

294

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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



Odağımız
Sensin

Seni Anlayan Teknoloji

Fakir
HAUSGERÄTE



OUTLET ALIŞVERİŞ DEMEK,

ÇEVREYE
EKONOMİYE
TASARRUFA

DUYARLI ALIŞVERİŞ DEMEKTİR.



Yenilenmiş ürünler için internet sitemizi ziyaret etmeyi unutmayın.
www.shop.efselektronik.com



Dünya'da İlk ve Tek Teknoloji: Çiğ Sütten Direkt Yoğurt Yapımı

Mutfağınızda damak tadınıza uygun yoğurtlar yapmak istiyorsanız, Fakir'in üstün Alman teknolojisiyle ürettiği **çiğ sütten direkt yoğurt yapabilen Pasteur Yoğurt Makinesi** tam da size göre!



fakirevaletleri
fakir.com.tr



Fakir
HAUSGERÄTE





Kışın King'i

İçindekiler

6 Söyleşi

Değişime ayak uydurmaya değil, değişimi bizzat yönetmeye talibiz. Köklerimizden aldığımız güç ve yeniliklerle her zaman daha ötesini düşünerek hareket ediyoruz.

Fatih Saruhan Fakir Hausgeräte Satış ve Pazarlama Grup Başkanı

8 Kahve Kokusu

Türk Kahvesi Seremonisi

Arzum Okka, kahvedeki uzmanlığını 8. Uluslararası Gastromasa Gastronomi Konferansı'nda ortaya koydu

Tchibo Academy, gerçek kahve tutkunlarıyla buluşuyor

12 Sektör

Satıcılıktan yayıncılığa geçiş hikayem

Yıldırım Söylemez Dağıtım Kanalı Dergisi İmtiyaz Sahibi

14 Görüşler

16 Bayi

"Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz" kapsamında Denizli bayilerini ziyaret ettik

30 Sektör

"Camin sonsuz yaşam döngüsünü bilimin perspektifiyle ele alıyoruz"

Semavi Yorgancılar

Yorglass Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su

32 Söyleşi

Bireylerin sağlık alanında bilinçlenmesini ve harekete geçmesini istiyoruz

Sinan Kebapçı Philips Kişisel Sağlık Türkiye Ülke Müdürü

34 Sektör Haberi

44 Ürünler

48 SineMadem

Atatürk 1



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!



ŞENOCAK

Hesaplı Tazelik

**Tüm sevdiklerimizle beraber
sağlık, mutluluk ve huzur
içerisinde geçireceğimiz
güzel bir yıl olması dileğiyle...**

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



2024 Yeni yılınız
kutlu olsun

444
0789

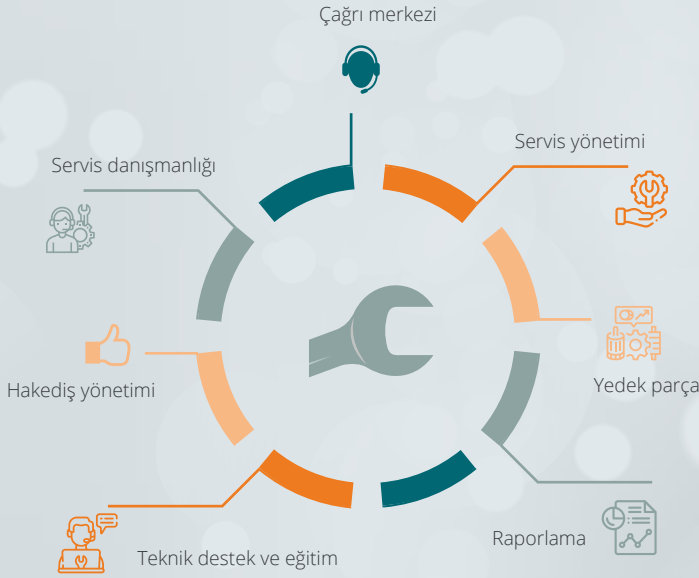
Detaylı bilgi için
www.senocak.com.tr

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...



SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirim.soylez@dagitimkanali.com.tr

25 yıllık soluksuz bir yolculuk Dağıtım Kanalı 25 yaşında...

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün tek dergisi Dağıtım Kanalı 25. yaşına bastı. 25 yıl önce beyaz eşya bayilerinin birleşme ve iletişim noktası olma vizyonu ile çıktığımız bu yolda, bugün online ve offline yayıncılık yaparak solumuza devam ediyoruz. Yola çıkarken, sayfalarımızı renklendirecek, tasarlayacak, hazırlayacak ve belki de bir adım öne taşıyacak bir deneyime hep birlikte adım atmıştık.

Dijital dünyanın hızla değiştiği günümüzde ve hayatın hızla akıp gittiği bu dönemde, 25 yaşın getirdiği enerji ve keşfetme arzusuyla dolup taşıyoruz. Dağıtım Kanalı, 25 yaşın deneyimi ve gençliğini, coşkusunu ve bilgeliğini bir araya getirerek, sizi beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün hikayeleriyle buluşturmaya devam ediyor. Bu geçen süre içerisinde her adımda gelişen dergimize verdiğiniz destek ve katkı, bizlerin bugüne ulaşmasında önemli bir dayanak oldu.

Yola çıkarken, evlerimizi daha konforlu ve yaşamımızı daha pratik kılan bu harika dünyanın bir parçası olma arzusuyla başlamıştık. Bugün dergimizde, herkesin kendi yolculuğunu bulmasını, farklı bakış açılarıyla dünyayı görmesini ve keşfetmesini hedefliyoruz. Bu felsefe ve inançla da yolumuza devam ediyoruz.

Bu yolculukta, teknolojik yeniliklerin, kullanım pratikliğinin ve estetik tasarımların bir araya geldiği bir dünya yaratma amacındaydık. Sizlerin samimi yorumları ve değerli katkıları, bize bu hedefe ulaşma konusunda büyük bir motivasyon sağladı. Sizlerle birlikte geçirdiğimiz bu bir yıl, beyaz eşyanın dünyasında daha da derinlere inme ve sizlere daha değerli içerikler sunma fırsatını bize verdi.

25 yaşımızı tüm sektör olarak, hep birlikte ve sevinçle kutluyoruz. Daha nice 25 yıllara gideceğimiz bu yolculukta yanımızda olduğunuz için çok teşekkür ediyoruz.

"Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz" projesi kapsamında farklı coğrafyalarda yaptığımız bayi ziyaretlerimiz bu kez bizleri Denizli'ye götürdü. Denizli'de faaliyet gösteren bayilerle bir araya gelerek onların çalışmalarını, sektörün bölgedeki güncel durumunu ve sorunlarını dinledik. Arçelik Bayisi Şahlan Ticaret, Vestel Bayi Alevgaz, Siemens Bayisi Meta Plaza, Vestel Bayisi Özden Ticaret, Philips Bayisi Yurdal Danışman'a katkıları ve röportajları için çok teşekkür ediyoruz.

Bu sayımızda yine sizlere dopdolu bir içerikle seslenmenin heyecanını yaşıyoruz. Röportajlarımız ve güncel haberlerimizi keyifle okuyacağınıza inanıyoruz.

İyi okumalar...



UĞUR ANKASTRE SET:
**İSTER BUHARLA
İSTER GÜÇLÜ
WOK BEKLE PİŞİRİN!**

Uğur Ankastre Set'le mutfakta şef deneyimi yaşayın. Buhar destekli pişirme teknolojisine sahip fırınla dışı çıtır, içi yumuşak lezzetler hazırlayın. Güçlü wok bek ocakla yiyeceklerinizi daha hızlı pişirin.



UGUR
ankastre

444 84 87

f X @ /UGURSOĞUTMA

Değişime ayak uydurmaya değil, değişimi bizzat yönetmeye talibiz

Köklerimizden aldığımız güç ve yeniliklerle her zaman daha ötesini düşünerek hareket ediyoruz.

Seni Anlayan Teknoloji mottomuz ile çıktığımız yolda hem beklentilere uygun hem de günümüz teknoloji kaynaklarını kullanarak tüketicilerimizi anlıyor ve hayatlarına dokunuyoruz. Markamızı, ürünlerimizi, bakış açımızı ve yeri geldiğinde tüm stratejimizi bu doğrultuda geliştirerek büyütüyoruz.



Fatih Saruhan Fakir Hausgeräte Satış ve Pazarlama Grup Başkanı

Fakir Hausgeräte, küçük ev aletleri sektörünün en önemli markalarından biri olarak bu yıl 90. yılını kutluyor. Uzun ve köklü bir geçmişe sahip bu markanın yolculuğundan kısaca bahseder misiniz?

Fakir Hausgeräte, teknolojiyi evlere taşıma misyonuyla 1933 yılında Almanya Stuttgart'ta kuruldu ve 1978 yılına kadar dünya genelinde büyümesini sürdürdü. 1985 yılında Saruhan Holding güvencesi ile Türkiye pazarına girdi ve bugün dünya genelinde Saruhan Holding çatısı altında faaliyet gösteren Fakir Hausgeräte, 90 yıllık bir marka olarak "Köklerden Geleceğe" sloganı ile geçmişinden aldığı güçle yoluna devam ediyor. Fakir Hausgeräte olarak dünyada 60 ülkeye ihracat yapıyoruz. Olduğumuz tüm pazarlarda güvenilir, yüksek kaliteli ve inovatif ürünlerimizle fark yaratıyoruz. Köklerimizden aldığımız güç ve teknolojik yeniliklerimizle pazarda öncü marka olmaya devam ediyoruz.

Fakir Hausgeräte'de geçen yıllar içerisinde markada önemli değişimler yapıldı. Kısa bir süre önce yenilenen marka kimliği de bu değişimin önemli taşlarından biri oldu. Markanın değişim ve dönüşüm döneminde ne gibi değişiklikler yapıldı? Bu değişimlerin genel olarak marka kimliğine etkisi ne oldu?

Fakir Hausgeräte olarak 90. yılımızda da araştırmalarını yaparak tüketicilerimizin ihtiyaçlarına yönelik ürünleri en kaliteli, en güvenilir ve en son teknolojilerimizle geliştiriyoruz. Kurumsal kimliğimizin ve yapımızın yenilenme döneminin

sonucunda yepyeni strateji ve planlamalarla çalışmalarımıza devam ediyoruz. Müşteri memnuniyeti önceliklerimiz arasında yer alırken içinde bulunduğumuz yeni stratejimiz kapsamında; yepyeni bir bakış açısı ile farklı bir yolculuğa çıktık. Yaptırdığımız araştırmalar bize Fakir Hausgeräte'nin hitap ettiği kitlenin teknolojiyi iyi takip eden, yeni ürünler deneyimlemekten hoşlanan, pratik ve kullanışlı teknolojilere ilgili olduğunu gösterdi. 90 yıllık köklü bir marka olarak bu verilerden hareketle teknoloji ve estetiği buluşturan, yaşamı kolaylaştıran modern ve hayata heyecan katan tasarımlarla tüketicilerimize yenilikler sunuyoruz. Aynı zamanda sağlıklı yaşam kategorisinde şimdi ve gelecek dönemde yapacağımız çalışmalarla adımızdan sıklıkla bahsettiriyor olacağız. Fakir Hausgeräte olarak geçmişimizden aldığımız güç ve inovatif teknolojilerimizle kendimizi yenileyip geliştirirken aynı zamanda yeni konumlama ile hayatın her alanında içten dışa sağlığı yaşamın içine dahil eden ürünlerimizle sektörde fark yaratmaya devam ediyoruz. Tüketicilerimizin ihtiyaçları doğrultusunda sahip olduğumuz teknolojiyi daima bir adım öteye taşıyarak tüm kategorilerimize ekleyeceğimiz yeni ürünlerle daha sağlıklı bir yaşam sunma hedefindeyiz. Bunun için de yeni trendleri takip ederek odağımıza aldığımız sağlık ve güzellik kategorilerimiz ile daha önce hiç sunulmamış teknolojileri tüketicilerimizle buluşturuyor olduğumuz için mutluyuz. Attığımız adımların ne kadar doğru ve önemli olduğunun bilinciyle çalışmalarımıza devam ediyoruz.

“Yenilenen marka kimliğimiz kapsamında oldukça geniş kapsamlı araştırmalar yaparak tüketicilerimizin ihtiyaçlarını, beklentilerini ve taleplerini değerlendirdik. Hedef kitlemizin teknolojik yeniliklerden hoşlanan, pratik, modern tasarımlı ve inovatif ürünlere ilgi duyduğunu gördük.”

Geçen yıllar içerisinde marka kimliği ile birlikte tüketici profilinde de önemli değişimler var. Genel tüketici portföyünüzden bahseder misiniz?

Yenilenen marka kimliğimiz kapsamında oldukça geniş kapsamlı araştırmalar yaparak tüketicilerimizin ihtiyaçlarını, beklentilerini ve taleplerini değerlendirdik. Hedef kitlemizin teknolojik yeniliklerden hoşlanan, pratik, modern tasarımlı ve inovatif ürünlere ilgi duyduğunu gördük.

Aynı zamanda farklı bir kategori ve yenilenen mottomuzla portföyümüzde yer alan hedef kitlemiz hayatının odağına iyi yaşamı, sağlıklı yaşamı sağlıklı beslenmeyi ve içten dışı bakımı önemseyen kişilerle genişledi. Teknoloji, inovasyon ve modern tasarımların bir araya geldiği yeniliklerle dolu ürünlerimizi tüketicilerimizin beklentilerine uygun hale getiriyoruz.

Yenilenen marka kimliği ile birlikte yenilenen bir diğer unsur da mağazalar. Son dönemde deneyim mağazaları öne çıkan trendlerden. Siz bu kapsamda nasıl bir yol izliyorsunuz?

Günümüz dünyası koşturmacası içerisinde metropol insanı dediğimiz kitlenin açıkçası çok da vakti yok ihtiyacı olduğunda da şehir hayatı içerisinde alışveriş merkezlerine gelen müşterilerimiz ürünü deneyimleyebildiği, iyi vakit geçirebildiği noktaları tercih etme eğilimindedir. Biz de bu bakış açısı ile deneyimi önceliklendirdiğimiz yenilenen mağaza konseptimiz ile onların hizmetindeyiz diyebiliriz.

Gücünü geleneksel perakende kanallarından alan bir marka olarak Türkiye genelindeki güçlü bayileri ile değerli bir marka olarak mağazalaşmaya da önem veriyor ve müşterilerimizle bir araya gelebileceğimiz alanlar yaratmaya gayret ediyoruz. Konsept mağazalarımızın sayısını artırabilmek tüketicilerimize dokunabilmemiz ve ürünlerimizi doğru anlatabilmemiz açısından çok kıymetli. Tüketicilerimizin kendilerini anlayan dinleyen ekiplerle beraber, merak ettiği ürünlere dokunabildiği ve inceleyebildiği bir alanda daha güvenli ve sağlıklı alışveriş yapabildiklerine inanıyoruz. Bu yaklaşımla konsept mağazalarımızın sayısını 2023 yılı bitmeden 15'e çıkarmayı ve gelecek yıllarda bu sayıyı daha fazla artırmayı hedefliyor, stratejimiz kapsamında bu çalışmalarımızı önceliklendiriyoruz. Fakir Hausgeräte olarak önümüzdeki günlerde sevenlerimizin ve bizi takip edenlerin daha dinamik, yenilikçi bir marka ile karşılaşacaklarını söyleyebiliriz.

Böylesine uzun dönemli bir marka yolculuğunun sırrı nedir? Bir marka nasıl bu kadar uzun süre ayakta kalabilir ve pazar payını koruyabilir?

Bizim sırrımız gelişim. Biz köklerimizden aldığımız güç ve yeniliklere açık olmamız sayesinde yerimizde durmuyor hep bir adım daha ötesini düşünerek hareket ediyoruz. Ar-Ge çalışmalarına özen gösteriyor gündemi, yeni teknolojileri ve tüketicilerin beklentisini yakından

takip ediyoruz. Çalışmalarımızı hem beklentilere uygun hem de günümüz teknoloji kaynaklarını kullanarak yenilikler sunuyoruz. Kendimizi, ürünlerimizi, bakış açımızı ve yeri geldiğinde bütün stratejimizi de bu doğrultuda değiştiriyor gelişerek büyütüyoruz.

Örnek vermek gerekirse sektörde öne çıktığımız yeni ürünümüz patentli yoğurt yapma makinemiz çok özel bir ürün dünyada ilk kez çiğ sütü pastörize ederek ve mayalayarak yoğurt yapabilme özelliğine sahip bir ürünü pazara biz sunuyoruz. Söz konusu ürünün sadece Hausgeräte'de olması bizim için önem taşıyor. Bunun yanı sıra dikey şarjlı süpürge pazarı çok ciddi büyüyor. Burada kendi yatırımlarımızla kendi kalıplarımızı oluşturduk. Ayrıca, robot süpürge pazarında ilk üçte yer alıyoruz. En çok satışımız robot süpürge grubunda gerçekleşiyor. Sadece bu ürünlerin toplam ciromuza ekstra yüzde 15'lik bir katkısı bulunuyor. Almanya'nın dışında Azerbaycan, Irak, Kıbrıs, Gürcistan, Kazakistan, Suudi Arabistan, Balkanlar, GCC ve MENA bölgelerinde de bulunan güçlü bir markayız ve toplamda 60 ülkeye ihracat yapıyoruz. İhracatta iki yıl içinde yüzde 100'ün üzerinde bir büyüme yakaladığımız için de ayrıca gururluyuz. Şu an marka olarak ihracat pazarlarımızı inceliyor ve Ar-Ge çalışmalarımızla oradaki tüketicilere özel ürünler geliştiriyoruz. Ayrıca Azerbaycan, Kıbrıs, Irak, Kazakistan, Özbekistan gibi ülkelerde de Fakir Hausgeräte mağazalarımızla yer alıyoruz. Önümüzdeki beş yılda ihracatın ciromuzdaki katkı payını yüzde 40'a yükseltmeyi hedefliyoruz.

Bundan sonraki aşamada nasıl bir yol izlemeyi düşünüyorsunuz?

Her zaman daha iyisini sunmaya ve tüketicilerimizi en son teknolojilerle buluşturmaya devam edeceğiz. Çalışmalarımız, araştırmalarımız devam ediyor. Tüketicilerimize farklı ürün grupları ve en yenilikçi teknolojileri sunacağız. Yeniliklerimiz arasında yer alan logomuz, kurumsal kimliğimiz ve pazarda neredeyse rakibi bulunmayan yeni teknolojilerimiz yer alıyor. Aynı zamanda sağlıklı yaşama odaklandığımız bu dönemde yeni markamız iYO ile tüketicimizle Temmuz ayında buluştuk. İçten Dışa İyiliğini Düşünen Teknoloji mottosu ile çıktığımız bu yolda artık kişisel bakım ürünlerinde de tüketicilerimize eşsiz bir deneyim sunmayı hedefliyoruz. Son olarak, marka kimlik dönüşümünün değerli çıktılarından biri olan yenilenen konsept mağazalarımız sayesinde tüketicilerimizle sık sık dirsek temasında olarak onlarla birebir ilgilenmeye devam edeceğiz.



Türk Kahvesi Seremonisi

Kahve ilk 8-9 yy.'da keşfedildiğinde içilmiyordu. Yemek ve ekmek yapımında da kullanılan kahvenin içimi 1252 yılından itibaren başlıyor. Herkesin duyduğu çoban ve keçilerle ilgili o masalsi hikayeyi maalesef ki unutun. Hikayenin uzaktan veya yakından bile ilgisi yok ki olay Şeyh Şazeli ve Sufi tarikatına bağlı Yemen halkı ile başlıyor.

En eski Osmanlı tarihçilerinden Ahmet Efendi'nin kayıtları ile doğrulanırcasına; Asıl adı Nureddin Ali bin Abdullah olan Şazeli, Yemen'de olduğu zaman içinde bilgi birikimi ile halkı yardımcı olurken, yanlış anlaşılan bir olay silsilesi yüzünden Yemen'de kovuluyor ve dağlara sürgün ediliyor. Yaşam mücadelesi sırasında kahve çekirdeklerini görüyor ve yiyerek hayatta kalıyor. Onu aramaya gelen ve öldüğünü düşünen dergah arkadaşları Şazeli'yi görünce nasıl olduğunu merak ediyor ve kahvenin suyunu (suda kaynatarak içiyorlar) içiyorlar. O dönemin yaygın hastalıklarından uyuz hastalığına yakalanan bu kişilerin kahve suyu içmesiyle iyileştiği de notlar arasında yer alıyor. Daha sonra Mocha'ya gelen Şazeli ve arkadaşlarının bu hikayesi halk içinde duyulmaya ve merak uyandırmaya başlıyor. Kahve içecek olarak keşfedilmiş oluyor. Sonrasında ise 1517 yılında Yemen'in Fethi ile Osmanlı toprak sınırları içine giren kahve, 1543 yılında Yemen Valisi Özdemiş Paşa Saray'a geliyor. Sonrası ise 1554 yılında Tahtakale, İstanbul'da şu anki Beta Yeni Han'ın bulunduğu noktada açılan Dünyanın İlk Kahvehanesi ve sırasıyla Venedik, Fransa ve Viyana ile Avrupa'ya geçişi şeklinde yolculuğunu devam ettiriyor.

Bizler Osmanlı topraklarındaki sunum ve kültürel yapıya geçiş ile kahveyi seremoni diyebileceğimiz belirli ritüellerle içmeye başlamışız. Yanında reçeller, lokumlar, su, sonraki dönemlerinde badem, kakule ve baharatlar ile desteklenen aromatik lezzetler kahveyi zenginleştirmiş. Padişaha sunumun dört kişi ile yapılması, önce su ve lokum ikramı ile şekersiz kahvenin içimi, kız isteme töreninde gelinin seremoni eşliğinde damat adayına sunduğu kahve, hatta üstü bademli Cilveli Kahvesi ile niyet belli etme, Türk Kahvesinin iç yapımızı saygısı ile nasıl etkilediğine başlıca örneklerden sayılabilir. Gelelim diğer toplum ve kültürler içindeki yapısına;

Mirra önemli bir kültür. Özellikle Arap kültüründen doğan yapısı ile doğu ve güneydoğu Anadolu bölgemizde de iç geleneğini sürdürmeye devam etmekte. Arapça'da acı anlamına gelen "mur"dan türemiş bir isim ile sert ve içimi yavaş olan kahvenin Arap kökeni sebebiyle Türkiye'de daha çok Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nde tüketiliyor. Aslında cenaze içeceği... Bizim de içimiz yansın'dan geliyor.

Kahvenin yapıldığı geleneksel cezvenin adı "gümgüm". Bu cezvede kahve yaklaşık 2 saatte demleniyor. İlginç ritüelleri var. Genelde misafir giderken sunulurken bu işleme halk arasında "kovma" deniyor. Fincan servis edilirken yere veya masaya asla bırakılmıyor ve misafirin eline veriliyor. Yere bırakılırsa bunun bir cezası var, kahveyi yapan ile evlenmek, kahveyi yapanı evlendirmek veya fincanın içini altınla doldurmak. Ayrıca daha önce mirra sunmamış birisi mirra sunmak isterse komşular çağırılıyor bir yemek ile kutlanarak ilk mirrasını sunuyor. Buna da "destur" deniyor. Rivayetsel de olsa, uygulanıp uygulanmadığı farklılıklar da gösterse, kahveye verilen kültür içindeki saygı ne kadar güzel ve takdir edilesi. Cenaze içeceğinden başlayan bir kültürün yine bir başka kültür yapısı ile kendini revize etmesi diyebiliriz.

Etiyopya, kahve kültürlerine bakıldığında en saygın seremoniyi yapan ve kahveye saygı kavramını yaşayan ülkelerin başında geliyor. Kahvenin Anavatani kabul edilen topraklarda bir başka demleme diyebiliriz. İlk önce çekirdekler seçiliyor. Bu Yirgacheffe, Djimah veya Sidamo olabilir. Tütsü ve Afrika yerli müzik ezgileri törenin olmazsa olmazı. En az iki kişi ile yapılması gerekiyor. Kişiler karşılıklı oturuyor, kahveyi yapacak kişi önce çiğ kahve çekirdeklerinden bir tane karşısındakine veriyor sonra kendisi bir tane alıp sert ve tat değeri olmayan bu çekirdekleri yiyorlar. Buna Afrika Karşılması deniyor.

Baktığınızda hem ilk keşfedildiği topraklarda, hem de ilk içildiği topraklarda seremonik bir durum söz konusu. Avrupa'ya gittiğinizde böyle bir durumu görmüyorsunuz. Kahve normal bir içecek misali içilen ve üzerinden bir hikaye geliştirilmeyen günlük hayat karşılığı bir materyal iken Türk toplumundaki kahvehanelerinden başlayan sosyal hayat, meddahlık, orta oyun, misafirperverlik, saygı gibi kavramları toplayarak gelen yapı kahvenin bir içecek oluşundan ziyade bir kültür yapısı olduğunu çok net biçimde göstererek ayrışıyor.

Telveli ile içilen tek kahve, ilk pişirme yöntemi, bir rengin ve öğünün adı, üzerine türküler yakılmış, bilmeceleştirmiş Anadolu kültürü ve pişirilmesi ile ayrılan bir yöntem. Hepsini yanyana koyduğunuzda kültür kahve ile tamamlanmış oluyor. Anadolu'da kahvenin olmadığı dönemde kahve yerine geçen kahve olmayan kahveler hayatımıza giriyor. Cümle hatalı mı demeyin, evet... Kahve olmayan kahveler... Menengiç Kahvesi gibi, Nohut Kahvesi veya Çörek Otu, Kenger Kahvesi gibi kendi bitki tohumlarının veya bitki ve meyvelerin kahve gibi kavrulup, kahve gibi öğütülüp yine kahve gibi pişirilmesi ile kahvenin olmadığı dönemdeki ihtiyaç karşılayan, içinde kahvenin olmayışı nedeniyle kafein de barındırmayan içecekler diyelim. Düşünün ki boşluk bir şekilde doldurulmaya çalışılacak kadar önemli bir şeyden bahsediyoruz. Tabii sonrasında Anadolu'nun bir çok yerinde Süryani kahvesi gibi, Gar kahvesi gibi, Lavanta Kahvesi gibi bir çok çeşidini de kültür ve gastronomi yelpazesine ekliyor.

Bunlar sadece kahvenin çıkışı ve bizim topraklarımızdaki yapısına çok kısa örneklemeler. Saygı duyulması gereken bir tören edası ile kahve geçtiği tüm toplumların sosyal yapıları ve kültürlerinin içine işlemiş bir materyal.

Daha bir çok örneklendirme ve detaylar ile ilerlenebilir ama bütün bunlar bile Türk Kahvesi'nin ayrıcalığını tüm dünyaya duyurmaya yeterken UNESCO 5 Aralık 2013 tarihinde Türk Kahvesi ve Kültürü'nü Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'ne alıyor. Bu listeye giren ilk içecek... Biz de bu önemli ve gurur dolu anı 10 yıldır 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü olarak kutluyor, farkındalığı tüm dünya ile paylaşıyoruz. Amerika başta olmak üzere bir çok noktada da kutlanan bugünde içilen kahvenin kırk yıl hatırı ile... Sevgiyle...

Cenk Girginol



Arzum ürünlerinizle
yeni yılda,
yepyeni hikayelere...



arzum

Arzum Okka, kahvedeki uzmanlığını 8. Uluslararası Gastromasa Gastronomi Konferansı'nda ortaya koydu



Serhan Giray
Arzum Ticaretten Sorumlu Genel Müdürü

Türkiye ile dünya gastronomi arasında köprü görevi gören 8. Uluslararası Gastromasa Gastronomi Konferansı, 4-5 Kasım 2023 tarihleri arasında İstanbul Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Bu yıl "Geography" (Coğrafya) temasında düzenlenen etkinlikte katılımcılara birbirinden lezzetli ikramlarda bulunan Arzum Okka, temsil ettiği bu coğrafyanın en kadim kültürü kahve ile etkinliğin ilgi odağı oldu.

Dünyaca ünlü 60'tan fazla şef, 30'dan fazla barista, sommelier ve miksologun yanı sıra Türkiye'den 200'ün üzerinde profesyonel konuşmacının yer aldığı etkinlikte Arzum Okka, misafirlerine ürünleriyle hazırladığı bol köpüklü, ağır ateşte pişirilmiş lezzetli kahve deneyimi yaşattı. Arzum Okka, Rich Spin M ile kahvedeki uzmanlığını sadece Türk kahvesi ile sınırlı tutmadığını, sütlü Türk kahvesi ve farklı aromalarla hazırlanan diğer Türk kahveli içecekleriyle tüm dünyaya kanıtladı. Katılımcılar, Türk kahvesinin yanı sıra hazırlanan farklı ikramların tadını doyasıya çıkardı.

"Arzum Okka'nın kahvedeki uzmanlığını sergilemek için son derece iyi bir fırsat oldu"
Arzum Ticaretten Sorumlu Genel Müdürü Serhan Giray, "Dünyaca ünlü şeflerin, sektör profesyonellerinin ve tüketicilerin bir araya geldiği gastronomi şöleni, Arzum Okka'nın kahvedeki uzmanlığını sergilemek için son derece iyi bir fırsat oldu. Bu yıl destekçileri arasında



olduğumuz, Arzum Okka standımız ile katıldığımız ve birbirinden inovatif ürünümüzle yer aldığımız konferans hem bizim hem de katılımcılar için son derece keyifli ve lezzetli bir deneyime dönüştü. Katılımcılar ve sektör profesyonelleri, ürünlerimizi görerek dokunarak ve ürünlerle hazırlanan içeceklerin tadına vararak deneyimleme fırsatı yakaladı. Biz ise sektörün nabzının tutulduğu böylesi önemli bir etkinlikte, gastronominin merkezinde daha fazla yer edinmek için neler yapmamız gerektiği hakkında değerli tecrübeler edindik. Bu tecrübeler, gelecekte geliştireceğimiz ürünler için son derece önemli doneler oldu." şeklinde konuştu.

Tchibo Academy, gerçek kahve tutkunlarıyla buluşuyor

Tchibo, kahve tutkusunu başka bir seviyeye taşımak isteyen kurumlara ve gruplara özel eğitimlerini Master Baristası eşliğinde Tchibo Academy'de başlatıyor.

Kahve uzmanı Tchibo, kahve sanatının inceliklerini kahve tutkunlarına bünyesindeki uzmanlar tarafından aktardığı Tchibo Academy eğitimlerini, kurumlara ve gruplara özel olarak açtı. Tchibo Academy'deki eğitimlerde, kahveye ilişkin temel bilgilerden püf noktalara kadar hem eğitici hem de eğlenceli workshop'lar ile gerçek kahve uzmanı olmanın incelikleri katılımcılarla paylaşılıyor. Tchibo Türkiye Master Barista Kağan Giritli ve uzman Tchibo ekibi tarafından hazırlanan ve sunulan kapsamlı eğitim sonunda katılımcılar sertifika almaya da hak kazanacak.

Kahve tutkusunun özü, "Coffee Passion" eğitimi

"Coffee Passion" eğitimi; kahvenin tarihçesi, kahvenin yetiştirme alanları, çekirdek yetiştirme süreçleri, demlemenin aritmetiği, kahve demleme teknikleri, teoriden pratiğe bölümlerinden oluşuyor. Eğitime katılanlar, Tchibo'nun 70 yılı aşan kahve uzmanlığı eşliğinde birçok püf noktasını öğrenebilecek ve kahve tutkularını farklı bir



seviyeye taşıyacaklar.

Çalışma arkadaşlarıyla enfes bir mola vermek ve eğlenceli, eğitici bir deneyim yaşamak isteyenler için kapılarını açan Tchibo Academy, kahve sanatı eğitimlerinin yanında ekip ruhunu güçlendirecek etkinliklerin düzenlenebileceği bir alan olarak da kullanılabilecek.



Electrolux

Kuř tüyü montların formu daima korunur

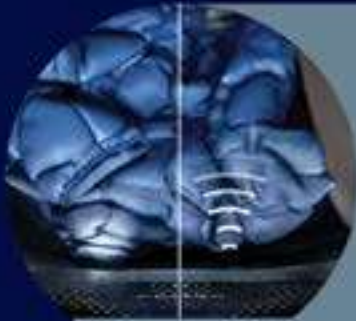
3DSense 3 Boyutlu Nem Sensörü ve Kuř Tüyü Mont Programı ile mükemmel nem hassasiyeti sağlar, montların formu ve ısı geirmezliğini korur



Electrolux
3DSense

Asarak
Kurutma

EW7H389ST
PerfectCare 700 Kurutma Makinesi



3DSense
3 Boyutlu
Nem Sensörü



10 Yıl Garantili
Inverter Motor



Karışık XL
Kurutma
Programı



Swissatest
Onaylı
Hijyen Programı

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

Satıcılıktan yayıncılığa geçiş hikayem

Satıcı güler yüzlü, sabırlı, bilgili, yaratıcı, çözüm odaklı ve bunun gibi onlarca özelliği taşımalıdır. Ancak tüm bu özellikleri taşıdığı halde kotasını tamamlayamayan satıcı asla iyi bir satıcı olarak kabul edilmez. Bana göre kota tamamlayamamak kişinin kötü bir satıcı olduğunu göstermez ancak bulunduğu ekosistemde büyük satıcıların arasında, insanın kendisini bodur bir ağaç gibi hissetmesine sebep olur. Uzun yıllar iş hayatımı bu duyguların yoğun olarak yaşandığı beyaz eşya sektörün de satıcılık yaparak geçirdim. Amacım büyük ağaçların arasında asla küçük bodur bir ağaç olarak kalmamaktı. Ancak büyük ağaçların, gururla tepeden baktığı bir ormanda yeri geldiğinde baltayla kesilip yerle bir edildiğini ya da orman ekosistemdeki diğer canlıların çeşitli sebepler yüzünden yok olma riski ile karşı karşıya kaldıklarını gördükçe o ormanın içinde; savaşıllığı, özgürlüğü ve hızı ile doğayı temsil eden bir “Kurt” olmayı ve bu ormanda yaşayan diğer canlılara, sağlıklı ve uzun soluklu yaşayabilmeleri için farkındalık yaratmayı kendime hedef olarak seçtim. Amacım, ağaçların arasında kaybolmadan, aç susuz kalmadan, onuruyla, bilgisiyle, sabrıyla, yaratıcılığı ve daha birçok özelliği ile bu ormanda sürdürülebilir bir ekosistem içinde kurt olarak yaşayıp farkındalık yaratabilmektir. İşte satıcılıktan sektörel yayıncılığa geçiş hikayem tam 25 yıl önce böyle başladı.

Sektörel yayıncılıkta 25 yıl hiç de küçümsenecek bir süre değil. 1998 yılında işe başladığımız amaçla, 2023 yılının bu son günlerinde hâlâ aynı amaçla aynı hizmeti sürdürüyoruz. Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biri olan beyaz eşya ve elektrikli ev aletleri sektörünün perakendecilerine odaklanan ve onların gelişimine katkıda bulunan bir yayın organıyız. 25 yıl önce “Beyaz Eşya Bayisi” olarak anılan bu meslek dalı, günümüzde “Deneyim Mağazacılığı” veya “Perakendeci” olarak adlandırılrsa da biz hala o “Geleneksel Bayilerin” sesi olmaya devam ediyoruz.

Teknolojinin, yüksek montanlı çalışmanın ve her sokak başında hem ekmek hem de beyaz eşya satışı yaparak yıllarca haksız rekabetle karşı karşıya bırakılan bayilerin destekçisiyiz. İşimiz gücümüz bundan sonra da sadece işini geliştirmeyi amaç edinmiş ve buna göre yatırımlar yapmış olan “Geleneksel Bayilerin”, Türkiye için yaptığı büyük katkının farkındalığını kendilerine ve sektöre hatırlatmak olacaktır. Türkiye, beyaz eşya sektöründe Çin'den sonra dünyadaki en büyük ikinci üreticiye ve Türkiye, bu alandaki ihracatıyla Gayri Safi Milli Hasılaya pozitif katkı sağlıyorsa, bunun büyük bir kısmının yıllarca sokak aralarında küçük sermayelerle iş yapan ve son 10-15 yılda caddelerin ve AVM'lerin vazgeçilmez yatırımcıları haline gelen geleneksel bayilik sisteminin sayesinde olduğunu sektöre ve tüm Türkiye'ye anlatmaya devam edeceğiz.

Geçmişte elde ettiğimiz başarıları gözden geçirdiğimizde, 25 yıl boyunca düzenli olarak her ay yayınladığımız 294 sayılı bir dergi arşivi, sektöre ivme kazandıran 2 adet katalog, binlerce röportaj, yeni ürün sayfaları ve sektör haberleri, farklı zamanlarda başarıyla organize ettiğimiz toplantılar, konferanslar, paneller, ancak en önemlisi Geleneksel Bayilerin bir araya gelip mesleklerinin gelişimine katkı sağladıkları, sorunlara çözümler aradıkları bir platform olan “Dayanıklı Tüketim ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği”nin kurulmasını sağlamak. Yaşanılması zor ve güç olan bu ekosistem içinde şimdilik başarabildiklerimiz. Tüm sektörel markalarımıza, değerli yöneticilerine, bu dergiye emeği geçmiş ve geçmekte olan tüm çalışanlarımıza, varlığımızın asıl sebebi olan Geleneksel Bayi dostlarımıza teşekkür ederim. Sağolun, varolun. Umarım ikinci 25. yılımda da hep birlikte bu büyük ormanda tekrar buluşabiliriz.

Yıldırım Söylemez

Dağıtım Kanalı Dergisi İmtiyaz Sahibi



Dağıtım Kanalı



NILFISK S1

Allergy



Hepa 14 Filtre ile tozun %99,995'ni hapsederek süpürge den çıkan hava ev ortadında soluduğumuz havadan daha temizdir.

60
DAKİKA
ÇALIŞMA
SÜRESİ

S1 Dik Süpürge ayrıca tek şarjla 60 dakikaya kadar etkileyici bir çalışma süresine sahiptir ve sık sık yeniden şarj etme ihtiyacını ortadan kaldırır.

**HIZLI
ŞARJ
ÖZELLİĞİ**

Li-ion Hızlı Şarj etme özellikli bataryası ile 1 saat 50 Dakikada şarj edilir.

**550 W
MOTOR
GÜÇÜ**

550 watt'lık motor gücüyle en küçük toz parçacıklarını etkili bir şekilde yakalayarak evinizin gerçekten tertemiz kalmasını sağlar.

**2.9
KG
AĞIRLIK**

Yalnızca 2,9 Kg ağırlık ile üstün manevra kabiliyeti ve kolay kullanım.



Turbo nozle sayesinde evcil hayvan,koltuk ve yataklardan mükemmel tüy toplamaya olanak sağlar.

Dünyada ilk ve Tek **HEPA 14** Filtreli Kablosuz Süpürge

Türkiye’de beyaz eşya ve tüketici elektroniği alanında 25 yıldır örnek bir yayıncılık sergileyen Dağıtım Kanalı’nı başarılarından dolayı en içten dileklerle kutluyorum. Dağıtım Kanalı, sektörümüzdeki en yeni trendler, ürün ve teknolojilerden ekosistemimizi haberdar etmekle kalmıyor; değer zincirinin tüm halkaları arasında köprü görevi üstlenerek iş birlikleri geliştirilmesine de katkı sağlıyor. Arçelik olarak Türkiye’nin dört bir yanına yayılan bayi ve yetkili servis ağımla birlikte Dağıtım Kanalı’nı yıllardır beğeni ve takdirle takip ediyoruz. Sektörel yayıncılığın yüz akı olan Dağıtım Kanalı’nı bugünlere taşıyan tüm ekibi tebrik ediyor, başarılarının devamını diliyorum.

Can Dinçer
Arçelik Türkiye Genel Müdürü

Fikrin doğuşu sırasında desteklediğim, sürekli görüşlerimi aktardığım ve dikkate alındığım için bu derginin görünmez sahiplerinden biri olarak hissetmemi sağlayan sevgili Yıldırım’a Dağıtım Kanalı Dergisi’ni kurduğu ve yaşattığı için sektör çalışanı olarak ne kadar teşekkür etsem azdır.

Dağıtım Kanalı Dergisi, tüm ev ürünleri satıcıları ve üreticilerinin buluşma noktası adeta. Derginin her sayısında bir yenilik, yeni bir ürün, ya da bir dostunuza rastlamanız mümkün. Diğer yandan sektörle iletişim kurmaya çalışan üretici firmaların bayilere en kolay ulaşım aracı. Eğer yeni bir ürün lansmanı varsa bayilerin en kolay bilgilendirme aracı Dağıtım Kanalıdır. Yeni atamalar, firmalardaki tüm değişiklikler, bayi arayanlar, distribütörden mesajlar, anılar, ekonomik gelişmeler, film tavsiyeleri, mali bilgiler ve daha nice sektörü bilgilendirici köşeler; kısacası sektörü böylesine özveriyle, candan ve içten, sevgiyle kucaklayan bir derginin tam da karşılığıdır Dağıtım Kanalı. Teşekkürler Yıldırım Söylemez, iyi ki varsın, iyi ki benim dostumsun.

Engin Özsayın
Teleskop Dijital Hizmetler A.Ş.
Genel Müdürü

Dağıtım Kanalı Dergisini onlarca yıldır Türkiye’de sektör yayıncılığında en istikrarlı en inovatif ve yaratıcı yayıncı yapan model bir sektör dergisi olarak değerlendiriyorum. Hem geleneksel hem de dijital basım kalitesinin üst düzeyde olduğunu ilgili yayıncı sektörden duyuyorum. Yalnızca beyaz eşya elektronik sektörü değil yan sektörleri ile çok geniş bir kitleye ve iş insanlarına ulaştığını çok net olarak gözlemliyorum. Yaptığı yayıncılıkla sektörün nabzını tuttuğunu ve gündemi yakından takip ederek sektörü bilgilendirmeleriyle bir araya getirdiğine inanıyorum. Ayrıca konusunda uzman networkü ile yaptığı bilgilendirmelerin de çok değerli olduğunu düşünüyorum. Dağıtım Kanalı Dergisinin nice on yıllara varmasını ve başarılarının devamını diliyorum.

Mehmet Nuri Alptekin
BSH Kredi ve Risk Yönetim Direktörü

Bundan tam 25 yıl önce sektörümüzün içinde bulunduğu bir dergi çıkacağını duyduğum zaman çok heyecanlanmıştım. Çünkü ben 41 yıldır ticaret yapıyordum ve halen de yapıyorum. Sektörümüzün sorunları çok fazlaydı ki Yıldırım Söylemez bu işe gönül verdi. Çünkü bu maddi kazanç amacıyla yapılacak bir iş değildi. Gerçekten el emeğiyle, göz nuruyla bizlere yakışan bir dergi çıkardı. Ve 25 yıldır bu dergiyi hayranlıkla izliyorum. Ben de uzun yıllar, 10-12 yıl kadar köşe yazılarımı dergimde yazdım. Halen de dergimdir benim. Tüm Türkiye’ye beyaz eşya sektörünü gösteren bir aynadır. 25. yılına geldi. 25 yıl dile kolaydır, söylemesi kolaydır. Bu işe gönül verildiği için bugüne kadar da kesintisiz şekilde geldi. Çok iyi bir frekans yakaladı. Çok olumlu ve iyi dönüşler aldık. 25 yılın sonunda bu sektöre yaptığı katkılarından dolayı Dağıtım Kanalı dergisini tekrar kutluyorum. Umuyorum bizden sonraki neslin de bu dergiyi devam ettirmesini dilerim.

Metin Aztekin
İzmir Beyaz eşya Satıcıları Dernek
Başkanı. İzto Meclis Üyesi

Dağıtım Kanalı, sektörümüzün tek dergisi olarak çok önemli bir konumda bulunuyor. Tüm sektörden güncel haberleri, Anadolu’daki bayi teşkilatı özelindeki son gelişmeleri ve sektör paydaşları hakkında yenilikleri bizlere duyuruyor. 25 yıl boyunca sektörümüze verdiği tüm değerler için çok teşekkür ederim. Derginin bugün hem online hem de offline kanallardan yayınlanıyor olması hepimiz için büyük bir şans. Sektörümüzün tüm oyuncu ve paydaşlarını Dağıtım Kanalı’na destek olmaya çağırıyorum. Biz de elimizden geldiğinde sonuna kadar desteklemeye devam edeceğiz.

İyi ki Dağıtım Kanalı dergisi var.
Nice 25 yıllara...

Semir Kuseyri
BSH Türkiye Satış Direktörü

Sektörümüzle ilgili güncel gelişmeleri takip edebildiğimiz en önemli kaynaklardan biri olan Dağıtım Kanalı dergisini ilgiyle takip ediyor ve ekip arkadaşlarıma tavsiye ediyorum. Dağıtım Kanalı Dergisi sektörel yayıncılık konusunda birçok ulusal yayın organına da örnek teşkil etmektedir. Üretici, ithalatçı, distribütör, toptancı ve bayilerin aralarında köprü oluşturarak sektörün gelişimine ve bütünleşmesine katkı sağlamaktadır. Özverili çalışmalarından ötürü tüm çalışanlara teşekkür ederken, dergimizi 25. yaşına girmesi dolayısıyla kutluyor başarılarının devamını diliyorum.

Tarık Leloğlu
Vestel Bayi & Perakende Mağazalar
Satış Genel Müdür Yardımcısı

HAYATIN İÇİNDE RENKLERİMİZLE VARIZ



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



“Dağıtım Kanalı’nın İzindeyiz” kapsamında Denizli bayilerini ziyaret ettik

“Dağıtım Kanalı’nın İzindeyiz” projesi kapsamında bu sefer rotamızı Denizli’ye yönlendirdik. Burdur, Isparta ve Antalya’dan sonra Denizli bayileri ile buluşmanın heyecanıyla ziyaretlerimize başladık. İlk olarak Arçelik Bayisi Şahlan Ticaret’in kapısını çaldık. Firma sahibi Mehmet Baklan ve iki kızı Eda ile Emine Nur Baklan bizi karşıladı. Mehmet beyin iki kızı da, sektörün önemli bir sorunu olan ‘iş devralma’ konusunu sanki çözmüş gibi iş sahiplenmiş ve geliştirmeye başlamışlar. Aslında her iki de meslek sahibi; Büyük kız Eda Baklan Matematik öğretmeni, küçük kızın mesleği ise Mimar. Firma sahibi Mehmet Baklan da zaten bu mesleği Babası Süleyman Baklan’dan devralmış, yani ticarethane şimdilerde 3. Kuşağa devredilmek üzere.

Daha önceki seyahatlerimizde ziyaret eksikliğini hissettiğimiz Vestel bayilerini bu sefer atlamadık ve Denizli’deki ikinci ziyaretimizi Vestel Bayi Alevgaz firmasının sahibi Nail Gündüz’e yaptık. Nail Bey bizi mağazada karşıladı, daha sonra mağazanın en üst katında bulunan ofisinde ağırladı. Mağazanın düzeni, tertibi, katlar arasındaki geçişleri ve personeli ile olan pozitif ilişkileri ilk olarak gözümüze çarpan konular oldu.

Ege bölgesinin en büyük Siemens mağazası ve Denizli’nin tek Studioline deneyim mağazası olan, daha önceki yıllarda açılışına katıldığımız, Meta Plaza Hüseyin Kuruoğlu ile açılıştan günümüze işlerinin nasıl gittiğini ve Denizli pazarını konuştuk. İş ile ilgili memnuniyet verici sözleri bayilik mesleğinin geleceği açısından bizi mutlu etti.

Mesleği babadan oğula hatta toruna geçtiğini duymuştuk ama işin 4. kuşağa geçtiğini bizim sektörde pek duymamıştık. Vestel Bayisi Özden Ticaret 4. Kuşak bir ticaret hane. Ahmet Özden Y kuşağı dediğimiz genç bir bayi, babası İsmail Burhan Özden ile Vestel Bayiliğini oldukça başarılı bir şekilde yönetiyorlar.

Denizli’ye gelip de Yurdal Danışman’ı ziyaret etmemek olmaz. Bir gün önce telefonla kendisinden randevu alıp ziyaretine gittik. Haftanın belirli günler hala aktif olarak mağazaya gelip gidiyor, şimdilerde dükkânı iki oğluna devretmiş durumda. Yurdal Bey hem şahsiyet olarak sektörümüzün adeta kültürel mirası, hem de Philips Markasının Denizli’deki hala en güçlü kalesi gibi.”



Mağazamız Denizli'mizin tek Arçelik Omni mağazasıdır

Bize kendinizi tanıtır mısınız?

Ben Mehmet Baklan. Denizli'de Şahlan Ticaret olarak beyaz eşya sektöründe 50. Yılımı dolduran yani yarım asırlık bir işletmenin sahibiyim. Babam Süleyman Baklan'ın kuruculuğu ile sektöre giriş yaptım. Zaman içinde birlikte büyüdük. Yeğenlerim ve kızlarımın desteği ile sektördeki varlığımızı sürdürüyoruz.

Firmanızı ve kuruluş hikayenizi bize kısaca anlatabilir misiniz?

Şahlan Ticaret'in doğuş hikayesi babam Süleyman Baklan'ın terzilik mesleğinde güvenilir ve Denizli'de tercih edilen bir terzi olmasıyla başlıyor aslında. Bu vesileyle terzilikten dikiş makinası ticaretine geçiş yapıyor. Sonra ürün çeşitliliğinin artması ile ortak olarak baba oğul çalışmaya devam ediyoruz. Müşterilerin memnuniyeti ve bizlere güveni ile zaman içinde farklı sektörlerde de yer aldık. Böylece Şahlan Ticaret olarak hem tazelandık hem yenilendik.

Mağazanızın özelliklerinden bahsedebilir misiniz?

Mağazamız Denizli'mizin tek Arçelik Omni mağazasıdır. Omni mağazanın özelliği müşterilerimizin akıllı ekranlar ve deneyim alanları bulunan mağazamızda, teknolojik cihazlar bilgisayar, tablet, telefon gibi Arçelik bünyesinde bulunan tüm ürünlere bizler aracılığı ile ulaşabilmesidir.

Geçmişten günümüze perakendecilik size göre nasıl gelişti?

Günümüzde perakendecilik, geleneksel mağazacılık, e-ticaret ve mobil ticaret gibi farklı kanalların entegre edildiği çoklu kanal perakendeciliği anlayışıyla şekillenmekte. Ayrıca, veri analitiği, yapay zekâ ve dijital pazarlama gibi teknolojilerin perakendecilik sektöründe kullanımı da giderek artmaktadır. Bu sayede perakendecilik daha kişiselleştirilmiş ve veri odaklı bir hale gelmiştir.

Mağaza olarak tüketiciye sunduğunuz farklılıklar nelerdir? Tüketici sizi neden tercih ediyor?

Mağaza olarak ürünlerin deneyimlenmesine önem veriyoruz. Özellikle yeni çıkan ürünlerimizi deneyim mutfağımızda kullanarak, gelen misafirlerimize ürünlerin tadımlarını yaptırıyoruz. Zaman zaman çekiliş kampanyaları ve ödüllü etkinliklerle mağazamızı dinamik tutmaya özen gösteriyoruz. Bunun yanı sıra yarım asırlık geçmişimiz, güler yüzlü ve samimi ekip arkadaşlarımız ile bizler deneyim odaklı Omni mağazamızda onları bekliyoruz.

Sizin için ARÇELİK ne anlam ifade ediyor? Markanız ile ilişkiniz nasıl?

Arçelik pazarlama A.Ş. geniş ve yaygın yetkili



Satış ve servis ağıyla modern perakendeciliğin ülkemizdeki en büyük temsilcilerindendir. Başarısının sırrını kaliteli ürün, üstün satış gücü ve etkili satış sonrası hizmetleri ile tanımlayabiliriz. Bu anlamda birlikte olmaktan mutluluk duyuyoruz. Arçelik, çalışanları ile tüm paydaşları için güvenilirlik, devamlılık ve saygınlık sembolü olmayı amaçlar. Bu doğrultuda bayi yönetmenlerimizle kurduğumuz ilişkilerde profesyonellik ön planda olmak üzere samimiyet ile ilerlemekteyiz.

Mesleğinizi çocuklarınıza ve başka girişimcilere tavsiye ediyormusunuz?

Tabiki tavsiye ediyorum. Biri matematik öğretmeni biri mimar olmak üzere 2 kızım var. İkisi de benimle bu sektörde yer alıyorlar. Bilemiyorum tabi zaman ne gösterir, ileride kendi kanatları ile uçmak isterlerse bende seve seve onları desteklerim.

Ekonomik olarak çok dalgalanmalı bir zamandan geçiyoruz. Bu dönem sizleri olumlu ya da olumsuz nasıl etkiliyor?

Türkiye'de beyaz eşya sektörü, ekonomik krizlerden genellikle olumsuz etkilenir. Ekonomik krizler genellikle tüketici harcamalarında düşüşe, kredi koşullarının sıkılaşmasına ve döviz kurlarındaki dalgalanmalara neden olur.

Bu faktörler beyaz eşya sektörünü şu şekillerde etkileyebilir:

- **Tüketici Harcamalarında Düşüş:** Ekonomik krizler genellikle tüketici güvenliğini azaltır ve tüketici harcamalarında düşüşe neden olabilir. Bu durum beyaz eşya sektöründe satışlarda azalmaya ve talep daralmasına yol açabilir.
- **Kredi Koşullarının Sıkılaşması:** Ekonomik krizler sırasında bankalar genellikle kredi koşullarını sıkılaştırır. Bu durum tüketicilerin beyaz eşya alımları için kredi kullanmalarını zorlaştırabilir ve satışları olumsuz etkileyebilir.
- **Döviz Kurlarındaki Dalgalanmalar:** Türkiye'de beyaz eşya sektöründe faaliyet gösteren birçok firma, yurt dışından malzeme ve bileşen ithal eder. Bu nedenle, döviz kurlarındaki dalgalanmalar ve değer kayıpları maliyetleri artırabilir ve fiyatları yükseltebilir.

Ancak, bazı durumlarda beyaz eşya sektörü, ekonomik krizlerden dolayı oluşan tüketici talebindeki düşüşü dengelemek için fiyat indirimleri, kampanyalar ve ödeme kolaylıkları gibi çeşitli stratejiler geliştirebilir. Ayrıca, enerji verimliliği ve çevre dostu ürünler gibi alanlarda odaklanarak tüketici talebine cevap verebilir. Biz de bu doğrultuda ilke ve hedeflerle yenilikleri takip ederek ürün çeşitlerimizi ve şubelerimizi arttırmayı planlıyoruz.



Denizlili tüketiciler Ahmet Nazif Zorlu'nun Babadağlı olması nedeniyle Vestel'e ayrı bir önem veriyor.

Bize kendinizi, firmanızı ve kuruluş hikayenizi kısaca anlatabilir misiniz?

15 Temmuz 1967 Denizli doğumluyum. İş hayatımıza 1987 yılında kardeşim Ercan Gündüz ile başladık. Servis hizmetleriyle birlikte perakendede kısa sürede ilerlemeler kaydettik. 1996 yılında Vestel ile kurduğumuz iş ortaklığı ile perakendede önemli bir adım attık. Günümüzde perakende sektöründe Türkiye'nin önde gelen markalarının bayilikleriyle Denizli'de 9 mağazayla hizmet vermeye devam ediyoruz.

Mağazanızın özelliklerinden bahseder misiniz?

Mağazamız çok katlı olup içerisinde beyaz eşya, mobilya ve züccaciye çeşitlerini barındıran bir AVM şeklindedir. Özellikle ürün çeşitliliği ve geniş metrekaremizle sektörün öncülerindeniz.

Geçmişten günümüze perakendecilik size göre nasıl gelişti?

Bu işe başladığımız yıllarla günümüzü kıyasladığımızda sektör çok hızlı ve sürekli değişen-gelişen bir hale geldi. Ürün çeşitliliği her geçen gün artıyor ve tüketiciler artık çok daha bilgili. Teknolojiyle birlikte ürüne ulaşma ve kıyaslama imkanları çok gelişti. Tüm bunlarla birlikte etkili rekabet için bu argümanların en iyi şekilde kullanılması zorunlu hale geldi. Biz de sektördeki gelişmeleri takip ederek en iyi pozisyonu alma çabası içindeyiz.

Bölgenizdeki tüketiciler hakkında genel bir bilgi verebilir misiniz?

Müşteri portföyümüze baktığımızda tüketicilerin çoğunluğunda hemşehricilik eğilimi görmektedir. Denizlili tüketiciler Ahmet Nazif Zorlu'nun Babadağlı olması nedeniyle Vestel'e ayrı bir önem veriyor. Ayrıca alışverişlerini samimi bulduğu yerlerden yapıyor. Biz de bunları göz önünde bulundurarak mağazalarımızda geleneksel esnaf muhabbetini korumaya çalışıyoruz.

Mağaza olarak tüketiciye sunduğunuz farklılıklar nelerdir? Tüketici sizi neden tercih ediyor?

Markamıza özellikle %100 yerli olmamızdan dolayı güzel dönüşler almaktayız ve bununla birlikte yerli malını destekleyen tüketicilerin tercih sebebiyiz.

Özellikle çok katlı bir mağaza olmamız, ürün çeşitliliği ve farklı ürün grupların bulunması, farklı ödeme seçenekleri sunuyor olmamız bunların yanında en önemlisi güler yüzlü ve dürüst hizmet vermemiz tercih edilmemizdeki ana sebepler.



Sizin için VESTEL ne anlam ifade ediyor?

Vestel beyaz eşya sektöründe Türkiye'nin en önemli değeri. Yerli ve milli markamızla gurur duyuyoruz.

Markanız ile ilişkiniz nasıl? Yöneticilerinizden beklentiniz nelerdir?

Samimi ve karşılıklı güvenle ilerlettiğimiz bir ortaklığımız var. Aynı dili konuşmak ve ticarette ortak noktalarda buluşmak mutluluk veriyor. Daha iyisi için çalışmaya devam ediyoruz. Yöneticilerimiz beklentilerimizi karşılamak adına özverili bir şekilde çalışıyorlar. Bunun için herkese teşekkür ederiz.

Bir beyaz eşya mağazası olarak sektörel anlamda ne çeşit sorunlarla karşılaşıyorsunuz, bunların düzelmesi için önerileriniz var mı?

Sektörümüzde ürün, kalite, satış sonrası hizmetler konularında ciddi ilerlemeler kaydedildi. Tüketiciler de bu konularda çok memnun. Fakat son zamanlarda ödeme yöntemlerinde oluşan olumsuz durum tüketicilerin taksitli alışverişlerde zorlanmasına sebep oluyor. Bu konuda finansal iyileştirmeler için çalışmalar yapılması oldukça faydalı olacaktır.

Mesleğinizi çocuklarınıza ve başka girişimcilere tavsiye ediyor musunuz?

Elbette. İnsanların ihtiyaçları olan ürünleri onlara ulaştırmak mutluluk veriyor. Kurulan bağlar yıllarca unutulmuyor. Bu da bizleri mutlu ediyor. Sektörün dinamiği bize enerji veriyor.

Ekonomik olarak çok dalgalanmalı bir zamandan geçiyoruz. Bu dönem sizleri olumlu ya da olumsuz nasıl etkiliyor?

Tabi ki de her bireyi etkilediği gibi bizleri de etkiliyor. Önemli olan bu tür durumlarda hep birlikte el ele vererek bu sıkıntıları da beraber aşabilmek. Bunun için hepimizin elimizi taşın altına koymamız gerekiyor.

Kendinizi mesleki anlamda yenilemek ve büyütmek için neler yapıyorsunuz? Ne tür literatür takip ediyor ve nasıl kendinizi eğitiyorsunuz?

Tabii ki sektörü ve piyasayı takip ediyoruz. İşimize katkı sağlayacak her fırsatı değerlendiriyoruz. Eğitime çok önem veriyoruz. Yazılı ve görsel materyallerden faydalaniyoruz ve bunları şirket içi toplantılarımızda istişare ederek hayata geçiriyoruz. Bu konuda Vestel de bize ciddi katkılar sağlıyor. Organize edilen uzaktan veya yüz yüze eğitimlere katılım sağlayarak kendimizi geliştirme imkanı buluyoruz.

Yaptığınız mesleğin keyifli yanları ile zorluklarından bahseder misiniz?

Mesleğimizin en keyifli yanı insanlarla kurduğumuz ilişkiler. Müşterilerimizi memnun etmek bize mutluluk veriyor. Tabii müşterilerimizin bütün taleplerine karşılık verebilmek her zaman mümkün olmuyor. Bu bizi üzüyor. Tabii rekabet koşulları bizleri zorluyor. Özellikle zincir mağazalar ve internet ortamındaki fiyatlar konusunda zorluklar yaşıyoruz.

Bu sektörde ve perakendecilik de hedefleriniz nedir?

Hedefimiz hizmet kalitemizi arttırarak müşterilerimizin memnuniyetini daha üst düzeye çıkarmak olacak. Uygun lokasyonlarda yeni mağazalarla müşterilerimize daha yakın olmak istiyoruz. Sektörde almış olduğumuz bayrağı daha ileriye taşımak için heyecanımız, azim ve kararlılığımız tamdır.

Eklemek istediğiniz farklı bir konu var mıdır?

Sektöre sağladığınız katkılar ve bizlere olan ilginiz için teşekkür ediyoruz. Tüm meslektaşlarımıza hayırlı ve bereketli işler diliyoruz.

ÇAMAŞIR İŞİNE VESTEL İŞİ DOKUNUŞ!

Çamaşırınızın özelliğini ve kirlilik seviyesini algılayıp uygun program ve deterjan miktarını ayarlayan Vestel Akıllı Dokunuş Teknolojisi.





Denizli bir aile gibi sürekli iletişim ve kişisel ilişkilerle ticaretin yoğun olarak devam ettiği bir şehirdir



Bize kendinizi tanıtır mısınız?

1982 yılında Denizli'nin Kale ilçesinde doğdum. İlk ve orta öğrenimimi Kale ve Denizli merkezinde tamamladım. Lise eğitimimi Burdur Fen Lisesi'nde, üniversite eğitimimi ise İzmir Ege Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü'nde bitirdim. Daha sonra Denizli'ye dönerek Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yüksek lisans yaptım. Bu süreçte, Denizli'deki bir firmada 3 yıl boyunca satınalma ve pazarlama departmanında çalıştım. 2008 yılında oradan ayrılarak eşimin abisi, Yüksek Makine Mühendisi Mehmet Ali Badem ile kendi işimizi kurduk. İlk olarak 2009 yılında Maviay Mühendislik adlı tesisat ve inşaat sektöründe faaliyet gösteren bir firmayı kurduk ve faaliyetlerimize başladık. Hala devam eden ve kurucu ortağı olduğum Maviay Mühendislik şirketinde yöneticilik görevini sürdürüyorum. 2021 yılında, beyaz eşya ve perakende mağazacılık sektöründe yeni bir yatırım olarak Siemens markası

ile Denizli merkezde Batı Anadolu'nun en büyük cadde mağazası olan Meta Plaza Sanayi ve Ticaret A.Ş. firmasını kurduk. Bu firma ile Siemens ve Studio Line markalarının tüm ürün gamını deneyimleme imkânı sunarak Denizli'ye Studio Line ürünleri ile tanıttık. Yine kurucu ortağı olduğum bu şirkette yönetim kurulu başkanı olarak görev yapmaktayım.

Kuruluşunuzdan bugüne yaklaşık 2 yıl geçti hayatınızda neler değişti, işleriniz şu anda nasıl?

Mağazamızın kuruluşundan bugüne, her gün yeni bir Siemens kullanıcısı ile tanışarak ve Siemens ailesine bir müşteri daha ekleyerek devam ediyoruz. Sürekli olarak yenilenen teknolojilerimizle müşterilerimize tanıtım yapmayı sürdürüyoruz. Bu yeni yatırım, hayatıma farklı bir sektör olan perakendecilikte birçok değerli kişi ile tanışma fırsatı sundu. Öncelikle bu yatırımı planlama ve başlatma şansı veren değerli

Alan Yöneticimiz Barış Karakoç ve Bölge Müdürümüz Serhan Çokal ile tanıştık; ardından, eski direktörümüz Hakan Sultar Bey ile tanışmaktan da mutluluk duydum. Sektöre yön veren isimlerle çalışmak ve sektörün en premium markası ile ortaklık kurmak, bizim için keyifli bir deneyim olmaya devam ediyor. İşlerimize ve projelerimize sürekli olarak değer katmaya devam ediyoruz.

Mağazanızın özelliklerinden bahsedermisiniz?

Mağazamız halen Batı Anadolu'nun en büyük cadde mağazası olup en fazla ürün seçeneği ile kıymetli Siemens müşterilerine diledikleri ürünleri deneyimleme imkânı sunmaktadır. Aynı zamanda sıcak bir yuva hissiyatı veren mağazamızda misafirlerimize eşsiz Siemens kahve lezzetlerini deneyimlemeye devam ediyoruz. Mağazamızı diğer mağazalardan ayıran en büyük özellik ise premium ankastre markası olan StudioLine ürünleri ile Siemens ürünlerini de aynı anda deneyimleme ve kıyaslama imkânı da sunmaktadır. Bunun yanı sıra mağazamızda 1 adet StudioLine deneyim mutfağı, 2 adet proje ve toplantı odası, 1 adet Siemens Home Connect deneyim alanı ve yine Siemens Home Confor odamız ile 1 adet iş ortağımız Philips markasının TV deneyim salonu vardır. Mağazamıza gelen misafirlerimiz tüm ürünlerimizi deneyimleyebilmekte ve istedikleri ürünleri seçerek keyifli bir alışveriş yapabilmektedir.

Geçmişten günümüze perakendecilik size göre nasıl gelişti ve bölgenizdeki tüketiciler hakkında genel bir bilgi verebilir misiniz?

Perakendecilik sektörü müşteri iletişim kanallarının sürekli olarak geliştiği dinamik bir sektör olup ileride de daha



UFO®



UFO

Ailemizin Yeni Üyesi: **ERCİYUS** *smart*

Teknoloji ile güvenliği birleştiren **AKILLI UFO**; mobil uyumluluk özelliği sayesinde ısıtıcınızı uzaktan kontrol edebilme imkanı sunar. Sağlıklı, güvenli, tasarruflu ve uzun ömürlü oluşu sayesinde maksimum verim almanızı sağlar.



Mobil Kontrol



Manuel Aç/Kapa



Kumanda ile Aç/Kapa



Bluetooth ile Aç/Kapa



Ev Yönetimi



Zaman Ayarı



Devrilme Emniyeti



Manuel Mod



Haftalık Programlama



Termostatlı Isı Ayarı



/ufokurumsal



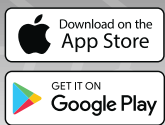
0850 888 28 36



www.ufotr.com



info@ufotr.com





fazla deneyim ve müşteri ihtiyaçlarının çeşitlendiği bir şekilde devam etmektedir. Önümüzdeki süreçte müşteri deneyiminin daha da gelişeceği şekilde etkinlikler ve sosyal sorumlulukların artacağı yönde devam edecektir. Siemens markası deneyimi ve marka aidiyeti en yüksek olan Premium markaların başında gelmektedir. Gerek yurt içinde gerekse yurt dışında 1 numaralı müşteri markası olmuştur. Sürekli gelişen yenilikçi teknolojileri ile müşterilerine sensör teknolojilerini çok yoğun kullanılarak müşteri ihtiyaçlarının en fazla karşılandığı marka olarak da yoluna devam etmektedir. Denizli sanayinin geliştiği, yıllık 5 milyar dolar ihracat kapasiteli ve sürekli gelişen Türkiye'nin büyük şehirlerinden biridir. Aynı zamanda inşaat sektörü de sürekli büyümektedir. Denizli neredeyse bir aile gibi sürekli iletişim ve kişisel ilişkilerle ticaretin yoğun olarak devam ettiği bir şehirdir.

Mağaza olarak tüketiciye sunduğunuz farklılıklar nelerdir? Tüketici sizi neden tercih ediyor?

Müşterilerimize, markamızın tüm çeşitlerini ve en yeni modellerini, geniş, ferah ve huzur dolu olan mağazamızda keyifli bir alışveriş ortamında sunmaktayız. Öyle bir mağaza düşünün ki çocukları ile gelen müşterilerimiz kendileri rahatça alışverişlerini yaparken, çocukları için gönlünce eğlenebilecekleri ve deneyim yaşayacakları mini mutfak oyun alanımız mevcut. Ayrıca yetkin ve deneyimli mağaza satış danışmanlarımız ile birlikte tüm ürünlerimiz hakkında müşterimizin ihtiyaçlarını en fazla karşılayan ürünleri belirleme ve doğru teknolojiyi içeren en kaliteli ürünü güçlü stok yapısı ile de en uygun fiyata satın alabilme fırsatı sunmaktayız. Mağaza olarak bizden alışveriş yapan müşterilerimizin sadece bizden ürün satın almadıklarını aynı zamanda da bizim vasıtamızla güzel sosyal sorumluluk projelerine imza attıklarını bilmeleri onları bizim mağazamızı tercih ettiriyor diye düşünüyorum.

Sizin için SIEMENS ne anlam ifade ediyor? Markanız ile iletişim nasıl?

Benim için Siemens sürdürülebilirliği ifade etmektedir. Sürekli gelişen teknolojileri ile insanlığın ihtiyaçlarını en fazla karşılayan ve yenilenebilir enerji ve teknoloji yatırımları ile sosyal sorumluluk bilincinde en güzel projelere imza atan bir marka olduğunu düşünmekteyim, böyle düşündüğümüz içinde Siemens Markası ile iş ortaklığı yaptık. Marka ile olan iletişimimizi öncelikle sahada çalışan satış ve alan yöneticilerimiz, sonrasında her daim projelerimizi ve iş geliştirmemize katkılarını esirgemeyen değerli bölge Müdürümüz Serhan Çokal vasıtası ile sürdürmekteyiz ve en üst düzeyde destek görmekteyiz. Yöneticilerimizden, perakendeciliğin gelişeceği önümüzdeki dönemde, iş ortakları olarak bizlere bugüne kadar olduğu gibi desteklerini sürdürmelerini ve hep birlikte sürdürülebilirlik alanında ilerleyerek devam etmeyi bekliyoruz.

Sektör de bir derneğe veya bir kuruluşa üye misiniz? Cevabınızı evet ise katkıları size göre nedir?

Şahsi olarak üyesi olduğum ve bir dönem de en genç yönetim kurulu üyeliğini de yaptığım, Müstakil Sanayici İş Adamları Derneği ve Denizli İnşaat Malzemeleri Satıcıları İş Adamları Derneği olarak 2 farklı STK da görev yapmaktayım. Bu dernekler vasıtası ile işimizi en üst düzeye taşıyabilmek için tüm gelişmeleri takip etmekteyiz.

Bir beyaz eşya mağazası olarak sektörel anlamda ne çeşit sorunlarla karşılaşıyorsunuz. Bunlar nelerdir, bunların düzelmesi için önerileriniz var mı?

Globalleşen dünyamızda sürekli dijitalleşen ticaret alanında sektöre yön veren bir marka olarak Siemens'ten perakendecilik alanında rekabetçi ve teknolojik ürünlerini

değerli Siemens müşterilerimize ulaştırabilmek için e ticaret çözümleri beklemekteyiz. Bu alanda tüm ürün gruplarının müşteriler tarafından mağazada deneyimlenirken online olarak da satınalma yapabildikleri bir platform altyapısı süreçlerinin hızlandırılmasını beklemekteyiz.

Mesleğinizi çocuklarınıza veya başka girişimcilere tavsiye ediyor musunuz?

Ben kendi mesleğimi daha çoğunlukta bir yatırımcı olarak görmem sebebiyle ülkemizin de gelişebilmesi için herkese doğru olduğu gibi çocuklarıma da tavsiye etmekteyim. Mağaza olarak da Siemens gibi Premium bir marka ile doğru yatırım yaptığımızı görüyor ve diğer yatırımcılara da tavsiye ediyorum.

Ekonomik olarak çok dalgalanmalı bir zamandan geçiyoruz. Bu dönem sizleri olumlu ya da olumsuz nasıl etkiliyor?

Ülke olarak bu süreçte satın alma gücünün de azalarak devam ettiği bu günler de müşterilerimize marka ve mağaza olarak sürekli kampanyalar yapmaktayız, yaptığımız bu kampanyaları da Siemens müşterilerimize Denizli Meta Plaza adlı sosyal medya platformundan ulaştırıyoruz.

Kendinizi mesleki anlam da yenilemek ve büyütmek içi neler yapıyorsunuz? Ne tür literatür takip ediyor ve nasıl kendinizi eğitiyorsunuz?

Sektörü daha iyi tanımak ve doğru öngörüler edinebilmek için sektörün önde gelen yayın kanallarından olan sizin derginiz DAĞITIM KANALI dergisine abone olarak sürekli okuyorum ve gelişmeleri buradan takip ediyorum

Yaptığınız mesleğin keyifli yanları ile zorluklarından bahsedebilir misiniz?

Bir müşterinin doğru ürünü almış olması ve aldığı üründen memnun kaldığı için mağazamıza gelerek bizlere teşekkür etmesi ve dostlarına da mağazamızı tavsiye etmesi bizleri mutlu ediyor.

Bu sektörde ve perakendecilik de hedefleriniz nelerdir?

Bu sektörde yıllarca Denizli ve yakın illerinde geliştirebileceğimiz iş ortaklıkları bularak sürekli olarak işimizi geliştirmek ve sürdürülebilir iş ortaklıkları kurmak istiyoruz. Bu alanda daha fazla müşteriye ulaşabilmek içinde şube yatırımları yapmak istiyoruz.

Eklemek istediğiniz farklı bir konu var mıdır?

Öncelikle şahsınıza ve derginize sizin gibi sektörü doğru takip eden bir yayın organı olarak bizlere de sizin vasıtanızla kendimizi ifade edebilme imkânı tanıdığınız için teşekkür eder, işlerinizde kolaylıklar dilerim...

Bekletmeyi Sevmiyoruz!

Ürünleriniz raflarda beklemesin diye

Türkiye'nin **81** ilinde, aylık **50.000**'den fazla mağaza ziyareti, **1.500**'den fazla çalışanı ve perakende dünyasındaki öncü rolüyle sahadaki partneriniz

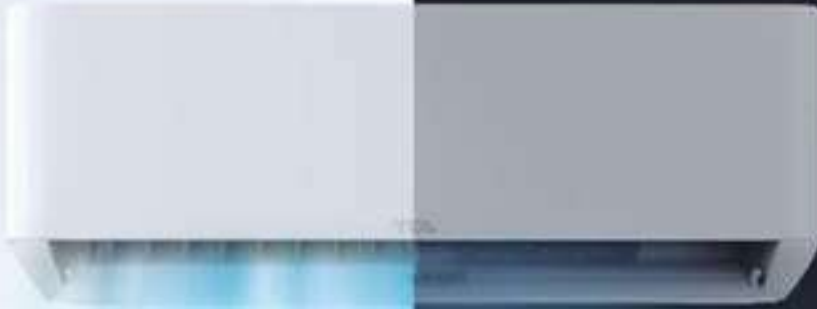
pozitera

444 50 70
www.pozitera.com

TCL

İhtiyaçlarınıza Yanıt Verir

T-PRO SERİSİ SPLIT KLİMA



Turbo Soğutma

- 100Hz Yüksek Frekans Başlatma
- 30 Saniyede Hızlı Soğutma
- %20 Daha Fazla Hava Hacmi
- 1-2 dB (A) Daha Düşük Gürültü

Hafif Serin Üfleme

Hafif Serin Üfleme Kanatçıları



Enerji Etiketli
C-Fresh



Enerji Etiketli
T-Pro

T-PRO Serisi

Split Klima



Sökme + Takma = 20 Saniye

Alt plaka, panjur ve kanatlar 20 saniye içinde kolayca sökülebilir ve yeniden takılabilir, bu da güç kapalıyken çapraz fanın silinmesi de dahil olmak üzere 10m kanal sisteminin temizlenmesini kolaylaştırır.



Kolay Ayırılabilir Alt Plaka

Çıkarılabilir alt plaka, boru bağlantısı, boru depolaması ve kablolar için ekstra alan sağlar (%10). Basma düğmesi, üniteyi montaj plakalarından ayırmayı kolaylaştırır.



Yoğun Sağlıklı Filtre Sistemi

Yüksek yoğunluklu entegre üstten açılır filtre. Ayrıca, ortamda etkili hava filtrelemesi için birden fazla sağlıklı filtre kombinasyonunda isteğe bağlı olarak kullanılabilir.

GÜRSES
KURUMSAL

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

gurseskurumsal
 gurseskurumsal
 0532 413 43 63



CUCINOX Ankastre

Yaşayan Mutfaklara İtalyan Nefesi...



Vestel bizim için sadece bir marka değil, aynı zamanda bir aile gibi



Bize kendinizi tanıtır mısınız?

Denizli'de yaşıyorum, ailemin en küçük çocuğuyum ayrıca evli iki ablam var. Üniversite eğitimimi tamamladıktan sonra aile işletmemizde, ticaret hayatına atıldım. Şu anda işletmemizin 4. kuşağı olarak ticari faaliyetlerimize devam etmekteyim.

Firmamız, 1948 yılında büyük dedem İsmail Özden tarafından Denizli Güney ilçesinde bir bakkal olarak kuruldu. Zamanla hazır gıdaların yaygınlaşmasıyla birlikte, dedem Ahmet Özden farklı sektörlere, örneğin bakkaliye, kırtasiye, hırdavat, radyo, televizyon, tüp bayiliği, Philips, Milangaz Bayiliği gibi alanlara giriş yaparak işletmenin büyümesini sağladı. Daha sonra babam İsmail Burhan Özden bu işi devam ettirdi halen birlikte çalışıyoruz. Babam, işletmenin temelini Profilo bayiliği, Milangaz Bayiliği, Av Malzemeleri Bayiliği, Yem, kömür satışı gibi

farklı sektörlerde sağlamaştırarak bugünlere getirdi.

2011 yılında işletmeye bende katıldım, Vestel bayiliği olarak ana faaliyet alanımızı Vestel'e odaklandık. Ayrıca, dedemden günümüze devam eden Milangaz Bayiliğimiz Denizli'nin Güney ilçesindeki mağazamızda halen devam etmektedir.

Mağazanızın özelliklerinden ve günümüz perakendeciliğinden kısaca söz eder misiniz?

Merkez mağazamız, Vestel'in yeni konsept mağazasıdır; diğer mağaza ise önceki konseptte devam etmektedir. Perakendecilik her geçen gün değişiyor ve günümüzde bu alanda bilgi, özellikle de teknoloji odaklılık büyük bir önem taşıyor. Portföyümüzdeki tüketiciler ile güvene dayalı alışveriş yapmayı sürdürüyoruz, tecrübemiz ve

memnuniyet odaklı hizmet anlayışımızdan dolayı tüketicilerimizden oldukça fazla ilgi görüyoruz. Son 5-6 yıldır markamıza olan ilgi artmış durumda, bu da tüketicilerin bize duyduğu güveni yansıtmaktadır. Mağaza olarak tüketicilere elden taksitli ödeme seçeneği sunmamız ve daha fazla bilgi vererek tüketicilere katkı sağlamamız, müşterilerin bizi tercih etmesine olanak tanıyor.

Sizin için VESTEL ne anlam ifade ediyor?

Vestel bizim için sadece bir marka değil, aynı zamanda bir aile gibi. Vestel ticaret hayatıma önemli katkılarda bulunmuştur. Vestel markası sürekli gelişen bir marka olup, bu gelişim bizi de olumlu yönde etkilemektedir. Markamızla olan ilişkimiz son derece sağlam, yöneticilerimiz beklentilerimizi karşılama konusunda etkili bir iş birliği sağlıyor. Mesleğimi başka girişimcilere de tavsiye ederim, ancak işimizin karışından görüldüğü kadar rahat olmadığını belirtmeliyim. İşleyişin arka kısmında ürün tedariği, stoğun depolanması ve sevkiyat gibi detaylar bulunuyor. Sadece ürünü alıp satmakla iş bitmiyor; bu sektörde işin arka planında zorlu bir süreç bulunmaktadır.

Bir beyaz eşya mağazası olarak sektörel anlamda ne çeşit sorunlarla karşılaşılıyorsunuz, bunların düzelmesi için önerileriniz var mı?

Sektörel anlamda internet vb ortamlarda rekabet konusunda sorun yaşıyoruz, bunun için öneri sunduğumuz da Rekabet Kurulu'nun bir yetkisi olmadığı iletildiği için çözüm sağlandığını düşünmüyorum.



Denizli'ye gelip de Yurdal Danışman'ı ziyaret etmemek olmaz. Bir gün önce telefonla kendisinden randevu alıp ziyaretine gittik. Haftanın belirli günler hala aktif olarak mağazaya gelip gidiyor, şimdilerde dükkânı iki oğluna devretmiş durumda. Yurdal Bey hem şahsiyet olarak sektörümüzün adeta kültürel mirası, hem de Philips markasının Denizli'deki hala en güçlü kalesi gibi.



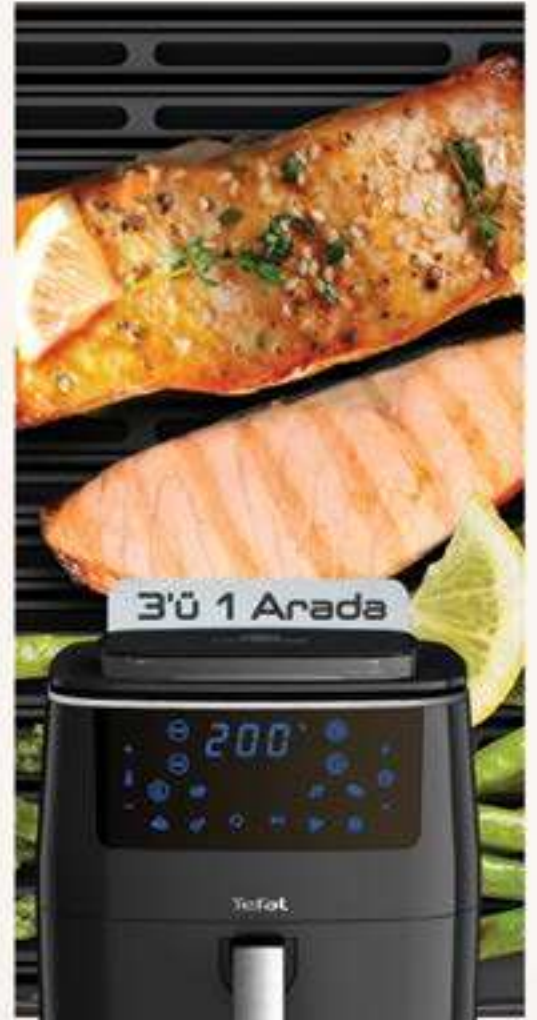
AIR FRYER'DAN ÇOK DAHA FAZLASI!



2'si 1 Arada



2'si 1 Arada



3'ü 1 Arada



Daha fazlası için ziyaret edin lg.com/tr



Life's Good.



LG Brandshop mağazalarında
kaçırılmayacak yıl sonu fırsatları devam ediyor.

**“Camin sonsuz yaşam
döngüsünü bilimin
perspektifiyle ele alıyoruz”**



Semavi Yorgancılar Yorglass Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su



Attığımız her adımda camın sahip olduğu sonsuz yaşam döngüsünü; dönüşüm, verimlilik ve tasarruf kavramlarının penceresinden tanımlıyoruz. Camın, yarının dünyasında belirleyici bir rol üstleneceğini tüm dünyaya göstermeyi hedeflediğimiz yolculuğumuzda; UN Global Compact'ın sektördeki ilk imzacısı olarak, Bilime Dayalı Hedef Verme çalışma gurubuna katılıp sera gazı emisyonlarını azaltmak için gerekli bilimsel altyapıyı kurmaya başladık. Tüm işletmeleri Sıfır Atık Belgesi alan, UN Global Compact imzacısı bir şirket olmanın verdiği sorumlulukla, iş süreçlerimizi bu vizyon doğrultusunda güncelledik. Bu sayede dünya ile aynı anda sürdürülebilirlik adımları atıyor, yatırımlarımızı sürdürülebilirlik hedeflerimiz doğrultusunda hayata geçiriyoruz.

Avrupa Birliği'nin 2030 yılına kadar sera gazı emisyon oranlarının ciddi oranda azaltılması ve 2050'de ise sıfırlanması hedefi, sürdürülebilir bir geleceğe giden yolu aydınlatıyor. Biz de şirket olarak tüm çalışmalarımızı ve yatırımlarımızı bu hedef çerçevesinde ele alıyor, yeni çözümlerimizi çevreyle uyumlu olacak şekilde geliştiriyoruz. Geleceği planlamayı yalnızca bir iş hedefi olarak görmüyor, yerküreyi koruyup enerji tüketimini azaltmak amacıyla şekillendirdiğimiz proje ve yatırımlarımızla işletmelerimizi de sürdürülebilir bir gelecek için harekete geçiriyoruz. Sürdürülebilirlik yönünde attığımız her adımda bilimin perspektifiyle ilerliyoruz. Bu kapsamda Birleşmiş Milletler Bilim Temelli Hedefler çerçevesinde 2032 yılında karbon emisyonumuzu yüzde 50 azaltmayı, 2050 yılında ise net sıfır hedefine ulaşmayı amaçlıyoruz. Yorglass olarak bugün olduğu gibi yarın da yaşanabilir bir dünya için çalışmalarımızı büyük bir hassasiyet ve titizlikle yürüteceğiz.

Sürdürülebilirliği ve uzun yaşam döngüsünü farklı alanlara taşıyoruz

Sadece bugünü değil, dünü ve geleceği de içine alan geniş bir perspektiften bakarak, camın rehberliğinde geleceğe sahip çıkan proje ve yatırımlara imza atıyoruz. Manisa Organize Sanayi Bölgesi'nde 22,5 milyon euro yatırımla hizmete sunduğumuz Çamaşır Makinesi Kapak Camı İşletmesi yatırımımız, iş modelimizin öncelikleri arasında yer bulan sürdürülebilirlik vizyonumuzun bir parçasını oluşturuyor. 2021 yılında çalışmalarına başladığımız yeni tesis yatırımımızda da daha önce olduğu gibi ülkemiz için üretmek ve sürdürülebilir bir değer yaratmak hedefiyle yola çıktık. Yatırımımızla çamaşır makinesi kapak camında yüzde 80 gibi büyük bir oranla ithalata bağımlı olan ülkemizi bağımlılık kısılcısından kurtararak, sağlıklı ve sürdürülebilir malzemelerin başında gelen camın yarının dünyasında belirleyici bir rol üstleneceğini tüm dünyaya göstereceğiz. Bu sene sona ermeden tesisimizin çatısına güneş enerji sistemi kurarak sürdürülebilirlik yönünde attığımız adımlara bir yenisini daha ekleyeceğiz. Güvenilir ve global bir tedarikçi olmanın verdiği sorumluluk ile

yatırımlarımıza hız kesmeden devam ederken, uzun yıllara dayalı inovasyon kültürümüzle sunduğumuz hizmetleri de genişletmeyi sürdüreceğiz.

Camın sonsuz potansiyelini keşfetmeye devam edeceğiz

Sürdürülebilirlik çalışmalarımızı bir adım öteye taşıma gayretimiz bizi üretim sonrası elde edilen atık camlardan ileri dönüşüm projeleri geliştirmeye yöneltti. Bu çerçevede Yorglass Upcycle Design Awards (YUDA) ve Cam Kaykay projelerimizi hayata geçirdik. YUDA ile cam sektörünün ileri dönüşüm ve tasarım yoluyla sürdürülebilirliğini sağlama vizyonuna yarının mirasçısı olan gençleri de ortak ettik. Bu proje ile camın sahip olduğu sonsuz yaşam döngüsüyle bir atık malzeme olarak yeniden kullanılabilirliğini ve genç yeteneklerin atık camları ilham verici tasarımlara dönüştürme yeteneğini ortaya koyduk. Camın sürdürülebilir ve yaratıcı bir şekilde kullanılması konusundaki taahhütlerimize odaklanarak sonuçlandırdığımız yarışmamızın ödüllü tasarımlarını Türkiye'nin ilk ileri dönüşüm festivali olan Upcycle İstanbul Art & Design Festivali'nde sergiledik. İleri dönüşüm ve kaynakların verimli kullanımı konusunda bilinç oluşturmak, tasarımın gücüyle atıkların değerlendirilerek tekrar kullanıma kazandırılabilirliğini göstermek amacıyla hayata geçirdiğimiz projemiz ile dönüşümün sürdürülebilir çevresel faydalarına dikkat çektik. Cam endüstrisinde yenilikçi bir yaklaşımı temsil eden bu projelerin camın geleceğinde önemli bir rol oynayacağına inanıyoruz. Geleneksel olarak düzenleyeceğimiz yarışmalar ve katılacağımız etkinliklerle geleceğin yenilikçi projelerini destekleyerek camın sonsuz potansiyelini keşfetmeye devam edeceğiz. YUDA'dan ilham alarak şirketimizin ilk B2C ürünü YUDA Cam Kaykay'ı da üretmeye başladık. Camın sürdürülebilirliğini ve ileri dönüşümünü vurgulamak, endüstride fire olarak kabul edilen malzemelerin üretime tekrar kazandırılabilirliğini göstermek adına ikonik cam kaykaylar hayata geçirdik.

Sürdürülebilirliği araç değil amaç olarak görüyoruz

Hem sektörümüze hem de yaşadığımız dünyaya katma değer sağlamak yolunda sürekli iyileşme ve gelişme hassasiyetiyle yol alan bir şirket olarak, sürdürülebilirliği bir araç değil amaç olarak görüyoruz. Sürdürülebilir geleceğe değer katma yönünde attığımız adımlar bize ödüllerle dönüyor. Bu noktada, Türkiye Kalite Derneği (KalDer) tarafından bu yıl ilk kez düzenlenen Türkiye Sürdürülebilir Gelecek Ödülleri kapsamında Yönetişim Alanında İyi Uygulama Ödülü'ne layık görülmenin gururu içerisindeyiz. Tüm iş süreçlerimiz, ürünlerimiz ve gerçekleştirdiğimiz projelerimizle sürdürülebilirlik amacına hizmet ederek, ülkemizin ve dünyanın geleceği için örnek gösterilecek öncü adımlar atmaya sürdüreceğiz.

Bireylerin sağlık alanında bilinçlenmesini ve harekete geçmesini istiyoruz

Philips'te, sağlığın fiziksel ve mental olarak iyi olma durumunu ele alan bütünleştirilmiş bir yaklaşımın sağlık yolculuğunun merkezinde olması gerektiğine inanıyoruz.



Sinan Kebapçı Philips Kişisel Sağlık Türkiye Ülke Müdürü

Philips'in Kişisel Sağlık alanındaki yaklaşımından bahsedebilir misiniz?

Kişisel Sağlık İş Birimimizde daha sağlıklı yaşam tarzını, iyi hissetmeyi ve önlem almayı destekleyen ürün ve çözümler sunuyoruz. İnsanların sağlıklı kalmalarına ve yaşam kalitelerini arttırmalarına destek olmak için, tedavi kadar önleyici sağlığın önemini vurgulayan, modern sağlık tüketicisinin ihtiyaçlarını tanıyan yeni bir sağlık paradigmasına odaklanıyoruz. Philips'te, sağlığın fiziksel ve mental olarak iyi olma durumunu ele alan bütünleştirilmiş bir yaklaşımın sağlık yolculuğunun merkezinde olması gerektiğine inanıyoruz.

Modern tüketici sağlık deneyimini ise dört prensip üzerine şekillendiriyoruz: Kişiselleştirilmiş, önleyici, proaktif ve aynı zamanda sağlık profesyonelleri ile iş birliği yapılarak kişilerin sağlıklarının kendi kontrollerinde olması bizim için çok önemli.

Geliştirdiğimiz ürün ve çözümlerimizle bireylerin sağlık alanında bilinçlenmesini ve harekete geçmelerini istiyoruz. Bunun için de ileri teknolojiye sahip olan ürünler geliştiriyoruz. Philips olarak sağlık döngüsü yaklaşımını benimsiyor ve Sağlıklı Yaşam'dan başlayarak 'Önlem Alma, Teşhis, Tedavi ve Evde Bakım'a kadar birçok alanda yenilikçi çözümlerle insanların hayatlarını iyileştiriyoruz.

İnsanların hayatlarında küçük değişimlerle büyük farklar yaratmayı amaçlıyoruz. Tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını ve tüketim alışkanlıklarını anlamak için çok hızlı ve proaktif bir şekilde aksiyon almak gerekiyor. Biz de kullanıcılarımızı dinliyor, isteklerine yanıt verecek ürün ve çözümlerimiz ile onlara hizmet etmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Kişisel Sağlık İş Birimi olarak amacımız; insanların kişisel bakım rutinleri ile ilgili bir farkındalık yaratarak, kendi sağlıklarının kontrolünü kendi ellerine almalarına yardımcı olmak.

Kişisel Sağlık alanındaki ürünlerinizden bahsedebilir misiniz?

Kişisel Sağlık alanında 250 milyonun üzerinde ürünü tüketicilerle buluşturarak, hayatlarına dokunuyoruz.

Philips Kişisel Sağlık İş Birimi olarak, faaliyet gösterdiğimiz 4 farklı alan var. Kadın bakım ürün portföyümüzde IPL teknolojisinden, günlük kullanımın vazgeçilmez epilatlara, saç düzleştiricilerine kadar ürünlerimiz bulunuyor. Erkek bakımında ise erkeklerin hayatlarını kolaylaştıran, daha sağlıklı ve iyi hissetmelerini sağlayan saç ve sakal şekillendiricileri gibi ürünlerimiz var. Aynı zamanda, ağız ve diş sağlığına yönelik olan Sonicare elektrikli diş fırçaları ve diş arası temizleyicilerinin yer aldığı kategorimiz bulunuyor. Son olarak, 38 yılı aşkın bir süredir ise Philips Avent markamız ile ebeveynlerin ve bebeklerinin, doğumdan itibaren tüm deneyimlerinin yanında olarak anne-bebek sağlığı alanındaki ürünlerimizi sunuyoruz.

Kadın bakım kategorisinde, Philips Lumea'nın tük alma konusundaki liderliği, gelişmiş teknolojiyi benimsemesi ve bu alandaki 14 yıllık Philips araştırmasının bir ürünü olmasıyla dikkat çekiyor. Profesyonel IPL teknolojisini kullanarak, Philips Lumea kullanıcıların güzellik rutininde devrim yaratıyor. IPL, profesyonel salonlarda kullanılan, kanıtlanmış ve yoğunlaştırılmış ışık atışlarıyla çalışan bir teknoloji. Bu yenilikçi ışık tabanlı tük alma teknolojisi, güvenli ve etkili bir kullanım sunuyor.

Philips'in erkek bakım ürün setleri ise kullanım kolaylığı ile öne çıkarak, evde profesyonel bir bakım deneyimi yaşıyor. Bu setler, berbere gitmeye ihtiyaç duymadan, erkeklerin kişisel bakımını kolayca yapmalarını sağlıyor.



Pratik tasarımları ve güvenilir performanslarıyla hem kadın hem de erkek bakım ürünlerimiz, Philips'in uzun yıllara dayanan deneyimi ve teknolojik liderliği ile kişisel sağlık alanında benzersiz çözümler sunmayı sürdürüyoruz.

Diş sağlığı ve ağız bakımı alanında da oldukça iddialıyız. Sonicare elektrikli diş fırçalarımız, dakikada 62.000 fırçalama hareketi ile son derece etkili bir diş fırçalama deneyimi sunuyor. Bu rakam, manuel diş fırçalarının bir ay boyunca gerçekleştirdiği fırçalama hareketini sadece 2 dakikada tamamlamak anlamına geliyor. Sonicare, diş temizliği sağlayan hassas fakat etkili diş temizliği sağlayan Sonicare, diş temizliğinde sağlıklı sonuçlar elde etmeye destek oluyor.

Anne-bebek sağlığı alanında ise her zaman için kaliteyi ön planda tutan, bütün inovasyonlarını ve yatırımlarını da buna göre gerçekleştiren bir sağlık teknolojileri markasıyız. Amacımız, bebeklerin mümkün



kendimi sağlıksız hissedirim" diyenlerin oranının %65 olduğu görülüyor. Fikir önderleri ise önleyici sağlık anlayışı ile bireylerin kendi sağlıklarını yönetebileceklerine inanıyor. Aynı zamanda araştırma sonuçlarında "Sağlıklı olmak için çaba gösteririm." diyenlerin oranı %75. Ağız ve diş sağlığı konusunda da dikkat çekici veriler elde ettik. Bireyler, ağız sağlığının önemini bilse de hâlâ diş fırçalama alışkanlığı düşük. Günde 2 kez diş fırçalama

yanlarında olmak adına projeler geliştiriyoruz. Bu amaç doğrultusunda 2015 yılında başlattığımız "Süt Saatim Projesi" ile kadınların annelik sonrası işe dönüşlerini kolaylaştırıyor, çalışırken de bebeklerini emzirmeye devam etmek için ihtiyaçları olan desteği sağlıyoruz. Bu yıl yedinci yılını tamamlayan projemiz ile bugüne kadar 250'in üzerinde şirkette süt odaları kurarak yaklaşık 40 binin üzerinde çalışan anneye ulaştık. Elde ettiğimiz başarılar sonucunda ise Orta Doğu'da da projeyi hayata geçirdik. Gurur duyduğumuz bu projemiz; 2022 Farkındalık Ödülleri'nde 'Kadın İstihdamı ve İşte Fırsat Eşitliği' kategorisinde 'Kadın Dostu Marka Ödülü'nü ve 2018 yılında Sürdürülebilirlik Akademisi'nin düzenlediği Sürdürülebilir İş Ödülleri'nde 'Kadının Güçlendirilmesi' kategorisinde ödül aldı. Ayrıca bu projemizle, Ülker Fenerbahçe Şükrü Saracoğlu Stadı'nda oluşturulan Emzirme ve Bebek Bakım Odası, 'Dünya'da İlk Anne Bebek Dostu' Stadyumu unvanını kazandı.



olduğunca uzun süre anne sütü ile beslenmeleri ve hayata sağlıklı ve güçlü bir başlangıç yapmaları. Avent markamızın ürün grubu ve stratejisini de buna göre şekillendiriliyoruz. Emzirmeyi destekleyen, annelerin süt sağma performansını artıracakları göğüs pompalarımız bulunuyor. Yeni biberonlarımızın başlıkları, bebeklerini biberonla beslemek durumunda kalan annelerin sonrasında anne sütü vermek istediğinde "meme reddi" yaşamaması için anne göğsüne yakın bir şekilde tasarlanıyor. Sağlıklı nesiller için hayata sağlıklı bir başlangıç yapılmasını ve bebeklerin daha uzun süre anne sütü ile beslenebilmelerini hedefliyoruz.

Yakın zamanda gerçekleştirdiğiniz "Philips Türkiye Sağlık Trendleri Araştırması"nda kişisel sağlık ile ilgili öne çıkan önemli verilerden bahsedermisiniz?

IPSOS iş birliği ile 2016 yılında başlattığımız Sağlık Trendleri Araştırması'nın dördüncüsünü bu yıl "Cumhuriyetin 100. yılında sağlık trendleri" temasıyla gerçekleştirdik. Araştırma, Türkiye'deki sağlık trendlerinin değişimini ve halkımızın sağlık algısını göstermesi açısından çok kıymetli. Kişisel bakımın sağlık algısındaki etkisine bakıldığında, "Saç ve cilt bakımı konusunda kendimi bakımsız hissettiğimde,

oranı %36. Diş sağlığının genel sağlık durumu ile ilişkili olduğunu düşünenlerin oranı ise %79. Katılanların %56'sı ise kalp sağlığı ve diş sağlığı arasında ilişki olduğunu düşünüyor. Araştırma sonuçlarında da gözlemliyoruz ki, daha sağlıklı yaşam tarzı benimsemek ve daha iyi hissetmek giderek önem kazanıyor. Biz de Philips Kişisel Sağlık İş Birimi olarak, bu trendler ile paralel bir şekilde ürünlerimizi tüketicilerimizle buluşturarak, hayatı iyileştiriyoruz.

Sosyal sorumluluk projelerinizden bahsedermisiniz?

Philips'te, anne karnından başlayarak, yaşamları boyunca bireylerin daha sağlıklı ve kaliteli bir hayat sürdürebilmeleri için çalışıyoruz. Bu yıl Sağlık Trendleri Araştırması ışığında ulaştığımız sonuçlarda annelerin 0-3 yaş arası bebeklerin sağlığı için önemli bulduğu konular arasında %21 oranında sağlıklı beslenmenin yer aldığını gördük. Beslenme konusunda 2021 yılındaki araştırma sonuçlarında karşılaştığımız 9 aylık emzirme süresinin 2023 yılında 12,5 aya çıktığını gözlemledik.

Bu bilinçlenmeyi kuvvetlendirmek adına Philips Avent markamız ile anneler ve bebekleri için ürünler sunarken aynı zamanda kadınların iş ve sosyal yaşamlarında da

Philips'in tüketici sağlığı çözümlerinde sürdürülebilirlik aksiyonları ve sürdürülebilirlik hedeflerinden bahsedebilir misiniz?

Lider bir sağlık teknolojileri şirketi olarak sürdürülebilirlik DNA'mızda yer alıyor. Kendimizi kuruluşumuzdan bu yana sürdürülebilir iş yapmaya adanmış. Gezegene, topluma, çalışanlarımıza, tüketicilerimize ve tüm paydaşlara karşı sorumluluğumuzun bilincindeyiz. Bu kapsamda amacımız 2030 yılına kadar yılda 2,5 milyar insanın hayatını iyileştirmek. Sürdürülebilirlik Hedeflerimizi Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ile uyumlu olarak belirledik; çevresel, sosyal ve yönetim olmak üzere 3 alana odaklandık. Çevresel hedeflerimiz doğrultusunda operasyonlarında karbon nötr hale gelen dünyadaki ilk sağlık teknolojileri şirketlerinden biri olma unvanımızı koruyarak, Bilim Temelli Hedefler girişimiyle paralel olarak küresel ısınmayı 1,5°C'de sınırlandırmak için tüm tedarik zincirimizde karbon emisyonunu azaltmayı önceliklendiriyoruz. Aynı zamanda, gelirlerimizin %25'ini döngüsel ürün ve çözümlerden elde etmek, döngüsel uygulamaları tesislerimize entegre etmek, ürünlerimizi %100 EcoDesign standartlara uyumlandırmak ve sıfır atık da hedeflerimiz arasında yer alıyor.

Siemens yeni deneyim mağazasını İstanbul Bağdat Caddesi'nde açtı



Siemens Ev Aletleri, İstanbul'daki yeni deneyim mağazasını Bağdat Caddesi'nde açtı. Siemens tam otomatik kahve makinelerinin yer aldığı kafesiyle alışveriş keyfini farklı bir boyuta taşıyan 2M Siemens mağazasının açılışına; BSH Gelişen Pazarlar Bölgesi CEO'su Gökhan Sığın, BSH Türkiye Pazarlama Direktörü Burak Destici, 2M Bağdat Caddesi Mağaza Sahibi Melda Hekimoğlu, basın ve marka iş ortakları katıldı.

Siemens Ev Aletleri'nin yeni konsept örneklerinin görülebileceği deneyim mağazası, yenilikçi teknolojilerle dolu, heyecan verici Siemens dünyasını tüketicilerle buluşturuyor. Marka stratejisini 'Geleceği Merak Edenlere' sloganıyla özetleyen Siemens Ev Aletleri, merak duygusuyla geliştirilen teknolojiler sayesinde üretilen, daha az enerji ve su tüketen, sürdürülebilirliğe katkı sağlayan ürünlerini, 2M Siemens mağazasında bir araya getiriyor. Aynı zamanda bir Cafe alanı bulunan mekan, alışverişe yeni bir boyut kazandırıyor. Tüketiciler burada Siemens tam otomatik kahve makineleriyle hazırlanan 29 ayrı kahve çeşidini deneyimlerken, mağaza tüm kahveseverler

için yeni bir buluşma ve keyif noktasına dönüşüyor.

Siemens studioLine serisi fırınlar, ocaklar, davlumbazlar, bulaşık makineleri, soğutucular ve kahve makinelerinin satışa sunulduğu mağazada, ev aletlerinin mobil cihazlar üzerinden kontrol edilmesini sağlayan Home Connect teknolojisini yakından tanıma fırsatı bulunuyor. Siemens Ev Aletlerinin Home Connect teknolojisine sahip ürünleri ile uygulama üzerinden istediğiniz yerden tek dokunuş ile ev aletlerine uzaktan erişebiliyor. Home Connect uygulaması; kullanıcılarının hayatına mükemmel bir kolaylık ve zamandan tasarruf sağlıyor. Örneğin, iş yerindeyken Siemens ankastre fırınınızı tek bir dokunuşla uzaktan yönetip çalıştırıyor ve eve döndüğünüzde yemeğinizi hazır olarak buluyorsunuz.

Dijital deneyim

Tüm beyaz eşya ürünlerinin detaylı olarak anlatıldığı noktalara sahip olan mağaza, canlı mutfak alanı ile tüketicilerin solo ve ankastre tam otomatik kahve makinelerinin performansını ve

teknolojilerini inceleyebilecekleri bir de kahve deneyim alanına sahip.

Müşterilere daha rahat ve keyifli bir alışveriş ortamı sunan dijital kiosklar ise bu deneyim mağazasında tüketiciyle buluşuyor. Mağaza içerisinde ürünlerle ilgili detaylı tüm bilgilere ulaşılmasına olanak tanıyan kioks ekranlarda, marka kampanya ve film içeriklerine de yer veriliyor. Bu farklı deneyim alanı sayesinde müşteriler ürünlerle ilgili merak ettiği tüm sorulara yanıt buluyor.

Whatsapp üzerinden gerçek zamanlı alışveriş imkanı

Siemens mağazalarında yeni bir hizmet anlayışı; mağazaya gitmeden WhatsApp Business Görüntülü Hizmet Projesi olan fastTrack ise yine bu mağaza müşterilerine özel bir hizmet olarak sunuluyor. WhatsApp üzerinden doğrudan iletişim kurmaya olanak tanıyan fastTrack, benzersiz bir alışveriş deneyimi yaşıyor. fastTrack ile müşteriler bayii ekibiyle gerçek zamanlı olarak görüntülü görüşme yapabiliyor, ürünler hakkında bilgi ediniyor, ürünlerin mağazada bulunan renk seçeneklerini inceleme ve fiyatlandırma hakkında ayrıntılı bilgi alma şansına sahip oluyor.

simfer SMART TV modelleri ile,

"Gördüklerinizin ötesinde bir deneyime hazır olun!"



VIDAA

webOS TV

android tv

4K QLED TV

4K ULED TV

4K UltraHD

FHD Full HD 1080P

HD 720P

HDR 10+

HIGH
VOLUME

DOLBY
DIGITAL

Frameless

simfer

in @ /simferturkiye
www.simfer.com.tr



Arçelik ve Beko bayileriyle yetkili servisleri Umud Kentleri ziyaret etti



Arçelik, deprem felaketinin yaşandığı ilk günden bu yana, çalışanları, bayileri ve yetkili servislerinden oluşan büyük bir gönüllüler ekibiyle bölgede ihtiyaçların karşılanması için çalışmaya devam ediyor. Yaptıkları bağışların yanı sıra deprem bölgesinde gerçekleştirilen projelerde sahada bizzat görev alarak büyük destek veren Arçelik ve Beko bayi ve yetkili servisleri, 15 Kasım'da da Umud Kentlere giderek, orada yaşayan kent sakinleriyle bir araya geldi.

Türkiye'nin her bölgesinden Arçelik ve Beko bayi ve yetkili servisleri Koç Holding'in, Topluluk şirketleriyle birlikte AFAD koordinasyonunda Adıyaman, Hatay, Kahramanmaraş ve Malatya'da kurduğu Umud Kentlerin yanı sıra Arçelik'in bu illerdeki konteyner mağazalarına da dayanışma ziyareti gerçekleştirdi.

Arçelik'in Türkiye'nin dört bir köşesine uzanan güçlü bayi ve servis ağına, büyük bir dayanışma örneği göstererek, depremin ilk gününden bu yana Arçelik'in bölgedeki faaliyetlerine de güç kattığını vurgulayan Arçelik Türkiye Genel Müdürü Can Dinçer, "Yaşadığımız bu büyük felaket, bize ne kadar büyük bir aile olduğumuzu ve zor zamanlarda

nasıl bir araya geldiğimizi gösterdi. Deprem bölgesindeki ihtiyaçların karşılanması ve yaraların sarılması için seferber olan bayi ve servislerimize ayrı ayrı canı gönülden teşekkür ederim. Gönüllülerden oluşan arama kurtarma ekibimiz bölgeye ilk ulaşanlardan biri oldu. Çalışanlarımız, bayi ve servislerimizden oluşan gönüllülerimizle birlikte bölgedeki çalışmalarımıza aralıksız devam ediyoruz. Özellikle bölgenin ekonomik kalkınması ve istihdamına katkıda bulunmak önceliklerimiz arasında yer alıyor." dedi.

Deprem bölgesinde sosyal yaşamı destekleyecek projeler hayata geçirildi

Koç Holding'in Adıyaman, Hatay, İskenderun, Kahramanmaraş ve Malatya olmak üzere 4 ilde 5 ayrı noktada kurduğu yaklaşık 20 bin kişi kapasiteli Umud Kentlerde TV, buzdolabı, ocak, klima ve termosifon gibi temel ürünleri sağlayan Arçelik, hijyen ihtiyacının karşılanması için de çamaşırhaneleri hizmete sundu.

Arçelik bölgede özellikle gençlerin ve kadınların istihdamına destek olmak üzere Hatay ve Malatya'da iki çağrı merkezini faaliyete geçirdi. Kadınların mutfakta üretim yaparak, ilerleyen dönemde gelir elde edebilecekleri bir eko

sistem oluşturmak hedefiyle Adıyaman, Hatay, Kahramanmaraş ve Malatya'da Mutfak Atölyeleri açıldı.

Arçelik, gençlerin ve çocukların eğitim ve sosyal ihtiyaçları için de dört ilde farklı projelere imza attı. Adıyaman ve Malatya'da Umud Kentlerde Dijital Kanatlar Atölyesinde öğrencilere robotik, kodlama eğitimleri veriliyor. Malatya'da başta gençler ve çocuklar olmak üzere tüm kent sakinlerinin yararlanabileceği bir kütüphane hayata geçirildi. Yine Malatya'daki Umud Kent içerisinde okul öncesi çocuk grubuna hizmet verecek olan bir kreş ve oyun odası bulunuyor. Adıyaman Umud Kent'te ise bir bilgisayar odası açıldı. Ayrıca dört ilde de gençlerin ders çalışıp sosyalleşebileceği Arçelik Kafeler bulunuyor.

Malatya'da sağlık çalışanlarının barınma sorununun çözümüne destek olmak için de önemli bir adım atan Arçelik, toplam 550 yatak kapasiteli 2 yurt binasını satın alarak, Malatya İnönü Üniversitesi'ne bağışladı. İnönü Üniversitesi, Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) ve Makine Kimya Endüstrisi Kurumu (MKE) iş birliği ile de 'Vagon Ev Projesi'ni hayata geçirerek, sağlık çalışanlarının hizmetine sunuldu. 90 adet hurda vagon yeniden tasarlanarak, her biri 38 metrekare alana sahip evlere dönüştürüldü. Vagon Kent'e Adıyaman Umud Kent'te olduğu gibi, bu yıl 27 Ağustos'ta hayatını kaybeden Arçelik Genel Müdür Yardımcısı Hakan Kozan'ın adı verildi.

Koç Üniversitesi'nden psikologlar ve Mimar Sinan Üniversitesi'nden mimar akademisyenlerin desteği ile Malatya İnönü Üniversitesi Hastanesi'nde Çocuk Onkoloji Bölümünde tedavi gören çocuklar için oyun odaları tasarlandı.

Arçelik, Umud Kentlerde yaşam devam ettiği sürece çalışmalarını devam ettirecek.



Bosch Home Comfort, ALFA Awards'ta "Yılın Tüketici Markası Ödülü"ne layık görüldü

Bosch Home Comfort Group, 'her zaman her yerde önce müşteri' yaklaşımı doğrultusunda müşterileriyle kurduğu sağlıklı ve sürdürülebilir ilişki nedeniyle bu yıl ALFA Awards'ta Isıtma kategorisinde 'Yılın Tüketici Markası' ödülüne layık görüldü.

İklimlendirme sektörünün önde gelen şirketlerinden Bosch Home Comfort Group, Marketing Türkiye ve Akademetre iş birliğiyle

gerçekleştirilen araştırma sonucunda ALFA Awards'ta Isıtma kategorisinde 'Yılın Tüketici Markası' seçildi.

Türkiye genelinde 12 ilde bin 200 kişiyle yüz yüze yapılan görüşmelerin sonucunda; 'Müşterilerin arzu boyutu', 'Markayı deneyimleme istekleri', 'İletişim boyutu' ve 'İlişki boyutu' gibi müşteriye ilk izlenimi oluşturan satış öncesi ilişkiler değerlendirildi.



Blaupunkt Küçük Ev Aletleri: Yarının Dünyasını Şekillendiren Alman Teknolojisi

**+1 YIL
GARANTİ**

Kayıt tamamlanan
2 yıl garantili
tüm ürünlerimizde,
+1 yıllık ek garanti geçerlidir.



Vestel Beyaz Eşya, İnovaLİG’te, ‘İnovasyon Döngüsü’ kategorisinde birinci seçildi

Vestel Beyaz Eşya, Türkiye İnovasyon Haftası kapsamında Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından düzenlenen İnovaLİG programında ‘İnovasyon Döngüsü’ kategorisinde birincilik ödülünün sahibi oldu. İnovaLİG’te dereceye giren firmalara ödülleri Türkiye Innovation Week etkinlikleri kapsamında, 24 Kasım 2023 tarihinde Haliç Kongre Merkezi’nde düzenlenen ödül töreniyle takdim edildi. Ödül töreninde Vestel adına ödülü, Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı ve Vestel CEO’su Ergün Güler Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın elinden aldı.

Güler, Türkiye’nin teknolojisine öncülük eden bir firma olarak böyle bir ödülün büyük mutluluk ve gurur duyduklarını söyledi. Güler, “Vestel Beyaz Eşya, ‘İnovasyon Döngüsü’ kategorisinde, ürün geliştirme sürecinin her aşamasında inovasyonu merkeze alan yaklaşımı ile ödülüne layık görüldü. Cumhuriyetimizin 100. yılında böyle bir ödülü kazanmak bizim için ayrı bir öneme sahip. Çeyrek asırdır sektörümüzün aralıksız ihracat şampiyonuyuz. Bugün ürettiğimiz teknolojiyi 160’tan fazla ülkeye ulaştırarak Türkiye’nin adını dünyanın dört bir



yanına taşıyoruz. Önümüzdeki dönemlerde de inovasyonu merkezine koyan yaklaşımımızla müşterilerimizin ihtiyaçlarını öngörerek, rekabette öne çıkan ve sürdürülebilir büyüme sağlayan ürünler geliştirmeye devam edeceğiz.” diye konuştu.

Şirketlerde inovasyon bilincinin geliştirilmesi ve inovasyona dayalı ihracat artışının

desteklenmesi amacıyla başlatılan İnovaLİG programı kapsamında her yıl, Türkiye’deki firmaların inovasyon karneleri çıkarılarak kategorilerin inovasyon liderleri belirleniyor. Avrupa’nın 17 ülkesinde uygulanan IMP3rove metodolojisi kullanılarak inovasyonu gerçekleştirmiş ve inovatif projeler ile başarıya ulaşmış şirketler, inovasyon yönetimi ve sistematik inovasyon yetkinlikleriyle ödüllendiriliyor.

MediaMarkt Türkiye’nin yeni CEO’su Hulusi Acar oldu

Avrupa’nın açık ara bir numaralı elektronik perakendecisi MediaMarkt Türkiye’de üst düzey bir atama gerçekleşti. MediaMarkt Türkiye’de Operasyonlardan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi (COO) olarak görevini başarıyla sürdüren Hulusi Acar, MediaMarkt Türkiye’ye CEO olarak atandı.

MediaMarkt bünyesine katıldığı 2018 yılından beri markanın mağaza sayısını iki katına çıkaran ve 230 bin metrekareden fazla alana yayılan 96 mağazası ve dijital satış kanallarına liderlik eden Acar, aynı zamanda, pazarlama, bütünleşik kanal yönetimi, müşteri deneyimi ve bağlılığı programlarının yönetimini de üstlenerek markanın pazar liderliği yolculuğuna büyük katkılarda bulundu.

2023 global stratejisini Deneyim Şampiyonluğu olarak benimseyen markanın, 360 derece deneyim mükemmelliğine odaklanma vizyonu kapsamında; çalışan, alışveriş, kullanım, sosyal ve çevresel etki deneyimi olarak 4 ana başlıkta ayrı ayrı ele aldığı deneyim şampiyonluğu hedefini yerine getirmesinde önemli paya sahip olan Acar, Türkiye’nin grubun en başarılı



Hulusi Acar MediaMarkt Türkiye CEO’su

ülkelerinden biri haline gelmesinde de önemli bir rol oynadı.

Acar, Galatasaray Lisesi’nin ardından İstanbul Üniversitesi İşletme Bölümü’nden mezun oldu ve Türkiye’nin önde gelen şirketlerinde satış,

pazarlama ve müşteri deneyimi alanlarında çeşitli üst düzey yöneticilik pozisyonlarında bulundu. Perakende ve telekomünikasyon sektörlerinde uzun yıllara dayanan deneyeime sahip Acar, MediaMarkt Türkiye’nin yeni CEO’su olarak atandı.

Goldmaster

Türkiye'nin

BAKIM ÜRÜNLERİ

Yeni nesil güzellik teknolojisini keşfedin.



Cemre



Matrix



Defne



Janti



Karayel



Oscar



Arzum, A.L.F.A. Awards 2023'ten ödülle döndü

2015 yılından bu yana en iyi müşteri deneyimini yaratan markaların ödüllendirildiği A.L.F.A. Awards'un kazananları belli oldu. Arzum, A.L.F.A. Awards 2023'te Küçük Ev Aletleri kategorisinde yılın "Customer Brand"i (Müşteri Markası) seçildi. A.L.F.A. Awards kazananları 16 Kasım'da Hilton İstanbul Bomonti'de gerçekleştirilen törenle sahiplerini bulurken, Arzum adına ödülü, Arzum Pazarlama Direktörü Seda Simur Büyükkucak ve Arzum Pazarlama İletişimi Müdürü Melike Gezgin aldı.

Arzum Ticaretten Sorumlu Genel Müdürü Serhan Giray, "Arzum olarak kullanıcılarımıza sunduğumuz deneyimin çeşitliliğini ve kalitesini artırmak adına her geçen yıl yatırımlarımızı artırıyoruz. Kullanıcı deneyimini dijital teknolojilerin yanı sıra insan kaynağımızla da güçlendiriyoruz. Birçok alanda uyguladığımız çoklu kanal stratejimizi kullanıcı deneyimi alanında da uygulayıp, satış öncesi, sonrası ve sonrası olmak üzere her süreçte kullanıcılarımızın yanında oluyoruz. Marka olmanın güven meselesi olduğu bilinciyle kullanıcılarımızın çağrı merkezi, e-ticaret sitemiz, sosyal medya hesaplarımız gibi her kanaldan bize ulaşmalarını sağlıyoruz. Böylece onların istek, talep ve önerilerini her an dinleyip onları özel hissettirecek hizmet ya da ürünler geliştirebiliyoruz. Biz kullanıcılarımıza,



kullanıcılarımız da bize dokunabiliyor. Arzum olarak insana yatırım olarak gördüğümüz bu adımlar da bize ödül olarak geri dönüyor. Sektörde sadece ürünlerle değil hizmetlerde de öne çıkmayı sağlıyor. Böylece tümüyle gerçek kullanıcıların belirlediği ödüllere adımız yazılıyor." şeklinde konuştu.

A.L.F.A. Awards kazananları, AKADEMETRE'nin uluslararası standartlarla

oluşturduğu özgün metodolojisiyle Türkiye'de 12 ilde bin 200 kişiyle yüz yüze görüşülerek belirlendi. Endekse temel oluşturan kapsamlı araştırmada "Müşterilerin arzu boyutu", "Markayı deneyimleme istekleri", "İletişim boyutu", "İlişki boyutu" ile "Markanın tüketici nezdinde bilinirliği" gibi parametrelerin yer aldığı araştırma 50'nin üstünde kategoride gerçekleştirildi.

LG, Sivas'a Brandshop mağazası açtı

LG Electronics (LG), teknoloji meraklılarının son teknolojiye sahip LG ürünlerini deneyimleyebilecekleri LG Brandshop mağazalarını bir biri ardına açmaya devam ediyor. 2019 yılından bu yana hızlı bir şekilde genişlemeye başlayan LG Brandshop ağına son olarak LG Brandshop Sivas mağazası katıldı.

LG tüketicilerinin yanı sıra, tüm teknoloji severlerin ileri teknolojiye sahip, tüm dünyadan kullanıcıların ihtiyaç ve beklentilerine yanıt vermek üzere geliştirilmiş ürünleri yakından görmelerine ve incelemelerine imkan sağlayan LG Brandshop mağazaları, adete birer buluşma noktası haline geliyor. Kullanıcıların kaliteli bir yaşam sürmelerine ve değerli anların tadını çıkarmalarına aracı olan ürünlerin sergilendiği LG Brandshop mağazalarını ziyaret edenler, hayatlarını kolaylaştıracak ürünleri yakından görmenin yanı sıra, LG'nin çevre ve sürdürülebilirlik adına gerçekleştirdiği çalışmalar ve ürünler hakkında da bilgi sahibi olabiliyorlar. LG TV, ses sistemi, hoparlör ve kablolu dik süpürge gibi ürünlerinin yanı sıra, enerji verimli beyaz eşyalar, klimalar, LG ThinQ özelliği ile uzaktan yönetilebilen cihazlar LG Brandshop mağazalarının ilgi çeken ürünleri arasında yer alıyor.



Sadece bir TV olmaktan çok öte, gerektiğinde kişisel bir asistan, gerektiğinde nadide bir sanat eseri işlevi gören LG OLED TV'ler, birbirleriyle haberleşerek günlük ev işlerinin zahmetsizce yönetilmesini sağlayan buzdolapları, bulaşık ve çamaşır makineleri ile kurutucular, sunduğu 120 dakikaya varan pil ömrü ile ev süpürmeyi basitleştiren kablolu dik süpürgeler LG Brandshop Sivas'ta tüketicilerin beğeni ve incelemesine sunuluyor.

LG Brandshop Sivas'ın açılışında konuşan Beyaz Eşya Ürün Müdürü Jimmy Lee "Sivaslı tüketicilerle LG markasını bir araya getirmekten

dolayı son derece mutlu ve gururluyuz. Teknolojiye ilgisi olan, son teknolojik gelişmeleri ve bu gelişmelerin günlük yaşamlarına katacağı artıları merak eden herkesi, LG ürünlerini deneyimlemek üzere mağazamıza davet ediyoruz." şeklinde konuştu.

LG Electronics Türkiye Beyaz Eşya, TV ve Ses Sistemleri Satış Başkanı Bülent Bülbül ise "LG Electronics Türkiye olarak yatırımlarımıza son hızla devam ediyoruz. Amacımız çok yakında Türkiye'nin dört bir yanını LG Brandshop mağazaları ile donatmak." dedi.



HOOVER'DEN YÜKSEK ENERJİ VERİMLİ KURUTMA TEKNOLOJİLERİ



- KG Modu ile çamaşırların doku ve yük miktarına göre en uygun program seçimi ✓
- Tasarruf sağlayan Aquavision kolay taşınabilir su tankı ✓
- Spor ayakkabıları kolayca kurutan Ayakkabı Kurutma Rafı ✓
- hOn Uygulaması ile uzaktan yönetim ve ek programlara erişim ✓

TÜRKBED: “İç satışlarda kısmi bir artış söz konusu”



TÜRKBED Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Sığın, Cumhuriyetimizin 100. yıl dönümünü kutladığımız Ekim ayında beyaz eşya sektörü olarak bir asır boyunca ekonomik kalkınmanın lokomotifini olmanın gururunu bir kez daha yaşadıklarını söyledi. Sığın, bu gururu büyüten tüm üyelerini tebrik ederek 2023 yılının ilk 10 ayında kaydedilen performansın temel göstergelerini paylaştı.

“Ocak-Ekim aylarını kapsayan dönemde iç satışlarımız %17 oranında artış gösterirken, ihracatımızın %11 oranında azaldığını görüyoruz. Altı ana üründe ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam satışlarımız 27.321.555 adet olarak gerçekleşti ve geçen yıla göre %4 oranında küçüldü. Yine ilk 10 ayda, üretim miktarımız 27.295.652 adetle önceki yıla göre %1 azalarak benzer seyir gösterdi.

Bunun yanında, Ekim ayı verilerimize baktığımızda, geçen yılın aynı dönemine kıyasla iç satışlarımızda %1’lik nispi bir artış gerçekleştiğini gözlemliyoruz. Aynı dönemde ihracatımızdaki düşüşün de bir miktar frenlenmiş olmasını ve Eylül 2022-Eylül 2023 kıyaslamasında %18 olan azalmanın Ekim’de %5’le sınırlı kalmasını; olumlu bir gelişme olarak değerlendiriyoruz. Buna bağlı olarak ihracat ve iç satışlardan oluşan toplam

satışlarımızdaki daralmanın %4 olarak gerçekleşmesi, sektörümüz adına umut verici.

TÜRKBED olarak Cumhuriyetimizin ikinci yüzyılında, beyaz eşya sanayisinin başarılarına ve geleceğine odaklanarak, üretimde ve ihracatta yüksek katma değer üreten, dış ticaret dengesine olumlu katkı yapan, uluslararası rekabet gücü ve markalarıyla Türkiye ekonomisinin küresel ölçekte önde gelen sektörlerinden biri olma kararlılığımızı bir kez daha vurgulamak isteriz. Siz değerli üye şirketlerimizin gücüyle toplumun kalkınmasına en ön saflarda destek vermeye devam edeceğiz.”

Gökhan Sığın

TÜRKBED Yönetim Kurulu Başkanı



TÜRKBED Beyaz Dünya Ekim 2023

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	2.417.197	2.549.355
Yüzde değişim	-% 5	
	İÇ SATIŞ	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	554.872	572.019
Yüzde değişim	-% 3	
	İHRACAT	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	1.929.425	2.074.793
Yüzde değişim	-% 7	
	İTHALAT	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	25.926	3.829
Yüzde değişim	% 577	
	İÇ SATIŞ	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	230.251	93.645
Yüzde değişim	% 146	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	2.889.748	2.939.003
Yüzde değişim	-% 2	
	İÇ SATIŞ	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	658.553	650.952
Yüzde değişim	% 1	
	İHRACAT	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	2.350.487	2.470.030
Yüzde değişim	-% 5	
	İTHALAT	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	43.971	18.741
Yüzde değişim	% 135	
	İÇ SATIŞ	
	Ekim 2023	Ekim 2022
Adet / Yıl	454.440	247.074
Yüzde değişim	% 84	

arnica™

AIRFRYER / SICAK HAVA FRİTÖZLERİ

GH22230



GH22200



LEZZETİN
İNCELİKLERİ
AIRFRYER
/ SICAK HAVA
FRİTÖZLERİNDE
BULUŞUYOR!

GH22240



3 yıl
garanti



JBL'in yeni yıldızı Authentics serisi Türkiye'de satışa çıkıyor



Harman International çatısı altında faaliyet gösteren, ses ekipmanları ve hoparlörleriyle dünyanın en önde gelen markalarından olan JBL, yeni wi-fi hoparlör serisi Authentics'i piyasaya sürüyor. Serinin yıldızı Authentics 500'ün yanı sıra taşınabilir Authentics 300 ve Authentics 200 modelleri ile Türkiye'de satışa sunulan hoparlör serisi, çarpıcı ses performansını JBL'in mirasından ilham alan zamansız retro tasarımıyla buluşturuyor.

1970'lerin efsanevi JBL L100 hoparlöründen ilhamla tasarlanan Authentics serisi, JBL'in zengin geçmişine modern bir dokunuş katıyor. Şık görünümüyle evin en dikkat çeken öğelerinden biri olmaya aday Authentics hoparlörler, birinci sınıf alüminyum çerçeve, özel sentetik deriden gelen zarif dokusu ve yeniden tasarlanmış Quadrex ızgaraları ile göz dolduruyor.

JBL, Authentics serisinin tüm üyelerinde yüzde 100 geri dönüştürülmüş kumaş, yüzde 85 geri dönüştürülmüş plastik ve yüzde 50 geri dönüştürülmüş alüminyum kullanarak sürdürülebilirlikten de taviz vermiyor.

Authentics 500, üç adet 1 inç tweeter ve üç adet 2,75 inç midrange woofer ile kristal netliğinde ses sağlarken, 6,5 inç subwoofer güçlü bas performansı sunuyor. 270 Watt çıkış gücü ve 3.1 kanal ses desteği sunan Authentics 500, film izleme deneyimini keskin ayrıntılarla çok boyutlu bir eğlenceye dönüştüren Dolby Atmos teknolojisinin keyfini yaşıyor. Wi-Fi ve Bluetooth bağlantılı akıllı hoparlörleri JBL One uygulaması aracılığıyla eşleştirerek müziğinizi tek bir cihazdan yönetirken evin farklı odalarında farklı müzikler dinlemek de mümkün.

JBL'in yeni yıldızı olan serinin taşınabilir boyutlardaki üyesi Authentics 300 evin içinde ve çevresinde üstün ses arayanlar için tam şarjla 8 saatlik kullanım sunuyor. Böylece mutfaktan bahçeye veya açık hava partisine kadar nerede olursanız olun JBL'in üstün stereo ses performansı müzik dinlenebiliyor. Authentics 200 ise serinin en küçük üyesi olmasına karşın güçlü ses performansı vadediyor. 2 adet 1 inç tweeter ve 5 inç woofer ile her tarz müzik için mükemmel denge ve derin bas sağlayan Authentics 200, küçük büyük her odada doyurucu stereo ses deneyimi yaşıyor.

Yeniliği sevenler için Goldmaster Platinum Home Set



Goldmaster Platinum, içeriğinde bulunan birbirinden yenilikçi ürünleri ile öne çıkıyor. 1.2L demlik ve 2.4L ısıtıcı haznesi ile çay makinesi, 6 adet ekmek alabilen tost makinesi, 5in1 özelliklere sahip çok amaçlı mutfak robotu ve 5 fincan kapasiteli yeni Türk Kahve makinesi ile evinizde yerini almak için sabırsızlanıyoruz.

Hoover H-DRY 500 serisi kurutma makineleri, yüksek enerji verimli kurutma teknolojileri sunuyor

Size özel çözümler sunan H-DRY 500 serisi akıllı kurutma makineleri zaman ve enerji tasarrufunun yanında, ekstra sessiz ve hassas kurutma yaparak yepyeni bir kurutma deneyimi sağlıyorlar. Yenilikçi tambur izolasyon teknolojisi, titreşimi ve gürültüyü 10 db(A)'ya kadar azaltır. 125 L kapasiteli tambur ile çamaşırlarınızı eşit ve nazik bir şekilde kurutur.

Isı pompalı kurutma teknolojisine sahip H-DRY 500 Professional, A+++ enerji verimliliği seviyesinde tasarruflu ve verimli kurutma yapmanızı sağlar. H-DRY 500 Professional sınıfının en iyi kurutma makinesi olmasının yanı sıra, çevre dostudur.



Hoover hOn Uygulaması, Wi-Fi ve Bluetooth ile makinenizi uzaktan kontrol etmenizi, yeni ve faydalı özelliklere erişmenizi sağlar. Makinenizi başka bir odadayken veya

evde olmadığınızda bile yönetebilirsiniz. Akıllı telefonunuz ile makinenizi açabilir / kapatabilir veya ek programlara erişebilirsiniz. Yeni nesil Eco-Power Inverter Motor, dayanıklı, uzun ömürlü ve güçlü motor teknolojisi. Bu fırçasız motor, titreşimleri ve sürtünmeleri azaltan standart motorlara kıyasla 4 kat daha sağlamdır, makinenin ömrünü uzatır, maksimum sessizliği ve daha uzun süre mükemmel sonuçları garanti eder. Ayrıca en iyi kurutma sonuçlarını sağlarken, standart motorlara kıyasla %60 daha verimlidir.

Auto Care Akıllı Programlama teknolojisi, gelişmiş algoritması sayesinde, çamaşırlarınızın dokusu ve yük miktarına göre en uygun kurutma programı otomatik olarak ayarlar, zaman ve enerji verimliliği garanti eder.

Kurutma makinelerinde biriken suyun boşaltılması zorken; Hoover kurutma makineleri kapaklarında yer alan 5 litrelik yüksek hacimli, patentli Aquavision su tankı sayesinde, makinede biriken suyun anlık olarak görülmesini ve kolayca yerinden çıkartılarak boşaltılmasını sağlıyor. Özel kurutma programları sayesinde istenilen seviyede kuruluk sağlayarak, daha kolay ütöleme olanağı sunar.

Detaylı temizlik için Goldmaster Proton Elektrikli Süpürge

Goldmaster Proton, 700W yüksek performansa sahiptir. Ayarlanabilir emiş gücü ile ön plana çıkan Proton, 3 litrelik toz hazne kapasitesi, 1,5 metre uzunluğundaki esnek hortumu ve yıkanabilir HEPA13 filtreleme sistemi ile tam bir temizlik uzmanı.



KUMTEL®

İNDÜKSİYONLU OCAK

Her zaman eşit ve mükemmel pişmiş yemekler

6600W



**Dokunmatik
Ekran**



**Güvenilir
Teknoloji**



**Made in
Türkiye**

Arçelik'ten bir fırından fazlası

Arçelik, A Fry serisiyle çok sevilen fryer özelliğini ankastre fırına taşıdı. Ürünün fryer özelliği ile az yağlı ya da yağsız, lezzetli kızartmalar yapılırken, buhar destekli pişirme özelliği sayesinde yemekler suyunu kaybetmeden, yumuşacık pişiriliyor. A Fry'in özel tasarımı delikli tepsi tasarımı, sıcak havanın yiyeceklerin etrafında dolaşmasını sağlayarak yiyecekleri çıtır hale getiriyor. Geniş iç hacmi ile tek seferde birkaç çeşit kızartmayı tüm aileye yetecek miktarda pişirebiliyor. Arçelik ankastre fırınların gelişmiş motor ve ızgarası sayesinde pişirilen yiyeceğin çevrilmesi gerekmiyor. Böylece her seferinde aynı kalitede pişirme yapılabilirken, elektrik tasarrufu sağlanıyor.

A Fry'in mekanik saatli modellerinde, fırının düğmelerinin bulunduğu pano bölümünde görme engelliler düşünülerek, Braille alfabesi kullanıldı. Ayrıca kullanıcılara, teleskopik ray sistemi ile tepsiyi fırın içinde kolayca hareket ettirmek gibi kolaylıklar da sunuyor.

A Fry fırın, sağlıklı ve pratik kızartmalar yapmayı sağlayan kızartma özelliğini, aksesuarları, SmartBake teknolojisi ve SteamWell Plus buhar destekli pişirme teknolojileri ile birleştiriyor.

A Fry, SteamWell Plus buhar destekli pişirme teknolojisi ile fırın kapağını açmadan hazneye eklenen suyu, buhara dönüştürerek pişirme yapabiliyor. Bu sayede hamur işleri güzelce kabarıp, dışları çıtır çıtır pişerken içleri yumuşacık kalıyor. Et ve tavuk yemekleri de suyunu



kaybetmeden çok daha yumuşak pişiyor. İki farklı buhar seviyesi ayarı ile yemekler tam istenen kıvamda pişirilebiliyor.

SmartBake Pro teknolojisi ise nem sensörleri ile hamurlu gıdaların pişirme süresini otomatik olarak sonlandırıyor. Smart Areo Pro yeni gelişmiş motor teknolojisi ile yüksek enerji tasarrufu ve homojen pişirme sağlıyor. Homewhiz uygulamasından seçilen yemeğin türüne göre fanın hızı ve yönünü otomatik ayarlayarak, her yerini eşit derecede pişiriyor. Gelişmiş BLDC motor teknolojisi sayesinde de fırının sıcaklığı ayarlanan sıcaklığa ulaşarak, pişirme boyunca sabit kalıyor.

Arzum Gırgır 2'si 1 Arada Dikey Elektrikli Süpürge ile temizlik deneyiminizi kolaylaştırın

Arzum'un yeni ürünü Gırgır 2'si 1 Arada Dikey Elektrikli Süpürge, uygun fiyat ve üstün performansı ile temizliğin tanımını yeniden yapıyor. Hem el hem dikey süpürge olarak kullanılabilen yapısı, farklı zeminler ve ihtiyaçlar için sunduğu birçok aparat ve temizlik başlığıyla da evlerin temizlik ihtiyacını tek başına karşılıyor.

Yüksek çekiş gücü ile zemin ayırt etmeyen süpürge, 5 metrelik güç kablosu ile evlerde hareket özgürlüğü sunar. 1,2 litrelik geniş toz haznesi

ile en zorlu temizliklerin dahi üstesinden gelir. 71 dB'lik ses seviyesi ile temizlik esnasında kimseyi rahatsız etmez. Yıkınabilir toz filtresi ile süpürge'nin performansı her zaman üst seviyede kalır. Dikdörtgen temizlik başlığı ile dip ve köşelere kolayca ulaşarak dört dörtlük temizlik sunar. Kenar köşe temizlik aparatı ile ulaşılması güç yerleri, koltuk altları ve en dar yerleri temizlemenize yardımcı olur. El süpürgesi olarak da kullanılan yapısıyla temizliğe pratiklik getirir.



Kärcher'den yerleri tek seferde silip süpüren makine...

Kärcher, ıslak ve kuru temizlik için ayrı ayrı uğraşmaya son veren ürünü FC 4 Bataryalı Zemin Temizleme Makinesi ile hayatı kolaylaştırıyor. Ürün, tüm zeminlerde hem kuru hem de ıslak günlük kiri tek adımda, hassas ve hızlı bir şekilde temizliyor. Temizlik konusunda titiz olan herkesi, silme işleminden önce yerleri süpürme zahmetinden kurtarıyor. Böylece temizleme süresini yüzde 50'ye kadar azaltıp, size zaman yaratıyor.

Kärcher FC 4 Bataryalı Zemin Temizleme Makinesi, maksimum 30 dakikalık çalışma süresi ile 90 metre kareye kadar olan alanı, kolayca ve kusursuz şekilde temizlemenizi sağlıyor. Ürün, duo hızlı şarj cihazı sayesinde sadece 70 dakikada şarj oluyor. Cihazın en önemli özelliklerinden biri ise kirlı ve temiz olmak üzere iki farklı su haznesinin olması... Böylece kirlı atık su haznesinde toplanırken, temizlik sağlayan silindirler de temiz su haznesinden gelen su ile kalıcı olarak ıslatılıyor. Su hacmi, iki farklı temizleme modu kullanılarak zemine göre kolayca ayarlanabiliyor. FC 4 Bataryalı Zemin Temizleme Makinesi, kablolu tasarımı ile size hareket kolaylığı sağlıyor ve

ulaşılması zor yerleri zahmetsizce temizliyor. Entegre saç filtresi de optimum saç vakumlaması yapıyor, bu sayede evcil hayvan tüylerini dahi kolaylıkla temizleyebiliyor. Kärcher zemin temizleyici, geleneksel paspaslarla karşılaştırıldığında yüzde 20'ye kadar daha iyi temizleme performansı gösteriyor. Bağımsız ve esnek manevra kabiliyetine sahip olan ürün ile mobilya altlarını ve nesnelerin etrafını temizlemek de çok kolay. Temizlik bittikten sonra çıkartılıp temizlenebilen, entegre ve hijyenik kirlı su haznesi sayesinde, kir ile doğrudan temasınız da olmuyor. Tüm sert zeminler için uygun bu ürünle ister salon parkelerinizi ister banyo fayanslarınızı yorulmadan temizleyebilirsiniz. Ürün, rulo sistemi ile banyodaki derz aralarında kir birikmesi yapmadan kusursuz temizlik sağlıyor.



Philips Sonicare Diamond Clean 9000

Her fırçalamada **etkili temizlik**
Sonicare App ile ilerleme raporu

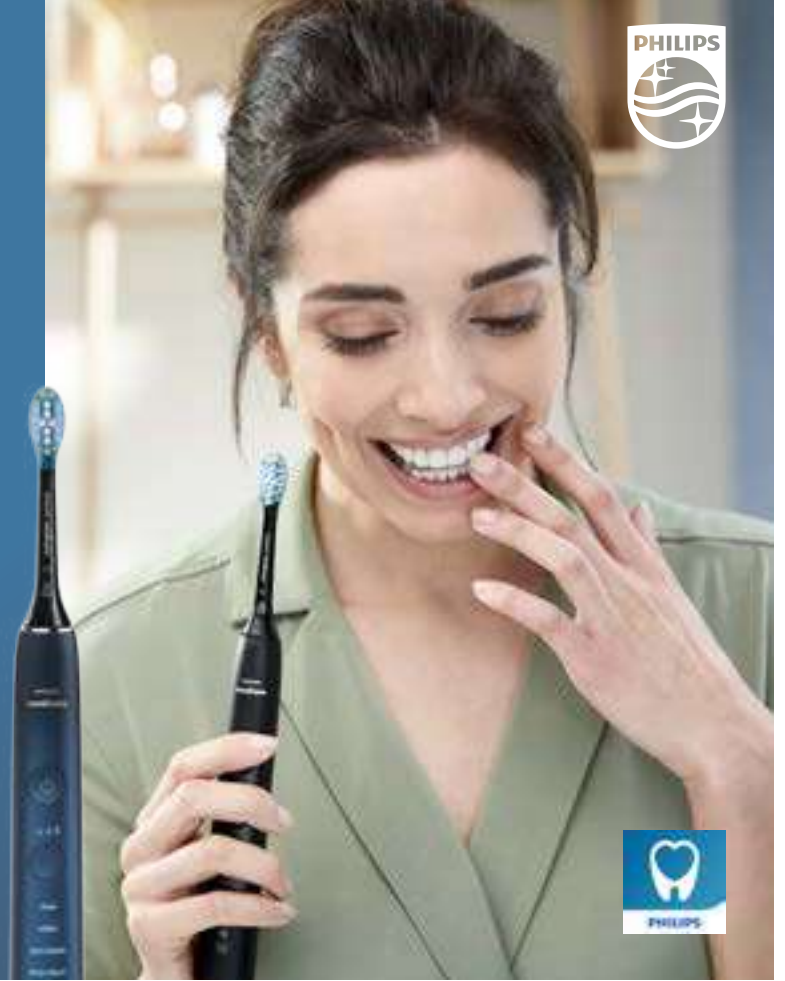
Philips Sonicare App'i
hemen keşfet!



APPLE STORE



GOOGLE STORE



Fakir Hausgeräte Bolt X Plus Aqua 8472 Şarjlı Dikey Süpürge derinlemesine hijyen sağlıyor

Kapalı alanlarda iyi temizlense bile gözle görülmeyen toz, polen, bakteri ve hayvan tüyleri gibi insan sağlığını olumsuz etkileyen alerjen maddeler bulunuyor. Bu bakış açısı ile geliştirilen Fakir Hausgeräte Bolt X Plus Aqua 8472 Şarjlı Dikey Süpürge, alerjen karşıtı HEPA 13 filtresi ile derinlemesine temizlik sağlayacak şekilde tasarlandı. Air watt yüksek emiş gücü ile üstün performans ve etkili temizlik sunan Fakir Hausgeräte Bolt ailesindeki Bolt X Plus Aqua 8472 Şarjlı Dikey Süpürge, HEPA 13 filtreye sahip ilk şarjlı dikey süpürge olmasıyla öne çıkıyor.

Fakir Hausgeräte Bolt X Plus Aqua 8472 Şarjlı Dikey Süpürge, anti tagle başlığı sayesinde evcil hayvan tüylerini ve saçları kusursuz temizlerken, yüksek performanslı teknolojileri sayesinde en zorlu alanları bile tek seferde süpürüp temizliyor. Fakir Hausgeräte Bolt X Plus Aqua 8472, kategorisinde ilk HEPA 13 filtresinin sahibi oluşu, hızlı şarj özelliği, güç ve emiş özelliklerini kolaylıkla takip etme imkânı sağlayan geniş LCD ekranı ile dikkat çekiyor. Özel tasarım bükümlü teleskopik borusuyla ulaşılması zor alanlarda pratik çözümler

sunarken, LED ışıklı başlığı sayesinde zor kirlerin görünmesine olanak sağlıyor. Aynı başlık ile halılarda ve sert zeminlerde kullanılabilen 2'si 1 arada fırçası ile zaman kazandıran Bolt X Plus Aqua 8472; geniş kapasiteli toz haznesi kullanıcısına daha uzun süre kullanım imkânı tanıyor. Özel tasarım bükümlü teleskopik borusuyla ulaşılması en zor yerlere kolay erişim sağlayan Fakir Hausgeräte Bolt X Plus Aqua 8472, 4'lü filtreleme ve yüksek emiş gücü ile her zeminde ve her ortamda harikalar yaratıyor. Kir ve yapışkan lekeleri süpüren entegre mop aparatı sayesinde silme özelliği ve saçların dolaşmasını engelleyen özel başlık yapısına sahip Bolt X Plus Aqua 8472; her yüzey ve kirde mükemmel temizlik sağlıyor





Atatürk 1

Disney + platformunun, Koskoca Türkiye Cumhuriyeti'nin seksen küsur yıldır yapamadığı bu eşsiz dehaya yakışır bir Atatürk dizisini yapma projesine soyunması hepimizi heyecanlandırmıştı.

Ancak halen net olmayan sebeplerle dizi formatından son anda çıkartılıp, iki bölüm halinde sinemalarda yayınlanmaya karar verilmesi ülkemizde son derece haklı tepkiler doğurdu. ABD'deki Türk düşmanı odakların bu dizinin dünya çapında dağıtımını engellemesi bizim bir ayıbımızdır.

90 ların sonunda da büyük bütçeli bir film yapmaya soyunan yapımcı Tarquin Olivier (ünlü İngiliz oyuncu Laurence Olivier'in oğlu) ve rol için düşünülen İspanyol Antonio Banderas yine güçlü Yunan ve Ermeni lobilerinin isnatsız karalama kampanyaları ile pes ettirilmişti.

Küçük bir teselli olarak beyazperdede gösterilmesi bazı yönlerden daha uygun olmuş çünkü dünyanın en büyük prodüksiyon şirketi Disney'in set, kostüm, mekân çalışmaları neredeyse kusursuz. Ata'mıza yakışır bir çalışma olmuş görüntü itibarı ile. Tabii işin bir de senaryo, kurgu, oyunculuk ve yönetim boyutu var. Baştan söyleyeyim, dizi formatında görmek isterdim. Zaten o şekilde planlandığını belli eden bir yapım var karşımızda.

Öncelikle, hiç anlamadığım ve hemen hiç kimsenin dile getirmedığı bir soru işaretinden başlayalım: Filmin afişinde açıkça "Atatürk 1881-1919" yazdığı halde, film 1915 yılında sona eriyor! Aceleyle getirilen bir şey mi var? Afişi 1915 diye düzeltmek bu kadar mı zordu? Anlaşılmaz bir amatörlük. Bunun dışındaki her şey profesyonelle.

Atatürk'ün Çanakkale Savaşı'nda yaralanması ile başlayıp, bir flashback ile çocukluğuna dönen film, ara ara doğru konumlanmış flashback sahneleri ve iyi bir kurguyla kronolojik olarak ilerliyor.

Aras Bulut İynemli, rolünün altından büyük bir başarı ile kalkmış. Mustafa Kemal olduğuna inandırıyor sizi. Diğer tüm oyuncular da başarılı bir yönetim altında çok iyi oynamış.

Senaryo ve kurgu çok iyi ama kusursuz değil. Tabii bunda süre kısıtlamasının etkisi var. Olay bolluğu yüzünden bazı noktaların es ya da kısa geçilmesi filme çok küçük de olsa zarar veriyor bence. Kostümler ve setler ise harika.

Ata'mızın ansiklopedilere sığmayacak hayatının ilk 34 yılından küçük kesitler veren bu filmi kaçırmayın. Pişman olursunuz. Sinemada seyredilmesi gereken bir film.

Filmin tek eksisi, Türkiye için üretilmiş olması. Yabancı seyircilerin, hatta Atatürk'ün hayatını iyi bilmeyen cahil bir vatandaşımızın bile anlayamayacağı inceliklerle dolu.

İlk defa Ata'mızın şanına yaklaşan bir film yapılmış. Mutlaka gidip, sinemada seyredin. En az bir kez.

Bir kez daha kendi adıma anladım ki, kısa sayılacak bir yaşama bu kadar büyük devrimler, atılımlar sığdıran bu dehanın hayatı en azından 10 bölümlük bir dizi olmalıydı.

SinemAdem iyi seyirler diler.



ATATÜRK

1881-1919



ARALIK 2023 • SAYI: 294

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
İbrahim TUFAN

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

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

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM

Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Tüm yayın hakları Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı'na aittir. Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel-sürelî yayındır.

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

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

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

LUXELL



*Piřirmenin
Ötesinde*

Ankastre Ürünler

**Vitroseramik ve
Domino Ocaklar**



Moplara elinizi deędirmeden kapsamlı temizliğin keyifini srn



700/800 Serisi
Kablosuz sprgelerimizle
mop başlığı birlikte satın
alanlara
Mop Yıkama İstasyonu
Hediye*

EPPCS2
Mop Yıkama İstasyonu



Otomatik
Mop Yıkama
Sistemi



Kirli ve temiz suyu
ayırıştıran tasarım



Mop ile birlikte
kolay taşıma ve
saklama

*İlgili kampanya 1 - 15 Aralık 2023 tarihleri arasında kampanyaya katılmak isteyen tcrln yetkili satış noktalarından temin edilebilir. Electrolux 800 Serisi EP8U825GG, EP8U825SH, EP8U825ULT ve 700 Serisi EP7U814GB, EP7U814UG model kablosuz sprgelerden herhangi biri ile birlikte Electrolux ZE157 (800 serisi ile uyumlu) veya ZE168 (700 serisi ile uyumlu) model Mop başlığını aynı fatura altında birlikte satın alan herkes yine aynı fatura altında beyan edilmek şartıyla 1.999TL değerinde** Electrolux EPPCS2 model Mop Yıkama İstasyonunu bedelsiz olarak almaya hak kazanacaktır. Kampanyadan faydalanmak iin kampanyaya dahil olarak belirtilen Electrolux kablosuz sprge ve Electrolux Mop Başlığı ile bedelsiz Mop Yıkama İstasyonunun aynı fatura altında birlikte beyan edilmesi zorunludur. Fıs / fatura zerinde kampanyalı rnler aę model kodlarının bulunması gerekmektedir. Genel ilaelerin kullandığı fıs/faturalar ile kampanyaya katılmak sağlanmaz, bedelsiz rn kazanılmaz. Bu kampanyaya her bir tktci maksimum bir defa katılabilir. İlgili kampanya başka kampanyalar ile birleştirilemez. Kampanya stoklara sınırlıdır. Electrolux daha nceden bildirmekzın kampanyanın şartlarını, kampanyaya dahil modellerin kapsamını değiştirme veya kampanyayı bitiren tarihten nce veya sonra sona erdirmeye hakkını saklı tutar. İlgili kampanya 6502 sayılı tktcinin korunması hakkındaki kanun ve mevzuatlarına uygundur.
**900923726 EPPCS2 Mop Yıkama İstasyonu Aralık 2023 tavsiye edilen perakende liste fiyatı