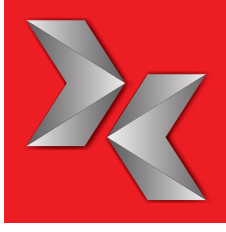


290

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Ağustos 2023 / Yıl: 25 / ISSN 1302 308X

YAPIŞMAZ KAPLAMASI VE EKO TASARIMI İLE YENİ SERAMİK TAVA SERİSİ



IN-CERAM YAPIŞMAZ YÜZEY TEKNOLOJİSİ



**%100 GERİ DÖNÜŞTÜRÜLMÜŞ
ALÜMİNYUM YÜZEYİLE EKOLOJİK**
Standart alüminyum tavalarla
karşılaştırıldığında, %100 geri dönüştürülmüş
alüminyum gövde ve Renew tavalar
%60'dan az CO2 yayar.*



YAPIŞMAZ KOLAY PIŞIRMA
Tefal'ın en güncel teknolojisi
seramik kaplama inovasyonu,
akıllıca yapışmaz bir pişirme
deneyimi sunar.



SAĞLIKLI VE LEZZETLİ
Thermoseal teknolojisi
rezilimsiz tavalar için
pişirme derecesini kontrol
etmeye yardımcı olur.

*Tabaka kaplamalı, 17 gr döngüsünde alüminyum veya 110 gr döngüsünde alüminyum gövde 28 cm Renew tavalar için döngüsünün karşılaştırması.

Tefal | (RE)NEW

YouTube Instagram Facebook TefalTurkiye | www.tefal.com.tr

KEŞFETMEYE HAZIR MISIN?

Elektrikli Scooterlarla Şehri Gezmeye ve Özgürlüğe Doğru Bir Sürüşe Çık!

Keşfetmek için bir adım atın ve elektrikli scooterlarla özgürlüğü yakalayın. Sürdürülebilirlik ve pratikliği bir arada sunan bu yenilikçi araçlarla çevreyi koruyun. Zamandan tasarruf edin, trafik sıkışıklığından kaçının ve şehri keşfetmek için yeni bir yolculuğa çıkın. Hızlı, çevre dostu ve stil sahibi: Elektrikli scooterlarla hareketinize enerji katın!



Argento Active Bike
Elektrikli Scooter



Aprilia ESR1
Elektrikli Scooter



Ducati Pro 2 Evo Black
Elektrikli Scooter



Aprilia ESR2 Evo
Elektrikli Scooter

aprilia

ARGENTO
E-MOBILITY

DUCATI

www.teknolojimagazasi.com

Şimdi Web Sitemizi Ziyaret Edin ve Kendi Elektrikli Scooterınızı Keşfedin!

Temizlik bitti diyebilmeniz için buradayım!

Yeni Fakir Bolt Serisi

H.E.P.A13 filtresi sayesinde toz
ve polen gibi partikülleri
%99,95 oranına kadar yakalar.*
Derinlemesine temizlik sağlar.



fakir.com.tr
fakir.com.tr



Fakir
HAUSGERÄTE

DESIGNED, TESTED AND
APPROVED IN GERMANY

*Fakir Arge departmanı tarafından onaylanmıştır.



YAZIN SICAĞINA ALDIRIŞ ETME, KİNG SENİNLE



İçindekiler

6 Söyleşi

Tefal'den kendini ve dünyayı önemseyenler için yeni seramik kaplama tava serisi: (RE)NEW

Ayşegül Demirci Groupe SEB Ürün Pazarlama Yöneticisi

8 Kahve Kokusu

Kahve Dünyası Oksijen noktalarında büyümeye devam ediyor
LG'nin Ay modülünden ilham alan kahve makinesi geleceğe ışık tutuyor

10 Dernek

Beyaz eşya sektörü ihracattaki düşüşü iç satışlarla dengeliyor

12 Bayi

"Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz"
Bayi ziyaretlerimiz devam ediyor

28 Sektör Haberi

36 Ürünler

40 SineMadem

En iyi restoran filmleri



**4 YIL
GARANTİ**



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



100+ YIL

Bir asrı aşkın tecrübesi,
derin dondurucudaki uzmanlığı,
teknolojisi ve kalitesiyle **rakipsiz...**

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



31 Ağustos 2023 tarihine kadar



ŞENOCAK

Hesaplı Tazelik



Detaylı bilgi için
www.senocak.com.tr

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
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Bayiler ne diyor? Sektörü nasıl görüyor?

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün tek dergisi olan Dağıtım Kanalı olarak, sektörün en büyük ve önemli paydaşlarından biri olan bayileri ziyaretlerimiz devam ediyor. Dünyada hemen hemen bir örneği daha bulunmayan ve 3 nesle varan süredir aralıksız olarak devam eden bayilik sistemi, her ne kadar dijitalleşme ve online satışların oranı artmaya devam etse de sektörün en büyük satış kanalı olmayı sürdürüyor. Biz de dergi olarak sadece büyük şehirlerde değil, Anadolu'nun farklı bölgelerinde yer alan ve faaliyetleri ile sektöre yön veren bayileri ziyaretlerimizi sürdürüyoruz. Son olarak Isparta ve Burdur'da bulunan çok sayıda bayiye ziyaret ederek hem kısa röportajlar gerçekleştirdik hem de sektörün genel dinamiklerini, bölgedeki tüketici eğilimlerini, son dönemdeki ekonomik dalgalanma, enflasyon, döviz artışı gibi konuların etkilerini yerinde gözlemlene şansı elde ettik. Yaptığımız görüşmelerde yeni ve eski nesil bayilerin nasıl çalıştıklarını ve yeni deneyim mağazacılığı faaliyetlerini de yakından inceleme fırsatı bulduk. Röportajlarımızı ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Tefal, mutfakta sürdürülebilir seçimler yapan ve hem kolaylık hem de stil arayanlar için, çevreye duyarlı yeni seramik kaplama tava serisi (RE)NEW'u yarattı. %100 geri dönüştürülmüş alüminyum gövdeli (RE)NEW tavalar üretim sürecinde %75 daha az karbon emisyonu sağlıyor. Tefal'ın en güncel Inoceram® seramik kaplama teknolojisi sayesinde akışkan yapışmaz bir pişirme deneyimi sunan (RE)NEW serisi ile, en basit yumurta tarifinden en karmaşık gurme keşiflere, tüm lezzetleri her zaman en ideal şekilde hazırlamak mümkün oluyor. (RE)NEW serisinden yapılacak her alışveriş için, Tefal X Ecording iş birliği ile ecoDrone teknolojisi kullanarak ulaşılması güç alanlara tohum topu atışları gerçekleştirilecek. Biz de hem yeni ürünü tanıtan bir yazı hazırladık hem de genel özelliklerini Groupe SEB Ürün Pazarlama Yöneticisi Ayşegül Demirci ile görüştük. Kendisine değerli görüşleri için teşekkür ediyoruz.

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBESD), düzenlediği basın toplantısında sektörün 2023'ün ilk 6 ayında aldığı sonuçları değerlendirdi. İthalatçı ve üretici firmalardan oluşan yerli ve uluslararası üye şirketleriyle (Arçelik, BSH, Dyson, Electrolux, Haier Europe, Miele, SEB, Silverline ve Vestel) Türkiye'de beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün %90'ını temsil eden TÜRKBESD'in paylaştığı bilgilere göre; 2023'ün ilk yarısında 6 ana üründe yurt içi satışlar geçen yılın aynı dönemine göre %18 arttı. TÜRKBESD'e üye firmaların ihracatları ise bu dönemde %13 oranında düşüş gösterdi. Güncel sektörel verileri içeren haberimizi de ilgiyle okuyacaksınız.

İyi okumalar...

650 LT NET HACME NELER SİĞDIRABİLİRSİNİZ?

Geniş iç hacimli Uğur Buzdolaplarıyla
tüm yiyecekler bir dolaba sığar.



444 84 87

    /UGURSOGUTMA

 **UGUR**

Tefal'den kendini ve dünyayı önemseyenler için yeni seramik kaplama tava serisi: (RE)NEW

Tefal, mutfakta sürdürülebilir seçimler yapan ve hem kolaylık hem de stil arayanlar için, çevreye duyarlı yeni seramik kaplama tava serisi (RE)NEW'u yarattı. %100 geri dönüştürülmüş alüminyum gövdeli (RE)NEW tavalar üretim sürecinde %75 daha az karbon emisyonu sağlıyor. Tefal'ın en güncel Inoceram® seramik kaplama teknolojisi sayesinde akışkan yapışmaz bir pişirme deneyimi sunan (RE)NEW serisi ile, en basit yumurta tarifinden en karmaşık gurme keşiflere, tüm lezzetleri her zaman en ideal şekilde hazırlamak mümkün oluyor. (RE)NEW serisinden yapılacak her alışveriş için, Tefal X Ecording iş birliği ile ecoDrone teknolojisini kullanarak ulaştırılması güç alanlara tohum toplu atışları gerçekleştirilecek.



Tefal'ın yeni (RE)NEW Seramik Tava Serisi, tercihleriyle hem kendi bedenine hem de dünyaya iyi bakmayı önemseyen amatör şeflerin mutfaktaki vazgeçilmezi olacak. Seriyeye dahil olan 5 farklı ölçüdeki tava ve Tefal'ın çok sevilen fonksiyonel Ingenio seti, mutfaklara sürdürülebilirliği en tarz haliyle taşıyacak.

Eko-tasarımıyla sağlıklı, çevreci ve mükemmel sonuçlar

Tefal (RE)NEW serisi, %100 geri dönüştürülmüş alüminyum gövdesi ile

üretim sürecinde standart bir tavaya göre %75 daha az karbon salınımı sağlıyor. Bunun ötesinde Tefal (RE)NEW'un eko-tasarımıyla, mutfaktaki pişirme deneyimini de dönüştürüyor. Tefal'ın en güncel Inoceram seramik kaplama inovasyonu ve pişirme derecesini kontrol etmeye yardımcı Thermosignal teknolojisi sayesinde, hem yemekleri sağlıklı şekilde pişirmek mümkün oluyor hem de tüm tarifler yapışmadan, yanmadan, lezzetli şekilde piştiği için yemekler asla çöpe gitmiyor.

Şık ve yalın çizgileriyle ilham verici

En basit gibi görünen lezzetlerden en karmaşık tariflere, her zaman mükemmel sonuçlar alınmasını sağlayan Tefal (RE) NEW serisi, şık tasarımıyla da dikkat çekiyor. Yalın ve modern çizgileri, keyifli bir davette zevkle sofraya taşınabilmesini sağlıyor. Hem de kullanıcısına özenle hazırladığı lezzetleri gururla paylaşmak için ilham veriyor.

Zamanı olmayanları ikna edecek kolay kullanım

Tefal (RE)NEW serisi Inoceram® seramik kaplaması sayesinde, kullanım, saklama ve temizleme aşamalarının tümünde kolaylık sunuyor. Yiyecekler yağ eklemeyen pişirilebiliyor ve tava hiç zahmetsizce temizlenebiliyor. Böylece hayatın hızlı akışı içerisinde aksaklıklara zamanı olmayanları mutfakta daha fazla vakit geçirmeye ve yeni lezzetleri keşfetmeye teşvik ediyor. Stil sahibi, yüksek performanslı özellikleri sayesinde geriye, Tefal kalitesi ve uzmanlığının keyfini çıkarmak kalıyor.



Kaliteli, uzun ömürlü ve ekolojik mutfak araçları

Seramik mutfak araç gereçlerinde yepyeni bir alanın öncüsü olacak Tefal (RE)NEW Seramik Tava Serisi, sağlıklı ve daha ekolojik ürünler arayanlar için kaliteli ve uzun ömürlü alternatifler sunuyor.

Tefal laboratuvarlarında, tüketici testlerinde denenilen RE(NEW), test edilen diğer tüm seramik tavalar arasında en yüksek memnuniyet skorlarını elde etti. Bir yıl süresince yoğun kullanımdan sonra bile, tüketicilerin yaklaşık %90'ı Inoceram® kaplamanın yapışmaz özelliklerinden hala memnun kaldığını belirtti.



Tefal (RE)NEW tercih edenler tohum topu atışlarına destek oluyor

(RE)NEW serisini tercih edenler, Tefal'ın Ecoding iş birliği kapsamında, küresel iklim krizine karşı öncelikli ulaşılması zor alanlara ecoDrone'lar ile tohum topu atışlarına destek olabilecek. Tefal, 15.000 tohum topu atışını üstlenerek, ormanlaştırma ve biyoçeşitlilik çalışmalarına destek vermek için ilk adımı atacak. Sonrasındaki dönemde her satın alınan Tefal (RE)NEW tavayla, bu destek adım adım büyüyecek.



“Benim için iyi, doğa için iyi” düşüncesini benimseyen kişileri hedefliyoruz



Ayşegül Demirci Groupe SEB Ürün Pazarlama Yöneticisi

Tefal (RE)NEW Serisi son dönemde gündemdeki yerini koruyan ekolojik ürünler kategorisinde fark yaratmaya hazırlanıyor. Serinin bu bağlamda özelliklerinden bahsedermisiniz?

Tefal'ın yeni (RE)NEW seramik kaplama tava ve Ingenio serisi, en güncel Inoceram® seramik kaplama teknolojisi ile geliştirildi. Eko-tasarım etiketine sahip yeni ürün %100 geri dönüştürülmüş alüminyum gövdesi ile üretim sürecinde standart bir tavaya göre %75 daha az karbon salınımı sağlıyor. Inoceram® kaplama inovasyonu ve “glide” teknoloji sayesinde eriştiğimiz üstün yapışmazlık performansı uzun süreli kullanım imkanı sunuyor. Thermo Signal özelliği ise sıcaklık kontrolü ile daha az enerji ve yağ kullanarak mükemmel sonuçlar almayı sağlıyor. Ekolojik tasarım son aşamada ise, çevre dostu paketlemeyle tamamlanıyor.

Tefal olarak bu şekilde, mutfaklarını çevreye duyarlı şekilde dönüştürmek ve daha az karbon ayak izi yaratmak isteyen tüketicilere, kullanışlı, şık bir seçenek sunmuş oluyoruz. Yeni Inoceram® kaplama ve kayganlık teknolojisi sayesinde de daha az yağ ile daha sağlıklı yemekler pişirme olanağı sağlıyoruz.

Tüketicilerin bu tarzdaki ürünlere ilgisi nasıl? Bu tarz ürünleri seçip kullanırken hangi özelliklere dikkat ediyorlar?

Bu tarz ürünlere tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de giderek artan bir ilgi var. Tüketiciler ürünün paketinde yer alan bilgilere daha çok dikkat ediyorlar; bizler de eko-tasarıma dair tüm detayları şeffaf bir şekilde paket üzerinde onlarla paylaşıyoruz.

Bir diğer eğilim olarak, tüketicilerin markanın çevre duyarlılığı konusundaki taahhütlerine ne kadar bağlı olduğu ile de ilgilendiklerini görüyoruz. Bu bağlamda Tefal olarak, (RE)NEW serisi özelinde Ecoding ile bir iş birliği geliştirdik. (RE)NEW serisini tercih edenler, küresel iklim krizine karşı öncelikli ulaşılması zor alanlara ecoDrone'lar ile tohum topu atışlarına destek olabiliyor. Tefal, 15.000 tohum topu atışını üstlenerek, ormanlaştırma ve biyoçeşitlilik çalışmalarına destek vermek için ilk adımı attık. Sonrasındaki dönemde her satın alınan Tefal (RE)NEW tavayla, bu destek adım adım büyüyecek.

Yeni seri için satış ve pazarlama hedefleriniz nelerdir?

Seramik kaplama (RE)NEW tava ve Ingenio setlerimiz tefal.com.tr ve mağazalarımızda satışa sunuldu. Uzun yıllardır tencere ve tavada yenilikçi çözümleri ile bilinen Tefal'ın marka değerini seramik kaplama ile yepyeni bir alanda da pekiştirmeyi hedefliyoruz. “Benim için iyi, doğa için iyi” düşüncesini benimseyen ve bu doğrultuda mutfakta doğa dostu ürünler ve çözümler arayan hedef kitleye ulaşmak istiyoruz.

Kahve Dünyası, Oksijen noktalarında büyüme devam ediyor



Kahve Dünyası, genişleyen mağaza ağıyla şehirlerin kalbinden otoyol projelerine kadar her noktada misafirlerine hizmet vermeye devam ediyor. Kahve Dünyası Algötür'ün yeni iki noktası 23 Haziran'da İstanbul-İzmir Otopanı'nda açıldı. İki yeni mağazanın eklenmesiyle Kahve Dünyası'nın Oksijen hattında bulunan mağaza sayısı 15'e ulaştı.

Oksijen Soma Tesisleri'nde "Soma O289-A" ve "Soma O289-B" olarak hizmet veren Kahve Dünyası Algötür'ün yeni mağazaları, seyahate çıkanlar için keyif ve lezzet dolu molalara ev sahipliği yapıyor. Oksijen tesislerinde kendine özgü menüsü ile yolculuk molalarına nitelikli ve el yapımı taze ürünler sunan Kahve Dünyası Algötür, katkısız, aroma ve renklendirici içermeyen dondurma çeşitleri, bu dondurmalarla hazırlanan milkshake'ler ve köpüklü buzlu espresso deneyimi sunan Freddo serisi ile tesislerde ürünlerin bulunabildiği tek nokta olarak öne çıkıyor. Bu lezzetlerin yanı sıra

sadece kendi noktalarına özel olarak hazırlanan ipeksi köpüğü ve zengin aromasıyla nitro gazı ile uzun demleme yapılarak soğuk servis edilen Draft kahveden protein kaynağı Pro Serisi (Probadem, Protahin ve Promeyve) ve soğuk sıkım meyve ve sebze sularından oluşan No:1-6 Serisi'ne kadar sunduğu ürünlerle de dikkat çekiyor.



LG'nin Ay modülünden ilham alan kahve makinesi geleceğe ışık tutuyor

LG Labs tarafından geliştirilen DUOBO, kahve endüstrisinde yeni bir çığır açıyor. Mars'ta bulunabilecek bir cihaza benzeyen DUOBO, uzaydan ilham alan bir kahve makinesi. DUOBO, aynı anda iki kahve bölmesinden ekstraksiyon yapılmasına izin vererek, kendi kahve uzmanınız olmanızı sağlayarak benzersiz kahve karışımları oluşturmanıza olanak tanıyor. Makine, tüm standart boyutlu kahve kapsülleriyle çalışıyor ve daha önce yapamayacağınız karışımlar oluşturmak için mevcut Nespresso, Keurig veya Starbucks kapsüllerinizi kullanmanıza olanak tanıyor. Makine, her bir bölmeden akışı ustaca kontrol ederek su sıcaklığını ve miktarını kalibre ediyor.

DUOBO ile öne çıkan ilk şey sıra dışı tasarımı. Tasarımı, üç ayak üzerinde duran uzay modülü şeklinde bir kahve makinesine sahip bir form ile 1969 Apollo 11 aya iniş aracından ilham alıyor. Altında, süreç boyunca size rehberlik eden (ve hatta ara sıra eğlence sağlayan) bir ekran, 500 ml'lik bir su haznesi ve altında kahvenizin nasıl demlendiğini, özütlendiğini ve katmanlandığını tam olarak kontrol eden güçlü CPU ile birlikte gelen DUOBO platformu bulunur.



Tefal

XPLORER

SERIE 130 AI

TEKNOLOJİDE YENİ BOYUT

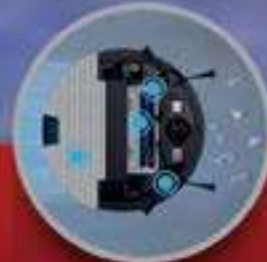
Tefal X-Plorer Serie 130 AI

Yeni yapay zeka destekli lazer teknolojisiyle
kişiselleştirilebilir temizlik

8cm



**AKILLI
LAZER
NAVİGASYONU**



**SÜPÜRÜR,
FIRÇALAR,
SİLER, TEMİZLER**



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

Beyaz eşya sektörü ihracattaki düşüşü iç satışlarla dengeliyor



Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRK BESD), düzenlediği basın toplantısında sektörün 2023'ün ilk 6 ayında aldığı sonuçları değerlendirdi. İthalatçı ve üretici firmalardan oluşan yerli ve uluslararası üye şirketleriyle (Arçelik, BSH, Dyson, Electrolux, Haier Europe, Miele, SEB, Silverline ve Vestel) Türkiye'de beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün %90'ını temsil eden TÜRK BESD'in paylaştığı bilgilere göre; 2023'ün ilk yarısında 6 ana üründe yurt içi satışlar geçen yılın aynı dönemine göre %18 arttı. TÜRK BESD'e üye firmaların ihracatları ise bu dönemde %13 oranında düşüş gösterdi.

TÜRK BESD Başkanı Gökhan Sığın, "33 milyon adetlik üretimimizle ve 26 milyon adetlik ihracat performansımızla Beyaz Eşya sektörü, sadece üretim ve satış ağı ile değil, temas halinde olduğu tüm diğer üretim ve hizmet sektörleri ile büyük bir ekosistem oluşturarak ekonomimizin büyümesinde itici güç konumundadır. 60 bin doğrudan, 600 bin dolaylı istihdamla ulusal ekonomimize katkı sağlamaya devam ediyoruz. 2023'ün ilk 6 ayı hem küresel ölçekte zorlu ekonomik etkileri hissettiğimiz hem de ülke olarak deprem felaketiyle sarsıldığımız bir dönem oldu. Tüm bu gelişmelerin üretim ve istihdam üzerine negatif etki etmesini iç satışlarımızda büyüme sağlayarak büyük ölçüde engelledik. Üretim seviyemizi %2'lik bir daralmayla geçtiğimiz yıl ile hemen hemen aynı seviyelerde tutmayı başardık." sözleriyle sektörün üretim ve istihdam gücüne dikkat çekti.

Yılın ilk 6 ayında TÜRK BESD üyesi firmalarının ihracat ve yurt içi satışlardan oluşan toplam satışlarının %6 oranında gerilediğine dikkat çeken Sığın, sözlerine şöyle devam etti: "Dış piyasalardaki daralmanın ihracatımız üzerindeki olumsuz etkileri sürüyor. Bu düşüşü Haziran sonuna kadar iç satışlar büyük oranda dengeledi. Üretim ve istihdam yapımızı bugüne dek bu sayede koruyabildik.

Ancak iç piyasadaki bu olumlu seyrin devamı sektörümüz için oldukça önemli. Bu nedenle iç piyasada oluşan dinamizmi riske atabilecek; kredi kartı taksit sayılarının azaltılması, kredi faiz ve komisyonlarının artırılması veya vergi düzenlemelerinin gündeme alınması gibi gelişmelerin, üretim ve istihdam yapımızı zorlamasından endişe ediyoruz. Türkiye beyaz eşya sektörü pandemi dönemi dahil olmak üzere yaşanan tüm iç ve dış şoklarda istihdam ve üretim kapasitesine sahip çıkmış ve yeni yatırımlarla bu gücünü artırmaya gayret etmiştir. Üretim ve istihdamımızı olumsuz etkileyebilecek konjonktürel düzenlemeleri dikkatle izlemek durumundayız."

Fatih Özkadı: AB ile uyumlu bir ETS (Emisyon Ticaret Sistemi) kurulması ve oluşan fonun özel sektörün yeşil dönüşümüne aktarılması kritiktir

TÜRK BESD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Fatih Özkadı ise Ekim ayı itibarıyla raporlama dönemi başlayacak AB sınırda karbon düzenlemesi kapsamındaki ürünlerin kullanıcıları bir endüstri olarak, uygulamanın tedarik operasyonlarını etkileme potansiyeli taşıdığını belirterek, süreci yakından takip ettiklerinin altını çizdi. Raporlama dönemi akabinde kapsamının genişletilmesi durumunda gündeme gelecek risklere dikkat çekerek "Ülkemizde AB ile uyumlu bir ETS (Emisyon Ticaret Sistemi) hayata geçirilmesi ve oluşan fonun özel sektörün yeşil dönüşümüne aktarılması kritiktir." dedi. Özkadı, konuşmasında demiryolu yatırımlarının ülkemiz açısından taşıdığı kritik öneme değinerek sözlerini şöyle sürdürdü: "Ülkemizde üretim merkezlerinin ve organize sanayi bölgelerinin demiryollarıyla limanlara bağlanması ve modlar arası entegrasyon son derece kritik. AB'nin Net-Sıfır Sanayi inisiyatifi de dikkate aldığımızda tüm değer zinciri boyunca sürdürülebilirlik odaklı işbirlikleri giderek daha da önem kazanıyor. Hem ülkemizin coğrafi konumunu güçlendirmesi hem de küresel

ısınma ile ilgili alınması gereken acil önlemler gereği demiryolu taşımacılığının geliştirmesi stratejik bir adım olacaktır.

Mehmet Yavuz: Yassı çelikte gümrük vergileri kaldırılmalıdır

Beyaz eşya sektörünün maliyetlerinin önemli bir kısmını yassı çeliğin oluşturduğunu dile getiren TÜRK BESD Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Yavuz küresel gelişmeler kaynaklı arz ve talep dengesizliklerinin yassı çelik ürünlerinde fiyat artışlarına neden olabildiğinin altını çizerek şunları söyledi: "Fiyat dalgalanmaları ve teslim sürelerindeki belirsizliğe karşı üretimde sürdürülebilirliğin sağlanması için beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren şirketlerimizin farklı kaynaklardan yüksek koruma oranları ile ithalat yapması gerekiyor. Bu durumun, yurt içinde enflasyon riskine neden olabildiğini ve uluslararası rekabetçiliğimiz için tehdit oluşturduğunu düşünüyoruz. İhracatın olumsuz seyrettiği bu dönemde yassı çelik özelindeki politikaların gözden geçirilerek temel girdilerden biri olan çelik üzerindeki gümrük vergilerinin kaldırılması gerektiğini vurgulamak isteriz. Ülkemizin güçlü demir-çelik sanayisinin sürdürülebilir rekabetçiliğini sektör olarak her zaman desteklemekle beraber, önümüzdeki dönemde sınırda karbon düzenlemesi gibi uygulamaların hayata geçirilecek olması nedeniyle, sektörde yeşil dönüşüme odaklanılmasını gerekli görüyoruz."

Semir Kuseyri: AB ile tam uyumlu veri koruması altyapısının oluşturulması gerekir

TÜRK BESD Yönetim Kurulu Üyesi Semir Kuseyri ise sektör için önemli bir gündem maddesi olan ikiz dönüşüme ilişkin değerlendirmelerde bulunarak dönüşüm sürecinde atılacak adımların hem yeni yatırımların çekilmesini sağlayacağını hem de maliyet avantajı sağlayarak ihracatta rekabetçiliği artıracaklarını belirtti. Kuseyri sözlerini şöyle sürdürdü: "Sektör olarak en büyük ihracat pazarımız olan Avrupa Birliği'ndeki ikiz dönüşüm kaynaklı mevzuat gelişmelerini yakinen takip ediyoruz. Ülkemizde bu mevzuatların uyumlaştırılması konularında ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile güçlü iş birlikteliği içindeyiz. Bu kapsamda, ülkemizde yapay zekâ, siber güvenlik, kişisel veriler ve ticari sırrın korunmasına yönelik mevzuatların AB ile tam uyumlu hale getirilmesini sektörümüz açısından son derece önemli görüyoruz. Bu konulardaki uyumlaştırmanın tam ve zamanında yapılamadığı durumda, ihracatımızın, AB'deki teknik gerekliliklerini karşılayamadığı gerekçesiyle kısıtlanabileceğini düşünüyoruz. Bu bakımdan sektörümüzün AB pazarında sahip olduğu rekabet avantajını kaybetmemesi için AB ile tam uyumlu veri koruması altyapısının oluşturulması gerekliliğini belirtmek istiyoruz."



Electrolux

Mükemmel lezzetler için buharla pişirin

SteamBake Buhar İlaveli Fırın

Standart fırınlar

SteamBake Buhar İlaveli Fırın



SteamBake Buhar İlaveli Pişirme
Daha çok kabaran, dışı çıtır,
içi yumuşak, lezzetli hamur işleri



72 lt XXL iç hacim ve
%20 daha geniş XXL tepsi*
Tek seferde daha fazlasını pişirin



Pirolitik Temizleme Sistemi
Tek tuşla tüm kir ve yağları
küle çevirir. Deterjan ve
ovalama gerektirmez.



Yemek Ölçer Sensörü
Yemeğinizin iç sıcaklığını takip
ederek her pişirmede damak
tadınıza uygun sonuçlar sunar.



600 Serisi SteamBake
KODDP77X

*Bir önceki serinin tepsi alanı ile yapılan kıyaslamadır.

For better living, designed in Sweden.

www.electrolux.com.tr
0 850 250 35 89



“Dağıtım Kanalı’nın İzindeyiz”

Bayi ziyaretlerimiz devam ediyor

Dergimizin 25. kuruluş yılını kutladığımız 2023 yılında, bugüne kadar binlerce kez dergi gönderdiğimiz bayilerimizle kendi mağazalarında görüşmek amacı ile Temmuz ayında “Dağıtım Kanalı’nın İzindeyiz” projesi adı altında Anadolu bayilerini ziyaret ettik. İlk ziyaretimizi Isparta ve Burdur’da bulunan bir grup beyaz eşya bayisine yaptık. Isparta Davraz Ev Dünyası sponsorluğunda gerçekleştirdiğimiz gezimizde bize destek veren Sayın İsmail Korkmaz Beye ve katkılarından dolayı Seren Ticaret’e buradan teşekkürlerimizi sunuyoruz.



Katkılarından dolayı Seren Ticaret’ten Kaan Çayırılı’ya teşekkür ederiz.

Gezi kapsamında Isparta bayilerinden Konya Pazarı Firma Sahibi Mehmet Ali Tezcan, Yavuz Ltd.Şti’den Turgut Yavuz, Isparta Davraz Ev Dünyası’ndan İsmail Korkmaz, Burdur bayilerinden Arçelik Bayisi Hakan Daldal, Siemens Yüksel Ticaret Çağan Türkan, Gümüşay Ticaret’ten Hüsnü Gümüşay ve Eren Ticaret’ten İsmail Eren’i ziyaret ettik. Gezide iki gün boyunca bayi dostlarımızla pazarın son durumunu, ekonomik gelişmeleri ve işlerinin durumunu, tüketici davranışlarını, tedarikçileri ile olan ilişkilerini ve hedeflerini konuştuk. Mikrofonumuzu uzattığımız bayi dostlarımız bizlere işlerini o kadar güzel anlattılar ki, sanki

yemek yerken ağızımızda hissettiğimiz lezzetin bazen acı, bazen ekşi, bazen tatlı olması gibi tüm lezzetleri bu sohbetlerde yaşadık. Ama gerçek olan şuydu, hepsinin morali yüksekti ve işler iyi gidiyor diyorlardı. Aslında geziye başlamadan önceki beklentim sektörün daha kötüye gidiyor olmasının sonuçlarını yaşayacağım düşüncesindeyken, seyahat sonrası bu düşüncem tamamen değişti. Üstüne üsluk hemen akabinde İstanbul’da yapılan Türkbese toplantısında dernek başkanı Gökhan Sığın’ın yaptığı açıklamalar gezimizin sonuçlarını doğrular gibiydi. Türkbese’in açıklaması kısaca şöyleydi;

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği’nin (TÜRKBESE) verilerine göre, 2023’ün ilk 6 ayında altı ana ürün grubunda iç satışlar %18 oranında artış gösterirken ihracat hacmi %13 geriledi.

Sektörün bu dinamik yapısının pozitif etkisi ile basın toplantısında Dağıtım Kanalı olarak Gökhan Sığın’a şu soruyu sorduk. **“Sektördeki satış adetlerinin artışında hangi ürünlerin yoğunluğu daha fazla?”**

Gökhan bey sorumuza şöyle yanıt verdi; “Pazarı giriş, orta ve üst segmentler şeklinde üçe bölersek, giriş segmentinin pazar payı oranının biraz arttığını görüyoruz. Bu çok doğal bir tüketici davranışı, özellikle öğrenci evleri, yazlıklar gibi ürünün daha az kullanıldığı ya da ürünün sınırlı sürede kullanıldığı yerlerde tüketicinin tercihleri buraya kayabiliyor. Aynı şekilde gelir kaybı yaşayan tüketici grubunun da tercihleri bu yöne kayabiliyor ama genel olarak bu, gidişatı çok etkileyecek bir trend değil. Genel olarak Türkiye’de üretilen beyaz eşyaların kalitesi çok yüksek, teknoloji özellikleri oldukça iyi. Türkiye piyasasında çok heyecanlı ve çok dinamik bir ortamı görmüş olmanız çok doğru. Çünkü bizim ekosistemimiz çok büyük, bizdeki teknolojik gelişme, bizdeki performans gelişmesi yan



sanayi, dağıtım, lojistik firmalarına da yansıyor dolayısı ile 60 bin direkt, 600 bin dolaylı istihdamın oluştuğu bu sektörün düzenli ilerlemesi aslında ülke ekonomisinin sağlığı açısından dahi hem bir gösterge hem de bir itici güç.

Dolayısı ile 660 bin kişiden bahsettiğimiz bu kanalı 660 bin hane olarak düşünebilirsiniz. Türkiye’deki hane sayısının 24 milyon olduğunu düşündüğünüzde, bu hane sayısı %2,5-3’e denk gelmektedir. Bu kadar hane halkının dinamizminin korunması bütün sektörleri etkilemektedir, bütün pazar ve ürünlere etki eder. Dolayısı ile biz Beyaz eşya Sanayicileri Derneği olarak bu bilinçle, kapasitemizi sonuna kadar korumaya, istihdamımızı sonuna kadar korumaya, dağıtımımızı da mümkün olduğunca çok etkin, hane halkına yakın şekilde ve onlara en doğru en faydası olacak ürünleri ve hizmetleri pazarlayarak yapmaya, çalışıyoruz. Çünkü biliyoruz ki “biz iyiysek ülke iyi, ülke iyiye biz iyiyiz”

Şimdi sizleri bayilerimizle yaptığımız söyleşilerle baş başa bırakıyorum.

DEĞİŞEN ŞARTLARA DİNAMİK YAPILANMASI İLE UYUM SAĞLAYAN UFO, DÜNYA GENELİNDE MARKA DEĞERİNİ ARTIRIYOR

Türkiye’de katma değeri yüksek ürün odaklı inovasyon stratejisi ile ısıtıcı sektörüne liderlik eden UFO, üretim, Ar-Ge ve reklam yatırımlarına hız kazandırarak büyümesini sürdürüyor. 21 ülkede devam eden faaliyetlerine, ayrıca bu yıl Amerika pazarını da dahil etmiş bulunmakta.

İnsan Hayatına Fayda Sağlayan Sağlıklı, Güvenli, Tasarruflu Işık

Isıtıcı sektöründe yola çıktığı ilk günden bu yana insan yaşamına ve çevreye fayda sağlayan üretim anlayışı UFO’nun müşteri memnuniyetinin gücünü belirleyen en önemli etken oldu. Ürünlerinde kullandığı **17 kat** daha kaliteli ısıtıcı teli hastalıkların tedavisinde kullanılan **“sağlıklı ışık”** üretimini sağladığı gibi, hayati riskler karşısında ekstra güvenli ve elektrik tüketiminde ekstra tasarrufludur.

Zorluklara Dayanan Güçlü Marka Olmak

UFO’nun kalite farkı yıllarca bozulmayan, dayanıklı ısıtıcıları ve yüksek müşteri memnuniyetini beraberinde getirmiştir.

UFO’yu diğerlerinden ayıran bu özellikler, yaşam kofrunda kullanıcısına ayrıcalık kazandırmıştır. Ekonomik maliyetlere rağmen kalite ve teknolojiden ödün vermeden üretilen ısıtıcılar fiyat avantajı ile tüketicisinin yanında olmayı seçerek, her evde olabilmeyi gücünü korumaktadır



BENZERLERİNE ORANLA
DAHA AZ ENERJİ



2024 Vizyonunda Konfor ve Tasarruf Var

Gelecek aylarda lansmanı yapılacak olan yenilikler infrared ısıtıcıların günlük yaşamdaki varlığını büyütecek gibi görünüyor. Teknolojinin ve konforun önem kazandığı insan hayatında UFO ısıtıcıları da üzerine düşeni yapmaya devam ediyor.

Geleceğin Tasarımı Doğru AR-GE ile Mükün

Geçtiğimiz son 5 yılda AR-GE, iş geliştirme faaliyetlerine yüksek yatırımlar yapılmış, bu sayede üretim ve satış hacmi ülke dışında önemli aşamalar kaydetmiştir. Bu yıl ülke içerisindeki satış stratejileri her yerde yaygın olarak bulunma ve rekabetçi fiyat olmak ile birlikte, Türkiye’deki ARGE merkezine yeni profesyonelleri katıyor ve farklı ülkelerde AR-GE merkezleri oluşturularak iş ortaklığına gidiliyor.

Mottomuz her zaman için “doğru ürün, doğru fiyat ve doğru müşteri”

Firmanız ve kendinizi tanıtır mısınız?

1999 yılının sonuna doğru Isparta’da beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren Tanıdık A.Ş isimli bir mağazada sadece %1 hisse ile hem ortak hem de aynı mağazada tezgahlar olarak çalışarak sektöre ilk girişimi yaptım.

2 yıl kadar mağazada çalıştıktan sonra biraz daha işi öğrenmiş oldum ve deneyim kazandıktan sonra 11 Mart 2002 yılında Isparta Davraz Ev Dünyası’nı kurdum. İlk mağazam 73 m²’ydi ve tam 21 yıldan beri beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteriyorum. Tesadüf bu ya işimi kurduktan 3 ay sonra mağazama Dağıtım Kanalı dergisi geldi. Bu dergiyi baştan sona kadar detaylı bir şekilde inceleme fırsatını buldum. Dergide hangi markanın hangi ürünü tüketicilerin nezdinde daha çok talep gördüğü yazıyordu, bu detay benim için çok önemliydi.

Dergide bu ve bunun gibi sektör hakkında ve sektöre yön veren geniş kapsamlı bilgiler yer alıyordu. Bu bilgiler benim inanılmaz dikkatimi çekti. Hatta işime nasıl yön vereceğimi, nasıl konumlanabileceğimi ve nasıl daha doğru adımlar atacağım konusunda gerçek anlamda bana ilham kaynağı oldu. Bunu özellikle belirtmek isterim.

Geçmiş zaman olduğu için yanlış hatırlayabilirim, yanlışlıyorsam şöyle bir detay yazıyordu; küçük ev aletlerinde Arzum lider, süpürgece Fakir lider, ütude Tefal lider, erkek tıraş makinesinde Philips lider vs. Tüketicide doğru ürünü doğru fiyatla sunabilmek benim için çok önemliydi ve bu benim vizyonumdu, bu yüzden Dağıtım Kanalı dergisi hayatımın dönüm noktası oldu diyebilirim. 21 yıldır devam eden bu süreçte aynı çizgiden hiç ödün vermeden ilerleyerek hangi markanın hangi ürünü çok talep görüyorsa bende mağazamda bu ürünleri bu yıllardan beri bulundurmaya çalışıyorum. Şu anda mağazamız 1000 m² olup beyaz eşya, elektronik eşya, küçük elektrikli ev aletleri ve cep telefonu satışı yapmaktadır. 17 çalışma arkadaşım ve 42.000 kayıtlı bizi tercih eden müşterilerimiz var.

Isparta genelinde nasıl bir anlayışla perakendecilik yapıyorsunuz?

Geçmişte çeyizlik anlamında müşterilerimize çok beyaz eşya satmışızdır. Bunun sebebi aileler hem çeyizlik olsun hem de daha kolay ödemek için beyaz eşya alırdı ve aldıkları ürünler bizim depolarımızda bekletilirdi,



çünkü bizim gibi küçük şehirlerde böyle mal satılıyordu.

Klasik geleneğimizde kız evi bulaşık makinesi, çamaşır makinesi ve fırın, oğlan evi de buzdolabı ve televizyonu alırdı, yani böyle bir alışkanlık vardı. Önceki ekonomide enflasyon çok yüksek olduğu için ve de müşteriler bize güvendiklerinden dolayı eşyalarını bizim depomuzda tutarak adeta birikim yapırlardı. Günümüzde ise bir tane çeyizlik ürün satamıyoruz maalesef müşteri ürünü en fazla 2 ya da 3 ay bekletiyor, çünkü yeni nesil tüketici birikimlerini beyaz eşyada yapmak istemiyor. Artık evlenecek kişiler ortak alım yapıyor, örneğin bizim sektörden alınan ürünler 200 bin lira tuttu, 100 bin lirasını erkek tarafı, 100 bin lirasını kız tarafı ödediği için çeyizlik olayı tamamen kalktı. Ancak durumun böyle olması bizim için bir avantaj oldu çünkü çeyizlik ürünlerin saklanması için depolama maliyetleri çok yükseldi, ayrıca ürünü sattıktan sonra en uygun fiyatla malı yerine koyabilmek, bizim için avantaj.

Doğru ürünü, doğru alımla, doğru fiyatla müşteriyle buluşturmak bizim için önemli çünkü bizim için müşterilerimizin devamlılığı esastır. 21 yıldır her ay düzenli taksit ödeyen hatırı sayılır 42.000 kayıtlı bizi tercih eden müşterimiz var. Müşteri sayımızın %70’i elden taksit ödeme seçeneği ile bizi tercih etmiş olup ayrıca nakit ve kredi kartına yapılan taksitle de ürün satışı yapmaktayız.

Yıllık satış adet ve cironuz hakkında bilgi vermek ister misiniz?

Ciro anlamında paylaşım yapmak etik

olmaz ancak şu detayı paylaşmakta sakınca görmüyorum. Ürün adet bazında benim bir hesaplama yöntemim var, o da şöyle ki; biz her ay ciromuzu o ay Altus 4 program bulaşık makinesi satışı fiyatı ne kadarsa ciromuzu o ürünün fiyatına bölüyoruz ve Altus 4 program bulaşık makinesi adetimizi buluyoruz. Örnek verecek olursam, ciromuz 20.000.000 / bulaşık makine fiyatı 10.000= 2000 adet bulaşık makinesi yapıyor gibi. Bu şekilde yıl sonunda kâr zarar dengesi ortaya çıkmış oluyor. Sadece ciroyu baz alırsak kar ile direkt bağlantılandırmak doğru bir yaklaşım olmaz.

Depolama ve lojistik hizmetleri gibi çok güçlü bir yönünüz var, kısaca anlatır mısınız?

Mülkiyeti ve öz sermayesi şahsıma ait 4000 m² depolama alanımız, 5 adet servis aracımız mevcut. Asıl amacım toptancılık değil, perakendecilik ama beni toptan satışa sürükleyen nokta tamamen piyasa şartları. Çünkü ticarete en büyük kural şudur “mal alırken kazanılır”. Biz bir firma ile masaya oturduğunuzda adet konuşmanız gerekir. Bir adet alanla bin adet alan bir olmadığından ürünlerimizi daha alırken uygun fiyata alabildiğimizden ötürü bu bize büyük bir rekabet avantajı sunuyor. Biz fabrikalardan adetli mal alabildiğimiz için, bu alımlara iskonto yaptırabiliyoruz. En az %10 iskonto uyguluyoruz, bu oran bizim sektör için çok iyi bir rakam. Dolayısı ile de tüketicimize daha uygun bir ürün satabiliyoruz. Tüketicide gözlemlediğim ve tecrübemle sabit şöyle bir alışkanlık var. 60 yaş altı tüketici malı almadan önce

internetten araştırıp sonra satın alıyor. 60 yaş üzeri tüketici ise önce ürünü satın alıyor, sonra fiyatı araştırıyor acaba zarar mı ettim diye. Biz mağazamıza uygun hesaplı ürün alabilmek için bunu yapmak zorundayız. Aldığım ürünün %40'ını tüketiciye satıyorum, %60'ını diğer beyaz eşya bayisi arkadaşlarım ile paylaşıyorum. Bu yüzden depolama ve lojistik yönümüz güçlüdür. Mottomuz her zaman için şudur; doğru ürün, doğru fiyat ve doğru müşteri.

Yeni nesil deneyim mağazacılığı hakkında düşünceleriniz ve hedefiniz nedir?

Tamamen hizmet odaklı ve ürünün tanıtımı ile alakalı bir durum: Örneğin yeni nesil bir mağazadan kahve makinesi almak isteyen kişi o makineden mutlaka kahve içerek deneyimlemek istiyor. Bu mağazalar deneyim mağazaları ya da uygulama mağazaları olarak tüketiciye bu fırsatı sunuyor. Tüketici bir kurutma makinesi çalışırken o makinenin sesini duymak istiyor, nasıl kuruttuğunu görmek istiyor uygulama ve deneyim mağazaları gelecekte daha da çoğalacak. Biz şu anda bile kendi mağazamızda deneyim mağazacılığı yapıyoruz ancak gelecekte bir nevi servis gibi tüketiciye bu ürünlerin kullanımı öğretilecek. Perakendecilikte çağ artık deneyim mağazacılığına doğru gidiyor. Tüketici ürünü görece dokunacak deneyecek kullanacak ve satın alacak. Ama bunun da yine şöyle bir handikapı var tüketici bizim gibi mağazaları tamamen vitrin olarak kullanıyor, bizden ürünün tüm özelliklerini öğreniyorlar ama gidip malı internette ucuz bulduğu bir siteden alıyorlar. İşte tam burada bizim hakkımız yeniliyor, bir lira aşağıya balsa tüketici gidip malı oradan alıyor.

Bundan sonraki hedefim; doğru markalarla doğru ürünü, doğru fiyata, doğru zamanda tüketiciye sunmak ve bulunduğum bölgede iyi markalarla birlikte uygulama mağazaları açıp, markalaşarak kurumsallaşmak. Ama bunu yaparken karışık satan mağazacılığımı da sürdürmek istiyorum. Bizlere gönül vermiş müşterilerimi bir anda yüzüstü bırakmak ve sadece tek marka satacağım demek müşterimize saygısızlık olur. Deneyim mağazam ayrı olacak, karışık satan mağazam ayrı olacak.

Günümüz ekonomisinde fırsat ve tehditler nelerdir ayrıca internet satışları ile ilgili düşüncelerinizi almak istiyorum.

Stoktaki ürünlerin sürekli, durduğu yerde para kazanması, hiçbir şekilde ekonomik kayba uğramaması fırsattır, fiyatların sürekli yükselmesi ve alım gücünün düşmesi ise tehdittir. Örneğin firmadan 100 milyonluk mal almışsın %30 kâr marjı ile satmışsın



30 milyon kazanmışsın ama gidip tekrar sipariş vereceğin zaman önceden 100 milyona aldığın ürün adeti şimdi 140 milyon olmuş yani önceden 100 adet ürün alırken şimdi daha fazla ödeyerek 80 parça ürün alabiliyorsun buna çok dikkat etmen gerekir. Ticarete bir kural vardır. 10 tane aldığın malı sattıktan sonra, yerine 11 parça koyup en azından bir ürünü fazladan koyabiliyorsan kazanmış sayılırsın. Şu anda internette ticaret yapanlar para kazandıklarını sanıyorlar ama satış yaptıktan sonra sattığı malı yerine tam olarak koyamıyor, eksik koyuyor, bu kendini kandırmaktan başka hiçbir şey değil. Bu konuda üretici firmalara çok iş düşüyor eğer üretici bu malı internete düşüren kişilere mal vermeyi keserlerse internetten satışlar hemen kesilir ama üretici markalar da maalesef bu ürünlerin internete gitmesini engelleyemiyorlar. Örneğin Davraz olarak ben, fiyatı açıklanan bir malı o fiyatın altında satıyorsam bana bu malı satan üretici mal vermeyi hemen kesebilir, hatta o üretici bana mal vermeyi sürdüren toptancı ve ara toptancı gibi firmalara da mal vermeyi engellerse işte o zaman internet piyasası düzelecektir.

Hangi firmalarla çalışıyorsunuz, çalıştığınız firmalara mesajınız nedir?

Mal alırken kazanılır düsturuyla hareket ettiğimiz için bize uygun mal veren herkesle çalışıyoruz. Sunny ve Çetintaş markalarının bölge distribütörüyüz. Altus ve Samsung markalarının da alt satıcısıyız. Ben özgür ticaret yapmak istiyorum, bu benim yapım ve huyum.

Beyper üyesisiniz, Beyper'e bakışınız nasıl? beklentileriniz nelerdir?

Beyper biraz da Anadolu beyaz eşya

satıcılarının sesini duymalı. Aslında biz Beyper bayileri çok güçlü bir yapıyız, bu kadar güçlü bir yapıda olan Beyper, üretici firmalarla bir araya gelerek bizler için iskontolar isteyebilir. Derneğimizden, internetten düşük fiyata ürün satılmasına engel olmalarını istiyoruz, bunun için Beyper devreye girmeli. Özellikle beyaz eşya üreticileri ve distribütörlerine baskı yapıp 3 harfli dediğimiz discount marketlerde beyaz eşyanın satılmasını istemiyoruz, çünkü bizim alışımızdan aşağıya fiyatlara ürün satıyorlar. Ben sizin derginiz aracılığı ile bu isteklerimi belirtmek istedim.

Çalıştığınız ve ürününü tedarik ettiğiniz birçok beyaz eşya mağazası var onlara son olarak vermek istediğiniz mesaj nedir?

Bayi değil hepsi iş ortağımız ve ailemiz. İş ortaklarımızla bir aile gibi çalışıyoruz tüm iş ortaklarımızla ailecek iletişimimiz devam ediyor. İlkemiz beraber çalışıp, beraber kazanmak, iyi ve kötü günümüzü birlikte yaşayacağız. Şu güne kadar hiçbir iş ortağımızı üzmedik ve hep kötü günlerinde yanında olduk ahtı vefa bizim için çok önemli, sektörü bıraksalar bile hep beraberiz. İş ortaklarımızın bizi tercih etme sebebi tamamen güven ortamında ticaret yapmaları. Hepsini başarılarından dolayı tebrik ediyor ve gurur duyuyorum ve son olarak onlara şu mesajı vermek istiyorum; Kendi işlerine yatırım yapsınlar, kesinlikle çağa ayak uydursunlar yeniliklere açık ve araştırmacı olsunlar ve en önemlisi, herkes beyaz eşya mağazası açabilir beyaz eşya satabilir ama diğer beyaz eşya satan mağazalardan ayıran bir özelliğimizin olması lazım %1 bile olsa farklı olmanız gerekir ki tüketici tarafından tercih sebebi olunsun.

Ben beyaz eşyacı değilim, “Deneyim Mağazacılığı” yapan perakendeciyim.

Firmanızın tarihçesinden kısaca söz eder misiniz?

1976'da babam Yüksel Muammer Türkan tarafından şahıs firması olarak kuruluyor, kendisi Elektrik Mühendisidir. 1976 yılından beri dayanıklı tüketim ürünleri ve elektronik perakendeciliği yapmaktayız. Firmamız perakendecilik yanında 1976-1995 yılları arasında beyaz eşya yetkili servis hizmetinde bulunurken 1995 yılından itibaren sadece dayanıklı tüketim ürünleri perakendeciliğine odaklanmıştır. 1989 senesinde, bulunduğumuz sokağın yukarısındaki 80 m²'lik ilk şubemiz olan mağazamıza taşınıyor. O tarihten 1995 senesine kadar Vestel bayiliği, 1995- 1999 seneleri arasında ise Ariston, Philco ve Profilo markaları ile çalışılıyor. 1999 senesinde Siemens bayiliğini alınıyor ve sadece Siemens markası ile çalışılmaya devam ediliyor. 2012 Haziran ayından itibaren ikinci nesil olarak firmamızı ben yönetmekteyim. Ben yazları çırak olarak hep dükkâna gelir çalışırdım, normalde ailem benim bu işi yapmamı hiç istemiyordu. Ben Ziraat Mühendisliği okudum, bu bölümü okumamın nedeni de ileride dayanıklı tüketim ürünleri perakendeciliğinin gelecekte nasıl bir evrimleşme geçireceğini tahmin edemediğim için elimde başka bir mesleğim olmasını istediğimden üniversite tercihim bu bölüm üzerine yaptım. Benim asıl mesleğim dayanıklı tüketim ürünleri perakendeciliğidir.

2021 yılına kadar biz 80 m²'lik mağazada iş yapıyorduk, Siemens Ev aletlerinin yeni vizyonu, değişen perakendecilik anlayışı ile “yeni hikayeler” yazmak gerekiyordu. Çünkü o küçük alanda yapabileceğimiz işin doyum noktasına gelmiştik. Daha sonra bu gördüğünüz 4 katlı mağazaya geçtik. Şu anda 8 kişilik ekibimizle beraber faaliyet gösteriyoruz. Burdur 100 bin nüfuslu küçük bir şehir, ilçelerinden şehir merkezine alışveriş anlamında çok fazla tüketici gelmez, bununla beraber çevresinde Antalya, Isparta, Denizli ve Afyonkarahisar gibi büyük gelişmiş şehirler bulunmaktadır. Perakendecilik rekabeti içerisinden normal şartlarda bizim için negatif bir durum arz etmektedir. Ancak biz şundaki mağazamızın fiziki yapısı ve düzeniyle, doğru perakendecilik hizmeti ve doğru sosyal medya kullanımı sayesinde komşu şehirlerdeki tüketicilerimizden de talep görmekteyiz.

Tüketici sizi neden sizi tercih ediyor?

Doğru fiyat, doğru perakendecilik.



Babamdan aldığım bir meslek terbiyesi var, bu sosyal yaşamımızda da böyledir, ticaretimde de böyledir, asla müşterimize yalan söylemeyiz. Bir ürün teşhirse, son bir ürün dahi olsa, bunun teşhir ürün olduğunu söyleriz. Bu ürünü orijinal ambalajı gibi paketleriz ama tüketiciye yalan söylemeyiz, ana sebep o. Ben de bir tüketiciyim ve mağazamızın felsefesi şudur; ben nasıl bir hizmet almak istiyorsam, müşterilerimiz de aynı hizmeti alacaktır. Benim ve ekibimin prensibi budur. Dolayısı ile Burdur'un ötesinde bir işimiz var, çevre illerdeki meslektaşlarımızın çoğu beni mutlaka biliyordur, ismen de tanıyordur. Bu benim için gurur kaynağı, aynı zamanda yaptığımız işin de doğru olduğunun bir göstergesidir.

Bir perakendeci olarak Siemens'in, başarınızdaki katkısını anlatır mısınız?

Siemens'te 2020 yılında bir yapılanma olmaya başladı, Hakan Bey ile şirketin bütün politikaları değişti. Benim başarımın buraya kadar gelmesinde bölge müdürlüğünün çok büyük desteği var, bana çok inandılar ve güvendiler. Batı Anadolu Bölge Müdürümüz Serhan Bey ve ekibi inanılmaz vizyonlu çok dinamik ve işlerine çok hakim bir ekip. Tam anlamıyla bir iş ortağıyız. İşimizi birlikte yönetiyoruz. Türkiye Satış Direktörümüz Hakan Bey şirkete çok büyük katkı sağladı ve inanılmaz bir vizyon değişikliğine gitti, çok adaletli bir sistemleri var, bu da zaten başarıyı getiriyor.

Ben artık beyaz eşyacı değilim, “Deneyim Mağazacılığı” yapan perakendeciyim. Benim meslektaşlarım belki beyaz eşyacı olabilir ama ben beyaz eşyacı değilim. Şirketimizin “Geleceğe Yön Verenler” diye bir uygulaması var, artık İstanbul ve



Ankara'da, Burdur konuşuluyor. Burdur'a baktığınız zaman birçok insan haritada yerini bilmez ama biz uyguladığımız perakendecilikle Burdur'u konuşturuyoruz. İşin en keyifli kısmı bu ödüller ve yöneticilerimizin bizleri tanımaları, taktir etmeleri.

Yoksa Burdur'u kim bilecek, Burdur'daki Siemens cirosu BSH'nin toplam cirosunda küçücük bir yer kaplar ama bu nüfus ve bu sosyoekonomik şartlarda böyle olması onlar içinde gurur kaynağı. Biz bir ekibiz zaten, bu işi ben tek başıma yapmıyorum benim mesai arkadaşlarım ve bölge müdürlüğümüz ile bu başarıyı gerçekleştiriyoruz. Kendimi Siemens'ten başka bir marka satarken bile hayal edemiyorum. Markanın duruşu, kalitesi verdiği güven çok önemli. Evimde de başka bir şey kullanmam hatta tüketicilere şunu söylerim Siemens'ten daha iyi bir marka olsaydı evimde onu kullanır ve onu satardım. Keyifli bir iş oluyor bizim için çünkü şirketin politikası, şirkette bulunan yöneticiler ve biz birbirimizle uyuştuk, bu kimya tuttu bu da başarıyı getiriyor zaten.

Geçmişten günümüze perakendecilik size göre nasıl gelişti?

90'lı yıllardaki perakendecilik, 2000'li yıllardaki perakendecilik ve şimdi 2020'li yıllardaki perakendecilik bambaşka hikayeler. İnsanlar, yani tüketici değişti dolayısı ile bu değişme ayak uydurmak zorundaydık. Benim jenerasyonum daha başka, şimdi Z kuşağı dediğimiz jenerasyon daha başka, bu farkları yakalamak lazım. O yüzden ben mesai arkadaşlarımın yaş gruplarını seçerken her yaş kitlesine hitap edebilecek şekilde kadroyu oluşturuyorum. Z kuşağına hitap edebilecek bir mesai arkadaşım da var, Y kuşağına ya da X kuşağına hitap edebilecek bir mesai arkadaşım da var. Değişime ayak uydurmak çok önemli, işte şimdi sosyal medyanın gücü diyoruz ben profesyonel olarak bir ajansla çalışıyorum. Instagram'da "Siemens Burdur" diye bir sayfamız var. Aylık bir bütçe belirliyoruz ve o bütçede Burdur ve yakın illerdeki lokasyonları alarak sponsorlu çıkıyoruz. Elbette tüketici ilk olarak bize fiyattan dolayı geliyor ama siz doğru hizmeti vermezseniz istediğiniz kadar uygun fiyata verin, tüketici size ikinci kez gelmez. Benim hiç yüzünü görmediğim ve tanımadığım başka şehirlerde müşterilerimiz var ve bizi tavsiye ediyorlar. Doğru fiyat dediğimizde her zaman en ucuzu değiliz ama her zaman en iyi hizmeti vermeniz ve söz

verdiğimiz tarihte söz verdiğimiz şekilde ürünü, hizmeti verdiğimiz için bizden alışveriş yapmaya devam ediyorlar. Şu anki hedefim, bu portföyü sabit tutup dahada genişletebilmek.

Her tüketici ayrı bir hikâye, her tüketicide ayrı veri ve sürprizler var. Şunu söyleyebilirim Siemens'in pahalı ve ulaşılmaz bir algısı var, bu güzel bir şey. Apple markasının da böyle bir algısı var ama insanlar Apple kullanmaktan imtina etmiyorlar, fiyat ne olursa olsun o markaya talep sürekli devam ediyor. Biz zaten mağazalarımızda bu premium algını oluşturmak istiyoruz ve oluşturduğumuzu da düşünüyorum. Tüketici kapıdan geçerken şöyle bir bakıp "Siemens pahalıdır acaba içeri girsek mi, girmesek mi?" diye, kendi aralarında böyle küçük küçük konuşuyorlar. Bizim burada bir buzdolabını anlatımımız en az 30 dakikadır, otuz dakika boyunca biz tüketiciye buzdolabını anlatırız. Tüketicie parayı ödeatabilirsiniz siz 50 bin liralık bir buzdolabını da satabilirsiniz. İkna etmek şudur neye para verdiğini bilmesi gerekiyor. Biz esasında Burdur da bunu yapıyoruz, neden bu ürüne bu parayı vermeli, kendi kazanımları ne olacak bunu anlattığınız zaman zaten tüketici ürünü satın alıyor. Biz her zaman öncelikle Siemens markasını anlatıyoruz, Siemens'i biliyor mu? Almanya'nın bir numaralı beyaz eşya markası olduğunu biliyor mu? Avrupa'da Pazar lideri olduğunu biliyor mu? Daha sonra hangi ihtiyacı var ihtiyacı ile ilgili sorular sorarak en doğru ürünü ama her zaman en pahalı ürün değil onun ihtiyacını karşılayacak ürün ne? Bunu belirliyoruz. Bunu sattıktan sonra tüketicinin yüzündeki gülümseme ve aldığı haz bize yetiyor zaten. Örneğin 5 sene önce pandemiden önceydi hiç daha bulaşık makinası kullanmamış 65 yaşında bir teyze vardı ona bulaşık makinasını sattığımızda o yüzündeki mutluluk paha biçilmezdi. Elbette para kazanacağız ama işi keyifli kılan kısım bu bence, o yüzündeki tebessüm. Marka doğru, doğru insanlarla da çalıştığınızda başarı geliyor.

Biz mağazada 3 gün muffin organizasyonu yapıyoruz bunu sosyal medyada duyuruyoruz, Siemens'in Ankastre fırınında Pazartesi- Çarşamba-Cuma muffin pişiriyoruz ve Siemens'in tam otomatik kahve makinasından tüketicimize 32 farklı çeşit dünya kahvesini ikram ediyoruz. İlla alışveriş yapsın ya da yapmasın önemli değil ama bizim mağazamıza gelen tüketiciler o kek ve kahve konusunu duyuyor, hayalinde o makınayı alabilmek ama bunu deneyimledikten sonra zaten bu ürüne bir şekilde ulaşıyor. O yüzden diyorum ki, ben deneyim mağazacılığı yapıyorum.

Rekabet çok oluyor ama tüketici halen isme gidiyor

Firmanızı ve kuruluş hikayenizi bize kısaca anlatabilir misiniz?

Bu mesleğe ilk olarak babam başlıyor, aslında kendisi bir öğretmendi ama anne tarafı esnaf olduğu için babam bir şekilde ticarete atılıyor. Önceleri bizim bir züccaciye mağazamız vardı, yani babam öğretmenken züccaciye işine başlıyor. Sonra beyaz eşya işine girmek istiyor fakat o zamanlar Burdur'da üç tane Arçelik mağazası varmış, bu kadar mağaza varken 4. Arçelik mağazası açmak çok zor. 1992 yılında babamın şansı yaver gidiyor. Burdur'da 4. Arçelik bayiliğini alıyor. O zamanlar babamın elinde doğru dürüst bir sermayesi de yok ama bir şekilde bayiliği alıyor ve şimdiye kadarda başarıyla devam ettiriyor.

Tabi rekabet çok oluyor burada, ama kırsal kesimde tüketici isme gidiyor, hala da öyle; örneğin müşteri "Gideyim Daldal'dan alayım" diyor. Eski toprak müşteri böyle düşünüyor, çünkü güveniyor. Bu iş güvenden geçiyor, markanın verdiği hizmet ve servis güvencesi müşterinin gözünde her zaman ön planda. Aldığı ürün bozulduğunda "Ben Daldal'a gideyim" ya da Daldal ne satarsa onu alırım diye düşünüyor. Babam Arçelik mağazası olunca ilk başlarda diğer Arçelik bayileri kadar satıyor. Tabi o zamanlar internet ya da başka satış kanalları yok, ikili ilişkilerle bu işleri yapıyor. Hatta babamın işleri o kadar iyi gidiyor ki diğer bayilerin sattığı ürünlerin toplamı kadar satış yapabiliyor. İlerleyen günlerde satış grafiği çok iyi gidiyor ve bugünlere kadar geliyoruz. Şu anda Burdur merkezde biz iki bayi kaldık, diğer iki bayi bu işi yapmayı bıraktı. Burdur genelinde yine en yüksek satış adetlerine ulaşan bizim mağazamızdır.

Müşterilerinize ne gibi farklı hizmetler sunuyorsunuz? Sizi niçin tercih ediyorlar?

Daldal mağazası olarak kırsal kesimde bir isim yaptık, züccaciye den bu noktalara geldiğimizden müşterimizde bunu çok iyi bildiği için, insanlar "Hadi gidelim Hasan Beyden alışveriş yapalım" diyor. Bu şekilde ismimiz bu bölgede bilinir hale geldi. Babam biraz da faal bir insan, örneğin Burdur Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Yardımcısı, aynı zamanda Çağdaş Gazetesi isminde bir yerel gazetenin sahibi, ayrıca bu bölgede bir mağaza daha açtık bunlar tanınırlığımızı ve bilinirliğimize bir etken. Biraz önce de söylediğim gibi bizim işimizde ikili ilişkiler çok etkili ama doğruyu söylemek gerekirse Z kuşağı dediğimiz yeni jenerasyona tam olarak iyi hitap edemiyoruz, muhtemelen bu kuşak daha çok internetten alışveriş yapmayı tercih ediyor.



Siz babanızdan bu mesleği ne zaman devraldınız?

Ben küçüklükten beri bu işi yapıyorum ama askere gidip geldikten sonra yani 2010 yılından itibaren faal olarak bu işi sürdürüyorum. Biz ailecek bu işleri yürütüyoruz örneğin kardeşimin adına hem bir Karaca Mağazası hem de karışık ürünler satan bir mağaza açtık, o mağazaları kardeşim kendi adına devam ettiriyor. Yine biraz önce söylediğim gibi züccaciye mağazamıza halen devam ediyoruz, babamda Çağdaş gazetesine devam ediyor hepimiz bir işin ucundan tutup sürdürüyoruz.

Son zamanlardaki ekonomik durumlar işlerinizi nasıl etkiliyor?

Şu anda herkes sermayesini koruma peşinde, rahat para kazanma devri bitti, ben bu yaşıma kadar böyle bir ekonomik sıkıntıyı gerçekten görmedim. Babamla zaman zaman konuşuyoruz, kendisi geçmişte krizler görmüş ama yine de önümüzü görebiliyor ve fiyatlandırabiliyorduk diyor. Şimdi asla böyle bir fiyatlandırmayı yapamıyoruz ve önümüzü asla göremiyoruz. Bende şaşıyorum, bugün 1 TL ye aldığınız bir şey yarın öbür gün 3 TL ya da 5 TL olabiliyor, freni patlamış bir otobüs gibi gidiyoruz ama nereye kadar gidecek bilemiyorum. Ekonomik bir plan yok, bunlar hep soru işareti.

Biz diğer firmalarla da iç içeyiz, örneğin birkaç gün önce bir bisiklet imalatçısı mağazamızı ziyarete geldi, kendisi bize

şunu söylüyor; "İnsanlara artık fiyat artışını söyleyemiyorum, ham maddeci bize %50 zam yapıyor, biz size ancak bunu %10-15 ini yansıtabiliyoruz, çünkü bir anda adama 100 TL ye sattığı bir ürünü 150 TL deyince abi ne yapıyorsun, biz nasıl satacağız diye itiraz ediyorlar." diyor. Yine örnek veriyorum müşterimiz birkaç ay önce gelip sorduğu ve 10 TL fiyat verdiğimiz bulaşık makinasına 15 TL nasıl diyebiliriz, itiraz ediyorlar tabi. Bizim internette de mağazalarımız var orada insanlardan çok enteresan fikirler geliyor, mesela bir tüketici yazmış oradan "bir aydan beri bir süpürgeyi takip ediyordum tam tamına bir ayda fiyatı 700 TL arttı." dedi, yani düşünün 3500 TL'lik bir süpürge 1 ay içinde 700 TL artış olmuş, deli bir rakam.

Tüketicinin aklında şöyle bir soru işareti de var "acaba fiyatlar sonradan düşer mi?" Ne diyeceğimiz şaşırırdık.

Ben bu fiyatların böylesine yükselmesini nereye kadar gidecek diye çok merak ediyorum. Örneğin dolar ne kadar olacak? 50 TL mi 100 TL mi? çok merak ediyorum.

Bu ekonomik şartlar altında işinizi seviyor musunuz?

Bu şartlara rağmen işimizi mecburen seviyoruz. Tıpkı Fenerbahçe gibi 10 seneden beri şampiyon olamadık ama yine de takımımızı seviyoruz ama çocuklarıma Fenerbahçelliği aşılamayı da korkuyorum. İşimiz bu, işimizi mecburen seveceğiz.

HAYATIN İÇİNDE RENKLERİMİZLE VARIZ



Her renkte çelik boyama işlemi yapıyor,
renklerin sınırsız gücüyle hayatın içinde yer alıyoruz.

SAMSUNG

Samsung beyaz eřyalar yenilikçi teknolojileri ile evinizde



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

DÜNYADA İLK
RÜZGARSIZ
SERİNLİK TEKNOLOJİSİ

SAMSUNG

Samsung Klima Sistemleri



**Wind-Free™ Rüzgarsız
Serinlik Teknolojisi**



GÜRSES
KURUMSAL

Birlik mah. M. Akif İnan Cad. No:4 Gürses Plaza K:2 - Eserler / İstanbul - Tel: 444 95 96 - gurseskurumsal.com.tr

/ gurseskurumsal

/ gurseskurumsal

WhatsApp Hattı:
0532 413 43 63

Müşteriye verebileceğimiz en büyük hizmet güven

Kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

25 yıl özel bir beyaz eşya firmasında hizmet verdikten sonra 19.04.2018 yılında Enes Beyaz Eşya firmasını kurdum. Biriktirdiğimiz iyi insanlarla firmamız çok kısa zamanda piyasada söz sahibi oldu. Sloganımız "Kendinize Ayrıcalık Tanıyın". Güven ve dürüstlük önceliğimiz, çizgimizi bozmadan ticaretimize devam ediyoruz. Oğluma da aynı çizgiyi çok şükür aşılayarak devam ediyorum.

Hangi firmalarla çalışıyorsunuz? Firmalara bir mesajınız var mı?

Davraz Ev Dünyası ile Güney Elektronik firmaları ile çalışıyorum.

Sektörde hedefiniz nedir?

Helal kazanmak, ahlaklı ticaret yapmak.

Son ekonomik gelişmeleri değerlendirir misiniz? Fırsat ve tehditler nelerdir?

Ekonomi olarak pahalılık mevcut. Ama insanların alım gücü kaybolmuyor. En güzel tarafı pazarlık olayı bitti. Ticareti fırsata çevirme zamanı ve buna göre daha tatlı bir ticaret var. Ben gayet memnunum.

Bölgenizdeki tüketicilerin özellikleri nedir? Siz onlara nasıl bir hizmet sunuyorsunuz?

Ben daha çok köylü insanlarla ticaret yapmayı seviyorum. Heybeli insanların bereketli olduğuna inanan bir mantığım var. Onlara verebildiğimiz en büyük hizmetimiz "GÜVEN". Telefonla sipariş verip, görmeden "sen iyi diyorsan gönder" demeleri. Bu bize yeter diye düşünüyorum.

İlave etmek istediğiniz bir şey var mı?

İster tüketici olalım ister ticaret yapıyor olalım, önce ahlaklı olmak gerektiğini düşünüyorum. İnsan kalitesinin her geçen gün düştüğü bir zamandayız. İnsanlara laf anlatmak her geçen gün zorlaşıyor. Satın aldığı küçük bir alet dahi olsa sizi satın almış edalarına çok üzülüyorum. Toplum düzelirse ticaret daha güzel olur diye düşünüyorum.



ARZUM SHAKE'N TAKE SERİSİ İLE HAYATINIZI KOLAYLAŞTIRIN



arzum



Sektör temsilcileri sahaya inmeli

Kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

İlkokulu yurt dışında, ortaokulu ve Liseyi Burdur'da, üniversiteyi de biraz Almanya, biraz İzmir Ege Üniversitesi'nde okudum. Alman Dili ve Edebiyatı 1987 yılı mezunuyum. 1990 yılında Arçelik Bayisi olarak beyaz eşya sektörüne girdim. 2002 yılına kadar ortağımla çalıştım. 2002 yılından bu yana da kardeşim ile birlikte karışık markalarla şimdiki iş yerimizde faaliyet gösteriyoruz.

Perakendecilik konusunda bizimle deneyimlerinizi paylaşır mısınız?

Perakendecilik gerçekten zor bir ticari faaliyet. Özellikle son yıllarda insanların da değişmesi sonucu bu alanda faaliyet göstermek cesaret istiyor. Müşteri hiçbir zaman memnun değil. Ödemelerde eskisi gibi borç namustur ilkesi geçerli değil. Ama yine de 32 yıllık birikimimizin meyvesini yiyoruz ve şimdilik faaliyetimiz devam ediyor.

Hangi firmalarla çalışıyorsunuz? Çalıştığınız firmalara yönelik bir mesajınız var mı?

Biz Arçelik markasını bırakınca bizi Eski Altus Toptancısı olan Antalya Ak Pa buldu. Uzun süre onlarla çalıştık. Daha sonra İzmir Yeşil Ege ile çalıştık. Şimdi Davraz Ticaret /Mers Ticaret / Seren Adana ile ağırlıklı çalışıyoruz. Bunun yanında bize gelen SPOT Teklifleri de değerlendiriyoruz.

Son ekonomik gelişmeleri değerlendirir misiniz? Sektörümüze ne gibi fırsat ve tehditler sunuyor?

Son ekonomik gelişmelere baktığımda; gerçekten benim gördüğüm en kritik günlerden geçiyoruz. Daha önce de atlattığımız krizler var. Bizim bu krizlere karşı tek silahımız var. Yıllardır onu uyguluyoruz.

- Sattığımız malı anında yerine koyarız. Hangi şekilde sattıysak o şekilde tedarik etme yoluna gideriz.
- Parayı kullanalım ilkesi bizde yoktur kar olmadan mal satmayız.
- Aldığımız vadeli malı peşin satalım vadesini kullanalım biz de yoktur. Vade bize sunulan bir avantajdır müşteriye kullandırmayız.

Bölgenizde bulunan müşterilerinize nasıl bir hizmet anlayışınız var?

Müşterimize hizmet ile sahip çıkan bir işletmeyiz. İyi niyetli olduğuna bilirsek gece 24.00'de dükkân açmasını biliriz. Her zaman müşterinin yanındayız. Varsa müşterinin kusuru onu da anlatırız. Ama haklı ise firmayı da şikâyet etmekten geri kalmayız.

Sektöre mesajınız nedir?

Yıllardır söylerim sektör temsilcileri sahaya inmeli. Sadece pazarlama elemanlarını gönderiyorlar ama tabanın sorunlarını bilmiyorlar.





Goldmaster

Uzun Süren Ferahlık İçin...



Hayatı kolaylaştıran ürünler ile
havanız değişsin...
Birbirinden farklı modellerimiz ile
bu yazın keyfini çıkarın.



Soğuk, normal



8 Saat
Zamanlayıcı



18" Kaliteli
Pervane



Su
Sirkülasyonu
ile Ekstra
Soğutma



Sıcak, Soğuk, Normal

goldmaster.com.tr



Ben hala eski kasa, eski masa ve kara defterimle çalışıyorum

Konya pazarının kuruluşunu anlatır mısınız?

Rahmeti babam askerliğini Eğridir'de yapmış ve askerlik görevi bitince Eğridir'de kalmış, orada hırdavat üzerine küçük çaplı bir dükkân açmış, ondan sonra Isparta'ya gelerek buraya yerleşmiş. Isparta'nın en eski esnaflarından. O zamanlar Isparta'da böyle bir mağaza yokmuş ve buranın yerini önce satın almış ve buraya güzel bir mağaza yapmış. Bu mağazanın yapılış yılı 1958'dir. Yani 65 seneden beri bu mağaza burada var. İlk kurulduğunda köylülerin satın alabileceği her türlü hırdavat ve eşyayı bu dükkânda satmış babam. Ben 17 yaşındayken bu işi babamdan devir aldım, daha ilkokulda okurken okul çıkışlarında babamın yanına yardıma geliyordum, akşam beraber dükkânı kapatıp eve birlikte dönüyorduk, anlayacağınız küçüklüğüm bu dükkânda geçti. 18 yaşındayken vergi mükellefi oldum. Ben şu anda 65 yaşındayım 17 yaşından beri bu işi yapıyorum.

Elektrikli ev aletleri satışına nasıl başladınız?

O dönemlerde, yurt dışında Almanya'ya işçi olarak çalışmaya giden köylüler turist olarak Türkiye'ye geldiklerinde, oradan gelirken yanında bir teyp getiriyordu, o teypi biz onlardan alıyorduk. Örneğin 150 TL ye alıp 180 TL'ye satıyorduk. O zamanlar bir teypi kolay bulamazdın, yoktu çünkü böyle ürünler ama bir şekilde bu ürünleri alıp satıyorduk. İlk olarak Delta marka, Maskot marka radyolar vardı bunlar köylerde çok satılıyordu, bunlar ilk pilli ve çanta şeklinde radyolardı, büyük pillerle çalışıyordu ayrıca bunların bir küçük modeli olan çoban radyolar vardı ilk bunları satmaya başladık. Sonra dikiş makinesi satmaya başladık, evlenen kızının çeyizine mutlaka dikiş makinesi konurdu. Üzerine yazardık garantili Aksan Dikiş makinesi diye, 40 yıl geçti aradan ama hala evlerde bu makineler vardır.

İlk beyaz eşya bayiliğiniz hangisiydi?

İlk beyaz eşya bayiliğimiz AEG bayiliği idi, AEG buzdolapları vardı o zamanlar, babamın zamanında bu bayiliği almıştık ama çok ağır satılıyordu, satamıyorduk bu ürünleri sonra bıraktık ve başkasına devrettik bayiliği. İşler hızlanmaya başladığında Profilo bayiliğini aldım ben, uzun süre Profilo bayiliği yaptım daha sonra Vestel bayiliği ve şimdi de Altus Bayiliğine girdim. Bu şekilde devam ediyorum şu anda. Dükkân dar olduğu için beyaz eşya bulunduramıyorum

dükkânda ancak küçük ev aletlerini bulundurabiliyorum. Büyük beyaz eşyaları dükkânda bulunduramadığım için genellikle katalogdan gösterip, satıp depodan teslim ediyoruz. Aslına bakarsanız alışverişe gelen şu anda evlenecek birçok çiftlerin, anne babalarında ben ürün sattım.

Eski tüketici ile yeni tüketici arasında nasıl bir fark var sizce?

Şimdiki tüketici ürünün kaliteli olmasını çok istiyor, parası önemli değil kaliteli olsun yeter ki. Eskiden öyle değildi. O zamanlar ürün ucuz olsun isterlerdi. Eskiden 5 Kg çamaşır makinesi satılırdı ama şimdi 10 Kg çamaşır makinesi istiyor tüketici. Eskiden 2 programlı bulaşık makineleri satılırdı ama şimdi 4-5 programlı makineler çok satılıyor çünkü tüketici bu şekilde istiyor. Eskiden küçük ekran televizyonlar revaçtaydı ama şimdi 152 ekran televizyon istiyor tüketici, bunların hepsini dükkânda bulunduramayacağım için katalogdan göstererek satıyorum.

Geçmişteki satıcılarla günümüzdeki satıcılar arasında ne gibi farlılıklar söz konusu?

Eskiden satıcılardan söz ile mal alırdık, sonra senet başladı, o bitti çek vermeye başladık. Şimdi o da bitti, kredi kartı ile ürün alabiliyoruz, hatta o da şimdi bitmek üzere aldıklarımızı nakit ödemeye başladık. Ama biz hala kendi müşterimize senetle hatta söz ile mal verebiliyoruz. Ancak son zamanlarda ürünlere o kadar çok zam geliyor ki, taksitle 15 bin liraya sattığımız çamaşır makinesinin 2. taksitini müşteri ödemeye geldiğinde malın peşin fiyatı 15 bin lira oluyor dolayısı ile sattığımız ürünün yerine koyamıyoruz, zarar ediyoruz.

Siz mesleğinizi çocuklarınıza devredebilecek misiniz?

Benim yetmişmiş iki oğlum var ama bu mesleği yapmayı istemiyorlar, oğlumun bir tanesi diş hekimi oldu. Kliniğimiz var orada çalışıyor diğer oğlumun da spor salonu var onu çalıştırıyor. Aslında ben işi bırakmak istiyorum, yaşlandım ve sağlık problemlerim de var ama işi çok seviyorum müşterilerimin de ayağı alıştığı için, işi bırakamıyorum. Isparta da her vatandaş, köyler dahil olmak üzere herkes mutlaka bu dükkâna uğramıştır.

Son olarak bize örnek ya da ders olabilecek bir anınız varsa anlatabilir misiniz?

Bir gün dükkânıma bir pazarlamacı arkadaş geldi. Sevdüğimde bir arkadaş mal satıyor,

elinde 6 tane araba teypi var alır mısın abi dedi, alırım dedim. Bugünün parası ile bin liradan, altı bin lira vererek 6 tane araba teybini aldım. Gitti aradan bir saat geçti tekrar dükkânıma geldi, Ali abi dedi 2 adet araba teybini şurada bir arkadaşına sattım, benden acil istiyor, sen bana iki tanesini ver, ben ona vereyim senin teybini kargo ile bugün çıkarttırayım, senin teybin gelsin dedi. Peki dedik inandık güvendik bende teypleri verdim. 2 teypi ödünç olarak verdik bakıyorum bakıyorum teyp gelecek diye, telefon açıyorum telefonlarına da bakmadı bir daha adamın yüzünü görmedik, iki teyp bizden gitti. Dolandırıldık yani bu olay bana ders oldu. Bu mesleği yapan ya da yapacak kişilere tavsiyem şu olacaktır, insanlara kolay inanmasınlar ve güvenmesinler. Bu tavsiyeyi ben veriyorum ama bende aynı şeyi yapıyorum. Çoğu müşterimi tanıyıp bildiğim halde onları kıramıyorum ve açık hesap mal veriyorum, yüzümün yumuşaklığı yüzünden parasını ödemeyip gidenlerde oluyor. Son olarak şunu söyleyebilirim ticaret artık çok zorlaştı, kar marjları azaldı, şartlar ağırlaştı, geçinmek zorlaştı, maliyetler arttı, kiralara arttı, bunlar bizim gibi esnafları zorlayan şeyler. Müşterimizi seçiyoruz, kefile mal veriyoruz ama yine de dolandırılıyor.



Sağlığınız için 7/24 yanınızdayız.

İster evde ister ofiste, dilediğiniz her yerde.
Bir Adım Sağlık'la siz nereye sağlık oraya.



444 15 77

[f](#) [@](#) [in](#) [v](#) /biradimsaglik
www.biradimsaglik.com

 **BİR ADIM
SAĞLIK**

Siz nereye sağlık oraya



Arçelik güneş paneli üretimine başlıyor



Dayanıklı tüketim alanında dünyanın önde gelen şirketlerinden olan Arçelik, yenilenebilir enerji alanında önemli bir yatırıma imza atarak, güneş paneli üretimine başlıyor. İstanbul Beylikdüzü'nde, 11 bin metrekare kapalı alana sahip güneş paneli üretim tesisinin kapasitesinin bu yılın sonuna kadar iki katına çıkarılması planlanıyor.

Arçelik'in dünyada 40 binden fazla çalışanı, 53 ülkede 82 iştiraki ile alanında dünyanın lider şirketlerinden biri olarak, yenilenebilir enerjiye öncelik verdiğine dikkat çeken Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Kemal Ebiçlioğlu, "Arçelik, güneş paneli üretimi ile 9 ülkedeki 30 üretim tesisine bir yenisini daha ekledi. Arçelik'in yaklaşık 10 milyon euro yatırımla hayata geçirdiği güneş paneli üretim tesisi 550 bin güneş paneli üretim kapasitesine sahip. Yılın ikinci yarısında yapacağımız yatırımlarla üretim kapasitesi yıllık 1 milyonun üzerine çıkacak. Arçelik'in güneş paneli üretimine adım atmasının, ülkemiz için de çok önemli ve stratejik bir gelişme olduğuna inanıyorum. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde 4 kez üst üste sektörünün lideri olan Arçelik güneş paneli üretimi ile bu alandaki çalışmalara da öncülük ederek ülkemizdeki yenilenebilir enerji dönüşümüne ivme kazandıracaktır. Yenilenebilir enerji kullanımının güneş gibi sınırsız ve temiz bir kaynaktan sağlanması sadece enerji giderlerini azaltmakla kalmıyor, karbon emisyonlarının azaltılmasına da yardımcı oluyor. Arçelik'in güneş paneli üretimine adım atmasının, ülkemiz için de çok önemli ve stratejik bir gelişme olduğuna inanıyorum. Arçelik'in bu



alandaki yerli üretime başlaması, ülkemizde, yenilenebilir enerji kullanımının artmasına ve enerjide dışa bağımlılığın azalmasına da destek olacak. Hedefimiz bu alanda yerli üretimle sadece Türkiye'nin ihtiyacını karşılamakla yetinmeyip, yakın bir gelecekte Avrupa'ya da ihracat yapmak" dedi.

Arçelik'in Güneş Panelleri 12 yıl ürün, 25 yıl verimlilik garantili

Arçelik, müşterilerine, ürettiği güneş panellerinin kurulumundan, gerekli izinlerin alınması ve bakım hizmetlerine kadar kapsamlı bir hizmet sunacak. Arçelik'in 550 Watt'lık güneş panelleri, 12 yıl ürün garantisine ve 25 yılda minimum yüzde 83 lineer performans garantisine sahip.

Arçelik, test üretimine başlayan Beylikdüzü işletmesinden çıkan ilk ürünlerin kurulumunu deprem bölgesindeki konteyner kentlere yapıyor. Şirket, Koç Topluluğu şirketlerinin desteğiyle kurulan

konteyner kentlerde, çatılara güneş paneli kurulumu yaparak, elektrik ihtiyacının bir kısmının karşılanmasına destek olmayı hedefliyor.

2050 yılına kadar tüm operasyonlarında net sıfır emisyonu ulaşmayı hedefleyen Arçelik bu doğrultuda 2030 yılına kadar yenilenebilir enerji alanında kurulu kapasitesini yeni yatırımlarla 50 MW'a çıkaracak. Arçelik kendi tesislerinde de kurduğu güneş santralleri ve arazi projeleri ile bu hedefe çok daha kısa bir sürede ulaşmayı hedefliyor. Türkiye'de Ankara, Eskişehir, Tekirdağ, Bolu ve Manisa işletmelerinde; ayrıca Tayland, Güney Afrika, Romanya ve Pakistan'daki üretim tesislerinde güneş santralleri bulunuyor. Arçelik, işletmelerinde kurulu bu güneş enerjisi santralleri ile yıllık 21.000 MWh'lık elektrik üretimi gerçekleştirilebilecek ve 9922 ton CO2 sera gazı emisyonu önleyecek.

KUMTEL®

MİKRODALGADAN *daha fazlası*

Airfryer ve Mikrodalga Bir Arada

900
Watt

23 L
İç Hacim

SUS304
İç Hazne

OTO.
Pişirme
Programları

DİJİTAL
Zamanlayıcı

HIZLI
Buz Çözme

AIRFRY
Fonksiyonu



kumtelturkiye /    
kumtel.com



0850 333 56 85

Türkiye Geneli Yaygın ve Hızlı Servis Ağı



Arzum, yeni dönem yönetim kurulu üyelerini seçti

Arzum'un yönetim kurulu geçtiğimiz günlerde gerçekleştirilen olağan Genel Kurul Toplantısı'nda ikisi bağımsız yönetim kurulu üyesi olmak üzere toplamda 6 kişi olarak belirlendi. Elif Ateş Özpak ve Cenk Serdar, Arzum'un bağımsız yönetim kurulu üyeleri seçilirken, Arzum İcra Kurulu Başkanı Şecaettin Arda Altınok; Arzum'un üç üst düzey yöneticisinin birer yıl arayla icra kurulu başkanlığı ve yönetim kurulu üyeliği görevini üstleneceği Co-CEO yönetim sistemi doğrultusunda yönetim kurulu üyesi olarak görev alacak.

Arzum'un Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) yaptığı açıklamaya göre; Arzum'un yeni yönetim kurulu üyeleri; Talip Murat Kolbaşı (Yönetim Kurulu Başkanı), Yasemin Rezan Kolbaşı (Yönetim Kurulu Başkan Vekili), Ali Osman Kolbaşı (Yönetim Kurulu Üyesi), Şecaettin Arda Altınok (İcra Kurulu Başkanı & Yönetim Kurulu Üyesi), Elif Ateş Özpak (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi) ve Cenk Serdar (Bağımsız Yönetim Kurulu Üyesi) olarak onaylandı. Bağımsız yönetim kurulu üyeleri de dahil olmak üzere tüm yönetim kurulu üyelerinin görev süresi genel kurul tarihinden itibaren 1 yıl olarak belirlendi.



Arda Altınok Kimdir?

1995-2000 yılları arasında Hacettepe Üniversitesi'nde İktisat eğitimi alan Şecaettin Arda Altınok, 2000 yılında lisans derecesi ile mezun oldu. 2002- 2014 yılları arasında Deloitte Türkiye ve ABD'de çeşitli kademelerde çalıştı, yönetici görevlerinde bulundu. 2002-2006 yılları arasında Deloitte Türkiye'de görev aldı, denetim ekiplerini yönetti ve aynı zamanda sorumlu oldukları şirketlerin finansal tablolarını denetledi. 2006-2008 yılları arasında Deloitte&Touche LLP, New York/ ABD'de Deloitte Private bünyesindeki Küresel Kalkınma Programı'na aday gösterilip, 18 ay boyunca Deloitte'un New York ofisinde görev aldı. Sonrasında, Deloitte Türkiye'de kariyerine devam ederek Denetim Bölümü'nde yönetici olarak görev aldı. 2014-2020 yılları arasında Doğu Hospitality Grup'ta kariyerine Oteller Grubu Finans ve İdari İşler Direktörü olarak devam etti. 2020 yılında tüm finansal süreçlerin yönetimine liderlik etmek üzere Arzum'da çalışmaya başlayan Ş. Arda Altınok, 1 Ocak 2023 itibarıyla İcra Kurulu Başkanlığı görevini üstlendi. Şecaettin Arda Altınok SPK Kurumsal Yönetim İlkelerine göre bağımsız üye niteliğini taşımamaktadır.

Elif Ateş Özpak kimdir?

Elif Ateş Özpak, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden 1992'de mezun olmasının ardından 1994'te başladığı Pekin & Pekin Hukuk Bürosu'na 2019'da ortak oldu. 2000 yılında Harvard Üniversitesi Uluslararası Ticaret Programı'nı (PIL) tamamlayan Özpak, 2001 ve 2005 yılları arasında Turkcell'in kurumsal hukuk müşavirliği görevini üstlendi. 2004-2008 yılları arasında Taboğlu, Ateş, Demirhan hukuk bürosunda hissedar ortak oldu. Halihazırda Kybele Consulting Limited UK'de Yönetici Ortak, Globalturk Capital'da ortak, Crescent Capital CETF'de (Temiz Enerji Fonu) kurucu ortak, BN Telekom 11880 ve bulurum.com'da kurucu ortak olarak görev yapıyor. Elif Ateş Özpak son 12 yıl içinde; Unico Sigorta (eski Aviva Sigorta) (2019) bağımsız yönetim kurulu üyesi, Boyner Group (2012-2017) bağımsız yönetim kurulu üyesi, Kuzeykaya Elektrik Üretim A.Ş. (2014-2016) yönetim kurulu üyesi, Doğa Çevre Teknolojileri A.Ş. yönetim kurulu üyesi (2014-2016), Kredix (fin-tech) (2014-2016) bağımsız yönetim kurulu üyesi, Ray Sigorta (2008) yönetim kurulu üyesi olarak görev aldı. Elif Ateş Özpak, SPK Kurumsal Yönetim İlkelerine göre bağımsız üye niteliğini taşımaktadır.



Cenk Serdar kimdir?

Cenk Serdar, Bilkent Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nden mezun olduktan sonra, Fulbright ve TEV Vakfı burslusu olarak The Wharton School'da işletme alanında yüksek lisans yaptı. Çalışma hayatı süresince Doğu Grubu (1999-2004), Turkcell (2005-2009), Vodafone (2009-2013), Saudi Telecom Grubu (2013-2019) gibi şirketlerde, Türkiye ve yurt dışında üst düzey yöneticilik görevlerini üstlendi. Telekomünikasyon, bankacılık, otomotiv ve teknoloji sektörlerinde yerel ve küresel olarak operasyon, birleşme ve satın almaları yönetti. Türk Telekom gibi halka açık şirketlerin de dahil olduğu çok sayıda telekomünikasyon, teknoloji ve finansal hizmet şirketinin yönetim kurullarında görev aldı. Dijital dönüşümde de deneyime sahip olan Cenk Serdar, yüzü aşkın teknoloji şirketinde yatırımcı ve çeşitli risk sermayesi firmalarında yatırım komitesi üyesi olarak görev yapıyor. Cenk Serdar, SPK Kurumsal Yönetim İlkelerine göre bağımsız üye niteliğini taşımaktadır.



arnica™

EVİNİZİ
İŞİN

PROFESYONELLERİNE
EMANET EDİN

• Solara
Şarjlı
Dik Süpürge

• Sofa
Kablosuz
Şarjlı Süpürge

3 yıl
garanti



➤ BSH Türkiye, TOSİ Projesi ile geleceğin iş gücüne yatırım yapıyor



BSH Türkiye, gençlerin mesleki gelişimine katkıda bulunmak ve satış sonrası servis hizmetleri alanında donanımlı personel ihtiyacına karşılık vermek amacıyla geliştirdiği TOSİ (Meslek Liseleri, Mesleki Eğitim Merkezleri ve Teknik Okullarla Stratejik İş birliği) projesini 2011 yılından beri kararlılıkla sürdürüyor. TOSİ projesi ile BSH Türkiye, mesleki ve teknik eğitim alan öğrencilere sektörü daha iyi tanıma fırsatı sunmayı, kariyerlerine katkıda bulunmayı ve donanımlı çalışanlar olarak ülke istihdamına katılmalarını sağlamayı hedefliyor.

BSH Türkiye Servis Departmanı liderliğinde yürütülen TOSİ projesi, beyaz eşya sektörünü geleceğe taşıyacak donanımlı

ve nitelikli çalışanların yetişmesine olanak sağlıyor. 2011 yılında hayata geçirilen TOSİ projesi için bugüne dek Türkiye'nin farklı noktalarında 8'i Mesleki Teknik ve Anadolu Lisesi ve 1'i Meslek Eğitim Merkezi olmak üzere toplamda 9 okul ile iş birliği gerçekleştirildi. Proje kapsamında, teknik liselerde beyaz eşya ve küçük ev aletleri sınıfları kuruldu ve bu sınıflar, BSH ürünleriyle donatılarak modern ve işlevsel bir öğrenme ortamı oluşturuldu. Ayrıca, BSH Türkiye tarafından sağlanan teknik laboratuvarlar, öğrencilerin pratik becerilerini geliştirmeleri ve mesleki bilgi birikimlerini artırmaları için önemli bir kaynak oldu. TOSİ projesi, genç yeteneklerin BSH ürünleriyle gerçek dünya deneyimleri

yaşamalarını ve teknik becerilerini geliştirerek beyaz eşya sektöründe istihdam edilebilirliklerini artırıyor.

314 öğrenciye staj, 16 yeni mezuna iş imkânı

BSH Türkiye'nin sürdürdüğü uzun soluklu proje, mesleki ve teknik okullardan mezun olan gençler için aynı zamanda istihdam fırsatı anlamına geliyor. Bugüne kadar TOSİ projesinin yürütüldüğü okullarda eğitimini tamamlayan 16 genç mezun, teknisyen olarak BSH servis ailesine katılırken 314 öğrenci de profesyonel satış sonrası servis hizmeti stajlarını BSH servislerinde gerçekleştirdi.

➤ GROUPE SEB Türkiye Satış ve Perakende Direktörü Şükrü Çetinkaya oldu

Groupe SEB Türkiye Satış Departmanı'nda "Satış ve Perakende Direktörü" pozisyonuna Şükrü Çetinkaya getirildi. Son 4,5 yıldır Satış Direktörü unvanıyla Sony Türkiye'de görev alan Çetinkaya artık, Tefal, Rowenta, Krups ve Moulinex markalarının tümünün ülkedeki satış faaliyetlerinden sorumlu olacak. 2 Mayıs 2023 itibarıyla yeni görevini devralan Çetinkaya'nın gündeminde, Groupe SEB Türkiye'nin mevcut bayi ve satış noktalarının güçlendirilmesi, ayrıca yeni kanal ve ürün stratejisiyle özellikle e-ticaretteki marka pazar payının artırılması öncelikli konular olarak yer alacak.

Marmara Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler mezunu olan Çetinkaya, profesyonel kariyerine 2005'te Volkswagen Doğu Oto'da Satış Temsilcisi olarak başladı ve 2007 yılında Saha Satış Yöneticisi unvanıyla Volkswagen Doğu Finans'a geçiş yaptı. Mayıs 2011'den itibaren 12 yıl boyunca kariyerini sürdürdüğü Sony Türkiye'de sırasıyla Ürün Müdürü, Kıdemli Ürün Müdürü, Kıdemli Satış & Pazarlama Müdürü, Tüketici Ürünleri Pazarlama Müdürü ve Satış Direktörü pozisyonlarında görev yaptı.



Şükrü Çetinkaya
GROUPE SEB Türkiye Satış ve Perakende Direktörü



ENERJİ VERİMLİ ve YÜKSEK PERFORMANSLI HOOVER TEKNOLOJİLERİNİ KEŞFEDİN.



Enerjiden ve zamandan tasarruf etmenizi sağlayan Hoover ürünleri, çevreye saygı gösterirken yüksek performans sunar.

Yıkama, kurutma, pişirme ve süpürme teknolojileri ile evinizde yüksek verimlilik ve tasarruf sağlayın.

*A enerji sınıfı, G enerji sınıfına kıyasla %51'e varan enerji tasarrufu sağlar.

0850 811 12 90 hoover.com.tr [f HooverTurkiye](https://www.facebook.com/HooverTurkiye) [t HooverTurkiye](https://www.instagram.com/HooverTurkiye) [i HooverTurkiye](https://www.instagram.com/HooverTurkiye) [p hoverturkiye](https://www.instagram.com/HooverTurkiye)



Türkiye'nin ilk renk değiştirebilen ödüllü kliması Toshiba Haori Antalya mimarlar ile buluştu

Alarko Carrier, inovatif tasarımlarıyla fark yaratan Toshiba Haori ve Shorai Edge klimalarını Antalya mimar ve iç mimarlar ile buluşturdu. 21 Haziran'da Antalya DoubleTree By Hilton Hotel'de düzenlenen etkinlik, yoğun ilgiyle karşılandı.

Toshiba Ürün Yöneticisi Caner Doğan, Toshiba Haori ve Shorai Edge Black&White klimaların tasarım dünyasına yenilikçi çözümler getiren özelliklerini mimarlarla tanıştırdı. Toshiba Satış Müdürü Alper Özgür ve Toshiba Satış Lideri Mehmet Keresteci'nin de katıldığı buluşmaya, Antalya'da prestijli projelere imza atan mimar ve iç mimarlar büyük ilgi gösterdi. Katılımcılara Toshiba Shorai Edge Black&White klimalarının hem siyah tabanlı hem de beyaz tabanlı duvarlara uygulanarak esneklik sağlayan yeni sık ve mat tasarımları hakkında bilgi verildi.



Farklı desen seçeneklerine sahip özel kumaşlar ile kaplanan ve Türkiye'nin ilk renk değiştirebilen ödüllü kliması olan Toshiba Haori, bulunduğu ortamın dekorasyonuyla bütünleşme, her tarza uyum sağlama gibi özellikleriyle mimar ve iç mimarların ilgisini çekti. Yeni sesli komut özelliği, dahili wifi ve enerji tüketimi izleme ayrıcalıkları da katılımcıların beğenisini topladı.

LG, akıllı yaşam çözümleri şirketine dönüşüyor

LG Electronics (LG), 2030 yılına kadar 100 trilyon KRW'lık küresel yıllık gelir elde ederken müşterilerin farklı deneyimlerini birbirine bağlayabilen ve genişletebilen bir "akıllı yaşam çözümleri şirketi" haline gelme vizyonunu açıkladı.

Güney Kore, Seul'deki LG Sciencepark'ta dönüm noktası niteliğinde bir konuşma yapan CEO William Cho, üç büyüme motoru üzerine inşa edilen cesur vizyonu özetledi: iş portföyünün geliştirilmesi yoluyla yeni platform tabanlı hizmet işletmelerini takip etme, işletmeler arası hızlandırma (B2B) ve elektronik araç şarjı ve dijital sağlık gibi yeni iş alanlarını keşfetmek. CEO, elektrifikasyon, hizmete dönüştürme ve dijitalleştirmeyi, LG'nin hızlı orta ve uzun vadeli büyüme elde etmek için odaklanacağı kilit dönüm noktaları olarak belirledi.

CEO Cho; "LG, kaliteli ürünler sunan en iyi ev aletleri markası olarak mevcut pozisyonuna yaslanmak yerine, müşterilerin çeşitli alanlarını ve deneyimlerini birbirine bağlayan ve genişleten bir akıllı yaşam çözümleri şirketi olarak dönüşmek ve ileriye doğru sıçramak için cesur vizyonunu sürdürmeye devam edecek. Bu hedefe yönelik çalışma ve iletişim kurma şeklimizi yeniden keşfederek yepyeni bir LG kuracağız" şeklinde konuştu.

CEO ayrıca şirketin mali hedeflerini de vurgulayarak; "Yüzde 7 veya daha fazla ortalama büyüme oranı ve faaliyet kârı ile işletme değerinin FAVÖK'e oranı 7'yi kapsayan Üçlü 7'ye ulaşacağız. Geçen yıl 65 trilyon KRW olan satışları 2030 yılına kadar 100 trilyon



KRW'ye çıkarma hedefiyle, kendimizi pazar ve müşteriler tarafından gerektiği gibi tanınan bir şirket olarak kuracağız" dedi.

Cho, LG'nin müşteri deneyimine odaklanmanın üç ayağı olarak platform tabanlı hizmet iş modeline geçiş, B2B alanlarının hızlandırılması ve rekabet üstünlüğüne dayalı yeni büyüme motorlarının tedarikine odaklanacağını söyledi. 2030 yılına kadar bu üç maddenin satış ve faaliyet kârındaki payının yüzde 50'nin üzerine çıkması bekleniyor.

Şirket, üç yeni büyüme motorunun liderliğindeki iş portföyünün geliştirilmesi de dahil olmak üzere işin niteliksel büyümesi için 2030 yılına kadar 50 trilyon KRW'den fazla yatırım yapmayı planlıyor. Buna 25 trilyon KRW'den fazla Ar-Ge yatırımı, 17 trilyon KRW'den fazla tesis yatırımı ve 7 trilyon KRW'den fazla stratejik yatırım da dahil ediliyor.

CEO, şirketin B2B işinin genişlemesini de hızlandığını açıkladı. LG'nin son 65 yıl boyunca sürekli yeniliklere sahne olan B2C işinde birikmiş olan müşterilerle ilgili zengin anlayışı ve müşterilerle iletişim kurma ve empati kurma konusundaki bilgi birikimi tamamen ticari, mobilite ve sanal alanlara genişletilecek.

Cho, LG'nin müşterilerin kalbini ısıtan bir marka olma nihai hedefiyle her müşteri temas noktasında kurumsal kültürden marka iletişimine şirket çapındaki değişiklikleri nasıl hızlandığını, "Life's Good"un (Hayata Güzel) değerini ve felsefesini müşterilerine hissettiren yüzleri gülümsettiğinin altını çizdi. Şirket ayrıca küresel bir kurumsal vatandaş olarak sorumluluklarını yerine getirmek için ESG yönetim faaliyetlerine yön veriyor.

simfer SmartTV ile

Gördüklerinizin ötesinde gerçek renkler
ve çok daha canlı görüntü



4KQLEDTV **4KULEDTV** **4K UltraHD** **FHD FullHD1080P** **HD720P**

HDR10+

HIGH
VOLUME

DOLBY
DIGITAL

Frameless

simfer

Arzum Tripper Seyahat Ütüsü tatil bavullarının vazgeçilmezi olacak

Tatilin olmazsa olmazı şık yaz akşamlarına eşlik edecek kıyafetlerin de en az bir o kadar şık olması, kırıksıklıkların tatil şıklığına gölge düşürmemesi gerekiyor. Arzum'un hayatın her anında olduğu gibi tatilde de şıklığından ödün vermek istemeyenler için tasarladığı Arzum Tripper Seyahat Ütüsü, yüksek ütöleme performansı ile seyahatlerde de şıklığınızı korumanıza yardımcı oluyor.

Ultra hafif ve kompakt yapısı ile valizlere kolayca sığan seyahat ütüsü, katlanabilir tutma sapı ile valizde çok az yer kaplar. Ayarlanabilir buhar gücü ile kıyafetlerin hassasiyetine göre ütü yapmayı mümkün kılar. Optimal seramik tabanı ile zahmetsiz ve hızlı bir ütü deneyimi için kıyafetlerin üzerinde kolayca kayar. Çizilmelere karşı dirençli tabanıyla uzun süreli kullanım sunar. Dakikada 12 g sürekli buhar ve 45 g çok buhar özellikleriyle seyahatlerde de kıyafetleri kusursuz bir görünüme



kavuşturur. 55 ml kapasiteli su haznesi, yoğun buhar gerektiren ütülerin ihtiyacını karşılar. Dikey buhar özelliği ile en kırıksık kıyafetlerin dahi ütülenmesini kolaylaştırır. Çift voltaj özelliği sayesinde yurt içi ve yurt dışı seyahatlerinde de rahatlıkla kullanılabilir.

Beko'dan fryer özellikli ankastre fırın; Fitfry

Beko, yeni FitFry Ankastre Fırın ile hem fırın hem de fryer özelliklerini tek bir üründe buluşturuyor. FitFry Ankastre Fırın, fryer özelliği ile az yağlı ya da yağsız, lezzetli kızartmalar yaparken, buhar destekli pişirme özelliği ile de yemekleri suyunu kaybetmeden, yumuşak kıvamda pişiriyor. Geniş iç hacmi sayesinde ise tek seferde birkaç çeşit kızartmayı tüm aileye yetecek miktarda pişirebiliyor.

FitFry Ankastre Fırın, özel tasarım örgü tel tepsisi ve homojen ısı dağılımı sayesinde dışı çıtır çıtır, içi yumuşacık sağlıklı kızartmalar yapabiliyor. Kızartmaları az yağlı ya da yağsız olarak pişirebilen FitFry Ankastre Fırın, sağlıklı, hızlı ve kolay yemek pişirme imkânı sunuyor. FitFry'nin dokunmatik dijital ekranı ile istenilen pişirme programı seçilebiliyor, zaman ve sıcaklık ayarı yapılabiliyor. Bulaşık makinesinde yıkanabilen paslanmaz çelik tepsisi ile kolay temizlik imkânı tanıyor. Teleskopik ray sistemi sayesinde tepsiler tek elle hareket ettirilebiliyor.



Samsung Multi Split klimalar ile konforu her odaya taşımak mümkün

İnovasyonu odağa alan teknolojileri her alanda geliştirmeye devam eden Samsung, sıcak havalarda serinlemenin konforlu ve tasarruflu yolunu kullanıcılara sunuyor. Samsung'un Multi Split klimaları, birden fazla odadaki klimanın tek bir dış ünite ile çalışmasına imkan sağlıyor. Multi Split klimalar ev ortamlarında yerden tasarruf ederken dışarıda da görüntü kirliliğinin önüne geçiyor. Tek bir dış ünitenin kullanılması düşük ses seviyesi ile çalışmasını sağlarken farklı iç ünite seçenekleri de mimari tasarımlara uyum sağlıyor.

Samsung Multi Split klimalar, gelişmiş kompresör teknolojisi sayesinde verimli ve güvenli bir performans sağlar. Dış ortam sıcaklığı 46°C olduğunda soğutmaya ve dış ortam sıcaklığı -15°C olduğunda ısıtmaya devam ederek zorlu hava koşullarıyla başa çıkmak için ek ünitelere duyulan ihtiyacı ortadan kaldırır. Akıllı Inverter Sistemi, ayarladığınız sıcaklığa hızlı bir şekilde ulaşır ve sürekli olarak konforlu bir ortam yaratmak için hassas kontrol yapmaya devam eder.

Samsung'un Multi Split klima çeşitleri arasında; rahatsız edici klima rüzgarını 23.000 mikro hava deliğinden yumuşak ve sessizce dağıtan ve bu modda çalışırken aynı zamanda yüzde 77'ye kadar daha az enerji tüketen WindFree™ Duvar Tipi İç Ünite, on binlerce mikro delik ile hava akışını eşit olarak dağıtarak çok daha nazik ve yumuşak bir esinti yaratan ve uzun kanatları sayesinde serinliği uzak mesafelere taşıyan WindFree™ Tek Yön İç Ünite, tüm mekanlara kolayca uyum sağlayan esnek tasarıma sahip Kanal Tipi İç Ünite yer alıyor.



TCL



56°C Yüksek Sıcaklık Kendi Kendini Temizleme

Filtre Temizleme Hatırlatıcısı

Belirli bir süre çalıştıktan sonra klima, filtrenin temizlenmesi gerektiğini otomatik olarak algılar ve filtrelerde çok fazla bakteri birikmesini önlemek için kullanıcılara filtre temizliğini hatırlatarak sağlıklı hava sunar.



Evaporatör, kanattaki kirleri dondurmak için buzlanır, ardından büyük miktarda su üreterek kirleri temizlemek için buz çözme işlemine başlar. 55°C'de hızlı kurutmanın ardından evaporatör daha temiz ve daha steril hale gelir.



Buzlandırma



Buz Çözme



50°C Yüksek Sıcaklıkta Kurutma



Daha Temiz ve Daha Steril

Miele K 4000 buzdolapları hem enerji tasarrufu sağlıyor hem de gıda israfının önüne geçiyor

Miele'nin üstün saklama koşulları sunan K 4000 serisi buzdolapları, PerfectFresh Active özelliği ile meyve ve sebzelerin geleneksel çekmeceli buzdolaplarına göre beş kat daha uzun süre taze kalmasını sağlıyor. Yeni nesil buzdolapları, gıdaların bozularak çöpe gitmesini önlerken, dondurucu-buzdolabı olarak ayarlanabilen bölmeleriyle farklı bir kullanım deneyimi yaşıyor. K 4000, A sınıfı enerji etiketiyle Miele'nin sürdürülebilirlikteki duruşunu gözler önüne sererken, Red Dot ve iF Design Award ödülleriyle tasarımda geldiği noktayı kanıtıyor.

Üstün saklama koşulları sunan Miele K 4000 serisi buzdolapları, doğru ısı ve nem oranının mükemmel kombinasyonda bulunduğu PerfectFresh Active teknolojiyi ile meyve ve sebzelerin tazeliğini uzun süre koruyor. Her 90 dakika ya da her kapı açıldığında buzdolabı çekmecelerine ince bir buhar tabakası şeklinde su püskürten PerfectFresh Active teknolojiyle gıdalar uzun süre tazeliğini, vitamin ve besin değerlerini muhafaza ediyor. Düşük ısı sayesinde bakteri gelişimi yaşanmayan, son derece kolay temizlenebilen 120 ml kapasiteli su haznesi, buzdolabında çok az yer kaplıyor. Son derece düşük su tüketimi sayesinde su haznesinin iki ila üç ayda bir doldurulması yeterli oluyor. K 4000 nesli, verimlilik konusunda standartları da yukarı

taşıyor. K 4000, buzdolabı-dondurucu kombinasyonları, A enerji etiketiyle en yüksek verimlilik sınıfında yer alıyor. Miele K 4000, organik malzemeden üretilmiş yüksek kaliteli izolasyonu ile öne çıkıyor. Bu yüksek kaliteli izolasyon malzemesinin kullanımıyla Miele, ürünlerinin kullanım ömrü boyunca yüksek seviyede enerji verimliliği sağlıyor.

K 4000'in yeni Freeze&Cool özelliği ile buzdolabı-dondurucu kombinasyonu son derece esnek hale geliyor ve dondurucu bir buzdolabı bölümü olarak kullanılabilir. Dondurucu bölmenin sıcaklığı yiyecekleri dondurmak istendiğinde -25°C ila -15°C, buzdolabı bölümü olarak kullanılmak istendiğinde -2°C ila +14°C arasında ayarlanabiliyor. Bu özellik balık ve deniz mahsulü sevenler için ayrıca kullanım kolaylığı sunuyor. Ayarlanabilen sıcaklık sayesinde patates, turuncgiller ve salatalık gibi yiyecekler de buzdolabında saklanabiliyor. K 4000'de çok yönlülük, bölümlendirilmiş raf teknolojisi FlexiBoard ile devreye giriyor. Cam rafın ön paneli rafın arkasındaki altına kolayca kaydırılabilir. Böylece raf kullanılmadığında harici depolama ihtiyacı da ortadan kaldırılıyor. FlexiBoard, tencere ve şişeler gibi çok yer kaplayan parçaların buzdolabına kolayca yerleştirilmesine olanak tanıyor. Ayrıca raflar, zahmetsiz ve sorunsuz bir şekilde sonsuz seçenekle ayarlanabiliyor.



Goldmaster SE-92 gizli damacana su sebili ile sıcak-ılık-soğuk suların tadını çıkarın

Geliştirdiği inovatif ürünlerle hayatımızı kolaylaştıran Goldmaster, Su sebili SE-92 tüketicilerin beğenisine sunuyor. Sahip olduğu gizli damacana tasarımı sayesinde, damacana sebili 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.



Goldmaster Şef Profesyonel Stand Mixer ile hamur işlerinize şef dokunuşu

Goldmaster Şef Profesyonel Stand Mixer ile mutfağınıza usta bir şef eli geliyor ve sofralarınıza en lezzetli hamur işlerini konuk ediyor. 5,5 Litre kapasiteli çelik haznesi ile tüm tariflerinizi eksiksiz yapmaya olanak sağlarken, 10 kademeli ve darbeli hız ayar butonu ile de en yoğun hamurları hiç yorulmadan yoğuran Şef Profesyonel Stand Mixer, sıçramaya karşı koruma kapağı sayesinde ise tertemiz bir mutfak sunuyor. Hamur yoğurmanın dışında çırpma ve karıştırma aparatları ile farklı tarifler deneyerek mutfakta harikalar yaratmanızı sağlayan Şef Profesyonel Stand Mixer, emniyet kilit sistemi sayesinde de olası küçük kazalara karşı koruma sağlıyor. Tek mandalla açılıp kapanabilen gövde dizaynı ile pratik bir kullanım sunan stand mixer, çıkarılıp temizlenen aparatları ile de mükemmel hijyeni sağlıyor. Düşük ses seviyesi sayesinde her an kullanım imkanı sunarken, etkileyici parlak kırmızı tasarımı ve mavi LED ışığı sayesinde mutfağınızın parlayan yıldızı olacak.



YERLİ ÜRETİM BATARYA İLE ÜRETİLEN İLK YERLİ ÜRETİM DİK TİP ŞARJLI SÜPÜRGE*

**VESTEL'LE
OLUR**
NEDEN OLMASIN?

Eco Mod'da Tek Şarjla
80 Dakika Kullanıma Varan
Yerli Üretim Batarya

Ağırlığı Dengeleyen
Ergonomik Sap
ve Gövde

Mıknatıslı
Duvara Askı
Aparatı

Konforlu Kullanım
Sağlayan
Hava Çıkış
Kanalları

0,5 LT
Kompakt
Toz Haznesi

**Vestel
S50 B**

Yüksek Hareket
Kabiliyetine Sahip
LED Aydınlatmalı
Süpürücü Başlık

*Yerli üretim bataryayla üretilen ilk yerli üretim şarjlı süpürge olma özelliği: Vestel S50 modelinin lansmanının yapıldığı 1 Eylül 2022 tarihinde Türkiye'de satılan ve batarya menşei bilgileri resmi satış sayfalarında belirtilen diğer şarjlı dik tip süpürge modelleri dikkate alınarak belirtilmiştir.



En iyi restoran filmleri

1. The Cook, The Thief, His Wife & Her Lover İngiltere - 1989

Peter Greenaway ustanın zamanında hem dünyayı, hem İstanbul film festivali müdavimlerini şoka soktuğu çarpıcı başyapıtı. Tutku, yemek, aşk ve ölüm arasında bol cinsellik soslu rengarenk bir dünya kurmayı başaran auteur yönetmen, parlak oyunculuklara paralel işlenmiş şairane setlerin etkileyiciliği ile grotesk bir ortamın içine çekip bırakıyor izleyeni. Sonunda da bomba gibi bir finalle, tıpkı abartılı bir şölenin sonu gibi bitiriyor filmini.



2. The Menu ABD - 2022

Mark Mylod'dan korku ve kara mizahı çok iyi harmanlayan bir "Fine dining" gerilimi. Giderek hayatımıza yerleşen "fine dining" (müşterinin lüks bir restoranda özel ilgi ile ağırlanması) konseptini trajikomik bir şekilde ele alan film, korkutucu ve eğlenceli olmayı başarıyor. Burada en büyük pay, efsanevi bir şefi oynayan Ralph Fiennes'te.



3. Big Night ABD - 1996

Stanley Tucci ve Campbell Scott'ın yönetip, oynadığı (Tucci başrolde, Scott küçük bir rolde) film, iki İtalyan kardeşin ABD'de o dönemlerde pek tanınmayan İtalyan mutfağını maddi imkânsızlıklara rağmen idealistçe kabul ettirme çabalarını anlatıyor. Çok sayıda ödül kazanmış, çok sağlam bir dramedî.



4. Ratatouille ABD - 2007

En iyi animasyon yönetmenlerinden Brad Bird'den çok iyi bir komedi. Yemek yapmasını çok iyi bilen bir farenin gizli yardımcılığıyla bir aşçı yamağının giderek usta bir aşçıya evrilmesinin hikâyesi. Usta komedyenlerin ve veteran karakter oyuncularının seslendirdiği filmi mutlaka orijinal dilinde seyredin (çocuğunuzla seyretmeyorsanız tabî) En iyi animasyon film Oscarı dahil ödüllere boğulmuş bir anime klasiği.



5. Perfect Sense İngiltere - 2011

İnsanların beş duyularının (koku duyusundan başlayarak) sırayla kaybolmaya başladığı bir dünyada bir aşçı ile bilim kadının aşkı anlatılıyor. Bildiğimiz dünyanın "gözlerimizin" önünde yavaş yavaş değişerek tarihe karışmasının iki insanın sevgisi üzerinden verildiği özgün bir film. Gerilimli dramların başarılı yönetmeni David Mackenzie'den.



6. Dinner Rush ABD - 2000

İtalyan mutfağının bol kepçe yemekleri ve ateşli aşçıları kıvamında tam bir karakter çalışması. Yönetmen Bob Grimaldi, iki film festivalinde en iyi yönetmen ödülünü almış. Altının ateşi kademe kademe açılan, yapımı zahmetli bir ravioli gibi izleyeni yavaş yavaş kendine bağlayan bir film. Mafya ile başı belada olan bir restoran sahibi ve elemanlarının heyecanlı bir gecesini anlatan film, pek bilinmeyen bir gizli mücevher.



AĞUSTOS 2023 • SAYI: 290

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

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 İske ve Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

LUXELL

36
AY
GARANTİ

4 Mevsim Seninle



@luxellturkiye



luxell.com.tr

**YERLİ
ÜRETİM**



Electrolux

Güçlü performans hafif tasarım

700 Serisi Animal Kablosuz Süpürge

2.2
KG

Yalnızca 2,2 kg ağırlık ile
ergonomik ve kolay kullanım

50
DAKİKAYA
KADAR
ÇALIŞMA

50 dakikaya kadar çalışma* ile
tek şarjla kesintisiz temizlik



5 kademeli toz ayrıştırma ve
filtreleme ile mikro tozları
hapse etme ve kapsamlı temizlik



PetPro+ Evcil Hayvan Başlığı ile
koltuk, yatak vb. döşemelerden
mükemmel tüy toplama
performansı

*Yalnızca el ünitesinin başlıksız olarak min modunda kullanımı ile.



DESIGN
AWARD
2023



reddot winner 2023



PARA İADE
GARANTİSİ
60
GÜN

*60 gün iade kampanyası şartları hakkında detaylı bilgi için www.electrolux.com.tr web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.

For better living, designed in Sweden.

www.electrolux.com.tr
0 850 250 35 89