzdolabı, Akıllı Kapı Zili, Robot Süpürge, Akıllı Çamaşır Makineleri, Akıllı Tencere, İç Mekan Akıllı Bahçeleri, Automatic Pet Feeder, Dijital Ölçüm Kabı, Robotik Çim Bıçma Makinesi, Solar Şarj Cihazları, Tezgah Üstü Projektör, Buharlı Fırın, Akıllı Çöp Kutuları ve Geri Dönüşüm Kutuları, Akıllı Davlumbaz, Akıllı Aynalar”

İşte, ev aletleri ile hayatımızı kolaylaştıracak yeni trendler

Trend 1: Akıllı mutfak aletleri artık norm haline geldi ve gelecekteki dönemlerde de popülerliğini korumaya devam edecek.

Trend 2: Akıllı ev hoparlörleri evlerde temel bir unsur haline gelecek.

Trend 3: Sağlık ve wellness konusunu destekleyici akıllı ev aletleri önümüzdeki dönemlerin önde gelen cihazları arasında olacak.

Trend 4: Kablosuz garaj kapısı açıcılar, temas sensörleri ve görüntülü kapı zilleri gibi akıllı ev güvenlik cihazları, başarı sağlamada giderek daha etkili hale gelerek evlerde yaygınlaşacak.

Trend 5: Akıllı robotlar evlerin vazgeçilmez aletleri arasında yer alacak.

Trend 6: Renk değiştiren ve enerji tasarrufu sağlamaya yardımcı olan akıllı ampuller vazgeçilmez olacak.

Trend 7: Kullanımı kolay yazılım platformlarına sahip çok yönlü kompakt ev otomasyon sistemleri gelecek.

Trend 8: Ev aletlerinin sürdürülebilir olması tüketiciler tarafından en çok dikkat edilen noktalar arasında olmaya devam edecek.

Trend 9: Tasarımsal açıdan dolap içi ev aletleri önemli bir trend haline gelecek.

Trend 10: Evde geçirilen zamanın artması ile küçük veya orta ekran televizyonlar yerine daha çok sinema ortamını yaratacak büyük ekran televizyonlar tercih edilmeye başladı. Bu trend önümüzdeki dönemlerde de vazgeçilmez olacak.



Türkiye’deki ev aletleri sektörü

- Ev aletleri pazarındaki gelirin 2023 yılında 5 milyar dolar olacağı ve pazarın yıllık %7,76 oranında büyümesi beklenmektedir.
- Pazarın en büyük segmenti 2023 yılında 2,57 milyar dolar pazar hacmiyle küçük ev aletleri olacağı düşünülmektedir.
- Ev aletleri pazarında 2023 yılına kadar

toplam cironun %14,7’si online satışlardan elde edileceği öngörülmektedir.

- Beyaz eşya pazarının 2024 yılında %2,3 oranında hacimsel büyüme göstermesi beklenmektedir. Pazar hacminin 2027 yılına kadar 64,2 milyon adet olacağı düşünülmektedir.

Arzum Deminde ile çayınız hep hazır

Arzum Deminde'nin paslanmaz çelikten tasarlanan uzun ömürlü 1,8 L kapasiteli geniş su haznesi ve 1 L kapasiteli demliği tek seferde daha fazla çay hazırlama imkanı sunar. Paslanmaz çelik çay filtresi sayesinde her kullanımda mükemmel demleme sağlarken, ışıklı göstergesi ile suyunuzun kaynamakta olduğunu veya içime hazır olduğunu size gösterir. Arzum Deminde, kaynatma şalteri ile suyun çok kısa sürede kaynamasını ve %90'a varan enerji tasarrufuna geçmesini sağlarken, çay makinenizin içinde su olmadığında kaynatma işlemini engelleyen ve susuz çalışmayı önleyen emniyet sistemi ile güvenli kullanım da sunar. 360 derece dönebilen gövdesi ve kablo saklama haznesi ile pratik kullanım ve kolay saklama olanağı sağlar. Arzum Deminde'yi çift kapağı sayesinde su ısıtıcısı olarak da kullanabilirsiniz.



Yeni Goldmaster Arena ile evinizin her köşesi tertemiz



Arena elektrikli süpürge 850W yüksek verimli performansa ve enerji tasarruflu %100 bakır motora sahiptir. Ultra Siklon teknolojisi ile tozları haznenin içerisinden ayırıştırır. 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, halıya ve kilimlere yer temizleme fırçasının yapışmasını engelleyebilirsiniz.

66 dBA ultra sessiz çalışma özelliği ile konforlu kullanım imkanı sağlamaktadır. Yıkabilir 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 tekerlekleri ve ergonomik taşıma kulpu ile dilediğiniz yere kolayca taşıyabilirsiniz.

Wiami akıllı küçük ev aletleri pazarında cıtaı yükseltecek

Küçük ev aletleri pazarına değışen dünyanın güncel ihtiyaçlarına uygun olarak geliştirdiği akıllı ürünler ile dahil olan Wiame Home Technology; mutfak, temizlik ve sağlık alanındaki ürün gamıyla kullanıcılarının yaşamını kolaylaştırıyor. Ar-Ge destekli inovasyon harikası ürünleriyle sektöre farklı bakış açısıyla bakan marka, 17 farklı model AirFryer, 5 farklı model robot süpürge ve akıllı yağ ölçer tartı ile yaşam alanlarını teknoloji ile buluşturuyor. Marka, akıllı telefon üzerinden Wiame Home Technology uygulaması aracılığıyla tüm akıllı cihazlarını uzaktan yönetebilme imkanı da sağlıyor.



deki teknoloji için Wiame

Wiame'nin en çok modele sahip ürünü konumunda bulunan AirFryer, uygulamasında bulunan 50 farklı yemek tarifi ile birçok lezzeti pratik bir şekilde yapma fırsatı sunuyor. Buharlı pişirme ve su hazneli modelleriyle de farklı ihtiyaçlara cevap veren ürün, dokunmatik ekran panelinde bulunan pişirme programları

sayesinde patates, tavuk, et, balık, hamur işi gibi çeşitli yiyecekleri kolayca kızartmayı mümkün kılıyor. Yüksek emiş gücüyle kusursuz temizlik gerçekleştiren robot süpürge ve sağlıklı bir yaşam sürmek isteyenler için 18 farklı ölçüm birimine sahip akıllı yağ ölçer tartı da Wiame'nin ürün gamında bulunuyor.

Schafer ile sağlık ve vitamin deposu içecekler mutfaınıza geliyor

Tüketicilerin hayatını kolaylaştıran ürünleriyle dikkat çeken Schafer, soğuk günlerde sağlıklı ve vitamin deposu içecekler, sıcak yaz günlerinde ise soğuk ve meyveli içecekler hazırlamak için mutfakların favorisi olacak blender modellerini müşterileriyle buluşturuyor. Schafer'in küçük ev aletleri kategorisinde yer alan, Schafer Stormy Kişisel (Personal) Blender ve Schafer Vita Inox Mini Blender ile birbirinden sağlıklı ve lezzetli içecekler hazırlamak mümkün.

Özel taşıma halkası ile günlük aktivitelerde içecekleri taşıma kolaylığı sağlayan Schafer Stormy Kişisel (Personal) Blender; 400 W motor gücü, 600 ml kapasiteli tritan karıştırma haznesi, tek tuşla çalıştırma, kaydırmaz taban, paslanmaz çelik bıçaklar (4 bıçaklı) ve damlamayı önleyen özel içme

kapağı ile mutfakların favorisi olmaya aday.

Schafer Vita Inox Mini Blender ise buz kırma özelliği ile soğuk içecekleri büyük bir pratiklikle hazırlarken kaydırmaz tabanı sayesinde buz kırma ve karıştırma işlemi yaparken hem güvenli hem de ergonomik kullanım sağlıyor. Schafer Vita Inox Mini Blender, 300 W motor gücü, 600 ml kapasiteli hazne, 4 yönlü paslanmaz çelik bıçak, özel karıştırma şişesi kapağı, 23.000 rpm (devir) tek tuşla çalıştırma özelliği, kaydırmaz taban ve özel içecek kapağıyla evde yapılan lezzetli smoothie'ler veya sağlıklı karışımlar ile açık havanın keyfini çıkarmaya davet ediyor. Schafer, evde sağlıklı karışımlar ve lezzetli içecekler hazırlamayı seven müşterilerini Smoothie Blender çeşitlerinden kendilerine en uygun modeli seçmeleri için mağaza ve online satış noktalarına davet ediyor.



RAMAZAN AYI BOYUNCA EN LEZZETLİ SOFRALARIN TARİFİ: ARZUM

Arzum Airtasty XL ve Arzum Chefim ile deneyebileceğiniz yeni tarifler ve birbirinden lezzetli yemekler, Ramazan sofralarının keyfini ikiye katlayacak!



Miele ile sürdürülebilir, konforlu ve akıllı çamaşır yıkama



Miele, çamaşır makinelerini, 20 yıllık kullanım ömrünü simüle etmek için gerçek yaşam koşullarında toplam 5 bin program döngüsü içeren zorlu ve yıpratıcı dayanıklılık testlerinden geçiriyor. Dayanıklı tasarım ve yüksek kaliteli malzemelerle üretilen çamaşır makinelerinin kullanım ömrü daha da artıyor. Yüzde 80'e kadar metal kullanılarak üretilen ve daha yüksek geri dönüşüme imkan

tanıyan Miele W1 neslinin tüm modelleri buna en güzel örneklerden biri.

Miele, enerji verimliliği açısından da örnek oluyor. 2020'de Avrupa'da başlayan yeni enerji etiketi geçişine kadar, Miele'nin tüm çamaşır makineleri en üst derece olan A+++ enerji verimliliği etiketine sahipti ve kısa program sürelerine rağmen yüzde

50'ye varan oranlarda daha iyiydi. Miele'nin neredeyse tüm önden yüklemeli çamaşır makinesi modelleri yeni etiket sisteminde en yüksek etiket derecesi olan A ile etiketleniyor. Birçok Miele çamaşır makinesinde sıcak su girişi için ikinci bir vana bulunuyor. Bu sayede yüzde 65'e varan daha fazla enerji tasarrufu sağlanabiliyor. Miele, çamaşır makinelerinin çevre dostu olduğu ve Miele WWD 320 WPS'in en iyi çevreci özelliklere sahip olduğunu Alman tüketici gözlemcisi Stiftung Warentest tarafından yapılan testle kanıtlamıştır.



Muhabetin sırrı kıvamında saklı Goldmaster ProKıvam Türk Kahve Makinesi

Goldmaster'ın inovatif mutfak ürünleri serisine eklediği paslanmaz çelik cezveli ProKıvam Türk Kahve Makinesi közde pişirme fonksiyonu ile kalpleri fethetmeye geliyor. 480 W performansla çalışan ProKıvam, dekoratif panel ve tasarımıyla mutfaklarınızın şık görünümünü arttırmaya hazır. 5 fincanlık kahveyi aynı anda pişirebilme kapasitesine sahipken, tek fincan kahvenizi de bol köpüklü yapma imkanı sunuyor. Cezve içi aydınlatma özelliği sayesinde paslanmaz çelik cezvenin içerisini rahatlıkla görebilirsiniz.

Elektrikli cezveler gibi başında beklemenize

gerek olmadan tek bir düğmeye basarak kahvenizi pişirebilirsiniz. Sesli ve ışıklı uyarı sistemi de bulunan ProKıvam'ın bir diğer öne çıkan özelliği de patentli taşma önleme sistemi. Akıllı kahve makinesinin aynı zamanda susuz çalışma ve aşırı ısınmaya karşı da koruması var. Otomatik bekleme modu sayesinde enerji tasarrufu sağlarken, dilerseniz manuel olarak da bekleme moduna alabilirsiniz. Üstün akıllı kahve makinesi diyorsak boşuna değil; otomatik kapasite algılama sistemi var, içerisine koyulan kahve ve su miktarına göre kişi sayısını algılayarak doğru pişirme yöntemini belirliyor. Patentli akıllı yerleştirme sistemi sayesinde cezve yerine oturdu mu oturmadı mı diye de endişe etmenize gerek yok.



Yüksek performans ve uzun ömürlü kullanım ile üst düzey pişirme deneyimi

Yüksek teknoloji ve kaliteli malzemeli Hoover H-OVEN 500 ankastre fırın şık tasarımı ve kullanım kolaylığıyla yanınızda.

Çevreye duyarlı, yüksek performanslı ve tasarruflu H-OVEN 500, şık tasarımı ve tamamen dokunmatik sezgisel arayüzü ile mükemmel pişirme sonuçları elde etmeniz için gereken işlevselliği ve konforu sağlıyor.

H-OVEN 500, Hydro Easy Clean ile kolay temizlenebilirken, teleskopik raflarıyla güvenli ve pratik kullanım sunuyor. hOn Uygulamasına bağlantı, pişirme performansını artırırken, geniş ve sağlıklı yemek tarifleri listesine erişiminize izin verir.

Özel sıcak hava sirkülasyon sistemi, ısının düzgün pişirme ve hızlı sıcaklık geri kazanımını sağlamak için tasarlanmıştır. Chef Panel, hava sirkülasyonu ile fırın içindeki sıcaklığın eşit dağılmasını ve bu sayede yemeğinizin homojen bir şekilde pişmesini sağlar.

Hydro Easy Clean, buhar gücünü kullanarak fırında kalan yağı etkili bir şekilde gidermek için, hayatınızı kolaylaştıran yeni bir sistemdir. Fırının altındaki bölme 300 ml suyla doldurmanız ve yalnızca 30 dakika süren özel 90° Hydro Easy Clean özelliğini aktif hale getirmeniz yeterli. İşlemden sonra ve fırının içi soğuduktan sonra, kalan kiri yumuşak bir bezle kolayca çıkarabilirsiniz.



Sağlıklı ve Temiz Hava Keyfi

C-FRESH

TCL

C-FRESH Serisi Split Klima

AI Sesle Kontrol

Taze hava kanalı, filtre ve kanat benzeri deflektörden oluşan T-Fresh Sistemi havanın temiz, taze ve konforlu bir sıcaklıkta olmasını sağlar.



4 Hava Akış Modu

4 hava akış modu mevcuttur:



Hafif serin
rüzgâr



Battaniye tarzı
hava akışı



Duş tarzı hava
akışı



Dairesel hava
akışı

Kolay Sökme ve Temizleme

Hafif soğuk üfleme tertibatının sökülmesi sadece 15 saniyenizi alır.



Akıllı Wi-Fi Kontrolü

Kullanıcılar klimayı dışarıdayken bile internet üzerinden kontrol edebilirler.



56°C Yüksek Sıcaklıkta Kendi Kendini Temizleme ve Sterilizasyon Özelliği

Evaporatör, kanatçıklardaki kiri dondurmak için buzlanır, daha sonra büyük miktarda yoğunlaşma üreterek kiri temizlemek için buz çözme işlemine başlar. Hızlı kuruma ve 56°C yüksek sıcaklıkta sterilizasyon sonrası odada daha sağlıklı ve temiz hava sağlar.



Akıllı Işık Sensörü Kontrolü

Entegre ışık sensörü sayesinde ekran otomatik olarak açılır/ kapanır, hafif serin rüzgâr, düşük gürültülü çalışma vb. modlara geçer.



GÜRSES
KURUMSAL

Birlik Mh. M. Akif İnan Cd. No:4 Gürses Plaza K:2 Esenler, İstanbul



/gurseskurumsal



/gurseskurumsal



WhatsApp Hattı: 0 532 413 43 63



Son 10 yılın en iyi filmleri

Nisan 2013'te başladığım "Dağıtım Kanalı" dergisi sinema yazarlığında 10. yılım şerefine son 10 yılın en iyi filmlerini listeledim.

2013

1. **Mandalinalar** (Savaş, Dram - Zaza Urushadze- Estonya/Gürcistan)
2. **Snowpiercer** (B. Kurgu, Macera, Dram - Bong Joon Ho - G.Kore)
3. **Gravity** (Gerilim, Dram - Alfonso Cuaron - İngiltere)
4. **Secret Life Of Walter Mitty** (Romantik Komedi - Ben Stiller - ABD)

2014

1. **Wild Tales** (Komedi, Gerilim - Damian Szifron - Arjantin)
2. **Predestination** (B. Kurgu -Spierig Bros - Avustralya/ABD)
3. **What We Do In The Shadows** (Komedi -Taika Waititi - Y.Zelanda)
4. **Grand Budapest Hotel** (Komedi - Wes Anderson - ABD)

2015

1. **Mad Max : Furt Road** (B. Kurgu, Macera - George Miller - Avustralya)
2. **Where To Invade Next** (Belgesel, Komedi - Michael Moore - ABD)
3. **Ex-Machina** (B. Kurgu - Alex Garland - ABD)
4. **Bak Kim Dönmüş** (Komedi - David Wnendt - Almanya)

2016

1. **I, Daniel Blake** (Dram - Ken Loach - İngiltere)
2. **Kedi** (Belgesel - Ceyda Torun - Türkiye)
3. **Arrival** (B. Kurgu, Dram - Denis Villeneuve - Kanada/ABD)
4. **Train To Busan** (Korku - Sang He Yeon - G.Kore)

2017

1. **Logan** (B. Kurgu, Macera - James Mangold - ABD)
2. **Blade Runner 2049** (B. Kurgu, Dram - Denis Villeneuve - Kanada/ABD)
3. **Loving Vincent** (Animasyon, Belgesel, Dram -Dorota Kobiela - Polonya/ABD)
4. **Get Out** (Korku, Gerilim - J.Peele - ABD)

2018

1. **Ölümlü Dünya** (Komedi, Aksiyon- Ali Atay - Türkiye)
2. **Bohemian Rhapsody** (Dram - Bryan Singer&Dexter Fletcher - İngiltere/ABD)
3. **Spider-Man Into The Spider Verse** (Animasyon, B. Kurgu - Peter Ramsay - ABD)
4. **A Quiet Place** (Korku, Dram - John Krasinski - ABD)

2019

1. **Parasite** (Komedi, Dram - Bong Joon Ho- G. Kore)
2. **Jojo Rabbit** (Komedi, Dram - Taika Waititi - Y.Zelanda/ABD)
3. **Doctor Sleep** (Korku - Mike Flanagan - ABD)
4. **Sorry, We Missed You** (Dram - Ken Loach - İngiltere)

2020

1. **My Octopus Teacher** (Belgesel - Pippa Ehrlich - G.Afrika)
2. **Empty Man** (Korku - David Prior - ABD)
3. **The Father** (Dram - Florian Zeller - Fransa/İngiltere)
4. **Promising Young Woman** (Gerilim, Dram - Emerald Fennell - İngiltere/ABD)

2021

1. **Dune: Part One** (B. Kurgu - Denis Villeneuve - Kanada/ABD)
2. **Don't Look Up** (Komedi - Adam McKay - ABD)
3. **A Hero** (Dram - Asghar Fahradi - İran)
4. **The Power Of The Dog** (Western, Dram - Jane Campion - Y.Zelanda/Avustralya)

2022

1. **Spider-Man: No Way Home** (B. Kurgu, Dram - Jon Watts - ABD)
2. **Banshees Of Isherin** (Komedi, dram - Martin McDonagh - İrlanda)
3. **Everything Everywhere All At Once** (B. Kurgu, Macera, Komedi - Daniel Kwan - ABD)
4. **Rrr** (Macera, Dram - S.S. Rajamouli - Hindistan)



NİSAN 2023 • SAYI: 286

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr
+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

DijitalKalem

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 İske ve Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org



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

7,5 L XXL

DİJİTAL FAST FRYER



1850 Watt
Performans



6 Ön Ayarlı
Smart Menü



80-200 °C
Ayarlanabilir
Sıcaklık



60 Dk'ya
Kadar Zaman
Ayarı



Dijital
Ekran



MUTFAKLAR ŞİMDİ DAHA DA UĞUR'LU!

Yepyeni özellikler, uygun fiyatlar, avantajlı ödeme koşulları ve 70 yıllık Uğur kalitesi yeni ankastre setlerimizle size geliyor.



UGUR.COM.TR

UĞUR
ankastre